

**音楽の聴取方法は「インターネット動画配信サイト」が最多。
普段音楽を聴く人のうち、オンラインライブの利用経験は19.7%、20代では3割超**

- 音楽に関する調査 -

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20210518/>

楽天インサイト株式会社は、「音楽に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2021年4月9日（金）から4月11日（日）の3日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に行いました。新型コロナウイルスの感染拡大による音楽の聴取環境に関する変化の実態を調査しました。

（注）本レポートでは、「総務省 人口推計（2019年10月1日現在）」をもとにしたウェイトバック集計（以下「WB」）を行っています。

■□ 調査結果 □■

■ 普段音楽を聴く頻度は「ほぼ毎日」が4割弱。音楽を聴く1日の平均時間は50分程度、20代では1時間以上

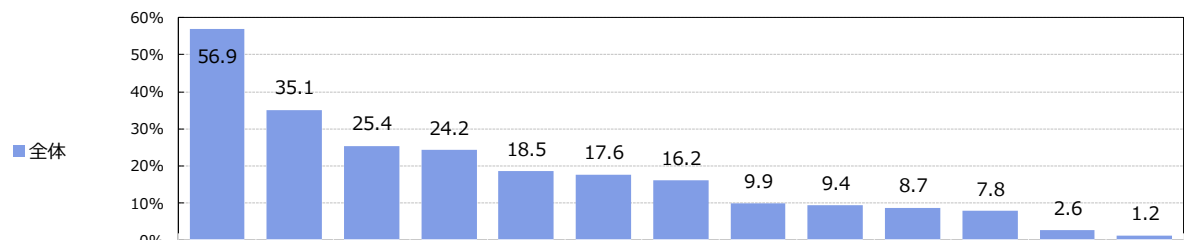
普段音楽を聴く頻度を聞いたところ、37.7%が「ほぼ毎日」と回答した。20代が特に多く、61.5%がほぼ毎日音楽を聴いていることがわかった。また、普段音楽を聴く人に音楽を聴くシーンを聞いたところ、「車の運転中」と回答した人が最も多く56.9%となり、次いで「家事をしながら」（35.1%）、「電車やバスなど移動中」（25.4%）、「自宅での仕事・勉強中」（24.2%）が続いた。音楽を聴く時間について、1日あたりの平均時間は平日が51分、休日が54分とほぼ同程度となった。20代は聴取時間が他年代より長い傾向にあり、1日あたりの平均時間は平日が68分、休日が78分となった。

◇ 普段音楽を聴く頻度（n=1,000：全員回答）単一回答 単位：%

		WB前 (n)	WB後 (n)	ほぼ毎日	週に4~5日 程度	週に2~3日 程度	週に1日 程度	月に2~3日 程度	月に1日 程度	2~3か月に 1日程度以下	まったく 聴かない		
全体		(1,000)	(1,000)	37.7	11.2	17.1	12.1	6.1	3.8	4.8	7.1		
性別	男性	(500)	(504)	38.3	12.2	16.5	11.0	6.0	4.8	3.9	7.4		
	女性	(500)	(496)	37.1	10.2	17.8	13.3	6.1	5.8	6.8			
年代	20代	(200)	(163)	61.5	8.5	10.4	8.1	3.0	4.6				
	30代	(200)	(183)	41.0	10.5	19.0	12.4	4.5	5.5	5.1			
	40代	(200)	(237)	31.0	18.5	18.0	10.0	5.5	4.0	5.0	8.0		
	50代	(200)	(209)	32.0	9.5	18.0	14.5	7.5	5.0	4.5	9.0		
	60代	(200)	(208)	29.5	7.5	19.0	15.0	9.0	5.5	6.6	8.1		

*3%未満のグラフスコアは非表示

◇普段音楽を聴くシーン (n=929：普段音楽を聴く人) 複数回答 単位：%

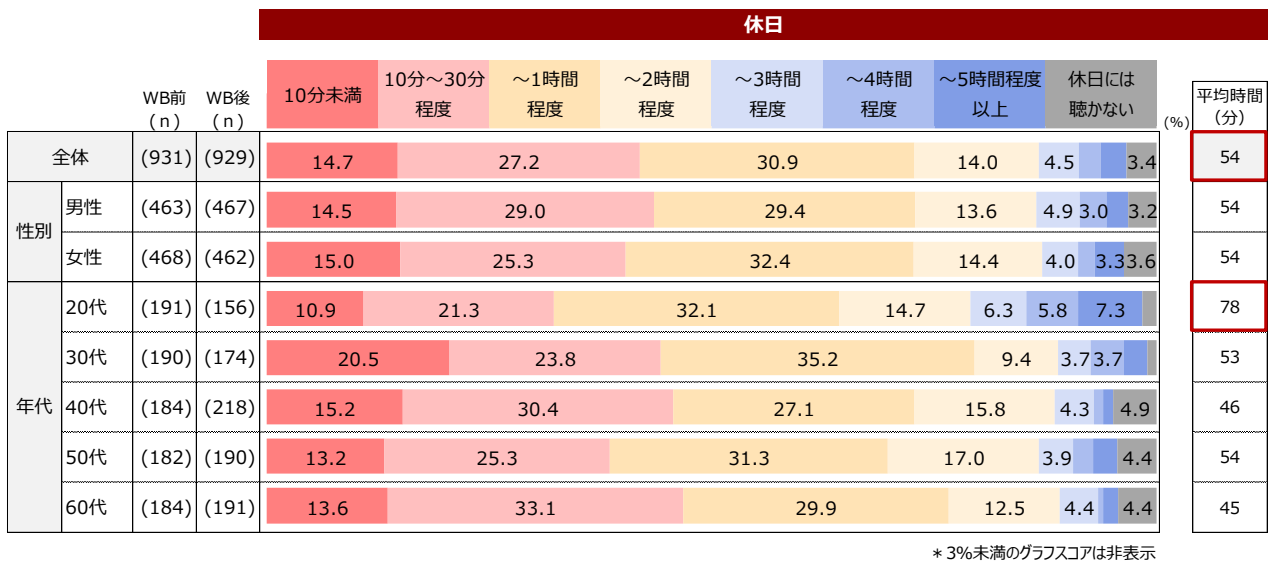
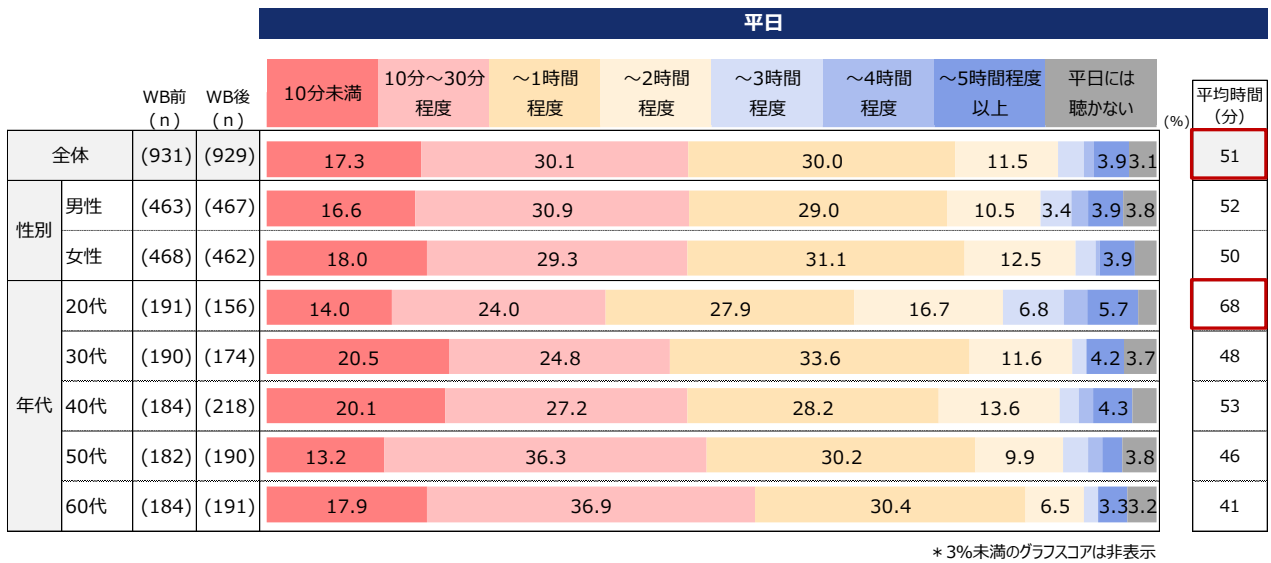


		WB前 (n)	WB後 (n)	車の運転中に聴く	家事をしながら聴く	電車やバスなど移動中に聴く	自宅での仕事・勉強中に聴く	寝る前に聴く	自宅以外で聴く	自宅以外で聴く	お風呂に入りに聴く	朝の支度中に聴く	職場・学校などで聴く	自宅以外で聴く	自宅以外で聴く	その他
全体		(931)	(929)	56.9	35.1	25.4	24.2	18.5	17.6	16.2	9.9	9.4	8.7	7.8	2.6	1.2
性別	男性	(463)	(467)	59.8	20.7	26.7	28.8	21.0	17.5	16.3	8.5	8.8	10.1	8.6	2.5	1.4
	女性	(468)	(462)	54.0	49.7	24.1	19.7	16.0	17.7	16.1	11.3	10.0	7.3	7.1	2.6	1.1
年代	20代	(191)	(156)	51.4	44.8	46.7	32.6	28.9	16.2	23.3	22.5	18.8	17.9	5.2	7.8	0.5
	30代	(190)	(174)	59.1	45.6	30.5	25.4	17.9	10.5	18.4	10.5	13.1	9.5	5.8	3.7	0.5
	40代	(184)	(218)	55.5	28.1	23.9	21.2	16.4	19.6	11.4	7.0	7.1	7.6	9.2	0.5	1.6
	50代	(182)	(190)	57.7	30.1	24.2	22.5	15.9	17.6	16.5	8.8	6.6	6.1	7.7	1.1	0.6
	60代	(184)	(191)	60.3	30.8	6.4	21.5	15.7	22.8	13.5	3.3	3.8	4.3	10.3	1.1	2.7

※全体で降順ソート

*■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

◇普段音楽を聴いている時間 (1日平均) (n=929：普段音楽を聴く人) 単一回答 単位：%

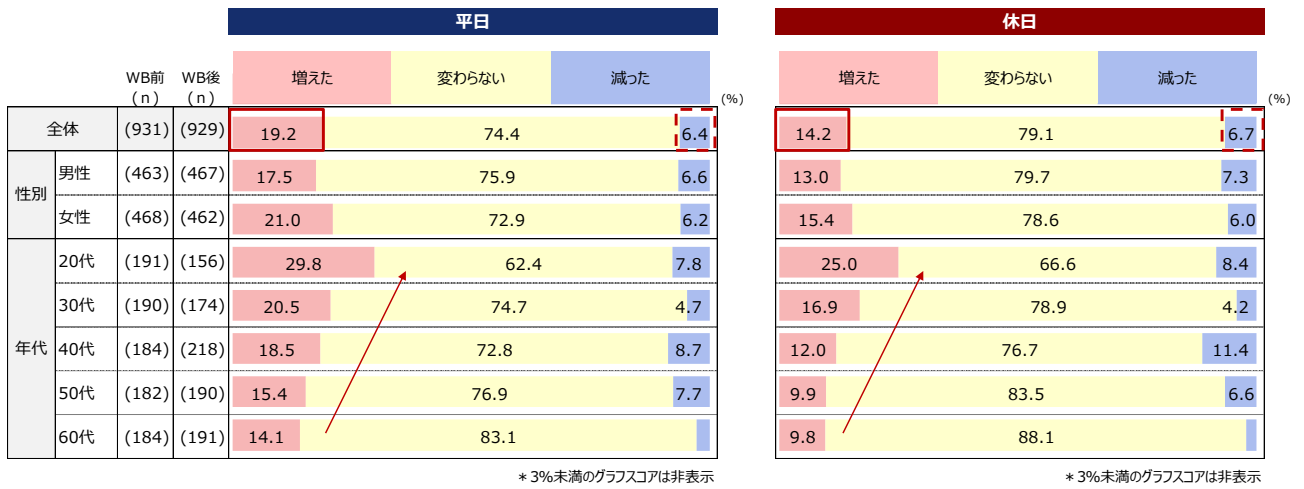


■ 平日の音楽聴取時間は「増えた」人が 19.2%。音楽聴取が増えたシーンのトップは「家事をしながら」。
減ったシーンのトップは「電車やバスなど移動中」

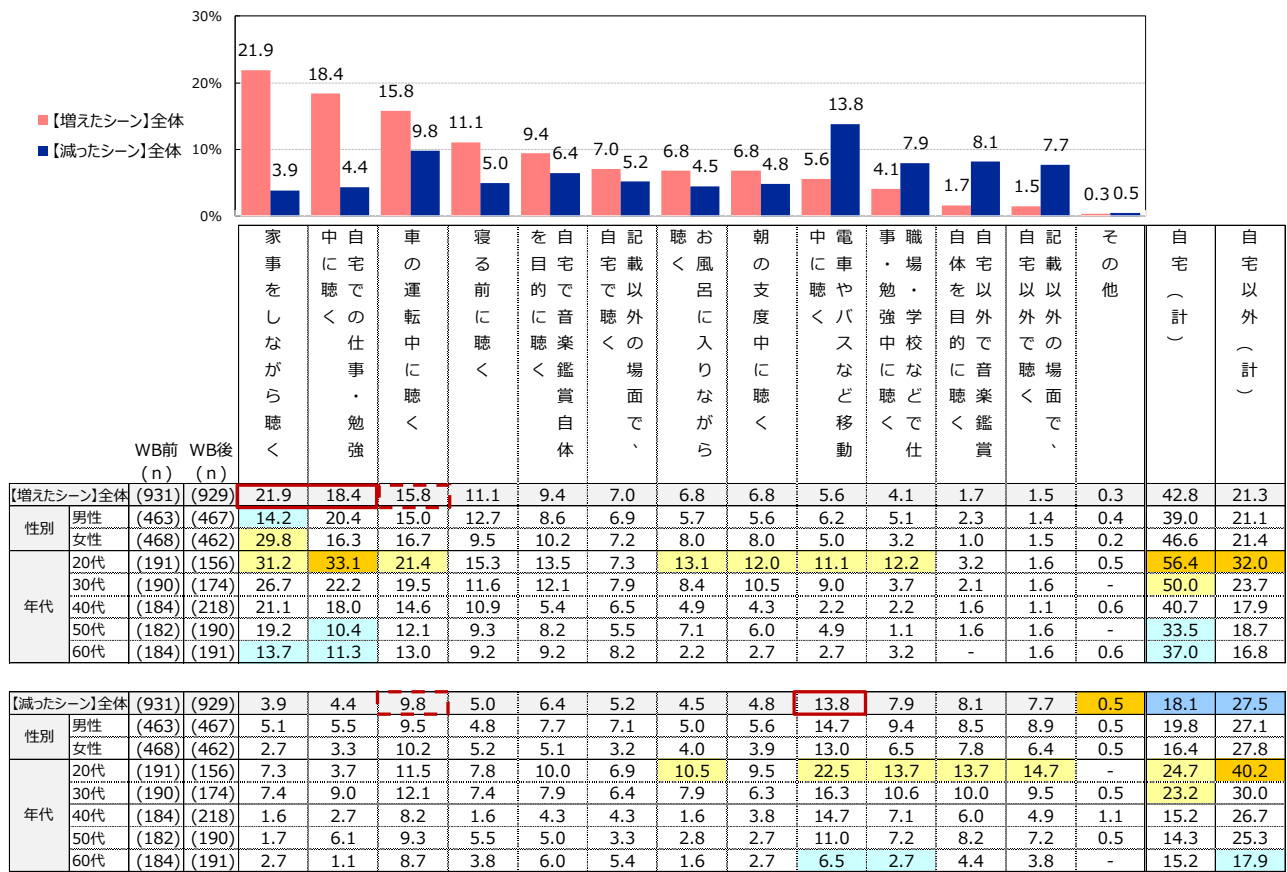
普段音楽を聴く人に、第1回目の緊急事態宣言が発出された2020年4月よりも前と比較した音楽の聴取時間の変化を聞いたところ、平日で「増えた」人は19.2%、休日で「増えた」人は14.2%となった。「減った」人は平日が6.4%、休日で6.7%とほぼ同程度だった。また、若い年代ほど「増えた」と回答した割合が多かった。

2020年4月以降に音楽の聴取時間が増えたシーンは、「家事をしながら」と回答した人が最も多く21.9%、次いで「自宅での仕事・勉強中」(18.4%)となった一方で、減ったシーンは「電車やバスなど移動中」と回答した人が最も多く13.8%、次いで「車の運転中」(9.8%)となった。新型コロナウイルスの感染拡大と緊急事態宣言発出による在宅時間の増加、および外出機会減少の影響がうかがえる結果となった。

◇第1回緊急事態宣言（2020年4月）前と比較した音楽聴取時間の変化（n=929：普段音楽を聴く人）単一回答 単位：％



◇2020年4月以降に音楽聴取が増えたシーン・減ったシーン（n=929：普段音楽を聴く人）複数回答 単位：％



※【増えたシーン】全体で降順ソート

※「あてはまるものはない」を除く

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

*小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合がある

■音楽の聴取方法は「インターネット動画配信サイト」が最多。20代はその他に「ストリーミング型定額制」、「ダウンロード型」の音楽配信サービスの利用者が多い傾向

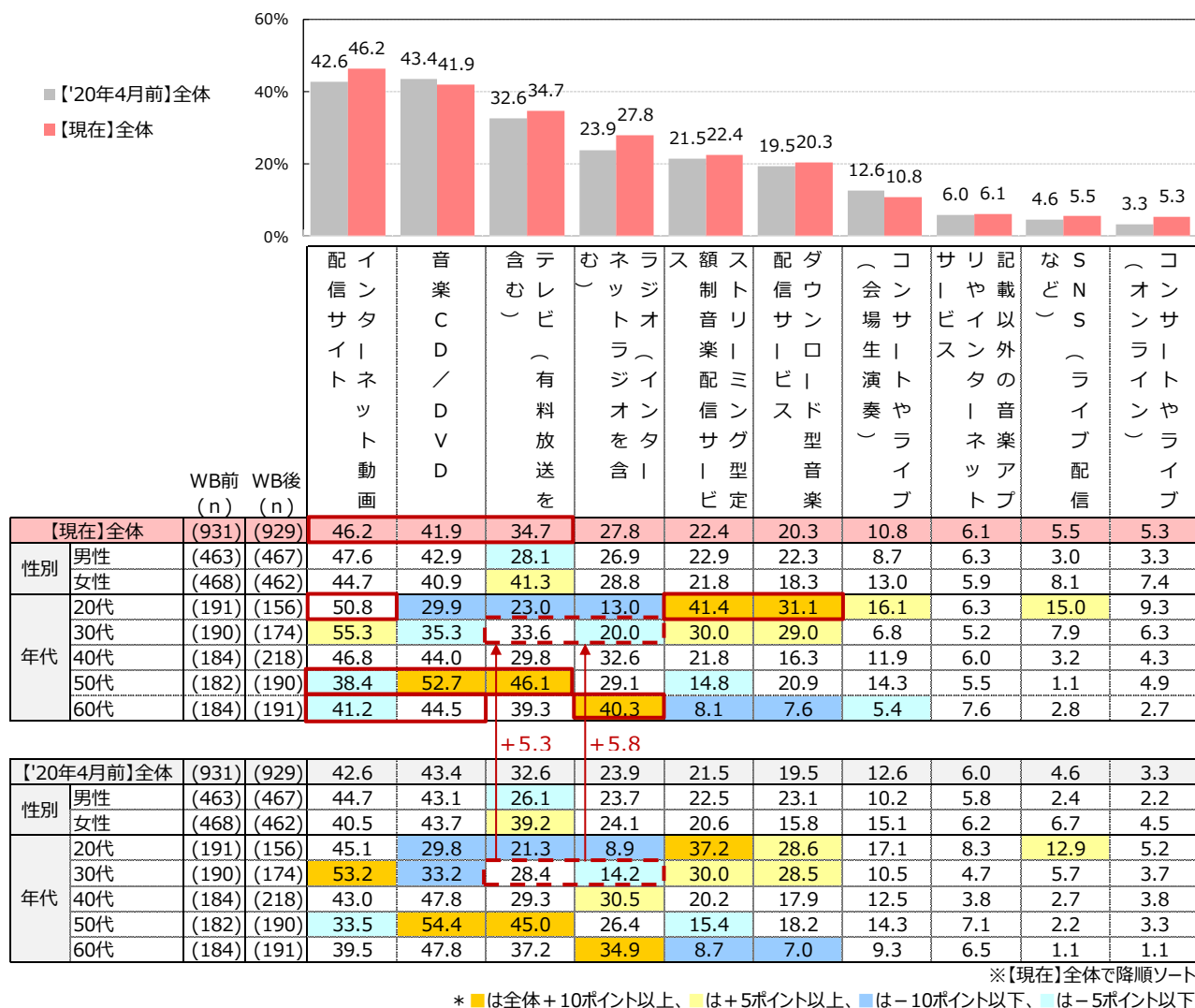
普段音楽を聴く人に音楽の聴取方法を聞いたところ、「インターネット動画配信サイト」と回答した人が最も多く46.2%となり、次いで「音楽CD / DVD」(41.9%)、「テレビ」(34.7%)が続いた。

年代別でみると、20代は「インターネット動画配信サイト」(50.8%)、「ストリーミング型定額制音楽配信サービス」(41.4%)、「ダウンロード型音楽配信サービス」(31.1%)の順で利用者が多かった。他方、50代は「音楽CD / DVD」(52.7%)、「テレビ(有料放送を含む)」(46.1%)、「インターネット動画配信サイト」(38.4%)、60代は「音楽CD / DVD」(44.5%)、「インターネット動画配信サイト」(41.2%)、「ラジオ(インターネットラジオを含む)」(40.3%)の順となり、年代によって聴取方法の傾向に違いがみられた。

2020年4月より前の聴取方法と比較すると、全体では大きな増減はないが、年代別では30代が「テレビ(有料放送を含む)」(現在:33.6%、2020年4月以前:28.4%)、「ラジオ(インターネットラジオを含む)」(現在:20.0%、2020年4月以前:14.2%)でそれぞれ5ポイント以上上昇した。

◇現在利用している音楽聴取方法と2020年4月より前に利用していた音楽聴取方法 (n=929: 普段音楽

を聴く人) 複数回答 単位：%



※【現在】全体で降順ソート
* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■音楽を聴くためにお金を使っている人は4割超。1回目の緊急事態宣言以前と比べ、使う金額は「変わらない」と回答した人が多数。「オンラインライブ」への課金は増加

普段音楽を聴く人に、音楽を聴くためにお金を使うかどうかを聞いたところ、「お金を使っている」と回答した人は42.9%となった。また、20代は「お金を使っている」と回答した人が過半数で、59.3%だった。

1カ月の利用金額について、音楽を聴くために「お金を使っている」と回答した人に絞ってみると、1カ月の平均金額は2,651円となった。年代別では20代と50代が高い傾向にあり、それぞれ3,442円、3,206円だった。

普段音楽を聴く人に、第1回目の緊急事態宣言が発出された2020年4月よりも前と比較して音楽を聴くために使うお金の变化を聞いたところ、85.4%が「変わらない」と回答した。「増えた」(5.5%)および「減った」(9.1%)割合はそれぞれ1割未満だが、年代別で見ると、20代は11.1%が「増えた」と回

答しており、他の年代より割合が高い結果となった。

提示した音楽の聴取方法を現在使っている、または2020年4月より前に使っていたと答えた人を対象に、音楽の聴取方法別に金額の増減を聞いたところ、アーティストのコンサートやライブについて「会場での生演奏」を聴くために使う金額が「減った」と回答した人が68.5%となった一方で、「オンラインライブ」に費やす金額が「増えた」と回答した人は61.0%となった。また、「ダウンロード型音楽配信サービス」、「ストリーミング型定額制音楽配信サービス」に費やす金額が「増えた」と回答した人はそれぞれ13.7%、14.4%となった。

◇普段音楽を聴くためにお金を使うかどうか (n=929：普段音楽を聴く人) 単一回答 単位：%

		WB前 (n)	WB後 (n)	お金を使っている	お金を使わない
全体		(931)	(929)	42.9	57.1
性別	男性	(463)	(467)	45.6	54.4
	女性	(468)	(462)	40.1	59.9
年代	20代	(191)	(156)	59.3	40.7
	30代	(190)	(174)	43.2	56.8
	40代	(184)	(218)	46.2	53.8
	50代	(182)	(190)	41.2	58.8
	60代	(184)	(191)	27.0	73.0

*3%未満のグラフスコアは非表示
*「お金を使っている」は金額1円以上の回答の計

◇音楽を聴くために使う1カ月の平均的な金額【お金を使わない人を含む】 (n=929：普段音楽を聴く人)

単一回答 単位：%

		WB前 n	WB後 n	お金は 使わない	1円～ 千円未満	千円～ 2千円未満	2千円～ 3千円未満	3千円～ 4千円未満	4千円～ 5千円未満	5千円～ 1万円未満	1万円～ 2万円未満	2万円 以上	平均金額 (円)
全体		(931)	(929)	57.1	22.7	8.2	3.3	1.3	2.1	3.8	0.8	0.7	1,136

(%)

◇音楽を聴くために使う1カ月の平均的な金額【お金を使わない人を除く】 (n=398：普段音楽を聴くのにお金を使っている人) 単一回答 単位：%

		WB前 (n)	WB後 (n)	金額別 (%)								平均金額 (円)
				1円～ 千円未満	千円～ 2千円未満	2千円～ 3千円未満	3千円～ 4千円未満	4千円～ 5千円未満	5千円～ 1万円未満	1万円～ 2万円未満	2万円 以上	
全体		(405)	(398)	52.9 19.1 7.7 3.0 4.9 8.8								2,651
性別	男性	(215)	(213)	53.9 21.6 6.2 3.9 3.9 6.8								2,383
	女性	(190)	(185)	51.8 16.2 9.5 6.1 11.1								2,960
年代	20代	(113)	(92)	51.4 22.3 5.4 5.2 8.0 3.5								3,442
	30代	(82)	(75)	63.4 19.5 3.7 3.7 4.9								1,948
	40代	(85)	(101)	53.0 20.0 11.8 4.7 8.1								1,884
	50代	(75)	(78)	42.6 18.7 10.7 4.0 6.7 12.0 4.0								3,206
	60代	(50)	(52)	55.8 11.9 12.2 4.0 12.1								2,917

* 3%未満のグラフスコアは非表示

◇第1回緊急事態宣言（2020年4月）前と比較した音楽を聴くために使うお金の変化（n=929：普段音楽を聴く人）単一回答 単位：%

		WB前 (n)	WB後 (n)	変化 (%)		
				増えた	変わらない	減った
全体		(931)	(929)	5.5	85.4	9.1
性別	男性	(463)	(467)	5.0	86.5	8.5
	女性	(468)	(462)	5.9	84.3	9.7
年代	20代	(191)	(156)	11.1	80.2	8.8
	30代	(190)	(174)	6.3	84.7	9.0
	40代	(184)	(218)	3.2	87.5	9.2
	50代	(182)	(190)	4.9	84.1	11.0
	60代	(184)	(191)	3.2	89.2	7.6

* 3%未満のグラフスコアは非表示

◇2020年4月より前と比較したお金の使い先の変化（提示した音楽聴取方法を現在利用している、または2020年4月より前に使っていた人）単一回答 単位：%

	WB前 (n)	WB後 (n)	変化 (%)		
			増えた	変わらない	減った
音楽CD/DVD	(427)	(434)	4.6	83.7	11.6
ダウンロード型音楽配信サービス	(218)	(210)	13.7	80.2	6.1
ストリーミング型定額制音楽配信サービス	(241)	(230)	14.4	82.6	3.0
テレビの有料放送（音楽チャンネル）	(351)	(355)		91.0	6.6
アーティストのコンサートやライブ（会場での生演奏）	(151)	(149)	29.4	68.5	
アーティストのコンサートやライブ（オンラインライブ）	(61)	(58)	61.0	24.8	14.2

* 3%未満のグラフスコアは非表示

■普段音楽を聴く人のうち、オンラインライブの利用経験は19.7%、20代では3割超。経験者の7割以上が「今後も利用したい」と回答

普段音楽を聴く人に、オンラインライブの利用経験を聞いたところ、「ある」と答えた人は19.7%だった。年代別では、20代の利用経験者（33.4%）が最も多く、60代（10.9%）が最も少ない結果となった。

オンラインライブの利用経験者に、今後、コロナ禍以前のように従来のアーティストのコンサートやライブ（会場での生演奏）が行われるようになった場合の利用意向を聞いたところ、「今後も積極的に利用したい」（23.0%）、「会場開催と使い分けて利用したい」（18.5%）、「なるべく会場に行きたいが条件によっては利用したい」（35.6%）の合計値で77.2%が利用意向を示した。年代別にみると、50代の利用意向が82.9%と他の年代より高く、特に「なるべく会場に行きたいが条件によっては利用したい」と回答した人が5割を越えた。

オンラインライブの利用経験者で今後の利用意向がある人を対象に、オンラインライブの魅力を自由回答で聞いたところ、場所や時間の融通がきくメリットに対する意見が多くあがった。そのほか「周りを気にせず聴くことができる」、「好きなものを食べ飲みできる」など気軽に参加できることも魅力に感じられているようだった。機能面では、「普段見られない角度からステージを見ることができる」、「アーティストの表情が近い」など、オンラインライブならではのメリットがあがった。また、「見逃し配信」や「コメント機能」を活用している様子もみられた。

◇オンラインライブの利用経験 (n=929：普段音楽を聴く人) 単一回答 単位：%

	WB前 (n)	WB後 (n)	チケットを購入して オンラインライブを利用したことがある		チケットを購入したことはないが、 オンラインライブを利用したことがある	オンラインライブ自体を 一度も利用したことがない	利用経験あり (計)	
			(%)	(%)	(%)	(%)		
全体	(931)	(929)	12.8	6.9		80.3	19.7	
性別	男性	(463)	(467)	10.4	7.3		82.3	17.7
	女性	(468)	(462)	15.1	6.5		78.4	21.6
年代	20代	(191)	(156)	25.5	7.8		66.6	33.4
	30代	(190)	(174)	11.6	9.0		79.5	20.5
	40代	(184)	(218)	9.7	7.6		82.7	17.3
	50代	(182)	(190)	12.6	6.6		80.8	19.2
	60代	(184)	(191)	7.1	3.8		89.1	10.9

*3%未満のグラフスコアは非表示

◇オンラインライブの今後の利用意向 (n=183：オンラインライブを利用したことがある人) 単一回答 単位：%

		WB前 (n)	WB後 (n)	今後も積極的に 利用したい	ならではの魅力がある ので会場開催と使い 分けて利用したい	なるべく会場に行きた いが条件によっては利 用したい	会場開催が復活したら 利用しないと思う	会場開催が復活する しないにかかわらず、 今後は利用しない	今はまだ どちらも考えられない	利用意向 あり (計)	利用意向 なし (計)
全体		(190)	(183)	23.0	18.5	35.6	8.5	12.8	77.2	10.0	
性別	男性	(85)	(83)	22.9	17.7	33.1	7.2	19.1	73.8	7.2	
	女性	(105)	(100)	23.1	19.2	37.7	9.5	7.6	80.0	12.4	
年代	20代	(64)	(52)	29.6	26.6	23.4	7.8	11.0	79.6	9.3	
	30代	(39)	(36)	23.1	25.7	25.6	12.8	10.3	74.3	15.3	
	40代	(32)	(38)	18.7	9.4	46.9	12.5	3.1	74.9	15.6	
	50代	(35)	(37)	20.0	11.4	51.4	14.3		82.9	2.8	
	60代	(20)	(21)	19.8	15.3	35.1	5.1	24.7	70.2	5.1	

* 3%未満のグラフスコアは非表示
【n=30以下は参考値】

◇オンラインライブの魅力（オンラインライブを今後も利用したい人）自由回答

<p>■ 場所や時間の融通がきく</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 田舎に住んでいるので、行けなかったライブを観ることが出来るから ・ 子どもが小さく家を長く空けられず、遠出ができないのでオンラインで観れるととても助かる ・ 仕事終わりの空き時間を利用できる ・ 交通費などの節約ができる ・ 移動しないので、コロナの心配がないから 	<p>女性50代 女性30代 女性20代 男性20代 女性40代</p>
<p>■ 手軽に利用できる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自宅で周りを気にせずに聴くことができる ・ 好きなものを食べ飲みしながら見れる ・ おめかしなくて良い ・ 手続きが簡単だから 	<p>男性60代 女性20代 男性20代 女性60代</p>
<p>■ 映像のアングルやオプション機能がよい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 普段見られない角度からステージを見ることができるから ・ 曲ごとに一番いい見せ方で映像を流してくれてライブとはまたちがった形で楽しめる ・ アーティストの表情を近くで見ることが出来る。オンラインならではの演出がある ・ 見逃し配信もあつたりするので、自分のスタイルで鑑賞できる事 ・ 本来は会話などしにくく、友人間で完結してしまうコミュニケーションを、コメント機能で多数の人と共有できるところ 	<p>女性40代 女性30代 女性20代 女性50代 女性20代</p>
<p>■ 会場で嫌なことを経験しなくていい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 並ばなくていい ・ 人混みのトラブルが嫌いだから ・ 会場での生演奏のライブには人数制限がありチケットが欲しい人に対して転売などもあつたりする 	<p>男性50代 女性20代 女性30代</p>

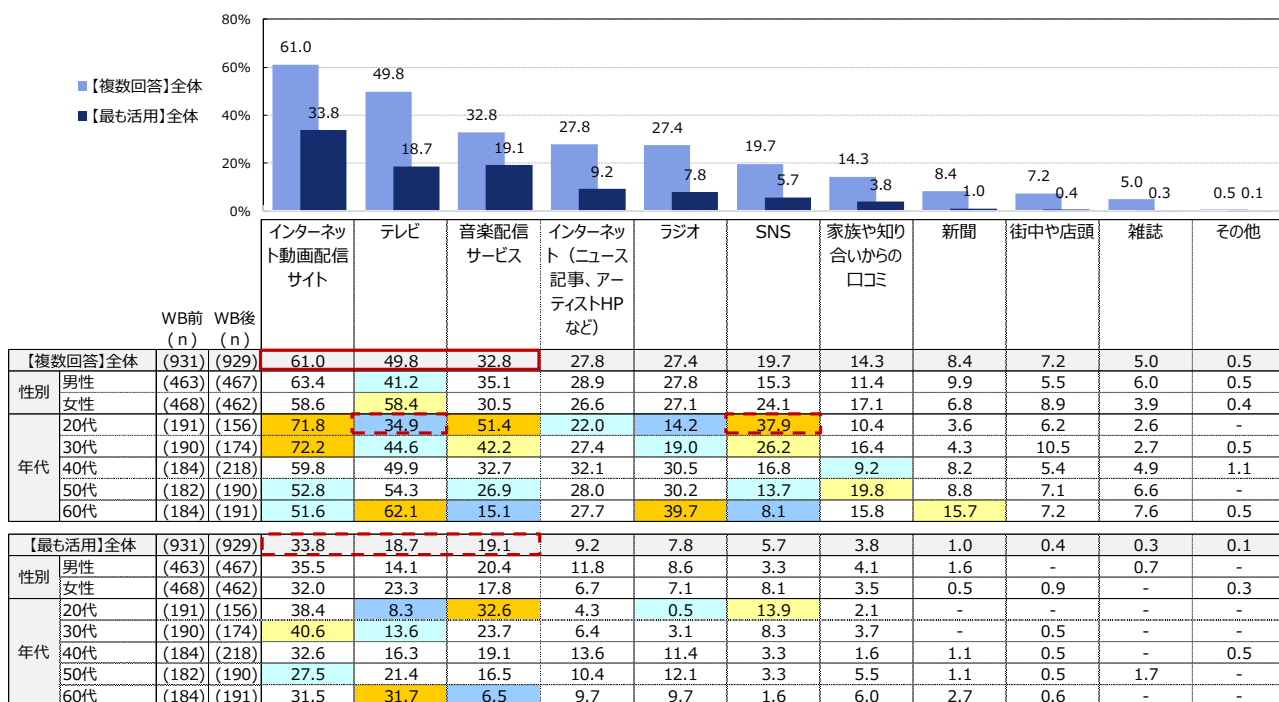
■音楽の情報源は「インターネット動画配信サイト」が最多。20代では他の年代と比べて、SNSの活用が多く、テレビが少ない結果に

普段音楽を聴く人に、音楽に関する情報源として活用しているものを聞いたところ、「インターネット動画配信サイト」と回答した人が最も多く 61.0%、次いで「テレビ」(49.8%)、「音楽配信サービス」(32.8%)となった。20代では、「SNS」(37.9%)を活用していると回答した人が他の年代よりも多く、

「テレビ」(34.9%)の活用が他の年代よりも低い結果となった。

最も活用する情報源については、「インターネット動画配信サイト」(33.8%)がトップであることは変わらず、次いで「音楽配信サービス」(19.1%)、「テレビ」(18.7%)の順となった。

◇音楽に関する情報源 (n=929：普段音楽を聴く人) 複数／単一選択 単位：%



※【複数回答】全体で降順ソート
* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

【調査概要】

調査エリア： 全国

調査対象者： 20歳～69歳 男女

回収サンプルサイズ： 1,000 サンプルサイズ(性年代構成比を人口構成比率に合わせてウェイトバック)

調査期間： 2021年4月9日(金)から4月11日(日)

調査実施機関： 楽天インサイト株式会社

(注) 本レポートでは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。