

【ドライブと音楽に関する調査】

車購入は「デザイン」重視も、「購入後の重宝度**」1位は「カーオーディオ」 ドライバー6割が「車内が無音・無言だと『間が持たない』』と回答！

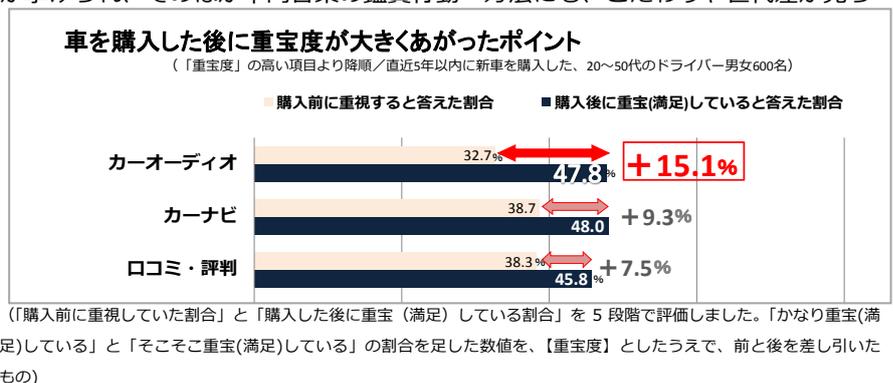
[直近5年以内に新車を購入した、20～50代のドライバー男女600名アンケート]

オーディオ機器メーカー「ボーズ・コーポレーション」（本社：米国）の車載システム部門であるボーズ・オートモーティブ株式会社（東京都渋谷区、社長：マーク・エル・マンセル）は、秋の行楽シーズンを前に最新のドライブ事情を調査すべく、直近5年以内に新車を購入した、20～50代のドライバー男女600名を対象に、「ドライブと音楽に関する調査」を実施しました。

国内景気の不振や少子化、消費の多様化等を背景に、若年層をはじめとする生活者の「車離れ」が指摘されるなか、最近の車購入者/運転者は、「車」にどんな価値を見出し、「ドライブ行動」にどのような楽しさを感じているのでしょうか。

車購入を比較・検討する段階ではあまり考慮に入れることがない一方で、実際に運転をする段階において重宝（満足）度合いが高いものに「カーオーディオ」が挙げられ、そのほか車内音楽の鑑賞行動・方法にも、こだわりや世代差が見られるなど、「ドライブシーンにおける音楽」の効用や有用性を改めて垣間見ることのできる調査結果となりました。

さらに、調査結果からは、車購入時の重視ポイントに「本体購入価格」に次いで「デザイン」と「燃費」が挙げられ、2人に1人のドライバーが「目的地での過ごし方」よりも「車中」にドライブの醍醐味を見出していることが明らかとなりました。



【調査結果トピックス】

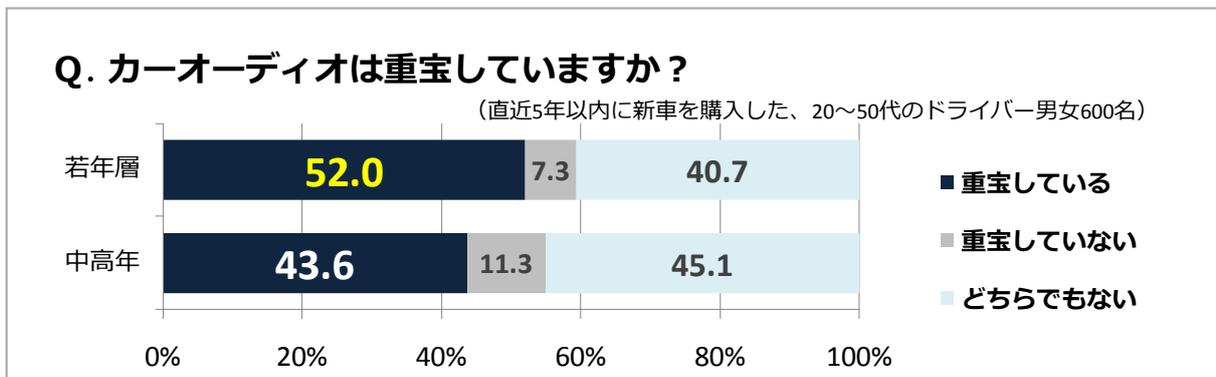
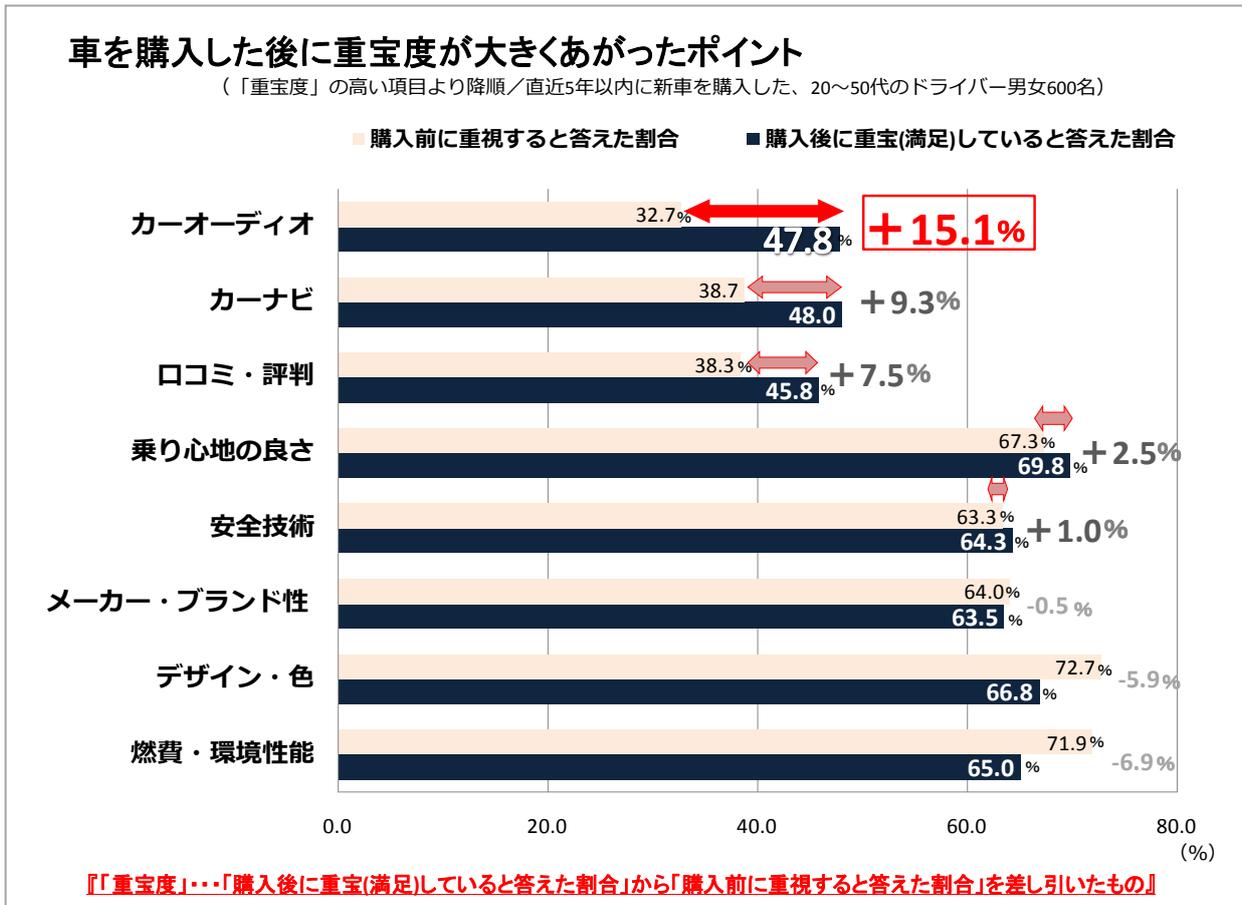
- ① いまどきの車購入、重視ポイントは「デザイン（72.7%）」も、
重宝度**1位は「カーオーディオ」
若年層**2人に1人が重宝して利用
- ② ドライブの醍醐味1位は「目的地での過ごし方（42.8%）」よりも「車中（52.7%）」
車内ムードのカギを握る「会話（55.2%）」と「音楽（47.3%）」
- ③ ドライバー6割が「車内が無音・無言だと『間が持たない』』と回答！
一方、流す楽曲は変えたくない理由とは!?
- ④ 車内音楽は「スマホで再生」の若年層 vs 「CD・ラジオ派」の中老年**
ひとりドライブでは8割が歌って気分転換！
- ⑤ カーオーディオの「音質」6割が「改善したい」と回答
最も音楽を聴く空間・時間は、「自動車に乗るとき」

*重宝度：「購入した後に重宝（満足）している割合」から「購入前に重視していた割合」を差し引いたもの

**若年層：20代および30代、中老年：40代および50代

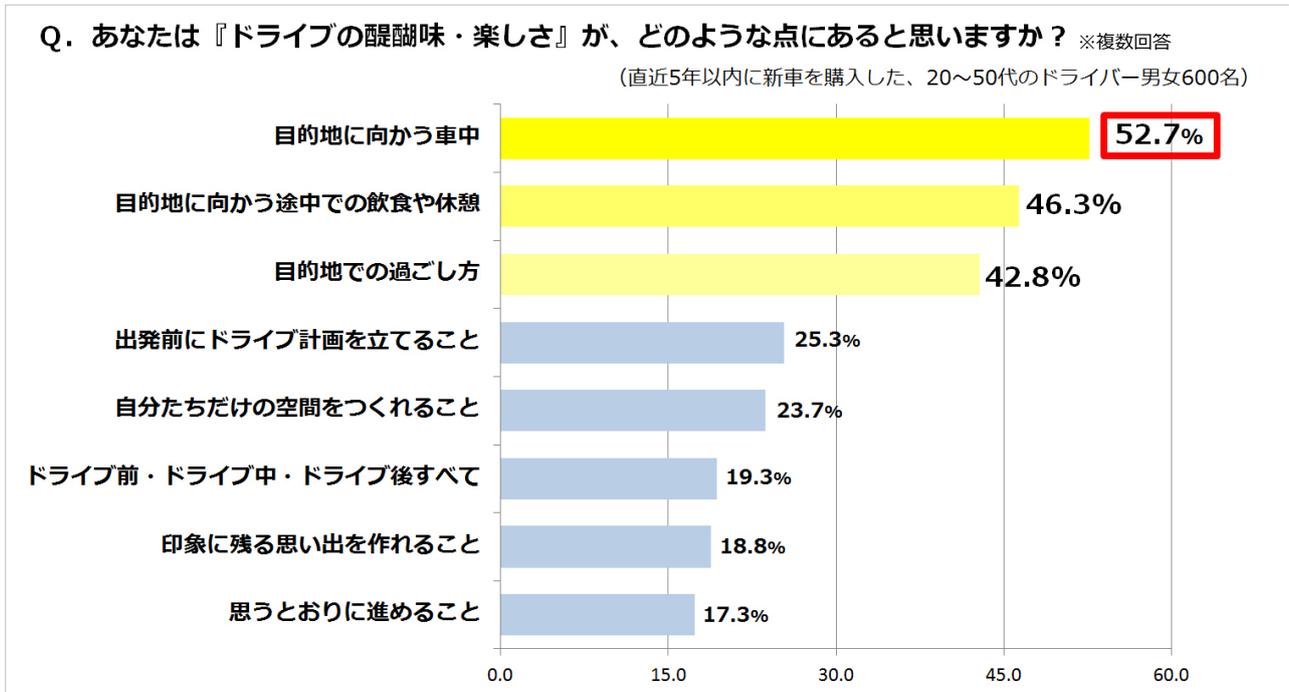
**<トピックス①> いまどきの車購入、重視ポイントは「デザイン (72.7%)」も、
“重宝度”1位は「カーオーディオ」
若年層 2人に1人が重宝して利用**

直近5年以内に新車を購入した調査対象者全員に対し、購入時に重視したポイントを聞いたところ、比較検討基準として大前提となる「本体購入価格」74.9%に続き、「デザイン・色」72.7%、「燃費・環境性能」71.9%、「乗り心地の良さ」67.3%等が挙げられました。さらに、実際にその新車に乗るようになって、重宝（満足）している度合いを尋ねたところ、「カーオーディオ」47.8%（購入時との重宝度+15.1%）、「カーナビ」48.0%（購入時との重宝度+9.3%）、「口コミ・友人や家族からの評判」45.8%（購入時との印象差+7.5%）等が挙げられ、購入前の比較検討内容と購入後の満足度には差が見られる結果となりました。また、「カーオーディオ」の重宝度については、中高年（40～50代）よりも若年層（20～30代）の方が高い結果となりました。

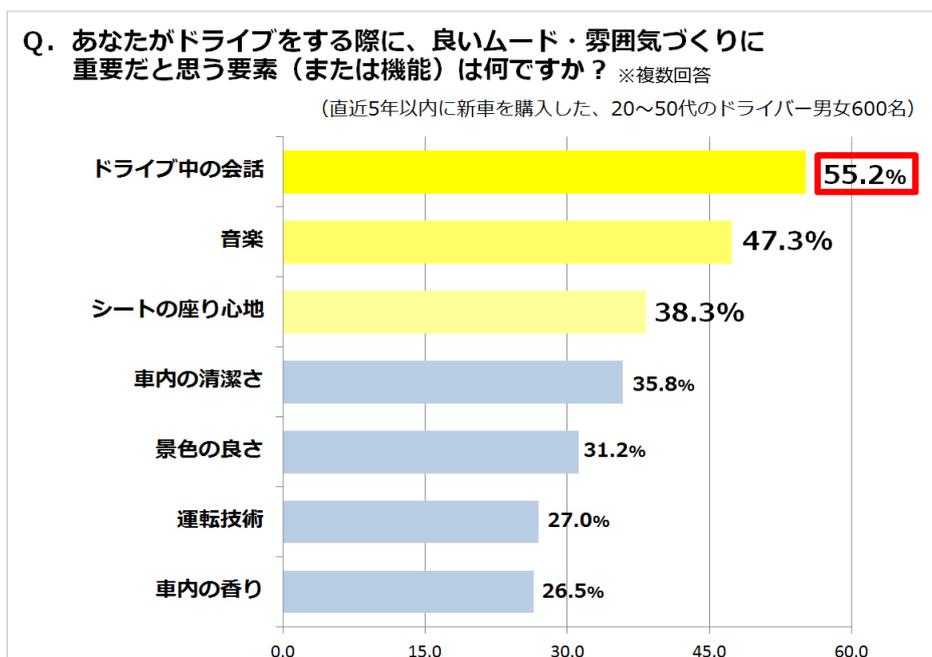


**<トピックス②> ドライブの醍醐味 1 位は「目的地での過ごし方 (42.8%)」よりも「車中 (52.7%)」
車内ムードのカギを握る「会話 (55.2%)」と「音楽 (47.3%)」**

本調査対象者全員に対し、「あなたは、『ドライブの醍醐味・楽しさ』が、どのような点にあると思いますか？」と尋ねたところ、「目的地に向かう車中」52.7%、「目的地に向かう途中での飲食や休憩」46.3%、「目的地での過ごし方」42.8%と、行き先よりも過程に楽しみを見出すドライバーが多いことが分かり、次いで「出発前にドライブ計画を立てること」25.3%、「自分たちだけの空間をつくれること」23.7%等が続きました。



さらに、ドライブ中の車内ムード・雰囲気づくりに重要だと感じる要素については、「ドライブ中の会話」55.2%、「音楽」47.3%、「シートの座り心地」38.3%等が挙げられました。行き先を決めたドライブでも、そうでないドライブにしても、車内での居心地の良さや同乗者とのコミュニケーションは、ドライブをより良いものにするために、欠かせない要素と言えます。



<トピックス③> ドライバー6割が「車内が無音・無言だと『間が持てない』」と回答！

一方、流す楽曲は変えたくない理由とは!?

Q. 無音・無言の車内でも間を持たせられますか？

(直近5年以内に新車を購入した、20~50代のドライバー男女600名)

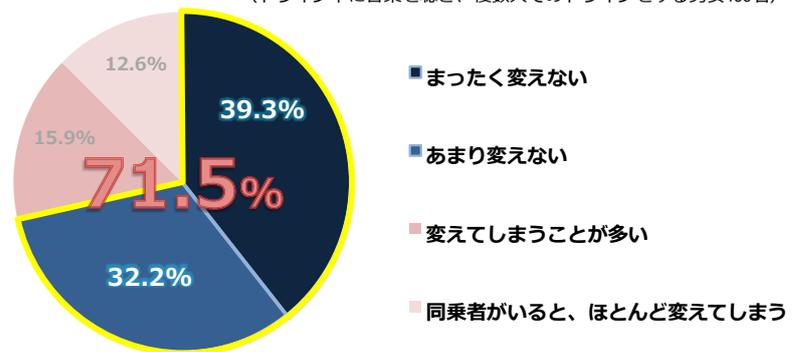


同乗者がいるときのドライブに関して聞きました。本調査対象者全員に対し、「無音・無言の車内状況における印象」について尋ねたところ、「かなり間が持てない」7.0%、「やや間が持てない」25.8%、「まあまあ間が持てない」26.8%と、59.6%のドライバーが、「間を持たせることができない」と答え、同乗者がいるドライブでは、会話や音楽を求めるドライバーが多いことが分かりました。

一方、ドライブ中に音楽を聴き、複数人でのドライブをすることがあるドライバー男女 460 名を対象とした「同乗者の有無や、同乗者が誰かによって車内で流す楽曲を変えるか」との質問には、「まったく変えない」39.3%、「あまり変えない」32.2%と 7割が「変えない」と答え、その理由には「聴きたい音楽を我慢したくないから」36.5%、「同乗者もその音楽が好きだから」32.8%、「相手に流されたくないから」23.4%等が挙げられ、流す楽曲に関しては運転者のこだわりが窺える結果となりました。

Q. あなたは、運転中に流す曲や聴いているラジオの音楽番組を、同乗者の有無あるいは「同乗者が誰か」によって変えてしまうことがありますか？

(ドライブ中に音楽を聴き、複数人でのドライブをする男女460名)

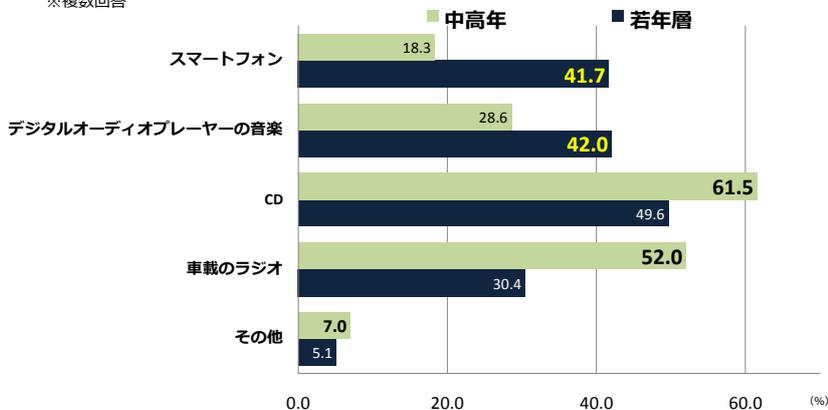


<トピックス④> 車内音楽は「スマホで再生」の若年層 vs 「CD・ラジオ派」の中老年

ひとりドライブでは8割が歌って気分転換！

Q. あなたは運転中に音楽を聴く際、どのような方法で音楽を再生していますか？

(運転中に「音楽を聴く」ドライバー549名) ※複数回答

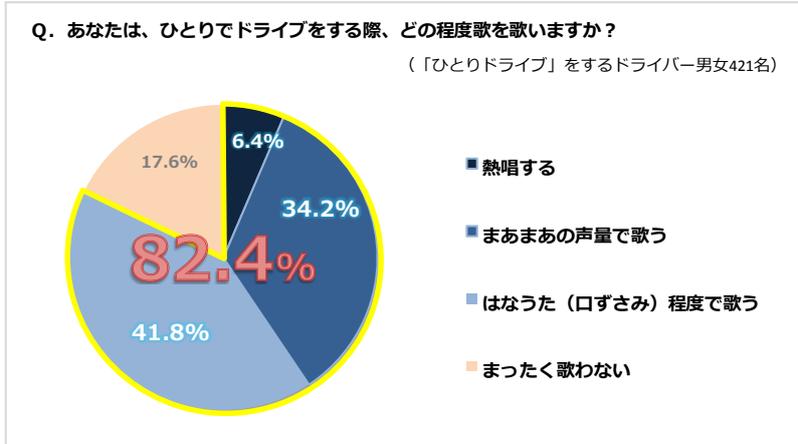


近年、自動車分野では、ドライブシーンでのネット接続や SNS でのコミュニケーション機能など、車の接続性（カーコネクティビティ技術）が注目を集め、車内音楽の再生方法も、無線接続や音楽のストリーミング化が進んでいます。

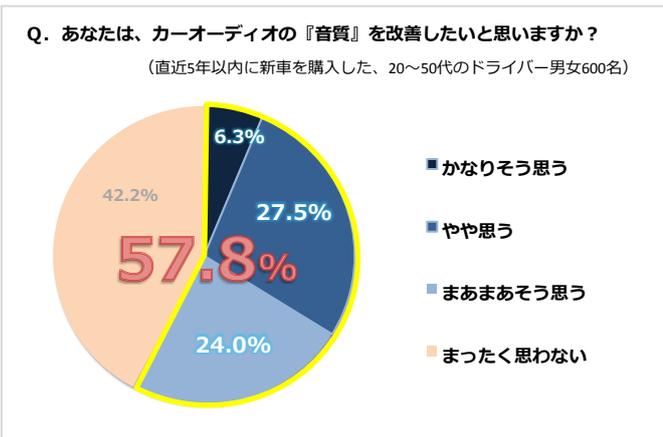
運転中に「音楽を聴く」と答えたドライバー549名(91.5%)に対し、「あなたは運転中に音楽を聴く際、どのような方法で音楽を再生していますか？」と尋ねたところ、「スマートフォン」については若年層 41.7%、中老年 18.3%と若年層の方が多かった

ものの、「CD」、「車載のラジオ」については中老年の方が多く、ドライブシーンでの音楽の再生方法は、スマホに慣れ親しんだ若年者層から変容しつつあるようです。

また、一般に「落ち着ける空間であること」や「大声で歌っても気にならない」などの理由で人気を集める「ひとりドライブ」をするドライバー421名（70.1%）に「どのくらい歌を歌っているか」を尋ねたところ、「熱唱する」6.4%、「まあまあの声量で歌う」34.2%、「はなうた（口ずさみ）程度で歌う」41.8%と、82.4%が歌を歌い、車を一種の「リフレッシュ空間」として活用しているドライバーの多さも窺えます。



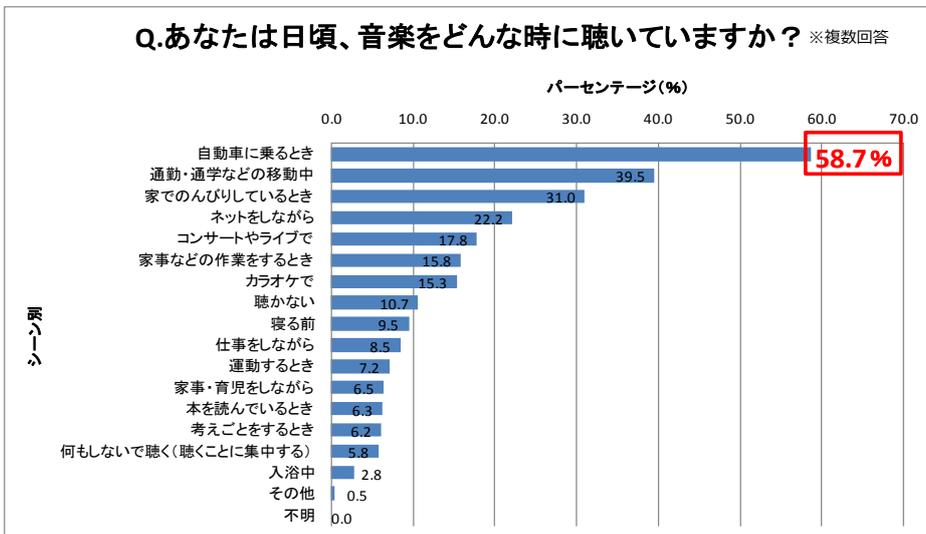
<トピックス⑤> カーオーディオの「音質」は6割が「改善したい」と回答
 最も音楽を聴く空間・時間は、「自動車に乗るとき」



走行中のエンジン音や、路面状況によって起こる走行ノイズ、車そのものの遮音性の低さなど、ドライブ中には、快適な音楽鑑賞環境を妨げてしまう要因がたくさんあります。聞こえにくい時には、ボリュームを大きくするという対応は、つい取ってしまう行動かもしれませんが、本質的に解決するものではありません。ドライバーのカーオーディオの「音質」に対する認識について調査しました。

本調査対象者全員に対し、「あなたは、カーオーディオの『音質』を改善したいと思いますか？」と尋ねたところ、「かなりそう思う」6.3%、「まあまあそう思う」24.0%、「やや思う」27.5%と、57.8%のドライバーが「改善したい」と答えました。

一方で、今回の調査対象者が日頃最も音楽を聴くのは「自動車に乗るとき」58.7%、「通勤・通学などの移動中」39.5%、「家でのもんびりしているとき」31.0%、「ネットをしながら」22.0%と、運転中が最も多く、ドライブと音楽は切り離せない関係にあることがわかります。



加えて、従来、カーオーディオで聴くものといえば、車載のラジオやCDがメインでしたが、近年、スマートフォンとの接続や、車載本体のコンネクティビティ機能の充実により、インターネットラジオやストリーミング配信など、コンテンツの幅がぐっと広がっています。こうした変化を考えると、今後ユーザーから、『より豊富なコンテンツをより満足のいく「音質」で、もっと楽しみたい』といった期待が高まっていくのではないのでしょうか。

車にも「ボーズ」を搭載 ～コンサートホールの音響効果を、小さな車内でも実現するボーズの革新技術～



ボーズは、「カスタムデザイン・アプローチ」＝専用設計、というスタンスを、すべてのモデルで徹底してきました。ただスピーカーを組み込むのではなく、その車のコンセプトや特性に応じたスピーカーシステムの設計やレイアウトを考案。また、車室内の形状やインテリアの材質、そして人が座る位置といった、音響設計に影響する条件をあらかじめ把握した上で、その車に最適化するべく音のチューニングを施していく。このように、ボーズは車両開発の初期段階から車メーカーと連携することで、車種ごとに最適なサウンドシステムを提供しています。こうしたアプローチによって、車の中にいながら、まるでコンサートホールにいるようなリスニング体験を味わうことができるのです。

【1】演奏者の立ち位置が思い描けるほどの臨場感 **Advanced Staging Technology**



Advanced Staging Technology は、キャビン前方のスピーカー数を追加し、独自の信号処理技術を駆使することで、よりクリアで正確な「音像」と、より広がりのある「音場感」を生み出す技術です。例えばヴォーカルは前方中央から、その左右から楽器音というように、まるで、ステージのライブ演奏を聴いているかのように、楽曲を構成するそれぞれの音が、よりリアルに聴こえます。これにより、車の中で、コンサートホールの特等席のような感動を体験いただけます。

【2】走行中もストレスフリーに音楽が聴ける **AUDIPIOLOT 技術**

AUDIPIOLOT 走行ノイズ補償システムは、走行中のノイズによって掻き消された音量や、楽曲バランスの崩れを自動的に補正する、ボーズ独自の技術です。高速走行やトンネル内走行、あるいは舗装の悪い道路の走行時に、低音のヴォーカルやドラムが聴き取りにくくなってボリュームを上げたら、今度は高音ばかりが耳につくようになってしまった、といった経験はないでしょうか。AUDIPIOLOT は、ノイズによって影響を受けた再生音の変化を、リアルタイムに補正するので、ドライバーは運転に集中したまま、自然で快適な音を楽しめます。それにより、長距離ドライブを疲れにくくする効果も期待できるかもしれません。



【3】ステレオからサラウンドへ **Centerpoint®2 バーチャル・サラウンド機能**



Centerpoint 2 は、Bose 独自の信号処理技術を用いて、ステレオ(2ch)音源を擬似的にサラウンドサウンドに変換して再生する技術です。CD はもちろん、ラジオ、スマートフォンに収めた MP3 などの圧縮音源に対応。いつものお気に入りの楽曲を、よりいっそう臨場感溢れる立体的な音でお楽しみいただけます。

>>>>>>> 「ボーズ・オートモーティブ・サウンドシステム」の搭載車種は下記ページをご覧ください。<<<<<<<<

URL: http://www.bose.co.jp/jp_jp?url=/automotive/vehicles/index.jsp

【調査概要】

調査名：ドライブと音楽に関する調査

調査対象：直近5年以内に新車を購入した、20～50代のドライバー男女600人

調査期間：2014年8月26日(火)～28日(木)

調査方法：インターネットを利用したアンケート調査

===対象者：属性詳細=====

[性別] 男性 (n=300) 50.0%、女性 (n=300) 50.0%

[年代] 20代 (n=150) 25.0%、30代 (n=150) 25.0%、40代 (n=150) 25.0%、50代 (n=150) 25.0%

[職業] 有職者 (n=446) 74.4%、専業主婦(主夫) (n=120) 20.0%、学生 (n=11) 1.8%、

それ以外 (n=23) 3.8%

=====

《ボーズ・オートモーティブ株式会社 について》

社名： ボーズ・オートモーティブ株式会社
代表取締役社長： マーク・エル・マンセル
本社： 東京都渋谷区恵比寿 1-23-23 恵比寿スクエア
設立： 1992年2月
事業内容： 車載などOEM専用設計のボーズ・プレミアムサウンドシステムの開発・設計、輸入、販売
コーポレートサイト： <http://www.bose.co.jp/auto>

ボーズ・オートモーティブについての問い合わせ先：マーケティングコミュニケーション&PR 担当 別府 真由美
TEL.03-5447-8640 Email. mayumi_beppu@bose.com

《ボーズ・コーポレーション について》

ボーズ・コーポレーションは1964年、マサチューセッツ工科大学の教授であったアマー G. ボーズ博士によって設立されました。お客様へ真に貢献できる新たなテクノロジーを生み出す。このたったひとつの命題のもと、創業から今日に至るまでたゆまぬ研究開発を続けています。
永年の研究開発の成果でもあるボーズの革新的な技術は、さまざまな分野において新たなカテゴリーを創造してきました。近年では、家庭用オーディオ、モバイルオーディオ、OEM専用設計カーオーディオや公共空間における音響システムなど、ボーズはそのカテゴリーを象徴するブランドとして知られています。
ボーズは、ホームエンタテインメントシステムやウェブミュージックシステム、ノイズキャンセリングヘッドホンやオーディオヘッドホン、デジタルミュージックシステムやBluetooth®スピーカー、業務用音響システムなどを通じて、音と過ごすライフスタイルそのものにも変化をもたらしてきました。
ボーズは株式を公開することなく収益を研究開発に再投資し、世界中のどこでもどんな場所でも、卓越を目指す情熱から生み出される研究成果を通じて、感動体験を提供し続けていくことを約束します。

※Bluetooth®は米国 Bluetooth SIG, INC. の登録商標です。

※Bose, Centerpoint, AUDIOPILOT は、Bose の商標または登録商標です。