

文教大学情報学部 社会調査 研究報告

音楽情報源の動向

2012年2月

情報学部広報学科3年

倉林真奈美

音楽情報源の動向

目次

第1章 研究の概要	2
1.1 研究の目的と背景	2
1.2 研究に関する動向	2
1.3 調査研究の方法	6
1.4 成果の概要	7
第2章 研究の成果	9
2.1 調査回答者の概要	9
2.2 音楽利用	10
2.3 CD購入	11
2.4 音楽入手方法	16
2.5 動画サイトからのダウンロード	19
2.6 ライブに行く頻度	20
第3章 まとめと今後の課題	22
参考文献	
資料 単純集結果	23

第1章 調査研究の概要

1.1 調査研究の目的と背景

現在 CD 売上は減少している。その原因は、音楽の楽しみ方が変化したからではないかと考える。その変化とは、音楽技術が進み、選択肢が増加したことである。したがってどのような媒体を利用して視聴しているのか、どのような媒体を利用して音楽を発信しているかは、人それぞれ異なるようになった。

1980 年代初頭、CD が誕生し、音楽産業はアナログからデジタルへの移行を開始した。その後は MD、そして ipod、mp3 プレイヤーのように小さな携帯再生器が誕生した。この変化は、音楽は軽いものという印象させたのではないか。さらに、音楽を購入する行動の変化もある。以前は CD ショップに足を運び、CD を購入した。しかし今は、インターネットの CD ショップで注文をし、家に届けてくれる。また、インターネットで音楽データをダウンロードすれば、一瞬で購入することが可能になった。これらのように、音楽の楽しみ方の選択肢は増加した。これを音楽は「もの」から「情報」になりつつあるという人もいる。

そこで調査を、次の3つのパターンに分ける必要があると考える。「CD を購入して聴く」「インターネットで購入して聴く」「インターネットで無料で聴く」。インターネットで無料とは、動画サイト(youtube やニコニコ動画など)を利用して音楽を聴くことである。もちろんこの他にも、ラジオで音楽を聴く人や、ライブで音楽を聴く人などもいるが、多くの人がこれら3つのパターンに属する。

さらに、新しい音楽(曲)の見つけ方も、多くの方法がある。テレビの音楽番組、ラジオの音楽番組で音楽を聴く。最近では、インターネットの動画サイト (youtube、ニコニコ動画)、SNS(ブログ、mixi、twitter)で音楽を見つけることが可能となった。気になった曲は、とりあえず動画サイトで検索するという人が多いようだ。これも大きな変化である。

また、音楽が与える影響とは何か。音楽が場所を問わず楽しめる時代に音楽は生活にどんな影響を与えているのか。これらを調査すれば、CD 売上減少の原因、現在の音楽産業が見えてくるのではないか。

1.2 調査に関する動向

(1) CD 売り上げの減少

CD の売り上げは、急速に減少している。日本レコード協会によるデータによると、音楽ソフト(CD などの音楽レコード媒体に DVD などの音楽ビデオを加えたもの)売り上げの前年比は、

2008年でマイナス7.5%、2009年でマイナス12.5%であった。このように落ち込みが加速している。

(2)音楽配信

音楽配信とは、インターネットで音楽をダウンロード販売するサービスのことである。価格は1曲数百円程度に抑えられていることが多く、CDを購入するよりはるかに安い。

日本では、2003年以降携帯電話を使った音楽配信が広く普及し、2009年末には、件数ベースで「シングルCD：着うた：着うたフル：PC配信」の比率は「1：3：3：1」であった。インターネットでの音楽配信は、主にAppleのiTunesStore、レーベルゲートのMoraなどがあり、ipodの普及とともに音楽配信も広く利用されるようになった。

しかし、日本レコード協会が公開した2010年大前半期(10～12月)における有料音楽配信売上実績によると、ダウンロード数は前年同期比92%の1億712万回、売上金額は同90%の209億7800万円で、前年割れとなった。特にモバイルの音楽配信ダウンロード数が減少しているようだ。

iTunesミュージックストアなどデジタル音楽サービスは、コミュニティ機能が新しい音楽を見つけるのに主要な役割を果たすと報告している。他の人とプレイリスト「もっともプレイした上位10曲」や「この曲を買った人はその曲も買っています」などの機能は、音楽ファンが新しい音楽をオンラインで見つけるのに役立つ。

(3) CD レンタル

CDレンタル店舗数は、1989年末の6213店をピークに毎年減少を続け、2010年6月末現在で2795店と昨年比2.3%減、89年末対比で55.0%減となった。

(4)動画サイト YouTube

2005年2月に設立された米ネットベンチャーYouTube社が運営する、動画コンテンツ共有サイト。会員登録をすることによって誰でも容量100MB、再生時間10分以内の動画ファイルをアップロードし公開することができる。YouTubeで公開された動画ファイルは会員登録をしていないユーザでも無料で閲覧することができる。閲覧したい動画のキーワード検索も行うことができ、会員登録したユーザはさらに閲覧した動画に対するコメントを投稿したり、動画を5段階で評価したりといったこともできる。

(5)創作、編集

初音ミクは2007年8月31日にクリプトン・フューチャー・メディア(以下クリプトン)から、ヤマハの開発した音声合成システム『VOCALOID2』を採用した女声の歌声を合成するMicrosoft Windows専用のソフトウェア製品として発売された。声に歌い手

としての身体を与えることでより声にリアリティを増すという観点からソフトウェア自体をバーチャルアイドル（バーチャルシンガー）と見立ててキャラクター付けしている「キャラクター・ボカール・シリーズ（CVシリーズ）」という製品シリーズの第1弾であり、初音ミクは「未来的なアイドル」をコンセプトとしてキャラクター付けされている。声優「藤田 咲」さんが演じるポップでキュートなキャラクター・ボイスを元に作り上げられ、『初音ミク』の歌声は、80年代から最新まで多彩なアイドル・ポップスを中心に、さまざまなポップ・ソング～バラード・ソングを歌い上げ、またキュートな声によるアニメソングなども得意としている。

本ソフトは2007年8月31日の発売直後より作成された楽曲やキャラクターイメージを用いた動画がニコニコ動画をはじめとする動画投稿サイトに次々と投稿されたことで人気に火がつき、DTMソフトウェアとしては異例のヒット商品となった。DTMソフトウェアのジャンルでは年間1,000本売れば大ヒットとされるが発売後2週間だけで3,500～4000本の売れ行きを見せた。

制作方法は、まず、VOCALOID EDITORでメロディを入力する。そのメロディに日本語の歌詞をのせる。歌声の「音量」「ピッチ」「明るさ」「口の開き具合」「ビブラート」などを操ることができ、さらに最大16人のVOCALOIDがバックコーラスや合唱を歌わせることも可能です。そして作られた曲は、「WAVファイル」に書き出し保存することができます。これにより、音楽制作用ソフトや映像編集用ソフトへ取り込んで活用したり、MP3ファイルに変換しインターネットを通じて、オリジナルソングを公開できる。現在は、初音ミクの他に、鏡音リン/レン、巡音ルカのソフトが発売されている。

(6)投稿

2009年カラオケ店舗に設置されたUGA着メロ工房端末を利用して、カラオケで歌う姿を撮影した動画のYouTubeへの投稿が可能になった。動画投稿を行うには、UGA着メロ工房ケータイ公式サイトで、月額料金無料の従量課金コース、または月額315円コースのいずれかで会員登録を行い、投稿対象となる動画を携帯電話にダウンロードする必要がある。(105円/1回) 投稿方法は、UGA着メロ工房でカラオケ姿を撮影、動画を携帯電話へダウンロード。ダウンロード完了後UGA着メロ工房に表示される「動画サイトへの投稿」から投稿をする。

JOYSOUNDでは、2008年10月に「うたスキ動画」のサービスを開始。同サービスに対応したカラオケボックスで歌唱中の様子を動画として撮影し、さらにその様子をWebにアップロードすることが可能。アップロードされた動画は「マイうたスキ動画」内に保存される。保存され

た動画は原則として公開され、他のうたスキ会員からも閲覧可能となる。オーディション企画とも連動し、パソコンからオーディションに応募することも可能。2009年発売の新機種「CROSSO」では、自分の動画と他のうたスキ会員の動画をミックス（並列再生）させてデュエットなどのコラボレーションを実現させる「コラボ」機能などが追加された。うたスキ会員は無料でweb登録可能。お店に動画を公開することも可能だが、その場合はJOYポというポイントが必要である。

(7)無料ダウンロード

動画投稿サイト「ユーチューブ」上の動画を無料でダウンロードできるサイト「TUBE FIRE」が著作権を侵害しているとして、日本レコード協会の加盟会社など31社が23日までに、サイトを運営する「ミュージックゲート」にサービス停止や計約2億3千万円の損害賠償を求め、東京地裁に提訴した。提訴は2011年8月19日付。原告側によると、動画のダウンロードサービスをめぐる提訴は初めて。原告は、日本コロムビア、ビクターエンタテインメント、エイベックス・エンタテインメント、ジャニーズ・エンタテインメントなど。同サイトは2007年に開設。ユーチューブに投稿された動画を選択した後にサイト上で操作すれば自動的に複製されて利用者が無料でダウンロードできる仕組み。5、6月にサイトの利用実態を調査。その結果、31社が著作権を持つアーティストのビデオクリップなど約1万件が無許可で複製されているのを確認した。

日本レコード協会が8日に公表した調査報告書によると、国内の13～69歳人口の73.6%（6914万1000人）が動画サイト利用経験者で、そのうちの約半数にあたる36.0%（3382万8000人）が動画サイトからファイルをダウンロードした経験があると推計。ダウンロード方法としては「無料のソフトウェアをインストール」で6割弱～7割弱、次いで「インターネット上の専用サイトにアクセスしてダウンロード」が4割弱～4割台後半で多かった。

(8)音楽媒体

デジタルオーディオプレイヤー

2002年8月から2010年7月まで8年にわたってアップルのiPodが月間販売台数シェアの1位を独占していたが、近年はウォークマンのシェアが拡大しつつあり、GfK Japanの2010年の年間シェア調査によると、日本のデジタルオーディオプレイヤー市場はアップルのiPodが約55%、ソニーのウォークマンが約40%であり、BCNランキングの調査では、2010年前半はiPodとウォークマンが40%台で並んでいたが、同年8月にウォークマンが47.7%、iPodが44.0%になり、同年12月、2011年上半期（1月～6月）の月間シェアではウォークマンが5割を超えた。このように日本市場では両社の寡占化が進んでおり、2強と呼ばれている。その一方で、デジタルオーディオプレイヤー普及初期に大きなシェアを占めていた韓国・台湾メーカーの製品は、前記2

社の製品に押されて大きくシェアを落としており、ソニー以外の日本メーカーは市場から完全に撤退したところも出ている。

1.3 調査研究の方法

(1)進捗経緯

- ・6月：テーマ企画
- ・7月：テーマ討論・テーマ決定
- ・9月：調査票作成・検討
- ・11月：調査票の配布、回収、分析
- ・12月：研究報告書提出

(2)調査の概要

1. 調査の意図

インターネット、携帯電話の普及、あらゆる情報化が進み、音楽の楽しみ方は多様化した。そして、最近では、CD売上減少が騒がれている。しかし、人々は、音楽を嫌いになった訳ではない。むしろ、インターネットを利用し、ジャンルを問わないさまざまな音楽を楽しめるようになった。さらに、オーディオプレイヤーの出現により、どんな時間、場所でも、音楽を楽しめるようになった。昔は、ほとんどの人が同じ方法で音楽を楽しんでいた。しかし現代は、1人1人違う方法で音楽を楽しんでいる。今回は、インターネットをよく利用するであろう情報学部の学生に調査を依頼し、現代の若者の音楽の楽しみ方を調査した。

2. 調査対象者と調査方法

調査時期：2011年11月

調査対象者：文教大学湘南キャンパス生

- ・社会学原論 (110枚)の受講生

調査方法：紙面によるアンケート調査

3. 主な質問事項

- ・音楽の視聴時間
- ・利用する音楽媒体
- ・好きな音楽のジャンル
- ・音楽利用の特徴
- ・音楽入手方法の割合

- ・ 3年前と比較した音楽入手方法の利用数
- ・ CD購入枚数
- ・ 動画サイトの視聴時間
- ・ 「TUBEFIRE」の利用について
- ・ 音楽情報入手について

4. 配布数

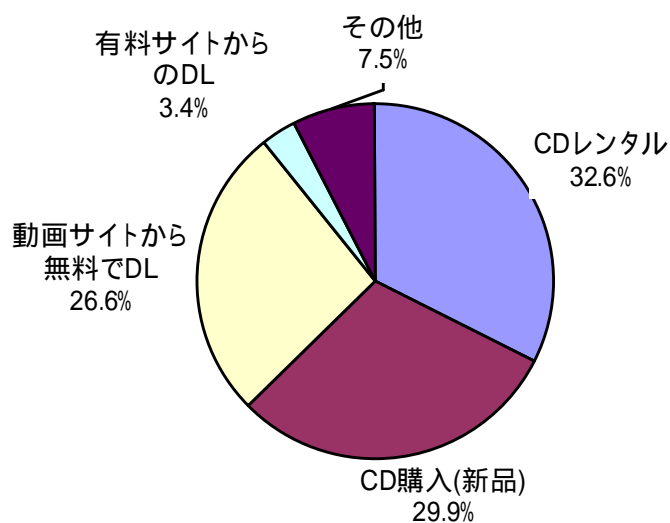
依頼数 115枚 回収数 110枚

1.4 成果の概要

(1) 主な成果

a. 音楽入手量の割合

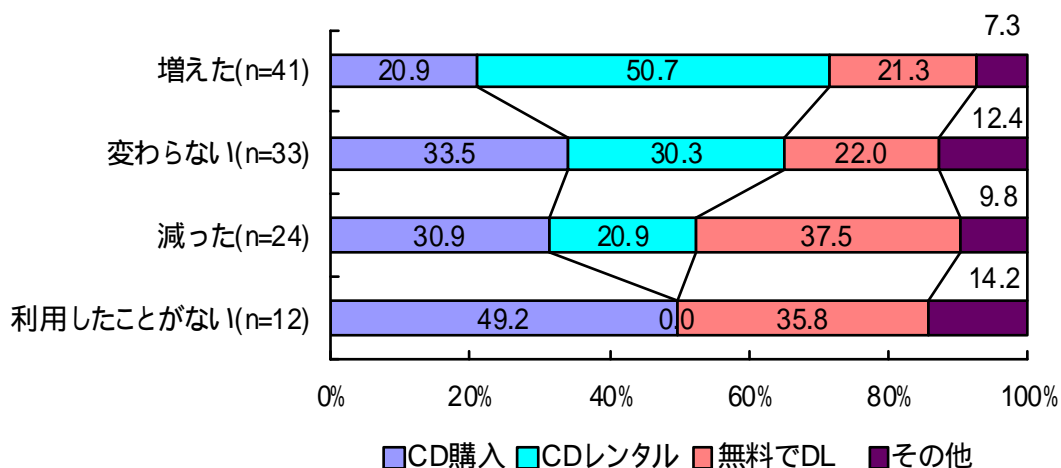
図2-4-1 音楽入手量の割合



各回答者から音楽入手方法別の入手量の割合を聞いているが、その平均値はCDレンタルが最も多く、約33%であった。次に多いのがCD購入で約30%、動画サイトから無料でDLが約27%であった。これらに大きな差はない。しかし有料サイトからのDLが極端に少なく、約3%であった。予想と反してCD利用が大して減少していないことが分かった。CD依存はまだ大きい。

b . CD レンタル量の変化と音楽入手の割合

図 2 - 4 - 4 CDレンタル量の変化と音楽入手の割合



3年前と比べた音楽情報源別の音楽量の増減を聞いている。その結果を図1-4-2に示しているが、CDレンタルの減少は無料DLとCD購入の増加で補われていることが分かる。これから無料DLはそれ程に急速に増えているわけではなく、CD依存もやみくもに減少しているというわけではないことが分かる。

(2)その他の成果

- ・ 普段の音楽利用時間は、1～2時間の人が多く、パソコン、ipod、オーディオプレイヤーを利用している人が圧倒的に多い。
- ・ 最近1年間、CDを全く買わない人は約24%と少なく、ほとんどの人が10枚以下ではあるがCDを購入している。また、CD購入枚数が多い人は、アーティストの公式HPを見て音楽情報を得ていて、CD購入枚数が少ない人は、TVCMから情報を得ていることが分かった。
- ・ CD購入枚数は、ライブに行く頻度とも関係がある。CD購入枚数が多い人は、ライブに行く頻度が高い。
- ・ 動画サイトからのダウンロードは、利用が約60%と多く、「TUBEFIRE」も約51%が利用している。

第2章 調査研究と成果

2.1 調査回答者の概要

回答者はすべて文教大学湘南キャンパスの生徒であり、広報学科の1年生の必修の授業である、「社会学原論」で調査を行った。なお、回答標本は無作為抽出で作成してはいないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。

表2-1-1の学年別の分布では、1年生が一番多く、次いで2年生であり、3年生、4年生は少ない。また表2-1-2の性別の分布では、女性の回答者が多くなっている。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかしクロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されと考えられる。

表2-1-1 回答者と母集団の比較

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	74.5 (82)	20.9 (23)	3.6 (4)	0.9 (1)	100.0 (110)
情報学部生	22.8 (457)	26.5 (530)	24.5 (490)	26.2 (525)	100.0 (2002)

(注)母集団は情報学部 2011.10 末時点である。

2-1-2 回答者と母集団の比較

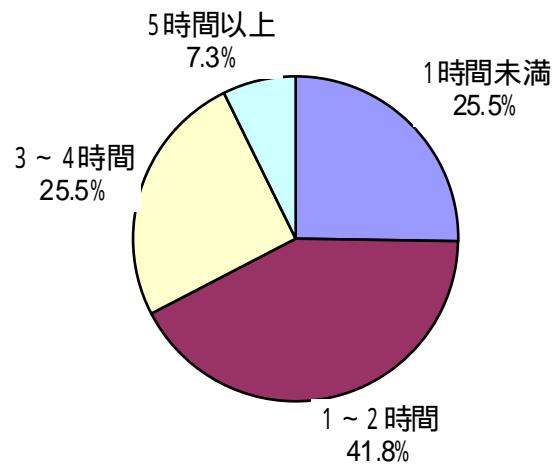
	男子	女子	計
回答者	40.0 (44)	60.0 (66)	100.0 (110)
情報学部生	65.9 (1320)	34.1 (682)	100.0 (2002)

(注)母集団は情報学部 2011.10 末時点である。

2.2 音楽利用

(1) 音楽視聴時間

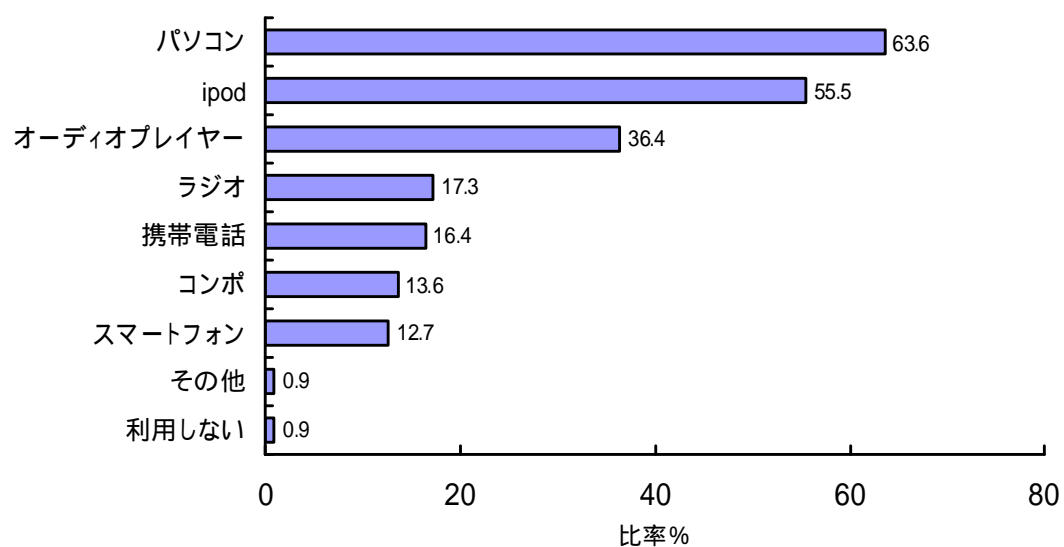
図 2 - 2 - 1 1日の音楽利用時間



普段の1日の音楽利用時間は、1~2時間が最も多く、42%であった。1時間未満と3~4時間も16%と多く、5時間以上という人は最も少なく7%であった。

(2) 音楽利用媒体

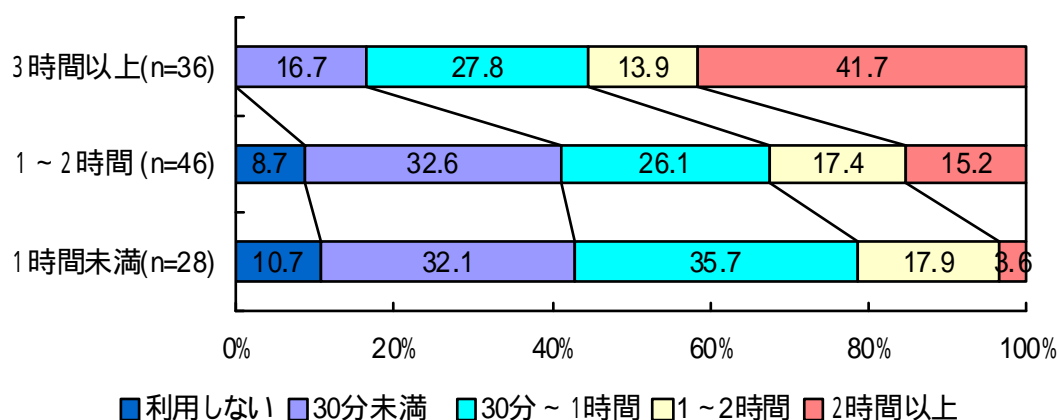
図 2 - 2 - 2 普段利用する音楽媒体 (n=110)



普段利用する音楽利用媒体で最も多いのが、パソコンで約 64%であった。次に ipod が約 56%、オーディオプレイヤーが約 36%である。圧倒的にパソコンと ipod を利用する人が多いことが分かる。

(3) 1 日の音楽利用時間と動画サイトでの音楽利用時間

図 2 - 2 - 3 1 日の音楽利用時間と動画サイトでの音楽利用時間(2 乗 : ***)



1 日の音楽利用時間を 3 つのグループに分け、それぞれの動画サイトでの音楽視聴時間を図 2 - 2 - 3 に示した。

1 日の音楽利用時間が「1～2時間」の人は、動画サイトの音楽利用時間が 30 分未満の人が約 32%と最も多く、次に 30 分～1 時間が約 27%と多い。1 日の音楽利用時間が、「1 時間以内」の人は、動画サイトの音楽利用時間が 30 分～1 時間が約 36%の人が最も多く、次に 30 分未満の人が約 32%と多い。

1 日の音楽利用時間が「3 時間以上」の人は、動画サイトを 2 時間以上利用している人が約 41.7%と最も多い。

1 日の音楽利用時間が長いほど、動画サイトで音楽を利用している時間が増加する。つまり、ほとんどの人が音楽を利用するのに動画サイトを利用している。

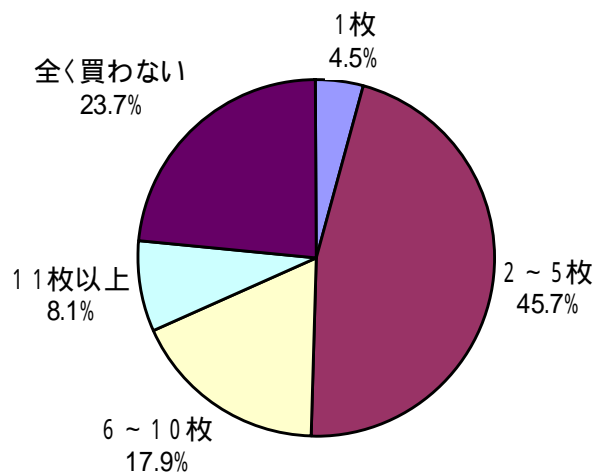
2 . 3 CD 購入

(1) 最近 1 年間の CD 購入枚数

ここ最近 1 年間の CD(アルバム、シングル)の購入枚数は、2～5 枚の人が約 46%と最も多く、

全く買わない人が約24%と多かった。11枚以上の方は約8%と極端に少なくなる。よって1年に10枚以内購入する人が多い。

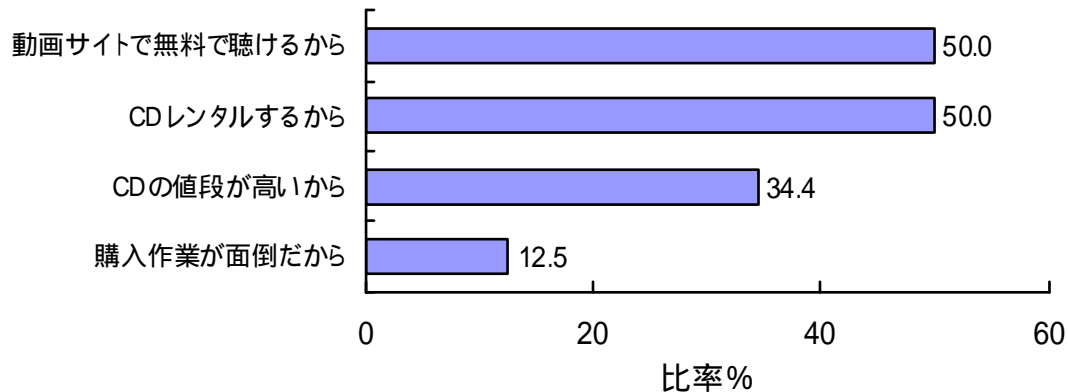
図2-3-1 最近1年間のCD購入枚数(n=110)



以降ではCD購入枚数のグループを作って分析をしているが、それはこの結果を基にしている。最近1年間のCD購入枚数を、全く買わないと答えた人を「買わない」グループ、1枚、2~5枚と答えた人を「1~5枚」グループ、6枚~10枚、11枚以上と答えた人を「6枚以上」グループの3つである。

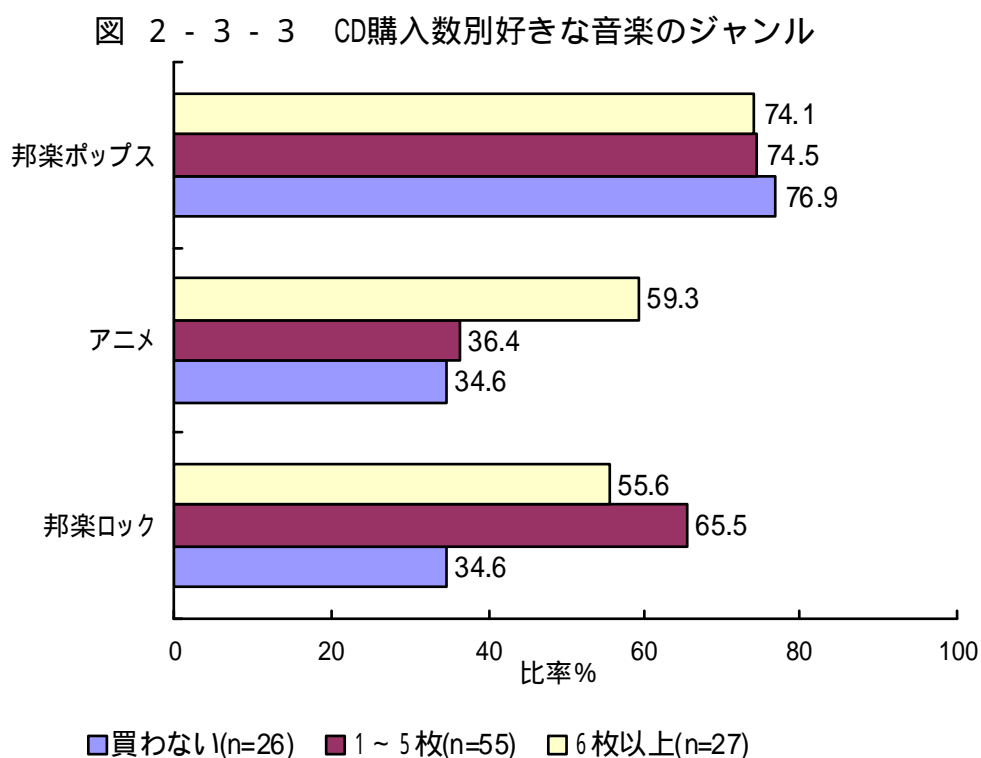
(2) CDを購入しない理由

図2-3-2 CDを購入しない理由(n=29)



ここ1年間にCDを1枚も買ってない人がCDを購入しない理由は、「動画サイトで無料で聴けるから」「CD レンタルするから」が約50%と多かった。次に「CDの値段が高いから」で約34%であった。動画サイトによる視聴、CD レンタルの利用が多いことが分かる。

(3) CD購入量別の好きなジャンルの違い

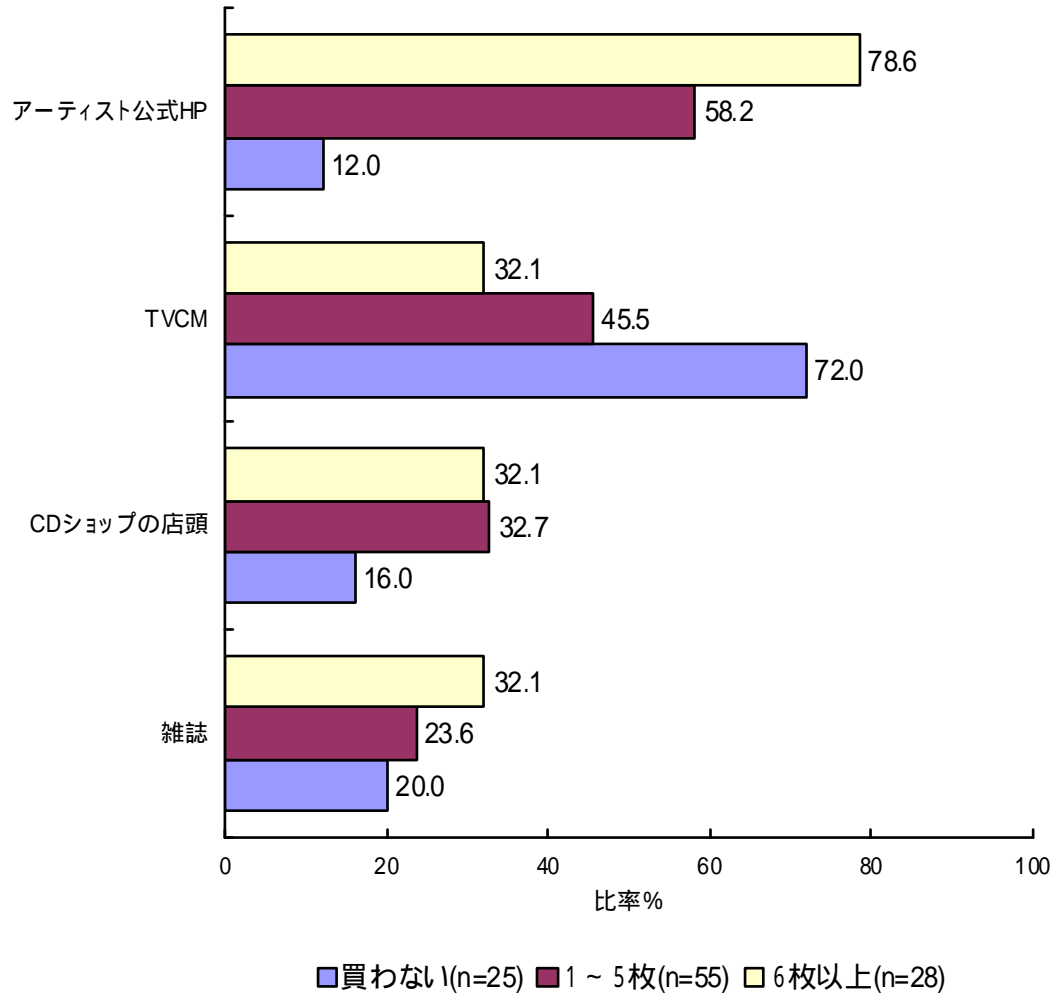


どのグループも、邦楽ポップスが好きという人が最も多い。「買わない」グループは、次に邦楽ロックとアニメ約35%と同じであった。「1～5枚」グループは、邦楽ロックが約66%、アニメが約36%と多かった。「6枚以上」グループは、アニメが約59%、邦楽ロックが約56%と多い。

よって、1年間の購入枚数が少ない人は、好きな音楽のジャンルが少ない人が多い。そして、購入枚数に関係なく、邦楽ポップス、邦楽ポップス、アニメのジャンルが人気であることが分かった。

(4) CD購入量と音楽情報源

図 2 - 3 - 4 CD購入と音楽情報



アーティスト公式HPを情報源としているのは、CD購入枚数が「多い」グループが約79%と圧倒的に多く、次に「少ない」グループが約58%、「まったく買わない」グループが約12%であった。逆に、TVCMは、「まったく買わない」グループが約72%で圧倒的に多く、「少ない」グループが約45%、「多い」グループが約32%であった。

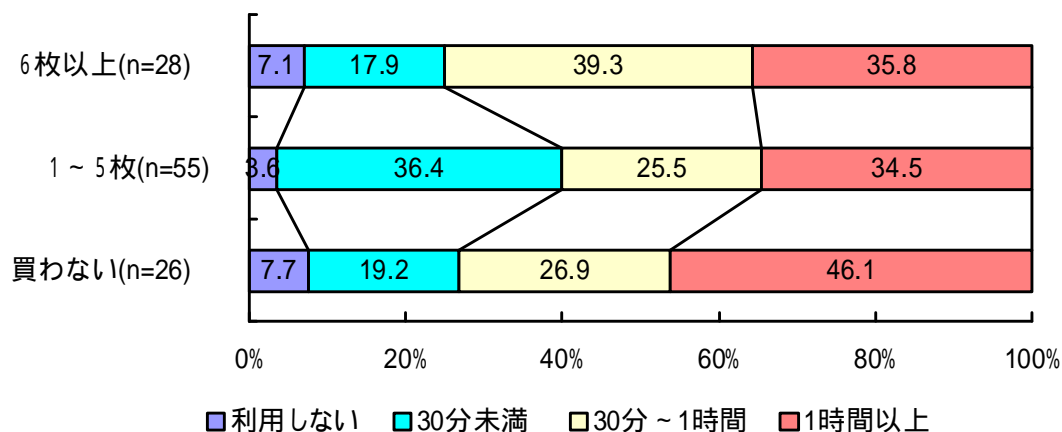
よって、1年間のCD購入枚数が多い人ほど、自発的にインターネットで好きなアーティスト公式HPを閲覧し音楽情報を得ている。1年間のCD購入枚数が少ないほど、TVCMのように、能動的に音楽情報を得ている。

(5) CD購入量別の動画サイトでの音楽利用聴時間の違い

動画サイトでの音楽利用時間が1時間以上に注目すると、1年間のCD購入枚数が「6枚以上」

グループは約 36%、「1～5枚」グループは約 35%、「買わない」グループ約 46%であった。

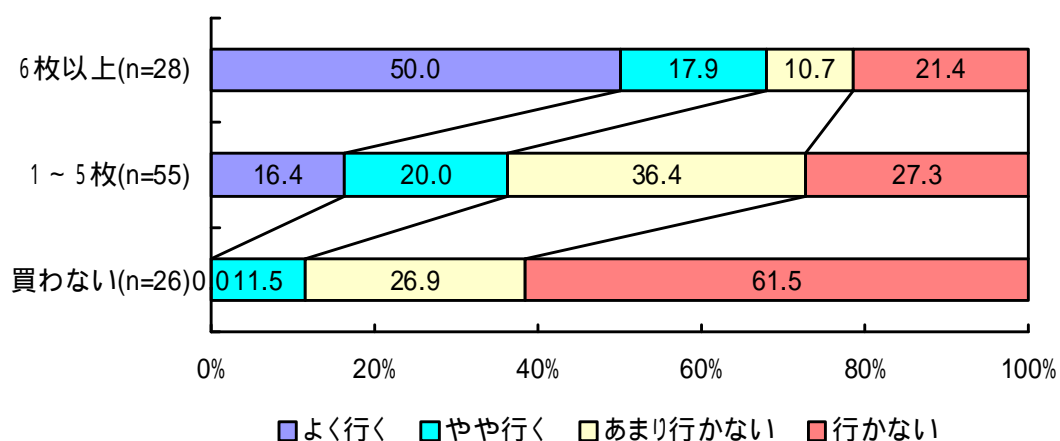
図2 - 3 - 5 CD購入量と動画サイト利用時間



よって若干ではあるが、1年間のCD購入枚数が少ない人は、1日の動画サイトでの音楽利用時間が長い。

(6) CD購入別のライブに行く頻度

図2 - 3 - 6 CD購入量とライブ頻度 (2乗:***)

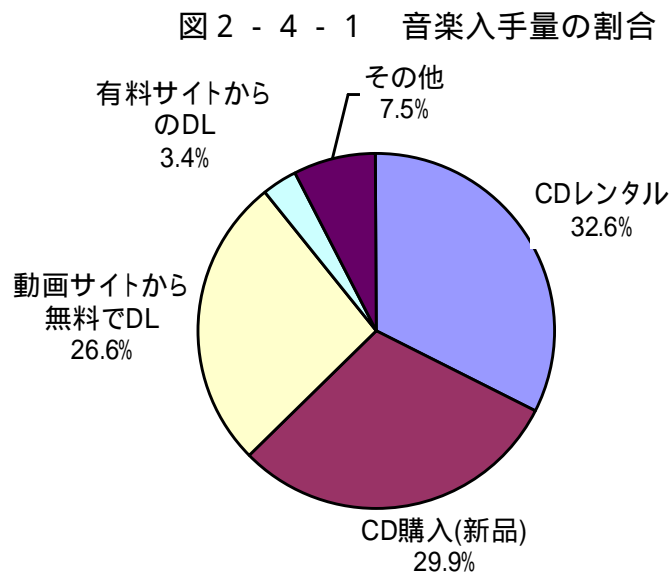


1年間のCD購入枚数が「6枚以上」グループは、ライブによく行くと答えた人が約50%と半数を占めている。「1～5枚」グループは、あまり行かないと答えた人が約36%と多い。「買わない」グループは、行かないと答えた人が約62%と圧倒的に多い。

よく行くという回答に注目しても、「6枚以上」グループはよく行くが約50%なのに対し、「1～5枚」グループは、0%と大きな差がある。よって、1年間のCD購入枚数が多いひとほど、ライブに行く頻度は高いことが分かる。

2.4 音楽入手方法

(1) 音楽入手量の割合



音楽入手方法別の入手量の割合では、CDレンタルが最も多く、約33%であった。次に多いのがCDレンタルで約30%、動画サイトから無料でDLが約27%であった。これらに大きな差はない。しかし有料サイトからのDLが極端に少なく、約3%であった。

(2) 3年前と比較した各音楽入手方法の利用数の変化

3年前と比べて最も増加した人が多いのは、「インターネットで無料で聴く」で約66%と圧倒的に多い。次に「CDレンタル(お店から)」で約37%である。

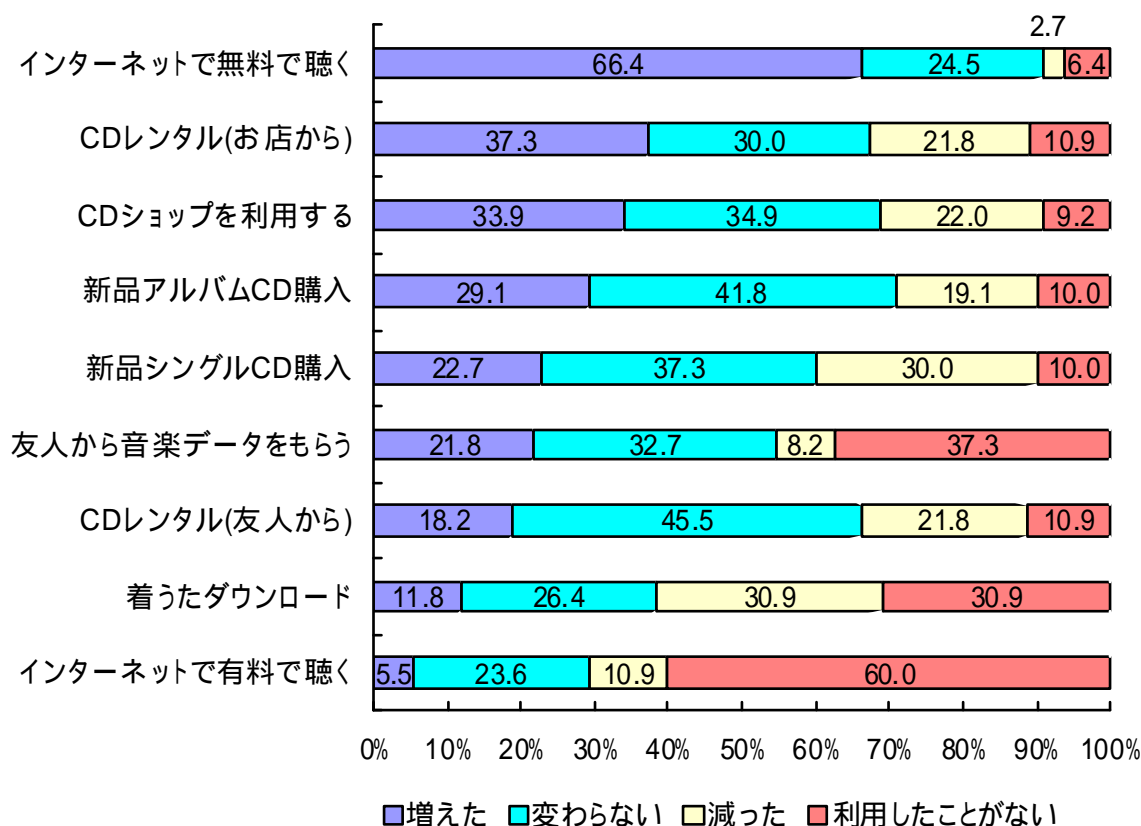
反対に最も減少した人が多いのは、「着うたダウンロード」で約31%である。次に「新品シングルCD購入」で約30%である。

2007年の文教大学の卒業生の調査「パソコンによる音楽利用の変化」で同じような質問がある。その結果では、最も減少していたのが、「新品シングルCD購入」で約55%、次に「新品アルバ

ムCD購入」で約41%も減少していた。

CDに着目してみると、「新品シングルCD購入」は2007年約55%、2011年31%と減少し続けている。しかし「新品アルバムCD購入」は2007年は約41%と大きく減少していたが、2011年は、約19%減少、そして増加が約29%となっている。つまり、増加したという人の方が多くなった。

図2-4-2 3年前と比較した音楽入手法の変化



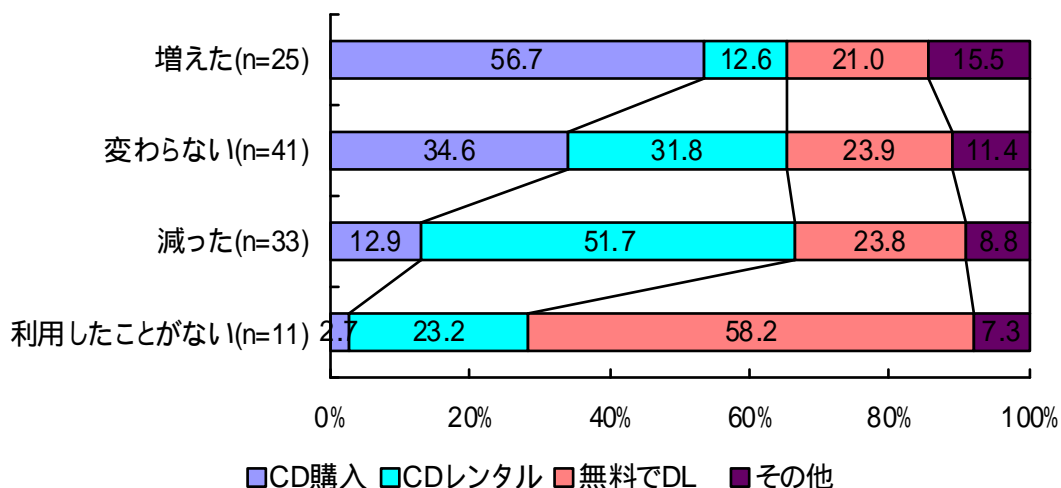
(3) シングルCD購入量の変化と音楽入手の割合

シングルCDの購入量が増えたという人はCD購入の割合が約57%と高い。変わらないという人はCD購入が約35%と高く、CDレンタルも約32%で高い。減ったという人は、CDレンタルが約52%と最も高い。そしてCDシングル購入量の増減と無料ダウンロードの割合に差はなかった。利用したことがない人は、無料でDLが約58%と高い。

つまり、CDシングル購入が減った人は、CD購入の割合が減少し、CDレンタルを利用する割合が増加すると考えられる。逆にCDシングル購入が増えた人は、CDレンタルの割合が減少し、

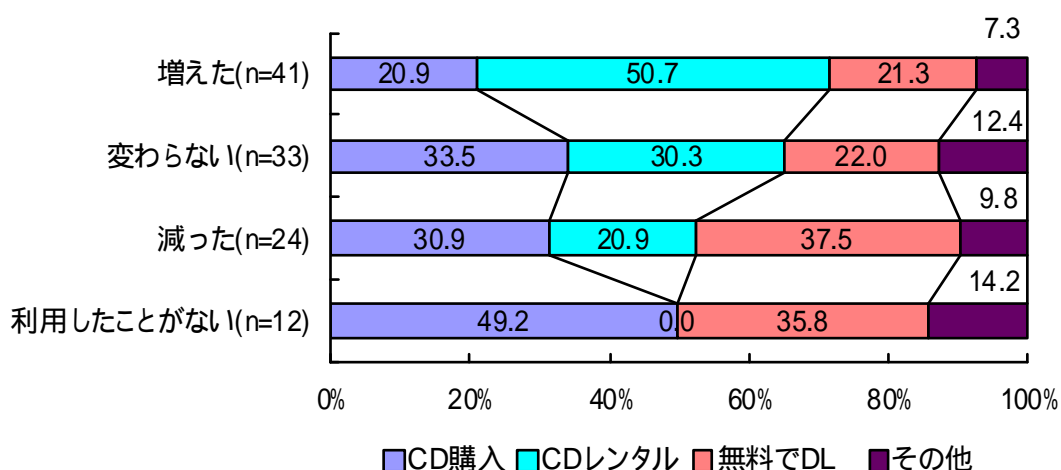
CD 購入が増加する。そして CD シングル購入をしたことがない人は、無料ダウンロードする割合が高い。

図 2 - 4 - 3 シングルCD購入量の変化と音楽入手の割合



(4) CD レンタル量の変化と音楽入手の割合

図 2 - 4 - 4 CDレンタル量の変化と音楽入手の割合



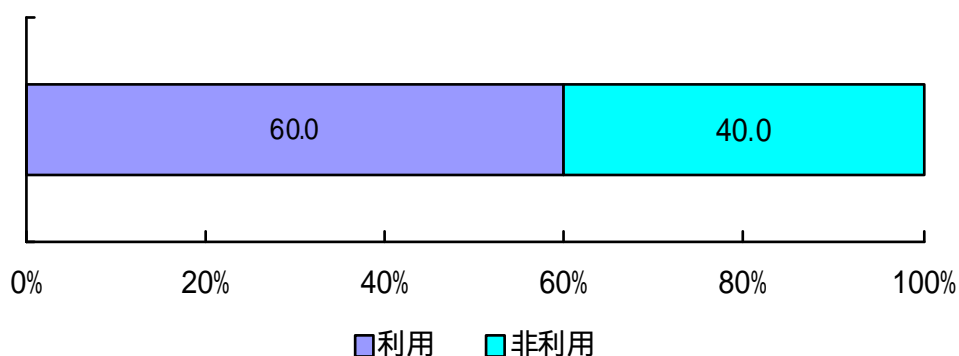
CD レンタル量が増えた人は、CD レンタルが約 51%が最も多く、CD 購入と無料で DL が約 21%である。変わらない人は、CD 購入が約 33%、CD レンタルが約 30%とほぼ同じ割合で、無料 DL が約 22%である。減った人は、無料で DL が約 38%で最も多く、次に CD 購入が約 31%、CD レンタルが約 21% であった。

つまり CD レンタルが減った人は、CD レンタルの割合が減少した代わりに、無料DL と CD 購入の割合が増加する。CD レンタルが増えた人は、CD 購入の割合が減少した代わりに、CD レンタルの割合が増加する。無料ダウンロードはあまり変化がない。CD レンタルを利用しない人は、CD 購入と無料ダウンロードの割合が高い。

2.5 動画サイトからのダウンロード

(1) 動画サイトからの音楽ダウンロード利用の有無

図 2 - 5 - 1 動画サイトから音楽をダウンロード利用
(n=110)

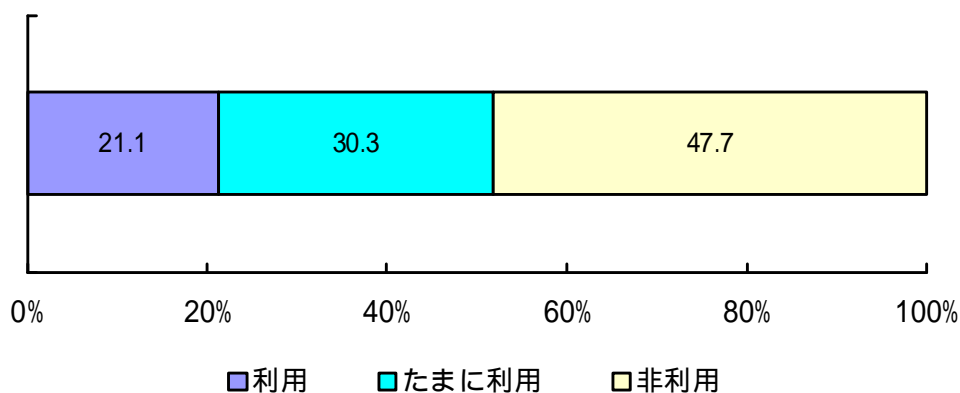


普段動画サイトから音楽をダウンロードしている人が6割、ダウンロードをしていない人が4割であった。よって半数以上の人、普段動画サイトから音楽をダウンロードしていることが分かる。

(2) 「TUBEFIRE」の利用

「TUBE FIRE」は、動画サイトから無料で音楽をダウンロードできるサービスで、2011年8月に利用は停止した。停止前の利用は、利用していない人が約48%と最も多い。利用の有無で分けると、利用していた人の方が利用していなかった人に比べ、約51%で多い。つまり、約半分の人「TUBEFIRE」を利用していた。

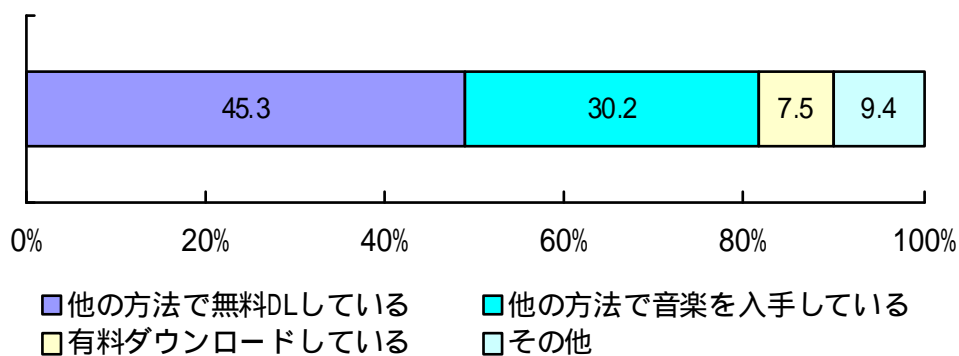
図 2 - 5 - 2 「TUBE FIRE」の利用(n=110)



(3) 「TUBEFIRE」の利用停止後の音楽入手方法の変化

「TUBEFIRE」の利用が停止した後は、ほかの方法を利用して無料DLしている人が約45%と多い。しかし、他の方法で音楽を入手している人約30%、有料ダウンロードしている人が約8%と多くの人、無料DLをやめた人がいることが分かった。

図 2 - 5 - 3 利用停止後の手段(n=53)



2.6 ライブに行く頻度

(1) ライブに行く頻度と音楽入手

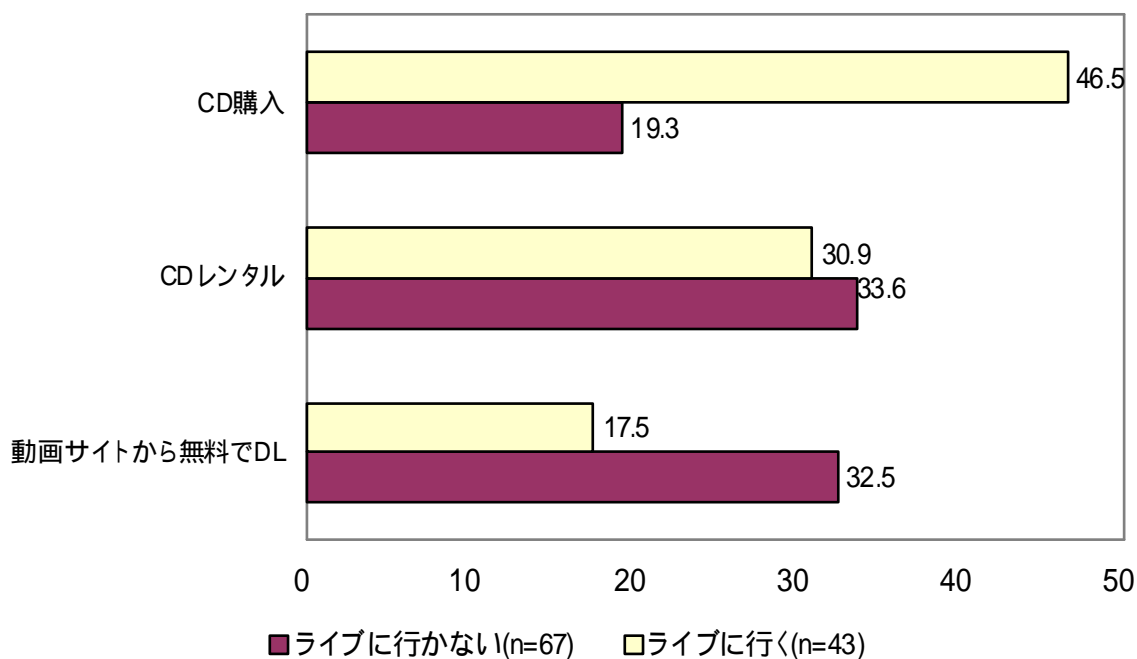
ライブによく行くかを問う質問で、「あてはまる」「ややあてはまる」の人を「ライブに行く」グループに、「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」と答えた人を「ライブに行かない」グループとし、それぞれの音楽入手方法を図2-6-1に示した。

ライブに行く人は、CD購入する人が約47%と最も多く、つぎにCDレンタルが約31%と多

かった。ライブに行かない人は、CD レンタルが約 34%と最も多く、つぎに動画サイトからの無料で DL が約 32%と多かった。

よって、ライブに行く頻度が多いほど、CD 購入という方法で音楽を入手している人が多い。ライブに行く頻度が少ないほど、動画サイトから無料で DL する人が多い。しかし、CD レンタルは、ライブに行く頻度と関係がないことが分かった。

図 2 - 6 - 1 ライブと音楽入手方法



第3章 まとめと今後の課題

最近 CD 売上が減少したと騒がれているが、今回の調査でほとんどの人が CD を購入し、現在も音楽の楽しむ方法の中心が CD であることが分かった。

しかし、CD の購入減少は事実だ。今回分かったことは、CD 購入量が減った人は、CD レンタルに移行していることが分かった。CD レンタルは、全体的な音楽入手方法のなかで、最も割合が高かった。レンタル店が減少しているという事前調査を考えると、意外であった。その CD レンタル量が減った人は無料ダウンロード、CD 購入に移行している。

また、CD の購入枚数は、好きな音楽のジャンル、音楽情報源、ライブに行く頻度と関係があることが分かった。好きな音楽のジャンルが多い、また、自発的にアーティストの HP から情報を得ている、ライブによく行くなどが、CD 購入を促すようだ。

動画サイトからの無料でダウンロードは、CD レンタル、CD 購入のつぎに多かった。調査では、半数以上の人々が普段動画サイトから無料でダウンロードしており、「TUBEFIRE」も半数以上の人々が利用した経験があるという結果だった。利用停止後も、半数近くの人々が他の方法で動画サイトから無料ダウンロードしている。今回のアンケートの選択肢があいまいで、無料 DL を完全に辞めた人がどれだけいるかを把握することが難しかったが、動画サイトからの無料ダウンロードを完全に失くすことは難しいと考えられる。

今回の反省点は、複数回答が多く回答者に苦勞を掛けてしまった。また、「どちらでもない」というあいまいな選択肢を作ってしまう、最善の調査結果にならなかった。調査票の見直し、プリテストは、慎重に行うことが重要だと感じた。

参考文献

(1) 井手口彰典「ネットワーク・ミュージッキング」勁草書房 2009.8

(2) David Kusek, Gerd Leonhard「デジタル音楽の行方」翔泳社 2005.12

(4) ゼミ生の調査「パソコンによる音楽利用の変化」

<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediates/2006/sem12/38fukushima.PDF>

(5) マイコミジャーナル「カラオケでの熱唱を YouTube に投稿可能、専用チャンネル「UGA channel」開設」

<http://journal.mycom.co.jp/news/2009/03/06/065/index.html>

(6) うたスキ

<http://joysound.com/ex/utasu>

音楽の楽しみ方の調査 単純集計結果

A9P11049 倉林真奈美

「社会調査」の授業のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

問1 あなたは音楽が好きですか。(1つに) n=110

1.好き 89.1	2.やや好き 10.1	3.どちらでもない 0.9
4.やや嫌い 0.0	5.嫌い 0.0	

問2 普段一日にどのくらい音楽を聴きますか。(1つに) n=110

1.1時間以内 25.5	2.1~2時間 41.8
3.3~4時間 25.5	4.5時間以上 7.3

問3 あなたが普段利用する音楽媒体は何ですか。(あてはまるものすべてに) n=110

1.パソコン 63.6	2.lpod 55.5	3.ipodを除くオーディオプレイヤー 36.4
4.コンポ 13.6	5.スマートフォン 12.7	6.スマートフォンを除く携帯電話 16.4
7.ラジオ 17.3	8.その他 0.9	9.利用しない 0.9

問4 デジタルオーディオプレイヤー(ipod、mp3 プレイヤーなど)を持ち始めてどれくらい経ちますか。(1つに) n=110 無回答

1.1年未満 4.6	2.1年以上2年未満 14.7
3.3年以上 73.4	4.持っていない 7.3

問5 好きな音楽のジャンルは何ですか。(あてはまるものすべてに) n=110

1.邦楽ポップス 75.2	2.邦楽ロック 55.0	3.K-POP 18.3
4.洋楽ポップス(K-POPを除く) 25.7	5.洋楽ロック(K-POPを除く) 29.4	6.R&B 14.7
7.レゲエ 1.8	8.ヒップホップ 13.8	9.クラブミュージック 3.7
10.アニメ・声優 41.3	11.演歌 3.7	12.ヴィジュアル系 11.0
13.クラシック 15.6	14.ジャズ 11.0	15.その他 9.2

問6 あなたが好きなアーティストはどれにあてはまりますか。(あてはまるものすべてに) n=110

1.メジャーアーティスト 88.2	2.インディーズアーティスト 39.1
3.新人無名アーティスト 11.8	4.その他 10.9

問7 あなたの音楽利用についての質問です。(それぞれ1つに) n=110

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない
A.音質にこだわる	55.5	40.0	4.5	0.0
B.カラオケが好き	57.3	20.9	13.6	1.8
C.音楽を聴きながら勉強をする	35.5	30.0	17.3	17.3
D.ライブによく行く	20.9	18.2	27.3	33.6

<音楽の入手、利用についてお聞きします>

問8 あなたは次の音楽入手方法のなかでそれぞれの程度の割合で音楽を入手していますか。おおよその割合を記入してください。(あてはまるものすべてに) n=110

1. CD 購入(新品のみ)	29.93 %
2. CD レンタル	32.55 %
3. 有料サイト(iTunes ミュージックストアなど)から DL	3.42 %
4. 動画サイトから無料で DL	26.64 %
5. その他	6.74 %
	合計 100%

問9 3年前と比べて以下の利用数はどうなりましたか。(それぞれ1つに) n=110

	増えた	変わらない	減った	利用したことがない
A. 新品シングル CD 購入	22.7	37.3	30.0	10.0
B. 新品アルバム CD 購入	29.1	41.8	19.1	10.0
C. CD レンタル(お店から)	37.3	30.0	21.8	10.9
D. CD レンタル(友人から)	18.2	45.5	21.8	14.5
E. インターネットで有料で聴く	5.5	23.6	10.9	60.0
F. インターネットで無料で聴く	66.4	24.5	2.7	6.4
G. 着うたダウンロード	11.8	26.4	30.9	30.9
H. 友人から音楽データをもらう	21.8	32.7	8.2	37.3
I. CD ショップを利用する	33.9	34.9	22.0	9.2

<CD 購入についてお聞きします>

問10 あなたの最も多いCD 購入方法はどれですか。(1つに) n=110

1. CD ショップ 63.6	2. ネット購入 24.5	3. その他 11.8
-----------------	---------------	-------------

問11 ここ1年間のシングル・アルバムを合わせた新品 CD 購入枚はいくつですか。

(1つに)

n=110

1. 1枚 4.5	2. 2~5枚 45.5	3. 6~10枚 17.3	4. 11~15枚 4.5
5. 16~20枚 0.9	6. 21枚以上 2.7	7. 全く買わない 23.6	無回答 0.9

問12 ここ1年間に新品 CD を購入したことがある人にお聞きします。CD を購入する理由は何ですか。(あてはまるものすべてに) n=110

1. 好きな歌手だから 86.9	2. 好きな曲だから 59.5
3. 特典がついてくるから 38.1	4. 友人に勧められたから 0.0
5. 音楽動画サイトにはないから 8.3	6. その他 4.8

問13 ここ1年間に新品 CD を購入したことがない人にお聞きします。CD を購入しない理由は何ですか。(あてはまるものすべてに) n=110

1. 値段が高いから 34.4	2. 購入作業が面倒だから 12.5
3. 音楽動画サイトで無料で聴けるから 50.0	4. CD レンタルするから 50.0
5. その他 18.8	

<インターネット利用についてお聞きします>

問14 あなたは1日にどのくらい動画サイト(YouTube、ニコニコ動画など)で音楽を聴きますか。
(1つに) n=110

1. 30分未満 27.3	2. 30分~1時間 29.1	3. 1~2時間 16.4
4. 2~3時間 7.3	5. 3時間以上 13.6	6. 利用しない 6.4

問15 あなたは普段動画サイトから音楽をダウンロードしますか。(1つに) n=110

1. はい 60.0	2. いいえ 問17へ 40.0
------------	------------------

問16 問15で「はい」と答えた人に質問です。

初めて動画サイトから音楽をダウンロードしたのはいつですか。(1つに) n=68

1. 半年前 5.9	2. 半年~1年前 19.1	3. 1~2年前 26.5
4. 2~3年前 16.2	5. 3年以上前 1.5	

問17 2011年8月に動画サイトから無料で動画や音楽をダウンロードできるサイト「TUBE FIRE」のサービスが利用できなくなりましたが、利用停止前、あなたは「TUBE FIRE」を普段利用していましたか。(1つに) n=110

1. よく利用していた 21.1	2. たまに利用していた 30.3
3. 利用していない 問19 47.7	無回答 0.9

問18 問17で「利用していた」と答えた人に質問です。

2011年8月の利用停止以降、あなたの音楽入手方法に変化はありましたか。(1つに)

n=53

1. 他の方法で無料ダウンロードしている 45.3	2. 有料ダウンロードしている 7.5
3. 他の方法で音楽を入手している 30.2	4. その他 9.4 無回答 7.5

<音楽情報の入手についてお聞きします>

問19 あなたは普段最新の音楽情報をどこで入手しますか。(あてはまるものすべてに)n=110

1. テレビの音楽番組 62.4	2. TVCM 48.6	3. CDショップの店頭 28.4
4. ラジオ 19.3	6. アーティスト公式 HP 52.3	7. Twitter 24.8
8. Mixi 19.3	9. ブログ 27.5	10. 友人 28.4
11. 雑誌 24.8	12. その他 11.9	

<音楽制作について>

問20 あなたは動画サイトに自分で制作した動画、または音楽を投稿したことがありますか。
(1つに) n=110

1. はい 5.5	2. いいえ 93.6
-----------	-------------

問21 あなたは「初音ミク」を知っていますか。(1つに) n=110

1. はい 80.9	2. いいえ 19.1
------------	-------------

問22 あなたは「初音ミク」などの音楽制作ソフトによって作られた音楽を聴きますか。

(1つに)

n=110

1. 聴く 16.5	2. 聴かない 30.3	3. どちらでもない 53.2
------------	--------------	-----------------

<カラオケについてお聞きします>

問23 あなたはカラオケで自分が歌う動画を動画サイトに投稿したことがありますか。(1つに)

n=110

1. はい 0.9	2. いいえ 98.2	無回答 0.9
-----------	-------------	---------

問24 カラオケで歌う曲のジャンルを教えてください。(あてはまるものすべてに)n=110

1. 邦楽ポップス 85.5	2. 邦楽ロック 51.8	3. K-POP 16.4
4. 洋楽ポップス(K-POPを除く) 9.1	5. 洋楽ロック(K-POPを除く) 11.9	6. R&B 3.6
7. レゲエ 1.8	8. ヒップホップ 3.6	9. クラブミュージック 0.0
10. アニメ・声優 49.1	11. 演歌 3.6	12. ヴィジュアル系 13.6
13. クラシック 2.7	14. ジャズ 0.9	15. その他 5.5 無回答 1.8

<あなたの生活についてお聞きします>

問25 サークルに所属していますか。(1つに) n=110

1. 所属している 69.1	2. 所属していない 30.9	無回答 0.9
----------------	-----------------	---------

問26 あなたの住まいはどれですか。(1つに) n=110

1. 1人暮らし(アパート・下宿など) 57.3	2. 実家 40.9	3. その他 1.8
--------------------------	------------	------------

問27 あなたの通学時間はどのくらいですか。

(1つに) n=110

1. 30分未満 41.9	2. 30分~1時間 20.0	3. 1~2時間 25.5
4. 2~3時間 2.7	5. 3時間以上 2.7	

<最後にあなた自身についてお聞きします>

F1 性別 n=110

1. 男性 40.0	2. 女性 60.0
------------	------------

F2 学年 n=110

1. 1年 74.5	2. 2年 20.9	3. 3年 3.6	4. 4年 0.9
------------	------------	-----------	-----------

F3 学科 n=110

1. 広報 100	2. 経営情報学科 0.0	3. 情報システム学科 0.0
4. 国際理解学科 0.0	5. 国際観光学科 0.0	6. 国際コミュニケーション学科 0.0
7. 国際関係学科 0.0	8. 管理栄養学科 0.0	9. 健康栄養学科 0.0

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。