

音楽のあるライフスタイル、この1年間の変化

イー・ウーマン調査「音楽のあるライフスタイル」
<http://www.ewoman.co.jp/>

CD市場の縮小、同時に、30-50代の人たちの音楽への回帰、この社会現象は、イー・ウーマンに集まる人たちの間ではどうだろう。「イー・ウーマンリーダーズ調査」でたずねてみた。

●音楽を聴くのはこんなとき …グラフ1、2

音楽試聴状況の分布を見ると、リーダーズ全体の4割が音楽を「よく聴いている」と答えており、「まあ聴いている」を合わせると8割近くが音楽への接触が比較的高かった。音楽を聴く場面ではやはり「ドライブをしているとき」が最も多いが、次いで「リラックスしたいとき」にもかなり聴いている様子であった。また、「家事をしているとき」「くつろぎのとき」にも比較的音楽を聴いているようであった。1年前に行った同様の調査と比較すると、「食事の時」(-15.7)、「家族や友人と団楽をしたい時」(-5.7)など、全体的に音楽を聴く傾向が下がっている。(数字は「いつも聴く」「時々聴く」の合計ポイントの増減数)

●音楽情報はこうやって手に入れている …グラフ3

CDなどの販売を仕事にしている企業にとって、今の消費者がどのような方法で新しい音楽情報を仕入れているのかは、知りたいところだろう。イー・ウーマン調査をみると、インターネットを日常にしているイー・ウーマンに集まるスマコンでも、音楽の情報源は60%のインターネットを抜いて、テレビが62%と最も多かった。これが2大情報源である。また、メディアを通してではなく、友人から口コミで情報を手に入れている人は30%であった。音楽情報を、音を伴わない「一般雑誌」「新聞」「情報誌」などのメディアで得ている人も多い事実がわかる。マスへのコミュニケーションがうまくいかない中、実は一位のテレビ以外の媒体を活用することで、今までリーチできなかったマジョリティーの心をつかめるかもしれない。

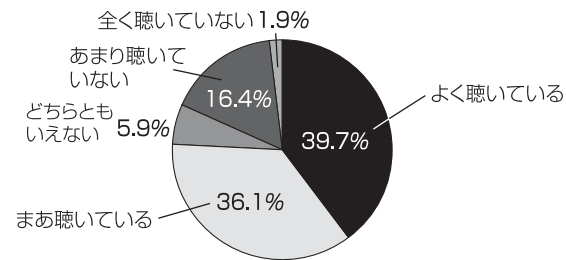
●変化する音楽ソフトの購入方法 …グラフ4、5

過去1年間にCDを買った人は全体(音楽を聴く人)の約9割となっており、購入枚数は「1~3枚」が31%と最も多く、次いで「4~5枚」24%であった。音楽ソフトの入手方法は「CDショップの店頭で購入」が80%と最も多い。しかし1年前の同様調査からの変化を見ると、「CDショップの店頭で購入」(+7.3)、「インターネットで購入」(+11.1)、「CDレンタル店でレンタル」(-4.4)、「友人、同僚から借りる」(+4.1)、「インターネットダウンロードサービス」(+2.2)となる。(増減の単位は%)
 面白いのは、インターネットのダウンロードに侵食されてCDの売上げが下がっているとよく言われるが、実態で見ると店頭購入は実は7%以上増加し、インターネットでの購入とともに伸びている傾向が見える。

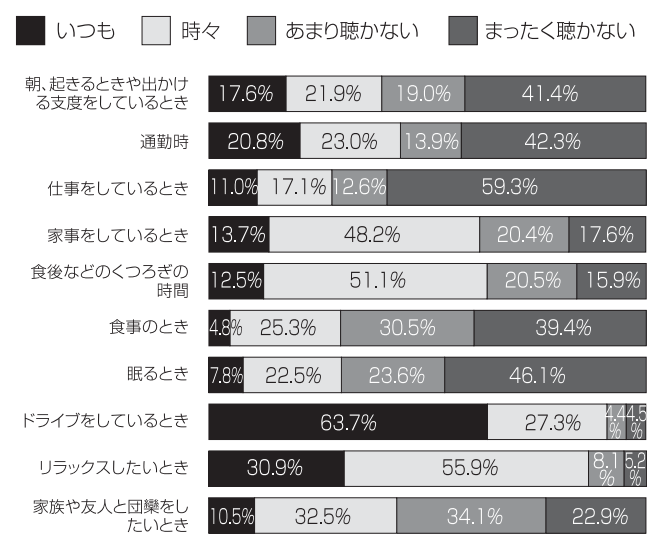
●音楽の流行の移り変わり? …グラフ6

好きな音楽ジャンルは「J-POP」が58%、次いで「ポップス」49%、「クラシック」46%という結果であり、これが3大人気ジャンルであった。クラシックが比較的人気を集めているようだ。
 1年前の同様調査との比較では、「J-POP」(-4.0)、「ポップス」(-6.1)、「クラシック」(+5.2)、「ジャズ」(+6.5)となり、ポップスの人気さが下がり、クラシックやジャズが見直されてきているという傾向が見て取れる。(増減の単位は%)

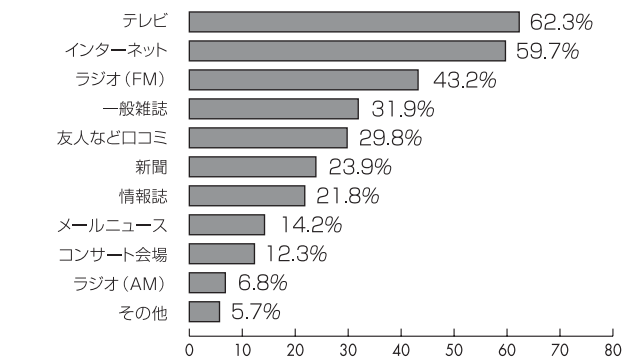
グラフ1 音楽試聴状況 全体 n=809



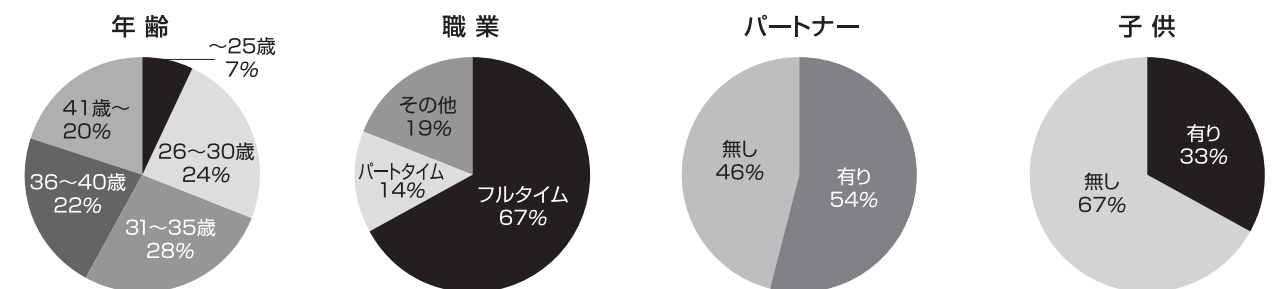
グラフ2 音楽を聴く場面 音楽を聴く人 n=794



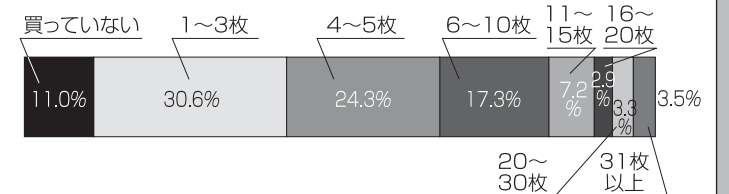
グラフ3 音楽の情報源 音楽を聴く人 n=794



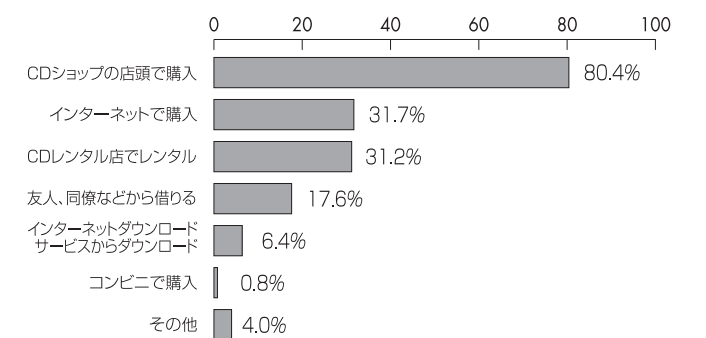
LEADERS DATA



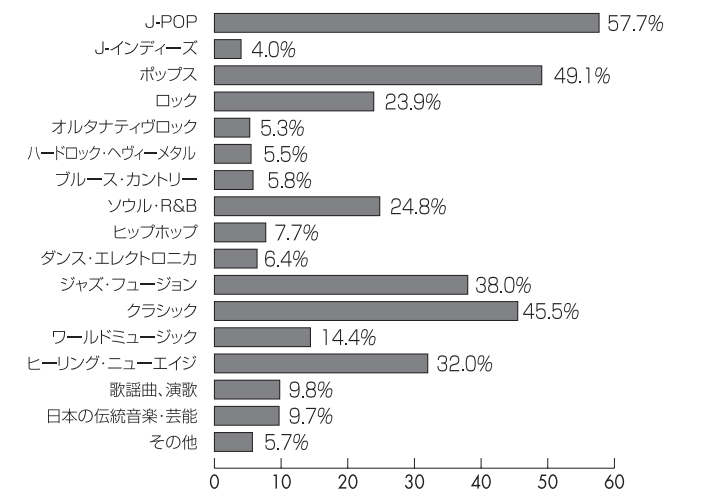
グラフ4 過去1年のCD購入枚数 音楽を聴く人 n=794



グラフ5 音楽ソフト入手方法 音楽を聴く人 n=794



グラフ6 好きな音楽ジャンル 音楽を聴く人 n=794



<調査概要>
 調査実施:2004年1月8日~1月14日
 調査方法:インターネットによる自記入式アンケート
 対象:イー・ウーマンリーダーズ
 有効回答者数:809名