

インターネットで音の彩り、進行中

イー・ウーマン調査「CD購入・音楽の楽しみ方調査」
http://www.ewoman.co.jp/

CD購入派と非購入派は7:3

ここ数年、CDソフトの売れ行きが落ち込んでいるという。国内のCDの売り上げ減少原因は、10代のお小遣いが携帯電話に使われており、音楽ソフトの購入にまわらなくなったのではないかと、また、大人の消費も不況の波により、財布のヒモがゆるまなくなってきたのではないかと、言われている。

今回、イー・ウーマン調査においては、<グラフ1>を見るとわかるように、1ヵ月平均1~2枚のCDを購入するという人がもっとも多い。3枚以上という、急激に落ちこむ。5枚以上購入するという人は、全体の3.7%にしかすぎない。また、買わないという人が3割を占める結果となった。CDソフトを購入することが、それほど頻繁でなくても生活の中で定着している人と、生活習慣からは、まったくそのような買い物項目が、すっぽり抜け落ちてしまった人との大きな二極化がみられる。

クルマの中に音楽は必需品

日常の中で、どのようなシーンや気分に合わせて、みなさんが音楽を聴いているのかということ、ざっくりとオケージョンを提示した上で、実態を探ってみた。<グラフ2> その中では圧倒的にドライブ時に音楽を聴いている人が多かった。

「ドライブしているときに音楽を「いつも聴く」(65.1%)、「時々聴く」(24.8%)をあわせると、ほぼ90%となる。

そこで、車内の音楽環境に目をむけてみると、CDユーザー(78%)がトップ。次いで、ラジオ(62.3%)カセット(29.5%)MD(26.6%)という結果になった。CD購入者層というのは、クルマユーザーとはかなり重なりあうということであろう。<グラフ3>

ヘッドフォンのその元には何がある?

今回、通勤時や外出時にヘッドフォンで音楽を聴いているという人(198名)にどのようなソフトを使っているのか聞いてみた。<グラフ4・5>

その結果、トップはMDユーザー(56.4%)。次いでCD(20.5%)カセット(10.8%)という順位が判明したが、今注目のデジタルオーディオプレイヤー(MP3プレイヤー、NWウォークマンなど)を利用している人も8.2%いることがわかった。MDが登場してわずか数年でこのような普及状況となっていることから、デジタルオーディオプレイヤー・ユーザーの割合がトップに躍り出る日も近いものと思われる。

音楽をネットで購入する人は約2割

では、CDなどの音楽ソフトをどのような手段で入手しているのだろうか?

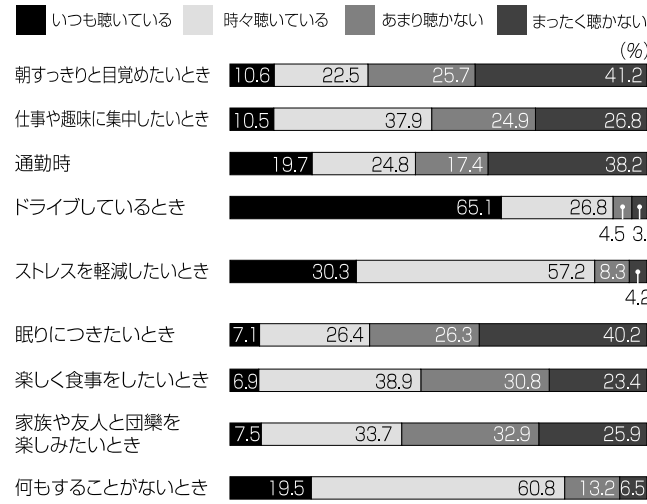
おもな利用手段を2つまで選んでもらったところ、圧倒的に、CDショップの店頭での購入(73.1%)がトップとなった。<グラフ6>

近年、とても便利に、eコマースやネットからのダウンロードができるようになった。が、CDショップで様々なCDの試聴を楽しんだり、ジャケットやポスターから多くの情報を得たりすることを、やはり生活者は必要としているということだろう。何を買おうかとCDショップ内をうろろする浮遊感が、大切な息抜きや生活の楽しみともなっていると思われる。インターネットがどんどん生活を変えていっても、オンデマンドばかりでは、逆につまらない。人間味のあるもの、生活の「間」をうめてくれる行動や嗜好は、求められていることが示唆される。インターネットは音楽生活をさらに豊かにしてくれるものだという事も見えてきた。一方で、人間の根源にふれる音楽だからこそ、アナログな情報や環境の中で、手探りの音探しがこれからも続いていくことであろう。

● 一ヶ月に平均何枚CDを購入しますか? <グラフ1>



● あなたは、どんなときに音楽を聴いていますか? <グラフ2>



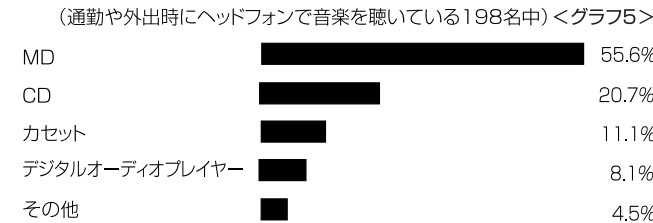
● クルマの中で音楽をお聴きになっている場合どのような機器やソフトをお使いですか? <グラフ3>



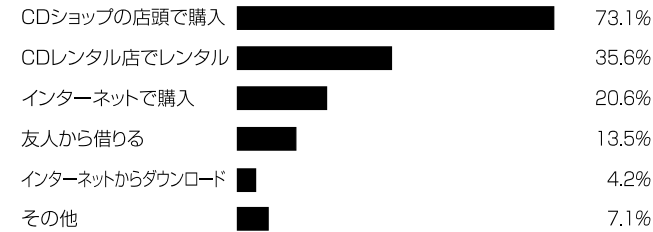
● 通勤時や外出時にヘッドフォンで音楽を聴いていますか? <グラフ4>



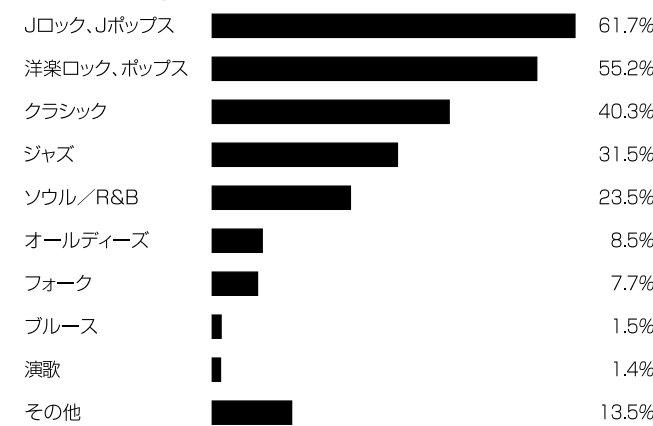
● ヘッドフォンで音楽を聴いている人が主に使っているソフトや機器について <グラフ5>



● 音楽を聴く場合の、よく利用する方法やソフトの入手方法は? (2つまで) <グラフ6>

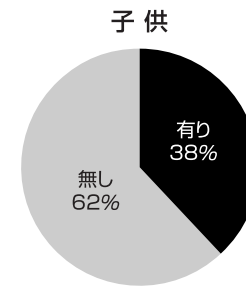
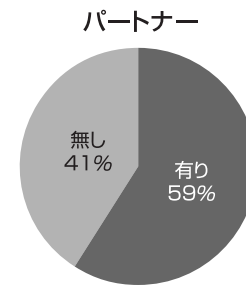
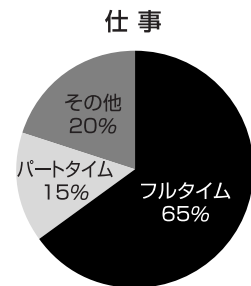
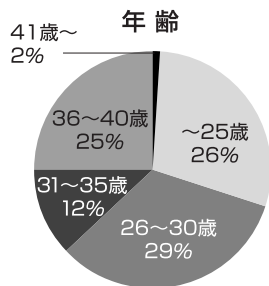


● あなたが好きな音楽ジャンルは? (3つまで)

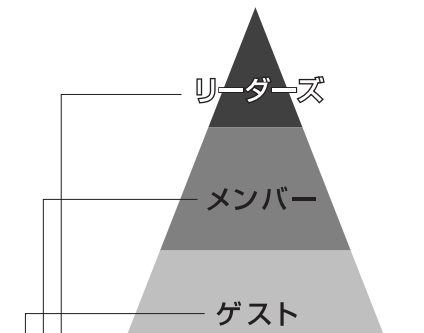


<調査概要>
調査実施:2003年1月28日~31日
調査方法:インターネットによる自記入式アンケート
対象:イー・ウーマンリーダーズ
有効回答者数:650名

LEADERS DATA



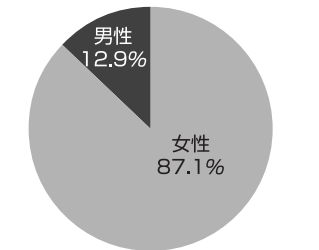
ユーザーの構成



- イー・ウーマンサイトにて、自ら個人情報を提供し、積極的に商品開発、サイト展開にかかわりたいと考えている人達。
- イー・ウーマンサイトにて、メールアドレスとニックネームを登録。書き込みもできる人達。
- イー・ウーマンを見に来る人たち

登録ユーザー

登録ユーザーの男女比



登録ユーザーの年代

