

2012年度音楽メディアユーザー実態調査
報告書
－公表版－

2013年2月

一般社団法人 日本レコード協会

目 次

I .調査実施概要	2
II .市場の概要	5
III .購入楽曲のジャンル	10
IV .音楽の認知・購入経路	20
V .音楽の聴取実態	26
VI .音楽消費の変化に関する要因分析	29
VII .ライブ・コンサートに係るユーザー動向	36

I. 調査実施概要

本年度の調査実施概要

項目	内容
調査対象者	12～69歳男女
調査地域	全国
調査方法	インターネットアンケート調査
調査時期	2012年8月

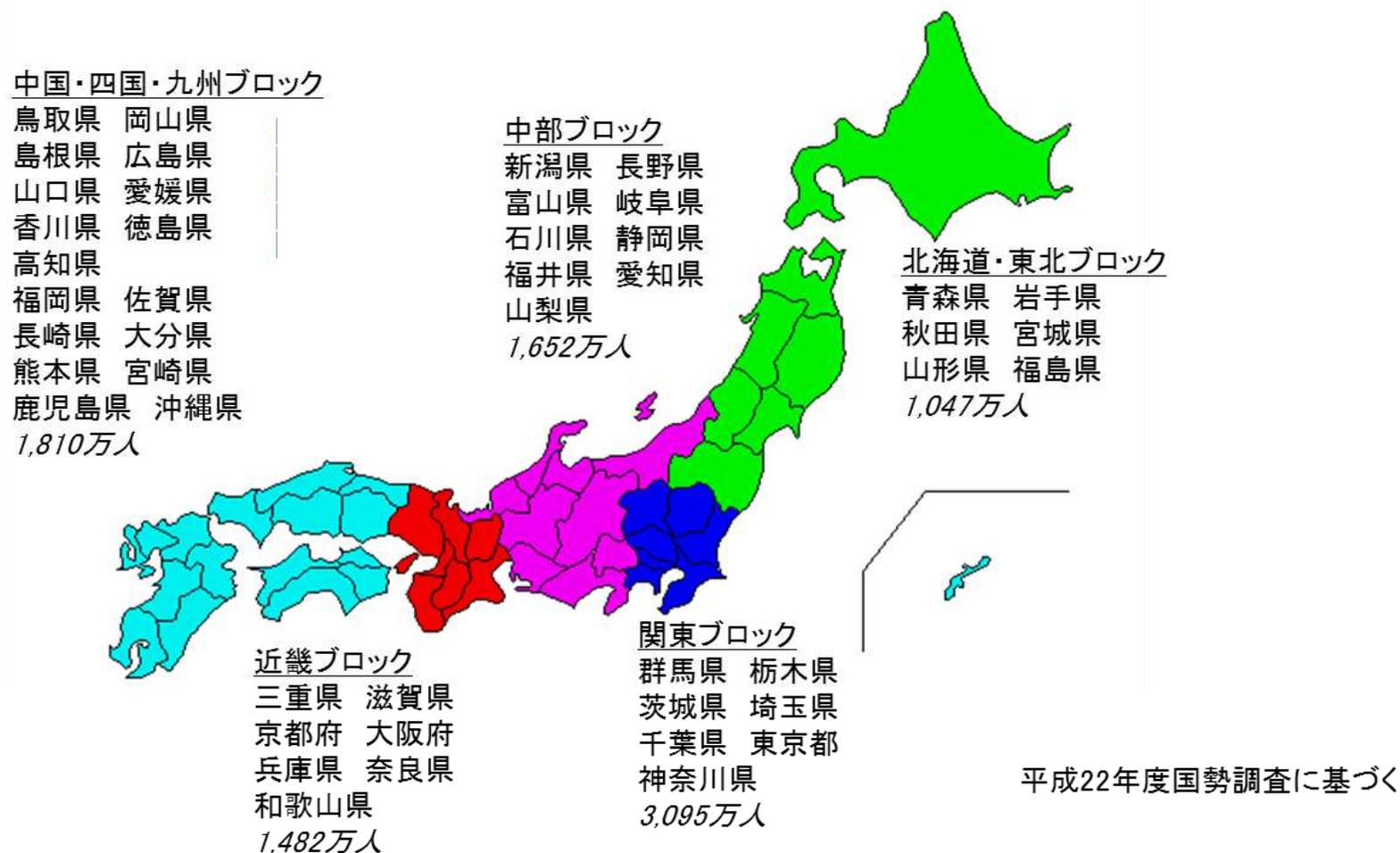
【インターネットアンケート調査 回収数】

		北海道・東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国・四国・九州地方	計
男性	中学生	25	62	36	44	40	207
	高校生	75	61	72	80	67	355
	大学生	86	62	78	62	78	366
	20代社会人	62	61	62	60	61	306
	30代	62	62	62	62	62	310
	40代	62	62	62	62	62	310
	50代	61	62	62	62	62	309
	60代	62	62	62	62	62	310
女性	中学生	40	62	38	56	40	236
	高校生	82	62	86	68	78	376
	大学生	62	61	62	61	68	314
	20代社会人	62	62	62	62	62	310
	30代	62	62	62	62	62	310
	40代	62	62	62	62	62	310
	50代	62	62	62	61	62	309
	60代	62	62	62	62	62	310
計		989	989	992	988	990	4948

※本調査分析では、上表のとおり性年代・地域別に概ね均等に回収するとともに、平成22年度国勢調査を参照し、実際の人口構成比に合わせて補正集計する「ウェイトバック集計」を採用。本資料で掲載するN数はウェイトバック集計後のN数を表記している。

(参考) 調査対象地域の設定

- 継続性の観点から、2009年度/2010年度調査と同様の地域を対象とした（下図参照）。
- なお、本調査の全国の男女・12歳～69歳の人口（約9,086万人）を対象とする。当該人口について、各年代及び地域ブロックにおける構成比を基にウェイトバック集計を行っている。



【地域ブロックの定義及び各ブロックにおける本調査の対象人口(12歳～69歳)】

II. 市場概要

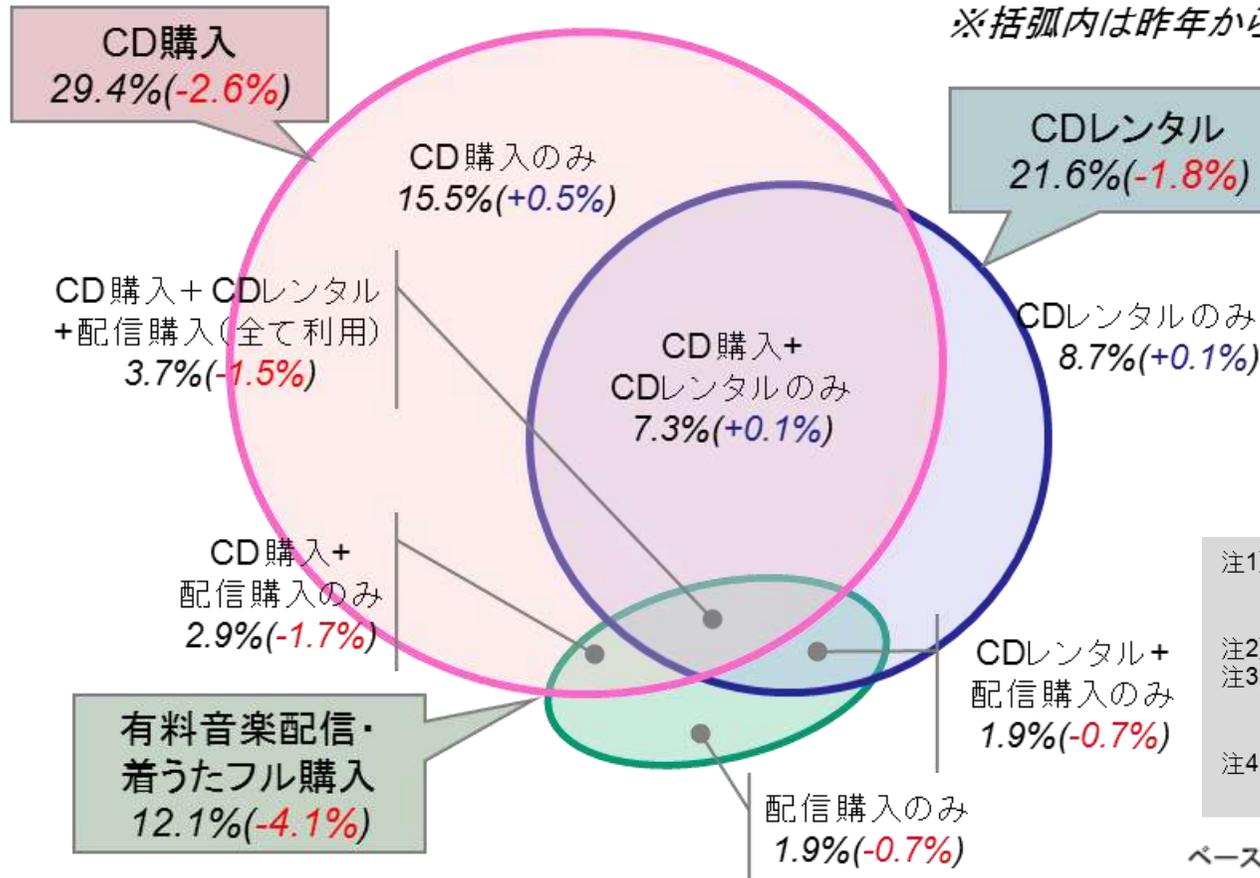
CD購入・レンタル利用・インターネット有料音楽配信購入の構造

Q この半年間(2012年3月～8月)にどの程度の音楽CD、音楽ファイルを購入したり、有料でレンタルしたりしましたか。

■新品CD購入率は29.4%、有料音楽配信・着うたフル購入率は12.1%、CDレンタル率は21.6%。

【CD購入、CDレンタル利用、有料音楽配信・着うたフル購入の相互関係】

※括弧内は昨年からの変化



注1) CD購入、CDレンタル、有料音楽配信・着うたフルについてそれぞれ過去半年間以内の購入率・レンタル率(1作品以上購入・レンタル)を表す。

注2) CDは新品のみを集計。中古CDに係る購入は含まれない。
注3) 有料音楽配信・着うたフルについては、有料音楽配信又は着うたフルを購入した場合を表す。便宜上、図中はその他表記は「配信」と記載。

注4) CD購入・CDレンタル・有料音楽配信のいずれについても、アルバムまたはシングルを購入・レンタルした場合を表す。

ベース: 全対象者 (N=4948)

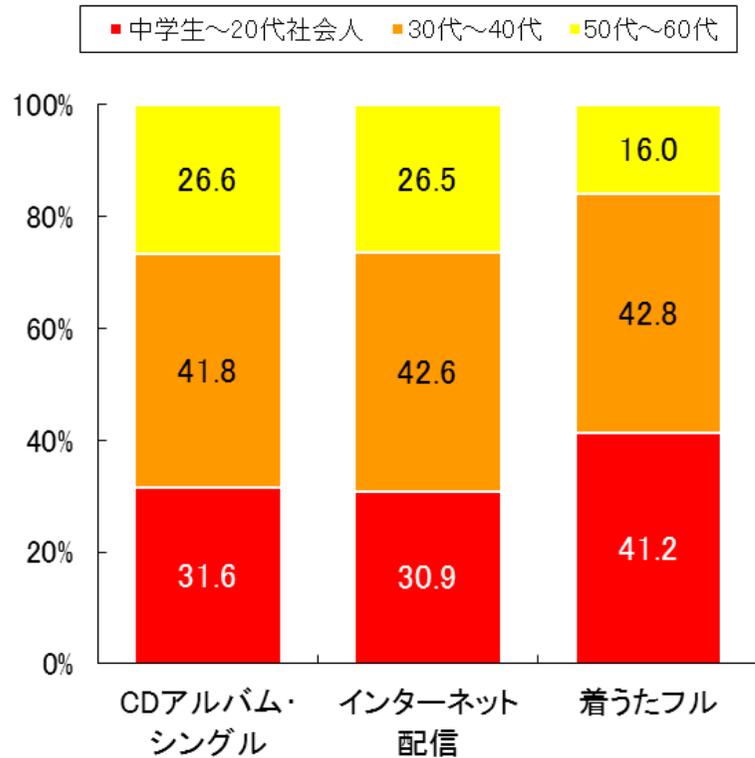
年代別 推定マーケットシェア

Q この半年間(2012年3月～8月)にどの程度の音楽CD、音楽ファイルを購入したり、有料でレンタルしたりしましたか。

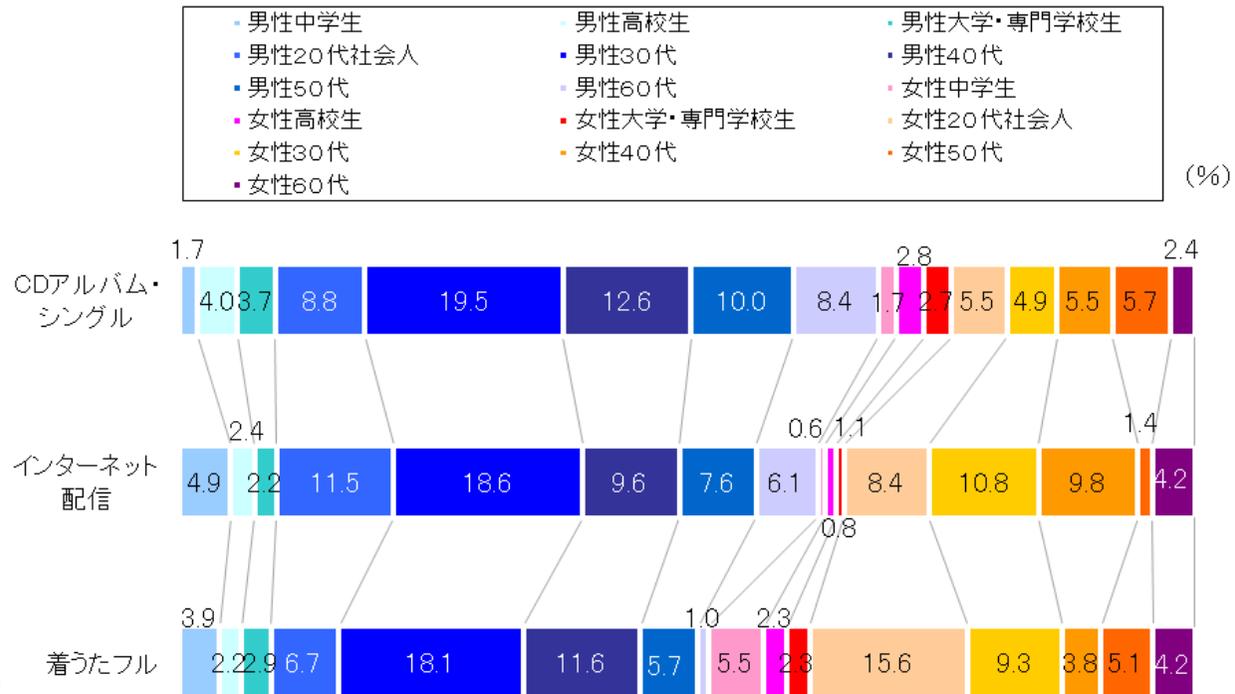
■CD(セル)市場、有料音楽配信市場は30代～40代のシェアが最も高い。

■着うたフル市場は、若年層と30代～40代のシェアが拮抗。

【各メディアの年代別推定マーケットシェア】



【性・年代別の推定マーケットシェア】



マーケットシェアの推計方法(2012年)

性・年代別、居住地域別のアルバム・シングル(新品・中古含む)年間購入枚数合計(いずれかを購入した人の合計枚数)を、それぞれ実際の人口※1及び平均単価※2を乗じて構成比を算出
 ※1:平成24年10月1日時点(総務省統計局公開情報に基づく)
 ※2:パッケージ商品平均単価(アルバム1枚=973円、シングル1枚=676円)、有料音楽配信(アルバムトラック=1,068円、シングルトラック=171円、着うたフル=330円)は、日本レコード協会

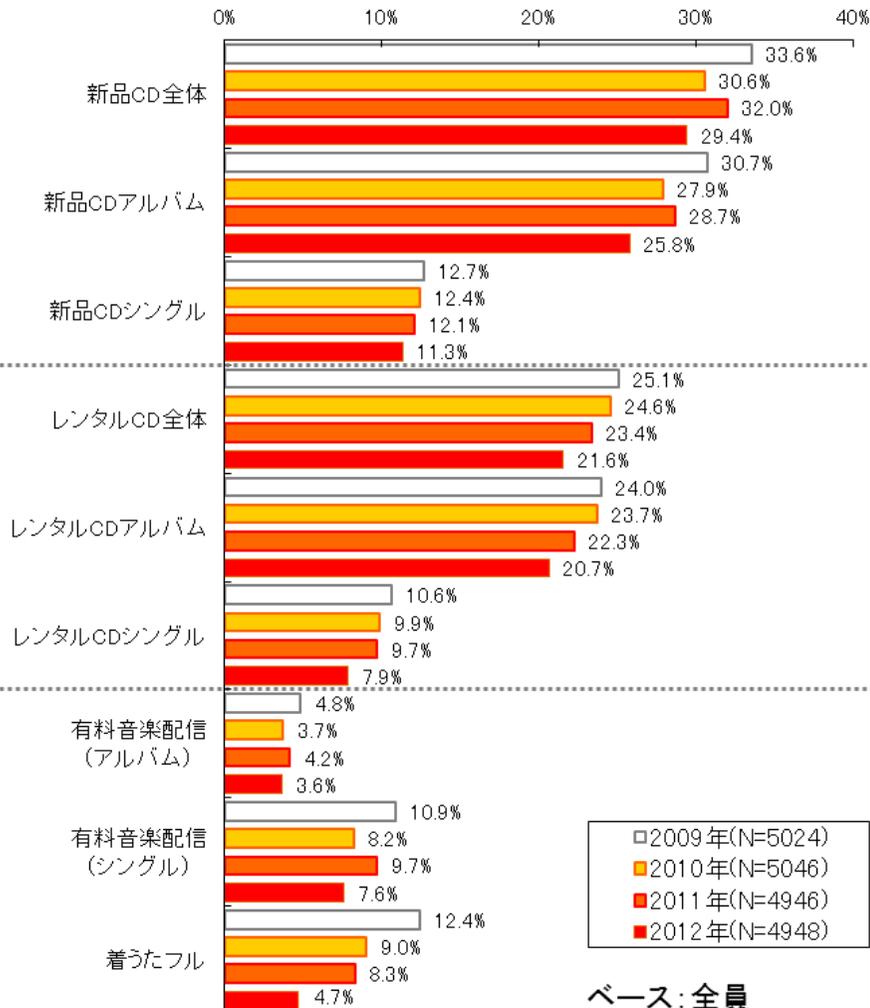
CD生産実績2012年8月実績および有料音楽配信売上実績2012年4月～6月実績より、それぞれの金額を数量で除して算出

CD購入・レンタル率、平均購入数

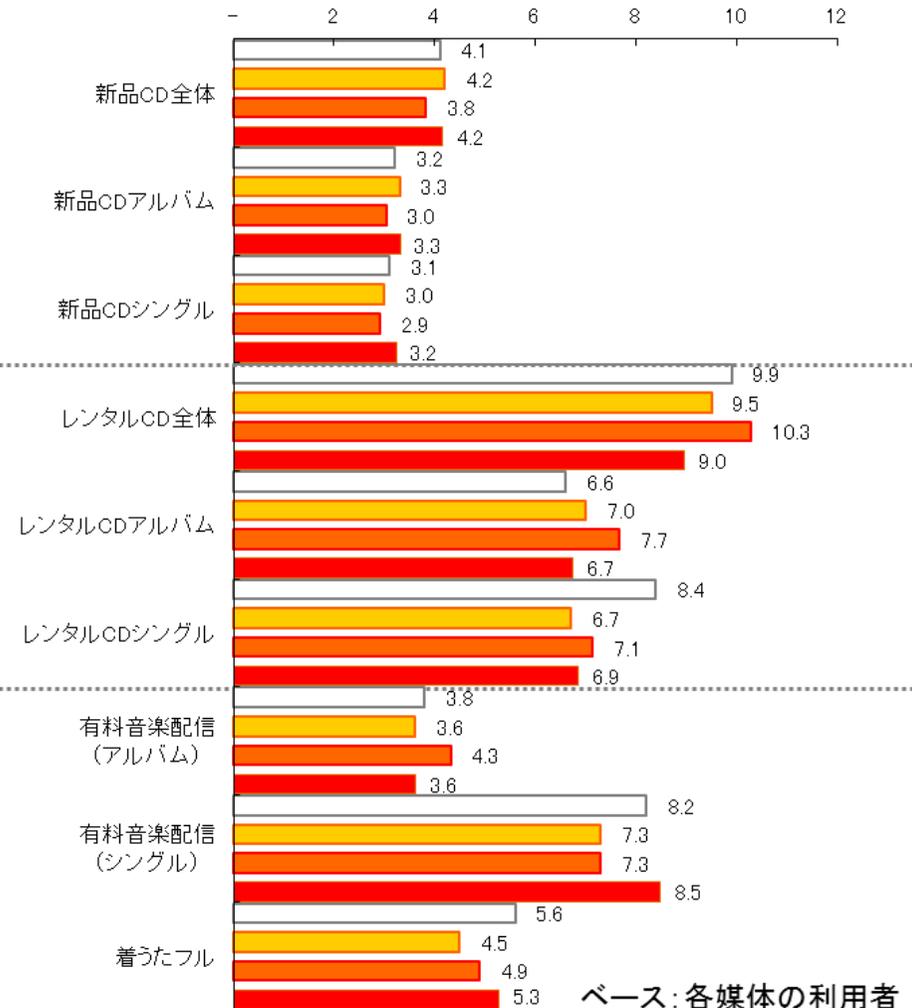
Q この半年間(2012年3月～8月)にどの程度の音楽CD、音楽ファイルを購入したり、有料でレンタルしたりしましたか。

■利用率(1以上購入・レンタル)ではいずれのメディアにおいても減少。購入数では、新品CD(アルバム、シングル)、有料音楽配信(シングル)、着うたフルが増加。

【過去半年間のCDの購入率/レンタル率】



【過去半年間のCDの平均購入枚数/レンタル枚数】



各メディアの利用率の推移

Q この半年間(2012年3月～8月)にどの程度の音楽CD、音楽ファイルを購入したり、有料でレンタルしたりしましたか。

■全般的に男性の若年層・50代以上のユーザーの平均購入数量が増加。

■新品CD購入は、高校生と50代以上が上昇。

■レンタルは男性が減少、女性が上昇。

■有料音楽配信（アルバム）と着うたフルはほとんどの年代で減少したものの、有料音楽配信（シングル）では男性が上昇傾向。

【年代別の一人あたり平均購入・レンタル数】

		新品CDアルバム		新品CDシングル		レンタルアルバム		レンタルシングル		有料配信アルバム		有料配信シングル		着うたフル	
		2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
合計		0.85	0.87	0.37	0.35	1.40	1.71	0.54	0.69	0.13	0.18	0.72	0.70	0.25	0.40
男性計		1.11	1.02	0.40	0.39	1.53	1.99	0.52	0.74	0.17	0.25	0.92	0.79	0.26	0.39
女子計		0.60	0.72	0.33	0.32	1.26	1.44	0.56	0.64	0.09	0.11	0.51	0.62	0.23	0.41
男性	中学生	0.45	0.46	0.66	0.65	1.15	1.36	0.77	0.89	0.52	0.05	0.35	0.26	0.50	0.16
	高校生	1.40	0.80	1.43	1.07	1.85	1.86	1.50	1.00	0.09	0.13	1.59	0.81	0.28	0.76
	大学・専門学校生	1.09	1.19	0.72	1.12	2.41	2.94	1.11	1.11	0.10	0.25	0.32	0.86	0.25	0.58
	20代社会人	1.60	1.66	0.79	0.54	3.31	4.14	1.23	1.65	0.30	0.79	0.77	1.48	0.30	0.80
	30代	1.51	1.27	0.37	0.38	1.67	2.68	0.54	1.06	0.27	0.34	1.14	1.07	0.46	0.58
	40代	0.90	0.95	0.19	0.19	1.11	2.18	0.33	0.90	0.17	0.25	0.31	1.25	0.33	0.37
	50代	1.18	1.01	0.14	0.12	1.66	1.14	0.23	0.13	0.13	0.12	1.12	0.38	0.16	0.16
60代	0.68	0.55	0.22	0.15	0.50	0.43	0.05	0.11	0.03	0.06	3.02	0.17	0.03	0.08	
女性	中学生	0.67	0.56	0.61	0.72	1.53	1.31	1.95	1.13	0.05	0.38	0.18	0.44	0.74	0.32
	高校生	0.91	0.79	1.37	1.06	2.04	2.57	1.40	1.21	0.08	0.03	0.23	0.47	0.31	0.56
	大学・専門学校生	0.81	0.82	0.71	0.73	2.74	2.38	0.78	0.65	0.01	0.15	0.32	0.62	0.21	0.45
	20代社会人	1.02	1.22	0.68	0.57	2.92	2.93	1.55	1.01	0.27	0.34	0.37	1.04	0.73	0.75
	30代	0.51	0.62	0.16	0.18	1.39	1.25	0.51	1.07	0.13	0.05	0.67	0.64	0.25	0.54
	40代	0.53	0.79	0.24	0.14	1.37	1.67	0.30	0.60	0.11	0.12	0.93	1.00	0.11	0.29
	50代	0.82	0.85	0.24	0.26	0.50	0.69	0.40	0.25	0.02	0.04	0.15	0.32	0.14	0.41
60代	0.21	0.32	0.07	0.07	0.27	0.81	0.04	0.20	0.08	0.10	0.31	0.44	0.11	0.21	

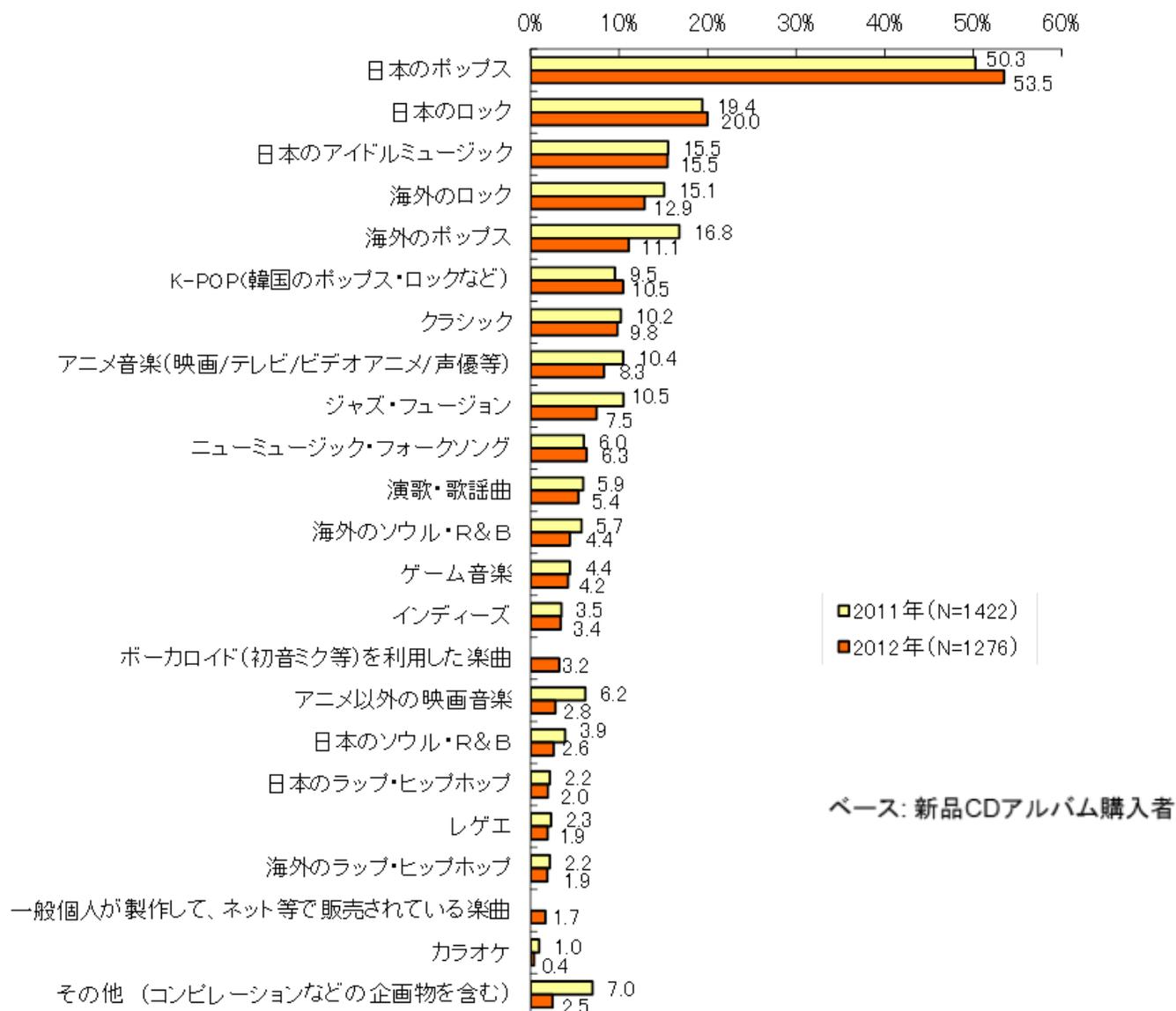
昨年より上昇 太字: 平均より25%以上高い

Ⅲ. 購入楽曲のジャンル

購入した新品CDアルバムのジャンル

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した新品CDアルバムのジャンルは何ですか。(MA)

■購入したアルバムのジャンルは日本のポップスが最も多い。



購入した新品CDアルバムのジャンル：性年代別①

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した新品CDアルバムのジャンルは何ですか。(MA)

		N (WB)	N	演歌・歌 謡曲	日本の ポップス	日本のア イドル ミュージック	ニュー ミュージック・ フォーク ソング	日本の ロック	K- POP(韓 国のポッ プス・ロッ クなど)	海外の ポップス	海外の ロック	日本のソ ウル・R &B	海外のソ ウル・R &B	日本のラ ップ・ ヒップ ホップ	海外のラ ップ・ ヒップ ホップ
全体		1276	1417	5.4	53.5	15.5	6.3	20.0	10.5	11.1	12.9	2.6	4.4	2.0	1.9
性別	男性	633	694	7.6	54.5	15.6	7.1	24.0	7.2	12.8	17.5	2.5	5.2	2.8	2.8
	女性	642	723	3.2	52.5	15.3	5.6	16.0	13.7	9.3	8.3	2.6	3.7	1.2	1.0
年代別	中学生	45	113	4.9	36.1	30.4	2.0	20.4	11.3	8.1	6.5	3.6	3.6	4.6	4.2
	高校生	94	262	1.8	52.7	26.1	2.4	29.4	9.2	7.2	8.3	2.2	2.2	1.3	3.7
	大学・専門学生	139	251	3.3	56.2	18.0	2.6	32.4	6.4	9.3	11.3	3.6	3.5	4.3	1.9
	20代社会人	151	231	2.8	55.0	20.9	2.9	27.7	10.1	11.9	17.7	3.7	6.6	4.1	3.7
	30代	270	174	3.6	65.3	12.2	2.1	21.2	13.5	11.0	18.4	2.9	4.2	2.5	1.6
	40代	220	155	2.1	56.5	17.9	9.7	19.6	11.2	5.9	13.1	2.6	4.9	0.6	0.6
	50代	218	148	7.2	45.2	11.5	15.0	10.9	12.6	20.0	14.3	1.8	7.0	0.7	2.2
	60代	139	83	18.8	40.7	3.6	7.2	5.0	5.0	9.8	1.0	0.9	0.7	0.0	0.0
男性	中学生	20	48	10.8	37.6	32.6	4.4	29.7	9.4	11.6	9.2	6.5	6.5	8.6	5.8
	高校生	46	118	1.5	51.7	21.4	2.9	24.5	4.8	3.7	10.1	2.5	2.4	0.7	4.5
	大学・専門学生	78	141	0.4	57.6	12.8	4.6	28.2	7.1	7.9	13.6	2.8	5.1	4.6	2.8
	20代社会人	65	104	4.5	52.9	20.7	4.8	35.9	7.3	11.1	22.2	3.0	6.6	5.3	6.4
	30代	145	91	4.8	68.4	15.9	3.9	29.4	11.1	12.8	22.9	3.4	4.6	3.8	1.6
	40代	106	75	2.5	55.0	16.0	10.4	27.2	3.8	10.2	23.3	0.7	5.4	1.2	1.3
	50代	105	74	9.9	47.5	13.8	15.5	13.0	7.9	23.5	18.5	2.4	9.3	1.4	4.6
	60代	67	43	32.9	39.8	6.1	4.8	6.4	4.1	14.3	2.1	1.9	0.0	0.0	0.0
女性	中学生	24	65	0.0	34.8	28.7	0.0	12.6	12.8	5.2	4.1	1.2	1.2	1.2	2.9
	高校生	49	144	2.1	53.6	30.4	1.9	34.1	13.3	10.4	6.7	1.9	2.1	2.0	3.0
	大学・専門学生	61	110	6.9	54.4	24.5	0.0	37.8	5.4	11.1	8.3	4.8	1.4	3.8	0.9
	20代社会人	85	127	1.4	56.6	21.1	1.4	21.5	12.2	12.5	14.2	4.2	6.5	3.3	1.6
	30代	125	83	2.2	61.6	7.9	0.0	11.9	16.4	8.9	13.1	2.3	3.7	1.0	1.7
	40代	114	80	1.8	57.9	19.7	9.1	12.4	18.2	1.9	3.5	4.3	4.3	0.0	0.0
	50代	112	74	4.7	42.9	9.3	14.6	8.9	17.1	16.7	10.4	1.1	4.9	0.0	0.0
	60代	72	40	5.6	41.5	1.4	9.5	3.7	5.8	5.7	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0

白抜き

全体平均よりも5pt以上高い箇所

二重線太字

全体平均よりも5pt以上低い箇所

ベース: 新品CDアルバム購入者

購入した新品CDアルバムのジャンル：性年代別②

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した新品CDアルバムのジャンルは何ですか。(MA)

		N (WB)	N	ジャズ・ フュージョン	レゲエ	クラシック	アニメ以外 の映画音楽	アニメ音楽 (映画/テレ ビ/ビデオア ニメ/声優 等)	ゲーム音楽	カラオケ	インディーズ	ボーカロイド (初音ミク 等)を利用 した楽曲	一般個人が製 作して、ネット 等で販売され ている楽曲(同 人誌即売会で の販売、ニコニ コ動画等を経由 しての販売等)	その他 (コ ンピューショ ンなどの企 画物を含む)
全体		1276	1417	7.5	1.9	9.8	2.8	8.3	4.2	0.4	3.4	3.2	1.7	2.5
性別	男性	633	694	9.9	2.3	9.7	4.3	11.3	6.1	0.4	4.3	3.0	1.7	1.6
	女性	642	723	5.1	1.6	10.0	1.3	5.3	2.4	0.3	2.6	3.5	1.6	3.4
年代別	中学生	45	113	2.9	3.1	3.9	1.6	21.8	9.7	1.9	5.2	16.8	5.4	0.5
	高校生	94	262	2.6	0.8	2.2	3.5	22.9	16.2	1.1	5.9	13.8	5.5	1.6
	大学・専門学校	139	251	4.3	3.4	5.3	6.4	17.1	9.5	1.2	7.2	4.4	3.4	2.8
	20代社会人	151	231	2.1	2.8	6.7	1.2	8.9	4.3	0.0	4.8	2.6	2.8	1.8
	30代	270	174	6.3	2.7	5.1	2.4	6.3	3.7	0.5	3.4	2.7	0.8	2.0
	40代	220	155	5.7	1.5	6.6	3.4	5.8	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	2.4
	50代	218	148	13.3	1.4	17.1	2.0	3.3	2.1	0.0	1.5	1.6	0.0	3.2
	60代	139	83	17.2	0.0	27.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	4.4
男性	中学生	20	48	4.4	5.3	6.0	2.0	17.9	13.0	4.2	4.2	4.9	4.9	0.0
	高校生	46	118	3.4	0.7	1.0	3.5	27.5	21.6	0.6	3.7	8.8	4.3	0.7
	大学・専門学校	78	141	6.9	5.4	5.8	8.3	21.0	14.2	2.2	7.2	5.2	4.7	1.1
	20代社会人	65	104	3.0	5.0	6.1	2.8	15.3	7.0	0.0	8.3	4.0	5.0	2.0
	30代	145	91	6.6	2.3	4.8	3.5	9.8	6.0	0.0	5.4	4.1	0.6	2.0
	40代	106	75	6.5	0.7	8.4	5.7	11.2	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	2.5
	50代	105	74	18.2	1.4	18.8	2.9	2.6	1.4	0.0	1.0	1.2	0.0	1.0
	60代	67	43	26.0	0.0	22.9	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9
女性	中学生	24	65	1.7	1.2	2.3	1.2	25.0	7.0	0.0	6.0	26.6	5.8	0.9
	高校生	49	144	1.9	0.8	3.3	3.6	18.6	11.2	1.5	7.9	18.5	6.5	2.4
	大学・専門学校	61	110	0.9	0.9	4.6	3.9	12.2	3.4	0.0	7.1	3.3	1.7	4.9
	20代社会人	85	127	1.4	1.1	7.1	0.0	4.0	2.3	0.0	2.2	1.6	1.1	1.6
	30代	125	83	6.1	3.1	5.4	1.1	2.3	1.1	1.2	1.1	1.1	1.0	2.1
	40代	114	80	5.0	2.2	4.8	1.2	0.7	0.0	0.0	1.2	0.0	0.0	2.3
	50代	112	74	8.7	1.4	15.5	1.1	4.0	2.8	0.0	2.0	2.0	0.0	5.3
	60代	72	40	9.0	0.0	32.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	6.7

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所

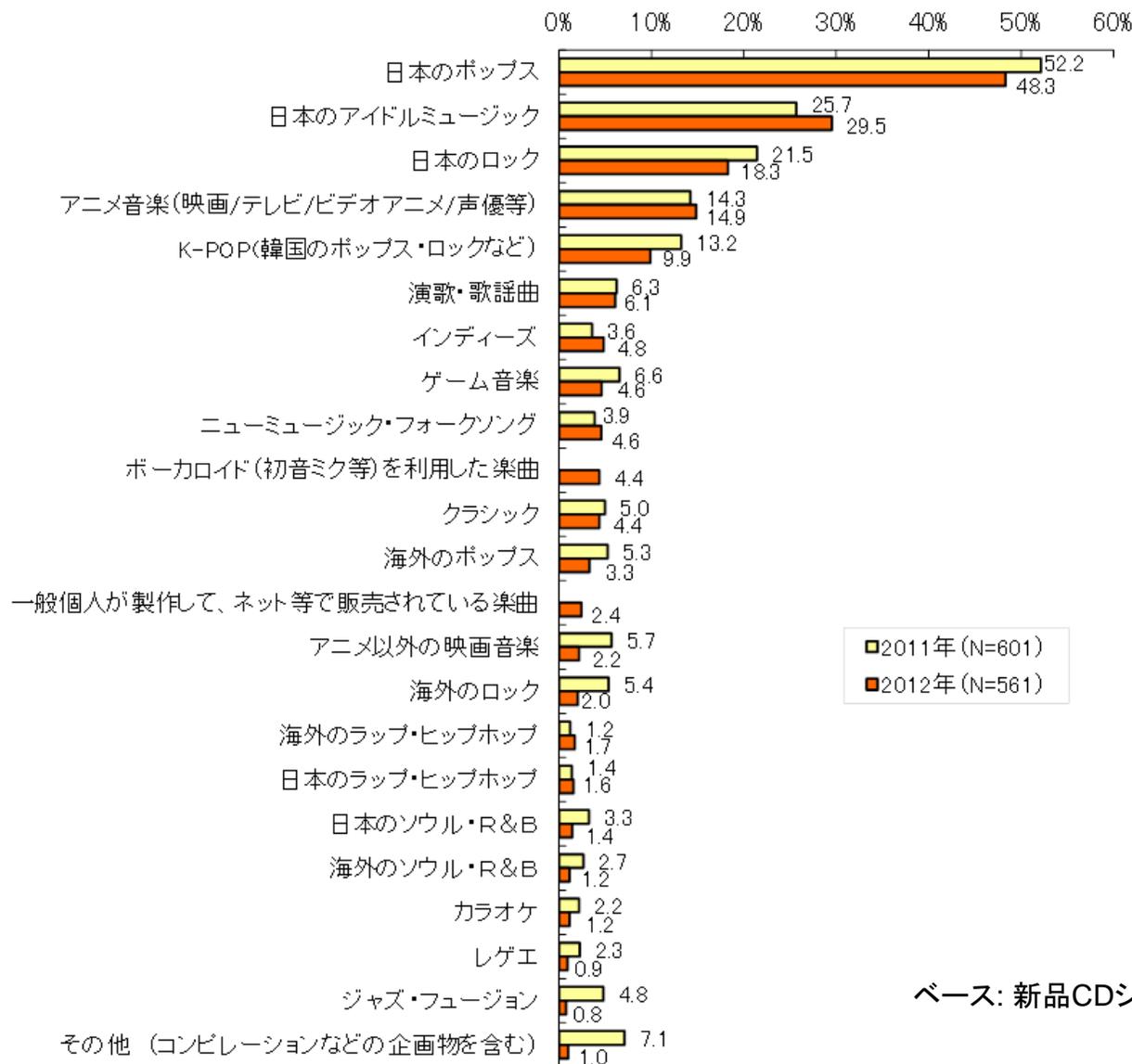
二重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

ベース: 新品CDアルバム購入者

購入した新品CDシングルジャンル

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した新品CDシングルジャンルは何ですか。(MA)

■ 購入したシングルのジャンルでは、日本のポップスが最も多いものの、昨年より減少。



ベース: 新品CDシングル購入者

購入した新品CDシングルジャンル：性年代別①

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した新品CDシングルジャンルは何ですか。(MA)

		N (WB)	N	演歌・歌謡曲	日本のポップス	日本のアイドルミュージック	ニューミュージック・フォークソング	日本のロック	K-POP(韓国のポップス・ロックなど)	海外のポップス	海外のロック	日本のソウル・R&B	海外のソウル・R&B	日本のラップ・ヒップホップ	海外のラップ・ヒップホップ
全体		561	804	6.1	48.3	29.5	4.6	18.3	9.9	3.3	2.0	1.4	1.2	1.6	1.7
性別	男性	264	366	7.8	53.0	26.9	3.9	19.4	4.0	4.9	3.6	1.6	1.0	2.4	3.1
	女性	297	438	4.6	44.2	31.8	5.3	17.3	15.2	1.9	0.7	1.4	1.4	0.9	0.5
年代別	中学生	39	97	2.7	36.7	48.3	1.4	18.0	11.9	5.8	5.7	2.9	1.4	5.1	3.2
	高校生	92	252	1.4	47.4	30.2	0.9	21.9	7.7	2.5	2.8	1.9	0.9	0.9	2.2
	大学・専門学校生	96	171	6.6	51.0	30.4	3.6	26.9	5.9	2.8	3.1	0.9	0.7	3.0	1.3
	20代社会人	70	105	0.8	60.1	27.2	1.7	21.5	7.9	1.7	1.2	1.2	0.0	1.4	4.3
	30代	83	52	5.2	57.6	27.5	2.7	19.2	11.7	1.7	3.4	0.0	1.7	1.7	1.7
	40代	78	57	6.9	41.1	46.2	5.6	11.4	7.3	4.5	0.0	2.8	1.8	1.0	1.0
	50代	62	44	4.2	45.9	17.8	9.6	15.6	21.4	5.6	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0
	60代	41	26	30.7	33.6	2.4	17.6	0.0	9.5	4.1	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0
男性	中学生	16	36	6.5	48.1	38.7	0.0	22.3	5.5	8.8	8.6	3.7	0.0	5.5	4.3
	高校生	42	107	2.3	43.6	26.4	0.7	16.0	2.3	2.9	3.6	0.7	0.9	0.7	3.9
	大学・専門学校生	47	90	6.2	56.1	29.0	6.2	32.2	3.7	5.6	6.2	1.9	1.4	6.0	2.6
	20代社会人	33	51	0.0	57.6	22.8	0.0	30.3	1.6	0.0	2.5	0.9	0.0	0.0	7.2
	30代	51	30	8.6	56.3	24.8	4.5	22.1	6.1	2.8	5.7	0.0	2.8	2.8	2.8
	40代	33	25	6.4	56.5	45.7	4.0	4.0	2.4	8.1	0.0	2.4	0.0	2.4	2.4
	50代	22	16	4.9	60.0	22.4	4.3	15.1	4.9	16.1	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0
	60代	20	11	40.0	40.5	0.0	12.4	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性	中学生	23	61	0.0	28.9	54.9	2.4	15.0	16.3	3.8	3.7	2.4	2.4	4.8	2.4
	高校生	50	145	0.6	50.6	33.4	1.1	26.9	12.3	2.2	2.2	3.0	0.8	1.1	0.8
	大学・専門学校生	49	81	6.9	46.1	31.8	1.1	21.9	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代社会人	36	54	1.5	62.4	31.2	3.3	13.5	13.7	3.3	0.0	1.5	0.0	2.7	1.7
	30代	33	22	0.0	59.6	31.6	0.0	14.9	20.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40代	45	32	7.3	29.8	46.5	6.8	16.8	11.0	1.8	0.0	3.1	3.1	0.0	0.0
	50代	41	28	3.8	38.4	15.4	12.4	15.9	30.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60代	21	15	21.6	26.8	4.7	22.6	0.0	11.9	8.1	0.0	0.0	8.1	0.0	0.0

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所

二重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

※グレーの網掛け部分は回答者数が少ないため、参考値

ベース: 新品CDシングル購入者

購入した新品CDシングルジャンル：性年代別②

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した新品CDシングルジャンルは何ですか。(MA)

		N (WB)	N	ジャズ・ フュージョン	レゲエ	クラシック	アニメ以外 の映画音楽	アニメ音楽 (映画/テレビ/ ビデオアニメ/ 声優等)	ゲーム音楽	カラオケ	インディーズ	ボーカロイド (初音ミク等) を利用した楽曲	一般個人が製作して、ネット 等で販売されている楽曲 (同人誌即売会での販売、 ニコニコ動画等を経由して の販売等)	その他 (コンピレーション などの企画物を含む)
全体		561	804	0.8	0.9	4.4	2.2	14.9	4.6	1.2	4.8	4.4	2.4	1.0
性別	男性	264	366	1.5	1.6	4.9	2.5	19.7	7.2	2.2	6.8	4.1	2.8	0.4
	女性	297	438	0.2	0.3	3.9	2.0	10.6	2.3	0.2	3.1	4.7	2.1	1.5
年代別	中学生	39	97	1.4	0.8	3.5	4.4	24.8	6.8	3.0	4.1	10.3	3.5	0.0
	高校生	92	252	0.0	0.3	2.5	0.9	26.2	10.7	0.3	4.5	11.9	6.3	1.7
	大学・専門学生	96	171	1.9	2.1	1.9	1.8	24.8	4.5	1.4	7.2	5.4	2.2	0.9
	20代社会人	70	105	1.9	1.7	0.0	1.7	13.5	6.2	1.9	3.7	1.3	1.3	0.0
	30代	83	52	0.0	1.7	5.2	3.4	15.8	4.9	0.0	4.9	3.3	3.3	0.0
	40代	78	57	1.0	0.0	1.7	0.0	4.2	1.0	1.0	3.8	1.0	1.0	2.8
	50代	62	44	0.0	0.0	3.5	3.7	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0
	60代	41	26	0.0	0.0	27.3	4.1	0.0	0.0	3.8	6.2	0.0	0.0	2.4
男性	中学生	16	36	0.0	2.0	8.5	5.3	31.0	9.1	5.3	4.6	18.5	6.5	0.0
	高校生	42	107	0.0	0.0	3.1	0.0	34.8	15.3	0.0	2.5	8.9	5.9	0.0
	大学・専門学生	47	90	3.9	4.3	1.2	3.6	24.9	4.7	2.9	7.9	2.7	2.4	0.7
	20代社会人	33	51	3.9	1.7	0.0	0.0	24.3	11.9	3.9	7.8	1.6	1.7	0.0
	30代	51	30	0.0	2.8	8.6	5.7	20.8	8.1	0.0	8.1	2.8	2.8	0.0
	40代	33	25	2.4	0.0	4.0	0.0	5.9	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
	50代	22	16	0.0	0.0	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0	10.5	0.0	0.0	0.0
	60代	20	11	0.0	0.0	19.5	0.0	0.0	0.0	7.6	12.4	0.0	0.0	0.0
女性	中学生	23	61	2.4	0.0	0.0	3.8	20.6	5.2	1.4	3.7	4.6	1.4	0.0
	高校生	50	145	0.0	0.6	2.1	1.7	18.9	6.7	0.6	6.2	14.4	6.6	3.2
	大学・専門学生	49	81	0.0	0.0	2.5	0.0	24.7	4.2	0.0	6.6	8.1	2.0	1.2
	20代社会人	36	54	0.0	1.7	0.0	3.3	3.7	1.0	0.0	0.0	1.0	1.0	0.0
	30代	33	22	0.0	0.0	0.0	0.0	8.1	0.0	0.0	0.0	4.1	3.9	0.0
	40代	45	32	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	4.9	0.0	0.0	3.1
	50代	41	28	0.0	0.0	5.4	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60代	21	15	0.0	0.0	34.9	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所

二重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

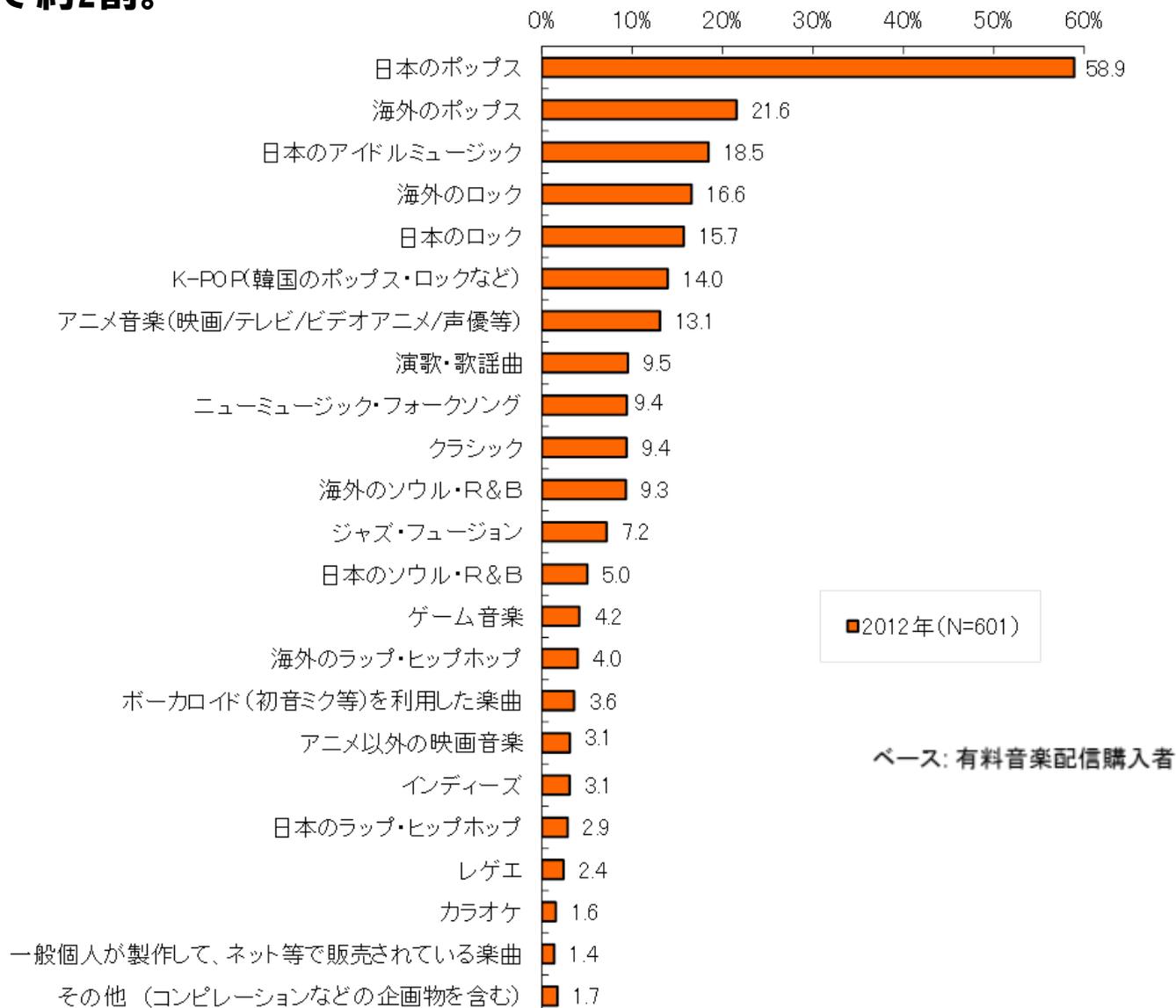
※グレーの網掛け部分は回答者数が少ないため、参考値

ベース: 新品CDシングル購入者

購入した有料音楽配信のジャンル

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した有料音楽配信のジャンルは何ですか。(MA)

■有料音楽配信の購入ジャンルで最も多いのは、日本のポップスで約6割、次いで海外のポップスで約2割。



購入した有料音楽配信のジャンル：性年代別①

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した有料音楽配信のジャンルは何ですか。(MA)

		N (WB)	N	演歌・歌謡曲	日本のポップス	日本のアイドルミュージック	ニューミュージック・フォークソング	日本のロック	K-POP(韓国のポップス・ロックなど)	海外のポップス	海外のロック	日本のソウル・R&B	海外のソウル・R&B	日本のラップ・ヒップホップ	海外のラップ・ヒップホップ
全体		601	650	9.5	58.9	18.5	9.4	15.7	14.0	21.6	16.6	5.0	9.3	2.9	4.0
性別	男性	304	327	12.3	57.4	17.3	11.1	18.6	10.2	20.6	22.4	7.2	11.6	4.3	3.5
	女性	297	323	6.6	60.5	19.7	7.7	12.8	17.8	22.6	10.6	2.8	6.9	1.4	4.4
年代別	中学生	22	53	4.7	41.7	34.2	2.7	13.9	23.3	14.4	7.7	2.7	3.3	8.1	4.0
	高校生	39	103	7.3	54.2	21.0	6.0	17.3	13.1	15.0	5.3	4.0	4.1	2.4	4.2
	大学・専門学生	52	94	6.6	53.0	18.0	3.1	21.6	11.4	21.1	13.2	6.1	11.1	2.7	9.3
	20代社会人	84	123	4.3	69.6	29.2	2.1	20.8	14.5	23.5	20.3	8.5	5.4	5.0	5.6
	30代	164	113	6.9	61.9	20.7	4.8	15.1	9.2	26.8	20.8	4.8	8.5	2.7	3.7
	40代	116	82	10.0	59.4	15.8	14.3	22.8	19.6	20.1	22.2	4.2	9.6	1.1	1.2
	50代	80	56	13.6	62.1	11.5	17.0	4.4	17.9	9.5	8.8	3.5	11.0	4.2	5.6
	60代	44	26	28.1	39.6	0.0	28.0	3.3	8.1	33.8	11.4	5.3	21.4	0.0	0.0
男性	中学生	11	27	9.1	42.9	16.6	5.2	19.0	6.0	24.6	14.7	5.2	6.4	12.8	7.6
	高校生	19	47	8.2	59.3	23.2	8.4	16.8	11.3	18.1	5.4	3.8	5.4	0.0	7.5
	大学・専門学生	30	56	6.3	55.3	21.9	1.3	18.2	14.2	32.5	19.5	10.7	9.5	4.8	8.2
	20代社会人	38	59	0.0	57.7	26.0	1.5	26.2	6.5	16.3	29.1	7.9	7.1	6.4	2.9
	30代	81	53	7.4	66.4	26.4	8.0	23.4	9.2	24.9	22.3	7.2	7.7	3.8	3.3
	40代	60	44	7.9	58.3	7.9	11.5	20.3	13.3	19.6	31.1	5.8	11.6	2.2	0.0
	50代	41	27	26.7	56.0	9.4	18.1	8.8	15.3	8.2	17.3	6.9	16.2	8.2	5.6
	60代	25	14	45.2	35.6	0.0	39.5	5.7	0.0	21.8	19.9	9.2	33.4	0.0	0.0
女性	中学生	10	26	0.0	40.4	53.4	0.0	8.2	42.3	3.1	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0
	高校生	20	56	6.4	49.3	18.8	3.7	17.8	15.0	11.9	5.1	4.2	2.8	4.8	1.1
	大学・専門学生	23	38	7.0	49.9	12.9	5.4	26.0	7.8	6.3	5.0	0.0	13.2	0.0	10.7
	20代社会人	46	64	7.8	79.4	31.9	2.6	16.2	21.1	29.4	13.0	9.0	4.1	3.8	7.8
	30代	84	60	6.5	57.6	15.2	1.8	7.1	9.1	28.7	19.2	2.5	9.3	1.5	4.0
	40代	56	38	12.3	60.6	24.1	17.2	25.4	26.3	20.6	12.6	2.5	7.4	0.0	2.5
	50代	39	29	0.0	68.4	13.7	15.8	0.0	20.5	10.8	0.0	0.0	5.6	0.0	5.6
	60代	19	12	5.2	44.8	0.0	12.6	0.0	19.1	49.9	0.0	0.0	5.2	0.0	0.0

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所

二重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

※グレーの網掛け部分は回答者数が少ないため、参考値

購入した有料音楽配信のジャンル：性年代別②

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した有料音楽配信のジャンルは何ですか。(MA)

		N (WB)	N	ジャズ・ フュージョン	レゲエ	クラシック	アニメ以外 の映画音楽	アニメ音楽 (映画/テレ ビ/ビデオ アニメ/声優 等)	ゲーム音楽	カラオケ	インディー ズ	ボーカロイド (初音ミク 等)を利用 した楽曲	一般個人が製 作して、ネット 等で販売され ている楽曲 (同人誌即売 会での販売、 ニコニコ動画 等を経由して の販売等)	その他 (コ ンピレーショ ンなどの企 画物を含む)
全体		601	650	7.2	2.4	9.4	3.1	13.1	4.2	1.6	3.1	3.6	1.4	1.7
性別	男性	304	327	6.2	2.3	7.3	2.9	12.9	4.9	1.9	2.3	3.7	0.7	1.6
	女性	297	323	8.2	2.5	11.5	3.3	13.3	3.5	1.3	3.9	3.5	2.0	1.9
年代別	中学生	22	53	<u>0.0</u>	2.7	3.7	4.3	26.1	6.9	1.4	5.5	13.3	6.5	0.0
	高校生	39	103	<u>0.0</u>	1.9	1.9	2.2	23.4	9.4	0.0	2.4	14.1	4.8	2.4
	大学・専門学生	52	94	10.1	11.1	9.3	7.2	27.1	11.7	6.8	7.0	6.2	3.9	2.3
	20代社会人	84	123	4.2	3.4	10.5	2.4	10.6	5.4	0.0	3.2	2.4	0.7	1.5
	30代	164	113	2.9	0.5	7.5	2.8	11.6	1.8	0.9	1.6	3.3	0.0	0.8
	40代	116	82	6.4	2.3	11.1	3.5	15.4	4.7	0.0	4.1	2.2	2.1	0.0
	50代	80	56	17.1	1.4	12.4	0.0	3.1	1.2	1.3	0.0	0.0	0.0	4.0
	60代	44	26	19.4	0.0	13.6	5.9	3.5	0.0	7.1	5.9	0.0	0.0	5.6
男性	中学生	11	27	<u>0.0</u>	5.2	5.2	6.3	26.1	13.1	0.0	5.2	6.4	7.6	0.0
	高校生	19	47	<u>0.0</u>	0.0	3.9	2.3	22.1	14.8	0.0	0.0	14.1	2.3	1.6
	大学・専門学生	30	56	11.9	9.5	4.9	5.5	22.2	7.2	5.9	4.3	3.7	1.3	0.0
	20代社会人	38	59	2.9	3.0	6.2	2.9	16.3	10.5	0.0	3.0	3.7	1.5	3.4
	30代	81	53	1.5	0.0	4.4	4.6	11.5	2.0	1.8	0.0	5.1	0.0	0.0
	40代	60	44	1.3	4.4	7.1	2.2	14.4	4.5	0.0	6.7	2.2	0.0	0.0
	50代	41	27	24.4	0.0	19.3	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	7.9
	60代	25	14	9.2	0.0	5.7	0.0	6.1	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0
女性	中学生	10	26	<u>0.0</u>	0.0	2.1	2.1	26.1	0.0	2.9	5.8	21.0	5.3	0.0
	高校生	20	56	<u>0.0</u>	3.7	0.0	2.1	24.6	4.2	0.0	4.8	14.1	7.2	3.1
	大学・専門学生	23	38	7.8	13.2	15.0	9.5	33.7	17.6	8.0	10.4	9.5	7.2	5.4
	20代社会人	46	64	5.3	3.8	14.1	2.0	5.9	1.2	0.0	3.4	1.3	0.0	0.0
	30代	84	60	4.2	1.0	10.6	1.0	11.7	1.5	0.0	3.2	1.6	0.0	1.6
	40代	56	38	11.9	0.0	15.4	4.8	16.4	4.9	0.0	1.5	2.3	4.4	0.0
	50代	39	29	9.6	2.9	5.2	0.0	6.4	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60代	19	12	33.2	0.0	24.3	13.9	0.0	0.0	8.9	13.9	0.0	0.0	13.1

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所

二重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

※グレーの網掛け部分は回答者数が少ないため、参考値

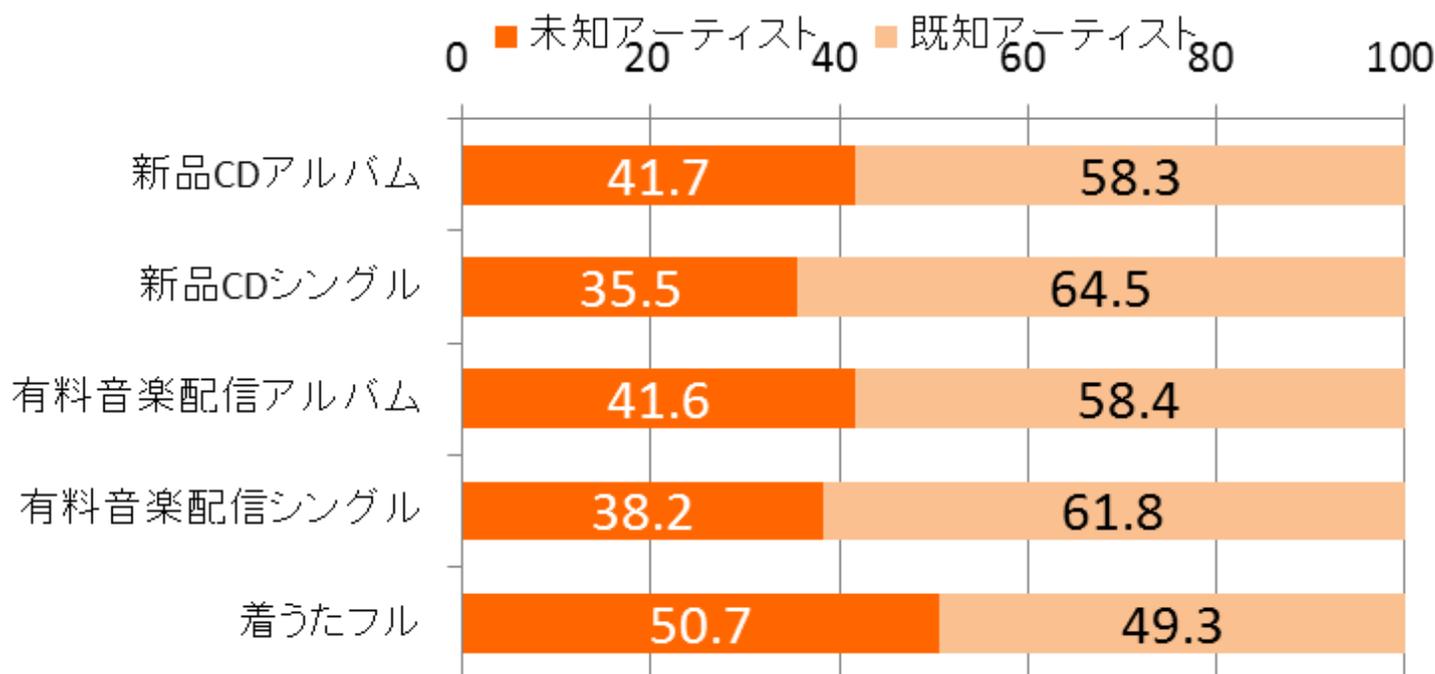
IV. 音楽の認知・購入経路

購入における未知アーティストの割合

Q この半年間(2012年3月～8月)に購入した音楽CD(アルバム・シングル)、有料音楽配信(アルバム、シングル)、着うたフルの中で、この半年以前に購入したことのなかったアーティストは何%程度ありましたか。(MA)

■新品CDと有料音楽配信では、ともに「未知アーティスト※1」対「既知アーティスト※2」の比率は約4：6。

■着うたフルでは、「未知アーティスト」の占める割合が50%超。



ベース: 各メディアの購入者

※1 未知アーティスト: この半年間以前に購入したことがなかったアーティスト

※2 既知アーティスト: 以前に購入したことがあるアーティスト

未知アーティスト購入のきっかけ

Q 購入するきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

■無料動画配信サイトの位置付けが急上昇。コンサート・ライブイベントは限定的ではあるが、新品CD、着うたフル・音楽ファイルの両方で10位となった。

【未知アーティストに関する新品CD購入のきっかけ(複数選択、上位10位)】 【未知アーティストに関する着うたフル・音楽ファイル購入のきっかけ(複数選択、上位10位)】

	2010年	2011年	2012年
1	テレビCM(楽曲のCM)【14.2%】	テレビ番組(音楽番組)【13.6%】	テレビ番組(音楽番組)【18.6%】
2	テレビ番組(音楽番組)【13.3%】	CD販売店【13.4%】	テレビCM(楽曲のCM)【17.2%】
3	[PC・携帯]YouTube【11.8%】	テレビCM(楽曲のCM)【12.3%】	無料動画配信サイト【16.9%】
4	CD販売店【11.5%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【11.0%】	家族、友人・知人【14.2%】
5	FMラジオ【11.1%】	ECサイト【10.8%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【14.0%】
6	友人・知人【9.0%】	家族、友人・知人【10.2%】	CD販売店【12.3%】
7	テレビCM(一般商品のCM)【8.1%】	無料動画配信サイト【9.0%】	FMラジオ【10.7%】
8	[PC]アーティストの公式サイト(ブログ以外)【7.9%】	テレビ番組(その他)【8.2%】	テレビ番組(その他)【9.3%】
9	ECサイト【7.3%】	テレビCM(一般商品のCM)【7.8%】	ECサイト【9.0%】
10	テレビ番組(ドラマ)【7.1%】	コンサート・ライブ等のイベント【7.0%】	コンサート・ライブ等のイベント【7.0%】

ベース: 未知アーティストの新品CD購入者
(2010年: N=989, 2011年: N=932, 2012年: N=883)

	2010年	2011年	2012年
1	テレビCM(楽曲のCM)【23.3%】	テレビ番組(音楽番組)【20.7%】	無料動画配信サイト【21.6%】
2	テレビ番組(音楽番組)【16.6%】	テレビCM(楽曲のCM)【18.2%】	テレビCM(楽曲のCM)【21.3%】
3	テレビCM(一般商品のCM)【16.3%】	無料動画配信サイト【14.0%】	テレビ番組(音楽番組)【17.3%】
4	テレビ番組(ドラマ)【15.9%】	有料音楽・動画配信サイト【12.9%】	有料音楽・動画配信サイト【14.0%】
5	[PC]アーティストの公式サイト(ブログ以外)【10.7%】	テレビ番組(その他)【11.9%】	家族、友人・知人【13.3%】
6	[PC・携帯]YouTube【9.6%】	家族、友人・知人【11.2%】	FMラジオ【12.1%】
7	友人・知人【8.6%】	テレビCM(一般商品のCM)【10.1%】	テレビCM(一般商品のCM)【12.0%】
8	FMラジオ【8.0%】	着うたフルのポータルサイト【8.0%】	テレビ番組(その他)【9.8%】
9	[PC・携帯]ニコニコ動画【6.3%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【7.9%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【8.6%】
10	[携帯]アーティスト公式サイト(ブログ以外)【5.6%】	FMラジオ【7.4%】	コンサート・ライブ等のイベント【6.6%】

ベース: 未知アーティストの音楽ファイル購入者
(2011年: N=549, 2012年: N=456)

注) 2010年調査では「着うたフル」のみを対象としたため、2011年調査結果と直接比較はできない

テレビ	インターネット (アーティスト関連)	インターネット (その他サイト)	販売チャネル (店舗)	販売チャネル (インターネット)

未知アーティストの新品CD購入のきっかけ(性年代別)

Q 購入するきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

■若年層は無料動画配信サイトが最も高く、30代以上はテレビ(CM/番組)が上位。

	中学生	高校生	大学・専門学生	20代社会人	30代	40代	50代	60代
	N=47	N=76	N=93	N=94	N=173	N=144	N=160	N=96
1	無料動画配信サイト(29.3%)	無料動画配信サイト(32.2%)	無料動画配信サイト(25.3%)	無料動画配信サイト(22.5%)	テレビCM(楽曲のCM)(21.1%)	テレビ番組(音楽番組)(19.4%)	テレビ番組(音楽番組)(18.9%)	家族、友人・知人(20.5%)
2	テレビCM(楽曲のCM)(24.7%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(24.8%)	家族、友人・知人(20.6%)	テレビCM(楽曲のCM)(19.4%)	テレビ番組(音楽番組)(19.5%)	テレビCM(楽曲のCM)(17.1%)	FMラジオ(17.4%)	テレビCM(楽曲のCM)(17.0%)
3	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(23.3%)	テレビ番組(音楽番組)(19.3%)	コンサート・ライブ等のイベント(16.1%)	テレビ番組(音楽番組)(17.8%)	CD販売店(15.7%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(14.9%)	ECサイト(17.2%)	テレビ番組(音楽番組)(16.7%)
4	テレビ番組(音楽番組)(22.6%)	家族、友人・知人(19.1%)	テレビ番組(音楽番組)(15.3%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(16.9%)	無料動画配信サイト(15.3%)	無料動画配信サイト(14.0%)	CD販売店(13.5%)	CD販売店(16.1%)
5	家族、友人・知人(15.6%)	テレビCM(楽曲のCM)(19.0%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(14.6%)	CD販売店(12.5%)	家族、友人・知人(12.2%)	FMラジオ(11.5%)	テレビCM(楽曲のCM)(11.6%)	コンサート・ライブ等のイベント(15.8%)
6	テレビCM(一般商品のCM)(12.1%)	その他テレビ番組(12.8%)	テレビCM(楽曲のCM)(12.5%)	家族、友人・知人(12.2%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(9.4%)	ECサイト(10.4%)	家族、友人・知人(11.4%)	その他テレビ番組(14.3%)
7	コンサート・ライブ等のイベント(12.0%)	アーティストの公式サイト、Twitter、Facebook(12.5%)	CD販売店(12.3%)	アーティストのファンサイト、コミュニティ(9.8%)	コンサート・ライブ等のイベント(9.3%)	家族、友人・知人(9.8%)	その他テレビ番組(10.6%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(13.5%)
8	その他テレビ番組(10.5%)	テレビCM(一般商品のCM)(11.6%)	その他テレビ番組(10.7%)	FMラジオ(9.5%)	FMラジオ(8.9%)	インターネットニュース・ポータルサイト(7.6%)	コンサート・ライブ等のイベント(10.1%)	AMラジオ(12.2%)
9	CD販売店(9.8%)	CD販売店(9.0%)	アーティストの公式サイト、Twitter、Facebook(8.0%)	コンサート・ライブ等のイベント(7.2%)	ECサイト(8.8%)	コンサート・ライブ等のイベント(6.9%)	無料動画配信サイト(9.8%)	FMラジオ(12.1%)
10	アーティストのファンサイト、コミュニティ(9.4%)	ECサイト(8.0%)	テレビCM(一般商品のCM)(7.2%)	ECサイト(7.0%)	その他テレビ番組(6.8%)	その他テレビ番組(6.7%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(8.3%)	音楽専門雑誌の記事・広告(8.6%)

テレビ	インターネット (アーティスト関連)	インターネット (その他サイト)	販売チャネル (店舗)	販売チャネル (インターネット)
-----	-----------------------	---------------------	----------------	---------------------

ベース:未知アーティストの新品CD購入者

未知アーティストの音楽ファイル購入のきっかけ(性年代別)

Q 購入するきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

■若年層を中心に、30代以上においても無料動画配信サイトが従来のテレビのポジションに食い込んでいる。

	中学生 N=16	高校生 N=29	大学・専門学生 N=41	20代社会人 N=70	30代 N=125	40代 N=81	50代 N=57	60代 N=36
1	テレビ番組(音楽番組)(48.8%)	無料動画配信サイト(26.9%)	無料動画配信サイト(30.5%)	有料音楽・動画配信サイト(18.0%)	テレビCM(楽曲のCM)(25.9%)	テレビCM(楽曲のCM)(25.2%)	テレビCM(楽曲のCM)(20.8%)	無料動画配信サイト(31.0%)
2	テレビCM(楽曲のCM)(35.9%)	テレビ番組(音楽番組)(18.5%)	家族、友人・知人(21.8%)	無料動画配信サイト(17.2%)	無料動画配信サイト(24.2%)	有料音楽・動画配信サイト(19.1%)	FMラジオ(17.8%)	その他テレビ番組(22.9%)
3	無料動画配信サイト(35.0%)	その他テレビ番組(17.2%)	その他テレビ番組(14.5%)	テレビ番組(音楽番組)(16.9%)	テレビ番組(音楽番組)(19.7%)	無料動画配信サイト(13.9%)	家族、友人・知人(13.7%)	有料音楽・動画配信サイト(20.6%)
4	テレビCM(一般商品のCM)(32.8%)	テレビCM(楽曲のCM)(15.9%)	コンサート・ライブ等のイベント(14.5%)	テレビCM(楽曲のCM)(16.7%)	有料音楽・動画配信サイト(15.2%)	FMラジオ(13.9%)	テレビ番組(音楽番組)(13.7%)	テレビ番組(音楽番組)(19.7%)
5	家族、友人・知人(24.4%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(15.4%)	テレビCM(楽曲のCM)(12.4%)	家族、友人・知人(16.6%)	テレビCM(一般商品のCM)(14.2%)	テレビ番組(音楽番組)(12.7%)	無料動画配信サイト(13.5%)	FMラジオ(18.5%)
6	コンビニエンスストア、飲食店等や街頭等のBGM(18.4%)	コンサート・ライブ等のイベント(14.7%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(11.3%)	FMラジオ(14.5%)	コンサート・ライブ等のイベント(9.9%)	コンビニエンスストア、飲食店等や街頭等のBGM(12.2%)	テレビCM(一般商品のCM)(10.4%)	テレビCM(一般商品のCM)(15.3%)
7	コンサート・ライブ等のイベント(11.7%)	家族、友人・知人(13.6%)	コンビニエンスストア、飲食店等や街頭等のBGM(10.6%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(11.1%)	FMラジオ(8.3%)	家族、友人・知人(11.3%)	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(8.7%)	着うたフルのポータルサイト(14.6%)
8	有料音楽・動画配信サイト(10.6%)	有料音楽・動画配信サイト(9.1%)	テレビ番組(音楽番組)(9.6%)	テレビCM(一般商品のCM)(9.4%)	家族、友人・知人(8.2%)	テレビCM(一般商品のCM)(10.8%)	ECサイト(8.5%)	ECサイト(14.0%)
9	アーティストの公式サイト(ブログ含む)(8.5%)	アーティストのファンサイト、コミュニティ(8.4%)	FMラジオ(9.3%)	その他テレビ番組(9.0%)	インターネットニュース・ポータルサイト(7.0%)	ECサイト(8.2%)	その他テレビ番組(7.5%)	家族、友人・知人(14.0%)
10	FMラジオ(7.7%)	CD販売店(6.9%)	CD販売店(8.8%)	CD販売店(6.1%)	コンサート・ライブ等のイベント(6.9%)	その他テレビ番組(7.4%)	アーティストのファンサイト、コミュニティ(7.4%)	テレビCM(楽曲のCM)(13.7%)

テレビ	インターネット (アーティスト関連)	インターネット (その他サイト)	販売チャネル (店舗)	販売チャネル (インターネット)
-----	-----------------------	---------------------	----------------	---------------------

ベース: 未知アーティストの音楽ファイル購入者

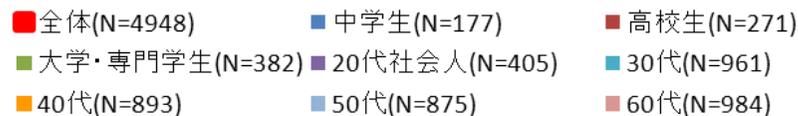
V. 音楽の聴取実態

音楽を楽しむために利用したサービス

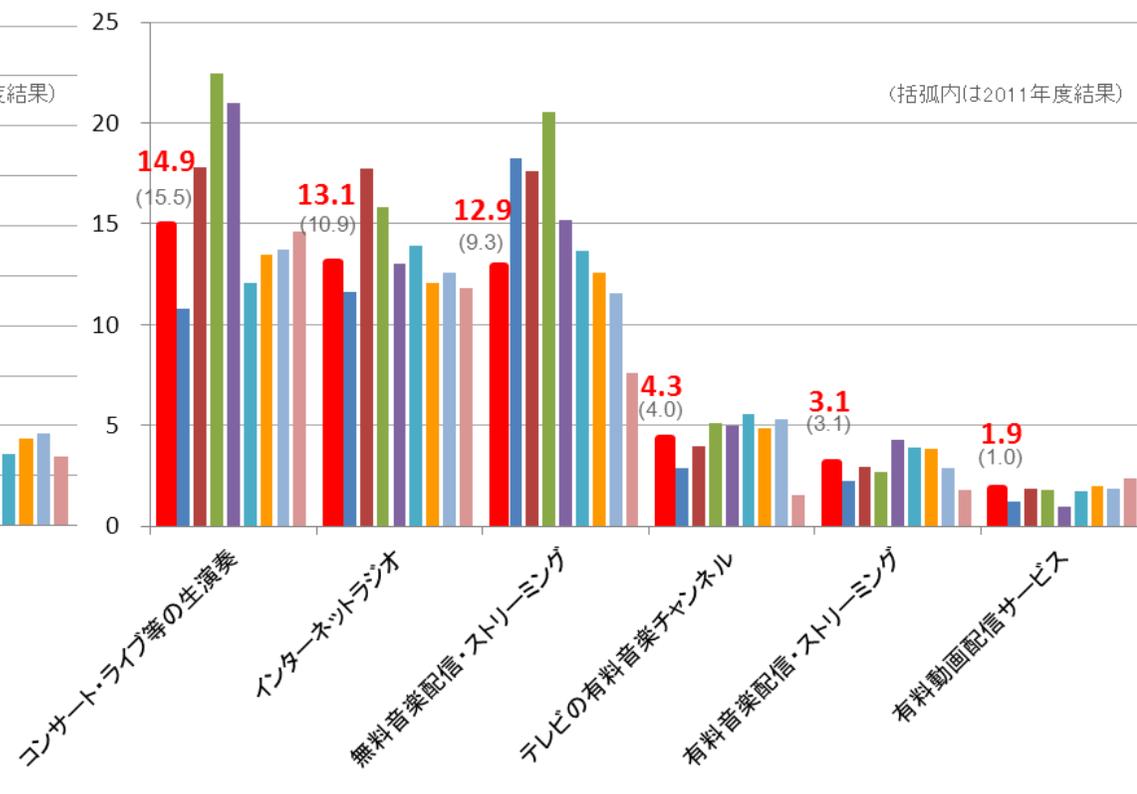
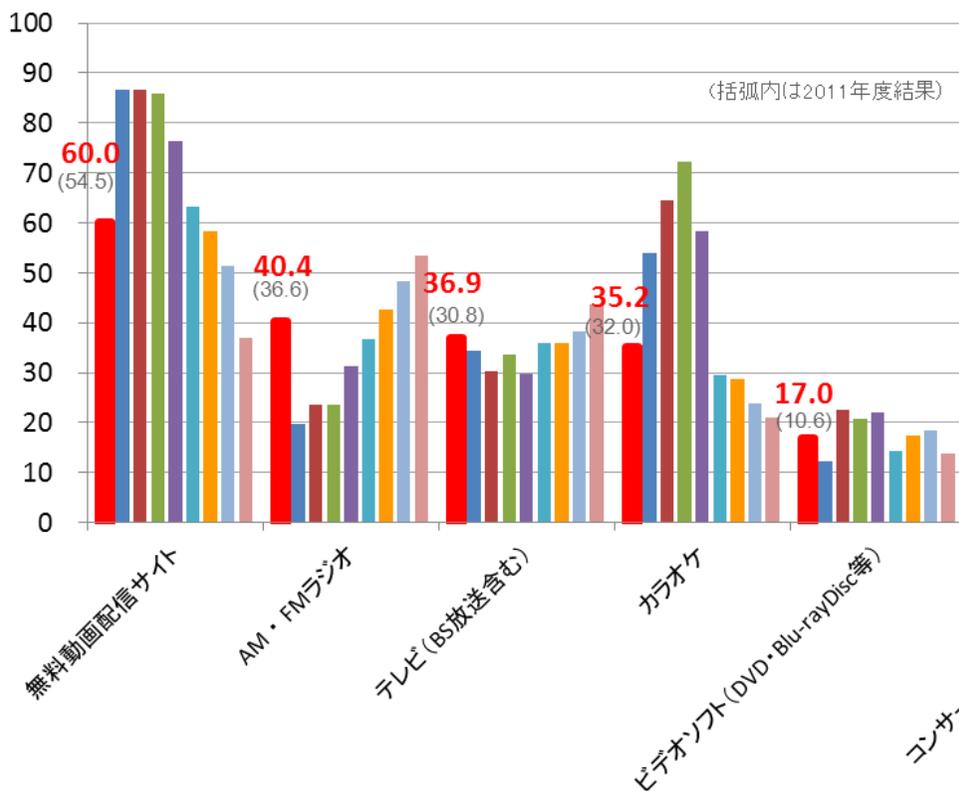
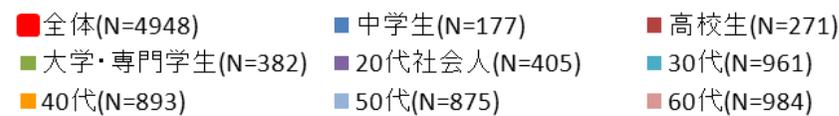
Q この半年間(2012年3月～8月)に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか。(MA)

■音楽の楽しみ方では、YouTube等の無料動画配信サイトが最も利用率が高く、次いでラジオが多い。全般的に昨年より利用率が高くなっており、音楽の楽しみ方の多様化が進んでいることがうかがえる。

【音楽の楽しみ方(1位～5位)】



【音楽の楽しみ方(6位以下)】



ベース:全員

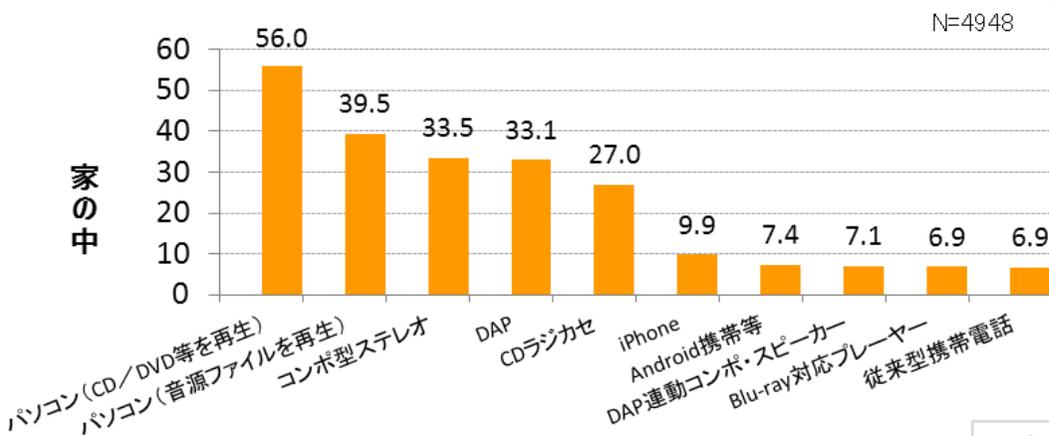
音楽の視聴機器

Q あなたが普段、家の中で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA/SA)

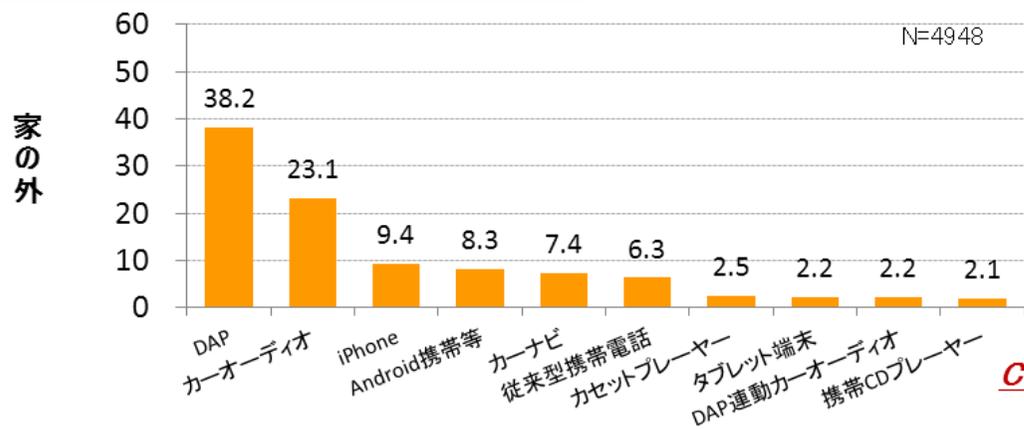
Q あなたが普段、家の外で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA/SA)

■音楽視聴で最も使われている機器は、家の中・外ともに、デジタル携帯オーディオプレーヤー。

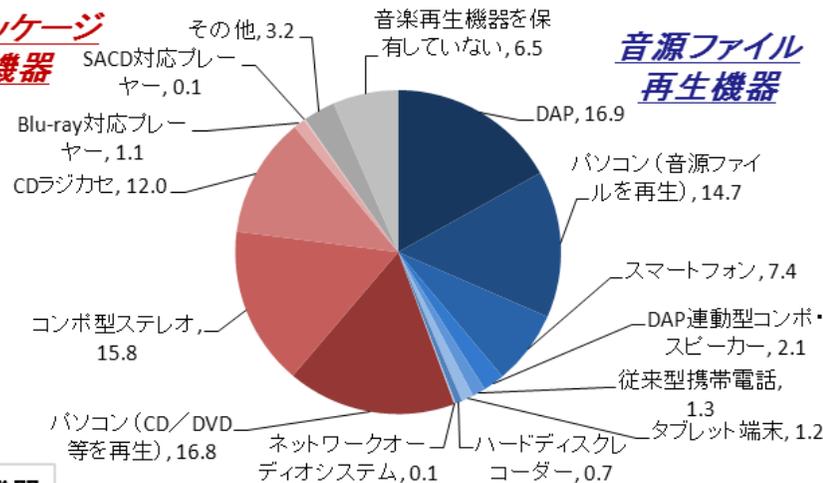
【家の中で音楽を視聴する機器(複数回答)】



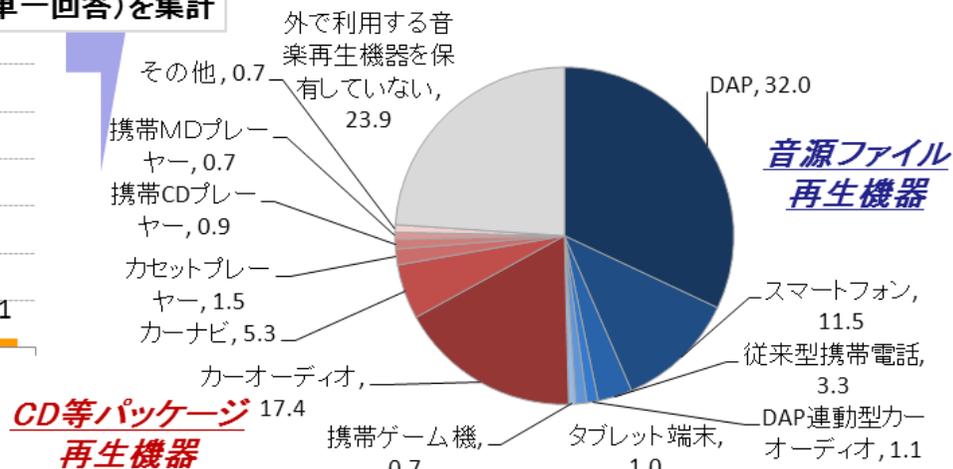
【家の外で音楽を視聴する機器(複数回答)】



CD等パッケージ再生機器



最も視聴する機器(単一回答)を集計



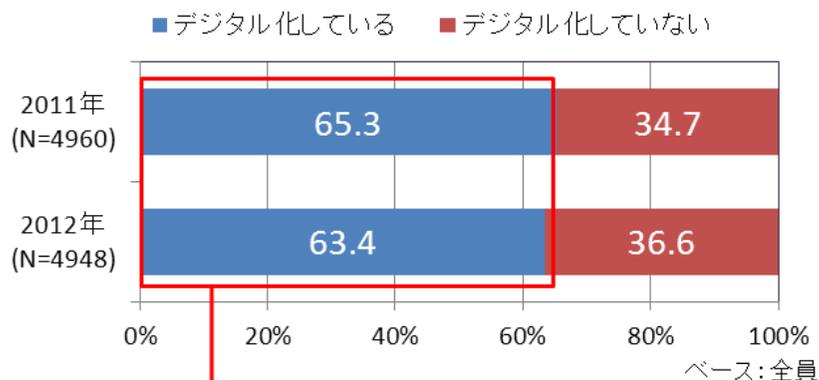
ベース: 全員

デジタルライブラリの状況

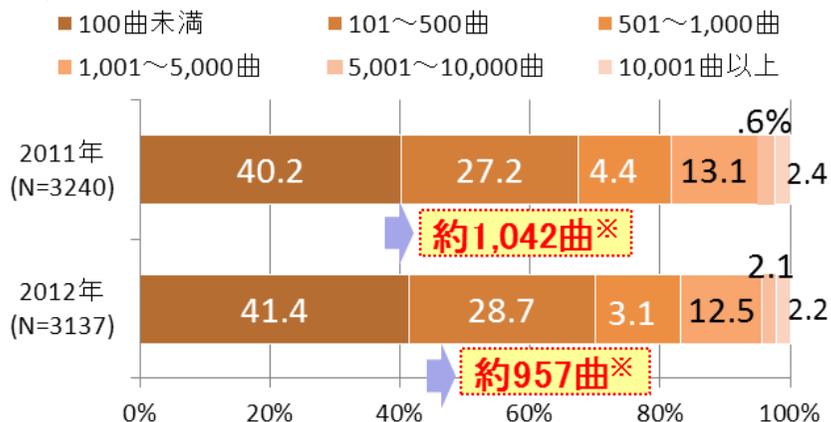
Q あなたの音楽に関するデジタルライブラリには、何曲くらいの楽曲が入っていますか。(SA)
 Q あなたの音楽に関するデジタルライブラリは、どのような曲で構成されていますか。

■音源のデジタル保存率は6割強で一人あたり平均でアルバム約100枚をデジタル化。
 ■ユーザーセグメント別では、無料聴取層は動画配信サイトからの無料入手ファイルが最も多い。

【音源のデジタル保存の有無】

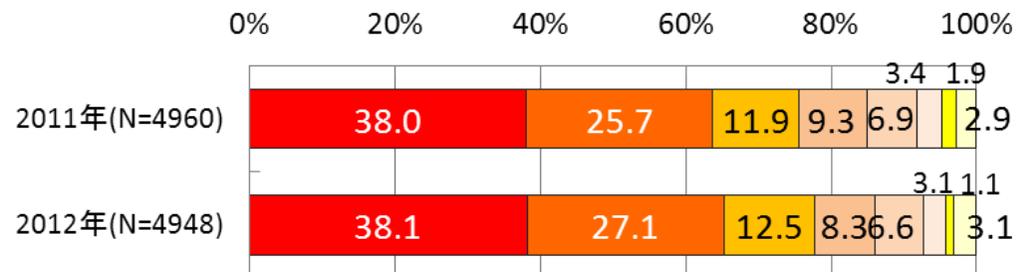


【保存しているデジタル化音源の曲数】



※各選択肢の中間値(「10,001曲以上」は1万とした)と構成比の加重平均

【デジタルライブラリにおける音源の種類】



※ユーザーセグメント別



■ 購入したCDからのコピー
 ■ レンタル店からレンタルしたCDからのコピー
 ■ 無料動画共有配信サイトからのダウンロード
 ■ 友人・知人等から借りたCDからのコピー
 □ 有料音楽配信サービスで購入
 □ その他ウェブサイトやファイル共有ソフトから無料入手
 ■ プロモーション等での無料配布楽曲
 □ その他

ベース: デジタルライブラリ化している人

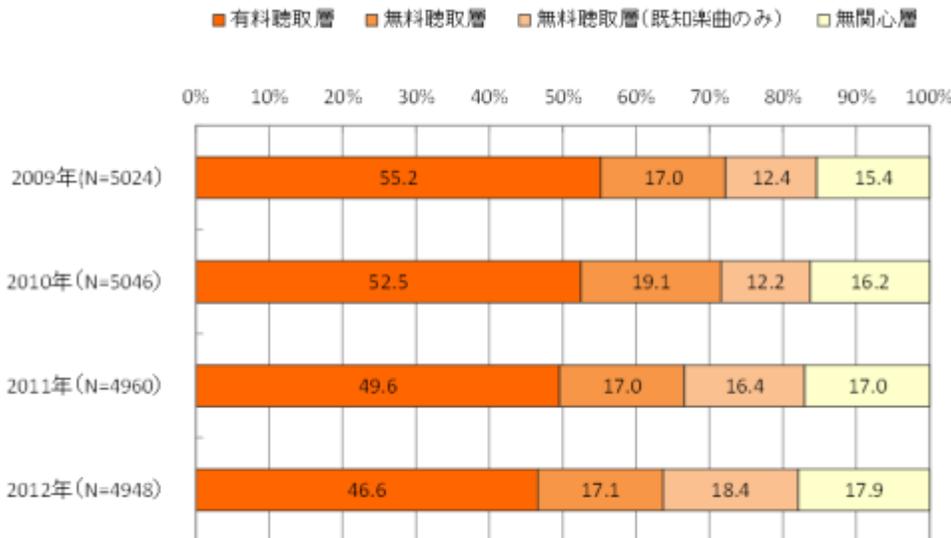
VI. 音楽消費の変化に関する 要因分析

聴取層別セグメント構成

Q この半年間(2012年3月~8月)の、音楽との関わり方について
あてはまるものを1つ選んでください。(SA)

■有料聴取層の減少、無料聴取層の増加傾向が継続。有料聴取層の減少は、特に40代で顕著。

【音楽との関わり方に関する各セグメントの構成比】



有料聴取層：

「音楽を聞くために、音楽商品を購入したり、お金を支払ったりしたことがある」

無料聴取層：

「音楽にお金を支払っていないが、新たに知った楽曲も聞いている」

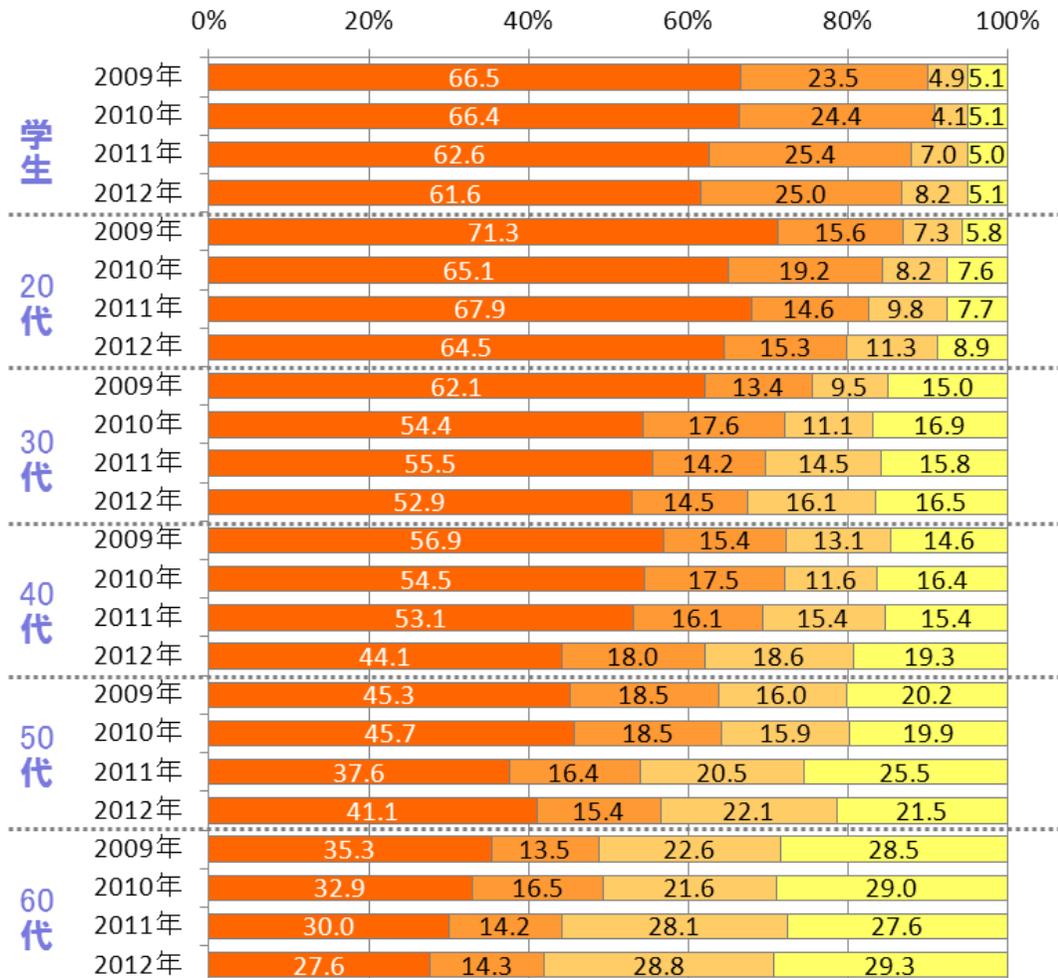
無関心層(既知楽曲のみ)：

「音楽にお金を支払っておらず、以前から知っていた楽曲しか聴いてない」

無関心層：

「音楽にお金を支払っておらず、特に自分で音楽を聴こうとしていない」

■ 有料聴取層 ■ 無料聴取層 ■ 無料聴取層(既知楽曲のみ) ■ 無関心層



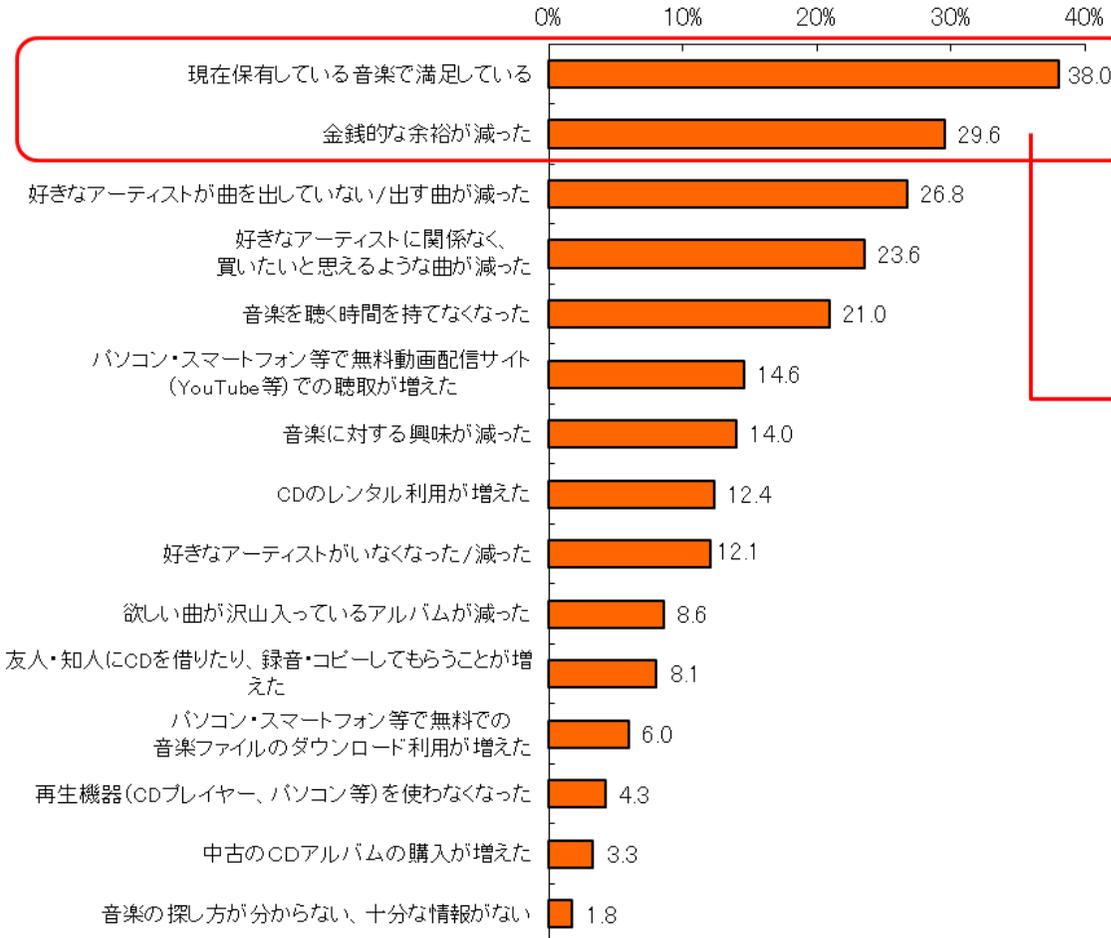
ベース:全対象者

有料聴取層の購入減少要因

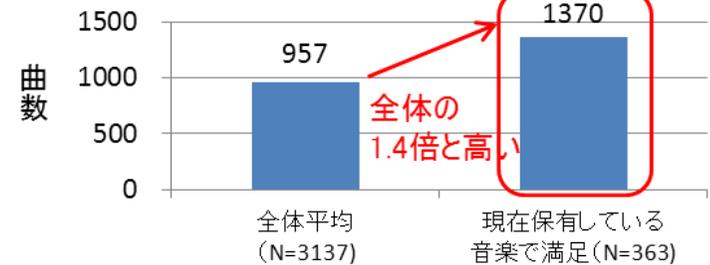
Q 昨年の同時期(2011年3月～8月)に比べ、音楽の購入が減った理由は何ですか。(MA)

■有料聴取層の直近の購入減少理由は「現在所有している音楽で満足している」が約4割で最も高く、次いで「金銭的な余裕が減った」が3割弱。

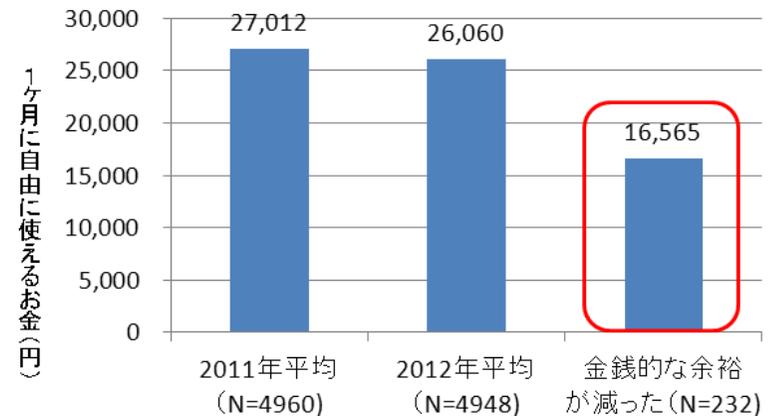
【CD・音楽配信・着うたフル購入全般に係る減少理由】



【「現状で満足している」ユーザーのデジタルライブラリ曲数】



【「金銭的な余裕が減った」ユーザーの1ヶ月に自由に使えるお金】



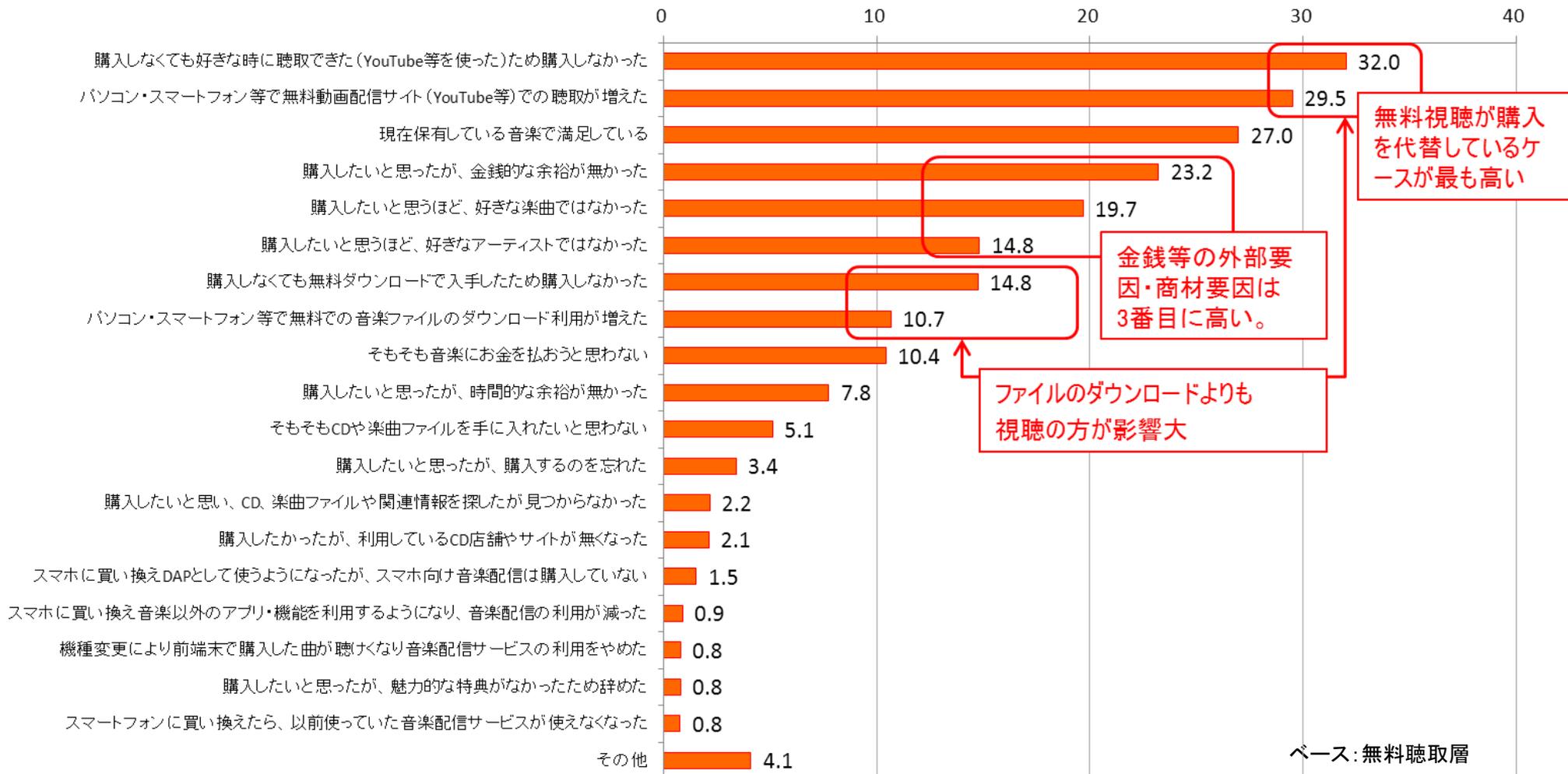
ベース: 有料聴取層のうち昨年から購入が減少した人

無料聴取層の非購入理由

Q この半年間(2012年3月～8月)に新たに知った曲を購入しなかった理由は何ですか。(MA)

■無料動画配信サイト等を通じた視聴が、音楽の「購入(所有)」を代替していることが、無料聴取層における非購入の最も大きな要因。

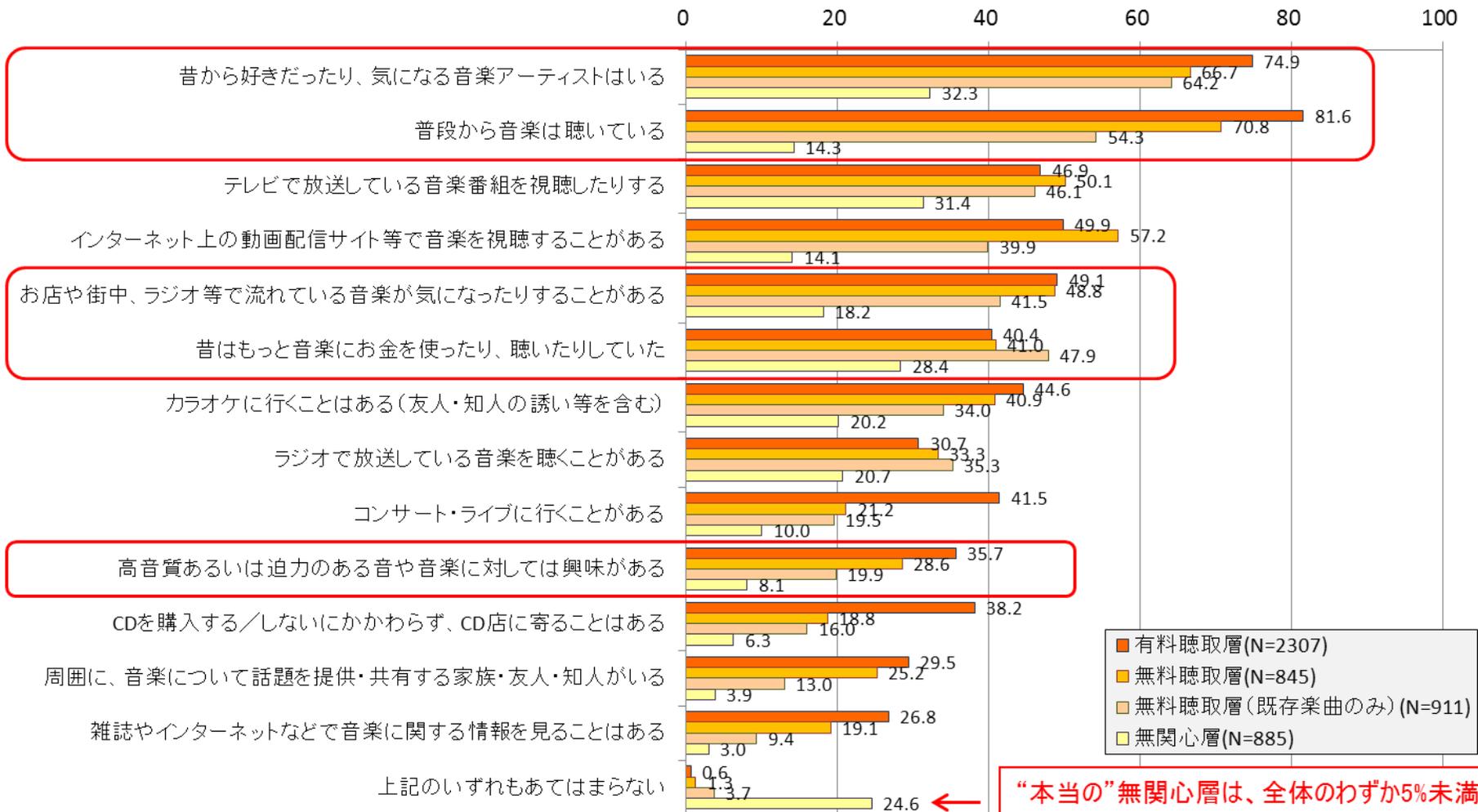
【新たに知った曲に対してお金を支払わなかった理由】



音楽との関わり方・接し方

Q 今の普段の生活において、当てはまるものをお選びください。(MA)

■無料聴取層・無関心層においても、音楽との多様な関わり方・接し方が根付いており、本当の無関心層は全体のわずか5%未満とみなすことができる。様々な角度からユーザーの関心を高める施策が必要。

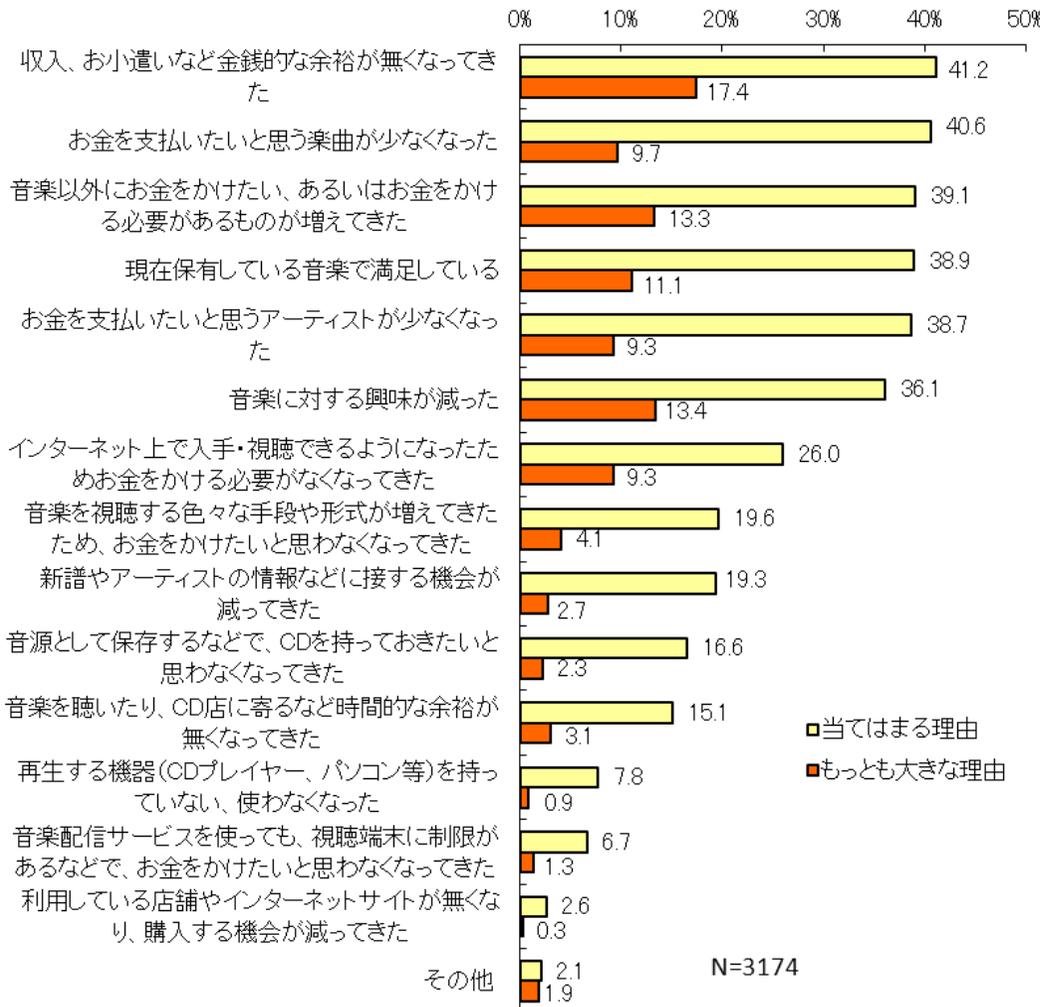


音楽に費やすお金の減少要因

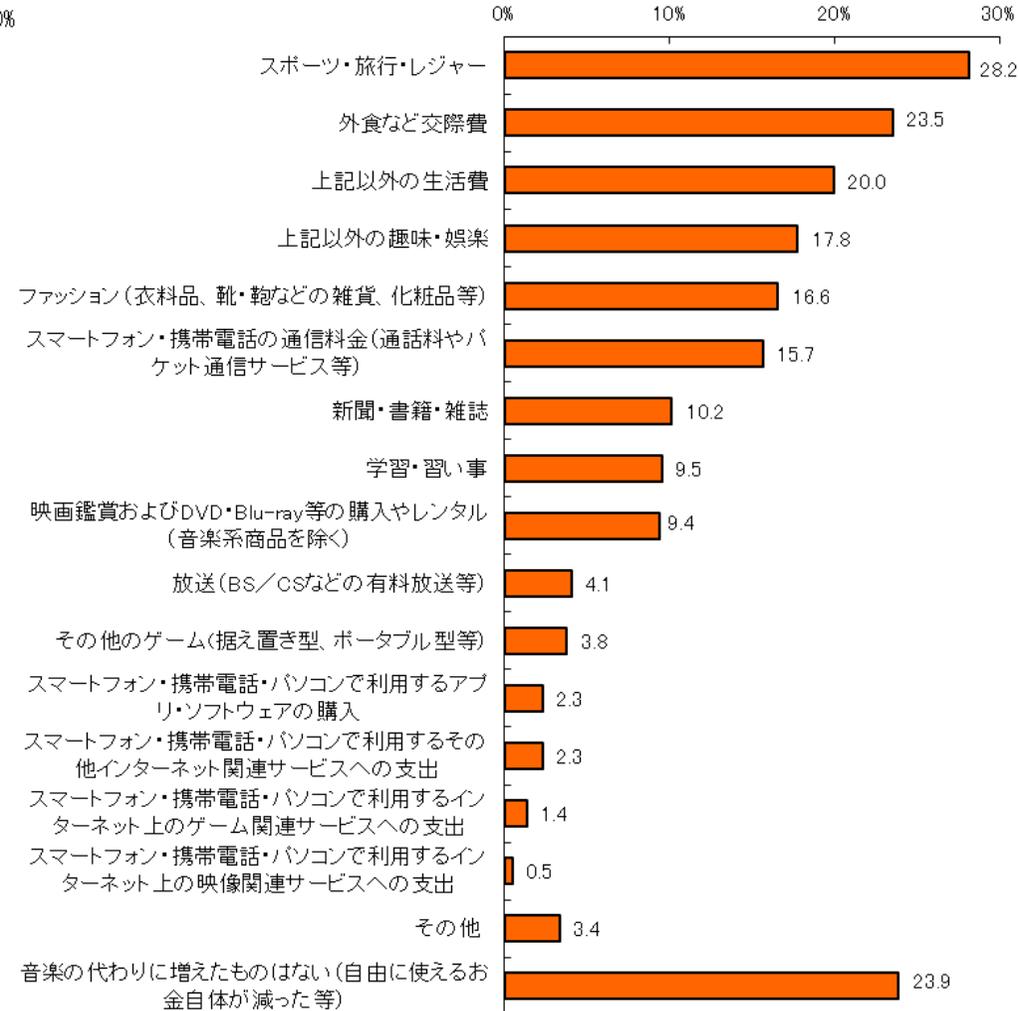
Q 昨年の同時期(2011年3月～8月)に比べ、音楽の購入が減った理由は何ですか。(MA)

Q 音楽に使うお金が「減った」「無くなった」分について、あなたご自身が自由に使えるお金の範囲で、代わりに費やすお金が増えたものはありますか。(MA)

【音楽の関心・興味・時間等が減った理由】



【音楽に費やす支出を代替するもの】



ベース: 支出減少層(以前と比べて音楽の支出が減った人)

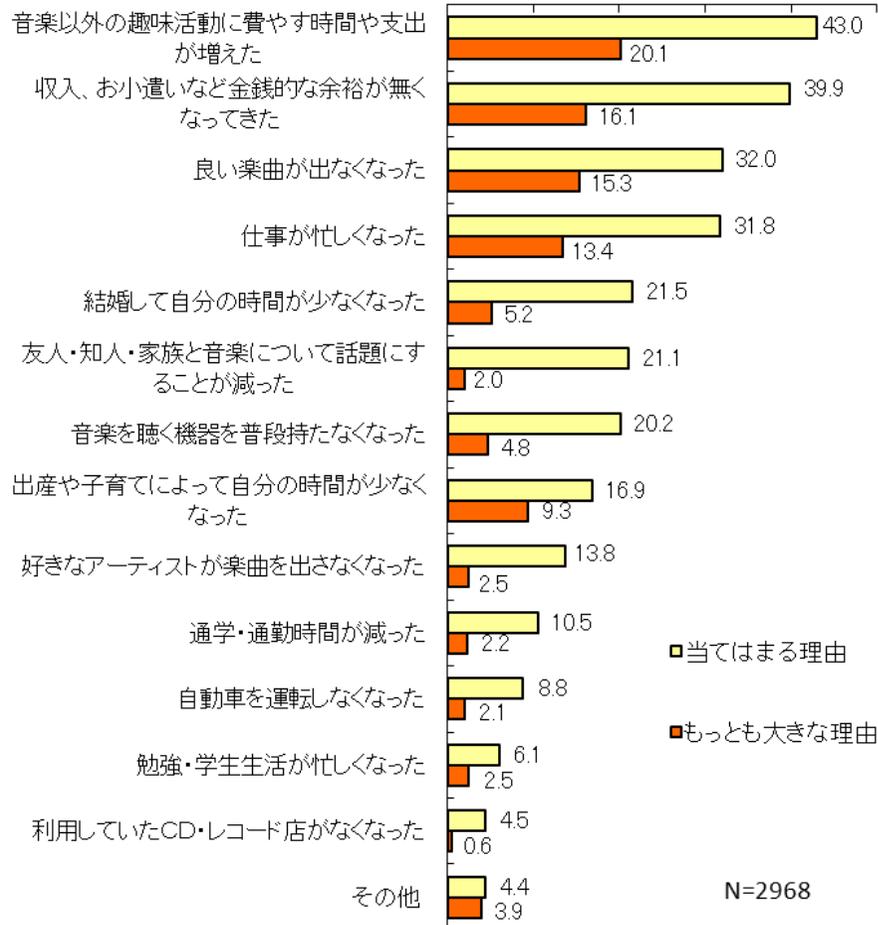
音楽に費やす時間の減少要因

Q 昨年の同時期(2011年3月～8月)に比べ、音楽に使う時間が減った理由は何ですか。(MA)

Q 音楽に使う時間が「減った」「無くなった」分について、あなたご自身が自由に使えるお金の範囲で、代わりに費やす時間が増えたものはありますか。(MA)

【音楽の関心・興味・時間等が減った理由】

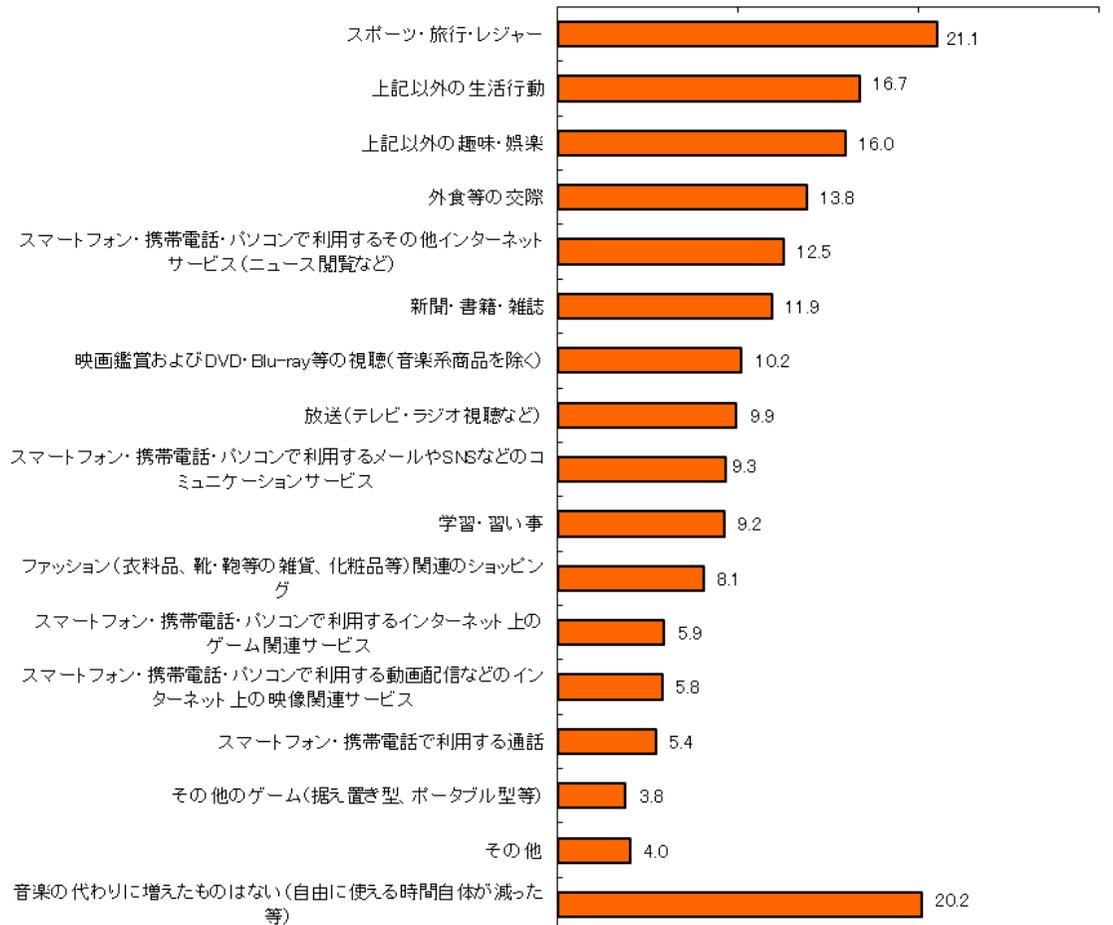
0% 10% 20% 30% 40% 50%



ベース: 音楽の関心・興味、楽しみ方、視聴する時間が減った人

【音楽の時間等を代替するもの】

0% 10% 20% 30%



ベース: 音楽の視聴する時間が減った人

Ⅶ. ライブ・コンサートに係る ユーザー動向

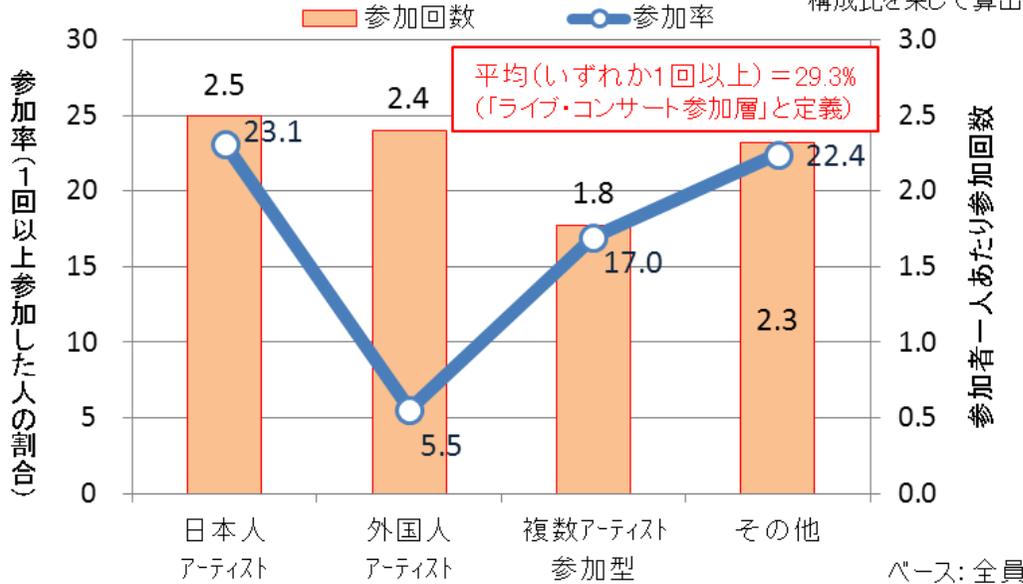
ライブ・コンサート参加者の特徴

Q 過去1年間(2011年9月~2012年8月)でライブ・コンサートに何回くらい行きましたか。(SA)

Q 過去1年間(2011年9月~2012年8月)にどのくらいライブ・コンサートにお金を使いましたか。(SA)

- ライブ・コンサート参加率は、全体平均で約3割。女性では全年代層において高い。
- ライブ・コンサート参加層のうち約4割は、CD・有料音楽配信を非購入。

【年間ライブ・コンサート参加状況】 ※中間値と回答結果の構成比を乗じて算出



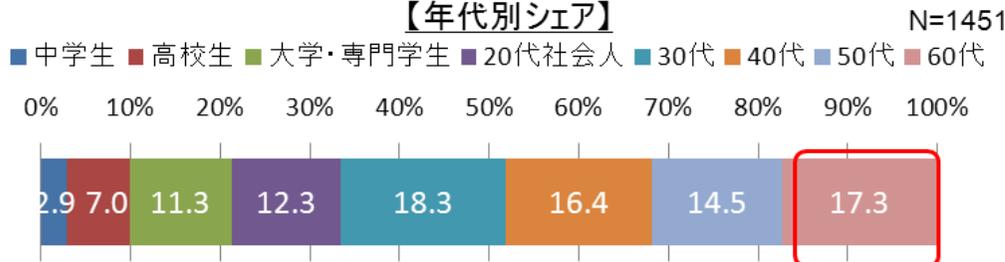
【性・年代別のライブ・コンサート参加率】

	男性	女性
中学生	15.7	32.5
高校生	27.0	48.2
大学・専門学生	37.9	48.9
20代社会人	36.8	50.8
30代	23.4	32.0
40代	20.6	32.8
50代	18.6	29.3
60代	19.2	31.6

ベース: 全員

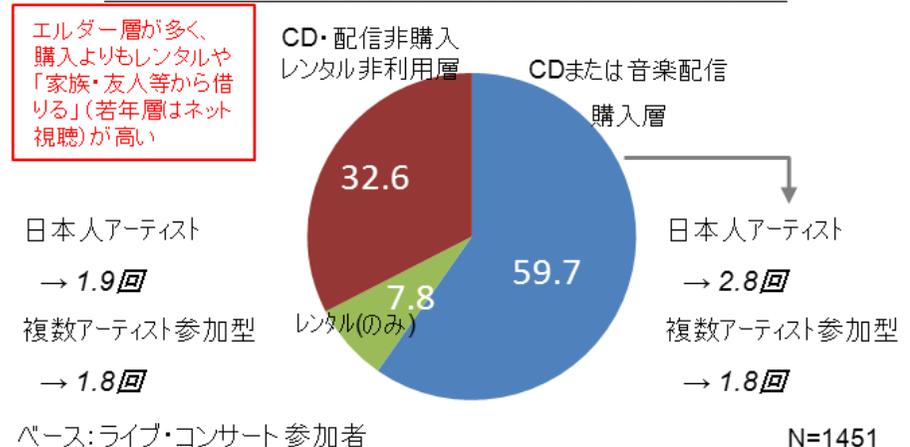
全般的に女性が高く、特にエルダー層が目立つ。

【年代別シェア】



CD購入シェア(11.0%)と比べて高め

【ライブ・コンサート参加層とメディア利用層との関係】



ライブ・コンサート支出状況(関連商品・グッズ等)

Q 過去1年間(2011年9月~2012年8月)にどのくらいライブ・コンサートにお金を使いましたか。(SA)

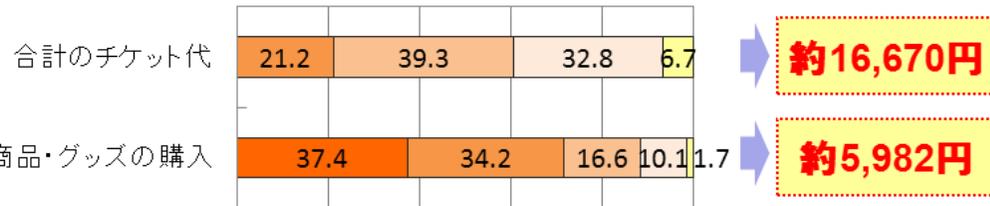
Q 過去1年間(2011年9月~2012年8月)に参加してライブ・コンサート会場でCD/DVDを購入しましたか。(SA)

■ライブ・コンサート会場での関連商品・グッズへの平均支出額は、約6千円/年、CD・DVD購入は約1500円/年。

【ライブ・コンサートでの支出状況(年間)】

■ 0円 ■ 5千円未満 ■ 5千円以上1万円未満
□ 1万円以上5万円未満 □ 5万円以上

0% 20% 40% 60% 80% 100% N=1451

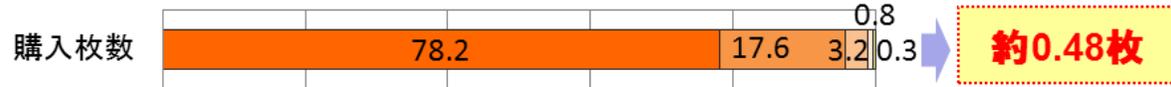


ベース:ライブ・コンサート参加層

【会場でのCD・DVD購入状況(年間)】

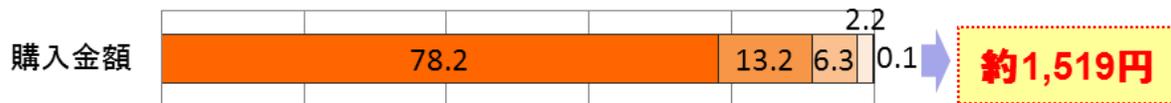
■ 0枚 ■ 1~2枚 ■ 3~5枚 ■ 6~10枚 ■ 11枚以上

0% 20% 40% 60% 80% 100% N=1451



■ 0円 ■ 5千円未満 ■ 5千円以上1万円未満
□ 1万円以上5万円未満 □ 5万円以上

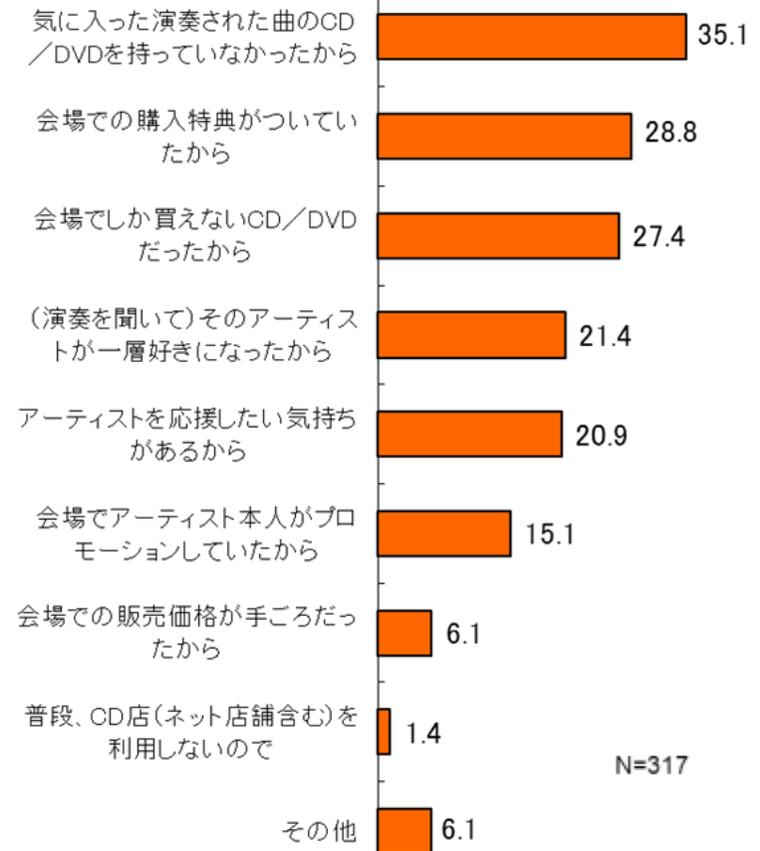
0% 20% 40% 60% 80% 100%



ベース:ライブ・コンサート参加層

【会場でのCD・DVD購入理由】

0% 10% 20% 30% 40%



N=317

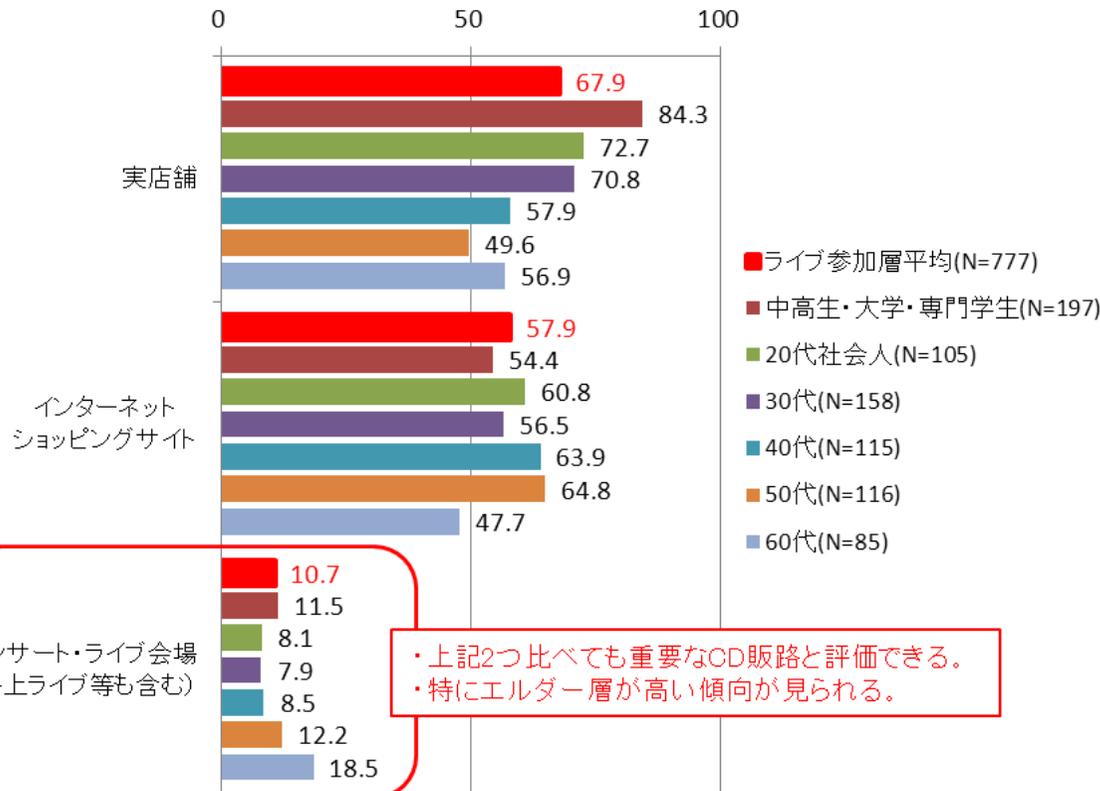
ベース:CD・DVD購入経験者

CD販路としてのライブ・コンサート会場等

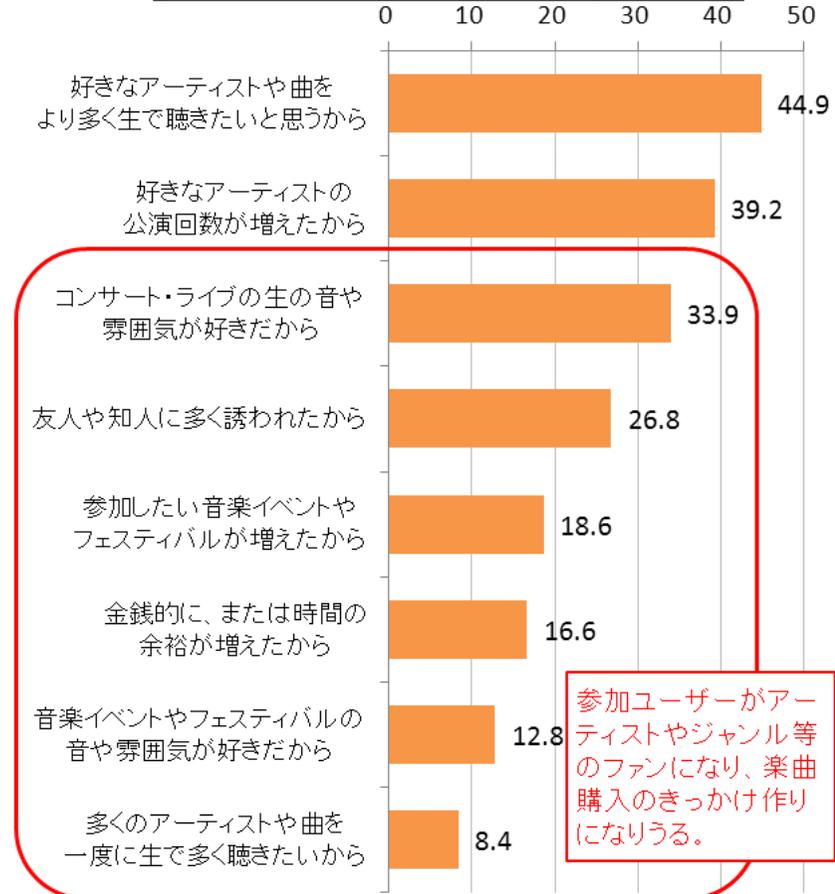
Q 一昨年(2010年9月~2011年8月)と比べて、ライブ・コンサートの参加回数が増えた理由は何ですか。(MA)

■CD販路としてのライブ・コンサート会場は、実店舗・ECサイトとの比較では限定的ではあるものの、ライブ参加層に対しては重要な販路となっている。

【ライブ参加層のCD購入場所(利用率)】



【ライブ・コンサートの参加回数が増えた理由】



**2012年度 音楽メディアユーザー実態調査
—報告書—**

発行日 2013年2月
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒105-0001東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館9F
TEL 03-5575-1301(代) FAX 03-5575-1313

調査企画 株式会社三菱総合研究所