

2001年度

音楽パッケージソフトウェア白書

(実態調査報告書)

2002年3月

社団法人 日本レコード協会

目 次

1．調査の目的・調査設計	2
2．2001年音楽パッケージソフトマーケットの現状とポイント	3

第1章 2001年の音楽ソフト購入実態

1．CD購入枚数別にみる世代別マーケットシェア	5
2．性・世代別にみるCD購入枚数（アルバム）	6
3．性・世代別にみるCD購入枚数（シングル）	7
4．新品CDアルバムのジャンル別購入率	8
5．CDのタイプ別購入動向	9
6．音楽関連機器所有状況	10
7．DVD機器・ソフトの所有状況	11
8．インターネット、音楽コンテンツ・サービス利用状況	12

第2章 音楽ソフトコピーとCD-R利用実態

1．音楽ソフト等の録音・録画状況	13
2．CD-R機器利用状況	15

1. 調査の目的・調査設計

1. 調査の目的: 本調査は、音楽パッケージメディアの需要構造を世代間比較の視点と、トレンド分析的視点によって総合的に把握することを主な目的としている。

2. 調査設計: サンプル設計

	計	男性	女性
中学生	134	67	67
高校生	134	67	67
大学生	134	67	67
20代	134	67	67
30代	132	66	66
40～55才	132	66	66
合計	800	400	400

(サンプル)

*20代は学生を含まず。

調査対象者 : 12～55才男女(ただし小学生は除く)

調査エリア : 東京30km圏

抽出方法 : エリアサンプリング法(50地点・各地点16サンプル)

調査方法 : 質問紙による面接留置き自記入式

調査日時 : 2001年10月1日(月)～15日(月)

ウェイトバック集計について:

実際の人口構成は年代によってバラつきがあるため人口構成比に合わせるために係数をかける、「ウェイトバック」と呼ばれる統計手法を用いています。

本調査の数字は、全てウェイトバック後のより人口構成比にそった数字を用いています。

本文中の%の数値の表記について:

本白書の%の数値は正数表記(小数点以下四捨五入)となっています。シングルアンサー等の回答の合計が100%+-になっている箇所がありますが、小数点以下を四捨五入したことによる誤差とお考えください。数値に問題はありません。

2. 2001年度音楽パッケージソフトマーケットの現状とポイント

第1章 2001年の音楽ソフト購入実態

拡大する中高年層マーケット (5ページ)

世代別の推定マーケットシェアでは40～55才の中高年層の推定マーケットシェアが【21.8% 26.2%】と前年に続いて伸長しました。とくに資力のある現在の50代は若い時代に音楽鑑賞の楽しさを経験している世代であり、子離れに伴って音楽を聴く時間が持てるようになってきているのでしょう。

ただし最大のマーケットが20代社会人(39.1%)であることは昨年から変わっていません。男女ともに晩婚化が進む昨今『独身社会人層』の消費パワーには今後も期待が持てるでしょう。

(データを読む場合、東京30km圏という地域特性や・12～55才・800サンプルの調査設計である点にご留意下さい)

シングルCDマーケットの減少 (6,7ページ)

また大きく見るとアルバムCDマーケットが「広く・浅く」なったと言えます(購入経験率の増加【66% 72%】、購入者あたり購入枚数が1～3枚のライト層の増加【27% 34%】)。

逆にシングルCDマーケットは購入経験率が【46% 38%】と低下し減少傾向と見られます。

コンピレーション・ベスト盤が定着 (9ページ)

一方で新作以外の様々なCDアルバムのタイプに明確な傾向が伺えました。邦楽については「ベスト盤」購入経験率が全体で40%と「新作:48%」に迫る勢いです。性・年代別に見た場合、男子大学生(58%)・女子高校生(58%)・20代女性(55%)がとくにベスト盤の購入経験率が高くなりました。

男子大学生はベスト盤以外に「旧譜(42%:全体・28%)」「コンピレーション盤(18%:全体・8%)」で高い購入経験率を示しました。また「過去の名盤」では40～55才の男性層が一番高く(23%:全体・14%)なっています。同様に女性では女子高校生と20代女性が「旧譜(46%、42%:全体・28%)」で高い購入経験率を示しました。

これが洋楽の場合「新作:18%」に対して「ベスト盤:14%」「コンピレーション盤:13%」「旧譜:13%」とほぼ横並びとも言える構成となりました。

性・年代別では「旧譜」は女子大学生(24%:全体・13%)、「ベスト盤」では男子大学生と20代男性(ともに25%:全体・14%)、コンピレーション盤では20代女性(27%:全体・13%)がそれぞれ高い傾向となりました。

また、これ以外にも邦洋ともに「過去の名盤」は男性で高い傾向が見られました(邦楽/20%:全体・14%、洋楽/13%:全体・10%)。

第2章 音楽ソフトコピーとCD - R利用実態

コピーの音源はレンタルCDからが63%と最も多い (13,14ページ)

コピーの音源はレンタルCD等からが63%に達しており、続いて自分で買ったCD等が43%、友人から借りたCD等が39%となっています。

CD - Rへのコピー急増 (14ページ)

こうしたダビング行為の具体的な録音先のメディアとしては「MD:54%」が「カセットテープ:55%」とついにほぼ同数となり、またCD - Rも【15% 24%】と急増しています。

CD - Rパソコン所有率、利用率の増加 (15,16ページ)

CD - R機器の所有率は昨年の18%から30%に増加しています。このうち、パソコン用CD - Rドライブの所有率が97%となっています。

利用動向でも全体の15%が「自宅にありよく利用している」と答えています。特に、男子大学生は34%と高く、続いて、20代男性(22%)、30代男性(21%)と並びます。

CD - Rの用途はデータのバックアップが減少し、

音楽ソフトコピーの利用急増 (16ページ)

用途としては「レンタル店で借りたCDのコピー」が【33% 52%】と大きく増加しています。また、MP3ファイル等の音楽データのコピーも【19% 35%】と急激に拡大しており、インターネット・ブロードバンドの普及とCD - R標準搭載パソコンの普及も相まって、今後は更にその影響が拡大するとみられます。

CD - R搭載パソコンの購入意欲上昇 (16ページ)

非所有者のCD - R搭載パソコンの購入意欲も昨年の23%から40%に急激に高まっています。特に、男性の大学生、20代及び女性の大学生にその傾向が顕著です。

第1章 1. CD購入枚数別にみる世代別マーケットシェア

CD購入枚数と性・年代を切り口に、今回の調査から見られる音楽マーケットの構造をみてみます。

「CD購入枚数別にみた、性年代別人口ボリューム」
(タテヨコ全体計100%でみた実際のマーケット人口ボリューム)

		H:ヘビー (年間12枚以上購入)	M・L: ミドル・ライト (年間11枚以下購入)	N:ノン (非購入)	推定マーケット シェア
*単位: %					
男 性	計 50.7	11.5	25.1	14.0	63.7
女 性	計 49.3	6.7	30.5	12.2	36.3
中学生 5.3	男 性	0.6	1.1	1.0	2.0
	女 性	0.5	1.6	0.5	2.0
高校生 5.5	男 性	1.2	0.9	0.6	3.3
	女 性	0.8	1.7	0.2	2.7
大学生 5.3	男 性	1.0	1.4	0.5	6.2
	女 性	0.4	1.8	0.1	2.6
20代 24.5	男 性	3.9	6.0	2.6	23.9
	女 性	2.9	7.0	2.1	15.2
30代 21.6	男 性	1.7	6.3	3.0	10.1
	女 性	1.0	6.6	3.1	5.8
40~55才 37.9	男 性	3.2	9.5	6.3	18.2
	女 性	1.2	11.8	6.0	8.0

*ベース:全数(n=800):購入枚数は「アルバム+シングル」合計

注:少数第2位以下を四捨五入している為、合計が100%+-になっていますが数値に問題はありません。

推定マーケットシェアの算出方法

性・年代別のアルバム・シングル年間平均購入枚数(中古盤・輸入盤・インディーズ盤などを含む)をそれぞれ、<アルバム1枚=3ポイント、シングル1枚=1ポイント>と指数化した上で総計を出し、そこから各性・年代それぞれの全体に対する比率を算出しました。

やはり本年も、音楽マーケットの多くを占めるのは**20代(男女合計で39.1%)**となりました。単純な人口構成比では24.5%ですから一人あたりのCD購入量の多さがうかがえます。

これに次ぐのは40~55才の26.2%となります。中でも男性層は18.2%と20代の女性を上回るマーケットシェアを示しています。ただし人口構成比は37.9%なので一人あたりの購入量という点ではまだまだ開拓の余地がありそうです。

学生層は中学生から大学生まで全て合計して18.8%です。実際の人口構成比は16.1%ですから一人あたりのCDマーケットへの貢献はなかなかと判断できます。

(東京30km圏という地域特性や・12~55才・800サンプルの調査設計である点にご留意ください)

2. 性・世代別にみるCD購入枚数(アルバム)

ここでは、昨年から本年へのCDアルバムの購入枚数の変化を性・年代別にみていきます。

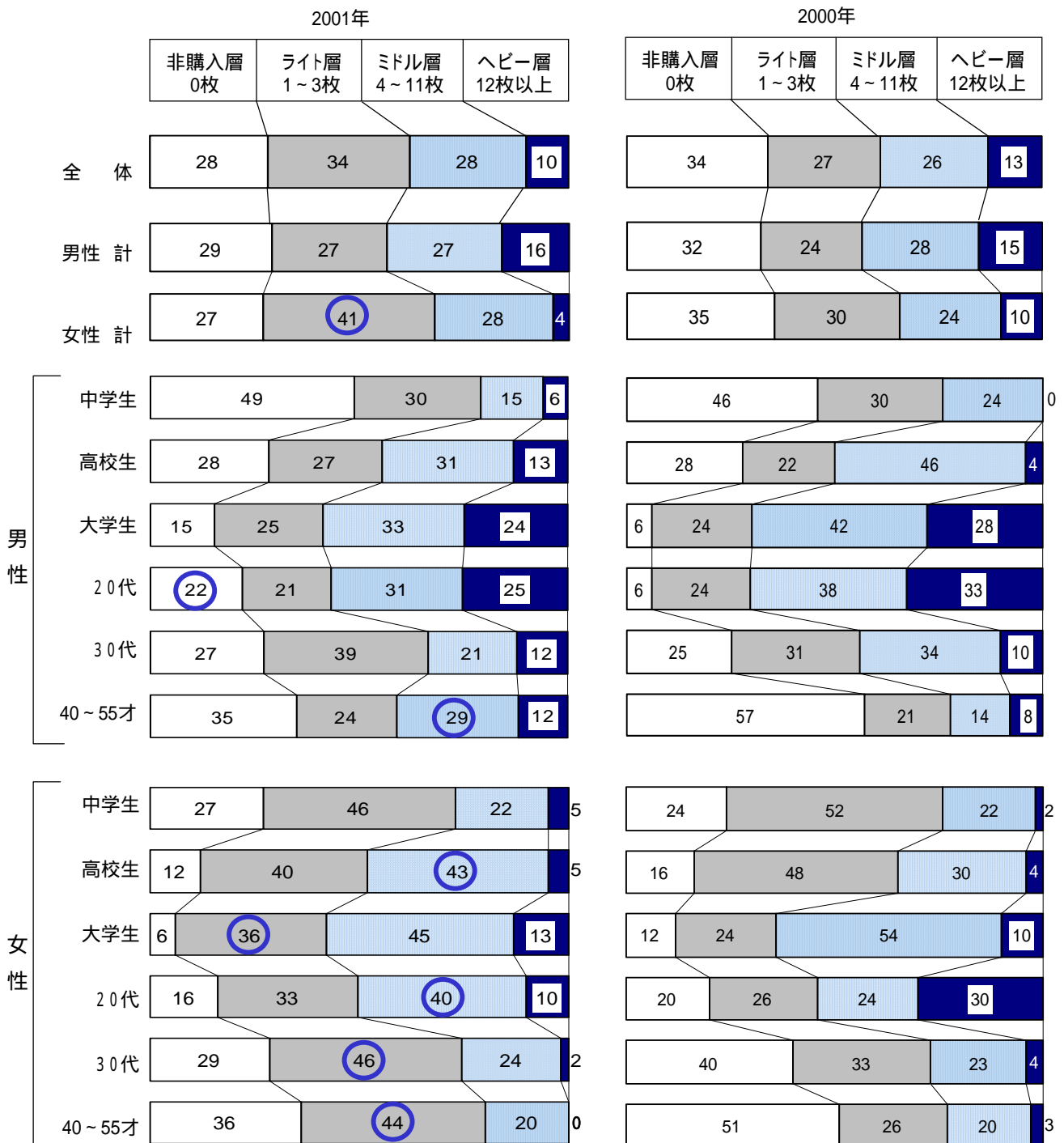
全体的にみた場合、

「ライト層」が27% 34%とやや増加傾向

「非購入層」が34% 28%とやや減少傾向

といった「広く浅く」といった傾向がうかがえます。

特に「非購入層の減少」は男女とも40～55才の層で顕著な傾向です。



* 単位: % ベース: 全数 (n = 800) は昨年より明らかに増加・ は明らかに減少した数値

注: %を正数表記(小数点以下四捨五入)している為、合計が100% +/- の箇所がありますが数値に問題はありません。

3. 性・年代別にみるCD購入枚数(シングル)

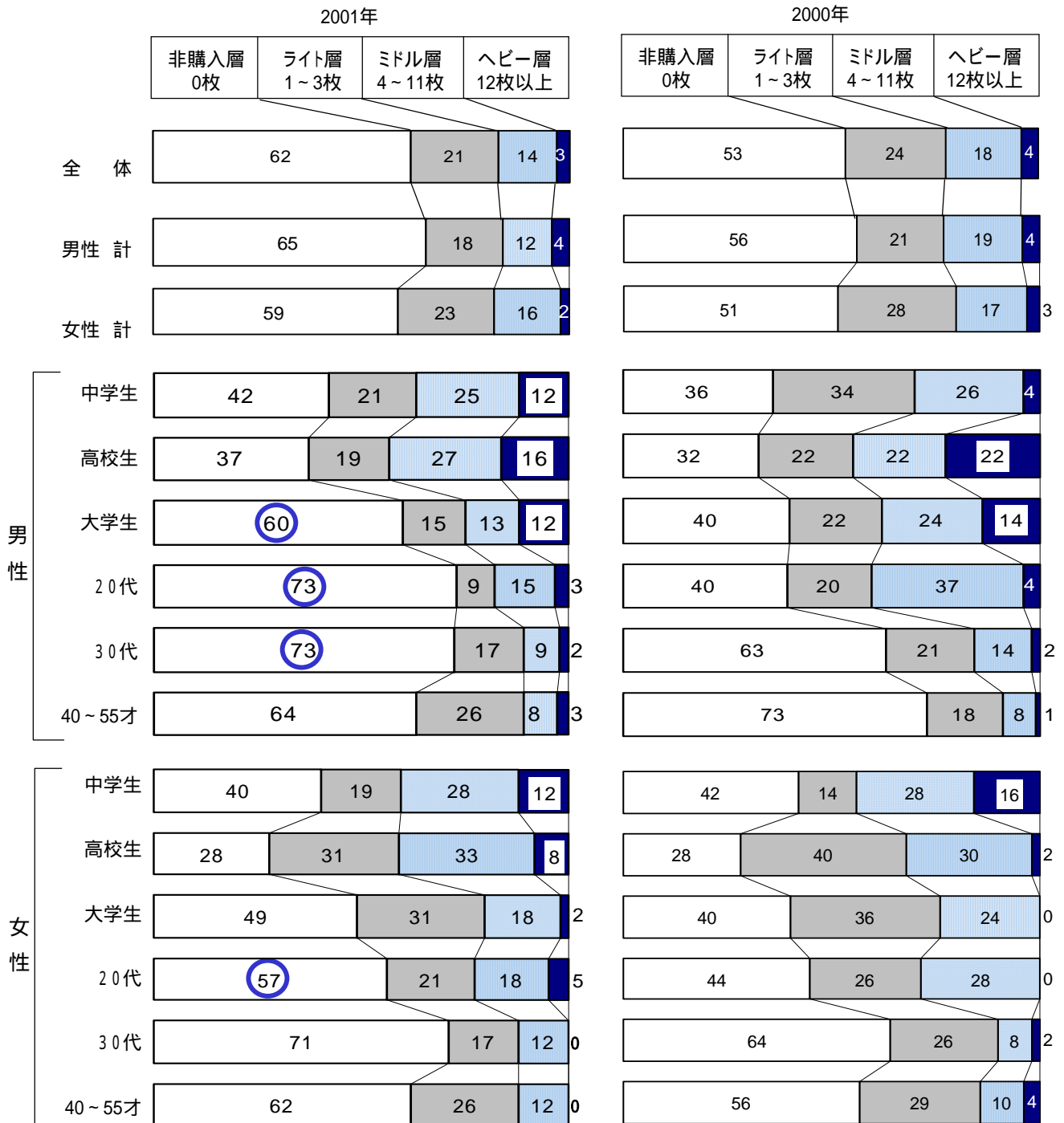
ここでは、昨年から本年へのシングルCDの購入枚数の変化を性・年代別にみていきます。

全体的にみた場合、

「非購入層」が53% 62%と明らかに増加傾向

であることがうかがえます。

特に「非購入層の増加」は20代の男女、男性の大学生・30代の層で顕著な傾向です。



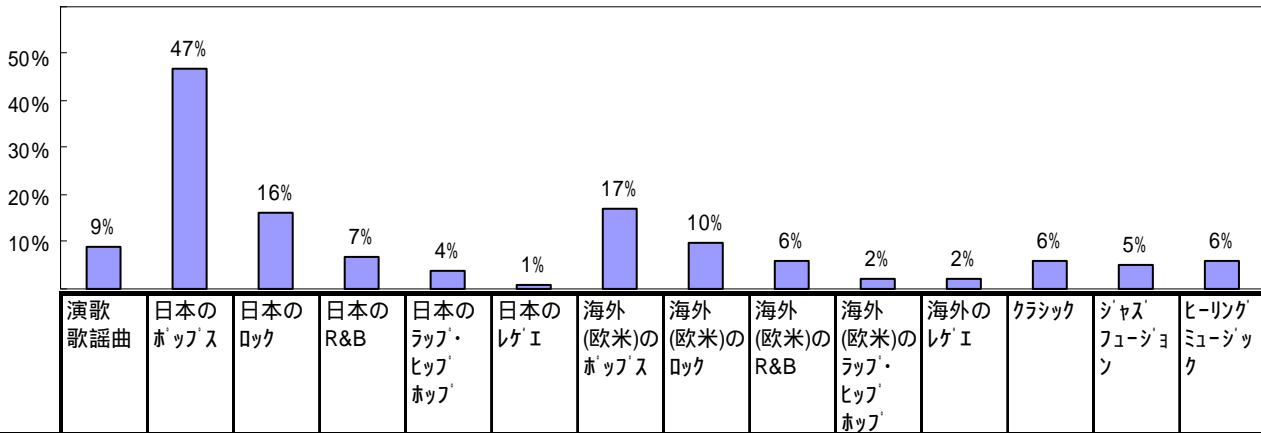
* 単位: % ベース: 全数 (n = 800) は昨年より明らかに増加・ は明らかに減少した数値

注: %を正数表記(小数点以下四捨五入)している為、合計が100% + - の箇所がありますが数値に問題はありません。

4. 新品CDアルバムのジャンル別購入率

アルバム(新品CD)・ジャンル別購入率(過去1年内)

ここではCDアルバムの購入率を性・年代別にみていきます。なおジャンルの選択肢については本年において大幅に見直したので、昨年との比較は割愛しています。



単位: %

		演歌歌謡曲	日本のポップス	日本のロック	日本のR&B	日本のラップ・ヒップホップ	日本のレゲエ	海外(欧米)のポップス	海外(欧米)のロック	海外(欧米)のR&B	海外(欧米)のラップ・ヒップホップ	海外のレゲエ	クラシック	ジャズ・フュージョン	ヒーリングミュージック
男性計		8	47	19	7	5	1	17	15	7	3	3	6	8	6
女性計		11	48	13	8	2	0.1	16	5	4	1	1	6	3	5
性	男														
	中学生	6	36	15	2	3	2	3	2	3	-	2	2	-	2
	高校生	5	46	21	6	3	3	8	10	5	3	-	6	2	2
	大学生	3	54	34	18	13	6	19	22	8	8	5	9	10	8
	20代	9	51	31	13	9	3	22	27	16	8	6	3	6	10
	30代	3	58	9	6	3	-	15	12	9	3	3	3	9	-
40~55才	12	38	14	3	3	-	18	11	2	-	2	9	9	8	
性	女														
	中学生	10	54	9	8	5	-	9	3	-	2	-	3	-	-
	高校生	-	69	22	10	9	-	25	5	3	3	-	9	3	3
	大学生	3	61	12	19	18	2	27	6	15	10	2	6	-	3
	20代	6	63	18	9	3	-	27	8	12	2	3	6	3	3
	30代	12	47	12	6	-	-	12	5	2	2	-	6	2	6
40~55才	15	33	9	6	-	-	11	5	-	-	-	6	5	8	

*ベース:全数(n=800)

まず全体では「日本のポップス」が47%と圧倒的。「海外(欧米)のポップス(17%)」「日本のロック(16%)」がこれに続きます。

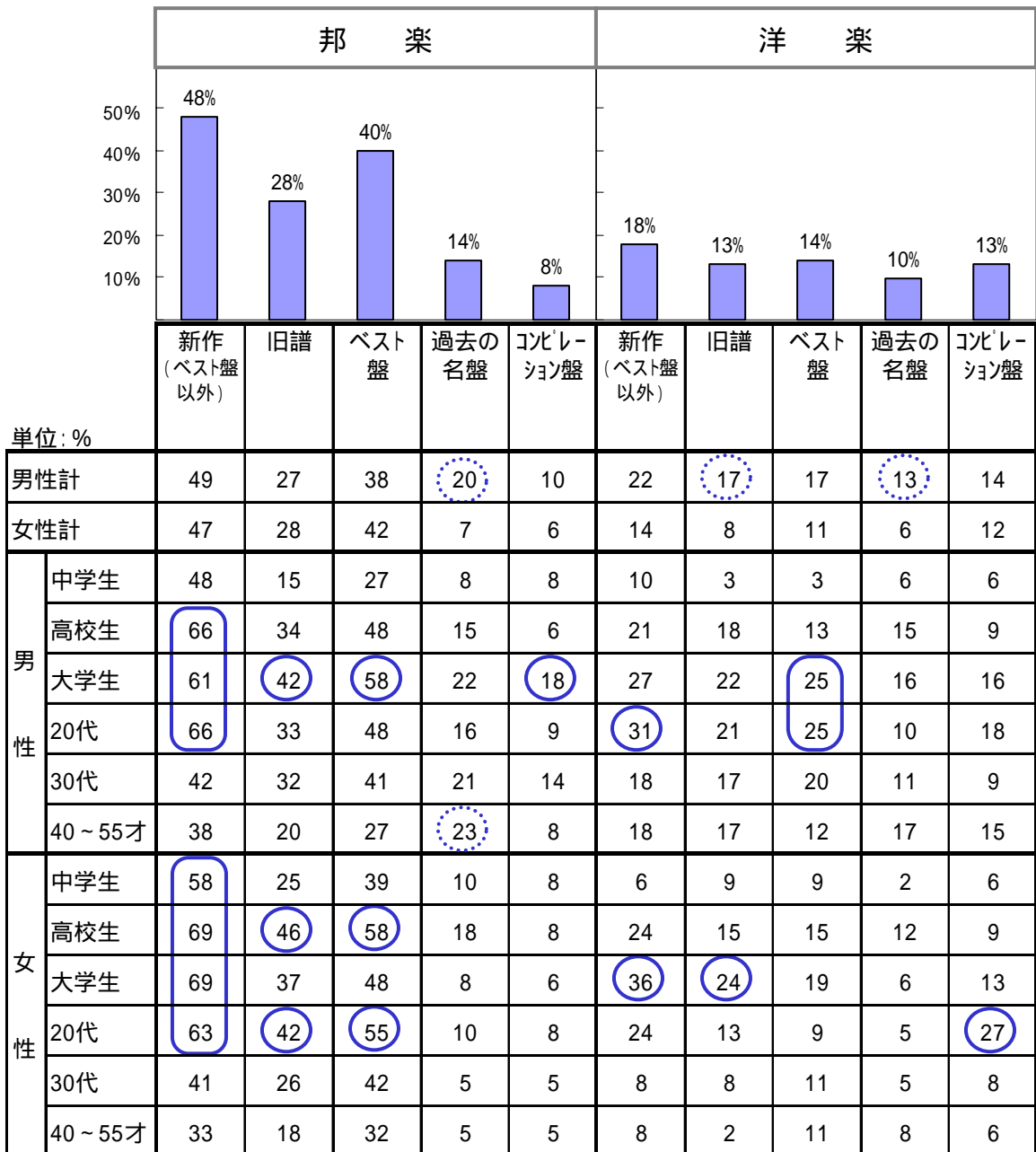
細かくみた場合、邦楽・洋楽を問わず「ロック」では男性、「ポップス」では女性が優位なようです。

また「R&B」「ラップ・ヒップホップ」も邦洋を問わず男女大学生層がよく購入しているようです(ただし「海外(欧米)のR&B」のみ男性20代が大学生を上回ります)。

5 . CDのタイプ別購入動向

新作CD / 旧譜 / ベスト盤 / 過去の名盤 / コンピレーション盤購入経験率(過去1年内)

ここではCDアルバムのタイプ毎の過去1年内の購入率を性・年代別にみていきます。なお選択肢を本年において大幅に見直したので、昨年との比較は割愛しています。



* ベース: 全数 (n=800)

全体で見た場合、一番購入率の高いのは「邦楽・新作(48%)」となりました。次いで「邦楽・ベスト盤」が近い数値(40%)となっています。「邦楽・新作」購入率の高いのは男女とも学生層~20代であり、現在のJ-POPマーケットの基盤がここからもうかがえます。

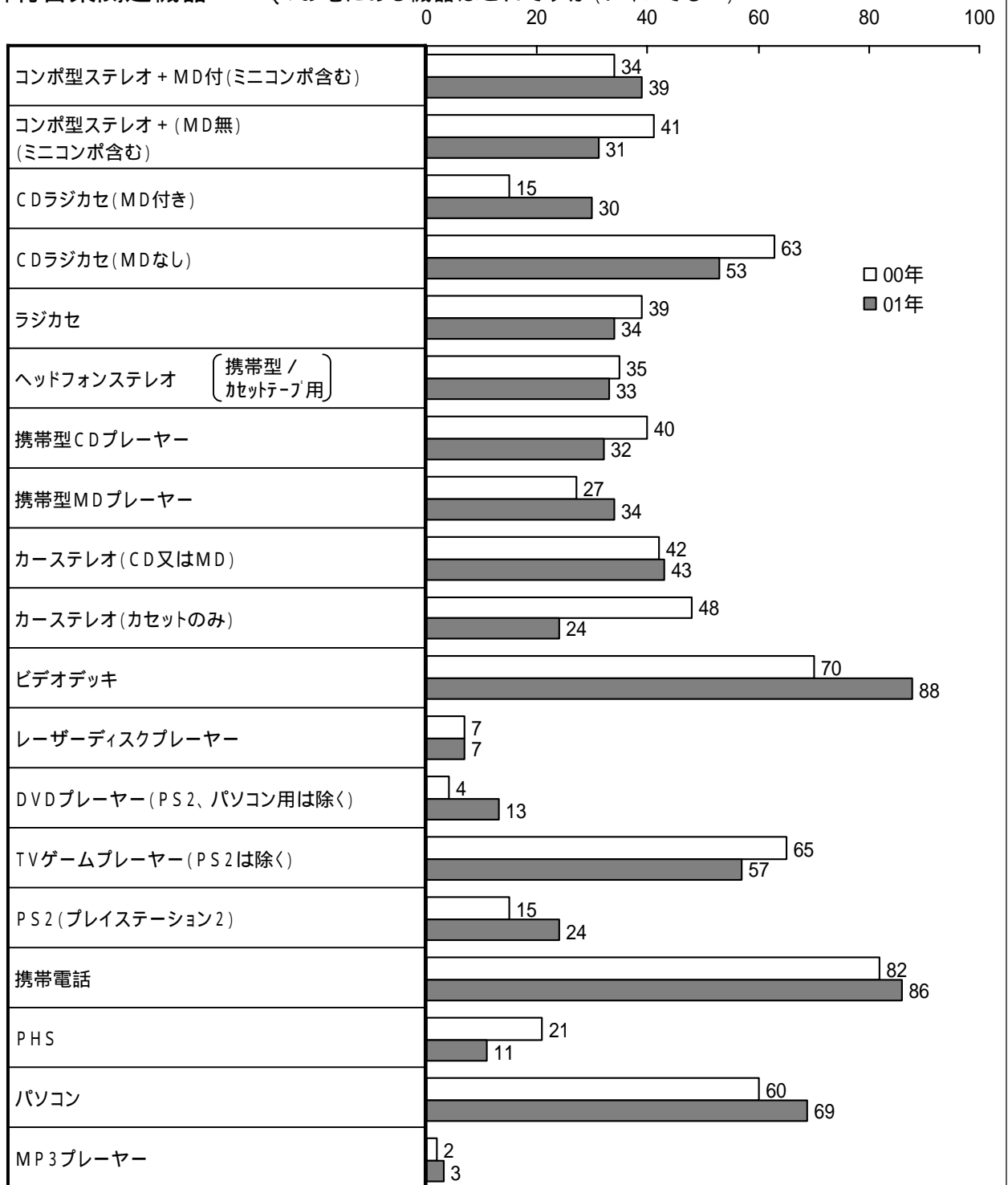
男女別で見た場合、「邦楽/洋楽・過去の名盤」「洋楽・旧譜」で男性が女性を大きく上回っています。これは男性ならではのこだわりなのでしょうか。

他の細かい特色としては、「コンピレーション盤」が邦楽では男子大学生が目立つのに対し、洋楽では20代女性が目立っています。また邦楽の「過去の名盤」では40~55才の男性が一番高い購入経験率を示しました。

6. 音楽関連機器所有状況

所有音楽関連機器

Q. お宅にある機器はどれですか(いくつでも)



*ベース:全数
(n=800)

注: は01年度よりの項目及び変更のあった項目

カーステレオ(CD又はMD)は、昨年はCDとMDで分けて質問していたので、昨年のグラフはCDのデータを記載。

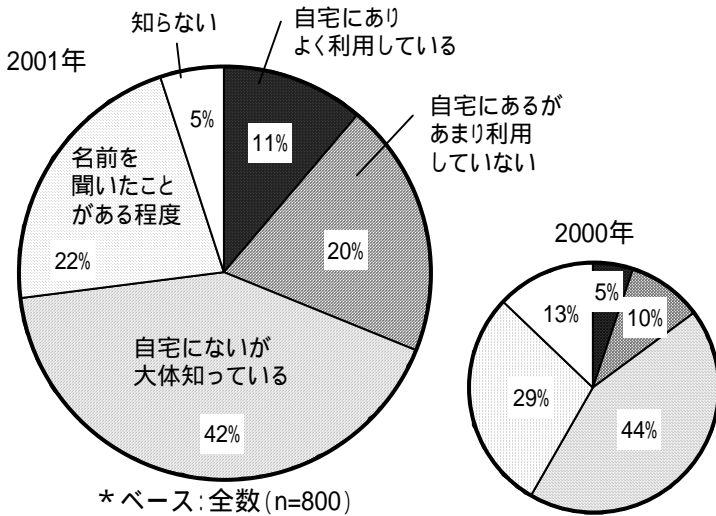
DVDプレーヤーは、昨年は据置型と携帯型で分けて質問していたので、昨年のグラフは据置型のデータを記載。

ビデオデッキは、昨年はBSチューナー付と付いていないもので分けて質問していたので、昨年のグラフは付いていないもののデータを記載

7. DVD機器・ソフト所有状況

DVDについては認知・利用状況ともに確実に上昇してきています。男子高校生ではほぼ四人に一人の利用状況です。

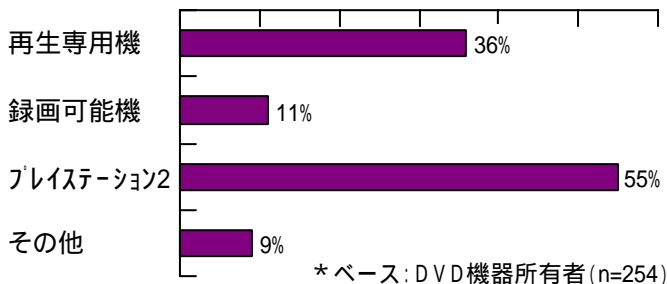
DVD再生機器認知率・所有率及び利用動向



		自宅にありよく利用している	自宅にあるがあまり利用していない
単位: %			
男性計		16	17
女性計		6	22
男	中学生	6	31
	高校生	24	25
	大学生	16	28
	20代	13	25
	30代	17	9
女	40~55才	18	11
	中学生	9	25
	高校生	-	22
	大学生	6	9
	20代	8	22
性	30代	12	12
	40~55才	2	29

* 性年代別のデータは2001年のもの

所有DVD機器のタイプ



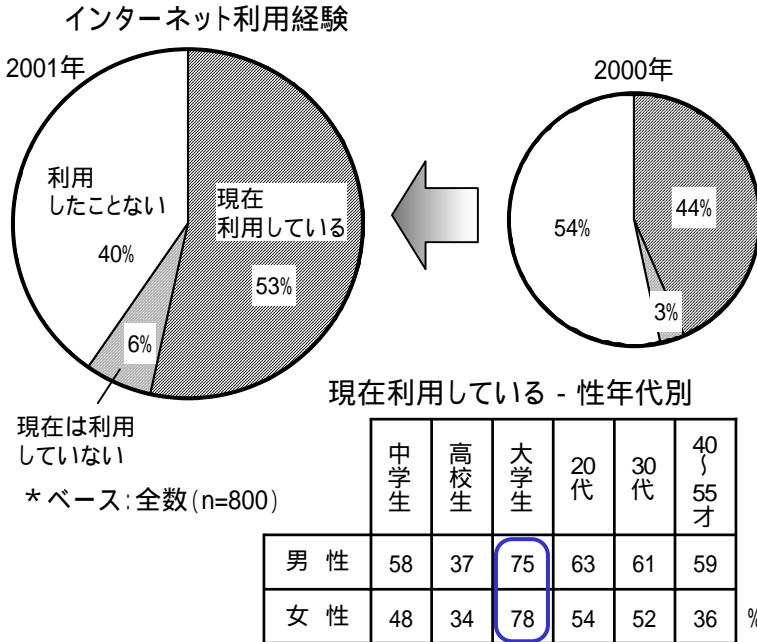
DVDソフト所有枚数

映画等のDVDソフト	5.8枚
音楽関係の映像のDVDソフト	4.3枚
その他のDVDソフト	4.3枚

* 平均の母数は所有者あたり

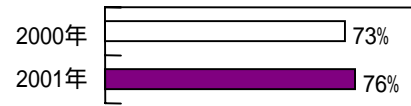
8. インターネット、音楽コンテンツ・サービス利用状況

インターネットの利用経験は確実に上昇してきています。とくに男女大学生は70%を優に越える利用状況です。音楽関係のコンテンツの閲覧経験も増え、「アーティストの公式サイト」「レコード会社のサイト」で上昇が見られます。



インターネット非利用者の利用意向

利用意向

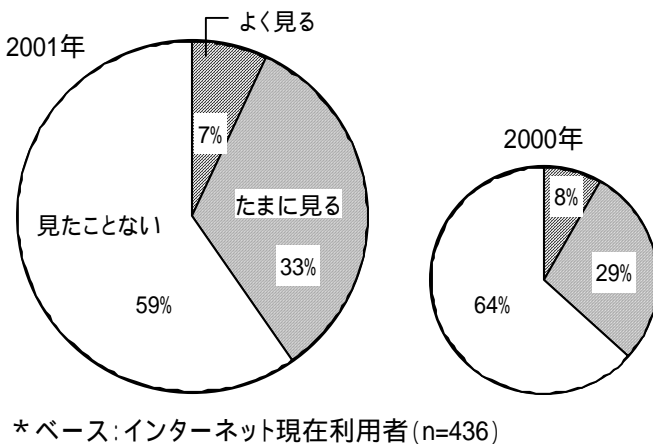


インターネット「音楽コンテンツ」利用意向

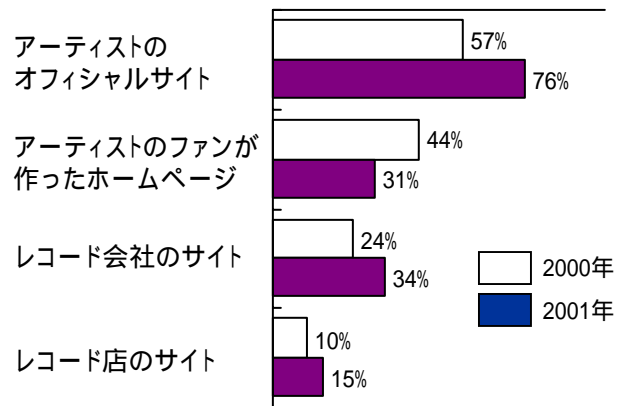


ベース: インターネット非利用者 01年: n=364

音楽関係(アーティスト、レコード会社等)のホームページ閲覧経験



閲覧した音楽関係のホームページ



*ベース: 音楽関係HP閲覧経験者(n=218)

第2章 1. 音楽ソフト等の録音・録画状況

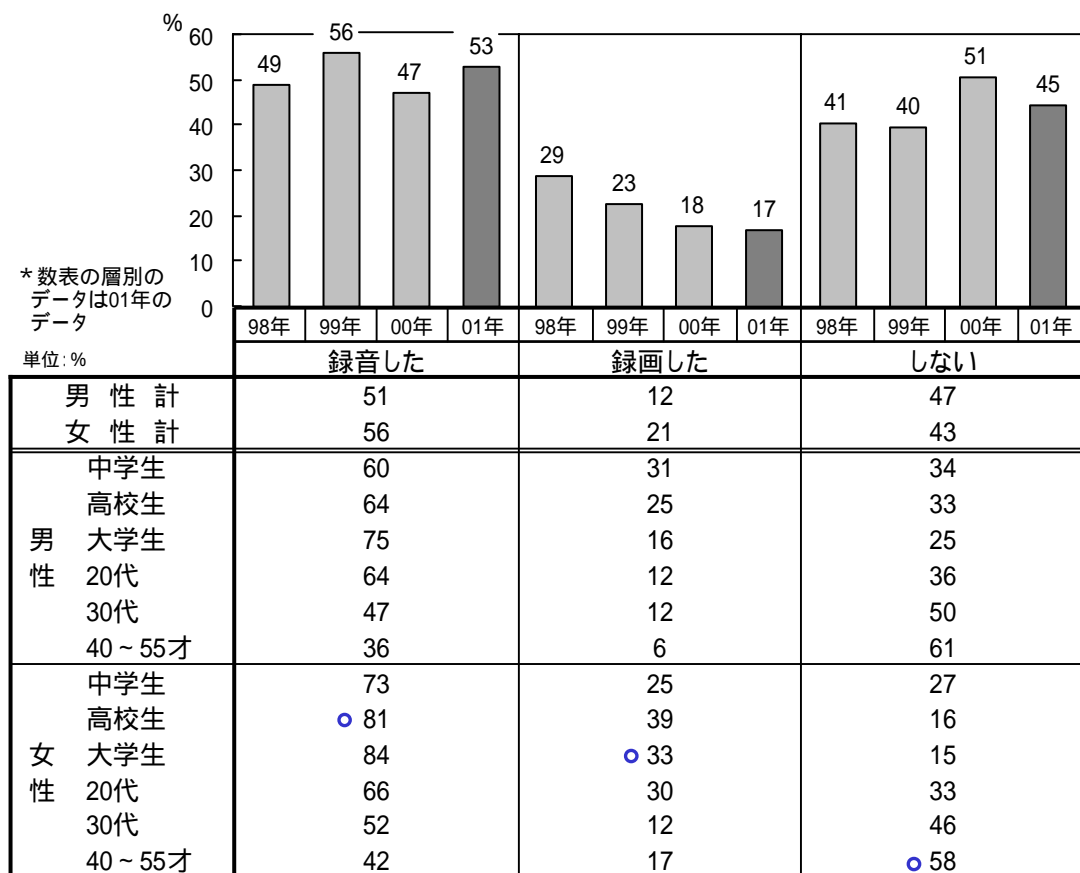
- 録音は53%と昨年と比べ増加傾向。録画は17%で昨年と比べ横ばい傾向。(4年推移では減少傾向。)
(録音・録画とも女子高生、女子大生で高くなっている。)
- 録音・録画元(何から録音・録画したか)では、“レンタルしたCD等”が最も高く63%。以下“自分で買ったCD等(43%)”、“友人から借りたCD等(39%)”、“テレビ(34%)”が高くなっている。
- 録音先は、“カセットテープ(55%)”、“と“MD(54%)”がついに並んだ。以下“CD-R”が24%と昨年(15%)にくらべ大きく上がっていて録音メディアの世代交替が進んでいる。

カセットテープは女性(特に中学生と40・50代)で高いのに対し、MDは男女高校生と男子大学生・中学生で高い。
それに対し、CD-Rは男性の大学生以上で高くなっている。
(CD-Rの利用率は20代男性ではカセットテープより高くなっている。男子高校生・大学生ではほぼイコール)

- 録音メディアの所有枚(本)数(録音したもの)はカセットテープが7.1本、MDが12.2本、CD-Rは11.8枚となっている。

(1) 録音・録画経験(過去1年内)

Q. この1年以内に、音楽を『CD等市販の音楽ソフト』やTV、ラジオ、BS、CS等の『放送』から録音・録画しましたか(いくつでも)。

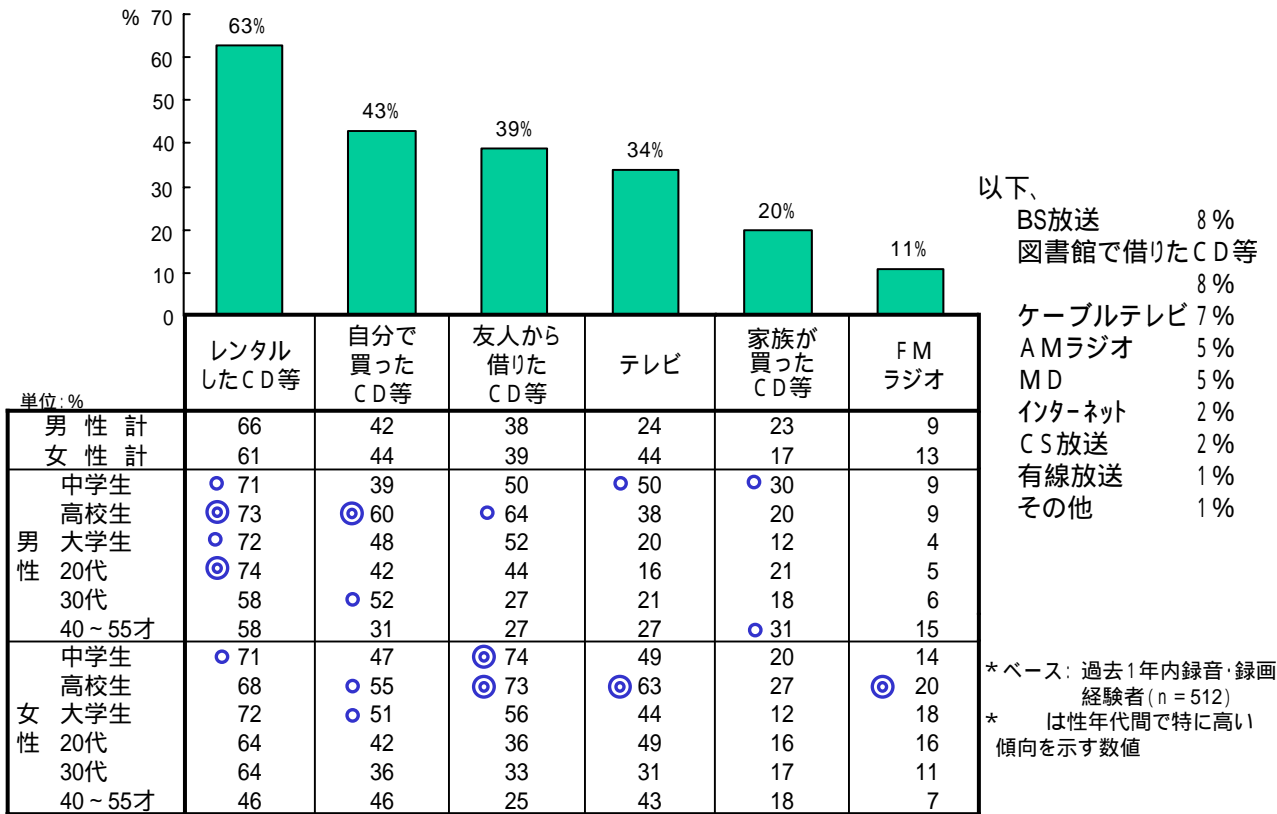


*ベース:全体(n=800)

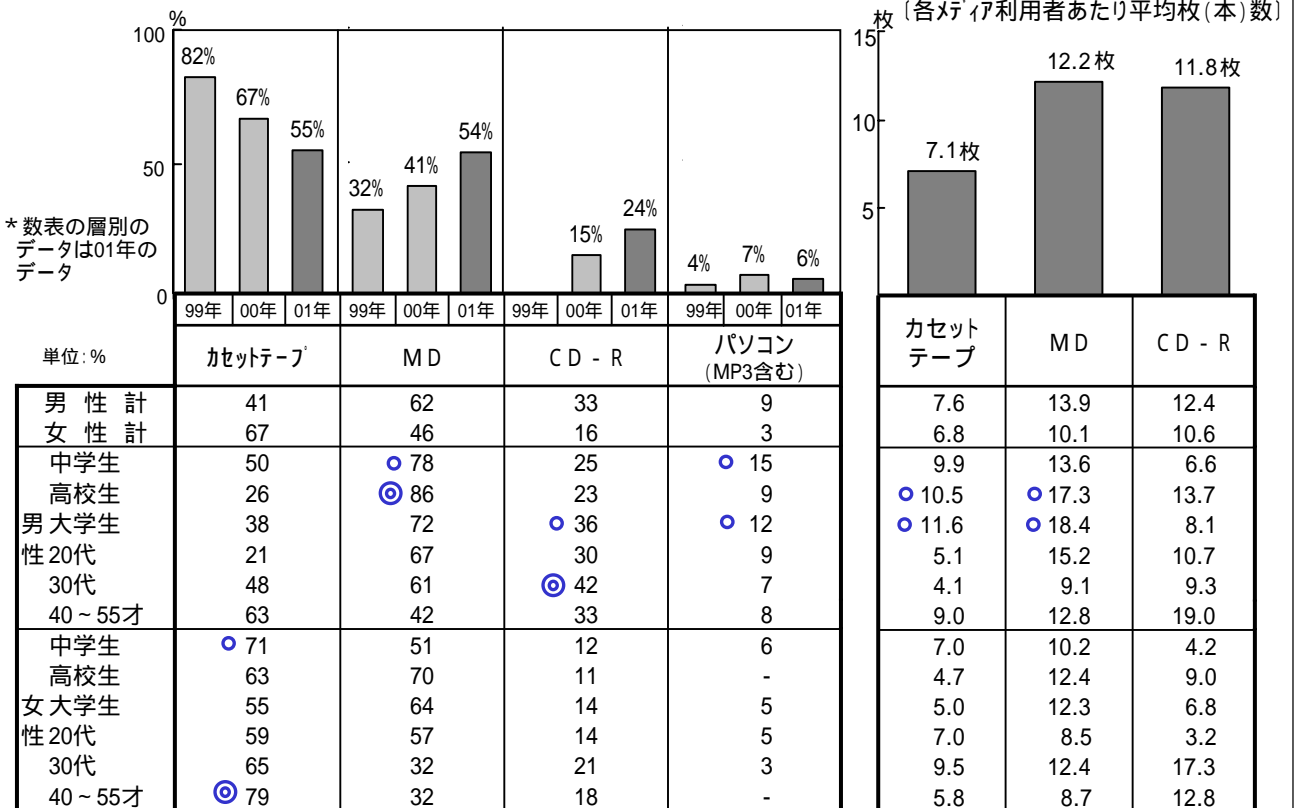
* は、性年代間で特に高い傾向を示す数値

*00年以前のデータはそれぞれの年の白書より

(2) 録音・録画したもの Q. 何から録音・録画しましたか(いくつでも)。



(3) 録音先 Q. 録音は何にしましたか(いくつでも)。



2. CD - R 機器利用状況

- “自宅にありよく利用”は15% (昨年10%)。“自宅にあるがあまり利用していない”を含めると所有率は30%となっている。

- “自宅にありよく利用”は、男子大学生で特に高く、20代・30代男性がそれに次いでいる。
- 所有率では、男子大学生が最も高く、次いで女子大生でも高くなっている。

- 所有CD - R機器のタイプは、“パソコン用のドライブ”が97%と“オーディオCDレコーダー(5%)”と比べ圧倒的に多い。

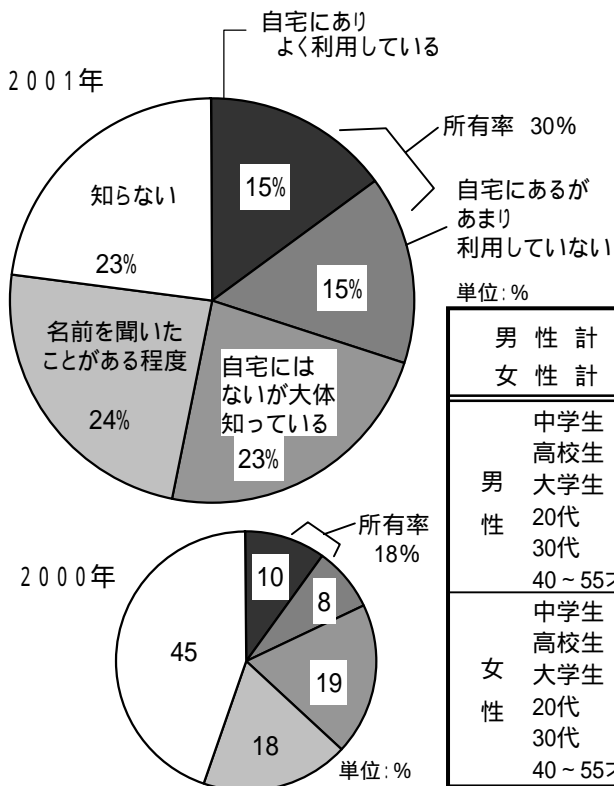
- CD - R機器の使用用途は、“パソコンデータのバックアップ(音楽以外)”が69%(昨年74%)と最も高い傾向はかわらないものの減少傾向にあり、“レンタル店で借りたCDのコピー”が52%(昨年33%)、“友人・知人から借りたCDのコピー”が34%(昨年30%)と「音楽CDのコピー用途」が増加している。

- 購入意向のタイプは“パソコン用”が40%、“オーディオCDレコーダー”が12%となっている。
(パソコン用、オーディオCDレコーダーとも昨年とくらべると倍位に購入意向が増加している)

- パソコン用は20代社会人と男女大学生で高く、オーディオCDレコーダーは男子高校生、女子中学生で高くなっている。

(1) CD - R 認知率・所有率

Q. あなたはCD - R (機器)を知っていますか。



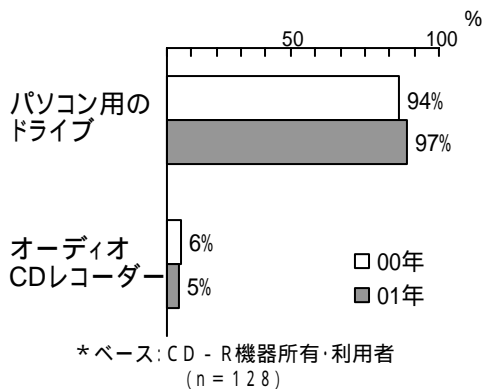
	自宅にありよく利用している	自宅にあるがあまり利用していない	自宅にはないが大体知っている	名前を聞いたことがある程度	知らない
男性計	19	13	33	21	15
女性計	11	16	14	27	32
中学生	13	10	18	○31	○27
高校生	16	16	21	28	18
男大学生	◎34	12	○33	12	9
性 20代	○22	10	◎45	15	8
30代	○21	11	29	24	15
40~55才	14	17	○30	21	18
中学生	16	10	9	24	○40
高校生	5	12	15	25	○43
女大学生	15	○22	25	25	12
性 20代	9	9	25	◎37	19
30代	15	17	20	27	21
40~55才	11	○21	2	21	◎46

*ベース:全数(n=800)

* は、性年代間で特に高い傾向を示す数値

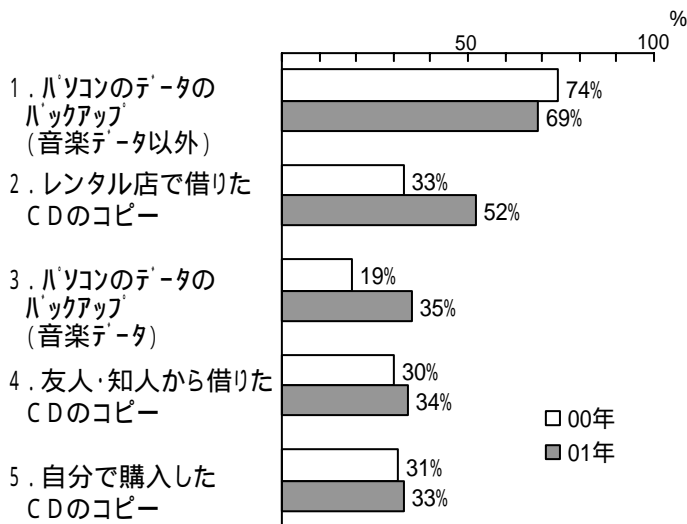
(2) 所有CD-R機器のタイプ(複数回答)

Q. 所有しているCD-R(機器)はどのようなタイプですか(いくつでも)



(3) CD-R機器の使用用途

Q. CD-R(機器)は主にどのような用途で使いますか(いくつでも)
Q. 音楽をコピーしたCD-R(ディスク)を何枚位持っていますか

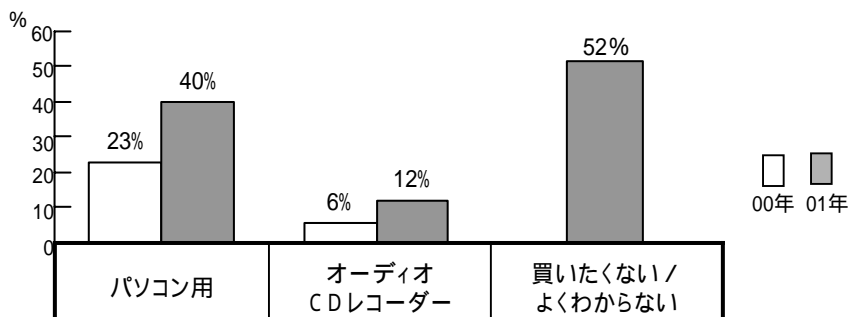


〔音楽をコピーしたCD-R(ディスク)の所有枚数平均〕
12.0枚

*ベース: CD-R機器所有者(n=128)
平均枚数の母数はCD-R機器所有者あたり

(4) CD-R機器購入意向

Q. 購入するとしたらどんなタイプのCD-R(機器)を買いたいですか(いくつでも)



単位: %

	パソコン用	オーディオCDレコーダー	買いたくない/よくわからない
男性計	47	15	44
女性計	33	10	61
中学生	26	14	○ 61
高校生	47	○ 20	36
男性 大学生	◎ 58	17	33
20代	◎ 60	18	29
30代	40	13	53
40~55才	44	13	48
中学生	14	○ 20	○ 67
高校生	32	7	○ 64
女性 大学生	○ 50	14	43
20代	40	11	55
30代	47	11	47
40~55才	20	7	◎ 73

*ベース: CD-R機器非所有者 (n=560)
*00年とは選択肢を変更しているため、00年データは、パソコン用と、オーディオCDレコーダーのみ表記

* は、性年代間で特に高い傾向を示す数値