

## Spotify、音声メディアの現在と未来を包括的に分析した 調査レポート「The Sound-On Era」を国内初発表

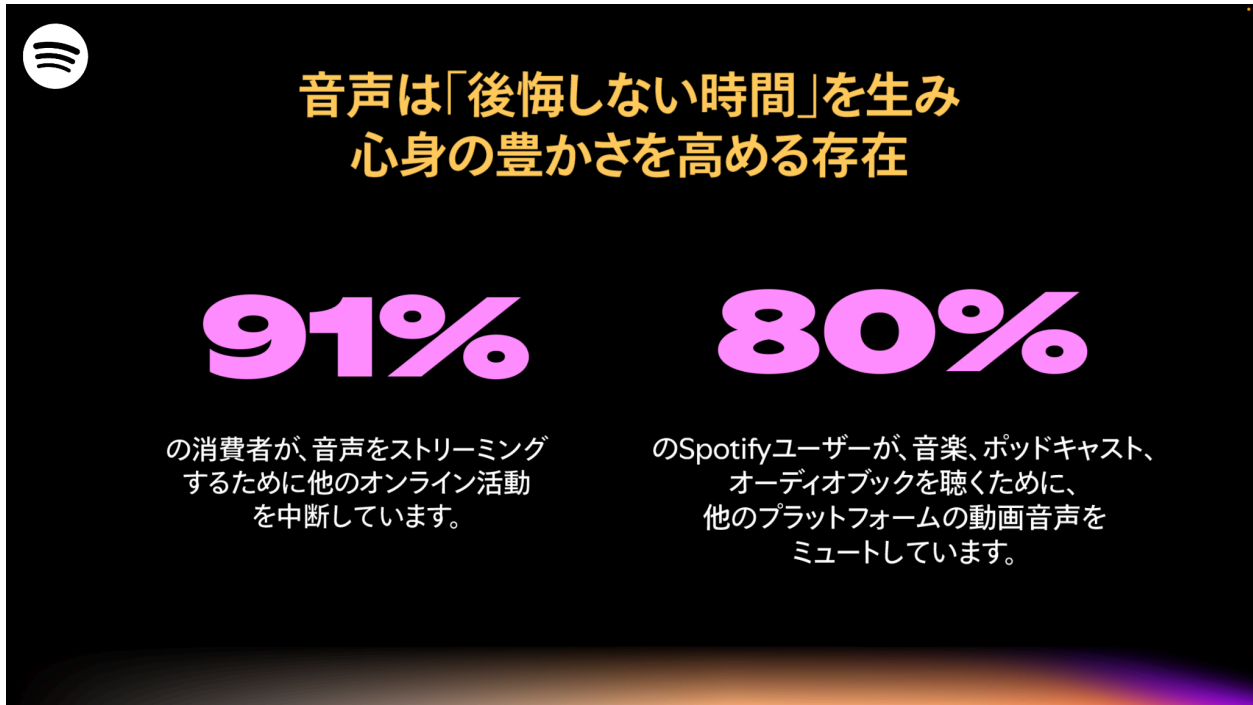


世界で7億6100万人以上が利用するオーディオストリーミングサービス Spotify(会社名 Spotify AB / 本社 Stockholm, Sweden)は、音声メディアの現在と未来を包括的に分析したレポート「The Sound-On Era(サウンドオンの時代)」を本日発表いたしました。本レポートは、米国・英国・ドイツ・メキシコ・日本の消費者5,000人、12市場の広告主105人へのアンケート、および業界専門家30名へのインタビューをもとに作成されました。

AIとストリーミング技術の進化により、音声はかつての「バックグラウンドメディア」を超え、感情的エンゲージメントと購買行動を結びつける現代メディアの中核となっています。本レポートでは、音声が生み出すポジティブな体験や、AIと音声の融合がもたらすイノベーションについても豊富なデータとともに紹介しています。

以下、ハイライトです。

■ 音声メディアは「後悔しない時間」を生み、心身の豊かさを高める存在

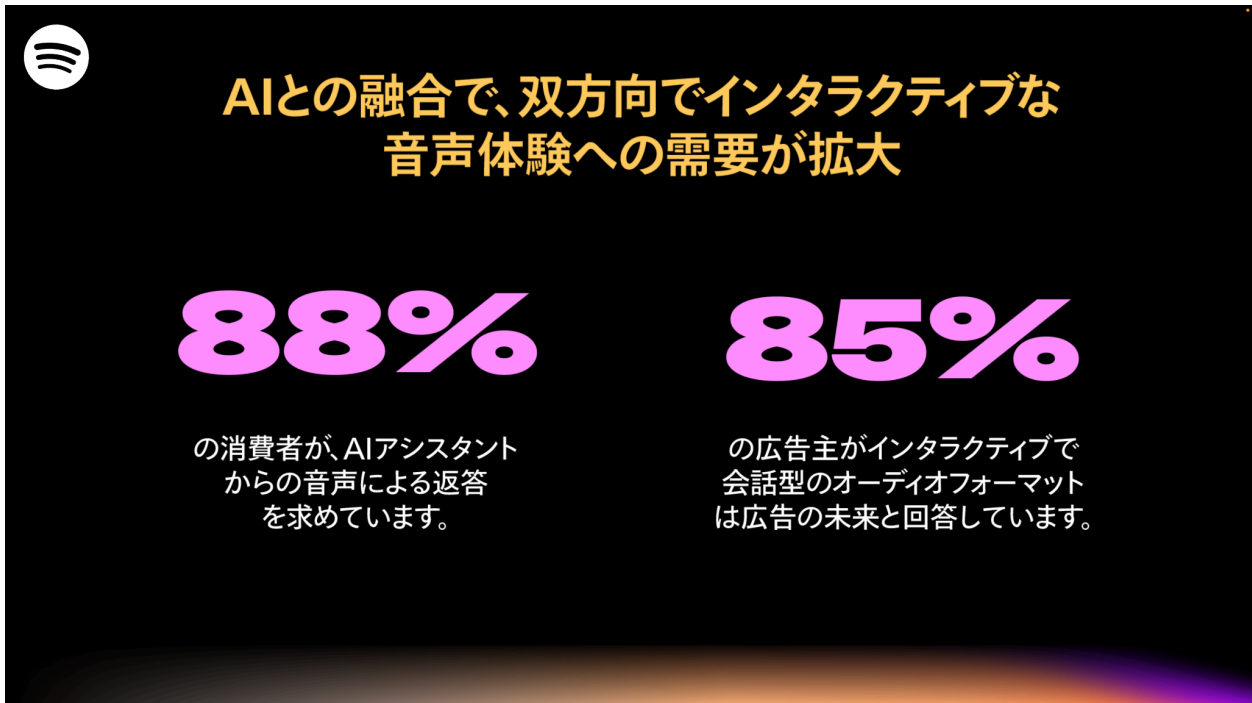


調査では、多くの消費者が音声に費やした時間を他メディアと比べて「後悔しない」と回答しており、音声メディアが、通勤・運動・料理など、あらゆる生活シーンに自然に寄り添い、認知的な負荷を軽減しながら心身の豊かさを高める存在であることが明らかになりました。

<主な調査結果>

- ・消費者の91%が、音声ストリーミングのために他のオンライン活動を中断した経験あり
- ・Spotifyユーザーの80%が、音声聴取中に他プラットフォームの動画音声をミュート
- ・消費者の61%が聴いた音声コンテンツの内容をよく記憶している（SNSコンテンツ比+6%）
- ・消費者の36%が、SNS広告より音楽・ポッドキャスト広告を信頼しやすいと回答

■ AIと音声の融合で、双方向でインタラクティブな音声体験への需要が拡大



AIと音声の融合により、消費者の音声活用が受動的なものから双方向でインタラクティブな体験に進化していることが本調査で明らかになりました。Spotifyでもその変化は数字に表れており、2025年5月のAI DJ機能ローンチ後、世界のストリーミング再生数が45%増加し、同年第4四半期には、同機能ユーザーの42%が音声コマンドを日常的に活用していることがわかりました。

<主な調査結果>

- ・消費者の88%が、AIアシスタントからの音声による返答を求めている
- ・広告主の85%がインタラクティブで会話型のオーディオフォーマットは広告の未来と回答
- ・リスナーの57%が、画面オフの状態でも気に入った広告に音声コマンドで反応すると回答
- ・音声エージェントの世界市場規模は2024年の24億ドル 2034年に475億ドルへ拡大予測

「The Sound-On Era」ではこれらの他にも、音声メディアについての理解を深め、広告主が消費者に効果的にリーチするために参照できるインサイトやアイデアを紹介しています。

調査報告の詳細は下記よりダウンロードしてください。

<https://ads.spotify.com/ja-JP/news-and-insights/sound-on-era/>

■Spotifyについて

<https://www.spotify.com/>

Spotifyは2008年のサービス開始以来、音楽の楽しみ方を一変させました。Spotifyでは1億曲以上の音楽や700万番組以上のポッドキャスト、35万以上のオーディオブックを、無料で発見・管理・共有することができます。有料のプレミアムプランにアップグレードいただければ、広告が入らず、より高音質に、インターネット環境がなくても、好きな曲順にお楽しみいただけます。Spotifyは、現在180以上の国と地域で、2億9,300万人の有料会員を含む7億6,100万人のユーザーが利用する、世界で最も人気のあるオーディオストリーミングサービスです。

Spotifyニュースルーム「For The Record」: <https://spotifynewsroom.jp/>