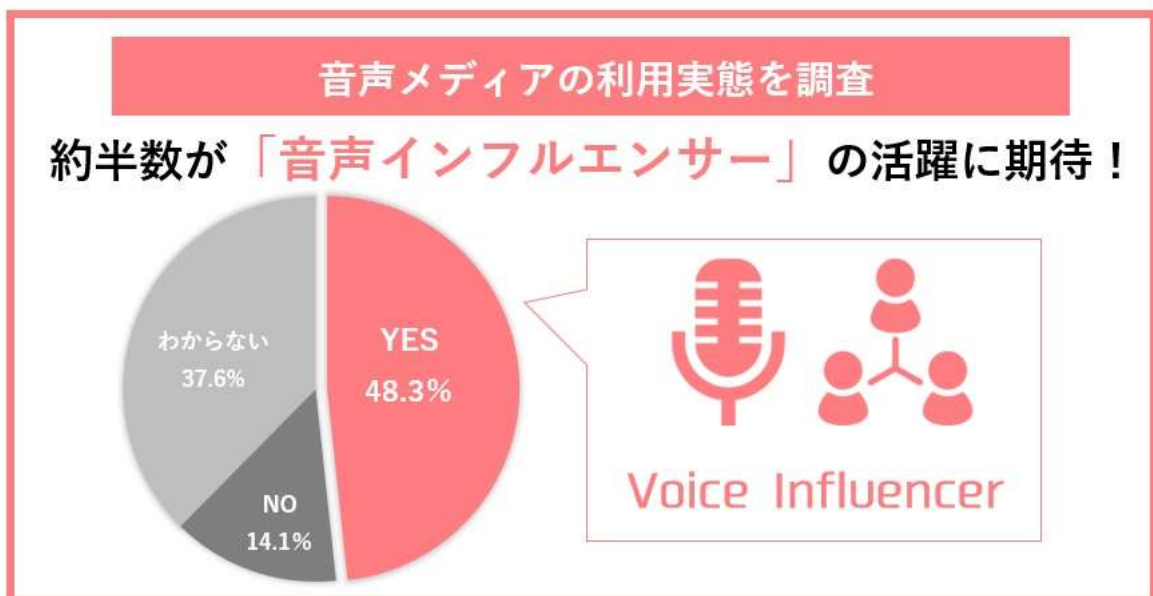


約3人に1人が「音声メディアを日常的に利用」と判明！ 今後使ってみたいメディアに「Clubhouse」、「SPOON」など 約半数が「音声インフルエンサー」の活躍に期待も

「トレンドを捉え、新しい時代を創る」をミッションに掲げるトレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード 6069）は、「音声メディアに関する利用実態調査」をいたしました。



【調査概要】

- ・調査対象：20～30代男女 526名
- ・調査期間：2021年2月1日
- ・調査方法：インターネット調査

2021年1月末、シリコンバレー発の音声SNS「Clubhouse」がネット上の話題を席卷するなど、ネクストトレンドの筆頭として注目を集めている「音声メディア」。現状は情報感度の高いイノベーター、アーリーマジョリティー層がアクティブに利用している印象ですが、生活者の多くはどのように感じているのでしょうか。実態を把握するべく、調査を実施しました。

◆ 30%以上が音声メディアを日常利用、「音声 SNS」の台頭に注目

まず、「日常的に使っている音声メディア」について聞いてみると、31.6%が「何かしらの音声メディアを利用している」と回答。約3人に1人の日常に溶け込んでいることがわかりました。

現在、日常的に使っている音声メディアはありますか？



日常的に音声メディアを利用している人に対象を絞り、詳しくメディアを見てみると、最も利用が多かったのは「radiko」(68.1%)という結果に。以降は「Spotify ポッドキャスト」(18.1%)、「ポッドキャスト (Apple または Google)」(13.3%)、「Discord」(12.7%)、「ラジオクラウド」(4.2%)となりましたが、2位以降はあまり数字的に大きな差は見られませんでした。今後の利用者の広がり次第では、どのメディアもシェア上位を狙える状況にあり、まさに音声メディア戦国時代の様相を呈しています。

一方、「今後、使ってみたい音声メディア」については、トップ5が「radiko」(28.9%)、「Spotify ポッドキャスト」(12.2%)、「ポッドキャスト (Apple または Google)」(11.6%)、「Clubhouse」(8.6%)、「SPOON」(5.7%)という顔ぶれに。

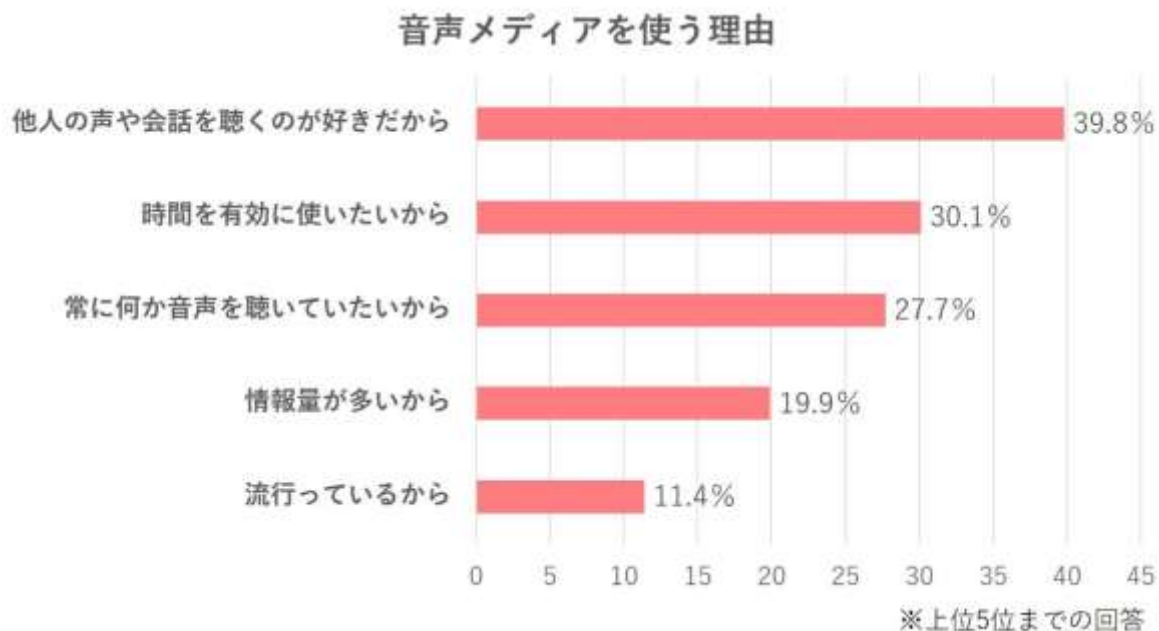
現在、利用している音声メディア		
1	radiko	68.1%
2	Spotifyポッドキャスト	18.1%
3	ポッドキャスト (AppleまたはGoogle)	13.3%
4	Discord	12.7%
5	ラジオクラウド	4.2%

今後、使ってみたい音声メディア		
1	radiko	28.9%
2	Spotifyポッドキャスト	12.2%
3	ポッドキャスト (AppleまたはGoogle)	11.6%
4	Clubhouse	8.6%
5	SPOON	5.7%

「radiko」や「ポッドキャスト」は、ユーザーが音声を聴く、配信するのどちらか一方のコミュニケーション（ラジオ配信型）ですが、「Clubhouse」や「SPOON」はフォロワーやトークルームといった、ユーザー間の双方向コミュニケーションであることが特徴といえます。今後はこういった「音声 SNS」の台頭にも注目です。

◆ コロナ禍による「他人との会話」への飢餓感が影響か

続いて「音声メディアを使う理由」を聞いてみると、1位は「他人の声や会話を聴くのが好きだから」(39.8%)となりました。コロナ禍により、他人とリアル場で会話する機会が減っている状況が、音声メディアの利用モチベーションに拍車をかけていると考えられます。2位以下は「時間を有効に使いたいから」(30.1%)、「常に何か音声を聴いていたいから」(27.7%)、「情報量が多いから」(19.9%)、「流行っているから」(11.4%)という結果に。その他、自由回答でも「ゲームをしながら会話するため」といった意見が複数集まりました。数年前から ASMR（生活音など、聴いていて心地いい音）が流行していることも考えると、“ながら聴き”のニーズが高まっている現状がうかがえます。



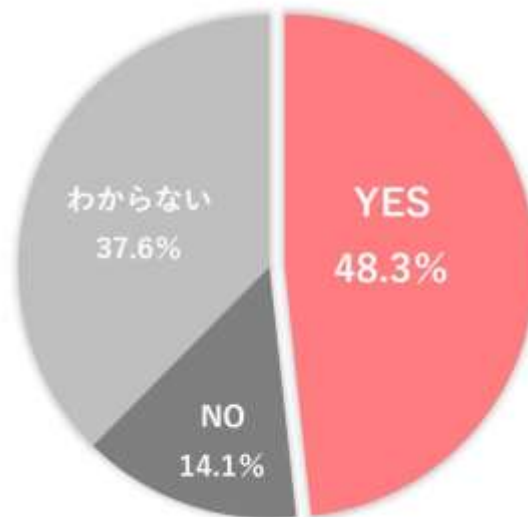
◆ 音声での人気条件トップ3は「テンポの良さ」、「魅力的な声」、「ワードセンス」

「お気に入りの音声コンテンツ（または人）」については、43.3%が「お気に入りコンテンツ（または人）がある」と回答しています。その特徴を聞いてみると、1位は「話し方のテンポがいい」(23.0%)、2位は「声が魅力的」(21.1%)、3位「ワードセンスがいい」(14.1%)となりました。

また、「音声メディアで活躍するインフルエンサー」については、48.3%が「人気が高まりそう」と答えています。トレンドーズが運営するZ世代とSNSトレンドの研究機関「memedays」が発表した「2021年トレンド予測」でも、「ゆたせな」、「ほのびす」、「ヒヨごん」といった、「聴感上のタレント性」を持った次世代インフルエンサーがピックアップされています。彼らのオリジナルワードがTikTokなどで広まり、若者の流行語になるムーブメントも見られ、今年のトレンドを生み出す存在としても注目です。

※memedays 2021年トレンド予測：<https://memedays.jp/research/202/>

今後、「音声インフルエンサー」の人気は高まると思いますか？



最後に、昨今の「音声メディアの盛り上がり」についてどう感じるかを聞くと、51.3%が「ポジティブに感じている」と回答しています。

◆ 芸能人の「トークスキルの横展開」も、音声 SNS 隆盛の注目ポイントに

今回の調査を通して、音声メディアの普及率はまだ高いとはいえないものの、生活者の間で、期待感は広まりつつあることがわかりました。「Clubhouse」が急速に話題化したこともあり、この期待感はさらに加速していきそうです。また、「Clubhouse」ではお笑い芸人やタレントなど、様々な有名人が利用を表明していますが、元来、話術に長けている方が多いため、音声メディアとの相性は非常に良いといえます。テレビで培った「トークスキルの横展開」が、音声 SNS の隆盛に影響していくことは間違いないでしょう。また、一般のインフルエンサーが彼らとどのように差別化を図っていくのか、企業プロモーションではどのような取り組みが可能か、トレンドーズでは今後もメディアトレンドと生活者インサイトの変化を分析してまいります。

- ・ radiko/ラジコは、株式会社 radiko の商標または登録商標です。
- ・ Spotify は Spotify, Ltd の商標または登録商標です。
- ・ Apple、Apple ロゴ、App Store は米国およびその他の国で登録された Apple Inc.の商標です。
- ・ Google は、Google Inc. の商標または登録商標です。

【トレンドーズについて】

「トレンドを捉え、新しい時代を創る」のミッションのもと、独自のノウハウによりトレンド予測・分析を行いながら、生活者の多様化・細分化に対応したプランニングで、次世代型の「マイクロマーケティング」を提供しています。（HP：<https://www.trenders.co.jp/>）

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：佐藤由紀奈（さとうゆきな）メールアドレス press@trenders.co.jp