

IFPI「Music Consumer Insight Report 2018」を発表

IFPI(国際レコード産業連盟)は、イギリス時間10月9日、消費者調査「Music Consumer Insight Report 2018」を公表した。本調査は、IFPIが毎年実施しているもので、IFPIと調査会社AudienceNetにより、音楽サービスの利用実態や利用意向を探ることを目的に、世界18カ国のインターネットユーザーを対象に行われたもので、今号では抜粋版を紹介する。

2018年調査概要：音楽は日々の生活に欠かせないもの

- 平均して週に17.8時間、1日に2.5時間、音楽を楽しんでいる
- 86%がオンデマンド型ストリーミングサービスで音楽を聴いている
- 16歳～24歳の50%が、音楽を聴く方法を1つ選ぶとしたら音楽ストリーミングサービスを選択する
- 75%が音楽を聴くためにスマートフォンを用いる
- 38%が著作権を侵害する方法で音楽を入手している

若年層は音楽と密接な関係にある

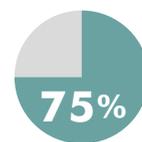
16～24歳の若年層には、特に音楽との強い結びつきがみられる。場面別で音楽を聴く割合を調査すると、若年層は全年齢平均を上回っていることが分かる。



音楽とテクノロジーの関わり

スマートフォンからAIスピーカーまで、デバイスから世界中とつながることで音楽体験は拡大する。レコード会社は何百もの音楽配信サービスにライセンスすることで、ユーザーはどこにいても自分の好きな音楽にアクセスすることが可能となる。音楽聴取時間全体のうち、27%はモバイル端末を利用しており、16～24歳に「もし音楽聴取のために1つだけ利用できるとしたら？」と質問を投げると、58%がスマートフォンを利用すると選択した。

●スマートフォン利用における音楽聴取の割合 (全年齢平均)



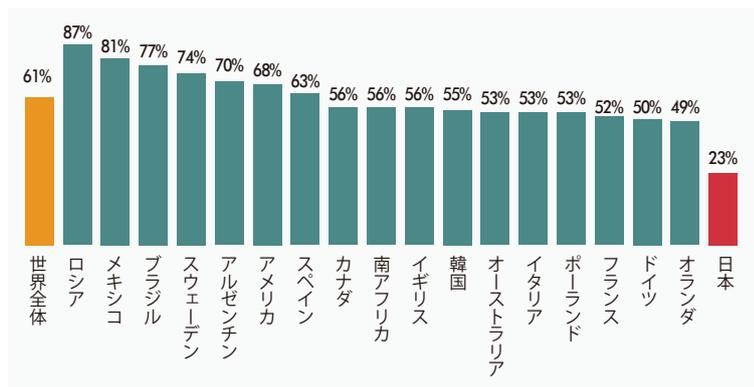
※16～24歳の若年層ではその割合は94%に跳ね上がる

オンデマンド型ストリーミングサービスが世界的に音楽市場を牽引

ライセンスされたオンデマンド型ストリーミングサービスは、世界中で定着している。86%のユーザーは、オーディオまたはビデオを問わずオンデマンド型ストリーミングサービスで音楽を楽しんでおり、特に16～24歳の57%が有料オーディオストリーミングサービスを利用している。

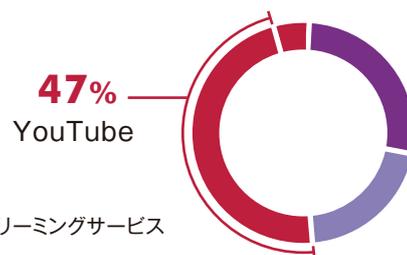
●オーディオストリーミングサービスの利用率

最もサービスが根付いているのはロシアで、最も利用率が低いのは日本となった。なお、本データにはビデオストリーミングサービスは含まれない。



●ビデオストリーミングサービスが占める割合

オンデマンド型ストリーミングサービスの半数以上(52%)はビデオストリーミングサービスが占める。47%はYouTubeによる音楽聴取。



- 52% ビデオストリーミングサービス
- 28% 有料オーディオストリーミングサービス
- 20% 無料オーディオストリーミングサービス

著作権侵害は依然として重大な問題

音楽に投資・創作する人々に対価を払わず、合法的サービスの妨げとなるストリーミングリッピングサイトに対し、全世界的にレコード会社は対策を講じていく。いくつか対策の成功事例はあるものの、問題は未解決のままである。

著作権侵害ではストリーミングリッピング(※)によるものが最も多い



ストリーミングリッピングによるダウンロード



サイバーロッカー型またはP2Pサービスを利用したダウンロード

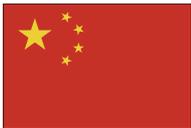


検索エンジンで著作権侵害コンテンツを検索

※ストリーミングリッピング…ストリーミングのみで提供されている映像および音楽を、その意図に反して端末への複製を可能にする無許可サービス。

FOCUS ON

近年、市場拡大が続く中国とインドについては、今回の調査実施地域である18カ国には含まれていないが、別途集計がなされた。



中国
CHINA

- 96%のユーザーがライセンスされた音楽を楽しんでいる
- 89%のユーザーがライセンスされたオーディオストリーミングサービスを利用している
- 音楽聴取平均は週に15.4時間

●音楽を楽しむために使用されるアプリとその利用率

WeChat 65%

QQ 64%

Weibo 62%

<参考> 音楽について話すのに使用されるソーシャルネットワークサービス(世界全体)

- WhatsApp…35%
- Instagram…23%
- Facebook…30%



インド
INDIA

- 96%のユーザーがライセンスされた音楽を楽しんでいる
- 96%がスマートフォンを利用して音楽を楽しんでおり、世界最高の比率となっている
- 95%がオンデマンドストリーミングサービスを利用している

●インドで好まれる音楽ジャンル

- 1 Bollywood new
- 2 Bollywood old
- 3 Indian classical music
- 4 Pop
- 5 Rock

<参考> 文化的影響を受け、自国ジャンルの音楽を楽しむ国は多い



日本 66%
JAPAN



韓国 62%
KOREA



フランス 69%
FRANCE



ポーランド 28%
POLAND

調査概要

実施地域	世界18カ国 (アメリカ、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、イタリア、オランダ、スウェーデン、ポーランド、ロシア、オーストラリア、日本、韓国、ブラジル、アルゼンチン、メキシコ、南アフリカ)
対象	16~64歳のインターネットユーザー
サンプル数	各国1,000サンプル(ブラジルは2,000サンプル)、合計19,000サンプル
実施期間	2018年5月~6月

▼IFPI releases 2018 music consumer insight report (full report)

<https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf>