

2011年度音楽メディアユーザー実態調査
報告書
－公表版－

2012年2月

一般社団法人 日本レコード協会

目次

.調査実施概要	2
.市場の概要	5
.購入楽曲のジャンル	13
.音楽の認知・購入経路	20
.音楽の聴取実態	25
.エルダー層に関する分析	35
.スマートフォンの利用による影響	43

・ 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、グループインタビュー調査
調査時期	2011年8月、2011年10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	30	62	36	51	42	221
	高校生	71	62	64	64	63	324
	大学生	85	62	86	71	81	385
	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	62	62	310
	60代	62	62	62	62	62	310
女性	中学生	43	62	49	61	40	255
	高校生	72	62	64	63	61	322
	大学生	71	62	73	62	85	353
	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	62	62	310
	60代	62	62	62	62	62	310
	計	992	992	992	992	992	4,960

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17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。本調査報告書(要約版)で掲載するN数はウェイトバック集計後のN数とした。

(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）。
 ※ 調査実施時点において、2011年3月11日の東日本大震災から一定期間が経過していることから、東北地域も従来通り対象として調査を実施。



【地域ブロックの定義】

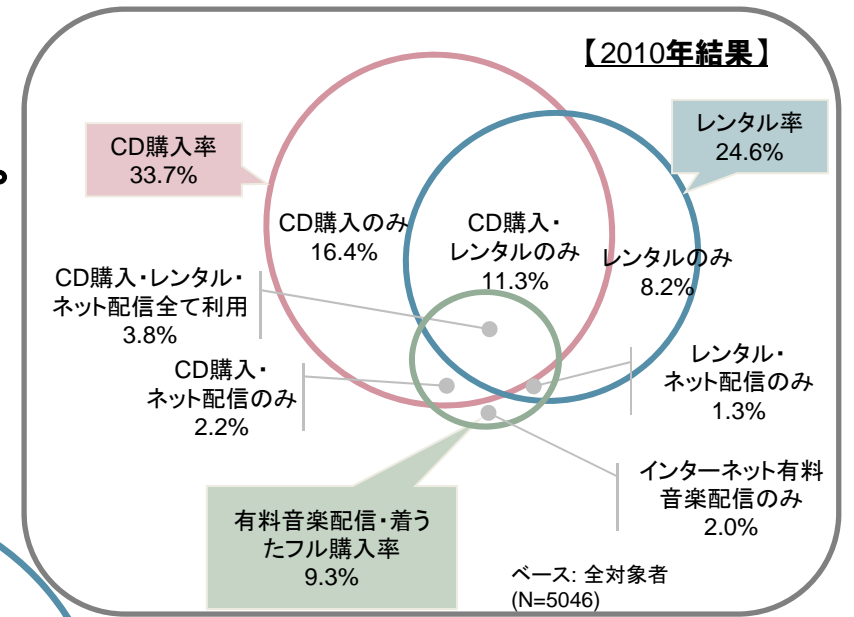
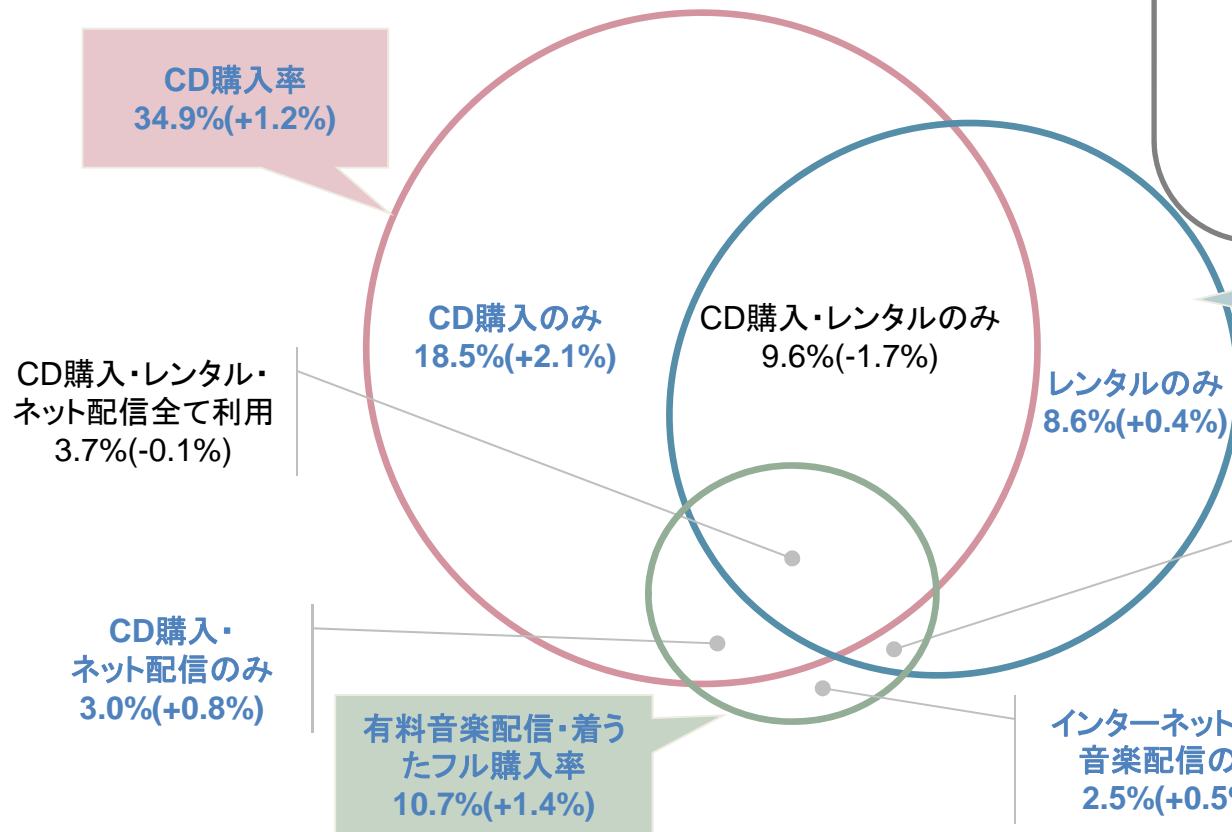
· 市場概要

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(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、お店でレンタルしましたか。

- CD購入率は34.9%、レンタル率は23.4%、有料音楽配信購入率は10.7%。
- 対昨年度で見ると、CD・有料配信購入率が微増傾向。

【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割合】



CD(新品/中古含む)、レンタル、有料音楽配信・着うたフルそれぞれ過去半年以内の購入・レンタル率

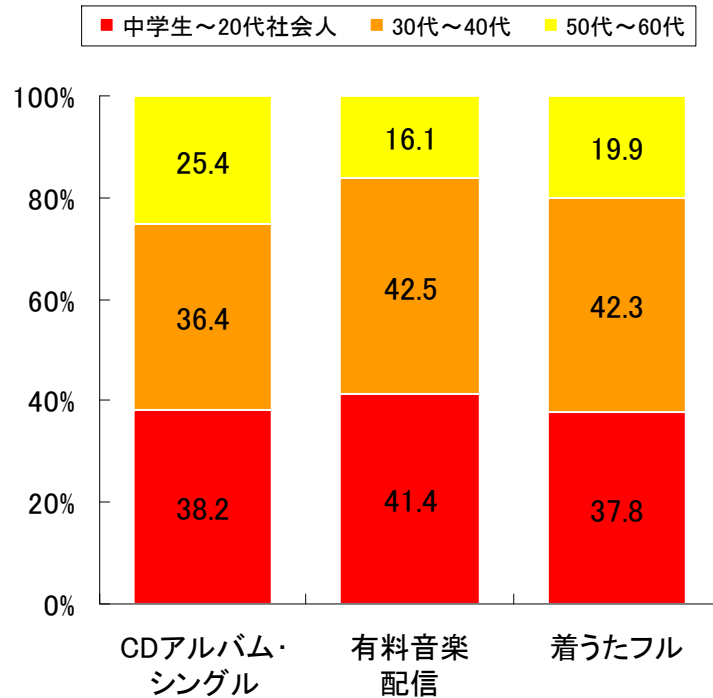
ベース: 全対象者 (N=4960)

年代別 推定マーケットシェア

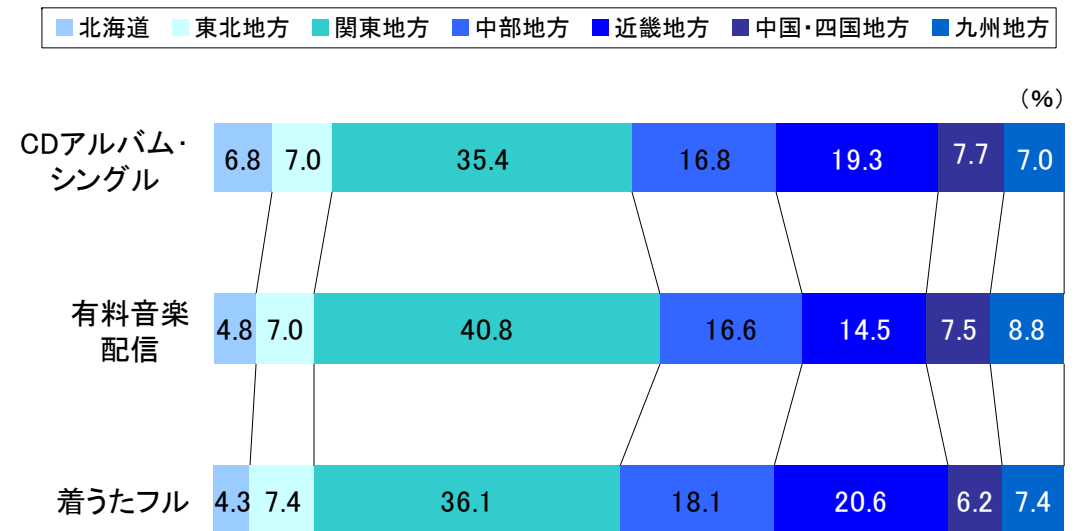
Q この半年間(3月～8月)にどの程度の音楽CD、音楽ファイルを購入したり、お店でレンタルしましたか。

- CD(セル)市場は、中学生～20代(若年層)のシェアが最も高い。
- 有料配信市場は、若年層と30代～40代のシェアが拮抗。
- 着うたフル市場は、30代～40代のシェアが最も高い。

【各メディアの年代別推定マーケットシェア】



【各メディアの地域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(2011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21年10月1日時点(総務省統計局公開情報に基づく)

※2: アルバム1枚=1271円、シングル1枚=553円(日本レコード協会 CD生産実績 2011年8月実績より、CDアルバム及びCDシングルについてそれぞれの生産量を生産額で除して算出)

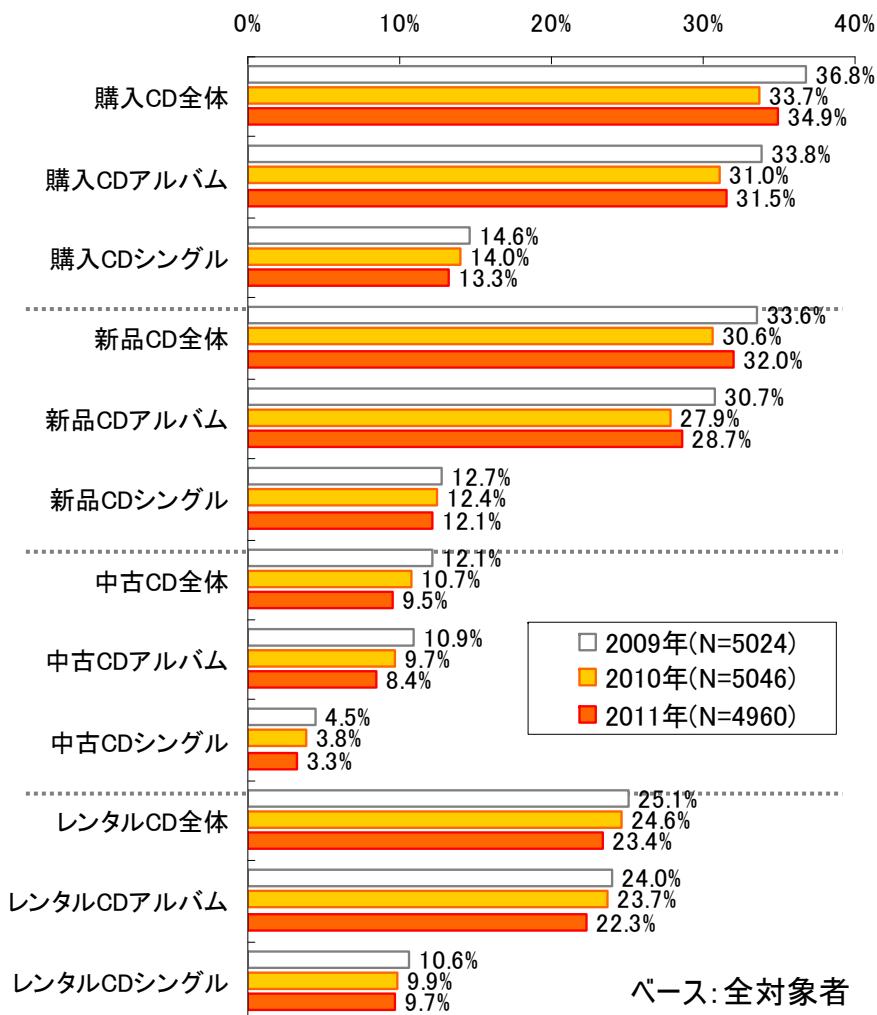
CD購入・レンタル率

Q この半年間(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、お店でレンタルしましたか。

■過去半年間のCD購入率は、1.2%の微増。

■年代別にみると、全般的に男性・女性ともに大学・専門学生の購入率が高い。

【過去半年間のCDの購入率／レンタル率】



【過去半年間のCDの購入率／レンタル率(性年代別)】 %

		購入CD 全体	購入CD アルバム	購入CD シングル	新品CD 全体	新品CD アルバム	新品CD シングル
合計		34.9	31.5	13.3	32.0	28.7	12.1
男性計		35.9	33.0	13.5	32.7	29.7	12.5
女子計		33.8	30.1	13.0	31.3	27.6	11.7
男性	中学生	32.7	24.7	23.6	29.4	23.3	20.0
	高校生	43.2	34.0	32.7	38.9	29.1	31.0
	大学・専門学生	52.2	42.4	35.9	48.5	38.4	32.4
	20代社会人	47.5	46.2	19.8	44.3	42.6	17.9
	30代	37.0	35.8	12.8	34.4	33.2	12.4
	40代	36.3	35.9	6.0	32.4	31.9	5.2
	50代	29.0	27.9	4.3	26.4	25.2	4.3
女性	60代	25.1	21.6	8.7	21.8	18.3	8.1
	中学生	45.3	34.7	30.9	41.9	31.8	28.5
	高校生	53.6	42.5	37.9	51.7	40.0	36.2
	大学・専門学生	54.4	46.1	29.5	49.9	42.6	25.3
	20代社会人	46.5	42.4	18.4	44.4	39.8	17.3
	30代	35.2	32.1	11.6	33.2	30.5	9.9
	40代	33.3	32.5	5.8	31.3	30.4	5.6
50代	25.5	23.6	7.6	22.3	20.3	6.9	
60代	17.9	14.6	5.9	15.6	12.4	4.9	

		中古CD 全体	中古CD アルバム	中古CD シングル	レンタル 全体	レンタル アルバム	レンタル シングル
合計		9.5	8.4	3.3	23.4	22.3	9.7
男性計		11.1	10.3	3.4	24.1	23.1	9.7
女子計		7.8	6.5	3.1	22.7	21.5	9.7
男性	中学生	11.5	6.1	8.7	25.7	23.7	15.9
	高校生	16.8	12.9	10.2	28.1	26.9	19.2
	大学・専門学生	20.1	19.0	9.8	35.9	35.2	22.0
	20代社会人	14.3	13.6	5.8	40.6	40.4	15.8
	30代	11.5	11.5	2.2	28.4	27.6	10.3
	40代	9.6	9.6	1.3	25.1	24.4	7.8
	50代	7.8	7.8	1.0	14.6	13.2	3.8
女性	60代	7.3	6.2	1.6	11.6	10.8	3.0
	中学生	14.6	9.5	9.6	30.3	27.4	20.5
	高校生	14.2	9.3	9.8	34.7	31.6	21.3
	大学・専門学生	13.4	10.2	7.4	39.9	38.5	16.2
	20代社会人	9.8	9.5	3.6	42.3	41.4	17.0
	30代	8.7	7.0	3.2	26.1	24.7	11.4
	40代	7.5	6.8	0.7	23.9	23.4	6.6
50代	5.0	5.0	1.2	12.2	11.3	5.1	
60代	3.5	3.0	1.6	6.9	5.8	3.5	

「購入CD」: 新品CDまたは中古CDのいずれか1点以上を購入
 「全体」: アルバムまたはシングルのいずれか1点以上を購入またはレンタル

白抜き塗りつぶし: 平均より+5%以上

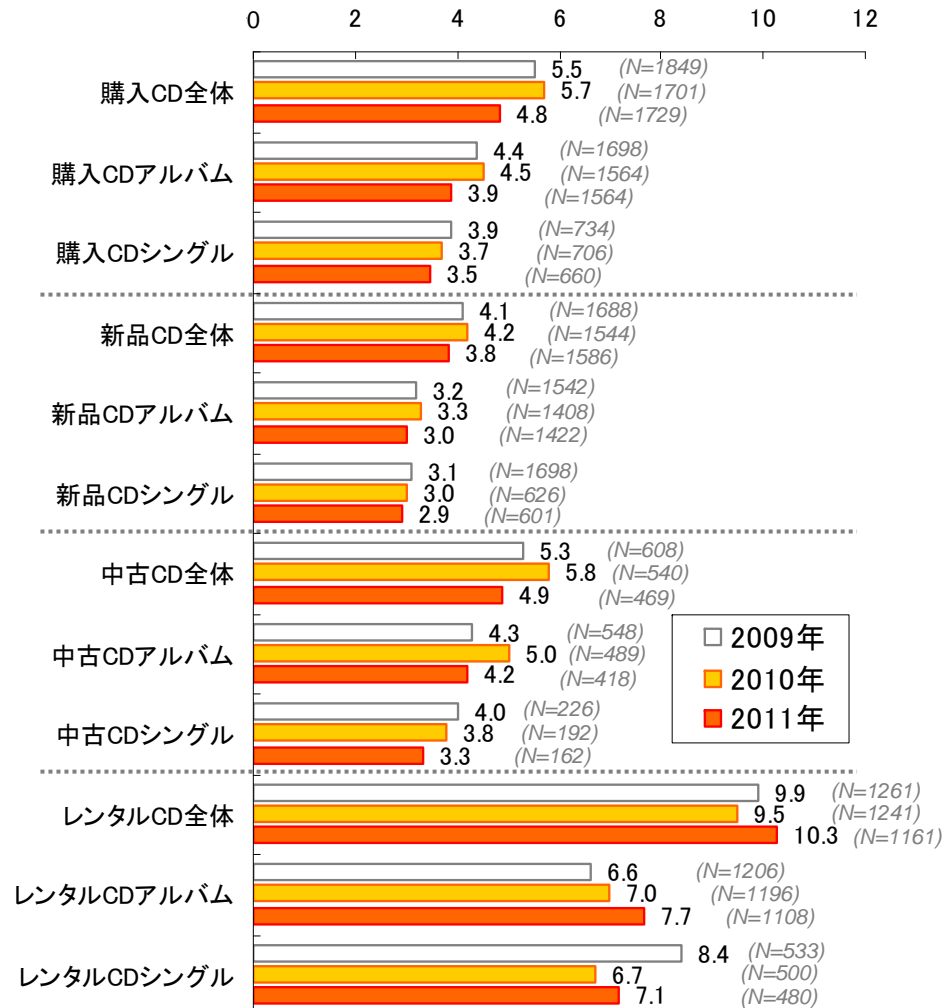
斜体の数値: N数(WB前)が20以下(参考値)

Q この半年間(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、お店でレンタルしましたか。

CD購入・レンタル枚数

- 過去半年間の購入CD全体の購入枚数は4.8枚（特に中古CDの購入枚数減少が影響）。
- 男性の方が購入枚数が多い傾向が見られる。

【過去半年間のCDの平均購入枚数／レンタル枚数】



※ 購入枚数・利用枚数(平均)の母数は各メディアの購入・利用者(N数を付記)

【過去半年間のCDの平均購入枚数／レンタル枚数(性年代別)】 %

		購入CD 全体	購入CD アルバム	購入CD シングル	新品CD 全体	新品CD アルバム	新品CD シングル
合計		4.8	3.9	3.5	3.8	3.0	2.9
男性計		5.8	4.7	3.8	4.3	3.4	3.1
女性計		3.8	3.0	3.1	3.3	2.6	2.7
男性	中学生	4.5	2.6	3.5	3.8	2.0	3.2
	高校生	6.3	3.8	4.3	4.8	2.8	3.4
	大学・専門学生	7.0	5.2	4.1	4.8	3.1	3.4
	20代社会人	8.1	6.2	4.9	5.0	3.9	3.0
	30代	6.0	5.0	3.4	4.8	3.8	3.0
	40代	4.5	3.9	4.1	3.5	3.0	3.7
	50代	5.7	5.3	3.7	4.3	4.0	2.9
女性	60代	3.6	3.2	2.4	3.2	3.0	1.8
	中学生	3.9	2.1	3.3	3.1	1.8	2.5
	高校生	4.4	2.4	3.6	3.6	2.0	2.9
	大学・専門学生	3.8	2.4	3.3	3.1	1.9	2.9
	20代社会人	5.2	3.9	4.2	4.0	3.1	3.3
	30代	2.9	2.4	2.0	2.4	2.0	1.9
	40代	3.4	3.0	2.5	3.0	2.6	2.4
50代	4.8	4.1	3.5	5.0	4.2	3.7	
60代	2.7	2.7	1.6	2.5	2.6	1.5	

		中古CD 全体	中古CD アルバム	中古CD シングル	レンタル 全体	レンタル アルバム	レンタル シングル
合計		4.9	4.2	3.3	10.3	7.7	7.1
男性計		6.0	5.1	3.9	11.3	8.6	7.7
女性計		3.3	2.7	2.7	9.1	6.7	6.6
男性	中学生	3.1	3.0	2.0	8.7	5.7	5.6
	高校生	5.0	3.9	3.3	10.2	6.9	5.2
	大学・専門学生	6.7	5.3	3.5	11.3	8.4	5.0
	20代社会人	11.5	9.0	7.2	14.3	10.3	10.5
	30代	4.9	4.4	2.7	13.2	9.7	10.3
	40代	5.1	4.6	4.1	12.3	8.9	11.6
	50代	6.7	6.2	3.5	8.7	8.7	3.3
女性	60代	2.7	2.2	3.9	4.7	4.0	3.8
	中学生	3.2	1.8	3.0	8.1	4.8	5.5
	高校生	3.7	2.3	3.2	10.9	8.1	5.7
	大学・専門学生	4.0	2.8	3.3	7.6	6.2	4.0
	20代社会人	6.4	4.5	5.7	9.3	7.1	5.9
	30代	2.4	2.4	1.5	8.9	5.1	9.4
	40代	2.5	2.7	1.0	9.5	7.1	9.2
50代	2.5	2.2	1.0	7.7	6.1	4.9	
60代	2.7	2.3	1.5	14.7	13.9	5.8	

白抜き塗りつぶし: 平均より+5%以上

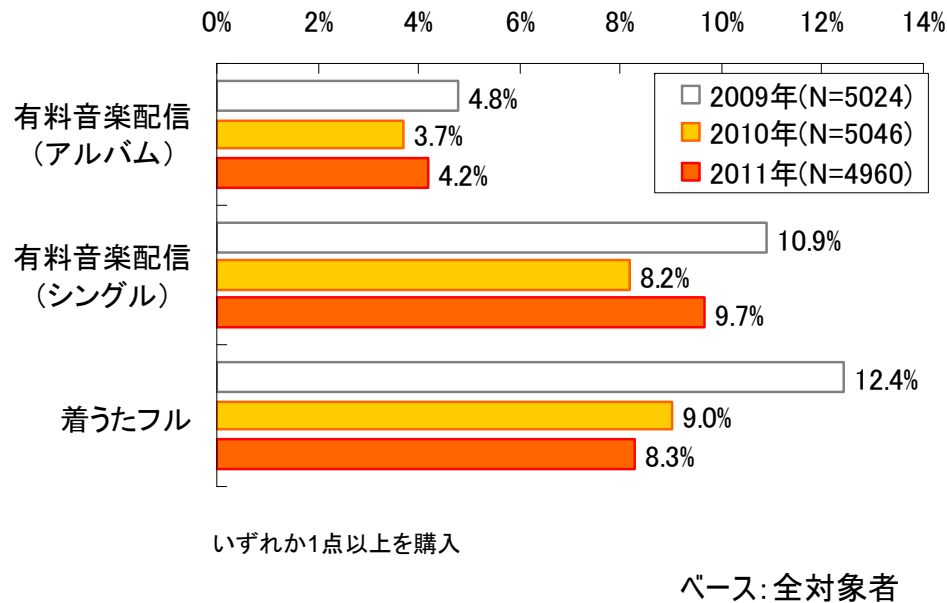
斜体の数値: N数(WB前)が20以下(参考値)

インターネット音楽配信・着うたフル購入率

Q この半年間(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、お店でレンタルしましたか。

- 有料音楽配信の購入率は、全体で1.4%上昇。一方、着うたフルは0.7%の微減。
- 20代社会人の購入率が最も高い。

【過去半年間のインターネット音楽配信・着うたフルの購入率】



【過去半年間の購入率】

		%			
		有料配信 全体	有料配信 アルバム	有料配信 シングル	着うたフル
合計		10.7	4.2	9.7	8.3
男性計		11.6	5.0	10.4	7.2
女性計		9.8	3.3	8.9	9.4
男性	中学生	6.9	2.5	5.7	6.0
	高校生	11.4	4.8	11.4	14.0
	大学・専門学生	11.2	4.3	11.2	11.1
	20代社会人	19.3	10.9	16.1	15.0
	30代	13.7	5.0	13.1	7.5
	40代	14.4	7.3	12.2	5.8
	50代	10.1	3.7	8.5	4.1
女性	60代	5.3	2.3	5.0	3.1
	中学生	7.5	3.0	6.4	6.9
	高校生	8.6	1.6	7.9	19.1
	大学・専門学生	10.8	4.6	10.0	12.5
	20代社会人	20.1	8.5	16.7	16.9
	30代	11.2	2.8	11.2	12.8
	40代	14.3	4.2	13.5	8.4
50代	6.8	2.3	5.3	6.4	
60代	3.0	1.3	2.5	2.6	

白抜き塗りつぶし: 平均より+5%以上

斜体の数値: N数(WB前)が20以下(参考値)

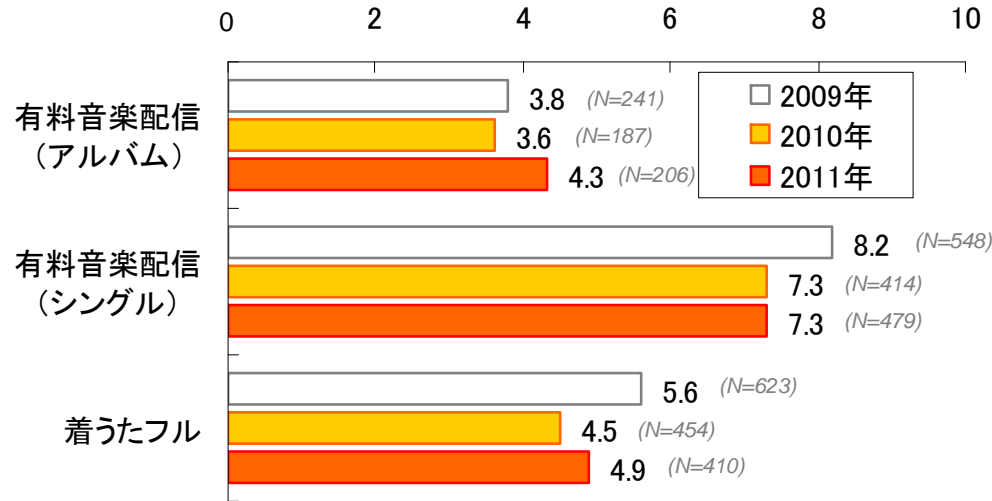
インターネット音楽配信・着うたフル購入数

Q この半年間(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、お店でレンタルしましたか。

■購入曲数は、アルバムが0.7枚の増加。購入率(前頁)の減少傾向と比較すると、ヘビユーザの割合が高まっている可能性が考えられる。

■パッケージと同様、男性の方が購入数が多い傾向。

【過去半年間の有料音楽配信・着うたフルの平均購入数】



※ 購入数(平均)の母数は各メディアの購入者(N数を付記)

【過去半年間の平均購入数】

		有料配信 全体	有料配信 アルバム	有料配信 シングル	着うたフル
合計		8.2	4.3	7.3	4.9
男性計		8.9	4.9	7.6	5.5
女性計		7.4	3.5	7.0	4.4
男性	中学生	4.6	2.2	4.6	2.7
	高校生	8.3	2.7	7.1	5.5
	大学・専門学校	9.9	5.8	7.7	5.2
	20代社会人	11.7	7.2	9.2	5.4
	30代	10.3	6.8	8.2	7.7
	40代	10.4	3.4	10.3	6.4
	50代	5.0	3.2	4.5	3.9
女性	60代	4.4	2.6	3.5	2.5
	中学生	11.0	13.0	7.0	4.6
	高校生	5.8	1.7	6.0	2.9
	大学・専門学校	7.1	3.2	6.2	3.6
	20代社会人	6.9	4.0	6.2	4.4
	30代	6.2	1.7	5.7	4.2
	40代	7.9	3.0	7.4	3.4
50代	5.3	1.6	6.1	6.3	
60代	18.0	7.2	17.9	8.1	

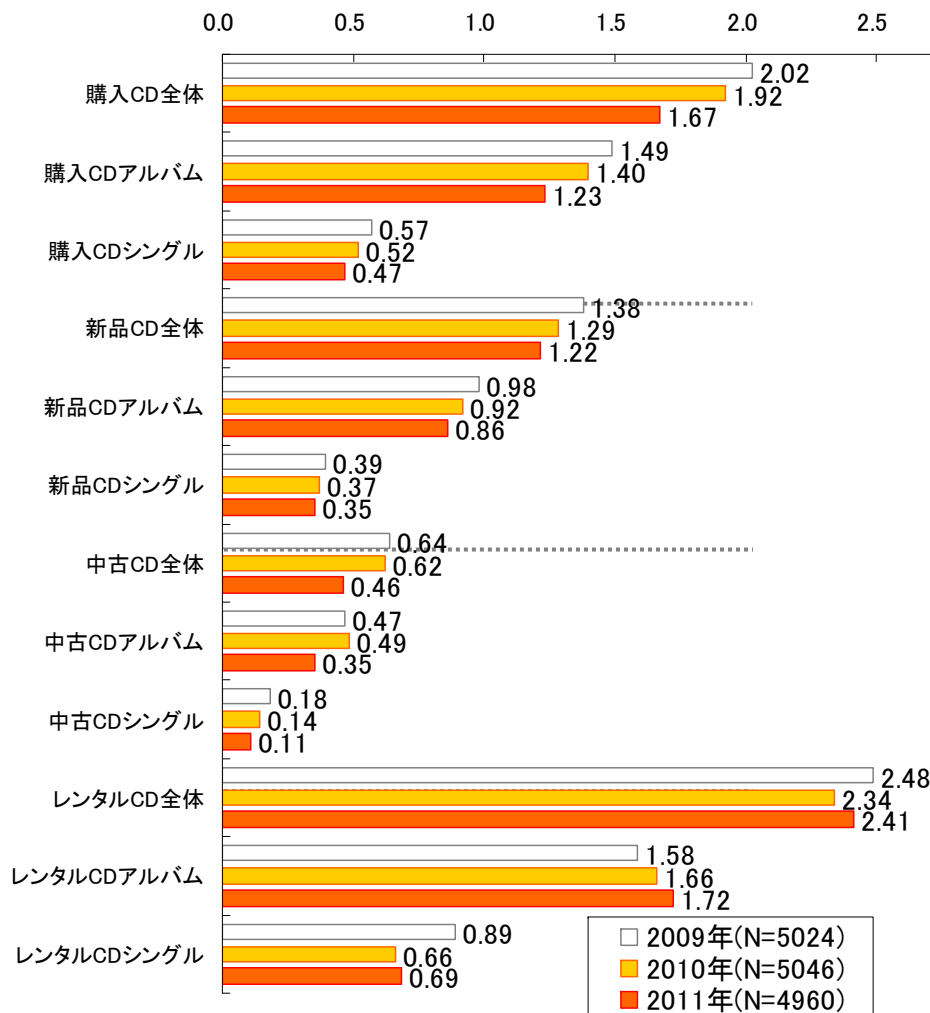
白抜き塗りつぶし: 平均より+5%以上

斜体の数値:N数(WB前)が20以下(参考値)

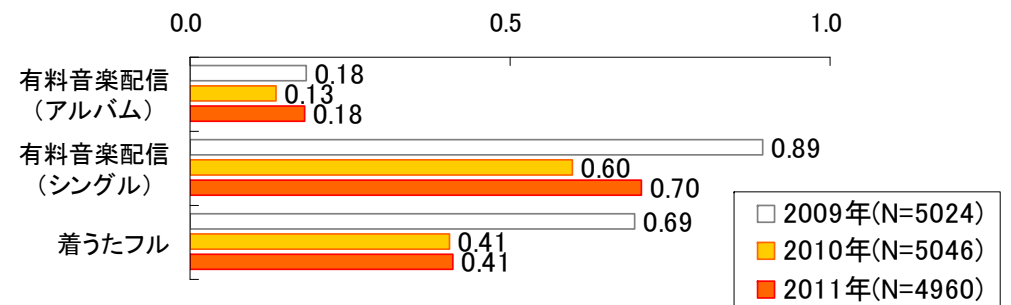
一人あたりの購入・レンタル数量の推移

■購入・レンタル数量合計は、パッケージはレンタルCDを除き、減少傾向。
 ■有料音楽配信は増加傾向、着うたフルは横ばい。

【一人あたり購入・レンタル量の推移(CD)】



【一人あたり購入量の推移(有料音楽配信・着うたフル)】



単位: 調査対象者一人あたり平均需要(枚数・局数)
 (購入率×購入量により算出)

本調査においては、「半年間の当該メディアの購入・利用率」及び「購入・利用者1人あたりの購入・利用数」を調査しており、双方の積算値が、「調査対象者1人あたり平均の半年間の需要」となる。
 新品CDアルバムでは前年調査対比で**93%**、新品CDシングルでは**95%**。
 一方、レンタルCD全体では前年比で**103%**、着うたフルでは**100%**。

※調査期間(3月~8月)の日本レコード協会公表の生産実績ではCDアルバム・CDシングル、それぞれ前年比92%、102%、であり(金額)、本調査結果と相違が生じているが、その理由としては以下等が考えられる。

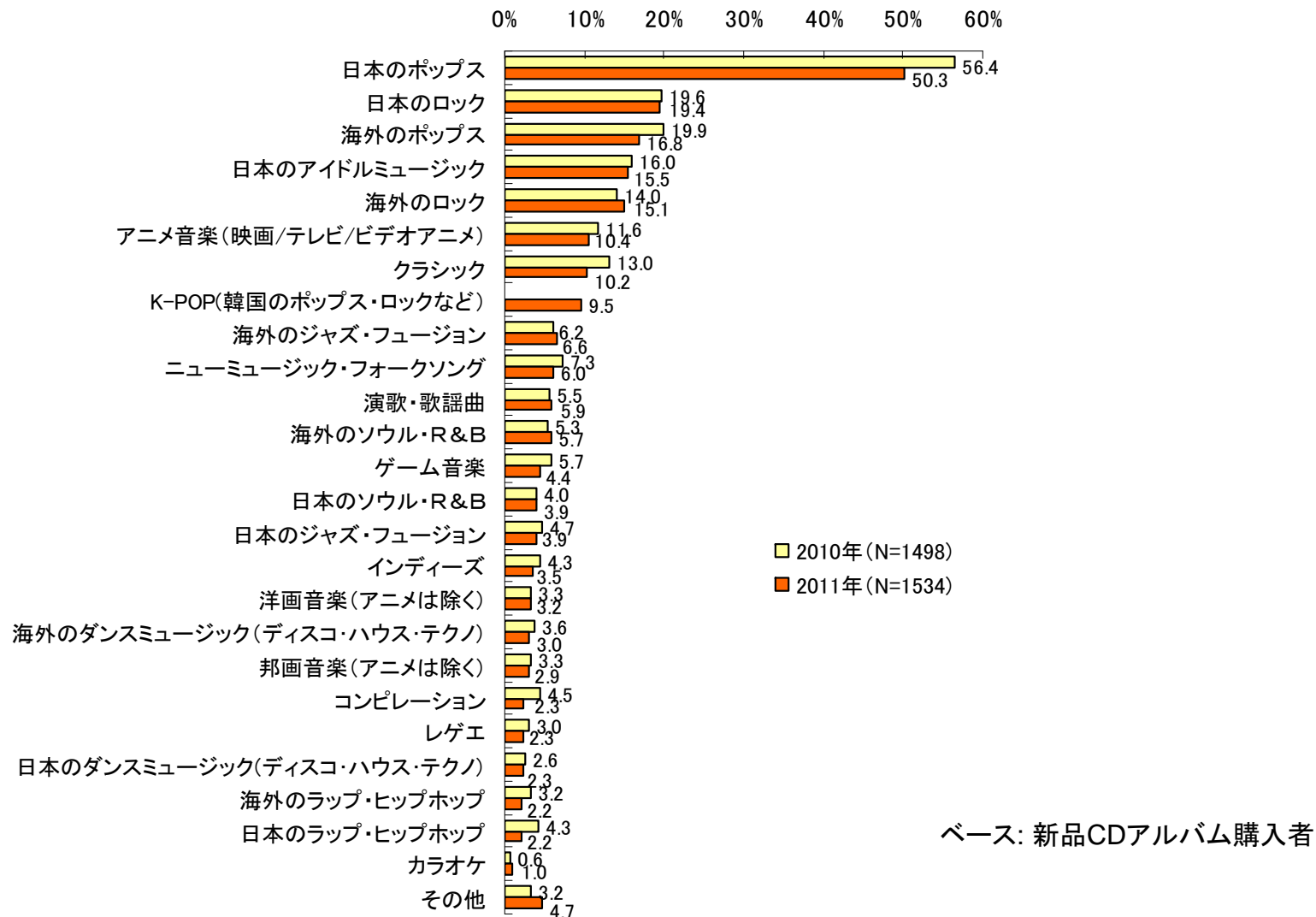
- 1) メーカー出荷ベースと購入者調査の段階の相違によるため
- 2) 特にCDシングルにおいて特定購入者に集中して購買される傾向が、アンケート(サンプル)調査では拾いきれない

・ 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 この半年間に購入した新品の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ものの、昨年より減少した。
- 今回から選択肢に加えたK-POPは9.5%。



* 2010年の値がない項目は2011年から新しく追加した選択肢

購入した新品CDアルバムのジャンル

Q この半年間に購入した新品のCDアルバムのジャンルは何ですか。(MA)

■日本のポップスは20～40代男性で高く、日本のアイドルは学生層で高い。

		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	日本のダ ンスミュー ジック (ディスコ・ ハウス・テ クノ)	海外のダ ンスミュー ジック (ディスコ・ ハウス・テ クノ)	日本のラッ プ・ヒップ ホップ
合計		1422	1,534	5.9	50.3	15.5	6.0	19.4	9.5	16.8	15.1	3.9	5.7	2.3	3.0	2.2
男性計		739	763	8.3	55.2	12.9	7.3	20.4	7.6	14.8	17.8	3.2	6.2	2.8	3.5	2.5
女子計		684	771	3.4	44.9	18.4	4.7	18.4	11.7	19.0	12.3	4.7	5.3	1.7	2.5	1.8
男性	中学生	22	53	4.1	51.4	34.4	2.6	15.2	11.1	6.7	5.1	1.4	0.0	0.0	0.0	1.2
	高校生	38	98	2.9	54.5	22.6	2.1	23.1	11.0	8.8	12.8	2.7	3.0	4.3	0.8	2.7
	大学・専門学生	88	149	5.9	54.3	23.2	7.1	37.1	7.8	16.2	21.8	7.9	6.7	5.8	5.0	1.7
	20代社会人	97	133	1.0	61.6	15.8	2.8	22.7	6.1	14.6	16.9	4.7	10.1	5.9	3.5	3.5
	30代	161	100	5.3	65.7	14.3	6.6	25.6	12.0	14.7	18.5	4.1	8.4	3.5	6.1	3.5
	40代	132	96	6.0	60.7	9.4	9.3	19.8	6.1	11.7	21.0	0.0	3.6	2.2	3.0	3.6
	50代	125	79	17.2	46.7	2.9	12.8	11.4	6.3	23.1	18.3	3.4	7.2	0.0	2.2	1.3
60代	74	55	20.4	31.5	5.7	5.9	2.7	1.5	10.3	12.2	0.0	1.6	0.0	1.7	0.0	
女性	中学生	32	83	1.5	36.2	34.6	1.9	17.6	8.0	3.2	4.2	0.7	1.7	0.7	0.7	1.5
	高校生	49	125	0.8	47.5	24.7	0.5	23.1	18.1	10.8	7.0	3.5	3.1	1.4	0.0	0.5
	大学・専門学生	91	146	2.2	53.3	28.0	3.2	22.1	12.3	17.7	6.8	6.1	6.1	3.9	1.3	3.6
	20代社会人	86	123	3.7	57.7	19.6	2.2	28.0	7.8	16.4	11.3	8.4	9.0	6.5	5.6	6.4
	30代	144	102	2.9	45.1	18.7	1.9	22.6	13.9	24.2	15.9	7.8	5.5	1.0	1.9	0.9
	40代	125	93	2.3	41.5	13.6	5.3	18.2	12.1	19.6	12.2	3.9	7.3	0.0	5.1	1.3
	50代	102	62	5.1	37.3	10.4	7.3	4.2	12.9	26.8	18.1	0.0	1.7	0.0	1.4	0.0
60代	54	37	8.5	34.4	10.3	17.4	8.7	3.8	11.9	11.9	1.6	3.8	0.0	0.0	0.0	
地域	北海道	97	174	5.1	54.8	22.2	10.2	21.2	7.5	15.3	17.6	4.4	4.6	2.7	2.1	2.7
	東北地方	71	136	5.1	52.5	13.0	5.9	28.8	6.9	12.0	19.1	4.1	4.1	2.8	1.7	4.4
	関東地方	496	310	4.9	49.2	14.8	4.8	18.4	10.8	17.9	17.5	4.1	5.5	2.3	3.0	1.1
	中部地方	265	320	5.5	51.0	14.5	6.9	15.9	10.0	17.9	12.9	3.8	5.4	1.4	2.8	2.7
	近畿地方	242	310	9.1	49.2	14.9	5.1	21.8	8.7	13.3	12.6	3.8	5.8	2.6	4.4	2.3
	中国地方	88	94	3.5	45.6	19.5	7.5	21.7	7.3	19.1	10.9	1.2	6.2	1.3	2.2	0.0
	四国地方	22	23	2.3	33.1	7.1	6.2	19.4	6.2	8.1	6.2	6.5	14.2	0.0	0.0	0.0
九州地方	142	167	7.9	55.6	16.5	6.2	18.0	10.2	20.1	15.8	4.6	7.4	4.0	3.2	4.8	

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

Q この半年間に購入した新品のCDアルバムのジャンルは何ですか。(MA)

■中高生を中心に強いアニメ／ゲーム音楽。エルダー層はジャズ／クラシックを支持。

		N (WB)	N	海外の ラップ・ヒッ プホップ	日本の ジャズ・フュ ージョン	海外の ジャズ・フュ ージョン	レゲエ	クラシック	邦画音楽 (アニメは 除く)	洋画音楽 (アニメは 除く)	アニメ音 楽(映画/ テレビ/ビ デオアニ メ)	ゲーム音 楽	カラオケ	インディ ーズ	コンピレー ション	その他
合計		1422	1534	2.2	3.9	6.6	2.3	10.2	2.9	3.2	10.4	4.4	1.0	3.5	2.3	4.7
男性計		739	763	2.6	5.7	9.6	3.1	10.5	2.8	3.5	9.4	6.2	1.1	3.6	2.4	4.9
女性計		684	771	1.7	1.9	3.4	1.5	9.8	3.1	3.0	11.5	2.5	0.8	3.4	2.2	4.5
男性	中学生	22	53	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	4.0	4.8	26.8	18.7	3.8	1.2	0.0	4.1
	高校生	38	98	2.7	0.8	0.8	4.0	5.2	5.4	4.7	34.7	23.2	1.7	5.9	1.7	3.8
	大学・専門学生	88	149	1.2	6.9	6.7	3.9	6.9	4.6	4.0	19.8	8.8	1.7	8.6	4.5	4.4
	20代社会人	97	133	5.9	2.3	3.7	4.8	3.1	3.5	1.8	11.0	7.9	0.0	4.3	2.9	0.6
	30代	161	100	5.0	6.7	7.6	4.5	11.2	2.3	5.0	5.9	7.9	1.8	4.6	5.0	5.2
	40代	132	96	2.5	3.6	8.9	2.0	5.1	1.9	1.7	3.4	3.5	0.0	1.7	1.0	2.7
	50代	125	79	0.0	9.9	12.7	1.3	20.7	2.4	4.2	4.1	0.0	0.8	2.1	1.0	7.3
60代	74	55	0.0	7.7	28.8	1.5	21.6	1.5	2.5	4.4	0.0	1.5	0.0	0.0	10.8	
女性	中学生	32	83	1.5	1.7	0.7	1.5	0.7	2.9	0.7	35.3	10.3	2.4	7.0	1.7	6.2
	高校生	49	125	3.6	0.0	0.0	2.2	2.4	4.2	1.6	21.9	3.8	0.0	6.3	4.3	3.3
	大学・専門学生	91	146	2.8	1.3	1.3	3.1	6.9	3.6	2.7	14.7	5.6	1.2	4.7	1.4	1.8
	20代社会人	86	123	4.1	3.0	4.1	3.9	9.2	2.6	2.2	8.6	3.7	1.4	4.5	5.7	2.2
	30代	144	102	0.9	0.0	2.0	0.0	5.8	4.8	4.7	10.9	1.6	1.0	1.9	1.9	5.2
	40代	125	93	1.5	2.6	2.7	0.8	9.6	4.4	4.4	8.7	1.1	0.0	4.3	1.0	6.8
	50代	102	62	0.0	2.3	3.8	1.3	23.4	0.0	1.4	7.7	0.0	0.0	1.4	2.5	3.8
60代	54	37	0.0	6.2	15.3	0.0	13.8	0.0	2.2	2.7	0.0	2.2	0.0	0.0	6.9	
地域	北海道	97	174	2.1	6.3	9.6	2.4	9.5	3.5	4.0	11.2	4.3	1.8	5.8	2.4	1.8
	東北地方	71	136	3.8	4.3	6.8	0.9	8.3	2.4	2.4	10.8	4.6	0.0	4.0	0.9	5.5
	関東地方	496	310	1.6	2.9	7.5	2.0	11.2	2.5	4.4	9.5	4.3	1.2	2.9	3.3	5.1
	中部地方	265	320	2.6	4.1	7.9	1.8	10.0	3.3	1.8	12.7	4.9	0.0	3.3	1.9	5.9
	近畿地方	242	310	2.0	4.5	3.4	3.0	9.4	2.9	3.2	10.1	4.6	1.6	3.8	2.5	5.0
	中国地方	88	94	2.3	0.7	0.0	4.7	8.6	2.1	2.1	7.9	5.7	2.2	1.0	0.0	4.4
	四国地方	22	23	0.0	2.9	9.2	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4	2.9	0.0	2.9	6.2	7.8
九州地方	142	167	3.1	6.5	8.5	2.6	12.4	4.6	3.1	11.4	3.3	0.0	5.3	1.1	1.8	

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所

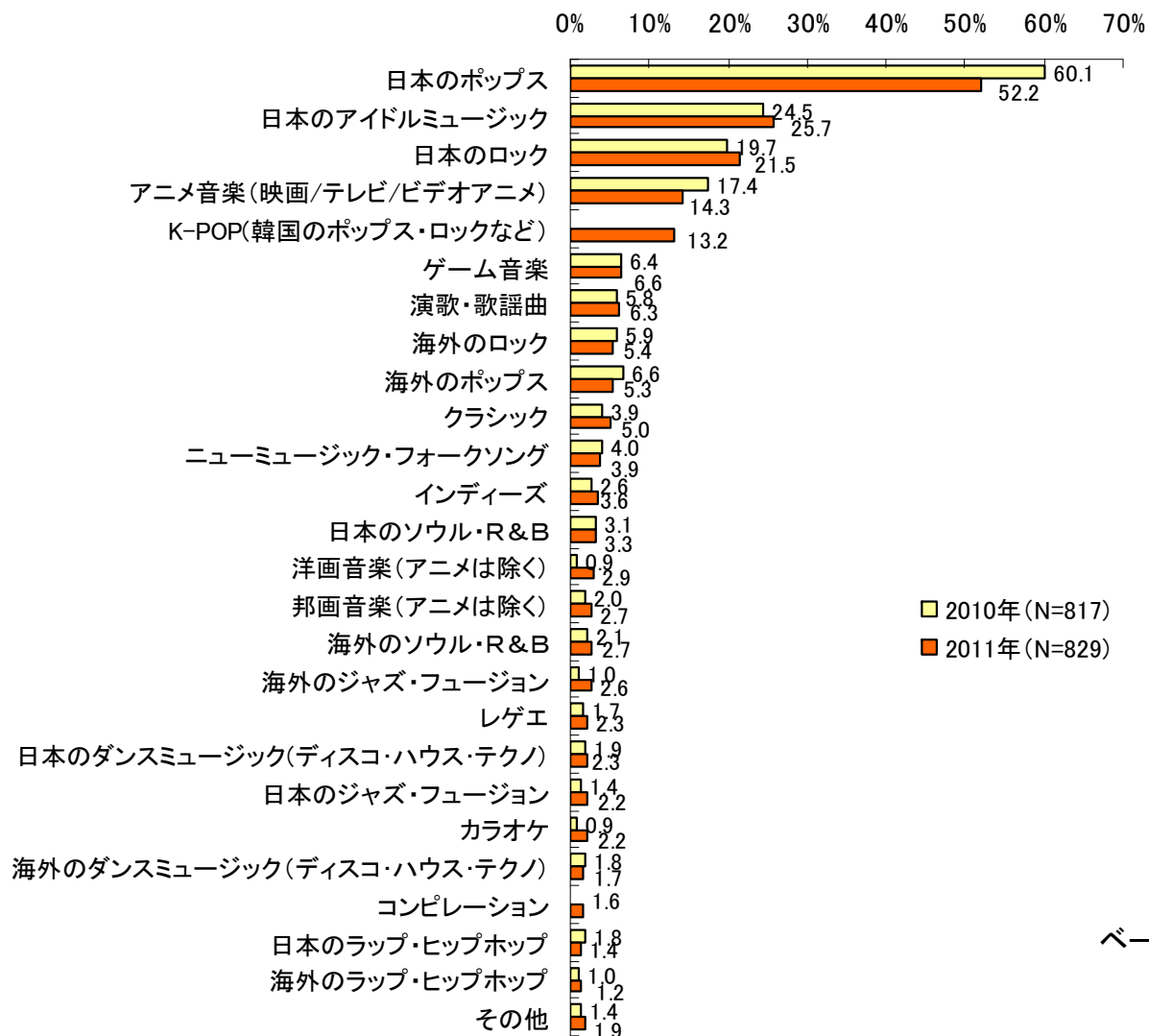
二重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

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 この半年間に購入した新品のCDシングルジャンルは何ですか。(MA)

■購入したシングルジャンルではK-POPが上位に登場。



ベース: 新品CDシングル購入者

* 2010年の値がない項目は2011年から新しく追加した選択肢

購入した新品CDシングルジャンル

Q この半年間に購入した新品のCDシングルジャンルは何ですか。(MA)

■新品CDシングルでは幅広い世代に「アイドル」作品が購入されている。

		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	日本のダ ンスミュー ジック (ディスコ・ ハウス・テ クノ)	海外のダ ンスミュー ジック (ディスコ・ ハウス・テ クノ)	日本のラッ プ・ヒップ ホップ
合計		601	829	6.3	52.2	25.7	3.9	21.5	13.2	5.3	5.4	3.3	2.7	2.3	1.7	1.4
性別	男性	311	413	8.3	54.6	22.9	4.4	21.7	10.8	5.9	8.5	3.6	3.9	4.0	3.1	2.3
	女性	290	416	4.1	49.5	28.7	3.3	21.1	15.9	4.6	2.0	2.9	1.3	0.4	0.2	0.4
男性	中学生	19	46	7.3	42.9	32.9	2.2	12.7	13.8	10.8	12.1	3.4	1.7	1.7	1.7	8.1
	高校生	41	99	2.8	45.9	32.3	2.0	32.5	9.8	6.4	7.6	1.2	2.4	3.0	1.0	1.6
	大学・専門学生	75	121	1.3	58.9	28.9	4.5	24.0	6.2	4.6	9.3	2.9	2.4	6.3	4.4	1.6
	20代社会人	41	55	3.3	59.4	17.9	3.6	22.9	8.9	5.5	9.6	6.5	8.0	1.5	0.0	2.5
	30代	60	33	4.8	60.9	18.0	4.8	26.2	22.8	9.7	9.7	7.2	4.8	7.0	9.3	4.8
	40代	22	16	6.1	66.6	28.0	9.9	26.2	10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50代	21	16	16.4	44.3	12.2	12.7	9.4	12.2	10.7	15.4	4.7	14.1	6.0	0.0	0.0
	60代	33	27	39.8	43.7	10.5	0.0	3.9	0.0	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性	中学生	29	72	1.9	45.1	43.2	2.7	18.2	14.6	1.9	3.5	1.9	2.9	1.9	1.9	1.9
	高校生	44	113	0.0	46.6	31.6	0.0	20.8	17.0	6.0	3.2	0.0	1.3	0.7	0.0	0.0
	大学・専門学生	54	88	0.7	47.4	25.7	1.9	22.7	14.8	9.5	2.2	4.8	0.0	0.8	0.0	0.0
	20代社会人	38	55	3.8	67.3	34.0	1.7	43.3	7.0	2.8	0.0	5.1	3.4	0.0	0.0	1.7
	30代	47	31	2.8	58.0	22.4	0.0	23.9	17.7	1.8	1.8	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	40代	23	19	8.2	44.9	34.9	0.0	14.3	34.0	0.0	0.0	0.0	4.6	0.0	0.0	0.0
	50代	35	23	5.0	56.1	12.2	16.0	7.2	19.6	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60代	21	15	21.8	11.0	35.6	6.9	6.9	4.1	6.9	6.9	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
地域	北海道	42	91	15.7	59.3	20.9	5.5	17.9	6.5	7.0	4.1	3.5	6.9	1.2	0.6	1.5
	東北地方	33	74	11.0	37.3	24.2	3.9	17.9	8.2	4.4	9.2	2.5	3.1	0.0	0.0	0.0
	関東地方	206	173	5.2	49.9	25.1	3.1	20.2	17.5	6.4	7.2	3.0	3.0	2.4	2.1	1.7
	中部地方	105	165	3.3	59.8	22.7	2.7	18.8	15.8	3.2	3.6	5.8	2.1	1.5	0.9	1.1
	近畿地方	97	162	8.8	48.6	23.1	3.3	25.2	11.6	5.8	4.5	4.1	4.0	3.9	2.0	2.6
	中国地方	37	47	8.1	52.8	34.1	1.3	19.4	9.4	5.6	1.7	1.3	0.0	4.7	3.4	0.0
	四国地方	12	15	4.0	44.1	24.4	11.9	39.4	0.0	0.0	10.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	九州地方	70	102	1.9	55.9	34.9	7.5	25.6	10.0	4.5	4.1	0.9	0.0	1.5	2.0	0.9

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

Q この半年間に購入した新品のCDシングルジャンルは何ですか。(MA)

■アニメ音楽、ゲーム音楽は男子学生層に人気。

		N (WB)	N	海外のラップ・ヒップホップ	日本のジャズ・フュージョン	海外のジャズ・フュージョン	レゲエ	クラシック	邦画音楽 (アニメは除く)	洋画音楽 (アニメは除く)	アニメ音楽 (映画/テレビ/ビデオアニメ)	ゲーム音楽	カラオケ	インディーズ	コンピレーション	その他
合計		601	829	1.2	2.2	2.6	2.3	5.0	2.7	2.9	14.3	6.6	2.2	3.6	1.6	1.9
性別	男性	311	413	1.8	2.5	4.5	3.8	6.2	4.2	4.3	16.1	9.6	3.1	4.4	2.5	2.3
	女性	290	416	0.6	1.8	0.6	0.6	3.8	1.2	1.5	12.3	3.3	1.2	2.7	0.7	1.6
男性	中学生	19	46	3.1	1.7	1.7	8.9	3.4	6.4	7.7	40.7	22.0	10.7	1.7	1.7	1.7
	高校生	41	99	1.8	0.0	0.0	2.2	6.4	7.4	4.4	30.5	11.3	0.0	3.6	3.8	2.0
	大学・専門学生	75	121	1.8	4.9	5.0	3.9	5.9	8.0	4.7	21.4	13.7	5.1	5.7	4.1	2.3
	20代社会人	41	55	0.0	0.0	3.6	3.0	0.0	0.0	0.0	13.8	8.9	0.0	4.6	0.0	0.0
	30代	60	33	4.8	4.8	4.8	4.8	4.8	4.8	9.7	9.7	12.1	4.8	9.5	4.8	4.8
	40代	22	16	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1	0.0	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50代	21	16	0.0	4.7	9.4	4.7	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
60代	33	27	0.0	0.0	10.5	3.9	16.1	0.0	2.3	3.4	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	
女性	中学生	29	72	1.9	2.9	1.9	4.0	3.5	3.5	1.9	25.6	5.8	1.9	0.8	1.9	6.1
	高校生	44	113	1.3	0.0	0.0	0.0	3.9	1.9	1.3	16.9	5.5	0.0	7.2	0.7	4.1
	大学・専門学生	54	88	0.0	1.1	1.1	0.0	1.2	1.9	1.9	17.3	3.3	0.8	2.3	0.0	1.9
	20代社会人	38	55	1.7	3.4	1.7	1.7	1.1	1.7	2.8	10.3	2.8	0.0	1.5	3.2	0.0
	30代	47	31	0.0	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.9	3.1	3.1	5.7	0.0	0.0
	40代	23	19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50代	35	23	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
60代	21	15	0.0	0.0	0.0	0.0	27.6	0.0	5.6	6.9	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	
地域	北海道	42	91	1.8	3.6	3.6	3.6	8.7	0.6	4.3	13.8	3.1	3.0	3.0	1.5	0.6
	東北地方	33	74	0.0	0.0	3.1	0.7	2.6	0.0	0.0	17.3	6.6	0.0	3.0	0.0	2.0
	関東地方	206	173	1.7	3.4	3.9	2.4	6.6	4.0	5.4	12.0	6.7	3.7	4.1	2.4	3.5
	中部地方	105	165	0.9	1.9	2.4	2.4	1.8	2.2	0.9	18.0	9.0	0.6	3.5	1.7	1.5
	近畿地方	97	162	1.6	2.3	1.3	1.6	5.1	2.3	3.5	14.4	6.6	1.9	2.6	1.6	1.9
	中国地方	37	47	0.0	0.0	0.0	4.8	5.1	6.0	1.3	16.9	8.6	5.1	0.0	0.0	0.0
	四国地方	12	15	0.0	0.0	0.0	4.0	15.6	0.0	0.0	8.8	5.1	0.0	0.0	0.0	0.0
九州地方	70	102	0.7	0.7	1.8	0.9	1.9	2.0	0.0	13.5	3.4	0.0	6.5	1.4	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

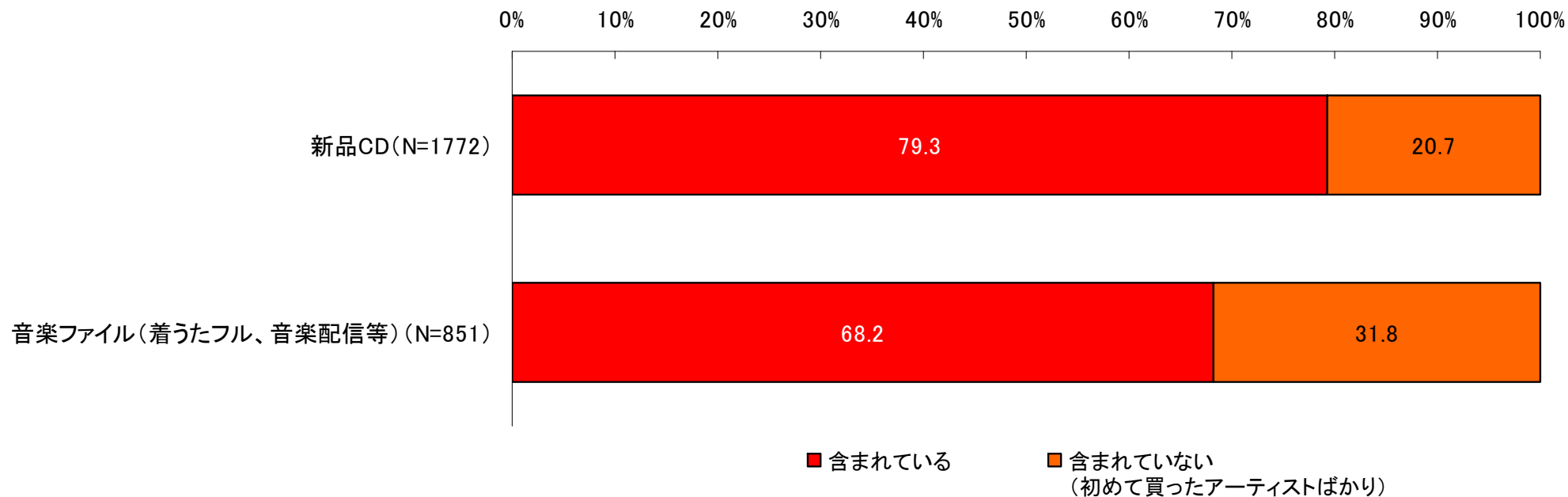
・ 音楽の認知・購入経路

購入における未知アーティストの割合

Q 購入した新品CD/音楽ファイル(着うたフル・音楽配信)には、以前にも購入したことがあるアーティストの作品が含まれていますか(SA)

■新品CDを購入している人の約8割、音楽ファイルを購入している人の約7割は、既知のアーティスト※1作品を購入している。

■音楽配信では、初めて買ったアーティスト※2ばかりという人が3割。



ベース: 各メディアの購入者

※1:「既知アーティスト」、※2:「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)と呼ぶ

新品CDの認知・興味・購入経路

Q 発売を知ったきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

Q 興味を持つきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

Q 購入するきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

■未知アーティストの新品CDの購入については、テレビの訴求力が昨年度と比べて上昇傾向。

■アーティスト公式サイトでの位置づけの上昇も特筆すべき点である。

認知

	2010年	2011年
1	テレビCM(楽曲のCM)【18.2%】	テレビCM(楽曲のCM)【21.0%】
2	テレビ番組(音楽番組)【15.3%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【17.2%】
3	CD販売店【14.3%】	テレビ番組(音楽番組)【17.1%】
4	FMラジオ【10.5%】	ECサイト【14.7%】
5	アーティストの公式サイト(ブログ以外)【10.1%】	CD販売店【13.6%】
6	テレビCM(一般商品のCM)【9.9%】	家族・友人・知人【11.1%】
7	[PC・携帯] YouTube【9.8%】	テレビCM(一般商品のCM)【10.9%】
8	友人・知人【9.5%】	FMラジオ【10.6%】
9	ECサイト【8.0%】	その他テレビ番組【9.8%】
10	テレビ番組(ドラマ)【7.5%】	無料動画配信サイト【8.9%】

興味

	2010年	2011年
1	テレビCM(楽曲のCM)【16.5%】	テレビCM(楽曲のCM)【17.8%】
2	テレビ番組(音楽番組)【15.3%】	テレビ番組(音楽番組)【17.5%】
3	[PC・携帯] YouTube【12.6%】	テレビ番組(その他)【12.1%】
4	FMラジオ【11.6%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【12.1%】
5	CD販売店【11.2%】	テレビCM(一般商品のCM)【11.7%】
6	友人・知人【10.1%】	CD販売店【11.2%】
7	テレビCM(一般商品のCM)【9.5%】	家族・友人・知人【10.9%】
8	テレビ番組(ドラマ)【8.7%】	無料動画配信サイト【10.2%】
9	アーティスト公式サイト(ブログ以外)【8.0%】	ECサイト【10.1%】
10	ニコニコ動画【7.2%】	FMラジオ【9.5%】

購入

	2010年	2011年
1	テレビCM(楽曲のCM)【14.2%】	テレビ番組(音楽番組)【13.6%】
2	テレビ番組(音楽番組)【13.3%】	CD販売店【13.4%】
3	[PC・携帯] YouTube【11.8%】	テレビCM(楽曲のCM)【12.3%】
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%】
5	FMラジオ【11.1%】	ECサイト【10.8%】
6	友人・知人【9.0%】	家族・友人・知人【10.2%】
7	テレビCM(一般商品のCM)【8.1%】	無料動画配信サイト【9.0%】
8	アーティスト公式サイト(ブログ以外)【7.9%】	テレビ番組(その他)【8.2%】
9	ECサイト【7.3%】	テレビCM(一般商品のCM)【7.8%】
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%】

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(2010年: N=989, 2011年: N=932)

未知アーティストの新品CD認知のきっかけ

Q 発売を知るきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

■若年層と30～40代では認知メディアに大きな差がある。

■中学生～大学・専門学生ではアーティストの公式サイトが上位、30代～40代ではインターネットショッピングサイトが1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	36	65	122	102	162	131	128	79
1	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【33.8%】	テレビCM(楽曲のCM)【30.8%】	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【28.4%】	テレビ番組(音楽番組)【24.4%】	ECサイト【20.8%】	ECサイト【23.5%】	テレビCM(楽曲のCM)【15.8%】	CD販売店【19.7%】
2	テレビCM(楽曲のCM)【26.3%】	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【30.0%】	テレビCM(楽曲のCM)【25.2%】	テレビCM(楽曲のCM)【24.2%】	テレビCM(楽曲のCM)【20.7%】	テレビCM(楽曲のCM)【22.7%】	CD販売店【15.3%】	新聞記事・広告【15.1%】
3	テレビ番組(音楽番組)【20.7%】	テレビ番組(音楽番組)【18.7%】	テレビ番組(音楽番組)【19.4%】	CD販売店【16.7%】	テレビ番組(音楽番組)【18.0%】	テレビ番組(音楽番組)【15.5%】	FMラジオ【14.8%】	家族、友人・知人【15.0%】
4	家族、友人・知人【19.5%】	無料動画配信サイト【18.6%】	無料動画配信サイト【18.1%】	ECサイト【13.8%】	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【16.9%】	FMラジオ【13.4%】	ECサイト【13.8%】	テレビCM(一般商品のCM)【13.6%】
5	CD販売店【18.8%】	アーティストのファンサイト【15.0%】	CD販売店【16.6%】	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【13.2%】	その他テレビ番組【14.1%】	テレビCM(一般商品のCM)【13.2%】	テレビ番組(音楽番組)【11.6%】	ECサイト【13.5%】
6	無料動画配信サイト【17.0%】	家族、友人・知人【13.4%】	テレビCM(一般商品のCM)【13.8%】	無料動画配信サイト【11.2%】	テレビCM(一般商品のCM)【13.0%】	インターネットニュース・ポータルサイト【12.9%】	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【11.1%】	音楽専門雑誌・広告【13.4%】
7	その他テレビ番組【15.9%】	テレビCM(一般商品のCM)【12.8%】	家族、友人・知人【13.0%】	その他テレビ番組【10.4%】	CD販売店【11.0%】	アーティストの公式サイト(ブログ含む)【11.1%】	家族、友人・知人【10.8%】	雑誌(音楽専門雑誌以外)・広告【10.9%】
8	アーティストのファンサイト【14.6%】	その他テレビ番組【11.4%】	FMラジオ【10.5%】	音楽専門雑誌・広告【8.4%】	FMラジオ【10.1%】	コンサート・ライブ等のイベント【9.9%】	AMラジオ【9.2%】	AMラジオ【10.9%】
9	FMラジオ【12.5%】	CD販売店【9.3%】	音楽専門雑誌の記事・広告【9.9%】	インターネットニュース・ポータルサイト【8.0%】	家族、友人・知人【9.7%】	家族、友人・知人【9.4%】	インターネットニュース・ポータルサイト【7.9%】	テレビ番組(音楽番組)【10.7%】
10	雑誌の記事・広告【11.0%】	アーティストの公式Twitter、Facebook【8.3%】	アーティストのファンサイト【9.1%】	テレビCM(一般商品のCM)【7.8%】	アーティストのファンサイト【9.0%】	アーティストのファンサイト【7.6%】	音楽専門雑誌の記事・広告【7.7%】	コンサート・ライブ等のイベント【10.2%】

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

楽曲ファイル(着うたフル、音楽配信)の認知・興味・購入経路

Q 発売を知ったきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)
 Q 興味を持つきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)
 Q 購入するきっかけとなった物・事は何でしたか。(MA)

■未知アーティストの楽曲ファイルの購入については、新品CD購入と比較して
 動画配信サイトの位置づけが高い。

認知

	2010年	2011年
1	テレビCM(楽曲のCM)【25.2%】	テレビCM(楽曲のCM)【30.1%】
2	テレビCM(一般商品のCM)【20.0%】	テレビ番組(音楽番組)【25.7%】
3	テレビ番組(音楽番組)【18.9%】	テレビCM(一般商品のCM)【17.5%】
4	テレビ番組(ドラマ)【18.3%】	その他テレビ番組【15.3%】
5	[PC・携帯] YouTube【11.7%】	有料音楽・動画配信サイト【14.2%】
6	[PC]アーティストの公式サイト(ブログ以外)【11.3%】	家族・友人・知人【13.5%】
7	FMラジオ【10.6%】	無料動画配信サイト【13.1%】
8	友人・知人【9.3%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【12.2%】
9	購入した音楽ファイルや着うた・着うたフル【6.6%】	FMラジオ【10.7%】
10	[PC]アーティストの公式ブログ【6.4%】	着うたフルのポータルサイト【8.9%】

興味

	2010年	2011年
1	テレビCM(楽曲のCM)【21.9%】	テレビ番組(音楽番組)【28.0%】
2	テレビ番組(音楽番組)【20.9%】	テレビCM(楽曲のCM)【25.2%】
3	テレビ番組(ドラマ)【17.9%】	テレビCM(一般商品のCM)【17.3%】
4	テレビCM(一般商品のCM)【17.6%】	テレビ番組(その他)【16.7%】
5	[PC・携帯] YouTube【11.6%】	無料動画配信サイト【15.9%】
6	友人・知人【9.9%】	有料音楽・動画配信サイト【13.0%】
7	FMラジオ【9.7%】	家族・友人・知人【12.9%】
8	[PC]アーティストの公式サイト(ブログ以外)【9.4%】	FMラジオ【12.7%】
9	[PC/携帯]ニコニコ動画【6.0%】	アーティスト公式サイト(ブログ含む)【10.4%】
10	[携帯]アーティストの公式サイト(ブログ以外)【5.9%】	CD販売店【7.7%】

購入

	2010年	2011年
1	テレビCM(楽曲のCM)【23.3%】	テレビ番組(音楽番組)【20.7%】
2	テレビ番組(音楽番組)【16.6%】	テレビCM(楽曲のCM)【18.2%】
3	テレビCM(一般商品のCM)【16.3%】	無料動画配信サイト【14.0%】
4	テレビ番組(ドラマ)【15.9%】	有料音楽・動画配信サイト【12.9%】
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%】
6	[PC・携帯] YouTube【9.6%】	家族・友人・知人【11.2%】
7	友人・知人【8.6%】	テレビCM(一般商品のCM)【10.1%】
8	FMラジオ【8.0】	着うたフルのポータルサイト【8.0%】
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%】
10	[携帯]アーティストの公式サイト(ブログ以外)【5.6%】	FMラジオ【7.4%】

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楽曲ファイル購入者(2011年: N=528)

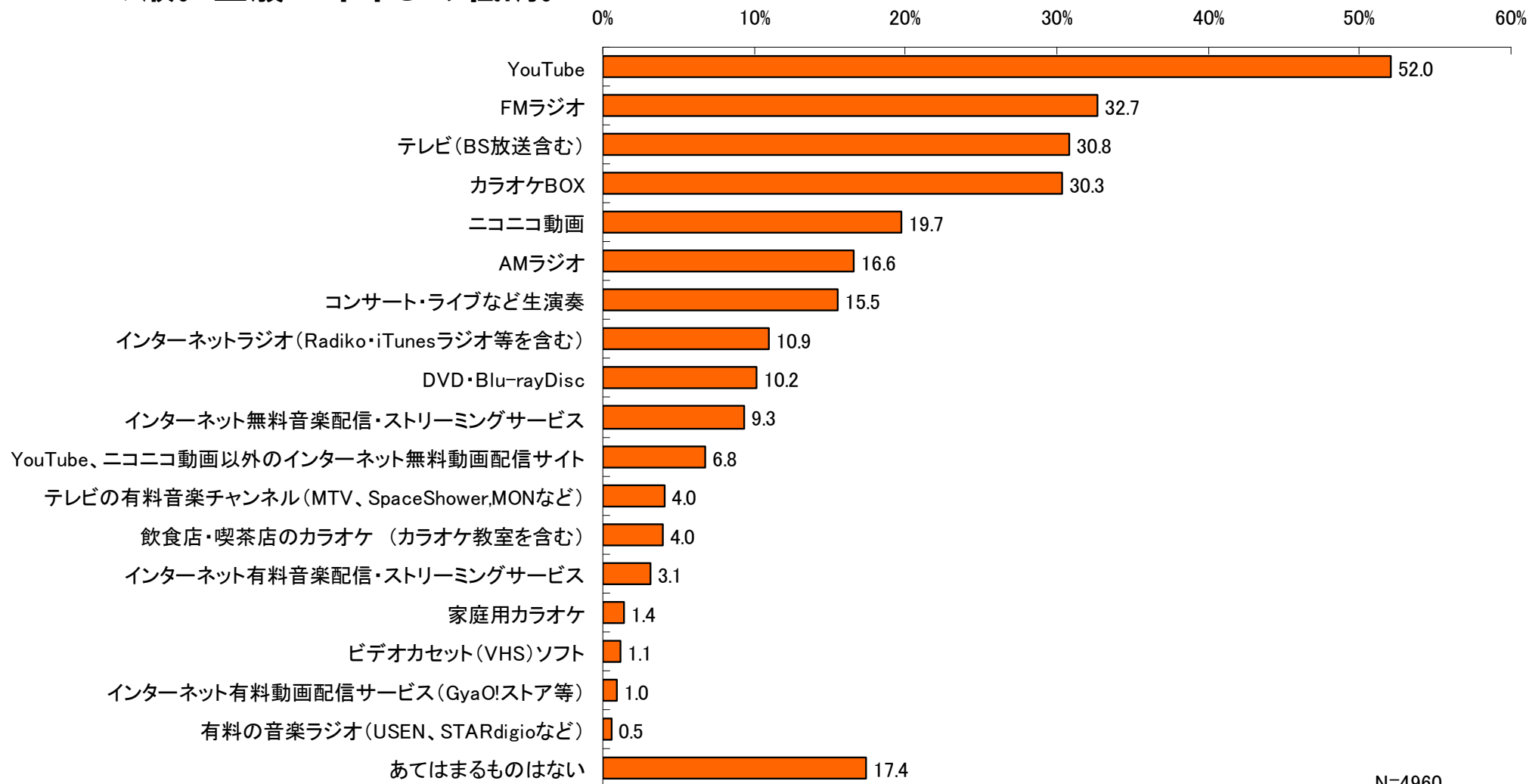
注) 2010年調査では「着うたフル」のみを対象としたため、2011年調査結果と直接比較はできない

・ 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(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)

■半年間の音楽関連サービスの利用状況は、YouTube、FMラジオ、テレビ、カラオケBOXの順。全般に昨年より低調。



N=4960

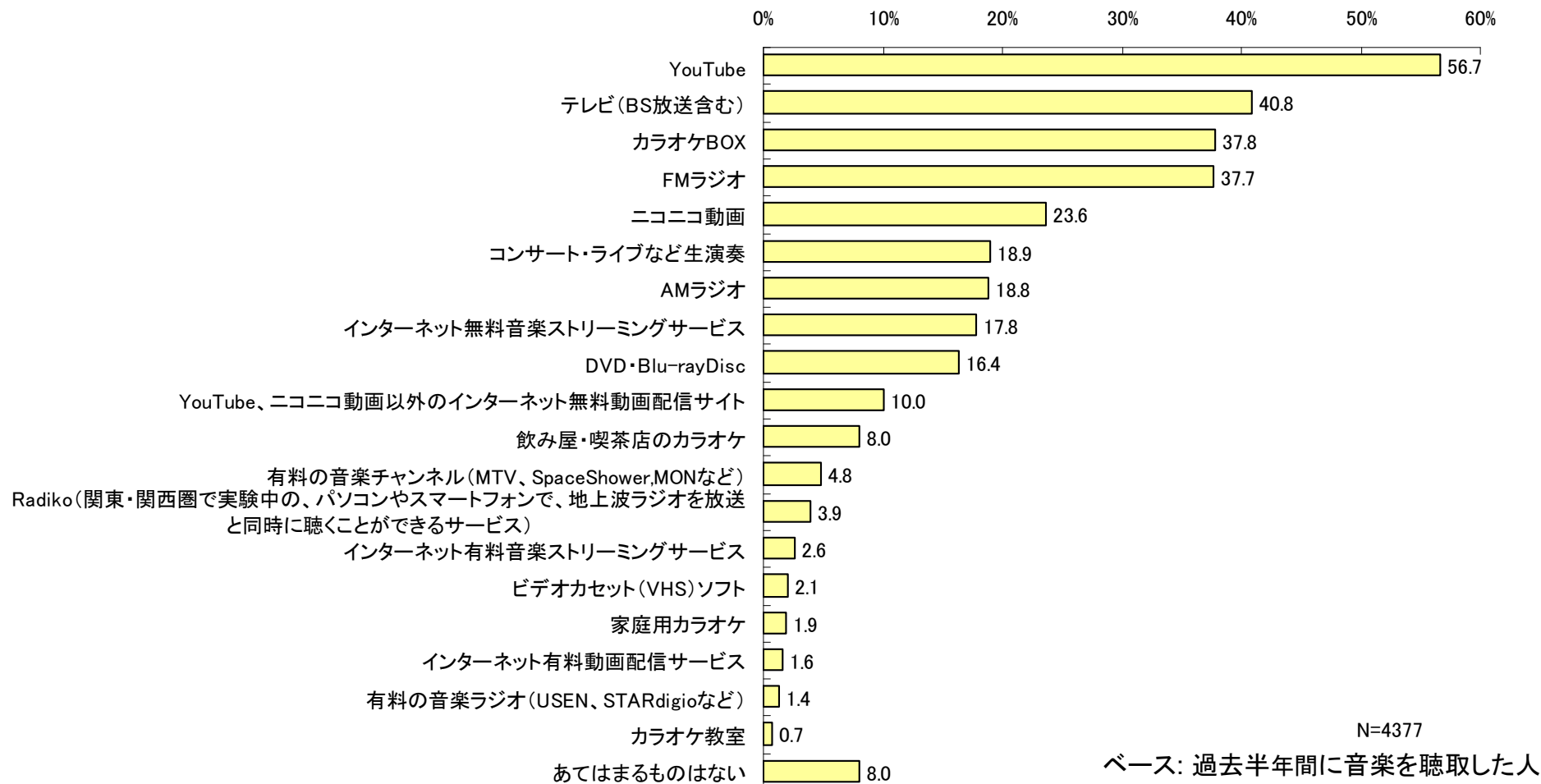
ベース: 全対象者

ベースの条件が異なり、選択肢の追加、集約等があるため、単純比較は困難

音楽を楽しむために利用したサービス

Q この半年間(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)

参考 2010年度調査結果

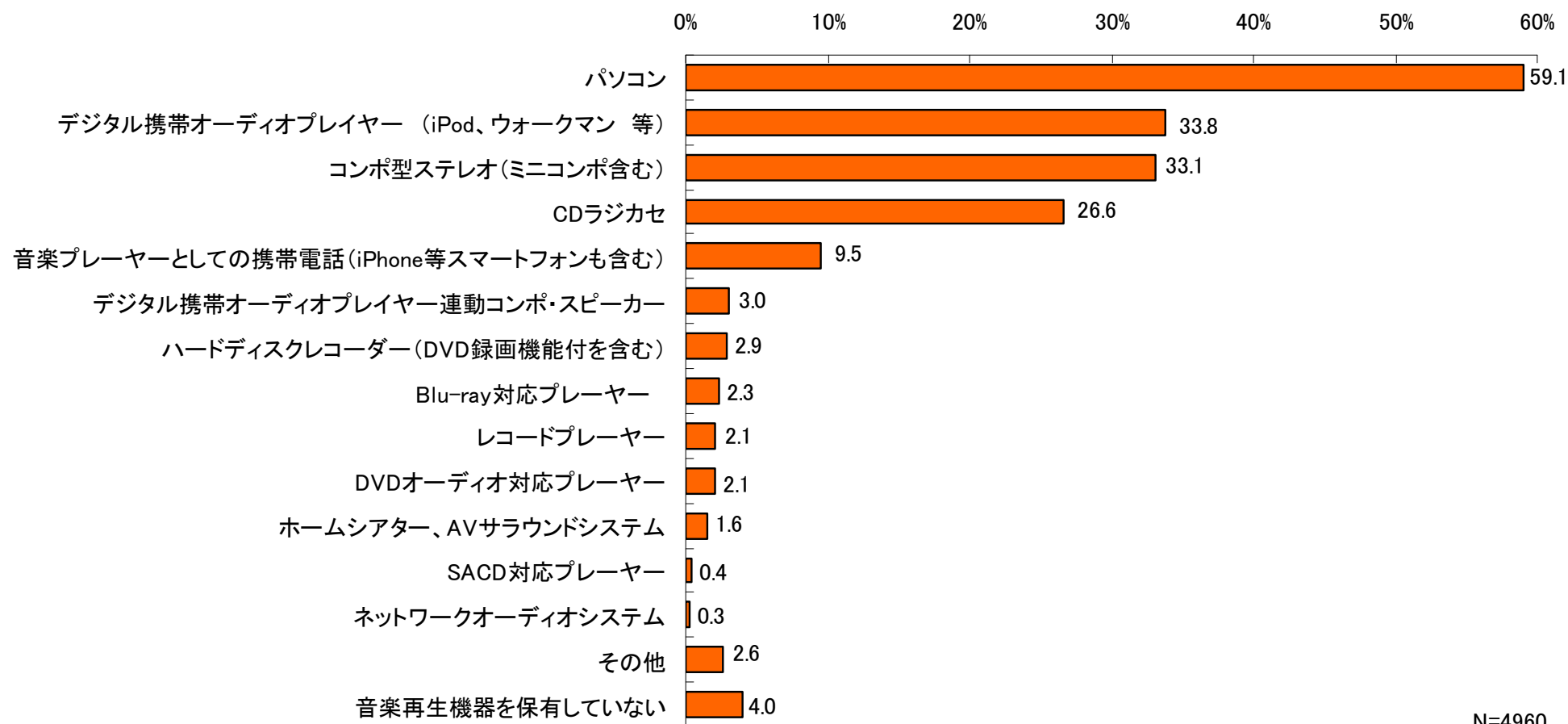


ベースの条件が異なり、選択肢の追加、集約等があるため、単純比較は困難

普段使っている音楽機器(屋内)

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)

- 家の中で音楽を聴くために利用している機器は、パソコンが59%でトップ。
- 屋内で携帯プレイヤーを利用している率も高い。



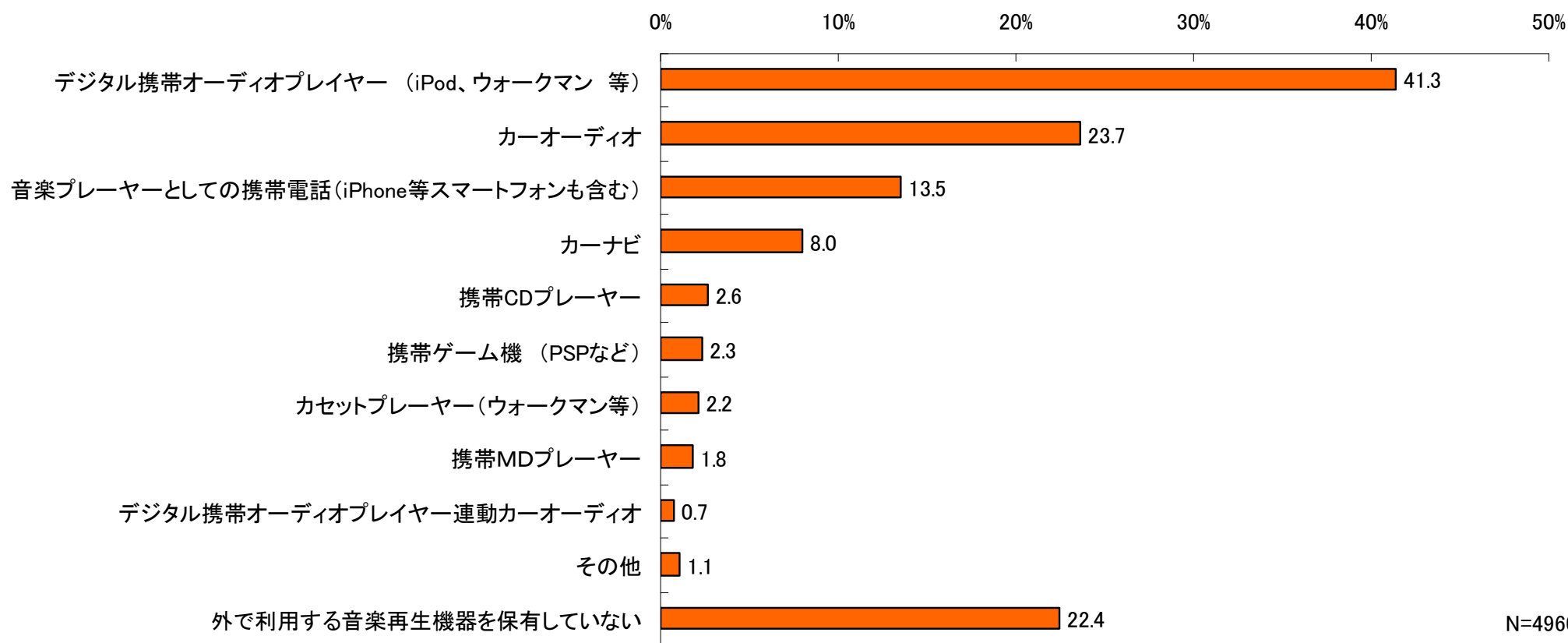
N=4960

ベース: 全対象者

普段使っている音楽機器(屋外)

Q あなたが普段、外で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA)

■屋外で音楽を聴く際の利用機器は、デジタル携帯オーディオプレイヤー、カーオーディオ、携帯電話の順。



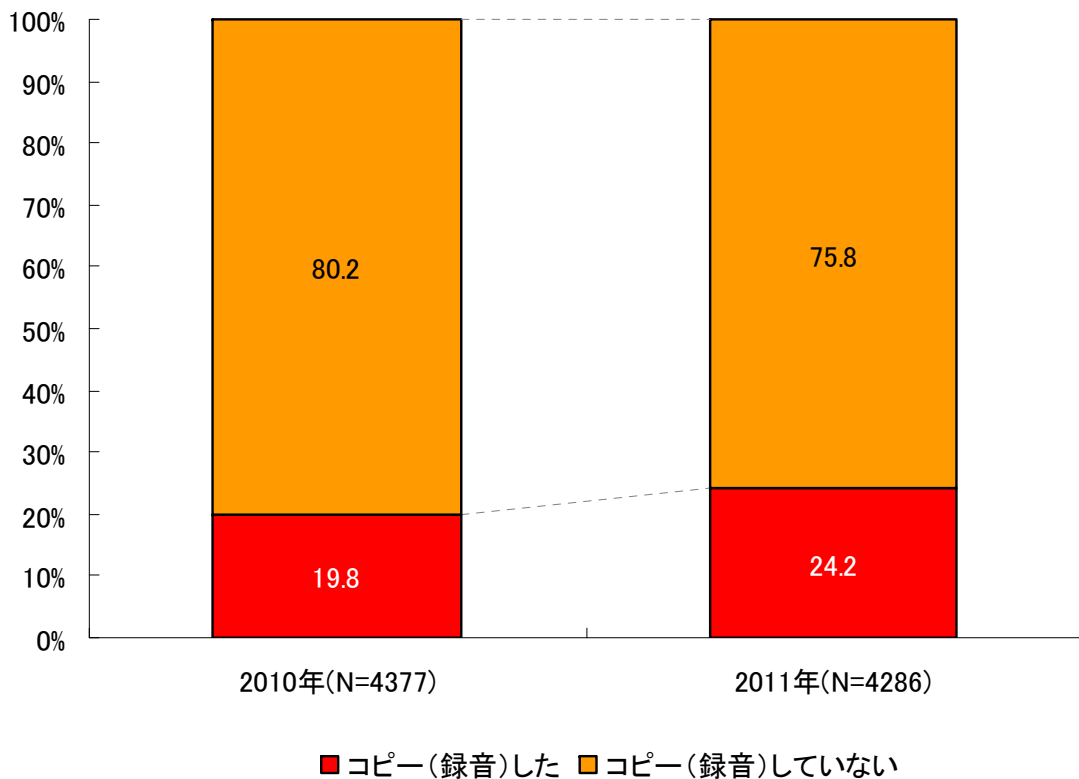
N=4960

ベース: 全対象者

録音経験の有無

Q この半年間に、音楽を『CD等市販の音楽ソフト』や、TV、ラジオ、BS、CS等の『放送』からコピー（録音）しましたか（インターネットからのダウンロードを含む）。（SA）

■昨年よりコピー（録音）経験ありが増加。男性の20代以下でやや多く、30代以上の女性で少ない。



		N (WB)	N	コピー（録音）した	コピー（録音）していない
合計		4115	4,286	24.2	75.8
男性計		2102	2,160	26.9	73.1
女子計		2013	2,126	21.3	78.7
男性	中学生	86	202	31.3	68.7
	高校生	122	304	38.8	61.2
	大学・専門学生	221	367	26.2	73.8
	20代社会人	214	289	30.0	70.0
	30代	415	266	22.5	77.5
	40代	358	263	25.3	74.7
	50代	388	241	27.2	72.8
女性	60代	297	228	26.8	73.2
	中学生	97	247	35.5	64.5
	高校生	117	307	29.0	71.0
	大学・専門学生	205	337	25.0	75.0
	20代社会人	196	283	30.9	69.1
	30代	391	258	17.0	83.0
	40代	339	257	19.1	80.9
地域	50代	357	219	16.7	83.3
	60代	312	218	18.5	81.5
	北海道	262	448	22.1	77.9
	東北地方	221	411	26.7	73.3
	関東地方	1396	863	23.3	76.7
	中部地方	762	867	23.6	76.4
	近畿地方	654	840	26.0	74.0
中国地方	282	288	22.0	78.0	
四国地方	77	77	28.8	71.2	
九州地方	460	492	25.7	74.3	

白抜き

全体平均よりも5pt以上高い箇所

二重線太字

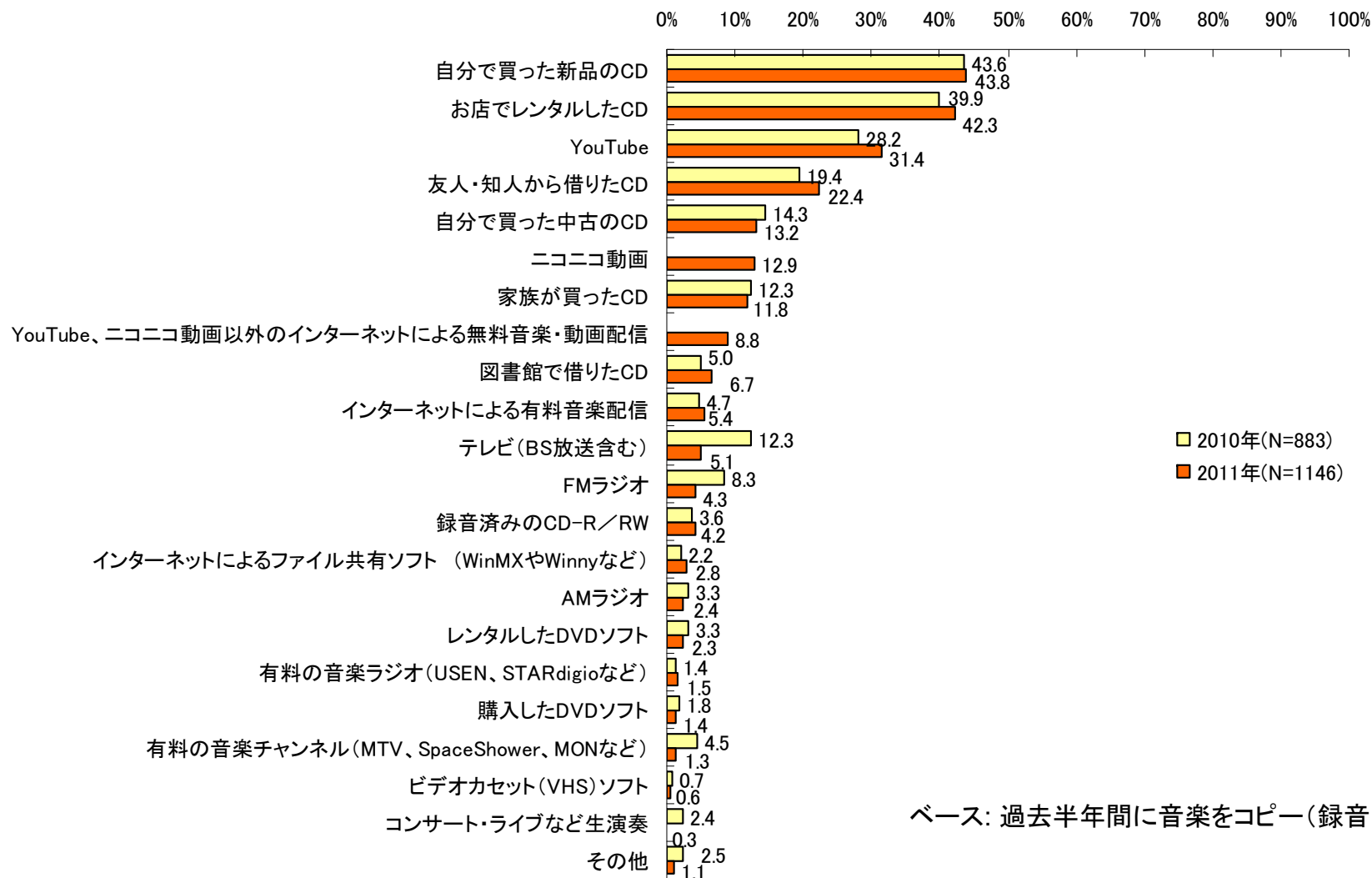
全体平均よりも5pt以上低い箇所

ベース: 過去半年間に音楽を聴取した人

録音ソース

Q 何から音楽をコピー(録音)しましたか。(MA)

■音源はCD（購入品、レンタル品）が圧倒的。自分で購入したCDとレンタルCDの割合はほぼ同程度。次いで、YouTubeやニコニコ動画。

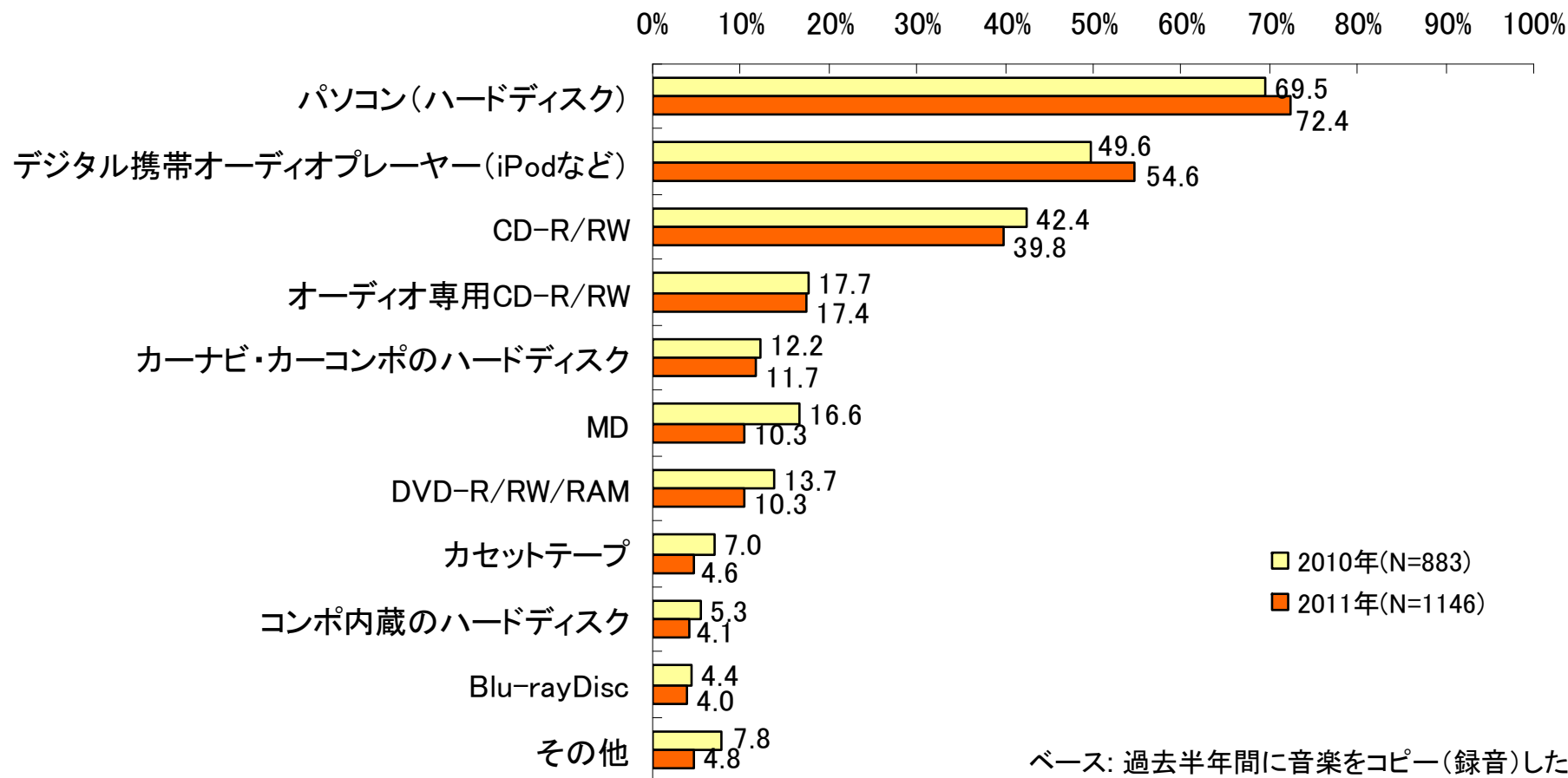


* 2010年の値がない項目は2011年から新しく追加した選択肢

録音先

Q 何にコピー(録音)しましたか。(MA)

■録音先はパソコン、携帯プレーヤー、CD-R/RWの順。



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

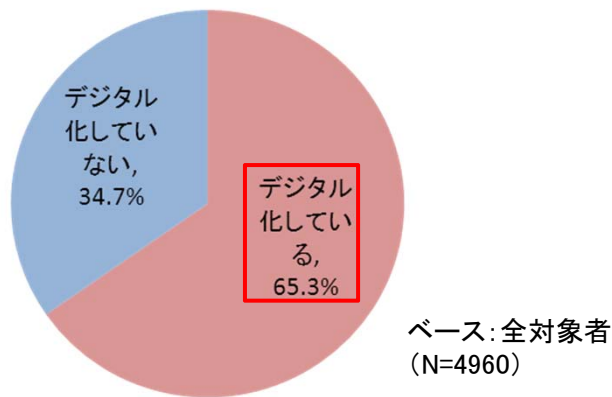
デジタルライブラリの状況

Q 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)

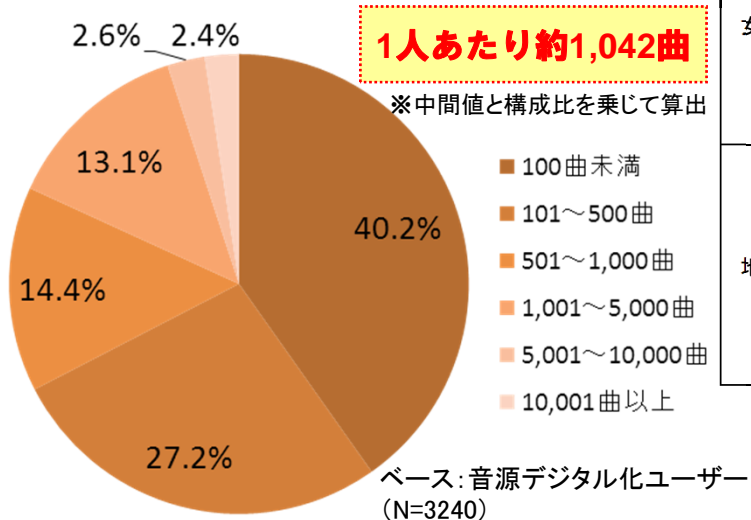
■音源のデジタル保存率は65.3%。一人あたり平均で1,042曲。

■デジタルライブラリに入れている楽曲数は、約39%が100曲超、約12%が1,000曲超。男女とも特に20代以下で多く利用されている。

【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】



		N (WB)	N	デジタル化していない	~100曲	101~500曲	501~1,000曲	1,001~5,000曲	5,001~10,000曲	10,001曲以上
合計		4960	4,960	34.7	26.3	17.8	9.4	8.6	1.7	1.6
男性計		2485	2,480	28.0	25.9	19.1	10.1	11.6	2.6	2.6
女子計		2475	2,480	41.3	26.6	16.4	8.7	5.6	0.8	0.5
男性	中学生	95	221	11.1	37.2	29.9	9.0	9.4	1.4	2.0
	高校生	132	324	7.9	20.7	33.3	18.0	15.8	2.7	1.7
	大学・専門学生	230	385	5.8	15.0	25.4	17.8	25.2	6.5	4.4
	20代社会人	228	310	14.0	19.2	24.6	12.6	18.5	8.6	2.6
	30代	485	310	26.8	24.8	20.8	9.2	11.6	2.7	4.1
	40代	414	310	23.6	30.2	21.8	9.1	12.2	0.8	2.4
	50代	496	310	38.1	29.7	13.6	9.8	5.1	1.4	2.4
女性	60代	405	310	52.9	27.3	7.4	4.5	6.4	0.6	0.9
	中学生	100	255	13.7	29.3	37.2	14.2	4.4	0.6	0.6
	高校生	123	322	10.5	21.6	33.8	19.2	13.3	0.5	1.1
	大学・専門学生	214	353	9.2	16.8	34.5	21.2	14.7	2.4	1.2
	20代社会人	217	310	14.7	24.7	27.8	15.2	13.2	1.9	2.5
	30代	473	310	38.4	30.8	17.0	8.2	3.9	1.5	0.3
	40代	409	310	48.4	28.3	11.9	6.1	4.8	0.2	0.3
地域	50代	503	310	52.9	30.7	9.1	3.8	3.1	0.3	0.0
	60代	436	310	68.7	22.3	4.4	3.7	0.8	0.0	0.0
	北海道	312	513	35.0	25.9	19.0	9.5	7.0	2.8	1.0
	東北地方	274	479	32.3	31.2	16.2	8.4	8.5	2.1	1.3
	関東地方	1658	992	33.1	25.0	17.7	10.2	11.1	1.8	1.2
	中部地方	903	992	36.8	25.9	17.1	8.5	7.6	1.6	2.5
	近畿地方	813	992	34.7	27.1	18.9	9.5	7.5	1.0	1.4
中国地方	351	341	41.3	25.1	16.1	7.5	5.7	1.7	2.7	
四国地方	93	89	36.3	24.9	14.6	13.3	5.1	2.5	3.3	
九州地方	555	562	32.3	28.2	19.3	9.5	7.8	2.0	0.9	

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

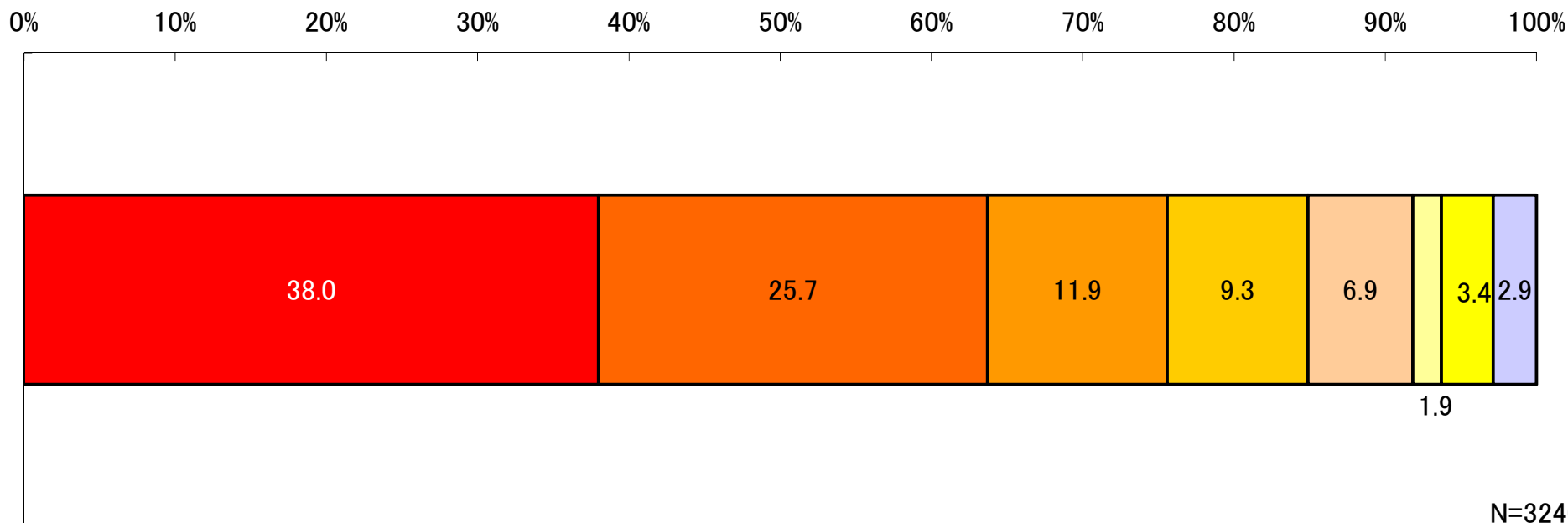
ベース: 全対象者

デジタルライブラリの状況

Q 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。

■音源はCDが73%、ダウンロードが24%。

■入手手段別では購入45%、借用35%、無料入手17%。



- 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(Youtube、ニコニコ動画)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
- プロモーション等での無料配布楽曲
- その他のウェブサイトやファイル共有ソフト(Share、Cabos等)から無料で入手
- その他

ベース: デジタルライブラリを保有している人

． エルダー層に関する分析

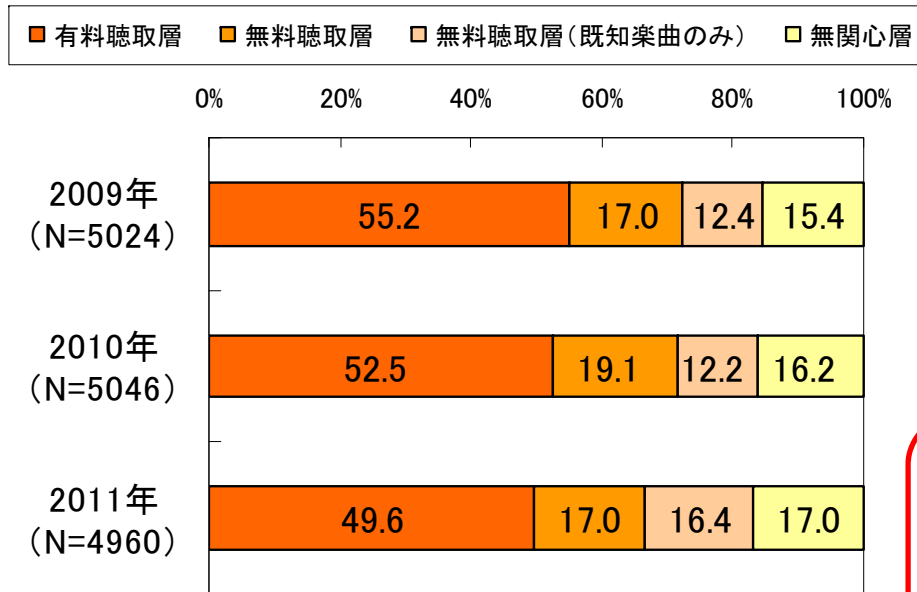
※RIAJの施策等においては、40代以上を「エルダー層」と定義しているが、本報告においては、主として50代以上に着目して分析している。

エルダー層：聴取層別セグメント構成

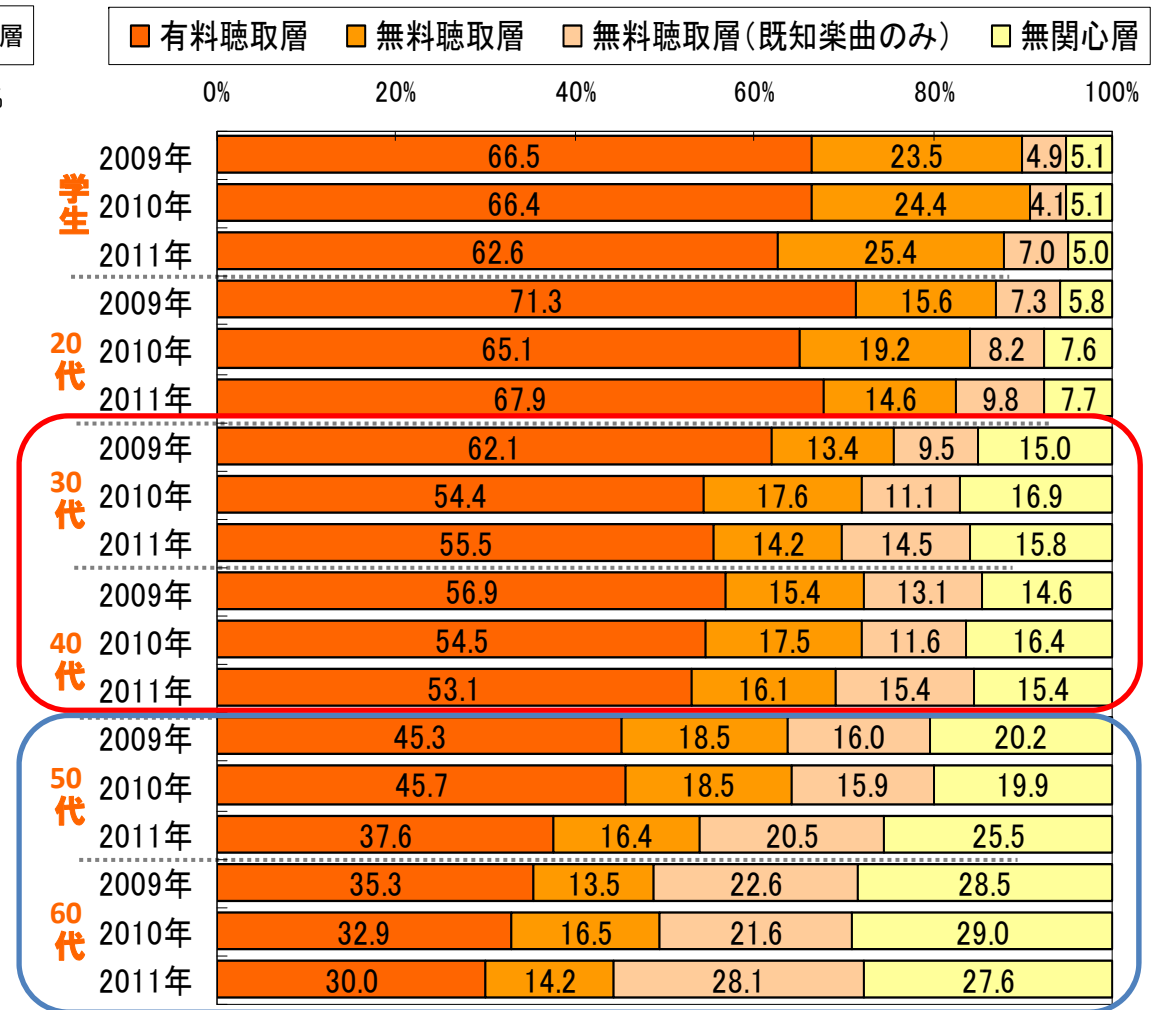
Q この半年間(3月～8月)の、音楽との関わり方についてあてはまるものを1つ選んでください[SA]。

■有料聴取層～無関心層等のセグメント構成や自由になる小遣い等の特徴から、40代と50代以上では、音楽消費傾向に大きな開きがある。

【音楽との関わり方に関する各セグメントの構成比】



【年代別の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」

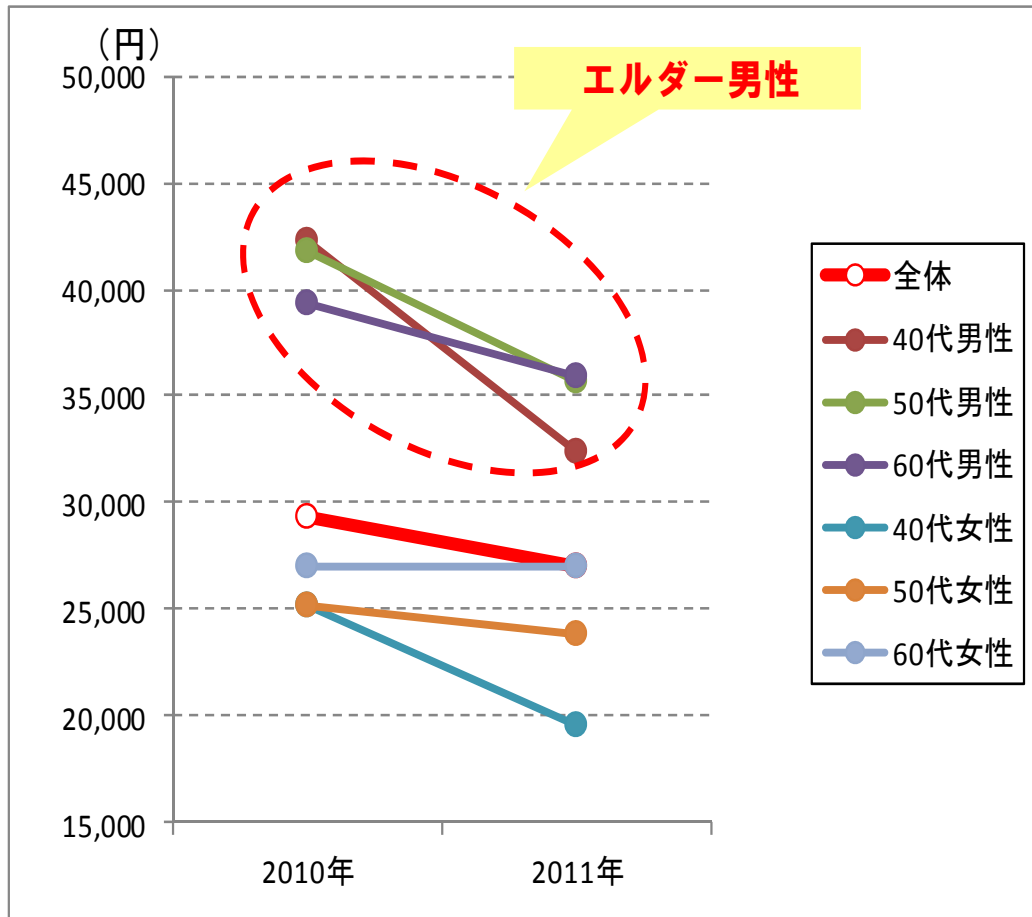
ベース: 全対象者

エルダー層：小遣い

Q 1か月に自分で自由に使えるお小遣いはどの程度ですか。(SA)

- 「自由になるお小遣い」は全体でも昨年比8%減。特に男女とも40代で大きく減少（男性24%減、女性23%減）し、男女とも50代・60代が40代を上回った。
- 特に男性の50代、60代では平均金額35,000円を超え、男女20代社会人に次いで自由になる小遣いを持つ世代。

【1ヶ月に自由に使えるお小遣いの金額(円)】



【自由になる小遣い】

		N (WB)	N	平均金額
合計		4960	4,960	27,011.7
男性計		2485	2,480	31,087.0
女子計		2475	2,480	22,921.2
男性	中学生	95	221	<u>3,540.6</u>
	高校生	132	324	<u>6,086.0</u>
	大学・専門学生	230	385	<u>19,892.7</u>
	20代社会人	228	310	39,347.5
	30代	485	310	34,947.0
	40代	414	310	32,362.2
	50代	496	310	<u>35,610.1</u>
60代	405	310	<u>35,905.2</u>	
女性	中学生	100	255	<u>2,696.6</u>
	高校生	123	322	<u>6,765.1</u>
	大学・専門学生	214	353	27,156.0
	20代社会人	217	310	40,239.0
	30代	473	310	<u>19,792.3</u>
	40代	409	310	<u>19,516.0</u>
	50代	503	310	<u>23,826.4</u>
60代	436	310	26,961.8	
地域	北海道	312	513	25,369.5
	東北地方	274	479	23,288.6
	関東地方	1658	992	29,676.5
	中部地方	903	992	24,067.0
	近畿地方	813	992	28,947.9
	中国地方	351	341	28,692.3
	四国地方	93	89	21,973.7
	九州地方	555	562	23,556.5

白抜き 全体平均よりも5pt以上高い箇所 三重線太字 全体平均よりも5pt以上低い箇所

ベース：全対象者

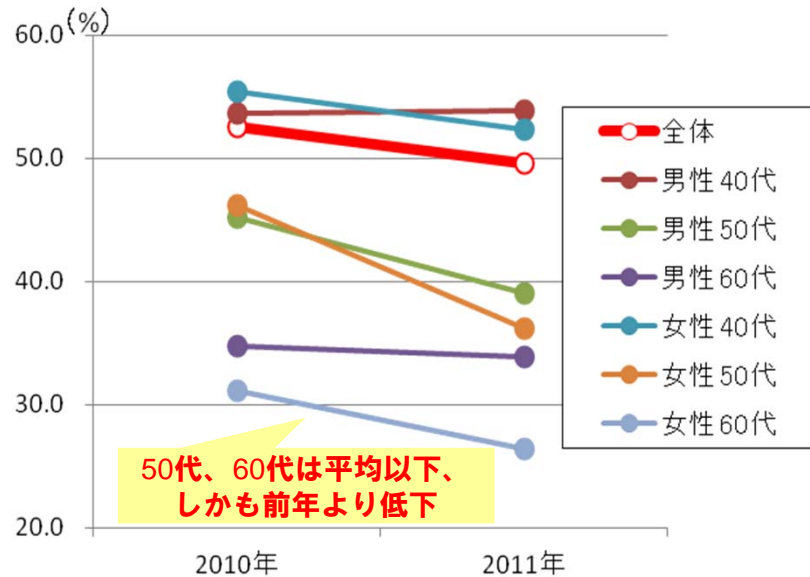
エルダー層：有料聴取層、特典への関心

Q 音楽作品をCDで購入することを検討しているとき、どのような特典がついていたら、より購入したいと思いますか。(MA)

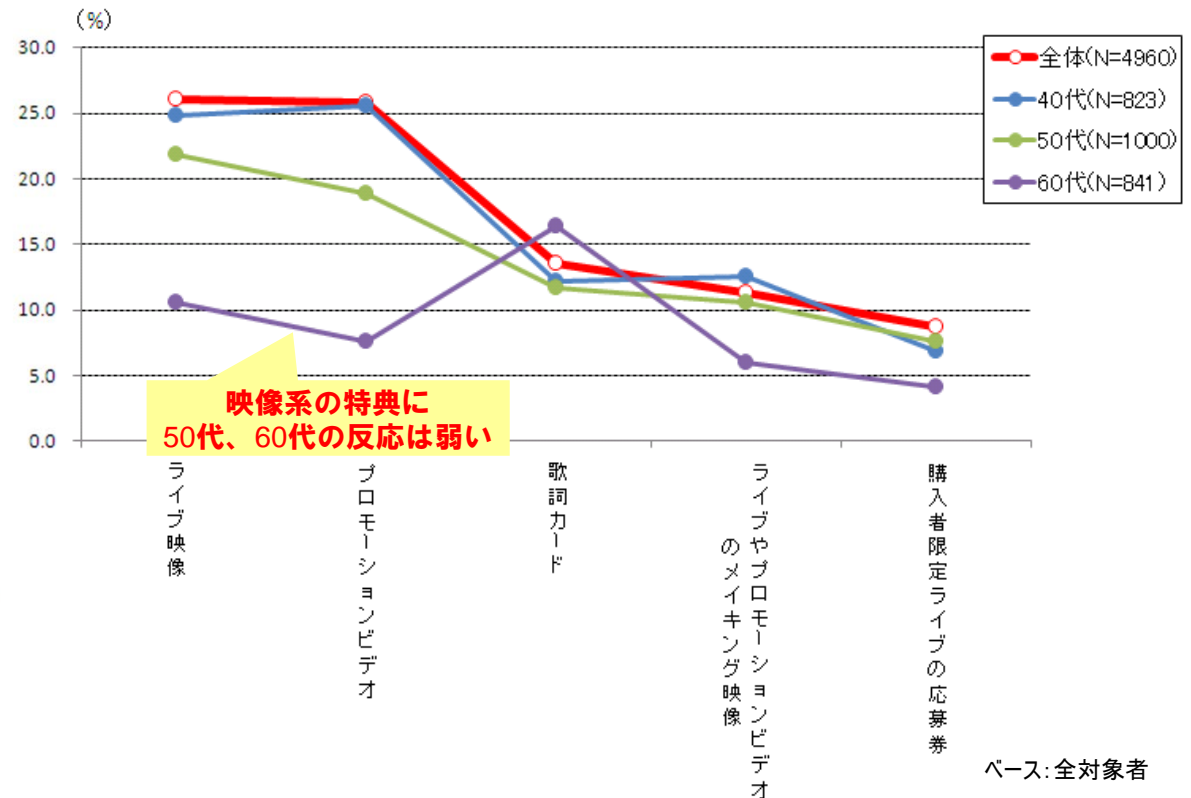
■40代の有料聴取層（音楽支出経験者）は平均を上回る53%。50代、60代と年齢が上がるにつれ低下し、60代女性は26%。50代・60代の「無関心化」が強まる。

■50～60代は、映像等の特典にも反応が弱い。エルダー層が興味を持てる「ヒット作品」や「きっかけ」の提供が必要。

【有料聴取層の構成比(エルダー層)】



【CD購入特典への関心度(エルダー層)】



エルダー層に支持されたヒット曲 (2011年は?)
 「トイレの神様」植村花菜 (2010年)
 「また君に恋してる」坂本冬美 (2009~10年)
 「愛のままで・・・」秋元順子 (2008~9年)
 「吾亦紅」すぎもとまさと (2008年)
 「千の風になって」秋川雅史 (2007~8年)

ベース: 全対象者

エルダー層：聞く音楽と購入する音楽の年代

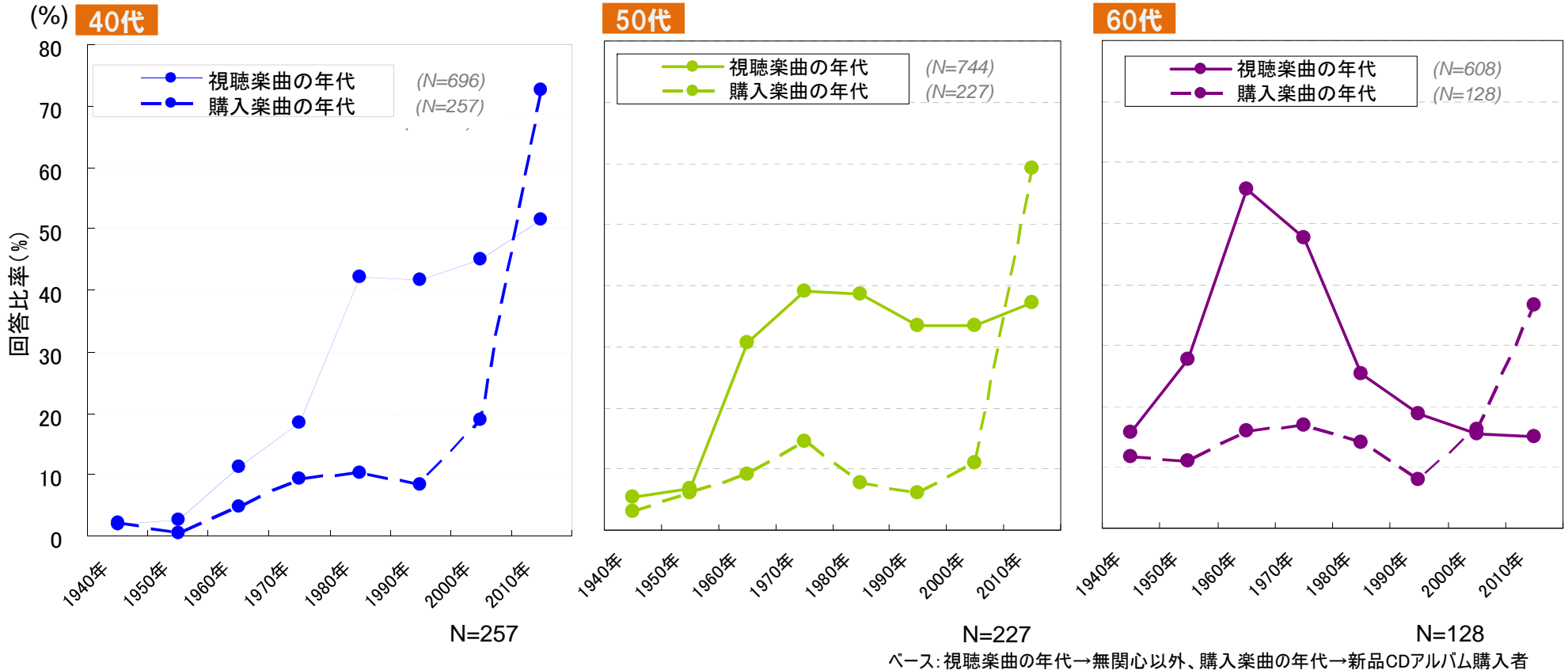
Q 普段よく聴いている曲はいつ頃に流行した曲で構成されていますか。(MA)

Q この半年間に購入した新品のCDアルバム、CDシングルはいつ頃に流行した曲で構成されていますか。(SA)

■40代は80年代以降～最近までの曲を、50代は60年代以降最近までの曲を、60代では50年代～80年代の曲を中心に聞いている人が、各年代の2割以上程度存在する（エルダー層が普段聞く音楽は、年代的な幅が広い）。

■他方、エルダー層が購入する音楽は最近の作品（2010年代）に集中。古い作品の購入は60代で高めだが、各年代とも2割以下。

【エルダー層の聞く音楽と購入する音楽の年代(購入は新品CDアルバム)】

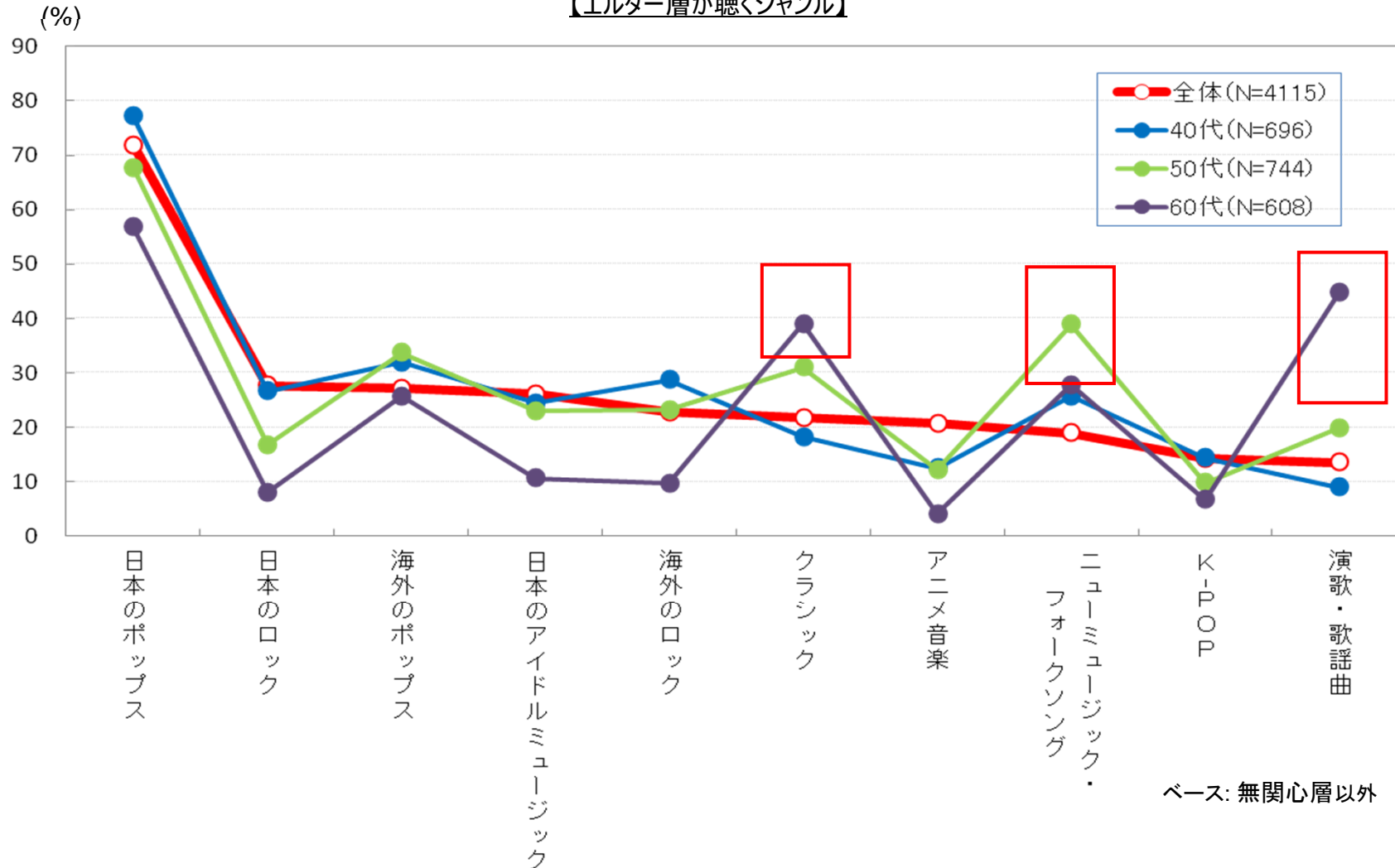


エルダー層：聴く音楽のジャンル

Q 普段よく聴く音楽はどのようなジャンルですか。(MA)

- 50代は日本ポップスが1位、ニューミュージック・フォークソングが2位。
- 60代も日本ポップスが1位、演歌・歌謡曲、クラシックと続く。

【エルダー層が聴くジャンル】



エルダー層：普段使用している音楽機器(屋内、屋外)

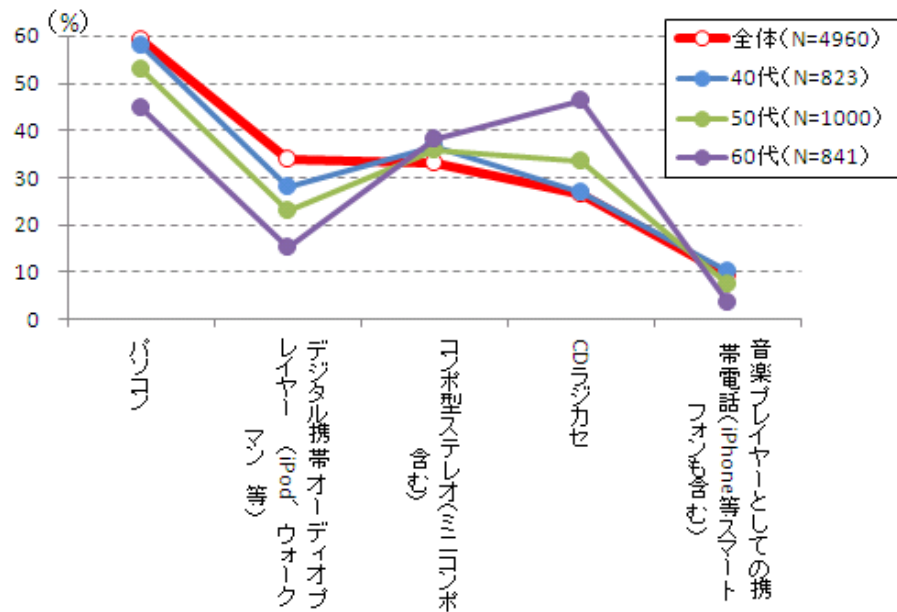
Q 普段、家の中で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA)

Q 普段、外で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA)

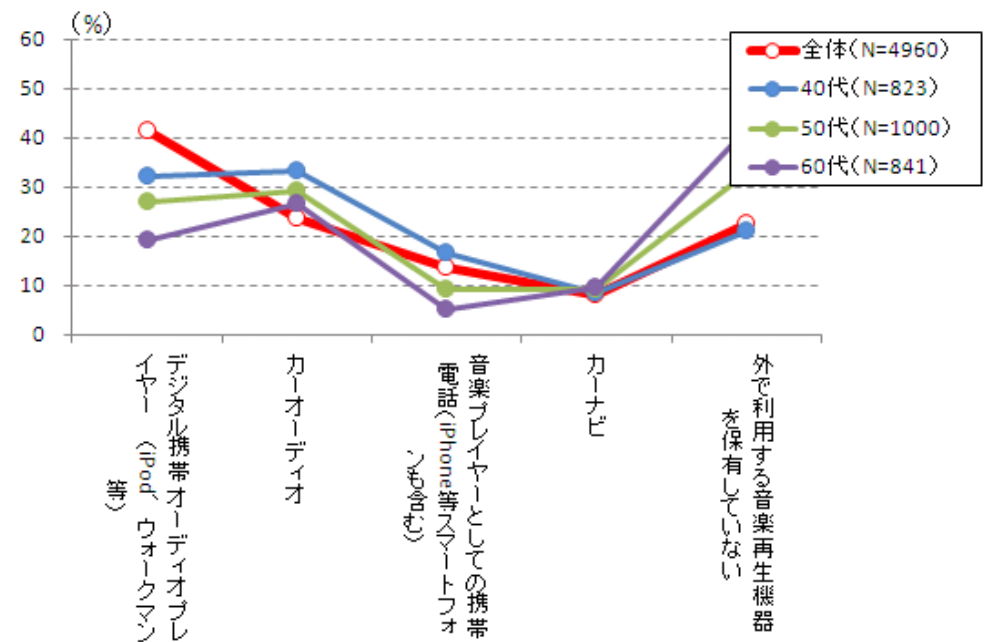
■屋内では、エルダー層でもパソコンが幅広く利用されているが、パソコンや携帯オーディオプレイヤーの利用は若い世代より低く、CDラジカセ・コンポは若い世代より高い(60代では、CDラジカセがパソコンを上回って首位)。

■屋外では、カーオーディオの利用が各年代とも首位。携帯プレイヤーが2位に続く。スマートフォンを含む携帯電話は全体では13.5%だが、40代では平均を上回る。年代が高いほど屋外で音楽を聴いていない(再生機器を保有していない)割合が高くなる。

【家の中で利用している音楽機器(エルダー層)】



【家の外で利用している音楽機器(エルダー層)】



ベース: 全対象者

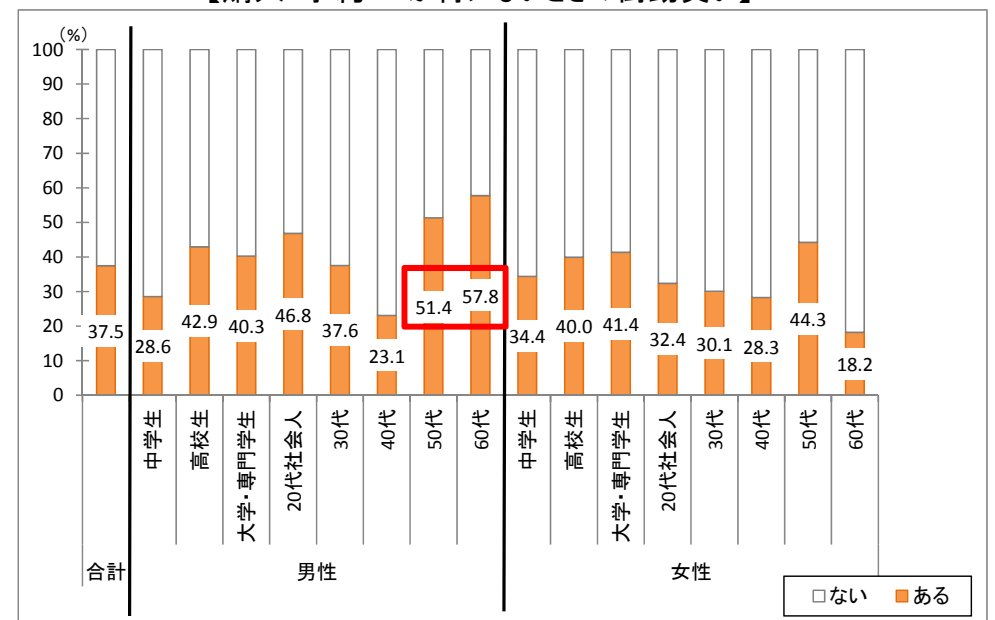
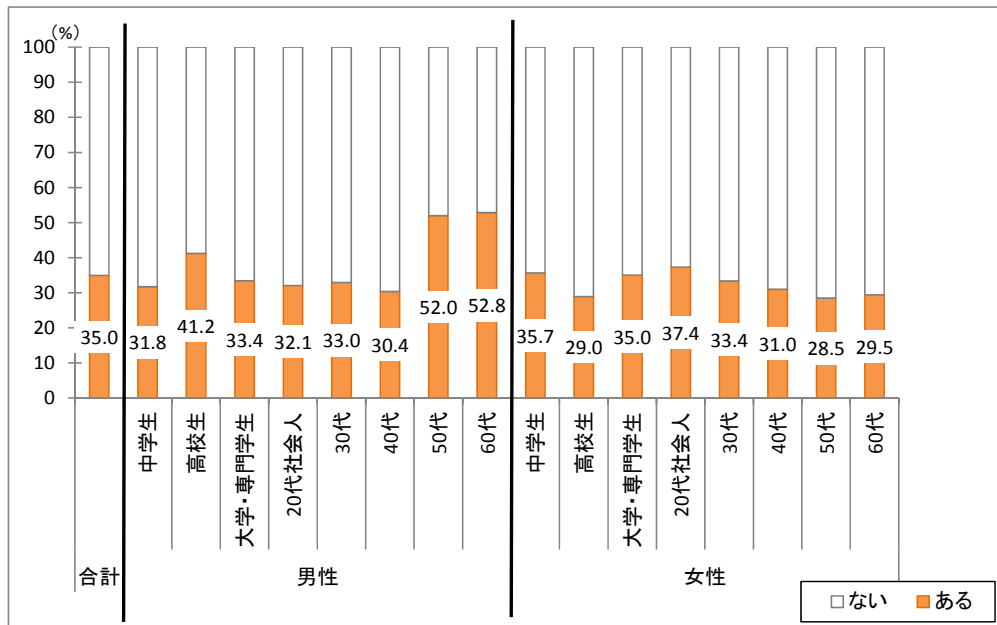
エルダー層：衝動買い

Q この半年間で、特定のCDを購入する目的がなくCD販売店に行き、購入に至ったことがありますか。(MA)

■50代・60代男性では「衝動買い比率」（購入目的とは別のCDを購入した、無目的に来店してCDを購入した）が、性・年代別に区分すると最も高い。

【購入・予約CDが決まっているときの衝動買い】

【購入・予約CDが特にないときの衝動買い】



Q25 この半年間で、購入・予約するCDが決まった上でCD販売店に来店し、購入・予約目的のCDとは別のCDを購入に至ったことがありますか。(SA)

Q27 この半年間で、特定のCDを購入する目的がなくCD販売店に行き、購入に至ったことがありますか。(SA)

ベース: CD販売店への購入目的有りでの来店者

ベース: CD販売店への購入目的無しでの来店者

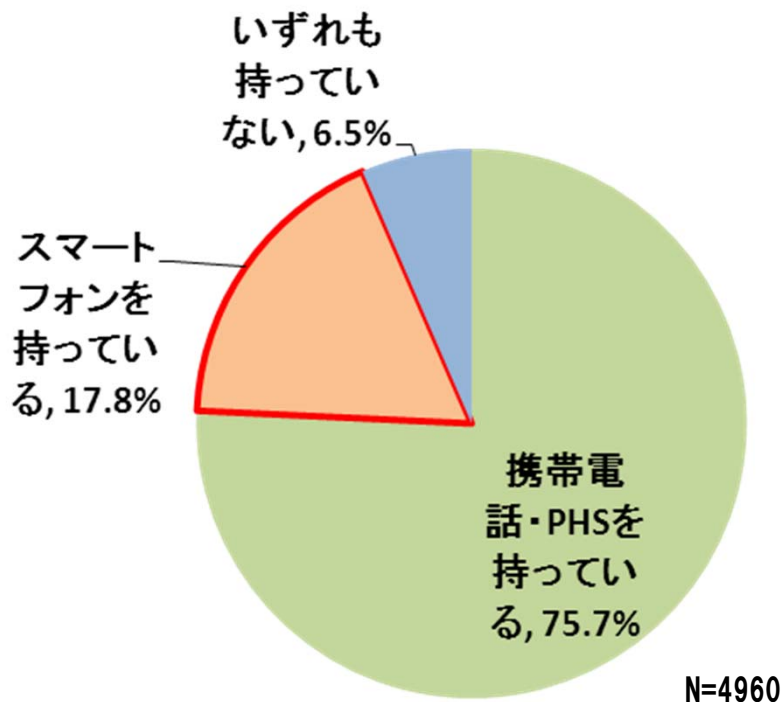
- ・ スマートフォンの利用
による影響

スマートフォン保有率

Q 携帯電話・PHSやスマートフォンを持っていますか。(MA)

- スマートフォン保有層は、(アンケート回答者)全体の17.8%。
- 20代の保有率が最も高い。

【携帯電話・スマートフォン保有率】



※以降では、上図を以下のとおり分類。

1. 「携帯・PHSのみ保有層」
2. 「スマートフォン保有層」(1と両方利用している場合は2に分類)
3. 「携帯非保有層」

【性年代・地域別の保有率】

		N (WB)	N	携帯電話・PHSを持っている	スマートフォンを持っている	いずれも持っていない
合計		4960	4,960	75.7	17.8	6.5
男性計		2480	2,485	71.5	22.5	6.0
女子計		2480	2,475	80.0	13.0	7.0
男性	中学生	221	95	40.9	11.2	47.9
	高校生	324	132	69.7	19.7	10.6
	大学・専門学生	385	230	65.5	33.3	1.2
	20代社会人	310	228	57.5	42.3	0.2
	30代	310	485	69.2	29.2	1.6
	40代	310	414	69.0	28.0	3.0
	50代	310	496	80.3	13.1	6.6
女性	60代	310	405	85.3	6.3	8.4
	中学生	255	100	52.4	8.3	39.2
	高校生	322	123	86.1	8.7	5.2
	大学・専門学生	353	214	71.1	27.9	1.0
	20代社会人	310	217	70.0	29.0	1.1
	30代	310	473	81.7	15.6	2.7
	40代	310	409	81.7	12.1	6.2
地域	50代	310	503	86.5	8.0	5.6
	60代	310	436	82.8	4.0	13.2
	北海道	513	312	79.9	12.2	7.9
	東北地方	479	274	78.7	14.0	7.3
	関東地方	992	1,658	74.0	21.1	5.0
	中部地方	992	903	75.4	17.5	7.1
	近畿地方	992	813	75.5	17.7	6.9
中国地方	四国地方	341	351	77.5	12.4	10.1
	九州地方	89	93	83.5	10.0	6.4
	九州地方	562	555	75.9	18.0	6.1

白抜き
二重線太字

全体平均よりも5pt以上高い箇所
全体平均よりも5pt以上低い箇所

ベース: 全対象者

音楽視聴機器としてのスマートフォン利用

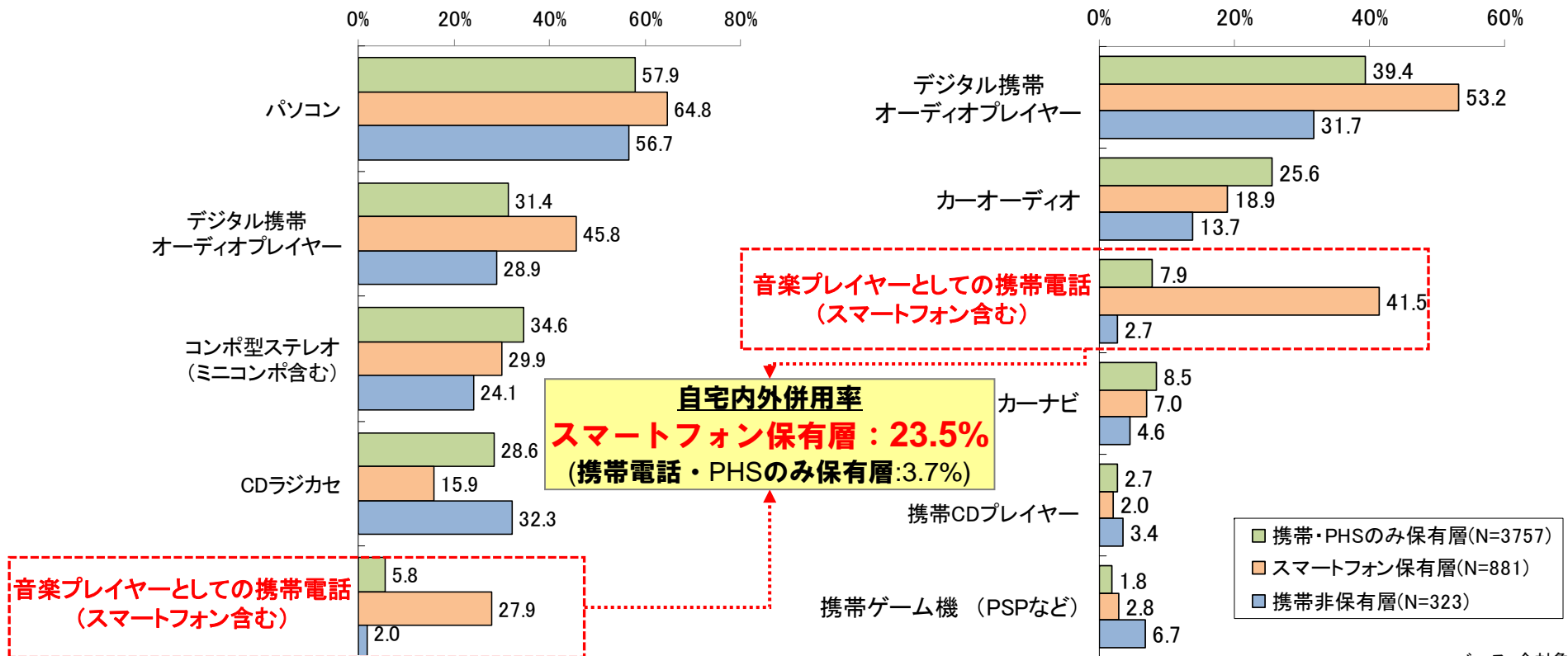
Q 普段、家の中で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA)

Q 普段、外で音楽を聴く際に使っている機器はどれですか。(MA)

■スマートフォン保有層のうち約24%は、家の中と外の両方で音楽プレーヤとしてスマートフォンを利用。

【自宅での音楽視聴機器】

【外出先での音楽視聴機器】



スマートフォン保有層の音楽聴取・支出

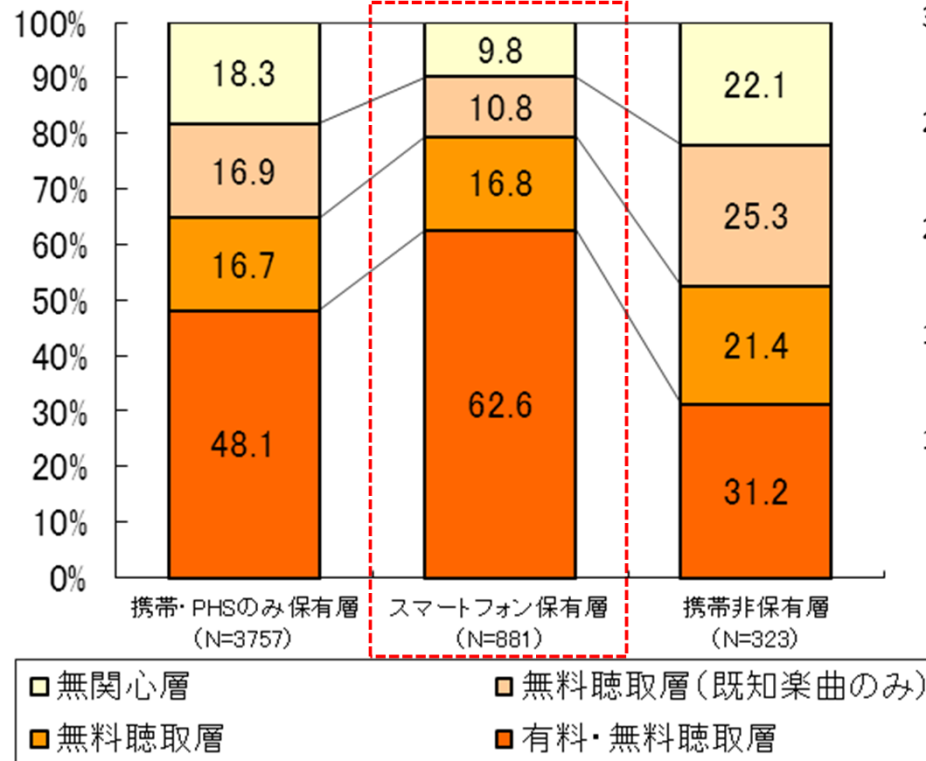
Q この半年間(3月~8月)の、音楽との関わり方についてあてはまるものを1つ選んでください[SA]。

Q あなたはこの半年間(3月~8月)で合計いくら位の金額を使いましたか

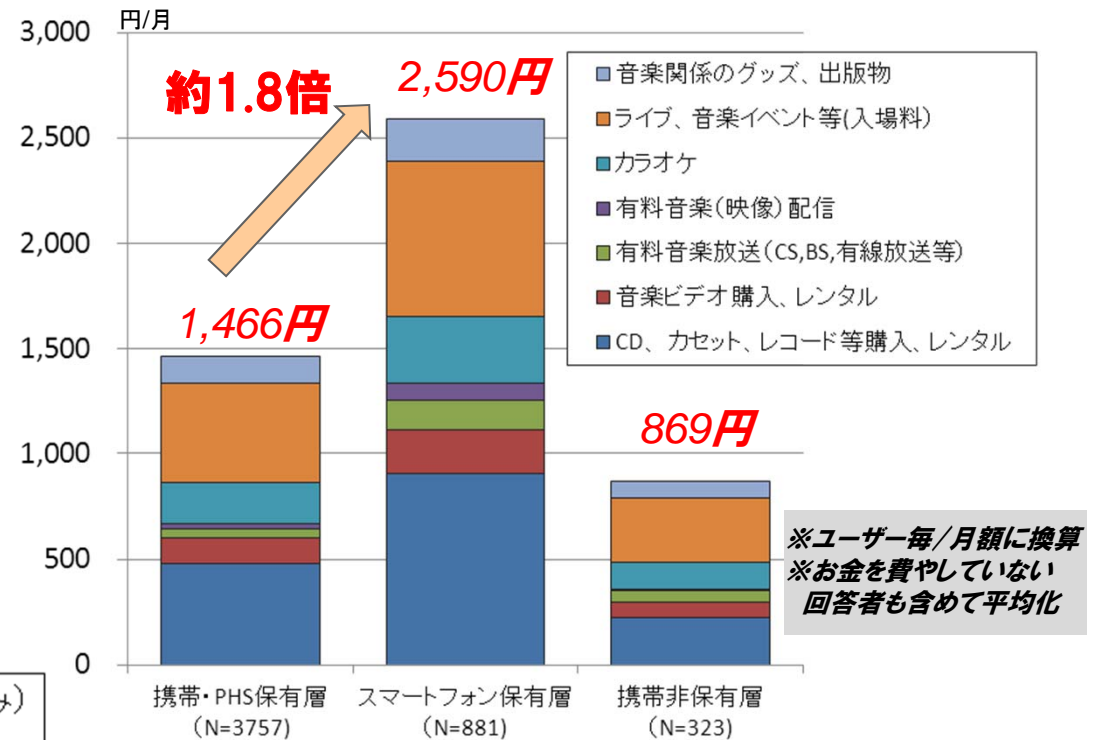
■スマートフォン保有層は、携帯・PHSのみ保有層と比べて、全体的に音楽への関心が高く、有料聴取率が高い傾向がある。

■音楽への支払金額は約1.8倍（※特に有料配信への支払額が高い）。

【有料・無料聴取層の構成比】



【音楽への支出額】



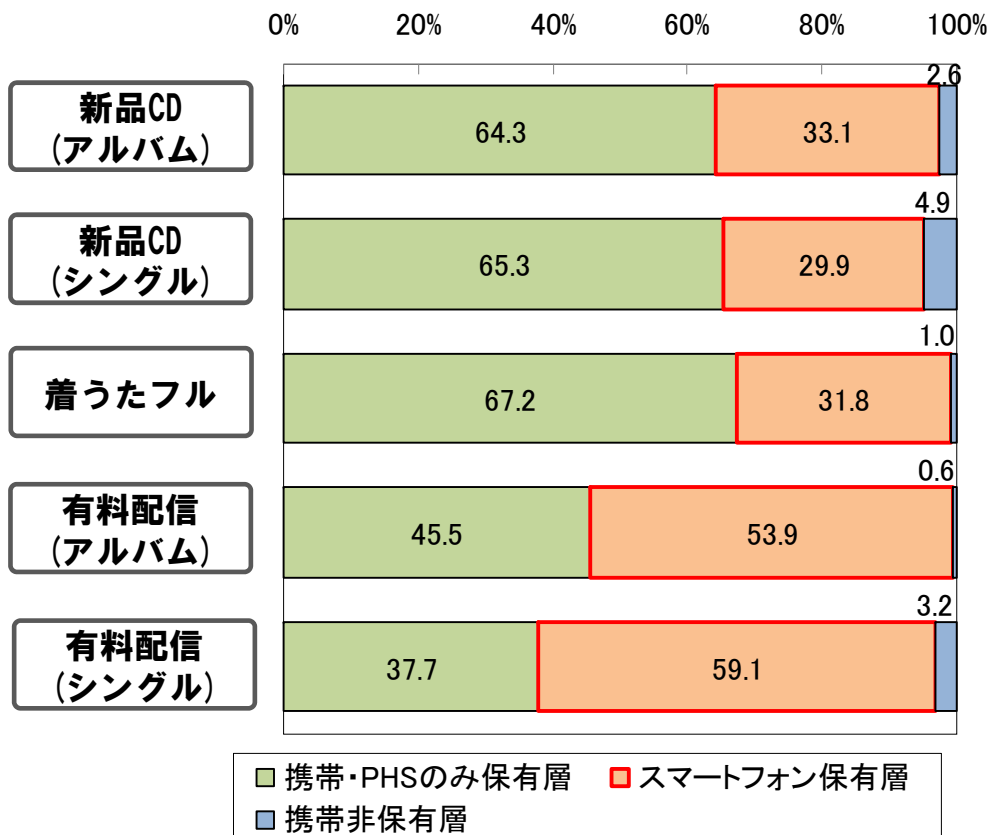
ベース: 全対象者

音楽購入におけるスマートフォン保有層のシェア

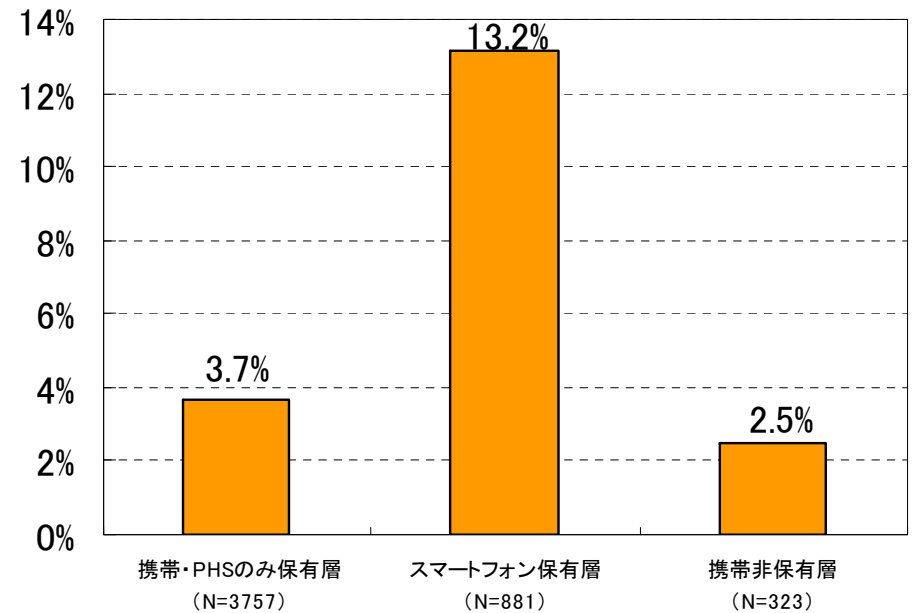
- スマートフォン保有層は、パッケージで約3割、有料配信で6割弱のシェア（数量）を占めている。
- スマートフォン保有層は複数の音楽メディアを併用する傾向が高い。

【各音楽メディアにおけるシェア(数量ベース)】

※シェアは、各層の構成比及び購入率・購入数(前頁)より算出



【複数メディアの利用者比率 (新品CDアルバムと有料配信シングルの購入経験がある人)】



ベース: 全対象者

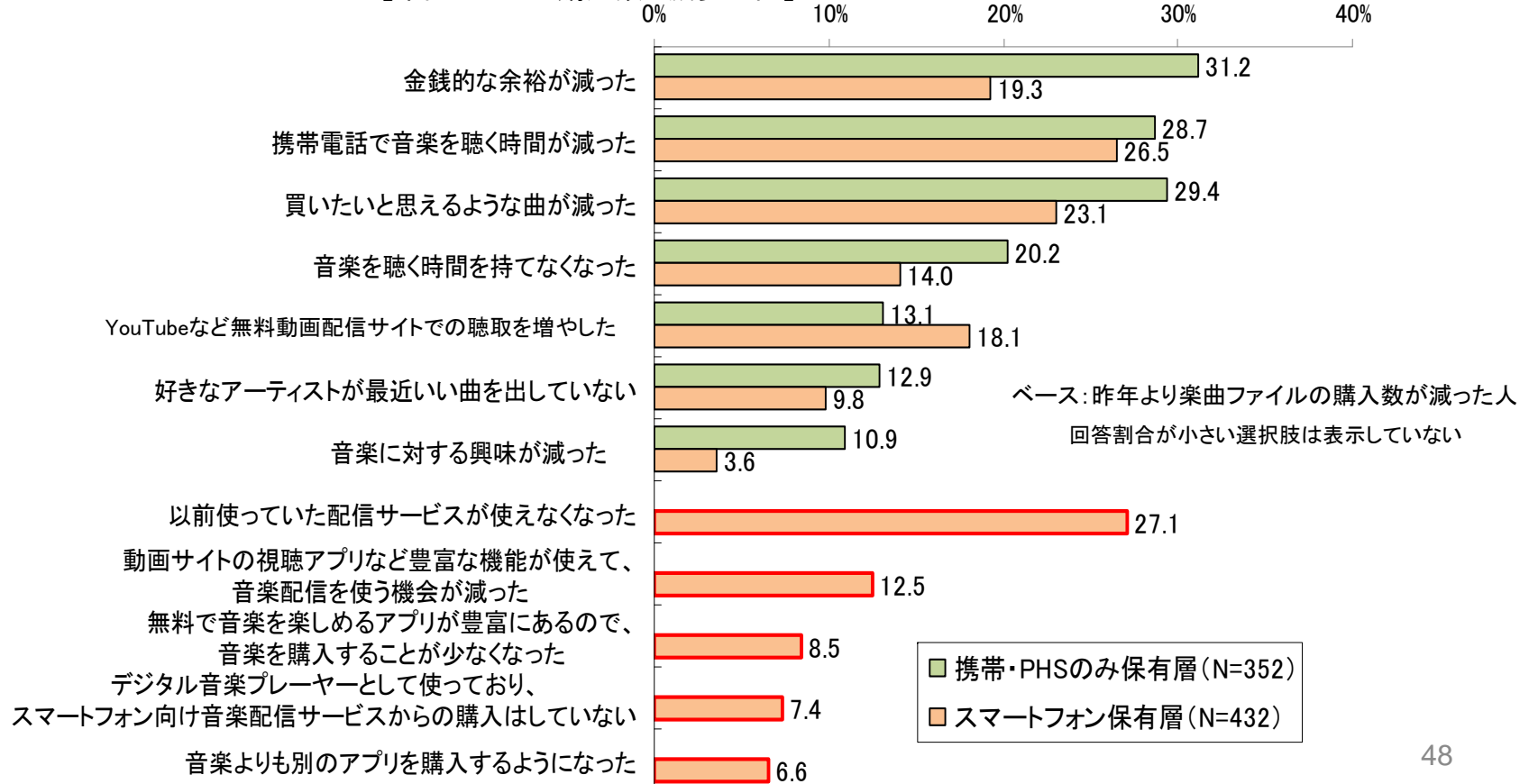
有料音楽配信購入数の減少理由

Q 昨年の同時期(2010年3月~8月)に比べ、
音楽ファイル(着うたフル(着うたフルプラスも含む)・音楽配信)
の購入曲数が減った理由は何ですか？ [MA]

■楽曲ファイル購入数の減少の背景は、スマートフォン保有層と携帯・PHSのみ保有層
でやや異なる。

■携帯・PHSのみ保有層は「金銭的な余裕が減った」が高い。
一方、スマートフォン保有層はこうした外部要因よりも、スマートフォンへの機種変
更に伴い「配信サービスが使えなくなった」という理由が最も高い。

【楽曲ファイルの購入数の減少理由】



スマートフォン
に機種変更して

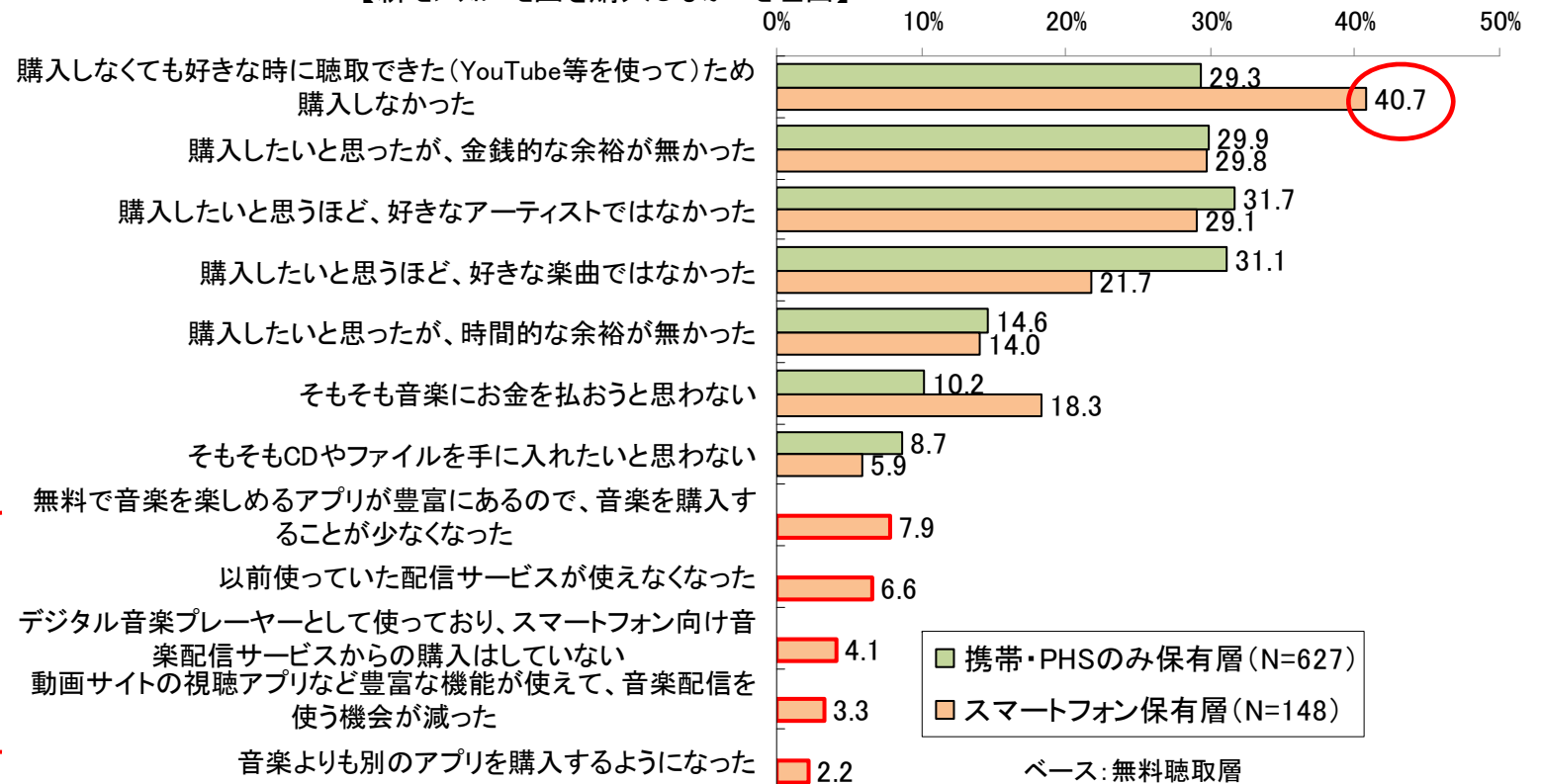
新たに知った曲を購入しなかった理由

Q この半年間に、新たに知った曲を聴いたが購入することはなかったと回答された方に伺います。新たに知った曲を購入しなかった理由は何ですか？ [MA]

■音楽の購入に至らなかった理由についてみると、スマートフォン保有層では動画サイト等の視聴が購買行動を代替している傾向が特に強い。

■スマートフォンそのものによる影響は全体的に小さいものの、「無料で音楽を楽しめるアプリが豊富にあるので」（約8%）といった理由は無視できない。

【新たに知った曲を購入しなかった理由】



スマートフォン
に機種変更して

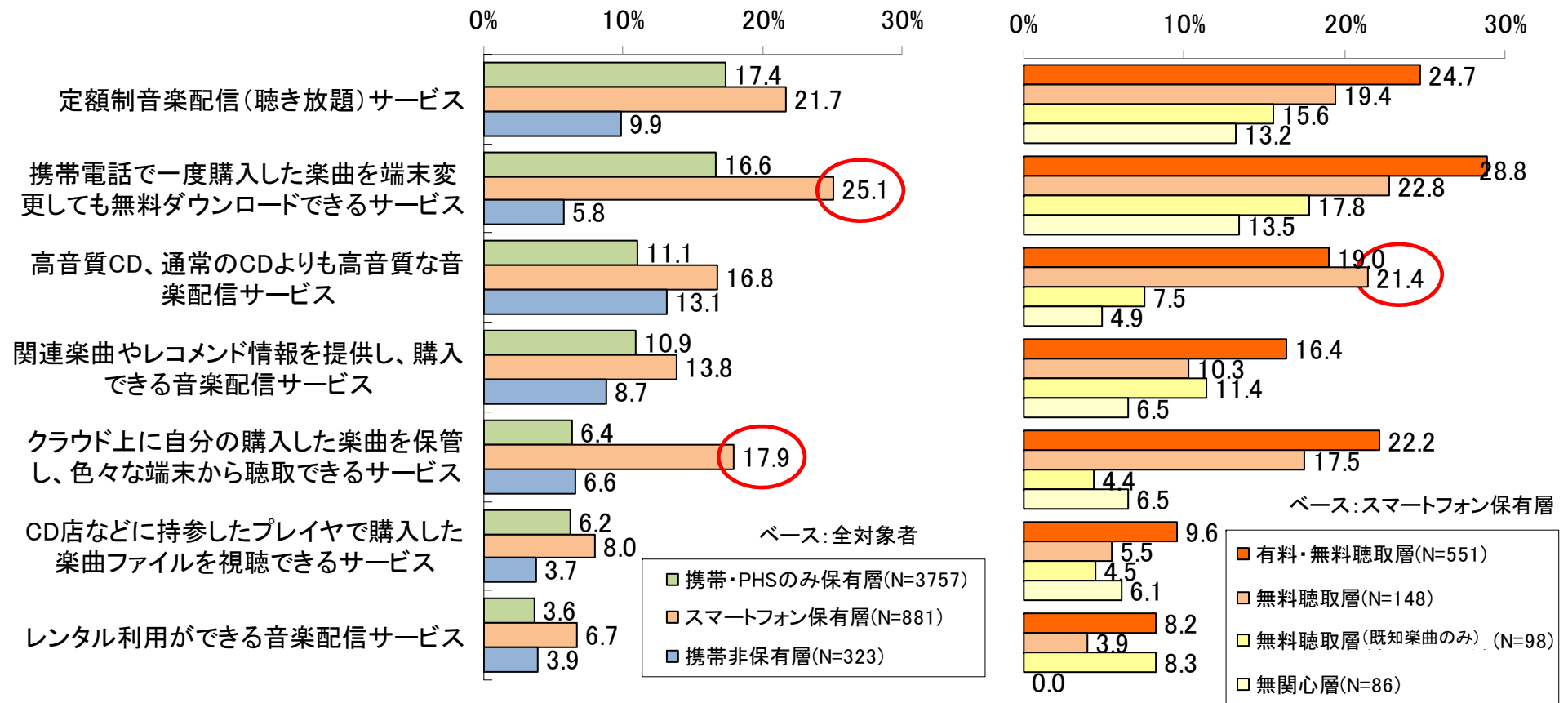
ベース: 無料聴取層

回答割合が小さい選択肢は表示していない

Q 下記のようなサービスがあった場合、利用したいですか？ [MA]

- スマートフォン保有層は全体的に新たなサービスに対して関心を持っており、特に端末に依存しない音楽配信サービスへの関心が高い。
- スマートフォン保有層のうち無料聴取層は、高品質配信サービスへの関心が高い。

【新たなサービスの利用意向】



**2011年度 音楽メディアユーザー実態調査
—報告書—**

発行日 2012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