

2016年8月23日
株式会社インプレス

利用率は9.1%、サービス選択は「月額料金」と「好きなアーティストの楽曲がある」 定額制音楽配信サービスの利用に関する調査結果

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）のシンクタンク部門であるインプレス総合研究所は、定額制音楽配信サービス（サブスクリプションサービス）の利用実態調査を実施し、その調査結果を発表いたします。

動画、電子書籍・電子雑誌、音楽などのデジタルコンテンツの配信サービスにおいて、定額制サービスが注目されています。音楽分野においては、2012年から携帯電話事業者によりdヒッツやうたパスが提供開始され、2015年には国内事業者によるAWAやLINE MUSICなどに加え、Apple MusicやGoogle Play Musicが開始されています。これまでの作品ごとに課金するのではなく、月額の料金を支払うことで利用し放題となる定額制サービスがトレンドとなりつつあります。

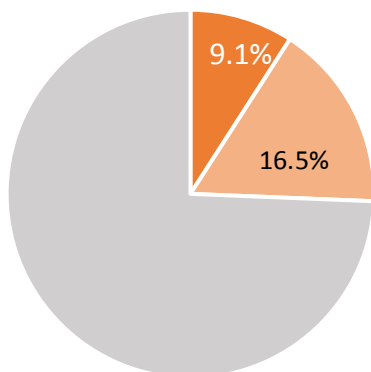
調査結果のハイライトは以下のとおりです。

■定額制音楽配信サービスの利用率は9.1%、男性の10～30代で高い

定額制音楽配信サービスの利用率は、「現在利用している」が9.1%、「過去に使用したことがある」が16.5%であり、両者を合わせた定額制音楽配信サービスの利用経験者は25.6%です。

性年代別にみると、現在の利用率は男性20代が13.3%で最も高く、男性13-19歳が11.2%、男性30代が11.1%で続きます。女性より男性の方が利用率は高い傾向があり、10-30代をピークに高年代では利用率が低くなる傾向です。

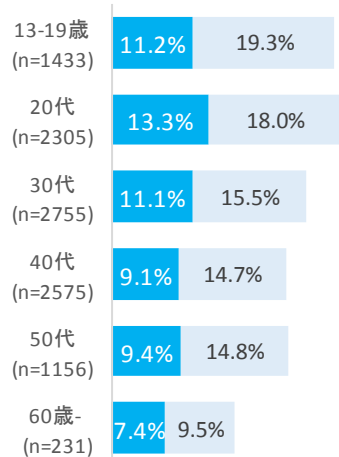
【全体】



(n=20,868)

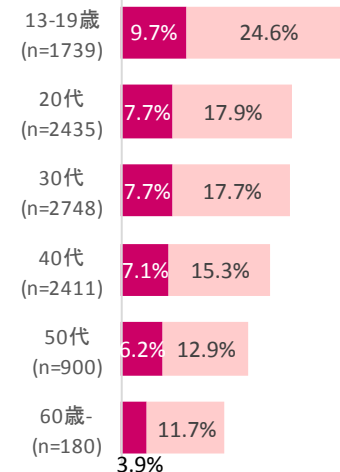
- 現在利用している
- 過去に利用したことがある
- 利用したことはない

【男性】



- 現在利用している
- 過去に利用したことがある

【女性】



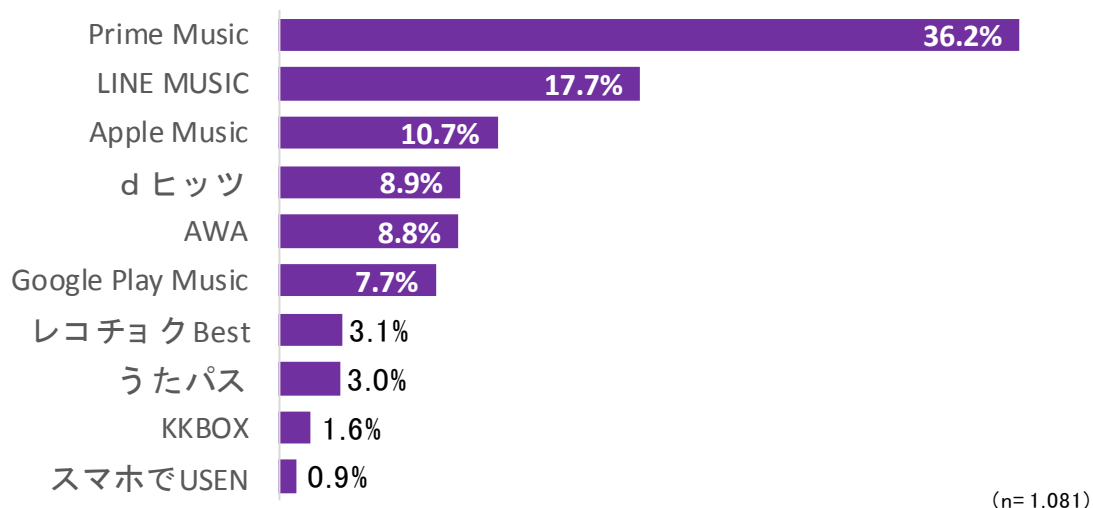
- 現在利用している
- 過去に利用したことがある

【図表 1. 定額制音楽配信サービスの利用率】

■メインで利用するサービスは、「Prime Music」「LINE MUSIC」「Apple Music」の順

定額制音楽配信サービスを現在利用していると回答した人に対して利用実態の詳細を調査したところ、現在メインで利用しているサービスは、Amazonがプライム会員向けに提供している「Prime Music」が36.2%で最も高く、以下、「LINE MUSIC」が17.7%、「Apple Music」が10.7%、「dヒッツ」が8.9%、「AWA」が8.8%の順となりました。「Prime Music」はプライム会員であれば追加料金なしで国内外のアーティストの楽曲を楽しむことができるため利用率が最も高くなっていると考えられます。

性年代別にみると、男性10代や女性10代、女性20代では「LINE MUSIC」の利用者が最も多く、その他の年代では「Prime Music」の利用者が最も多くなっています。



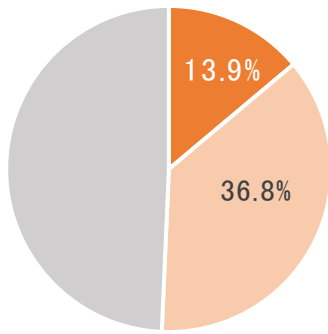
	男性13-19歳 (n=88)		男性20代 (n=149)		男性30代 (n=153)		男性40代 (n=148)		男性50代以上 (n=81)	
1	LINE MUSIC	43%	Prime Music	40%	Prime Music	44%	Prime Music	60%	Prime Music	59%
2	Prime Music	19%	Google Play Music	15%	Google Play Music	12%	Apple Music	9%	Apple Music	11%
3	Apple Music	11%	LINE MUSIC	14%	Apple Music	11%	LINE MUSIC	6%	うたパス	6%
4	AWA	8%	AWA	11%	AWA	8%	Google Play Music	6%	dヒッツ	5%
5	dヒッツ	8%	Apple Music	9%	dヒッツ	7%	dヒッツ	5%	Goole Play Music	

	女性13-19歳 (n=94)		女性20代 (n=99)		女性30代 (n=121)		女性40代 (n=110)		女性50代以上 (n=38)	
1	LINE MUSIC	43%	LINE MUSIC	23%	Prime Music	35%	Prime Music	31%	Prime Music	37%
2	Prime Music	19%	Prime Music	18%	LINE MUSIC	16%	LINE MUSIC	22%	dヒッツ	18%
3	Apple Music	11%	Apple Music	17%	Apple Music	13%	Google Play Music	11%	LINE MUSIC	16%
4	dヒッツ	8%	AWA	15%	dヒッツ	13%	AWA	10%	レコチョクBest	11%
5	AWA	8%	dヒッツ	14%	レコチョクBest	7%	dヒッツ	8%	AWA	8%

【図表2. メインで利用している定額制音楽配信サービス】

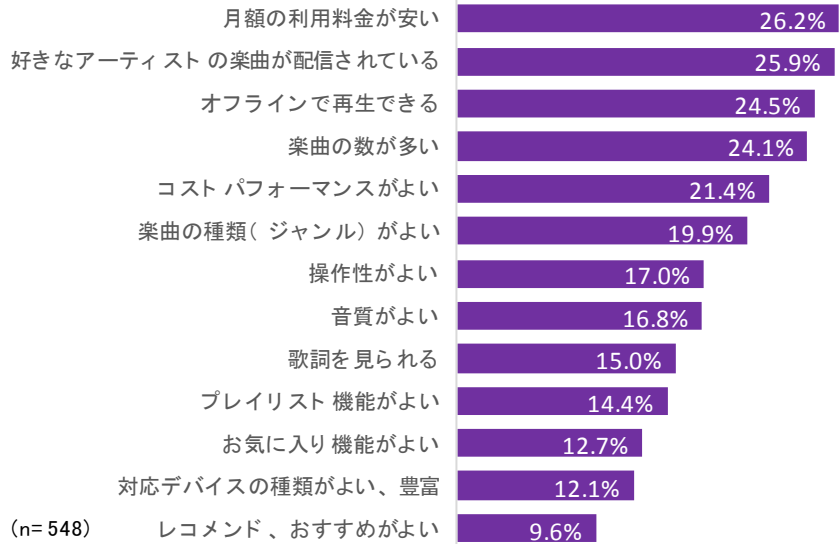
■サービスを選んだ理由は、月額料金、好きなアーティストの楽曲がある、オフラインでの再生

現在メインで利用しているサービス以外のサービスについての利用経験を聞いたところ、半数のユーザーは有料あるいは無料で他のサービスの利用経験があり、複数のサービスと比較し利用するサービスを決めていることがうかがえます。一方、現在メインで利用しているサービスを選んだ理由では、「月額の利用料金が安い」、「好きなアーティストの楽曲が配信されている」、「オフラインで再生できる」、「楽曲の数が多」、「コストパフォーマンスがよい」といった要因が上位に挙げられています。



(n=1,081)

- 他のサービスを有料で利用した
- 他のサービスを無料で利用した
- 利用したことがない



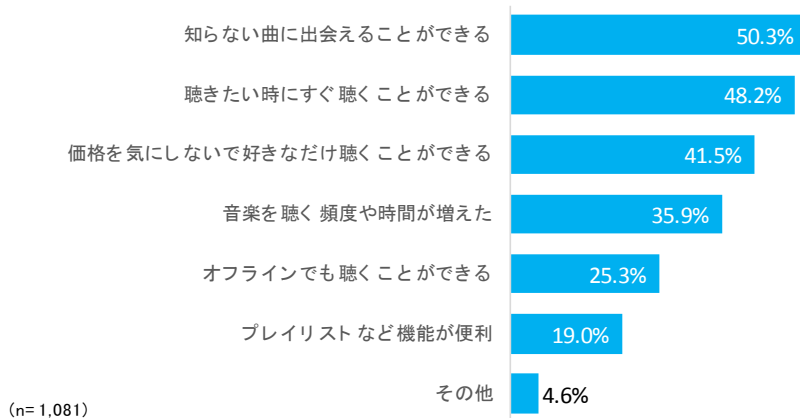
(n=548)

【図表3. 他サービスの比較経験】 【図表4. メインで利用するサービスを選んだ理由】

■ 配信される楽曲に対する不満が上位

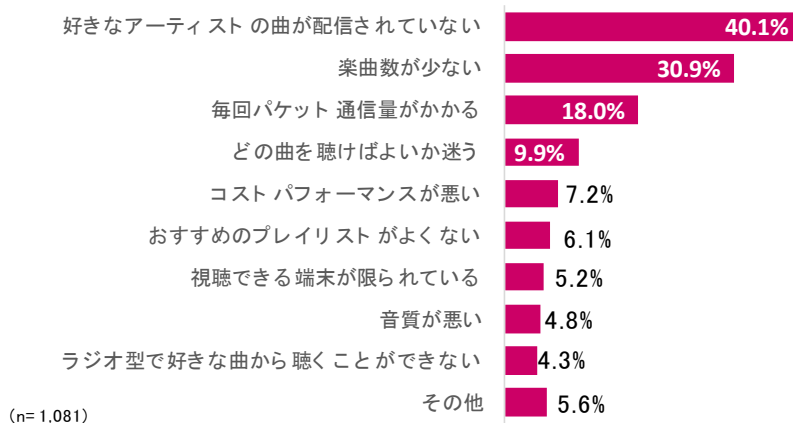
定額制音楽配信サービスを利用し始めてよかったと感じる点では、約半数の人が「知らない曲に出会えることができる」や「聴きたい時にすぐ聴くことができる」と回答しています。

反対に不満に思う点では、「好きなアーティストの曲が配信されていない」が40.1%で最も高く、「楽曲数が少ない」が30.9%、「毎回パケット通信量がかかる」が18.0%となっており、配信されている楽曲に関する不満が上位です。その他の項目は10%以下となっています。



(n=1,081)

【図表5. 定額制音楽配信サービスを利用してよかったこと】



(n=1,081)

【図表6. 定額制音楽配信サービスで不満に思うこと】

■楽曲数が多いのは Google Play Music や Apple Music、人気アーティストが多いのは d ヒッツ

最後に、各サービスの概要と楽曲数をまとめると下表のとおりです。

楽曲数が多いのは、「Google Play Music」(3500万曲以上)、「Apple Music」(3000万曲)、「KKBOX」(2000万曲以上)などで、洋楽も多数提供しているオンデマンド型のサービスでは楽曲数が多いです。一方、国内の人気アーティストの指標として「オリコン 2015年度年間ヒットランキング アーティストトータルセールスTOP100」を用いて、TOP100の人気アーティストの楽曲が配信されているかどうかを調査すると、「d ヒッツ」が67アーティストで最も多く、次いで「うたパス」が57アーティストとなっています。

	運営会社	月額料金 (税込)	楽曲数	アーティストトータル セールスTOP100のうち 配信されている アーティスト数 ※1	サービスタイプ ※2	対応デバイス
Prime Music	Amazon	3,900円 (年間) ※3	100万曲以上	18	オンデマンド	Android、iOS、パソコン、 Fireタブレット/Fire TV
LINE MUSIC	LINE	960円 ※4	1800万曲以上	53	オンデマンド	Android、iOS、パソコン
Apple Music	Apple	980円 ※5	3000万曲	53	オンデマンド	Android、iOS、パソコン、 Apple TV、Apple Watch、 CarPlay
d ヒッツ	NTTドコモ	540円 ※6	350万曲以上	67	ラジオ ※7	Android、iOS
AWA	AWA	960円 ※8	数百万曲 (非公開、2016年末 に1000万曲予定)	52	オンデマンド	Android、iOS、パソコン
Google Play Music	Google	980円	3500万曲以上	54	オンデマンド	Android、iOS、パソコン、 Chromecast
レコチョクBest	レコチョク	980円 ※9	400万曲	54	オンデマンド	Android、iOS、パソコン
うたパス	KDDI	324円	数百万曲 (非公開)	57	ラジオ	Android、iOS、Smart TV Box/Smart TV Stick
KKBOX	KKBOX	980円	2000万曲以上	54	オンデマンド	Android、iOS、パソコン
スマホでUSEN	USEN	529円	数百万曲 (非公開)	53	ラジオ	Androidスマートフォン、 iOS (Phone)

※1：「オリコン 2015年度年間ヒットランキング アーティストトータルセールスTOP100」のアーティストのうち、楽曲が配信されているアーティストの数。

調査期間（2016年8月10日～14日）に各サービスで実際に聴取可能な楽曲があるアーティストを調査した。

トータルセールスは、CD（シングル、アルバム）、DVD、Blu-rayの総売上金額より集計されている。

※2：楽曲単位で自由に聴くことができるサービスを「オンデマンド」、プレイリストやチャンネルを選んで聴くサービスを「ラジオ」としている

※3：Amazonプライム会員（年会費3,900円）は追加料金なしで利用可能

※4：学割は月額600円、他に20時間チケット500円あり

※5：ファミリープラン月額1,480円あり

※6：月額324円プランあり（myヒッツ機能無し）

※7：毎月10曲ずつ増える登録枠（myヒッツ）に設定する事で楽曲単位で聴く事が可能

※8：Liteプラン月額360円、Freeプランあり

※9：アーティストプラン月額324円あり

【図表7. 定額制音楽配信サービスの概要】

<<調査概要>>

調査対象：株式会社コロプラ スマートアンサーの保有するモニター

有効回答数：20,868人に対して定額制音楽配信サービスの利用状況を調査し、現在利用していると回答した1,081人に対して詳細な利用実態を調査

サンプリング：通信利用動向調査（総務省）における性年齢階層別のスマートフォンでのインターネット利用人口構成比に可能な限り整合するように抽出

比重調整：回収率が性年代別に異なり母集団を正しく推計することが困難であるため、利用率に関する集計は上記の性年齢階層別のスマートフォンでのインターネット利用人口構成比を用い

て比重調整を行っている
調査手法 : スマートフォン上でのウェブアンケート
調査期間 : 2016年7月25日(月)～7月28日(木)

以上

【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>
シリーズ累計7,000万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>
株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:唐島夏生、証券コード:東証1部9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当:丸山

TEL:03-6837-5034 E-mail: pr-info@impress.co.jp URL: <http://www.impress.co.jp/>