



Research Project

－クリエイタービジネス論リサーチプロジェクト2020－

明治大学 クリエータービジネス論
リサーチプロジェクトメンバー

- 0 1 調査概要
- 0 2 アンケート回答者データ
- 0 3 調査報告（ Q1.～ Q14. と追加調査 Q1.～ Q2.）



【調査目的】

- ◆ 『クリエイタービジネス論』受講者のアンケート結果から現代音楽のあり方を考える
- ◆ アンケート結果の情報分析および考察する方法を学ぶ

■ 01 調査概要

【調査対象】

明治大学国際日本学部

2020年春学期開講『クリエイタービジネス論』受講者 60名

□ 追加調査

2020年春学期開講『クリエイタービジネス論』受講者 52名

【調査期間】

2020年5月11日（月）～2020年5月18日（月）

□ 追加調査

2020年7月6日（月）～2020年7月14日（火）

【調査方法】

オンラインアンケート調査 Oh-o!Meijiシステムのレポート機能 Q1.~Q.20までの記述式

□ 追加調査

同様のオンラインアンケート調査 Q1. & Q2.の記述式

音楽生活に関する調査

あなたの音楽生活に関し、お答えください。

Q1: あなたはどの程度音楽が好きですか?とても好き(5)10、全く好きではないのであめ(1)としてお答えください。

Q2: あなたがQ1のように答えた理由を、音楽にまつわるエピソードを添えてなるべく具体的に説明してください。

Q3: あなたの好きな日本のアーティスト(歌手やミュージシャン)を教えてください。
また、そのアーティストの楽曲が好きな理由も併せてください。
当出来るだけ詳しく、具体的に教えてください。1題、1曲、1枚の2択でも構いません。無い場合は無記入でも構いません。

S1-1 <好きなアーティスト・楽曲名>

S1-2 <好きな理由の紹介>

S2-1 <好きなアーティスト・楽曲名>

S2-2 <好きな理由の紹介>

S3-1 <好きなアーティスト・楽曲名>

S3-2 <好きな理由の紹介>

Q4: あなたがQ4に存在のアーティストや曲名、音楽人などを教えてください。

Q5: あなたは、音楽について、この1年での平均で1日あたり、平日、休日での聴き時間を使っていますが、それ以外ではあるものをご入力ください。
※1 日平均でお答えください。
※音楽に関する以下の映画・サービスの利用を含めお答えください。
音楽専門誌・書籍、ライブ、コンサートへの参加、ミュージシャングッズなどの関連商品・サービス(お洋服含む)の利用、テレビでの視聴や、カラオケの利用、イベントへの来訪、聖地巡礼なども含みます。
※無料での利用を含む。

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

■ 01 調査概要 - 調査メンバー

【調査・分析】

クリエイタービジネス論リサーチプロジェクトメンバー 11名

国際日本学部1年 西本朱里

国際日本学部1年 大川萌生

国際日本学部2年 木立友里香

総合数理学部2年 女子（匿名希望）

国際日本学部2年 中島悠

情報コミュニケーション学部3年 狩野将大

国際日本学部3年 早坂亮太郎

国際日本学部3年 丹羽智香

国際日本学部2年 松島早希

国際日本学部4年 豊永梨乃

情報コミュニケーション学部4年 青木優花

【指導協力】

プロジェクトスーパーバイザー

博報堂 研究開発局GM 木下陽介 様

博報堂 研究開発局研究員 谷口由貴 様

【指導】

明治大学国際日本学部 兼任講師 原田悦志 先生

■ 01 調査概要 – 主要調査項目

【主要調査項目】

- 音楽を好きな程度
 - 音楽を好きな程度を選んだ理由
- 音楽にまつわるエピソード
- 好きな日本のアーティスト
 - トキメク存在のアーティストや俳優、芸能人
- 音楽に関する商品・サービスの1日の利用時間
- 音楽の視聴時に利用する機器
- 音楽作品に関する利用率
- 音楽に関する有料サービスの利用率
- 音楽視聴時の状況／環境

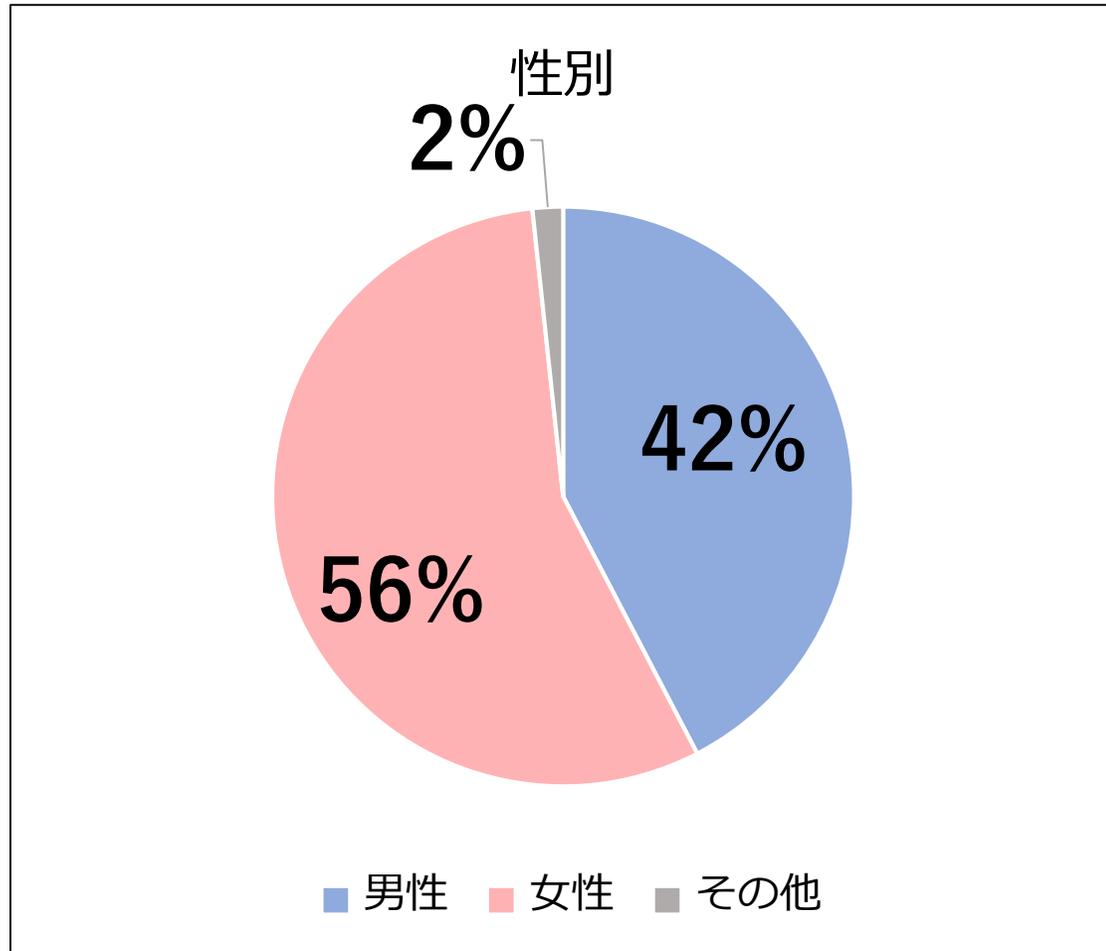
- 音楽を知るための情報源
- 新しい音楽を知るきっかけの情報源
- 利用している有料音楽サービス
- 音楽利用時の不満・使いにくさ
- COVID-19による音楽生活の変化

【追加調査項目】

- **ステイホーム期間で継続した生活習慣・趣味・習い事**
- **継続している／できている理由**

アンケート回答者のデータ
(性別、年齢、出身地、母国語、国籍)

■ 02-1 アンケート回答者データ（性別）

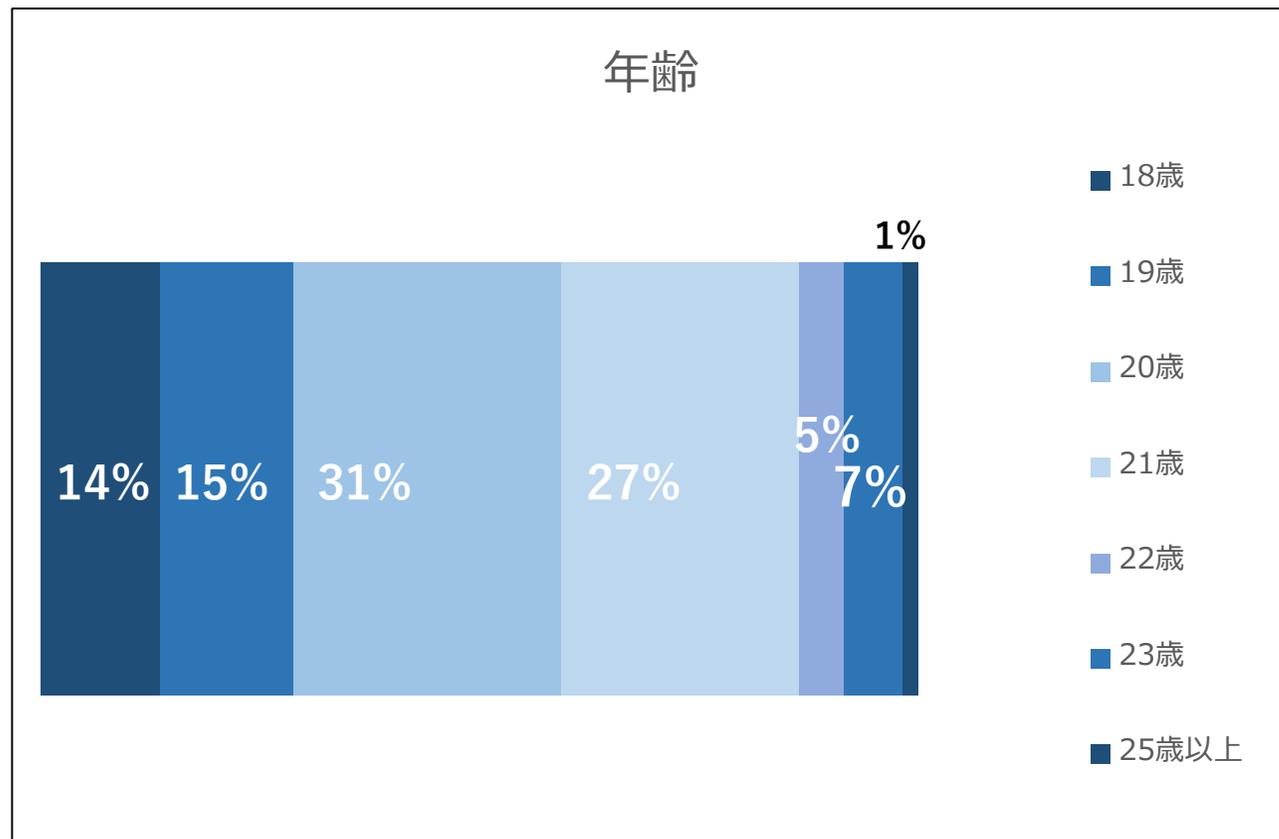


◎性別

男性25名 女性33名 その他1名

(※未回答者：1名)

■ 02-2 アンケート回答者データ（年齢）

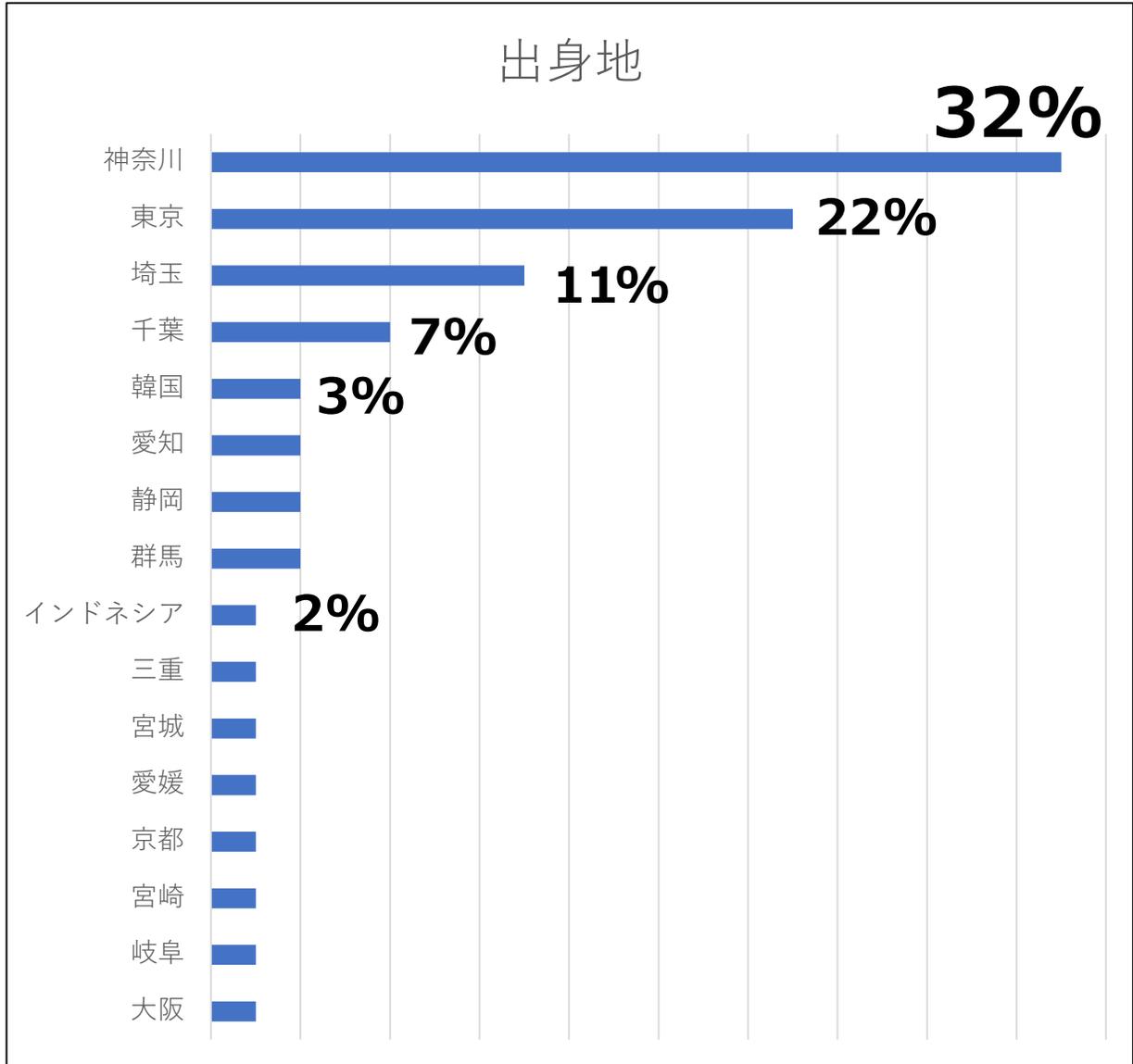


◎ 年齢

18歳8名	19歳9名	20歳18名
21歳16名	22歳3名	23歳4名
24歳0名	25歳1名	

(※未回答者：1名)

02-3 アンケート回答者データ（出身地）



◎出身地

東京13名 神奈川19名

埼玉7名 千葉4名

群馬、静岡、愛知、韓国

それぞれ2名ずつ

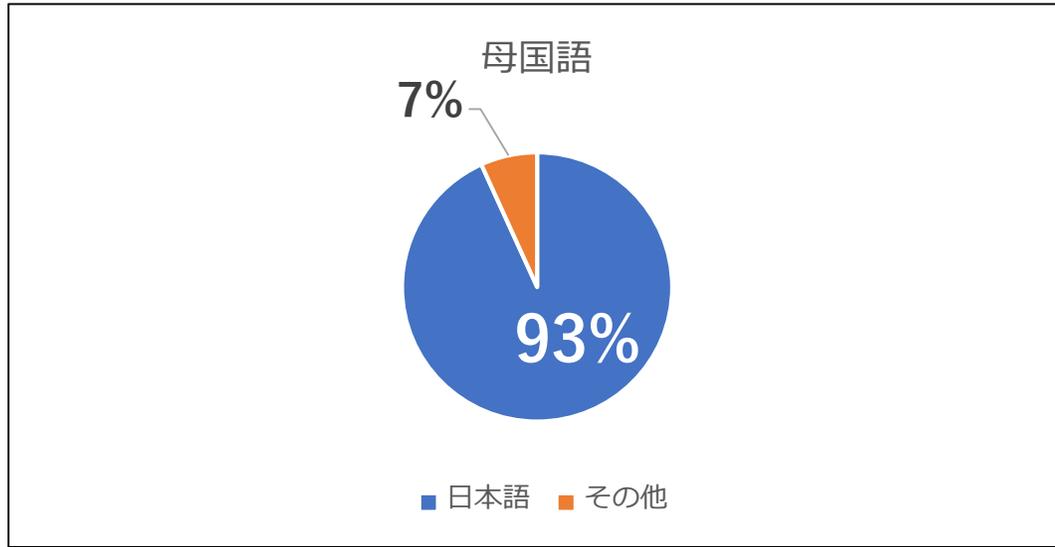
大阪、岐阜、宮崎、京都、

愛媛、宮城、三重、インドネシア

それぞれ1名ずつ

(※未回答者：1名)

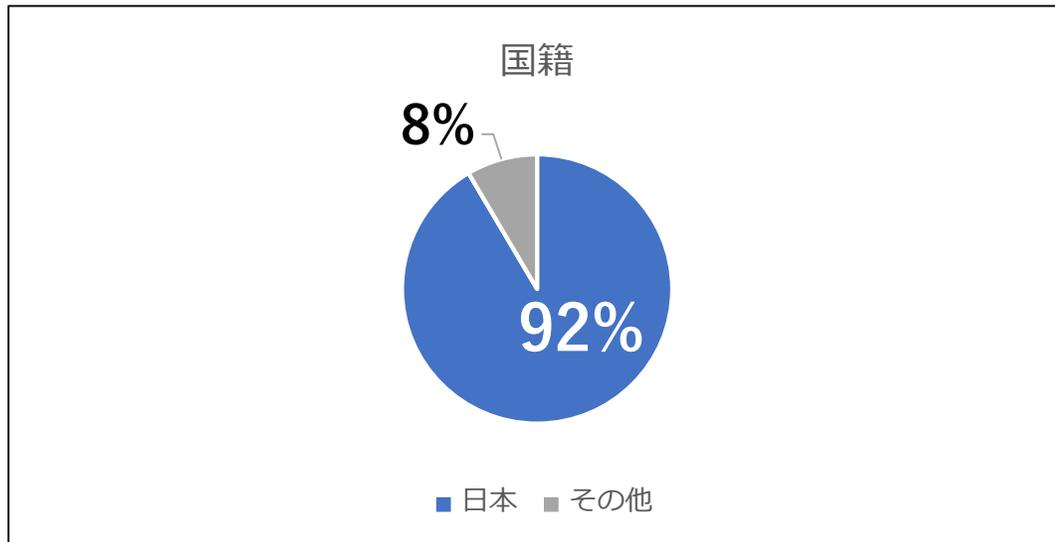
■ 02-4 アンケート回答者データ（母国語・国籍）



◎ 母国語

日本語55名 その他4名
(内訳:中国語1名 韓国語2名
インドネシア語1名)

(※未回答者:1名)



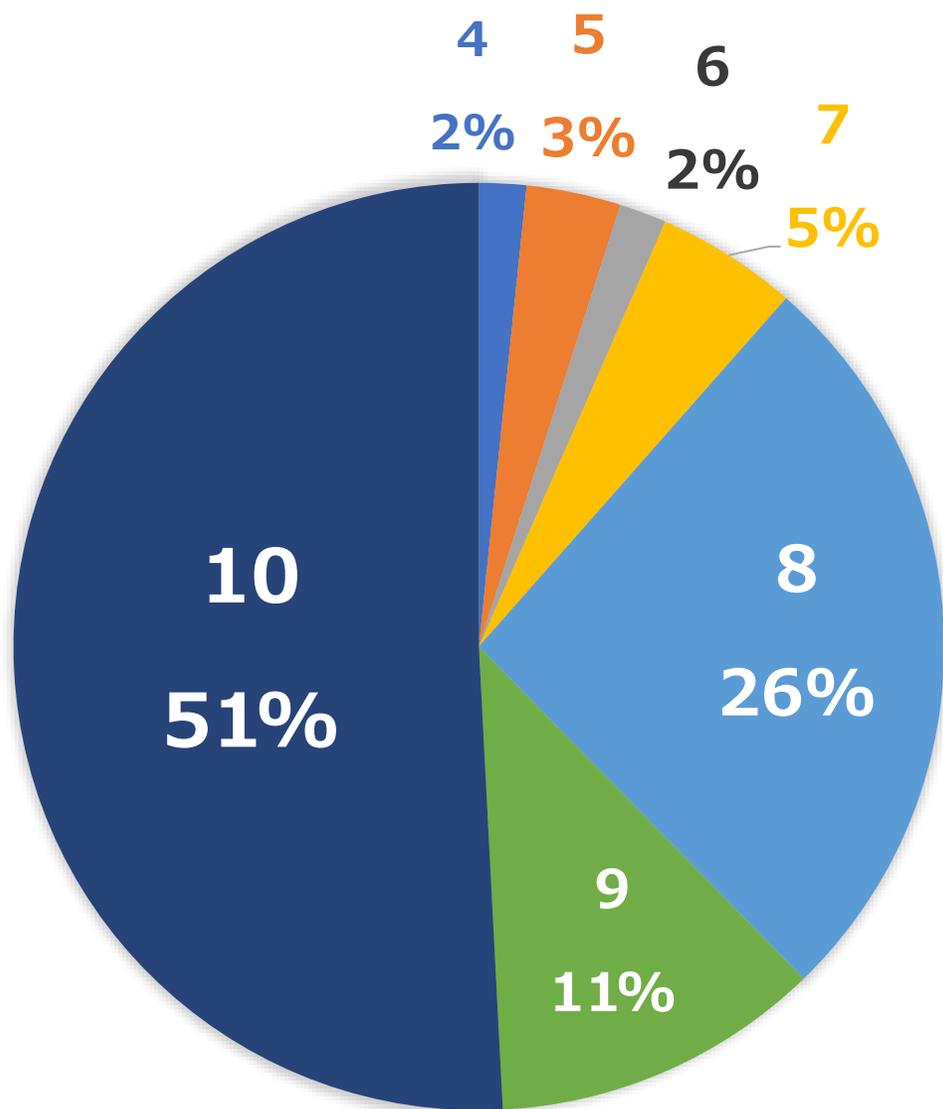
◎ 国籍

日本54名
その他5名
(内訳:中国1名 韓国3名
インドネシア1名)

(※未回答者:1名)

Q1. あなたはどの程度音楽が好きですか？
とても好きなら10
全く好きではないのであれば0として
お答えください。

■ 03 調査報告 - Q1. 「音楽の好きな程度」



あなたはどの程度音楽が好きですか

- ・ 9 割弱の人が 8 以上に投票
- ・ 半分以上の人が 10 に投票
- ・ 3 以下に投票する人は 0 人

■ 03 調査報告 - Q2. 「Q1の理由／音楽にまつわるエピソード」

Q2. あなたがQ1のように答えた理由を音楽にまつわるエピソードも踏まえてなるべく具体的に説明してください。

■ 03 調査報告 - Q2. 「Q1の理由／音楽にまつわるエピソード」

◎8～10の意見

- 人生の一部
- リラックスできる
- 小さい頃からやっていた
- 暇な時はいつも聞いている
- 辛い時励ましてくれる

◎4～7の意見

- ミュージカルのみ好き
- アイドルしか聞かない
- 流行に敏感ではない
- 広く浅くで詳しく聞かない

【分析】

8～10に入れた大半の人が生活の一部や生きがいといったように回答している。

また4～7に投票した人が音楽に対し悪いイメージがあるというわけではない。

特定の音楽は好きな傾向にある。

Q3. あなたの好きな日本の
アーティスト（歌手やミュージシャン）を
教えてください。

89組のアーティストが選出された

4票：星野源、ONE OK ROCK、SEKAI NO OWARI、RADWIMPS

3票：ヒプノシスマイク

2票：あいみょん、椎名林檎、ヨルシカ、SIRUP、宇多田ヒカル、Mr.Children、King Gnu、Official髭男dism、ELLEGARDEN、サカナクション、04 Limited Sazabys、back number、サザンオールスターズ、SHISHAMO、BTS、SixTONES、Snow Man

1票：嵐、三代目J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE、Brass Tracks、コブクロ、ももいろクローバーZ、CHAGE and ASKA、菅田将暉、レキシ、秦基博、YUI、高橋優、藤井風、大原櫻子

■ 03 調査報告 - Q4. 「トキメク存在のアーティスト・芸能人」

1票：米津玄師、長渕剛、海宝直人、K、赤西仁、平井大、カネコアヤノ、Eve、松田聖子、Lisa Halim、福山雅治、Rude-a、IU、ナユタン星人、竹内まりあ、手寫葵、大石昌良、奥井雅美、KOTOKO、BASI、唾奇、チェ・ヨンジュン、Nissy、舐達磨、神山羊、マカロニえんぴつ、HY、KEYTALK、ハリカミライ、クリーブハイプ、BOØWY、ずっと真夜中でいいのに。、米米CLUB、LUNKHEAD、Whitney、Original Love、Halo at 四畳半、andymori、プップランド、SUPER BEAVER、coldrain、Hi-STANDARD、DISH//、サンボマスター、スピッツ、日向坂46、AAA、BEYOOOOONDS、CHICA#TETSU、Redvelvet、STAR☆ANIS、TWICE

03 調査報告 - Q3. 「好きな日本のアーティスト」

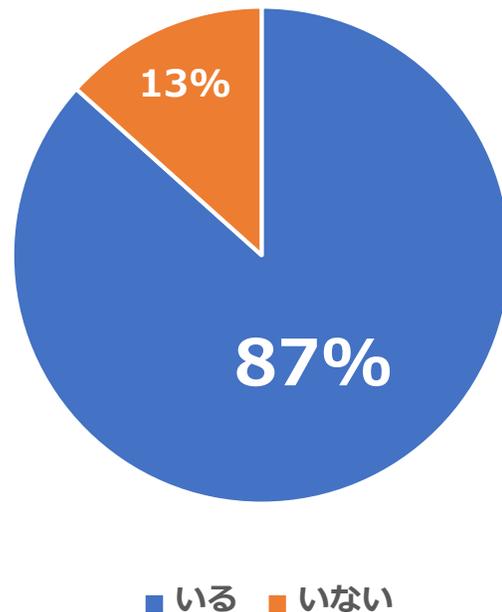
内訳 (89組が選出)

星野源(4票)	ONE OK ROCK(4票)	SEKAI NO OWARI (4票)	RADWIMPS (4票)	ヒプノシスマイク (3票)	あいみょん (2票)	椎名林檎 (2票)	ヨルシカ (2票)	SIRUP (2票)	宇多田ヒカル (2票)
Mr.Children (2票)	King Gnu (2票)	Official髭男dism (2票)	ELLEGARDEN(2票)	サカナクション (2票)	04 Limited Sazabys (2票)	back number (2票)	サザンオールスターズ (2票)	SHISHAMO (2票)	BTS(2票)
SixTONES(2票)	Snow Man (2票)	菅田将暉(1票)	レキシ	秦基博	YUI	高橋優	藤井風	大原櫻子	米津玄師
長渕剛	海宝直人	K	赤西仁	平井大	カネコアヤノ	Eve	松田聖子	Lisa Halim	福山雅治
Rude-a	IU	ナユタン星人	竹内まりあ	手寫葵	大石昌良	奥井雅美	KOTOKO	奇唾	BASI
チェ・ヨンジュン	舐達磨	Nissy	マカロニえんぴつ	神山羊	ハルカミライ	HY	BASI	KEYTALK	クリープハイブ
BOØWY	ずっと真夜中でいいのに。	手寫葵	米米CLUB	LUNKHEAD	Original Love	Whitney	Halo at 四畳半	andymori	ププブランド
SUPER BEAVER	coldrain	Hi-STANDARD	DISH//	サンボマスター	スピッツ	日向坂46	AAA	BEYOOOOONDS	CHICA#TETSU
Redvelvet	STAR☆ANIS	TWICE	ももいろクローバーZ	嵐	三代目J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE	Brass Tracks	コブクロ	CHAGE and ASKA	

Q4. あなたがトキメク存在のアーティストや俳優、芸能人などを教えて下さい。

■ 03 調査報告 - Q4. 「トキメク存在のアーティスト・芸能人」

ときめくアーティストがいますか？



ときめくアーティストが「いる」と答えた方
52人

ときめくアーティストが「いない」と答えた方
8人

87%の方がときめく人がいるという結果に！

74組アーティスト・芸能人が選出された

3票：嵐

2票：あいみょん、Taylor Swift、ONE OK ROCK、菅田将暉、新垣結衣、SixTONES、BTS、TWICE、バナナマン

1票：星野源、King Gnu、浮雲、桑田佳祐、岩田剛典、桜井和寿、北村匠海（DISH//）、欒坂46、日向坂46、奥山由之、Naoki Kobayashi、橋本学（ハルカミライ）、矢沢永吉、野田洋次郎、Mrs. GREEN APPLE、ATUSHI(EXILE)、久石譲、吉川ひより、百田夏菜子、BEYOOOOOONDS

■ 03 調査報告 - Q4. 「トキメク存在のアーティスト・芸能人」

1票：渋谷龍太 (SUPER BEAVER)、なにわ男子、Liam Gallagher、Ross Lynch、Oasis、AAA、加護亜依、Panic! At The Disco、Lady Gaga、Beyonce、ラストアイドル、Snow Man、Bon Jovi、ELLEGARDEN、アユニ・D (BiSH)、PUNPEE、長谷川博己、金子ノブアキ、吉沢亮、橋本環奈、本田翼、戸田恵梨香、池松壮亮、Tom Cruise、Robert De Niro、Ryan Gosling、高橋一生、森山未來、賀来賢人、ピエール瀧、小栗旬、中村倫也、小松奈々、内野聖陽、Lily Collins、Emma Watson、Kristen Stewart、Hwang Jung-eum、ROLA、AYA、平子祐希(アルコ&ピース)、藤森慎吾 (オリエンタルラジオ)、渡辺直美、マツコ・デラックス

■ 03 調査報告 - Q4. 「トキメク存在のアーティスト・芸能人」

内訳（74組が選出）

嵐(3票)	あいみょん (2)	Taylor Swift (2)	ONE OK ROCK (2)	菅田将暉 (2)	新垣結衣 (2)	SixTONES (3)	BTS (2)
TWICE (2)	バナナマン、設楽統 (2)	Oasis、Liam Gallagher (2)	King Gnu (1) (ここから全て1票→)	浮雲	桑田佳祐	岩田剛典	桜井和寿
北村匠海 (DISH//)	欅坂46	日向坂46	奥山由之	Naoki Kobayashi	橋本学 (ノリカミライ)	矢沢永吉	野田洋次郎
Mrs. GREEN APPLE	ATUSHI(EXILE)	久石譲	吉川ひより	百田夏菜子	BEYOOOOONDS	なにわ男子	星野源
Ross Lynch	AAA	加護亜依	Panic! At The Disco	Lady Gaga	Beyonce	渋谷龍太 (SUPER BEAVER)	ラストアイドル
Snow Man	マツコ・デラックス	Bon Jovi	ELLEGARDEN	アユニ・D (BiSH)	PUNPEE	長谷川博己	金子ノブアキ
吉沢亮	橋本環奈	本田翼	戸田恵梨香	池松壮亮	Tom Cruise	Robert De Niro	Ryan Gosling
高橋一生	森山未來	賀来賢人	ピエール瀧	小栗旬	中村倫也	小松奈々	内野聖陽
Lily Collins	Emma Watson	Kristen Stewart	Hwang Jung-eum	ROLA	AYA	平子祐希(アルコ&ピース)	藤森慎吾 (オリエンタルラジオ)
渡辺直美							

回答者のオススメの音楽

#声がいい

大原櫻子/卒業、マカロニえんぴつ/ブルーベリーナイツ、手嶌葵/コクリコ坂から、宇多田ヒカル/Flavor of Life、SixTones/Imitation Rain、Original Love/サンシャインロマンス、ヒプノシスマイク/bad ass temple funky sounds そうぎゃらんBAM、赤西仁/Baby、IU/You & I

#メロディーがいい

King Gnu/Vinyl、サカナクション/スローモーション、、SIRUP/Pool、ナユタン星人、大石昌義

など

■ 03 調査報告 - Q4. 「トキメク存在のアーティスト・芸能人」

#歌詞がいい

コブクロ/stay、サンボマスター、スピッツ、HY、椎名林檎/積木遊び、back number/クリスマスソング、日向坂46/抱きしめてやる、SEKAI NO OWARI/Love the warz、サザンオールスターズ/夏をあきらめて、TSUNAMI、愛と欲望の日々、[Alexandros]/Starrrrrrrr、04 Limited Sazabys/Squall、ONE OK ROCK/Wasted Night、米米CLUB/浪漫飛行、ヨルシカ/藍二乗、松田聖子/瑠璃色の地球

#エモい

BTS/アルバム「花様年華」、YUI/GLORIA、菅田将暉/まちがいさがし、We Are The World、Mr.Children/足音～Be Strong、SEKAI NO OWARI /向日葵、LUNKHEAD/夏の匂い、Lisa Halim/切ないくらい、愛してた。、竹内まりあ/マーギービートで歌わせて、高橋優/少年であれ

など

■ 03 調査報告 - Q4. 「トキメク存在のアーティスト・芸能人」

#元気になる

SHISHAMO/明日も、Official髭男dism/コーヒーとシロップ、andymori、嵐

#中毒性がある

カネコアヤノ、ずっと真夜中でいいのに。、 TWICE/LIKEY
など

Q5. あなたは、音楽について、
この1年での平均で1日あたり平日、
休日でどの程度時間を使っていますか。

※1日平均でお答えください。

※音楽に関する以下の商品・サービスの利用を含めお答えください。

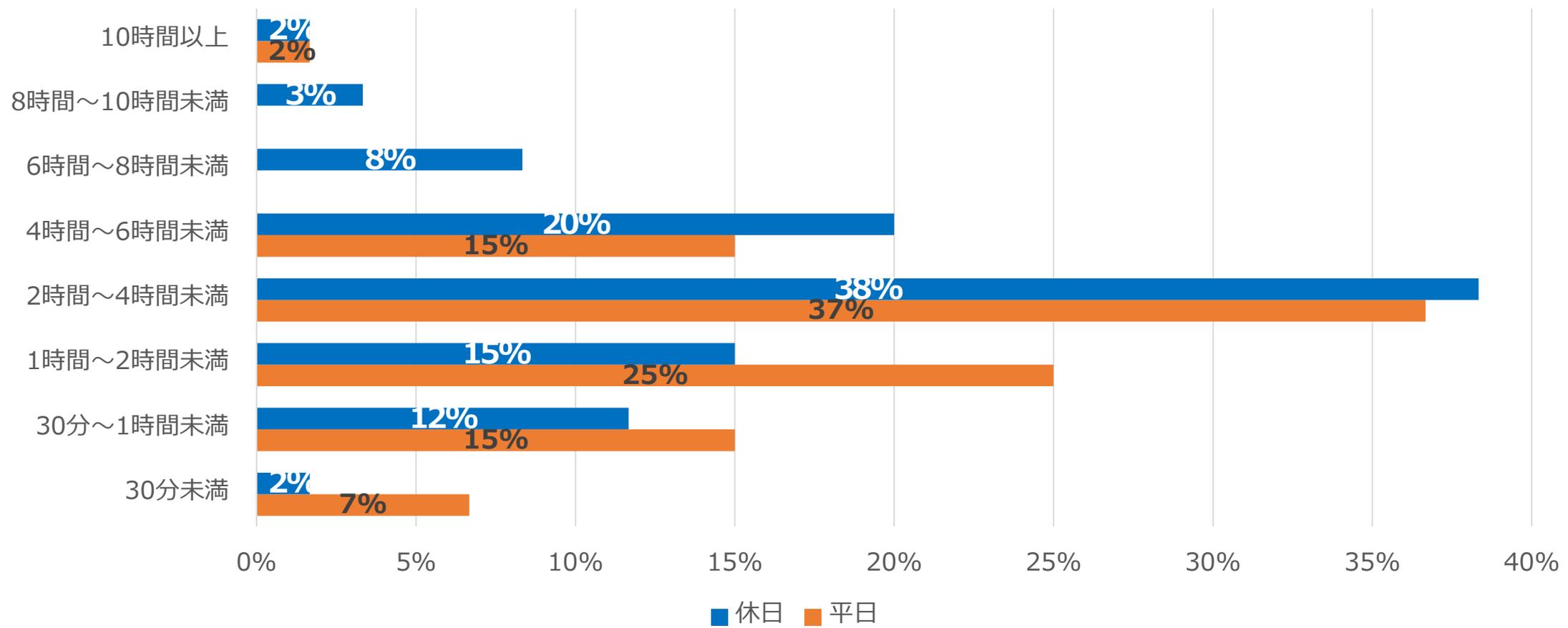
音楽専門誌・書籍、ライブ、コンサートへの参加、ミュージシャングッズなどの関連商品・サービス（カラオケ含む）の利用。

テレビでの視聴や、カラオケの利用、イベントへの来訪、聖地巡礼なども含む。

※無料での利用を含む。

■ 03 調査報告 - Q5. 「音楽に関する商品・サービスの1日の利用時間」

あなたはこの1年での平均で一日あたり、平日・休日でどの程度時間使っていますか

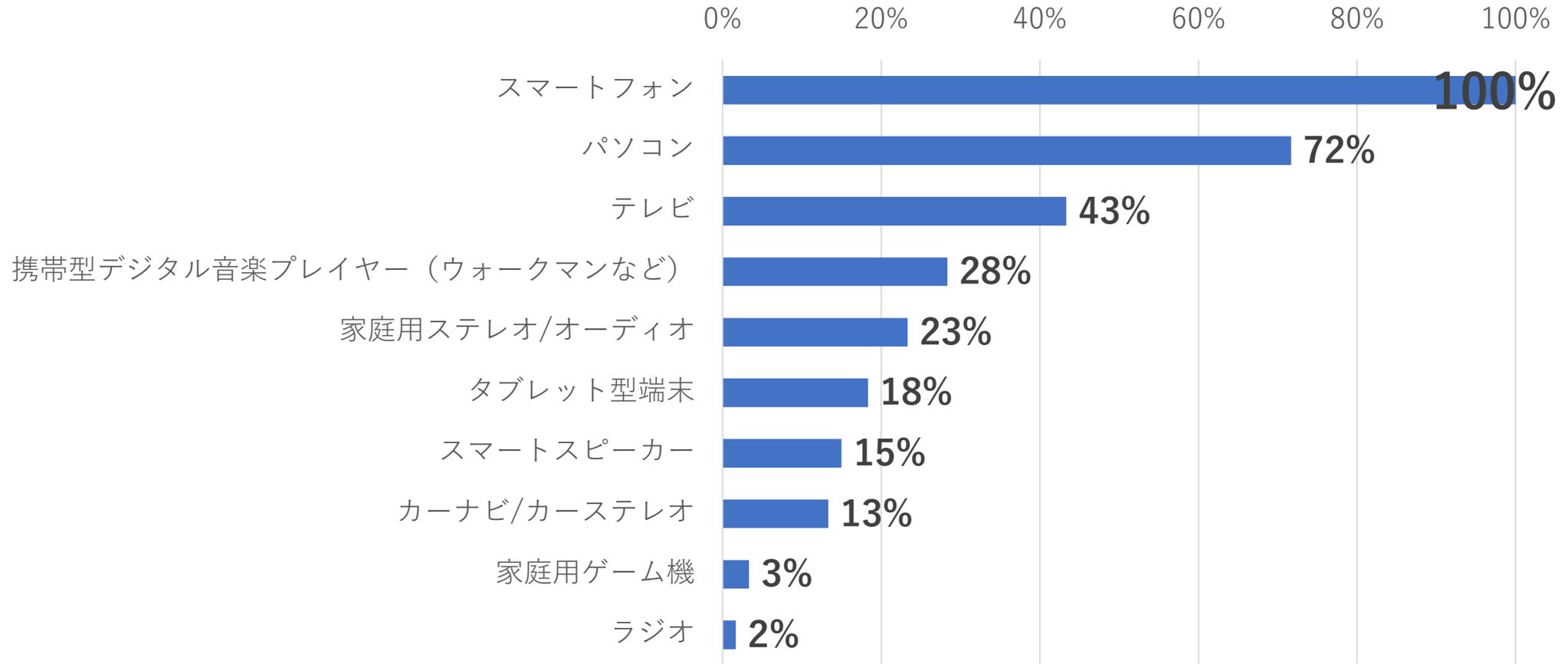


平日休日問わず、2時間～4時間を音楽に費やす人が多い

Q6. あなたが、音楽を視聴する時に
利用している機器は何ですか。(複数回答可)

■ 03 調査報告 - Q6. 「音楽の視聴時に利用する機器」

あなたが、音楽を視聴する時に利用している機器は何ですか。（複数回答可）

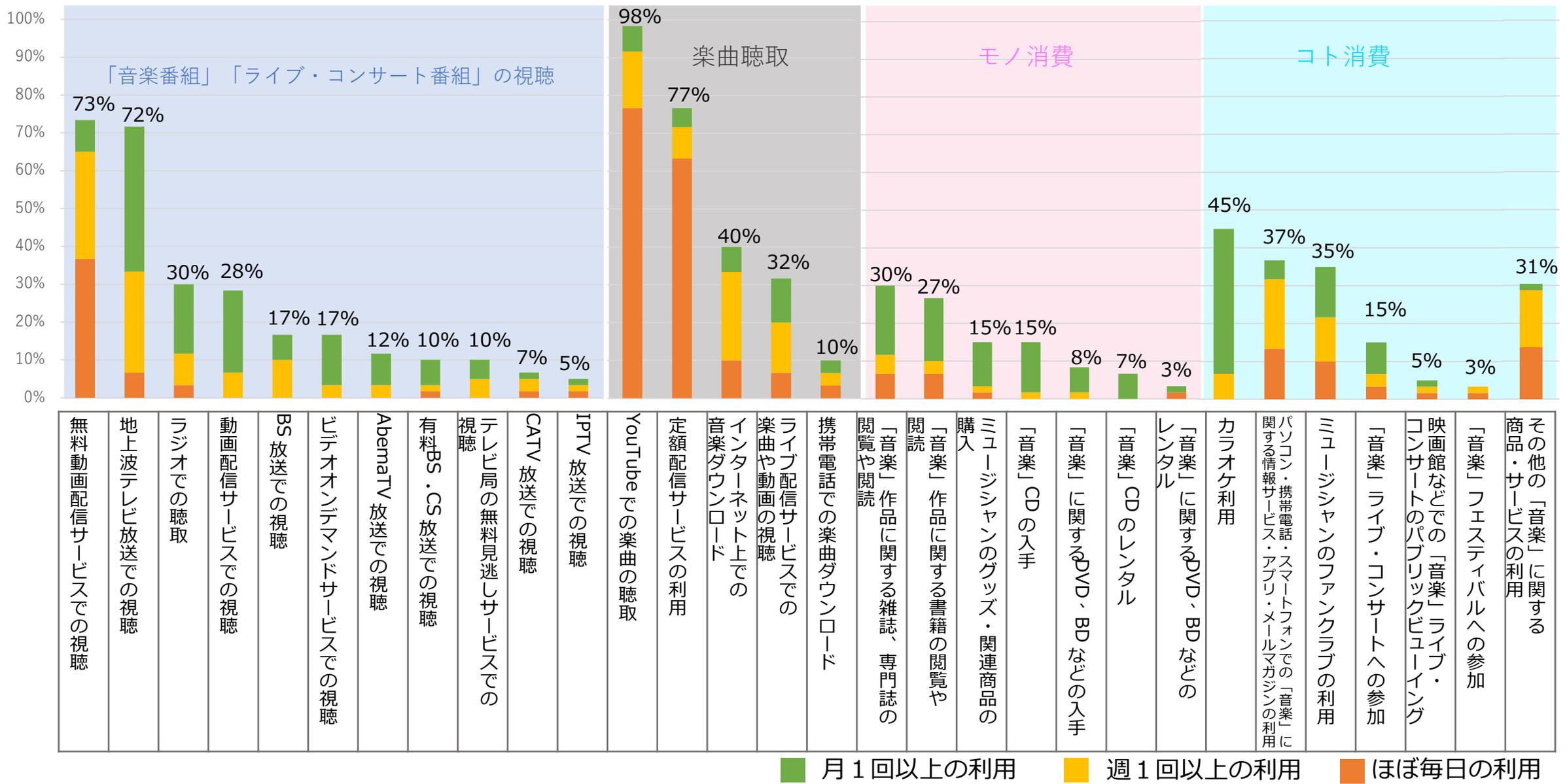


アンケートを取った60人全員が音楽の視聴にスマートフォンを利用している

Q7. 「音楽」作品に関する行動
(商品・サービスの利用など) について
あなたの行動として
あてはまるものをお答えください。
※音楽番組：プロモーションビデオの放送を含む。

03 調査報告 - Q7. 「音楽作品に関する利用率」

※以下のグラフでは月1回以上の利用を利用ありとしてその割合を表示している



■ 03 調査報告 - Q7. 「音楽作品に関する利用率」

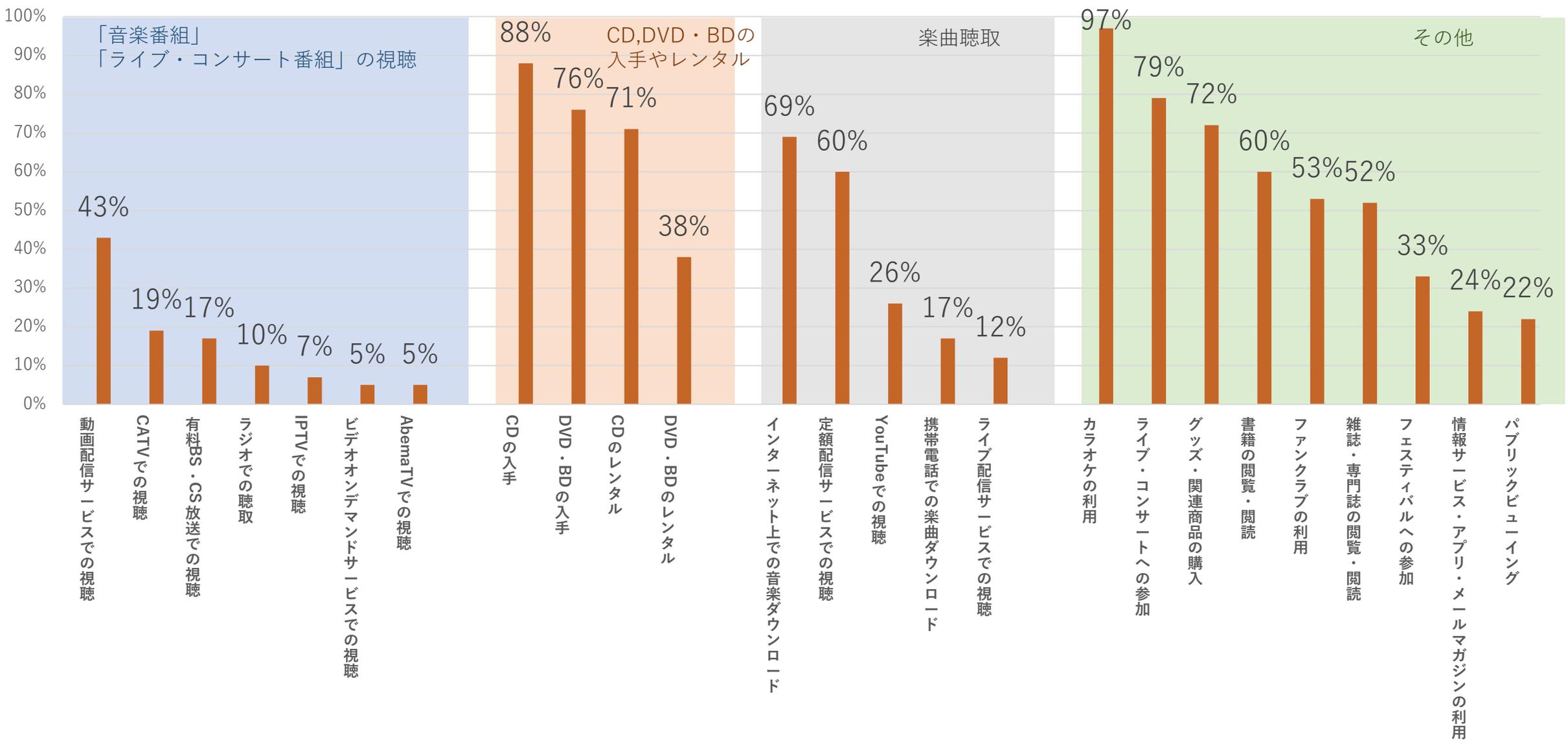
【考察】

- 全体的に見て、楽曲聴取の利用率が高く、音楽作品で最も重要なのは聴覚的エンターテインメント性であると考えられる。
- 「音楽番組」「ライブコンサート番組」の視聴において、地上波等のテレビ番組よりも無料動画配信サービスが利用率も利用頻度も多いことから、見たいときに見れることと無料という面が利用率が高いことにつながっていると考えられる。
- サブスクリプション利用者が多い中で、YouTubeの利用率が99%に達していることから、新しい音楽を無料で発掘できるという点と映像とともに音楽を聴取できる2面的な点がこの結果を導き出していると考えられる。
- モノ消費は全体を通して30%を下回っており、音楽作品をモノとして楽しむ人は少ないと考えられる。
- コト消費において、カラオケを毎日利用する人はいないにも関わらず、半分近くが月1回以上利用しており、ストレス発散や新しい曲の発掘という面で、アンって胃的に利用されていると考えられる。

Q8. あなたはこの1年間に「音楽」に関する
商品・サービスについて、
お金を使って利用したことがありますか？

※イベント会場や店舗などへの「交通費」は含まない。

03 調査報告 - Q8. 「音楽に関する有料サービスの利用率」



■ 03 調査報告 - Q8. 「音楽に関する有料サービスの利用率」

【考察】

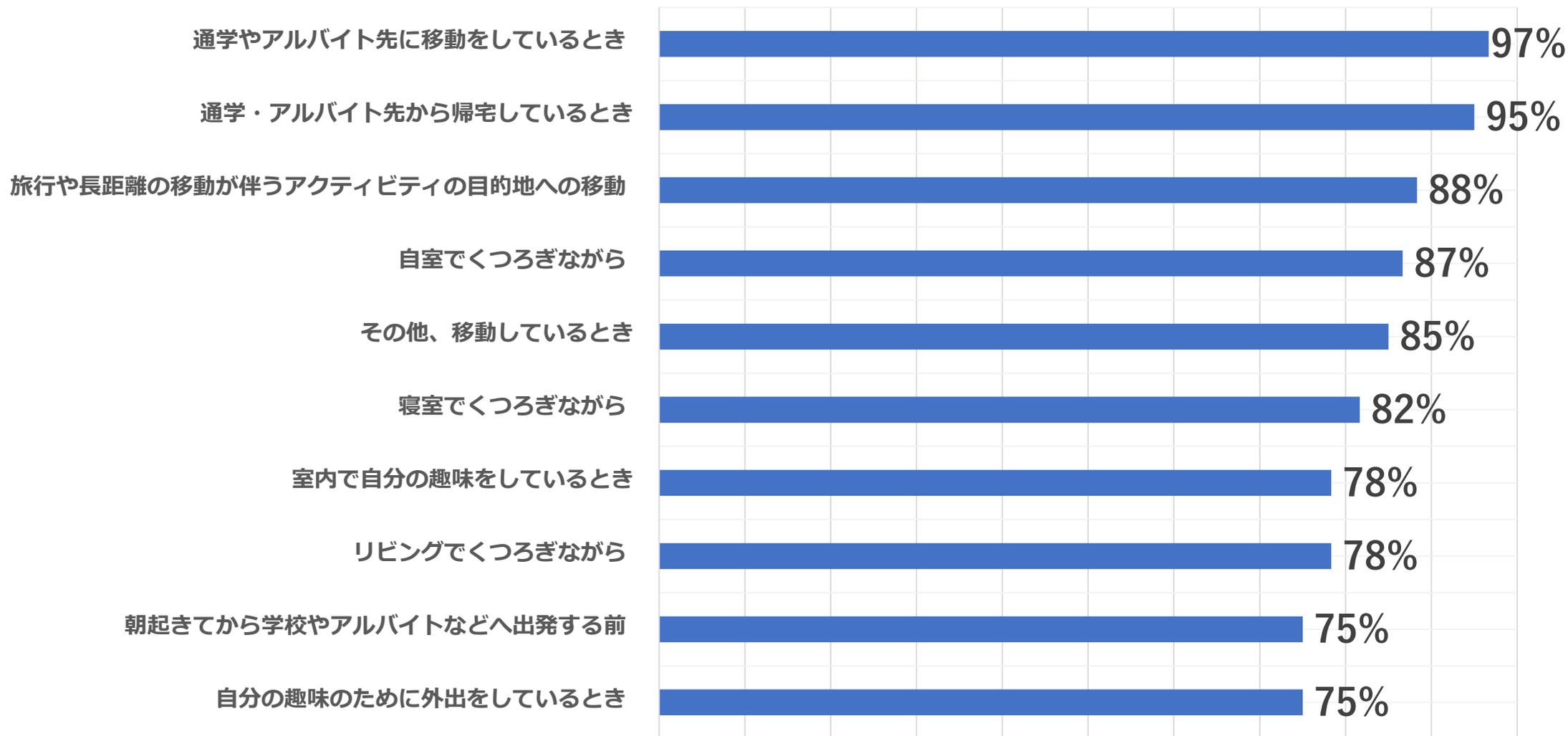
- 「音楽番組」や「ライブ・コンサート番組」はテレビでの視聴率が20%以下と低い。近年、テレビ離れが危惧されているが、「音楽」に関する視聴もスマートフォンなどを利用している割合が高いと考える。
- CDの入手率が80%を超えている。サブスクリーミングが主流になりつつあるが、いまだにディスクを購入する割合が高い。これは、CDなどに付随しているメイキングやイベントの参加券などの特典を求めて購入する人が多いと考える。
- カラオケの利用率が97%と最高値を記録している。これは、本アンケート回答者が、音楽に興味のある学生が多いためと考える。
- アーティストのファンクラブの利用率も53%と過半数を超えている。これも上記と同様に、音楽に興味のある学生が多いためと考える。

Q9. あなたはどのような時に
音楽を視聴しますか。
あてはまるものを全てお選びください。
(複数回答可)

■ 03 調査報告 - Q9. 「音楽視聴時の状況／環境」

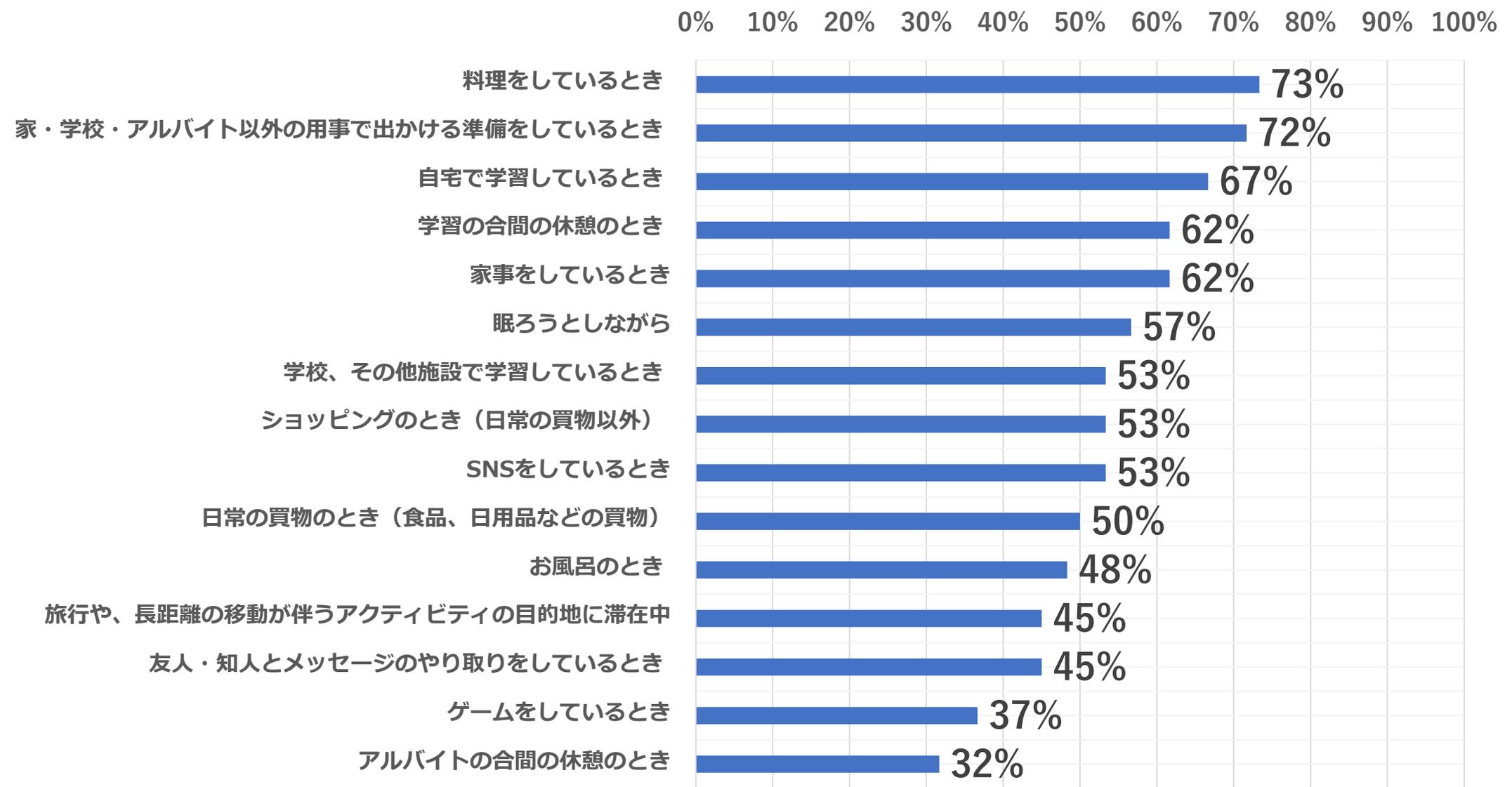
あなたはどのような時に音楽を視聴しますか？（1位～10位）

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



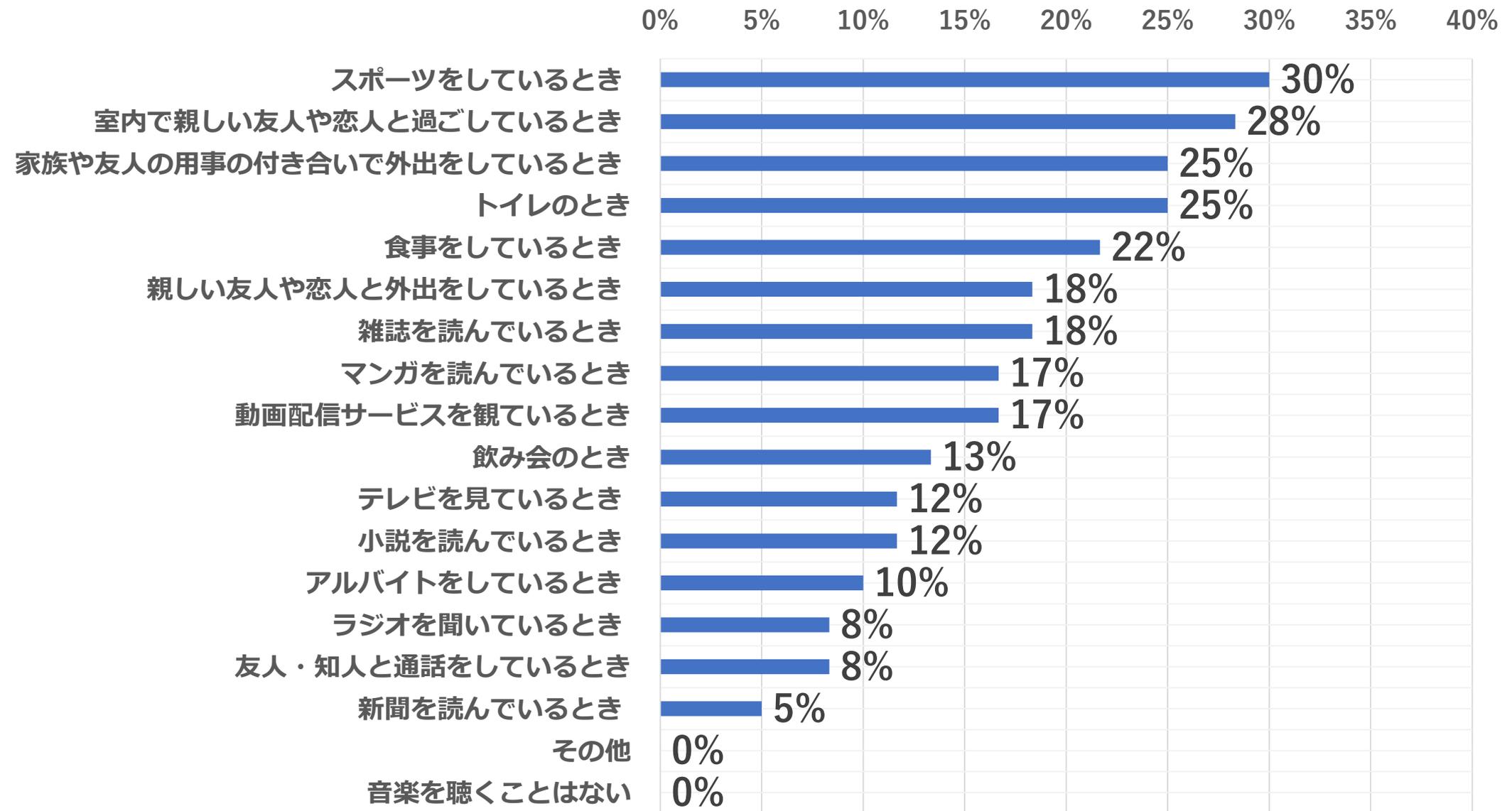
■ 03 調査報告 - Q9. 「音楽視聴時の状況／環境」

あなたはどのような時に音楽を視聴しますか？（11位～25位）



03 調査報告 - Q9. 「音楽視聴時の状況／環境」

あなたはどのような時に音楽を視聴しますか？（26位～43位）



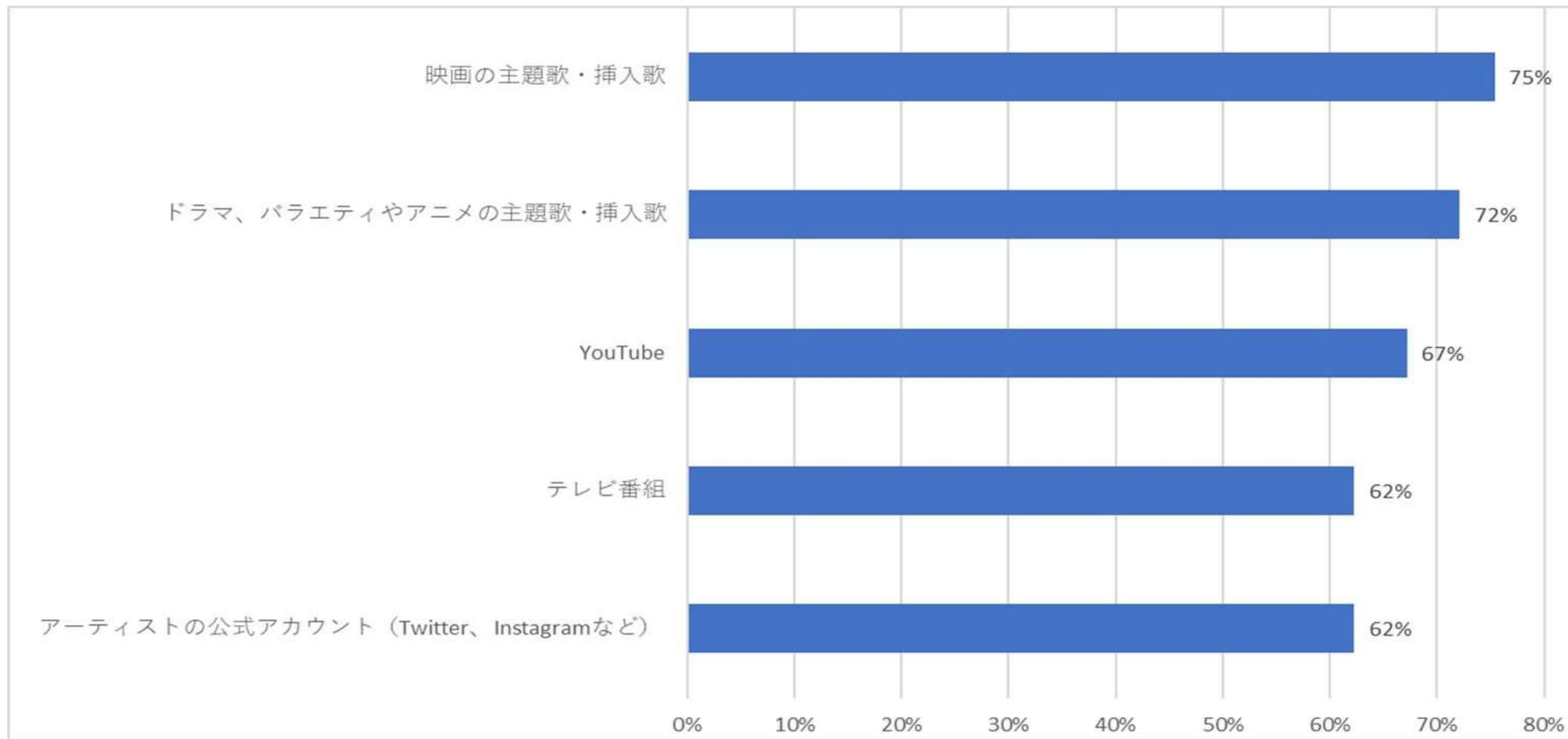
【考察】

- 回答者の97%が「通学やアルバイト先に移動しているとき」と答え、全体を通してみても移動中に音楽を視聴する人が多く、何かをしているときに音楽を聴く“**ながら聴き**”をする人が多いことがわかった。
- [Q6. 「音楽に関する利用機器」](#)でスマートフォンが100%だったことから、いつでもどこでも音楽を聴くことができる環境があるため、ながら聴きをする人が多いのではないかと考える。また、新型コロナウイルスの影響を受けて[Q14. 「COVID-19による音楽生活の変化」](#)と比較しても、ながら聴きが減った」と回答する方も多く、実際にながら聴きで音楽を聴く人が多いと考えられる。反対に、音楽だけを集中して聞く人は少なくなっているのかもしれない。
- 「音楽を聴くことがない」と答えた人は0人だった。家事やトイレ中、外出中など睡眠時間以外は音楽と共に生活している人が多いと考えられる。

Q10.あなたが、普段、アーティストや
楽曲、イベントなどについて知る
情報源としているものは何ですか。
(複数回答可)

■ 03 調査報告 - Q10. 「音楽を知るための情報源」

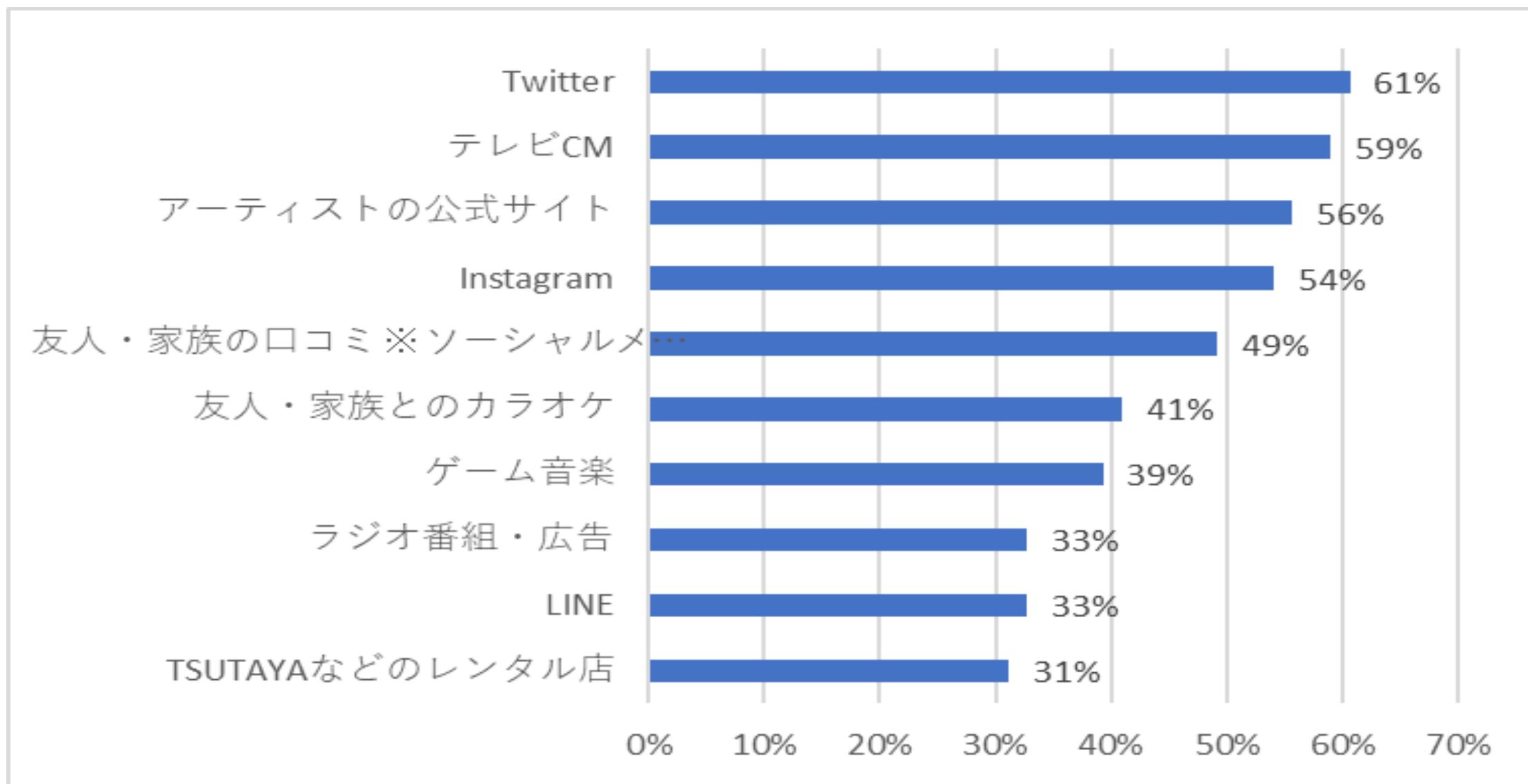
音楽を知る情報源としているものはなんですか？（1位～5位）



映画やテレビの挿入歌が一位と二位を占めました。

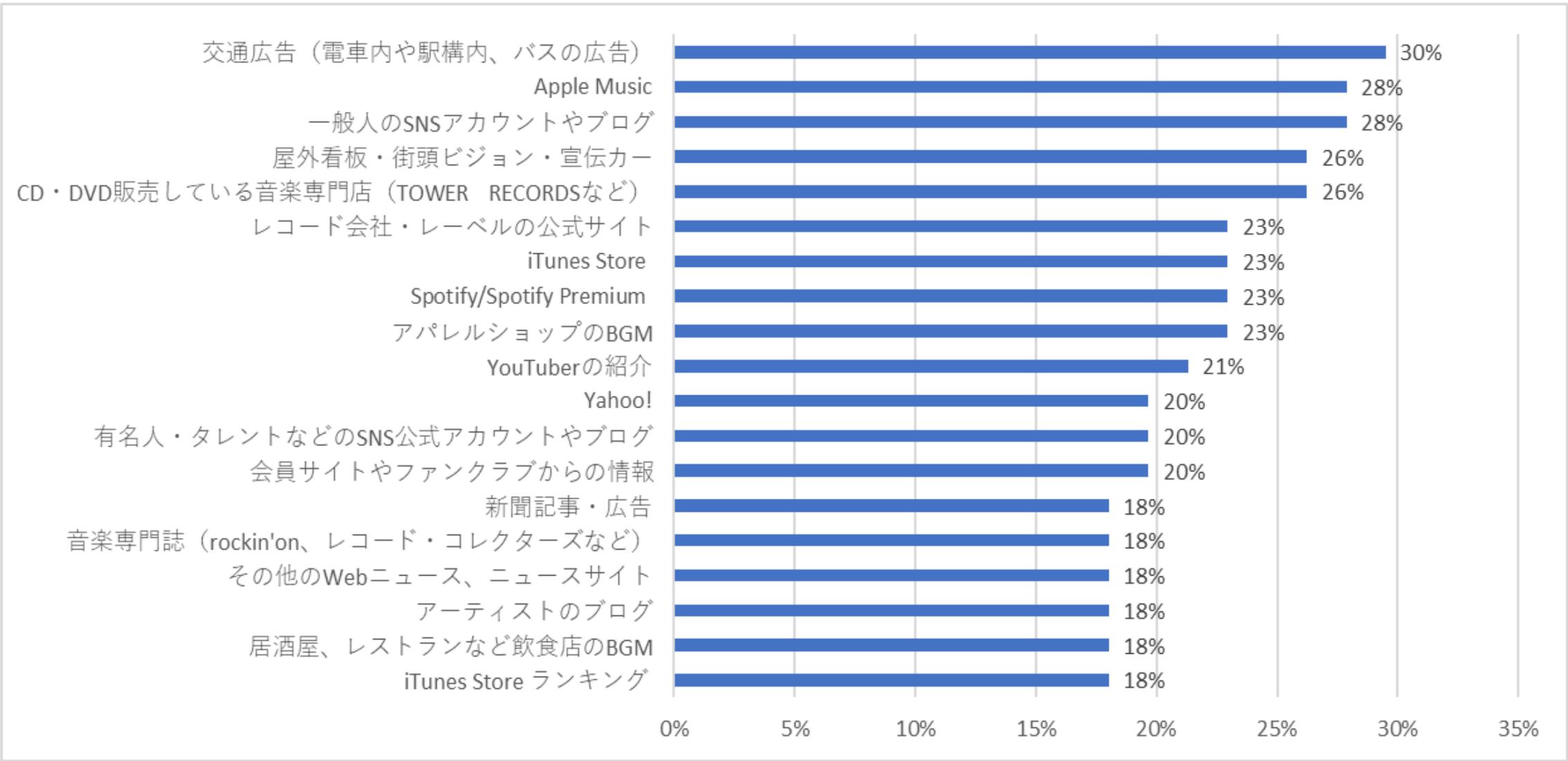
■ 03 調査報告 - Q10. 「音楽を知るための情報源」

音楽を知る情報源としているものはなんですか？（6位～10位）



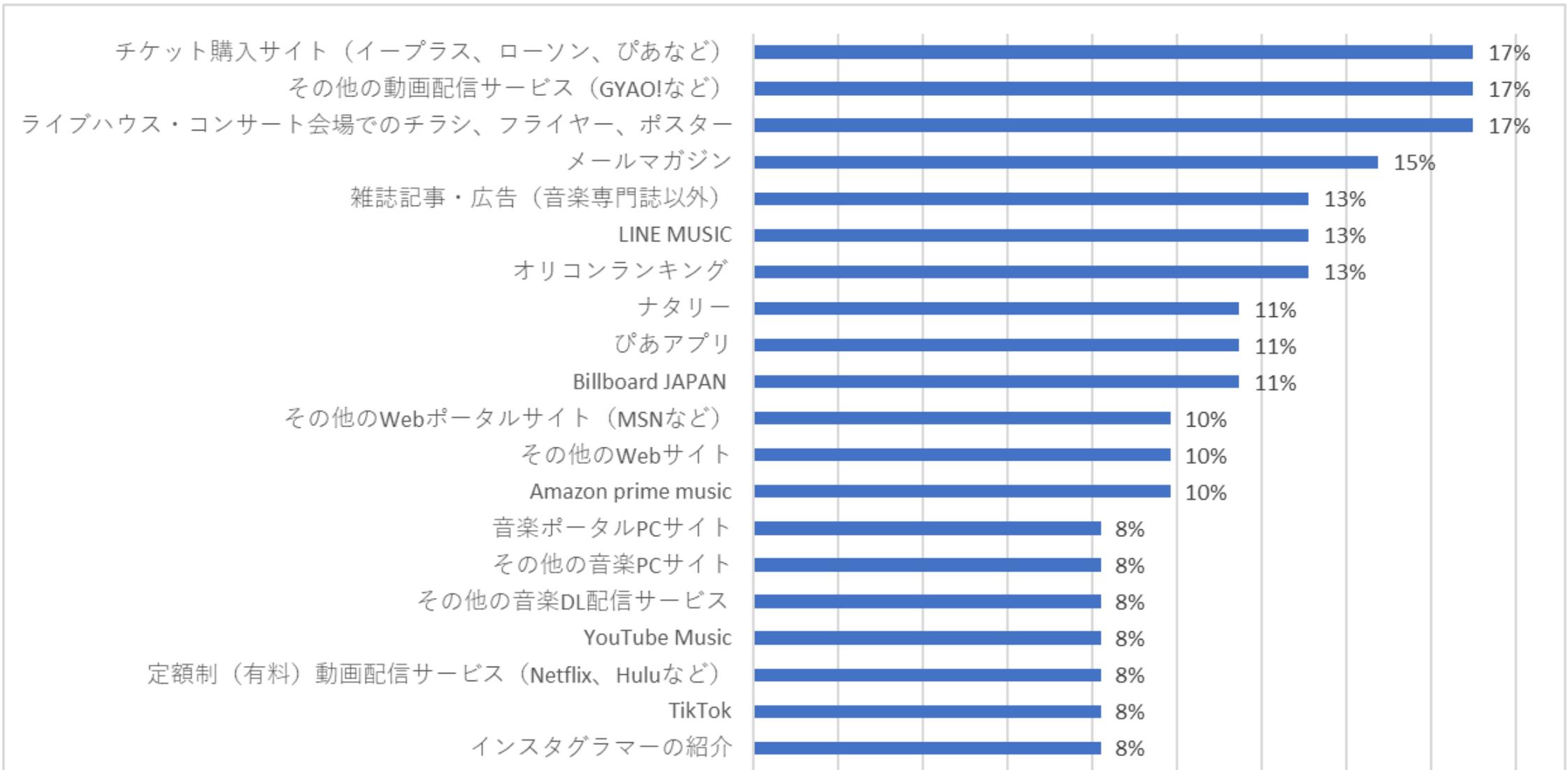
■ 03 調査報告 - Q10. 「音楽を知るための情報源」

音楽を知る情報源としているものはなんですか？（11位～30位）



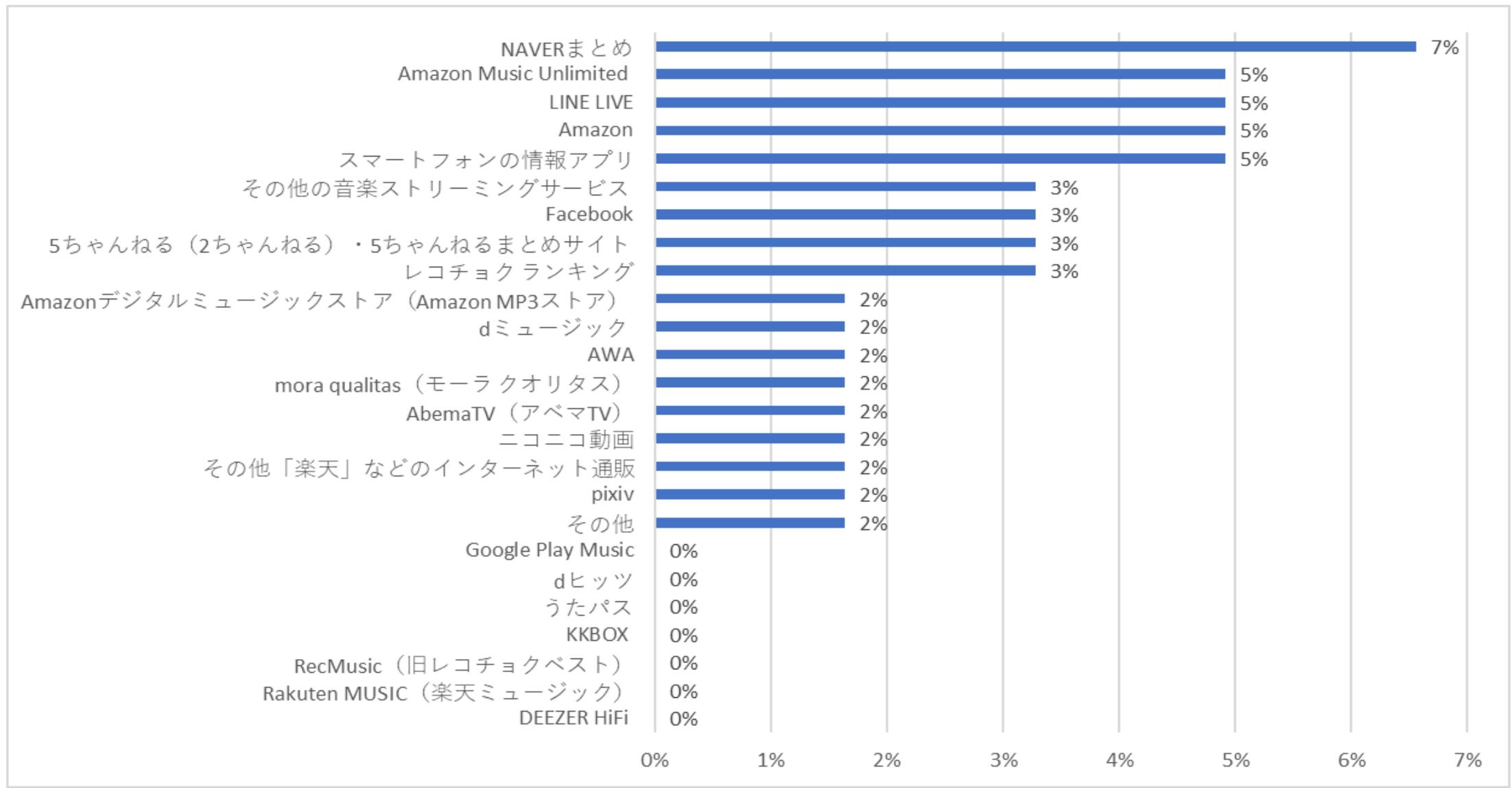
■ 03 調査報告 - Q10. 「音楽を知るための情報源」

音楽を知る情報源としているものはなんですか？（31位～50位）



■ 03 調査報告 - Q10. 「音楽を知るための情報源」

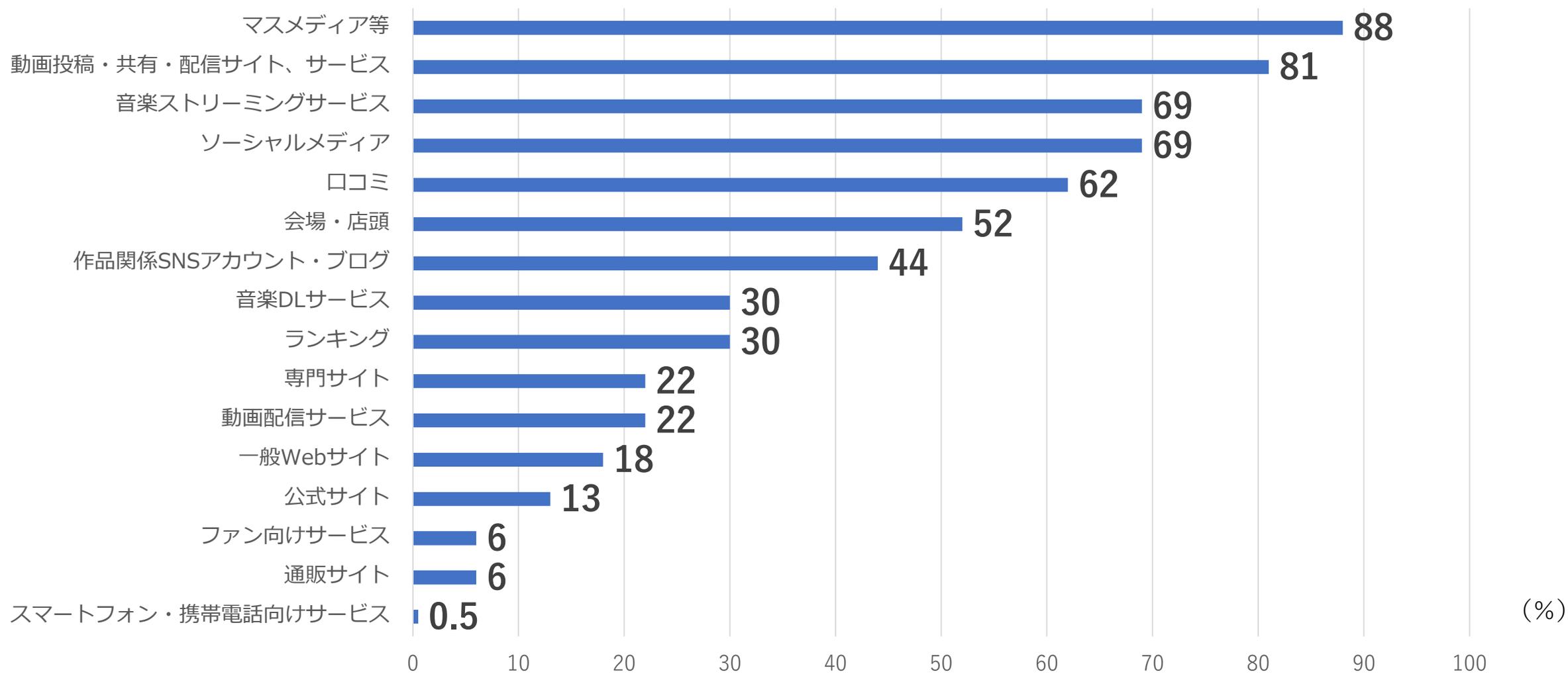
音楽を知る情報源としているものはなんですか？ (51位～)



Q11. あなたが新しいアーティストや楽曲を知るきっかけになる情報源は何ですか。
(複数回答可)

■ 03 調査報告 - Q11. 「新しい音楽を知るきっかけの情報源」

新しいアーティストや楽曲を知るきっかけとなる情報源



■ 03 調査報告 - Q11. 「新しい音楽を知るきっかけの情報源」

【考察】

- ・ マスメディア等（88%）、動画投稿・共有・配信サイト、サービス（81%）の2つのカテゴリーが1位、2位となり全体の80%を超えている。

→次ページ以降にて、これら2つのカテゴリーの内訳及び特徴を示す。

- ・ 約70%の受講者が音楽ストリーミングサービス（69%）、ソーシャルメディア（69%）など10年前にはなかったサービスを活用して新しいアーティストや楽曲を知るきっかけとしている。

→上記のサービスが数年の間で若者たちに定着したと言えるだろう。

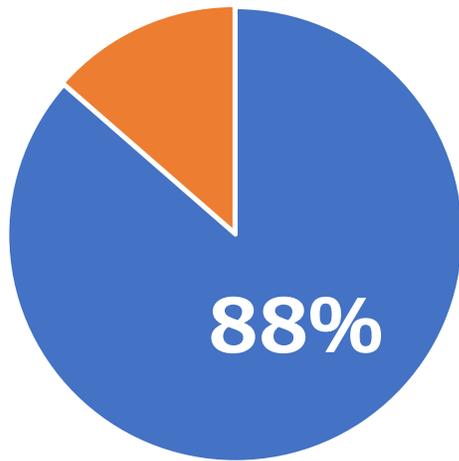
- ・ 「新しい」アーティストや楽曲をしるきっかけとして、公式サイト（13%）やファン向けサービス（6%）などから得る人の割合は少ない。

→上記のサービスは自発的に私たちが行動しないと目に入らない情報だからであろう。

■ 03 調査報告 - Q11. 「新しい音楽を知るきっかけの情報源」

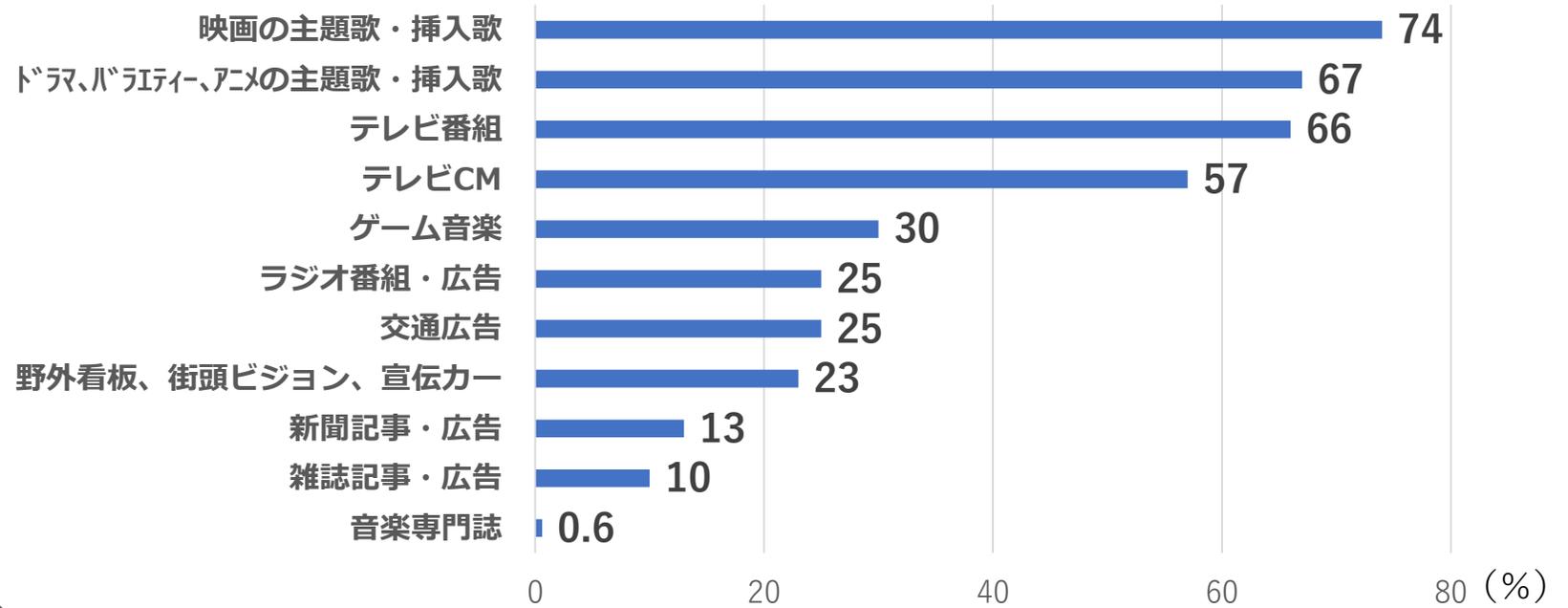
1位 マスメディア等

情報源にしている人の割合



■ 情報源にしている人 ■ 情報源にしていない人

全体でマスメディア等を情報源にしている人の内訳



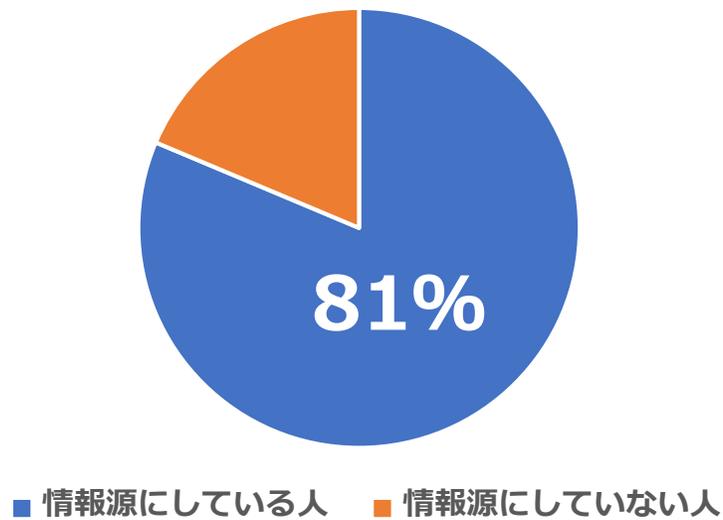
・主題歌・挿入歌（74%・67%）、テレビ番組（66%）、テレビCM（57%）など電波媒体のマスメディアを情報源とする人の割合が高い。

・交通広告（25%）、野外看板・街頭ビジョン・宣伝カー（23%）の割合は、東京周辺の学生ではなく、地方の学生に質問をするとさらに低い数字が出るのではないかと推測した。

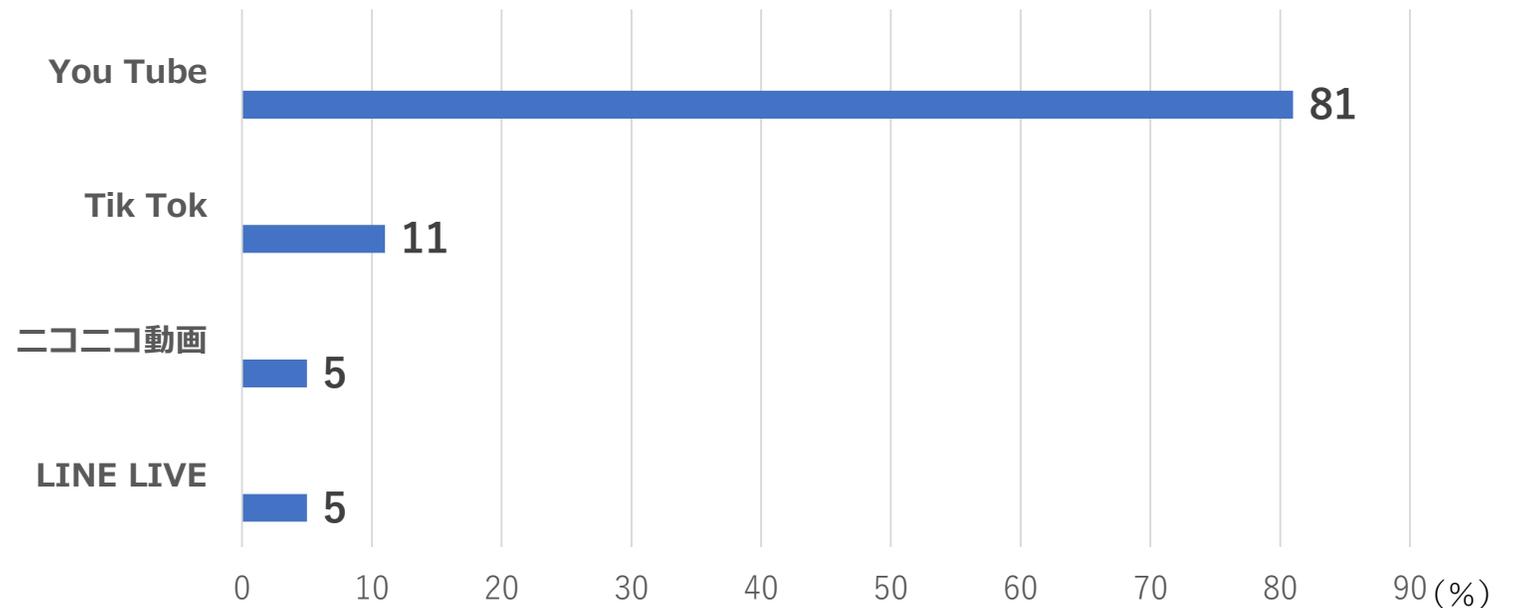
03 調査報告 - Q11. 「新しい音楽を知るきっかけの情報源」

2位 動画投稿・共有・配信サイト、サービス

情報源にしている人の割合



全体で動画投稿・共有・配信サイト、サービスを情報源にしている人の内訳



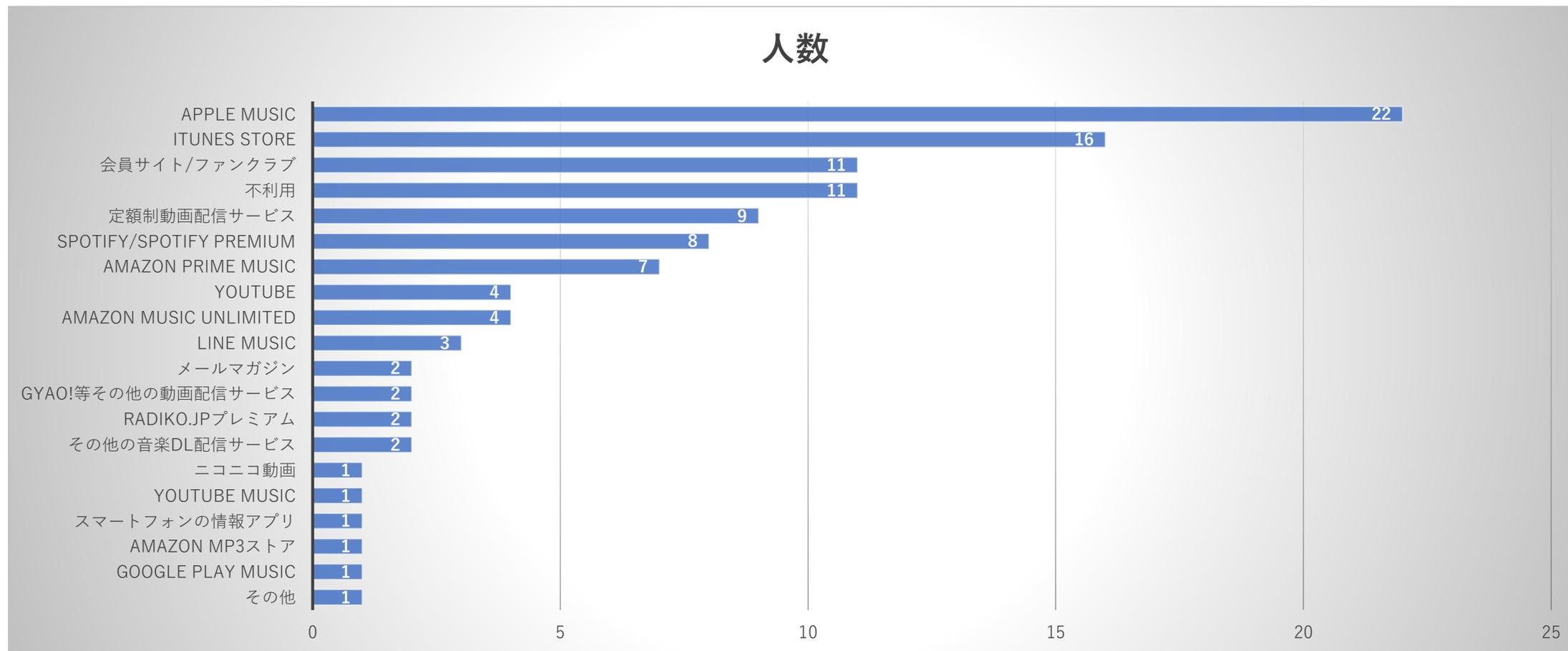
- ・ YouTube (81%) が圧倒的に割合を占めている。
- ・ マスメディア等と比較すると、きっかけにしている人の割合に大きなばらつきがある。

Q12. あなたが、お金を支払って
利用している音楽サービスは何ですか。
(複数回答可)

■ 03 調査報告 - Q12. 「利用している有料音楽サービス」

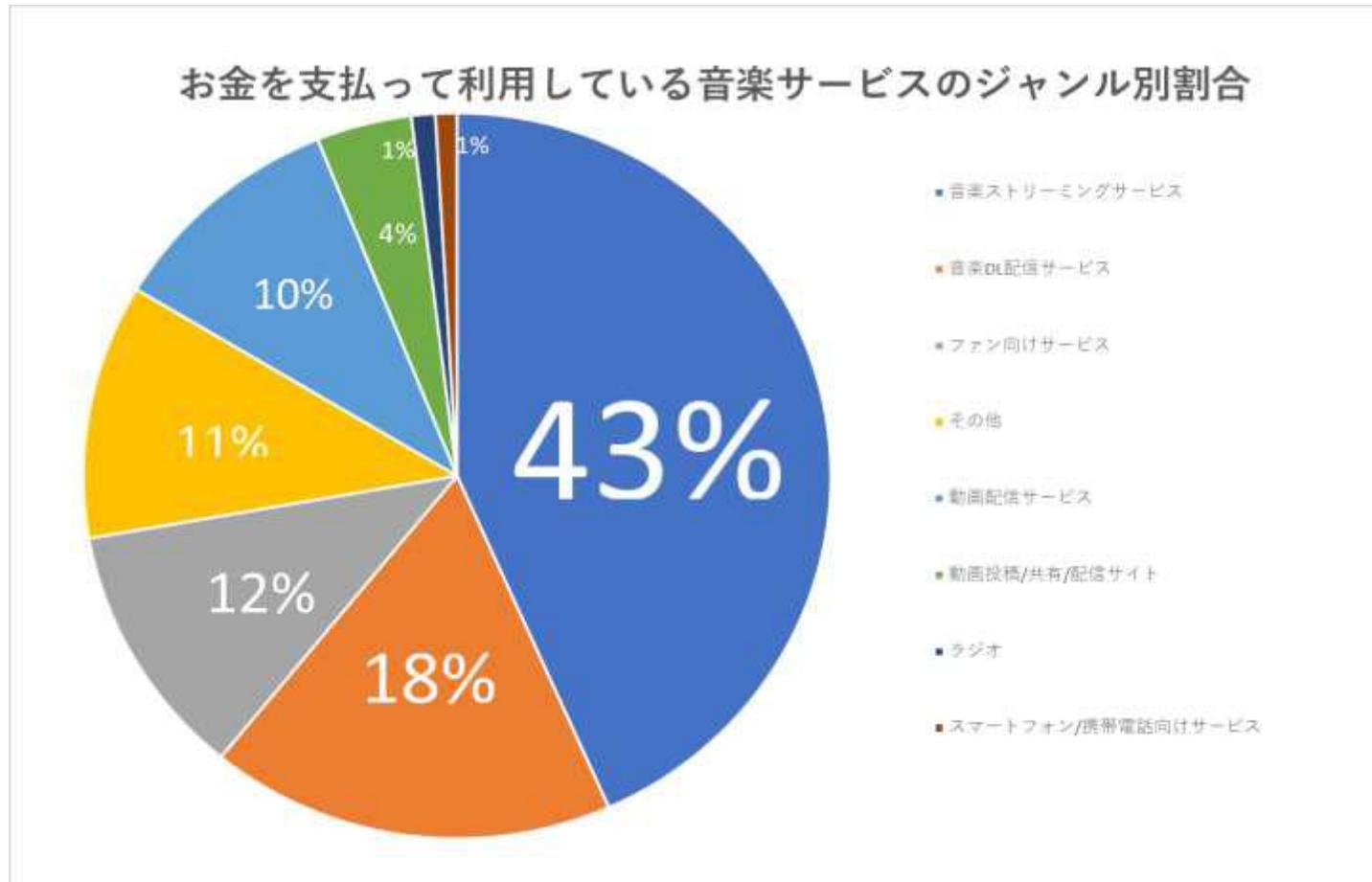
使っている有料の音楽サービスは何ですか？

(無回答：1名)



■ 03 調査報告 - Q12. 「利用している有料音楽サービス」

ジャンルに打ち分けると…



→ 60人中24人の40%がサービスの併用をしていた。
ストリーミングサービスの利用がやはり1番多い。

【考察】

- ・ iTunes storeの利用者はApple Musicとの併用が多い印象を受けた。

調査内でも何名かが言っているように、サービスによって特化している音楽のジャンルが少しずつ異なるのでサービスの併用者が見られるのではないかと考える。また仮説で述べた2つのサービスはどちらもAppleから提供されており、①連動や②同期しやすいという利点があると思う。

- ・ **制限はあるものの無料で利用できるサービスは後からお金を出しにくいと思うのでは？**

最初から有料でないと利用できない！というサービスならば有料促進につながる可能性がある。

- ・ **音声ストリーミングの人气が目立ち、逆に映像ストリーミングの普及は低い。**

作業しながらの“ながし聴き”との相性が抜群だから音声のみで十分だという理由が考えられる。

Q13. あなたが普段音楽と接する際に、
「ここが不満だ、これは使いにくい」と
思うことを教えてください。

※出来るだけ詳しく、具体的にお答えください。

※新しいアーティストや楽曲を知る時、友人と音楽の話をする時、
YouTube等で動画を見る時、移動中やなにかしながら音楽を聴く時など
あなたが普段音楽と接する際に、不満や不便を感じていることを教えてください。

無料でサービスを利用する場合の使いにくさ

無料サービスに関する 意見	・ YouTube/Spotifyの広告 (9名)	
	・ 無料アプリだとバックグラウンド再生できるものが少ない。 (3名)	類似? : Apple Music利用時に一部アプリが使えなくなる場合も…
	・ 通信制限の都合上、外でYouTubeが再生できない。	
	・ YouTubeにショートver.のMVしかあがっていない場合がある。	

これに対して有料でサービスを利用する人たちの意見は…?

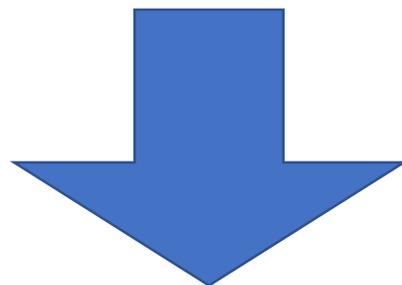
■ 03 調査報告 - Q13. 「音楽利用時の不満・使いにくさ」

有料サービス利用者の意見	<ul style="list-style-type: none">・ 定額音楽サービスで聴きたい音楽がないときがある。(4名)	<p>例1：米津玄師の曲にすべてプラス料金がかかる。</p> <p>例2：ジャニーズの曲は基本的にサブスクリプションサービスで聴けない。</p> <p>例3：YouTube/iTunesに登録されていないアーティストの曲が聴けない。</p> <p>類似：iTunesストアでリリースされてすぐの曲は検索しても出てこないのので、公式サイトから飛ばなければいけない。</p>
	<ul style="list-style-type: none">・ 音楽関連のもの全体的に価格が高い。(3名)	<p>グッズ/アルバム/スピーカー/イヤホン等 (性能アップ→価格も比例)</p>

注目すべき意見

著作権的な問題が絡む音楽の受容方法が気になる。

例) K-pop



お金を払って観たコンテンツがYouTubeにアップロードされたり、
新大久保等で海賊版が安価で売られたりする。

■ 03 調査報告 - Q13. 「音楽利用時の不満・使いにくさ」

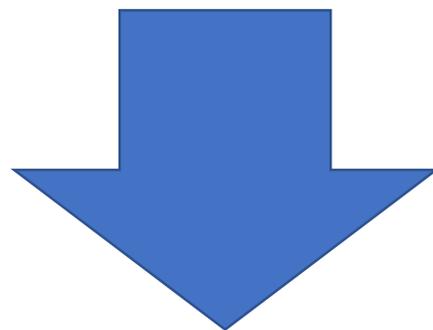
曲探しに関する意見	<ul style="list-style-type: none">・サービスによって曲探しに向き不向きがある。	例：Apple Musicだと曲の開拓がしにくいので、Spotifyを使う。 ➡別デバイスだとデータ共有できなくて不便…
	<ul style="list-style-type: none">・ストリーミングアプリ等のおすすめで流れてくる曲が有名なもの、既に聴いたことあるものが多い。	
	<ul style="list-style-type: none">・トレンドでないアーティストの自分好みの曲のを見つけ方が分からない。	
	<ul style="list-style-type: none">・サービスによって含まれる曲が異なるので、どのサービスを使うか迷う。	
	<ul style="list-style-type: none">・Apple Musicのトップ画面に履歴表示が出ない。	
	<ul style="list-style-type: none">・外国人アーティストの名前表記が英語だったりカタカナだったり紛らわしい。	

重要視されていた意見

歌詞が表示されない。(6名)

インターネットやコメント欄で探す手間がかかる。

公式がYouTube概要欄に歌詞を載せていることもある。(例：King Gnu)



歌詞へのこだわりが強い。

カラオケで歌いたいからではないか？

歌詞をあらかじめ載せているアーティストも一定数いるが、技術的に大変？

■ 03 調査報告 - Q13. 「音楽利用時の不満・使いにくさ」

<p>1人1ジャンル 1人1メディア問題</p> <p>音楽が“個人で聴くもの” になっているように感じる</p>	<ul style="list-style-type: none">・友人たちと音楽のことを深くまで話せない。(3名) アーティストの関する知識の差/趣味の違い	<p>類似1：カラオケ等で本当に好きな曲を歌いにくい。 類似2：同じアーティスト好きな友人を見つけにくい。 類似3：洋楽の方が邦楽よりかっこいいという人がいる。</p>
	<ul style="list-style-type: none">・ワイヤレスイヤホン使いにくさを感じる時がある。	<p>例：マスクをすると耳元がゴチャつく/スマホ本体でしか音量調節できない/混雑する場所、ランニング中等のブルートゥースの音飛び</p>
	<ul style="list-style-type: none">・すれ違う時、人の荷物等にイヤホンのケーブルが引っかかる。	

「周りがどんな曲を聴いているのかもっと手軽に知りたい」という声もある。

■ 03 調査報告 - Q13. 「音楽利用時の不満・使いにくさ」

興味深いと感じた意見

音楽と生活の密接な関わり合い
が故の意見ではないだろうか

食品の成分表のようにその楽曲にどんな楽器、エフェクトが使われているか知れるようになると曲の良さを伝えたり、新たな発見をしたりしやすくなると思う。

デジタル音源が増え手軽になったが、曲に対する使い捨て感が生まれた。大切さが減ったように思う。
類似：後世に語り継がれるべき曲を引き継ぐのが難しい。

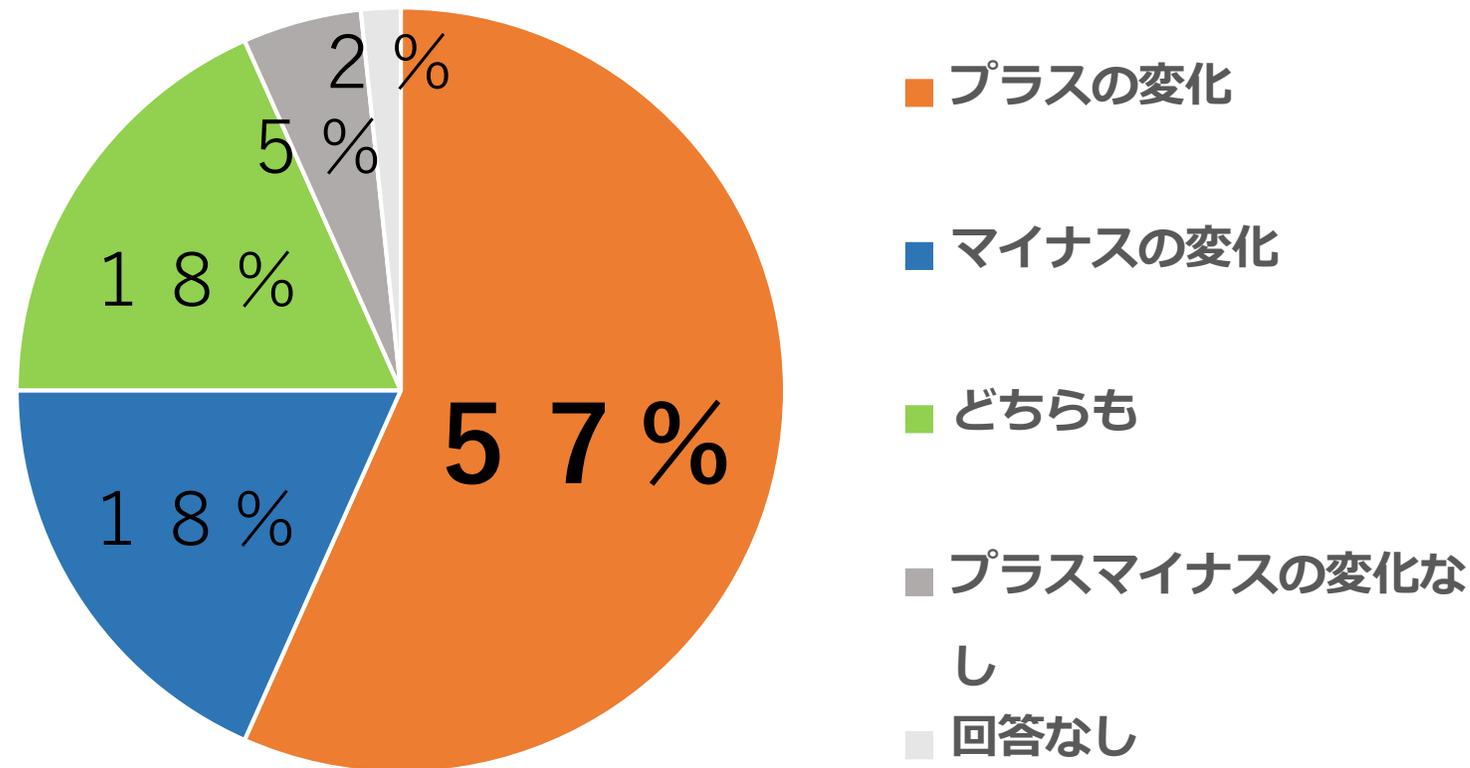
(自衛できないこともないが) 店内BGMが苦手な曲調だと入りにくかったり、居心地悪く感じたりしてしまう。

その他の不満点や使いにくさ

- 一定時間経つと、聴いていた曲の続きが再生できない。
- 運転中、曲の変更がしにくい。
- 楽器を弾く時、周りに配慮する。
- 携帯やパソコンを利用しないと音楽が聴きにくい。
(ウォークマンの方が好き。)
- スピーカーが古いため、大会時（競技ダンス）の音割れがひどい。

Q14. COVID-19（新型コロナウイルス感染症）の流行により、あなたの音楽生活に変化があれば教えてください。

自粛期間の音楽生活



半数以上がプラスの変化を感じており、
マイナスの変化のみを回答したのはわずか18%という結果になった。

■ 03 調査報告 - Q14. 「COVID-19による音楽生活の変化」

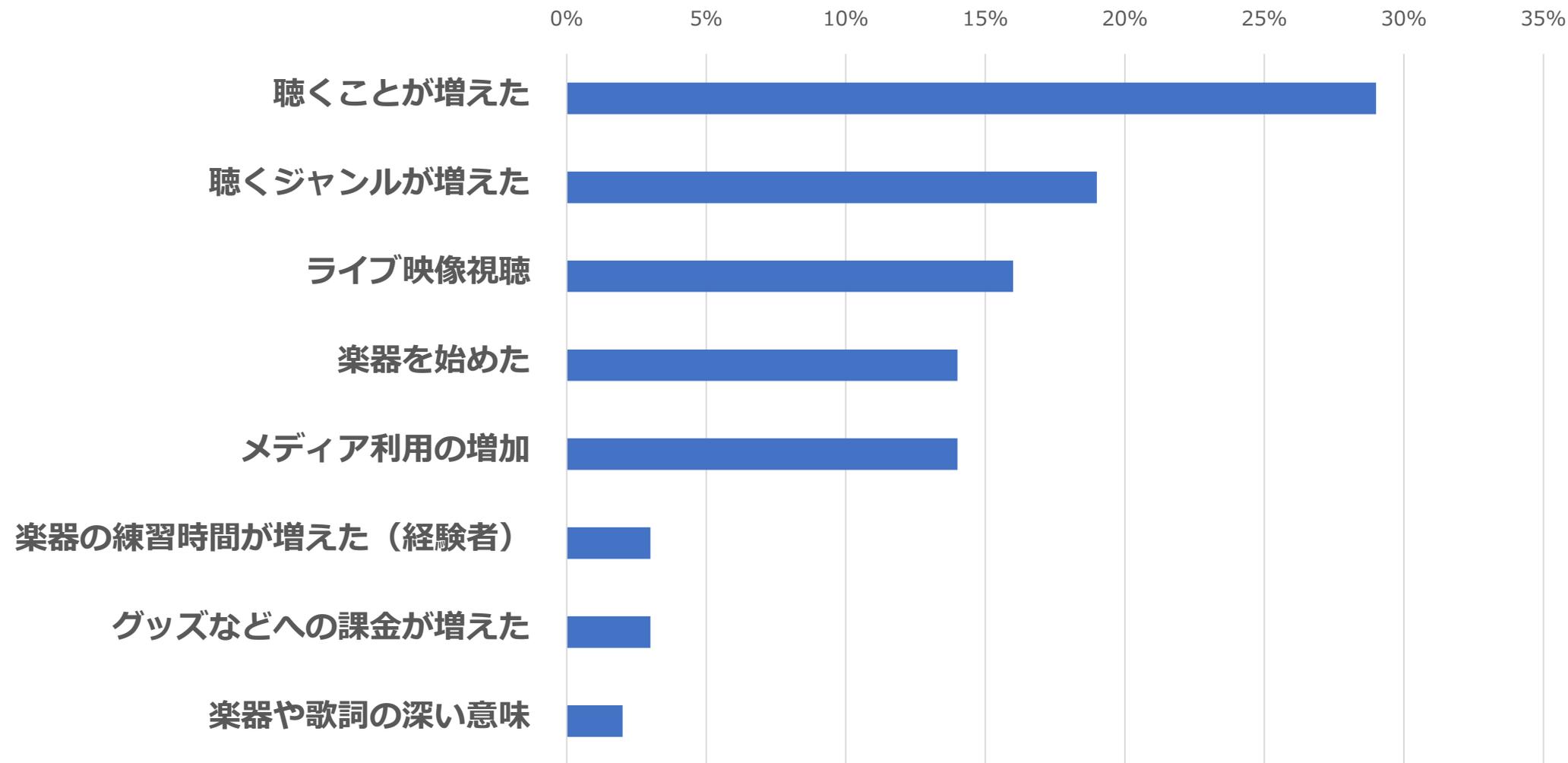
ポジティブな変化

		ポジティブ																		
		聴くことが増えた						聴くジャンルが増えた						ライブ映像視聴						
		時間が 増えた	家事しながら 聴く時間 が増えた	BGMとして 常に流す ようになった	ストレス解 消のために 聴くよう になった			ジャンルが 増えた	海外の音楽 を聴くよう になった	ジャンルが 増えた (YouTube から)	ジャンルが 増えた (ライブ映 像から)			ライブ映像 を楽しんで いる	無料のライ ブ映像を楽し んでいる	ライブ動画 を観て好き になりライ ブに行きた くなくなった				
全体	63	18	29%	13	2	2	1	12	19%	6	2	2	2	10	16%	3	4	3		

		楽器を始めた					楽器の練習時間が 増えた（経験者）		メディア利用の増加				グッズなどへの課 金が増えた		楽器や歌詞の深い意味 などに注目するよう になった				
		ギターを 始めた	歌を歌う ことが増 えた	作曲を した	ウクレレ を始めた	ピアノを 始めた			ラジオを聴 くようにな った	音楽番組の 視聴増加	YouTube の利用時間 増加								
		9	14%	3	2	2	1	1	2	3%	9	14%	2	1	6	2	3%	1	2%

※複数回答可

ポジティブな変化



ポジティブな変化に関する意見

- チケット代が返金されたことや、自粛期間で外でお金を使う機会が減ったことなどから、アーティストのグッズや有料コンテンツに費やす金額が増えた
- 家事の担当が増えたので、その分音楽を聴くタイミングが増えた
- YouTubeでライブを見ることで久しぶりに普段いかないライブに行きたくなった
- 普段よりも楽器の音や歌詞の意味を深掘するようになった

などの意見があった

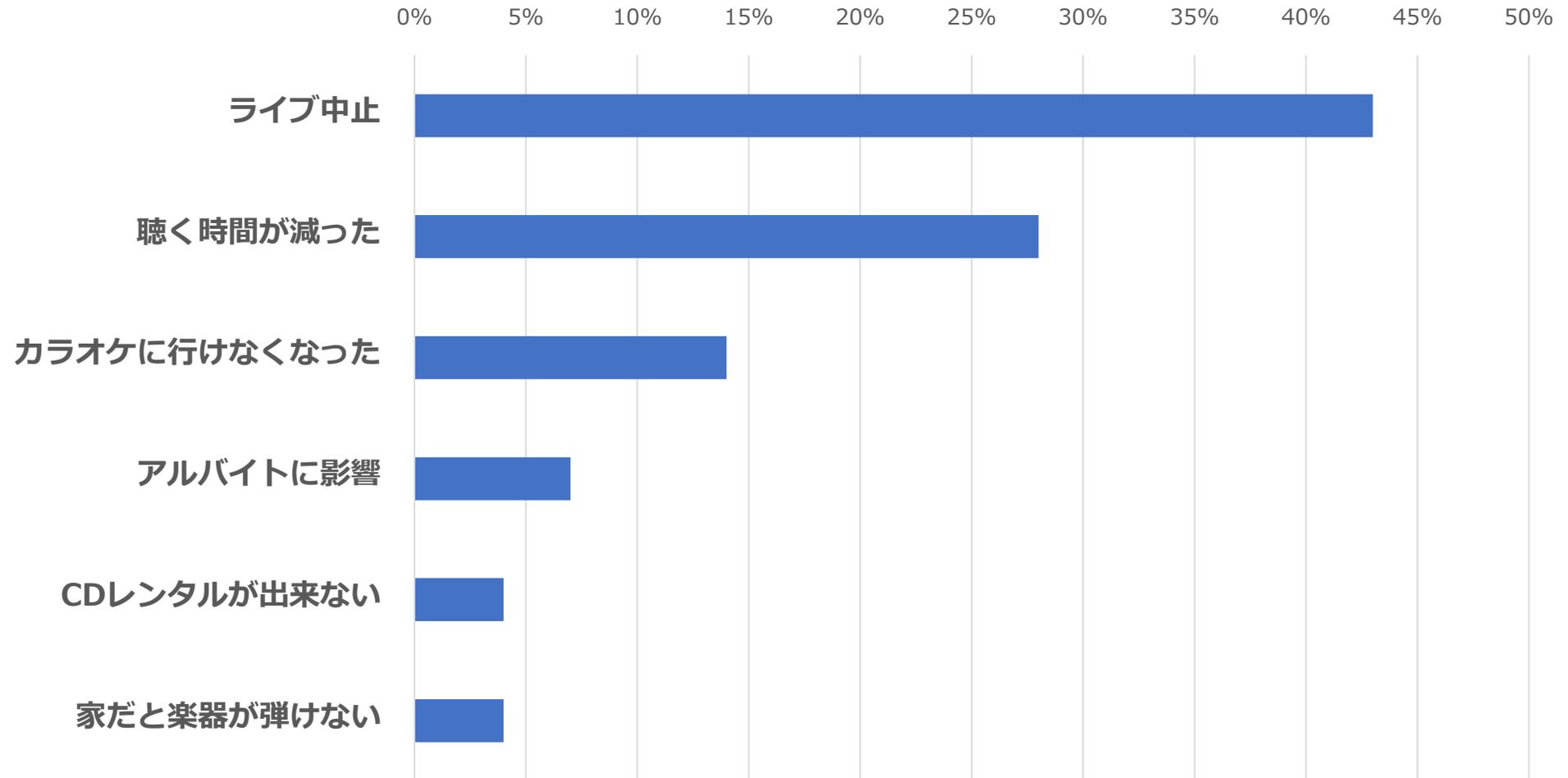
■ 03 調査報告 - Q14. 「COVID-19による音楽生活の変化」

ネガティブな変化

		ネガティブ																	
		ライブ中止				聴く時間が減った				カラオケに行けなくなった		アルバイトに影響			CDレンタルが出来ない		家だと楽器が弾けない		
				ライブが中止になった	出演予定ライブが中止			ながら聴きをしていたため聴く時間が減った	映像メインのものを好むようになった(アイドルなど)					レコード店	ライブハウス				
全体	28	12	43%	10	2	8	28%	7	1	4	14%	2	7%	1	1	1	4%	1	4%

※複数回答可

ネガティブな変化



ネガティブな変化に関する意見

- 外出時に聞くことが多かったので、少し音楽に触れる機会は減った
- (売り手側の意見) 職場で売上げが激減した。元々CDの小売業の売上げは年々減少傾向にあり、新型コロナの感染拡大は店にとって追い討ちをかけるようなことで、一部一人暮らしの方や、社員の方は生活がかなり大変になったと聞いた
- 移動時間が極端になくなり、映像ありきで好きなアイドルの音楽を見る機会は増えたが、耳で聞いていた音楽たちを聴く機会が減った

などの意見があった

■ 03 調査報告 - Q14. 「COVID-19による音楽生活の変化」

その他の意見

		その他					
		聴き方の変化			特になし	回答なし	
		落ち着いた曲を好むようになった	昔の曲を聴くようになった				
全体	6	2	1	1	3	1	

※複数回答可

- ・ 特に変化はないが、サブスク以外の方法で聴くことが増えた気がする
- ・ 日常の中で聞き続けやすい落ち着いた曲を聴いている

などの意見があった

■ 03 調査報告 - Q14. 「COVID-19による音楽生活の変化」

【考察】

- ポジティブな回答の約半数が**聴く時間やジャンルが増えた**といったものであった。おうち時間としてYouTubeや過去のライブ映像の配信を楽しんでいる人が多く、それがきっかけでジャンルの幅が広がったりより好きになることに繋がっていた。またQ10で音楽の情報源として映像メディアがトップを占めていたことから、おうち時間に映画やTVなどの映像コンテンツに触れる機会が増えたことも、音楽に触れることが増えた要因として考えられる。
- ネガティブな回答の40%が**ライブ産業の停止**に関する意見であった。しかし今回の調査からは、ライブが出来ないことはファンが離れる直接的原因になることは少ないと考えられる。回答の半数以上がポジティブな変化に関する回答であり、ライブに行けない分、配信されているライブ映像を見て楽しんだり、中にはその分のお金をグッズなどに課金するという意見もあった。

【考察】

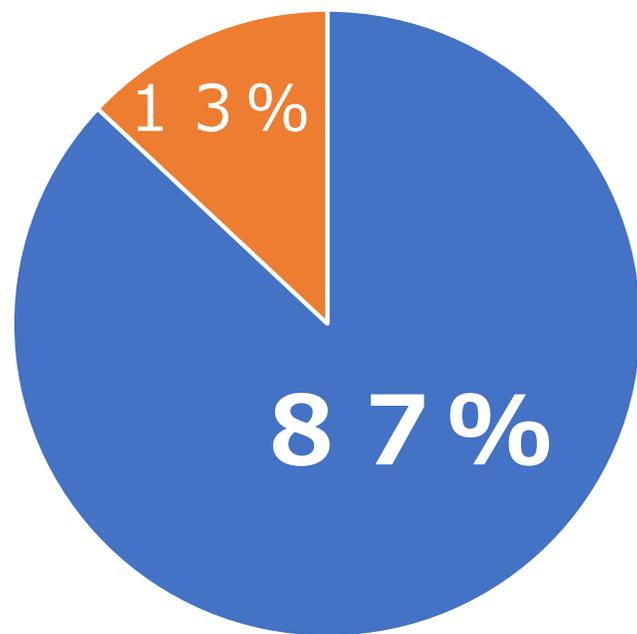
- 30%の人が聴く時間が減少したと回答し、その主な原因は移動中の「**～ながら聴き**」が無くなったことにあった。Q9でも音楽を視聴するタイミングのトップ3は移動中である。一方でポジティブな変化に着目すると、「家事や散歩をしながら」や「心をいやすため」といった回答がみられ、おうち時間を楽しむ一つの娯楽として、以前よりも能動的に音楽を聴く人が増えたのではないかと思われる。楽器をはじめたという回答も14%あり（特に男性に多かった）、ここからも人々の音楽への姿勢が変わってきていることが感じられる。
- 今回の調査では以前から音楽が好きで触れる機会の多い学生が多かったため、そうではない人々の傾向はまた変わってくるかもしれないと感じた。

(追加調査)

Q1. ステイホーム期間中に始めた生活習慣、
熱中した趣味や習い事などで、
いまでも継続していることはありますか？
それは、どんなことですか？

■ 03 調査報告 - 追加調査Q1. 「ステイホーム期間で継続した生活習慣」

今も継続していることがある/ない人



■ ある ■ ない

・ 90%近くの人が今も継続していることがある

・ 大多数の人が新型コロナウイルスの流行をきっかけに新しく始め、継続している

■ 03 調査報告 - 追加調査Q1. 「ステイホーム期間で継続した生活習慣」

ステイホーム期間中に始め継続している趣味一覧

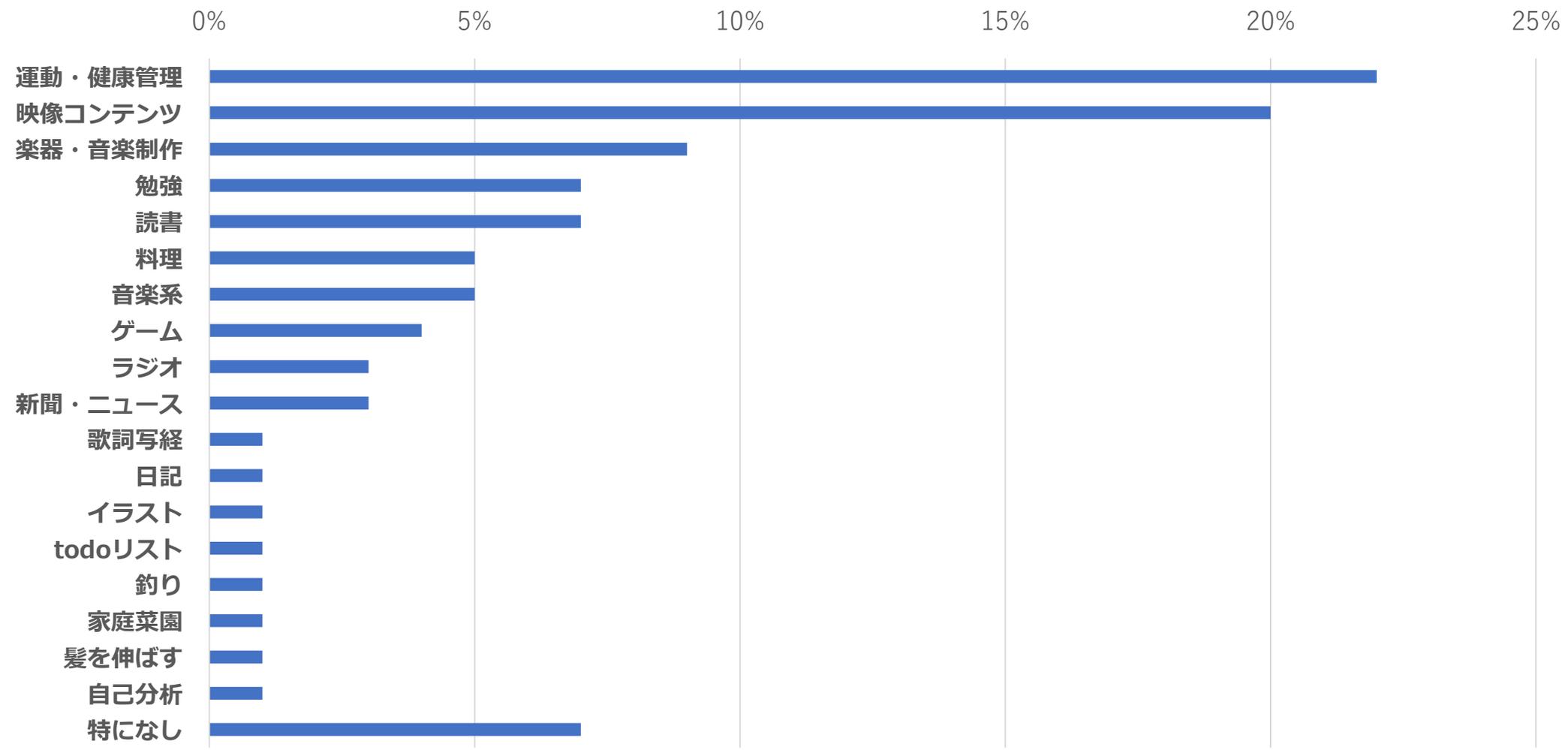
合計		自粛中に新たに始めたこと																		
		運動・健康管理										映像コンテンツ								
		運動	ランニング ウォーキング	筋トレ ストレッチ	食事管理	ダイエット	ダンス	自転車	アニメ	映画	韓国ドラマ	YouTube	ライブ映像	LIVE配信	スポーツ観戦					
77	17	22%	2	3	6	2	2	1	1	15	20%	4	2	1	5	1	1	1		

合計		楽器・音楽制作					勉強				読書		料理		音楽系					
		ギター	ウクレレ	作曲	韓国語	オンラインサロン	現代アートの学習	プログラミング	音楽を聴く	新しいバンドを探す	レコードの収集	洋楽を聴く								
		7	9%	5	1	1	5	7%	2	1	1	1	5	7%	4	5%	4	5%	1	1

合計		ゲーム	ラジオ	新聞 ニュース	歌詞写経	日記	イラスト	todo リスト	釣り	家庭菜園	髪を伸ばす	自己分析	特になし						
		3	4%	2	3%	2	3%	1	1%	1	1%	1	1%	1	1%	1	1%	5	7%

03 調査報告 - 追加調査Q1. 「ステイホーム期間で継続した生活習慣」

ステイホーム期間中に始めた継続している趣味の割合



【意見】

- 好きな歌詞や詩の写経を始めました。…集中力がつきますし、精神統一にもなるのでコロナによる自粛のストレスも軽減した気がします。歌詞写経を通じて美しい言葉に触れる時間はとても心が癒されます。
- 台湾映画を見て見たが、これはまた、日本と異なる台湾特有の雰囲気や、文化性を見られることができとても新鮮な衝撃であった。
- 進路のこともあり、内向的なことを考える機会が増えた。家にいるというのが関係してると思う。
- 特にありません。むしろ以前より興味がなくなることの方が多く感じます。自分の好きなグループに会ったり見たりする機会が一気に減ってしまいました。…そのようなことが原因で、アイドルへの興味が徐々に薄れていっています
- スマホの利用時間が増加した

などの意見があった

■ 03 調査報告 - 追加調査Q1. 「ステイホーム期間で継続した生活習慣」

【結果】

- 運動・健康管理、楽器、勉強、新聞・ニュースなど**自分の能力や知識の向上**に繋がることが半数近くを占めた。特にアート、写経、楽器・音楽制作など**クリエイティブな能力向上**に努める人も目立った。
- 何かを学ぶ人の中には自粛がきっかけで配信されている**オンラインのコンテンツ**を利用している人もいた。
- 自粛期間が台湾映画、洋楽、韓国ドラマなど**海外のコンテンツ**を知り、その後も好きになるきっかけになることも多かった。
- 生活リズムが変わったり、自分に対する考え方が変わったという人もいた。

【考察】

- 自粛期間が何か能力の習得やダイエットなど時間をかけて行うものに挑戦するきっかけになったのではないか。そして日数をかけられたことでそれらが習慣化することで続けやすくなったのだと思われる。
- Q14でもYouTubeなどの映像メディア・ラジオなどの利用増加が見え、今回の追加調査でもそれらを継続している人が多くいた。映像・音楽・ラジオなどのエンタメコンテンツの利用が増加した人は、自粛期間後も継続して利用している傾向があるのではないか。

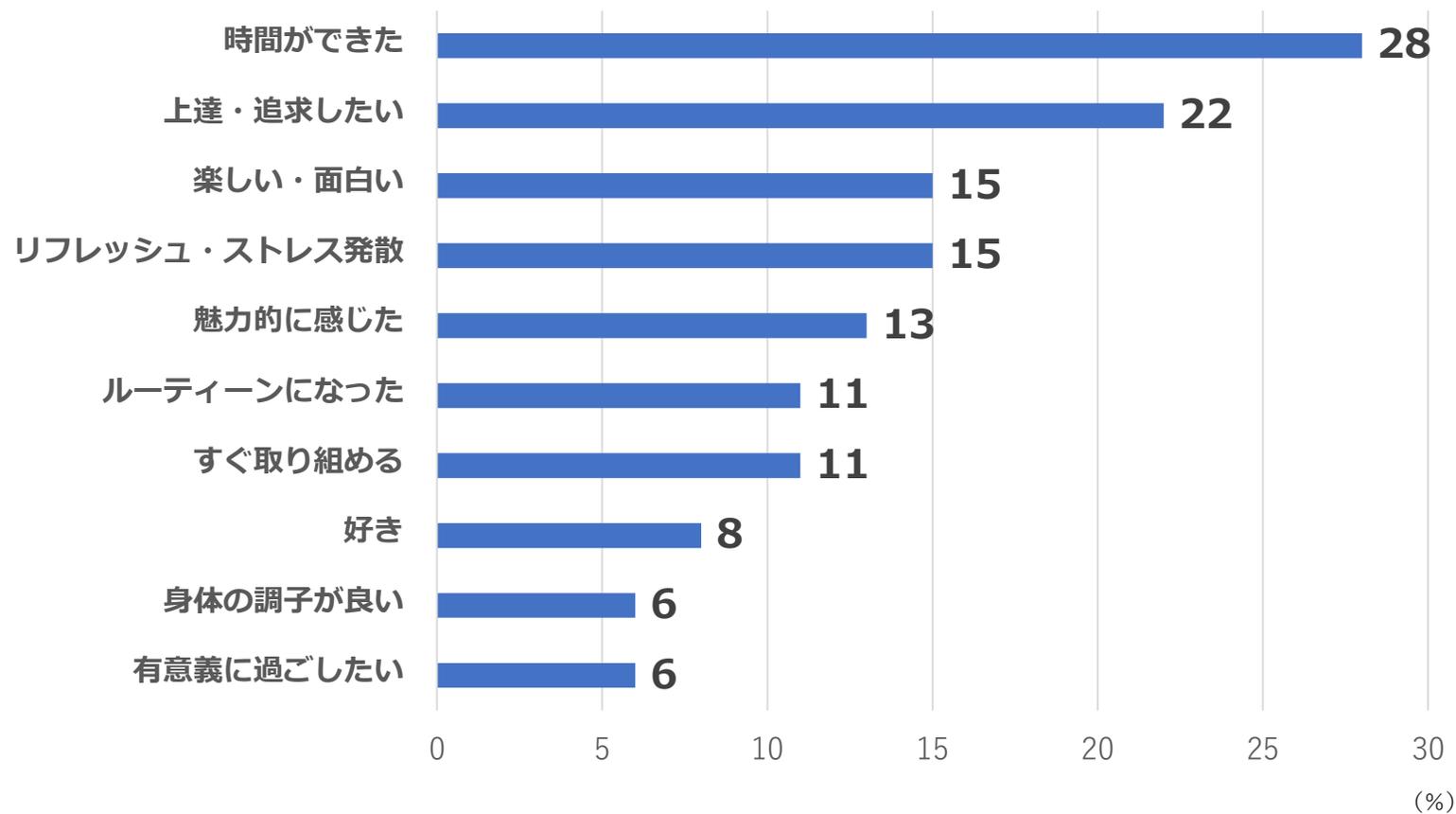
(追加調査)

Q2.Q1であげたものを継続することができる理由
は、どんなことに理由があると思いますか？

03 調査報告 - 追加調査Q2. 「継続理由」

継続理由

継続理由の内訳



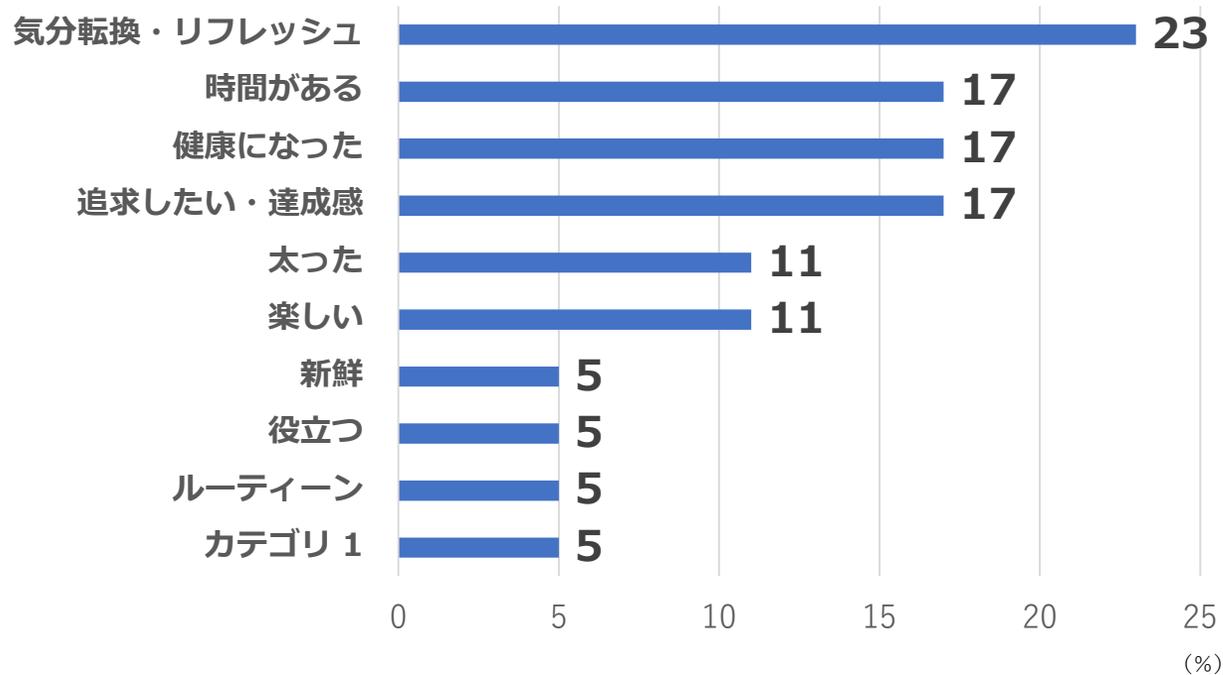
その他

- ・今しかできない
- ・人と接触する必要がない
- ・周りが何かしらに取り組んでいて、焦った

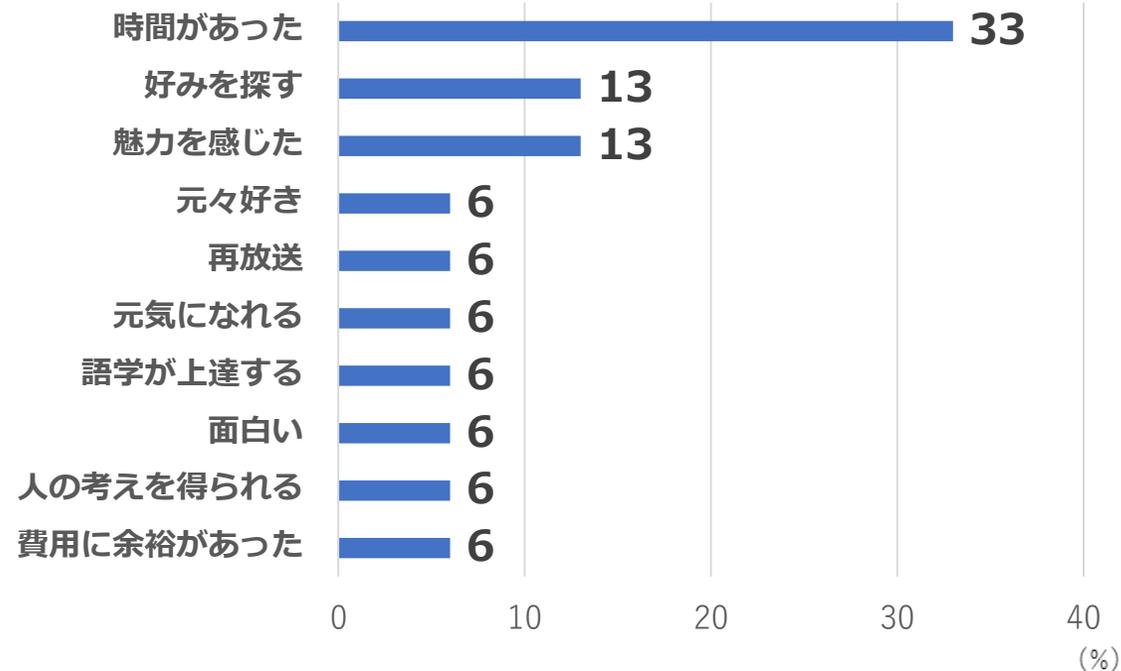
など

継続理由（ジャンルごと）

運動・健康管理

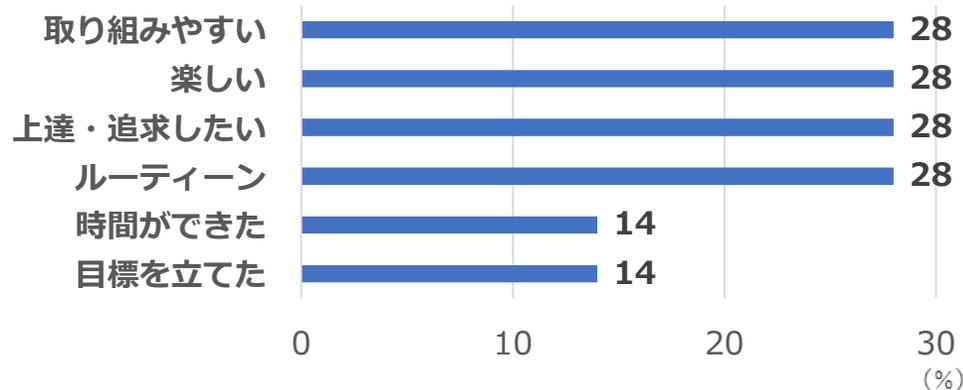


映像コンテンツ



03 調査報告 - 追加調査Q2. 「継続理由」

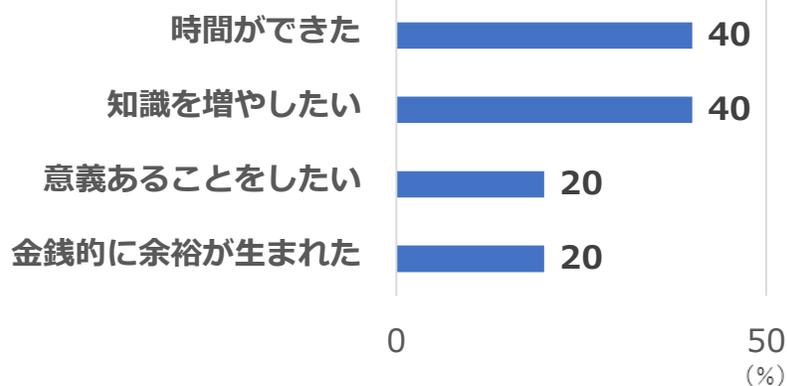
楽器・音楽制作



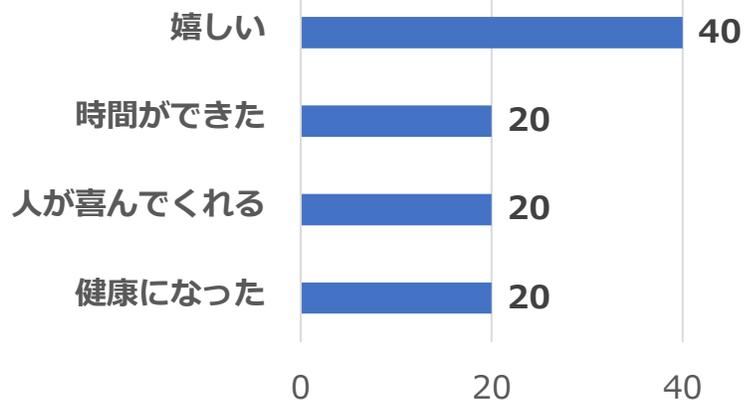
勉強



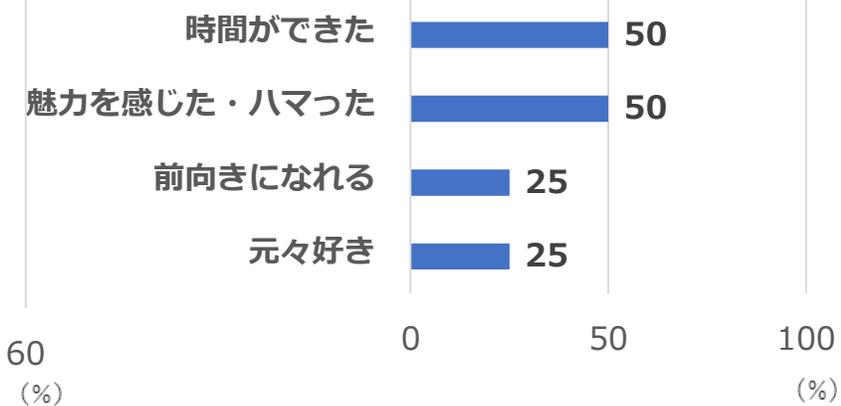
読書



料理



音楽系



少数意見

4% (3票)

ゲーム：手軽、無料、楽しい、新作が出た、オンラインでできる

3% (2票)

ラジオ：家にいる時間が増えた (2票)、前向きになれる、魅力を感じた

3% (2票)

新聞・ニュース：新型コロナウイルス流行をきっかけに将来を考えた、関連SNSをフォローした、家にいるから、政治について知らないのを実感した

■ 03 調査報告 - 追加調査Q2. 「継続理由」

1% (1票)

歌詞写経：取り組みやすい、楽しい

日記：一日の終わりを感じられる、心が落ち着く、ルーティーン

イラスト：上手くなれる、面白い

To Doリスト：達成感がある、有効的に過ごせる

釣り：好き、人と接触しない

家庭菜園：時間ある、もっと育てたい

髪を伸ばす：人目を気にする必要がない、今しかできない、憧れ

自己分析：家にいるから

■ 03 調査報告 - 追加調査Q2. 「継続理由」

【考察】

- ・少数意見以外の全てのジャンルにおいて、「時間があつた」という理由が挙げられている。

→外出自粛、オンライン授業、アルバイト先の臨時休業等が要因であると考えられる。

- ・「運動・健康管理」のジャンルで「気分転換・リフレッシュ」（23%）の理由が最も多い。

→自粛疲れや新たな生活様式が関係しているだろう。

- ・「楽器・音楽制作」のジャンルで「楽しい」（28%）、「上達・追求したい」（28%）等の理由が最も多い（他のジャンルでも「嬉しい」「知識を増やしたい」「元気になれる」等が上がっている。

→何かを継続するためにはポジティブな感情が大きな役割を果たしているとは推測できる。

- ・多様なジャンルが挙げられている。

・個々のジャンルごとの好きか悪いか、やるべきか行っていないか期間で分けてみる。

おわり

－クリエイタービジネス論リサーチプロジェクト2020－

