



## ビッグエコーが「コロナ禍におけるカラオケ利用に関する調査」実施 カラオケに行っていない理由の1位は【機会損失】 仲間を誘ってカラオケに行こう！

株式会社第一興商が運営するカラオケルームビッグエコーは、2月に「コロナ禍におけるカラオケ利用に関する調査」を実施しました。

昨年の調査と比較すると、調査対象者全体でカラオケボックスを利用することを【総じて不安を感じる】人が69.1%から40.6%に減少している一方、【総じて不安に感じない】人は15.7%から38.0%に増加したことが判明しました。

また、中止層（カラオケボックスを1年より前～4年以内に利用していて、かつ今後の利用意向あり）が利用を控えている理由として、「機会損失」が1位であることから、きっかけがあれば利用喚起につながる可能性は高いことが判明しました。\*

当社グループ運営のビッグエコーをはじめとするカラオケ店舗では、2023年3月13日からのマスク着用について、「お客様と従業員の着用は個人の判断に委ねる」こととします。

お客様には、入店時の検温および手指消毒のお願いを継続してまいります。従業員は、勤務前に当社が定めた健康チェックの基準を満たしていることの確認を徹底してまいります。また、店舗の感染予防対策として、換気システムやCO<sub>2</sub>感知器の導入、自動受付機やセルフ精算機の設置のほか、徹底した除菌清掃を行っております。

ぜひ、安心してカラオケをお楽しみください。

### 「コロナ禍におけるカラオケ利用に関する調査」トピックス

#### ①カラオケの利用回数について、コロナ影響前／昨年／現在の比較

昨年の調査と比較すると、年に1回以上利用するライトユーザーは、4.7%から22.4%に増加。また、【まったく行かない】人は、87.6%から70.4%に減少。徐々にではあるが、カラオケ利用の機会は、コロナ影響前の状況に戻りつつあることがうかがえる。

#### ②カラオケボックスを利用することの不安

昨年の調査と比較すると、【総じて不安を感じる】人が69.1%から40.6%に減少。一方、【総じて不安に感じない】人は、15.7%から38.0%に増加。

#### ③中止層（カラオケボックスを1年より前～4年以内に利用）がカラオケを控えている理由

昨年の1位【コロナが収束するまで我慢しようと思っているから】（48.9%）から【機会損失】（42.5%）がトップに。年代別での意識の差が目立ち、若年層のトップは【機会損失】である一方、50～60代のトップは【感染予防不安】。

#### ④カラオケに行きたくなるシーンについて

##### ■利用者層（カラオケボックス1年以内利用者）

【ストレス発散・気分転換】【うれしい・歌いたいとき】【2次会・打ち上げシーン】が上位。

##### ■中止層（カラオケボックスを1年より前～4年以内に利用）

【ストレス発散・気分転換】【うれしい・歌いたいとき】のスコアが利用者層よりも高いことから、現在控えてはいるものの、潜在ニーズがあることがうかがえる。

\* 調査対象者：15歳～69歳の男女 5,429人（昨年の調査対象者は5,456人）

■関連サイト ビッグエコー公式サイト <https://big-echo.jp/>

NEWS RELEASE

■【コロナ禍におけるカラオケ利用に関する調査】概要

調査方法：インターネット

調査時期：2023年2月

調査対象：15歳～69歳の男女 5,429人（昨年の調査対象は5,456人）

（内訳）：◇カラオケ利用者層（以下、利用者層） 3,096人（カラオケボックス1年以内利用者）

◇カラオケ中止層（以下、中止層） 2,333人（カラオケボックスを1年より前～4年以内に利用していて、かつ今後の利用意向あり）

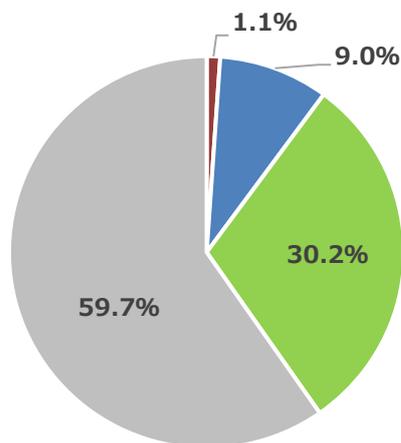
\* 設問①のみ、調査対象者数が異なります。

\* 本ニュースリリースの調査結果をご利用いただく際は、【株式会社第一興商調べ】とご明記ください。

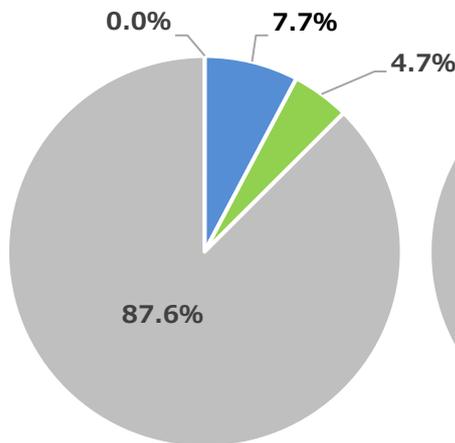
①カラオケの利用回数について、コロナ影響前／昨年／現在の比較

昨年の調査と比較すると、年に1回以上利用するライトユーザーは、4.7%から22.4%に増加。また、【まったく行かない】人は、87.6%から70.4%に減少。徐々にではあるが、カラオケ利用の機会は、コロナ影響前の状況に戻りつつあることがうかがえる。

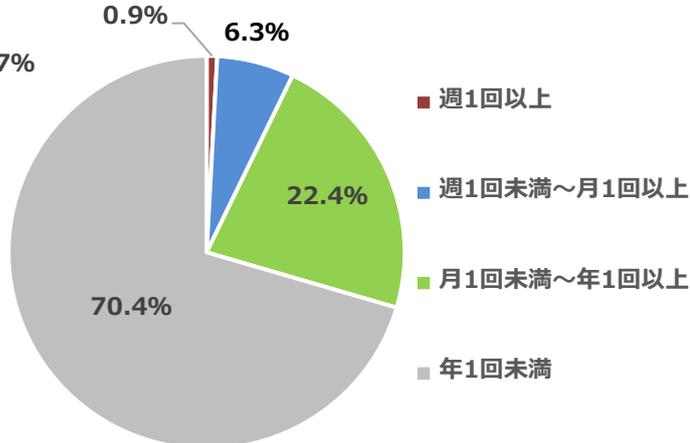
コロナ影響前（2020年1月以前）  
（n=26,337）\*2023年調査



2022年1月（n=26,225）



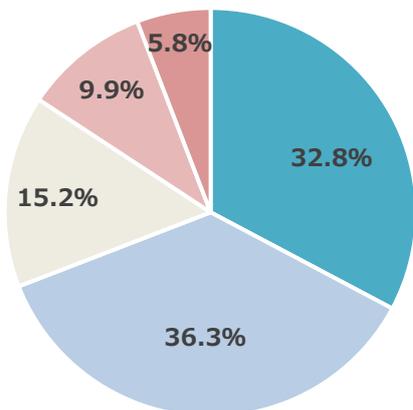
2023年2月（n=26,337）



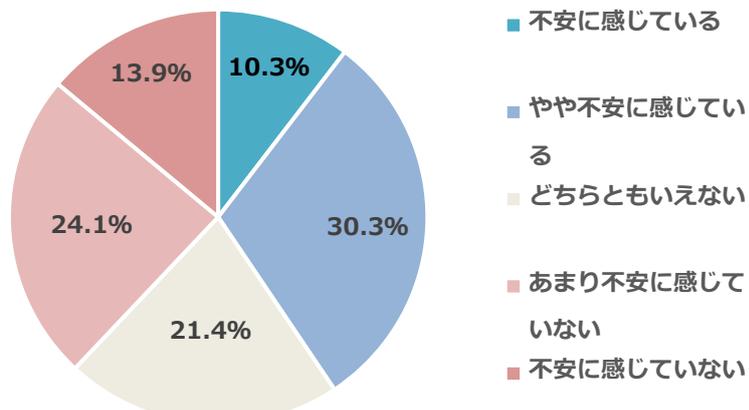
②カラオケボックスを利用することの不安

昨年の調査と比較すると、【総じて不安を感じる】人が69.1%から40.6%に減少。一方、【総じて不安を感じない】人は、15.7%から38.0%に増加。

2022年1月  
n=5,456

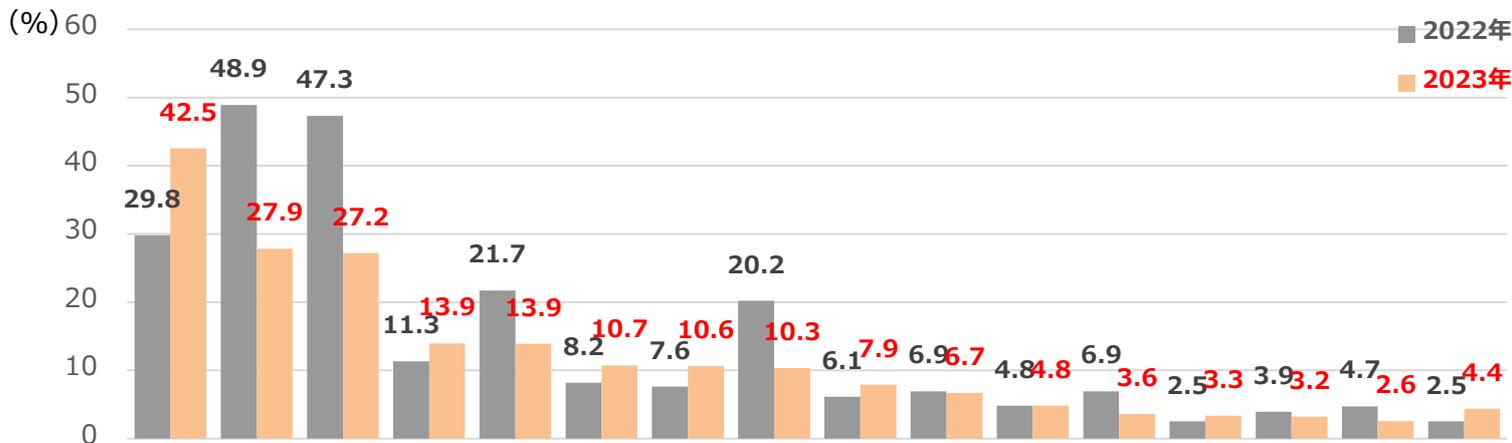


2023年2月  
n=5,429



### ③中止層がカラオケを控えている理由

昨年の1位【コロナが収束するまで我慢しようと思っているから】（48.9%）から【機会損失】（42.5%）がトップに。年代別での意識の差が目立ち、若年層のトップは【機会損失】である一方、50～60代のトップは【感染予防不安】。



年代別	年齢	カラオケに行く機会がなかっただけ	新型コロナウィルス感染症が収束するまで我慢しようと思っているから	カラオケボックスは感染リスクが高いと思うから	友人・知人に誘われなくなったから	お店の感染予防策に不安があるから	歌う気分にならなかったから	カラオケ自体の興味が薄れてきたから	他のお客さんもいるので不安だから	職場の付き合いがなくなったから	カラオケ以外の楽しみ方を見つけたから	営業しているカラオケボックスが近くにないから	飲食も提供されていないので不安だから	歌いたい曲がないから	自宅でカラオケを楽しんでいるから	学校や職場から禁止されているから	その他
		15～19歳	51.3	11.7	14.3	13.2	5.9	10.3	9.2	4.4	0.7	8.1	3.7	2.2	5.9	3.7	4.0
20代	49.0	15.8	17.7	12.9	10.7	10.4	10.9	7.3	5.8	10.2	7.0	3.2	5.6	4.6	2.9	6.1	
30代	45.1	22.3	24.0	15.5	11.9	10.7	16.0	8.0	8.3	9.5	4.6	1.7	4.4	3.6	3.4	5.3	
40代	46.8	27.2	28.2	14.3	12.4	10.9	12.1	9.7	9.0	4.9	4.1	3.9	2.4	2.7	2.2	3.2	
50代	36.9	38.3	35.2	12.9	20.1	10.7	8.3	14.1	11.2	4.6	2.9	5.1	1.5	2.7	1.9	2.9	
60代	28.9	46.4	39.3	14.6	19.7	11.2	6.8	16.5	10.0	3.4	6.1	5.1	1.2	2.2	1.5	1.9	

\* 年代別で際立った数値のセルに色付けしています。（高め  / 低め ）

### ④カラオケに行きたくなるシーンについて

#### ■利用者層

【ストレス発散・気分転換】【うれしい・歌いたいとき】【2次会・打ち上げシーン】が上位。

#### ■中止層

【ストレス発散・気分転換】【うれしい・歌いたいとき】のスコアが利用者層よりも高いことから、現在控えているものの、潜在ニーズがあることがうかがえる。

