

## 無料ダウンロードは個人情報と引き換え 「シノベイト 音楽に関する意識調査」

グローバル・マーケティング・リサーチ会社のシノベイトは、2009年12月、世界13ヶ国(日本は含まない)、8,000名を対象に、音楽に関する意識調査を実施いたしました。

### 主な調査結果

- 音楽好きなブラジル人、関心が低いオーストラリア人
- アメリカ人の3分の1は好きなミュージシャンに会うためならなんでもする
- ミュージックビデオも携帯で - インドでは38%
- 全体の3分の1が違法ダウンロードの経験あり
- 全体の4分の1が無料ダウンロードと引き換えに個人情報を明かしても構わない

### ◆調査概要

実施機関: シノベイト 実施時期: 2009年12月

対象国(13カ国): オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、フランス、香港、ハンガリー、インド、韓国、フィリピン、スペイン、イギリス、アメリカ

対象者: 8,000名

音楽ファンのほぼ5人に1人は自分のアイドルに会うためならどんなことでもしたいと思っていることや、4人に1人は無料で音楽を入手するためなら個人情報を知らせても構わないと思っていることが、シノベイトが実施した最新の「音楽に関する意識調査」で明らかになった。

シノベイト メディアリサーチのグローバルヘッドを務めるスティーブ・ガートンは語る。「人類創世記から人は音楽が好きでした。原始的な太鼓を打つ音、誕生前から慣れ親しんでいる母親の心臓の鼓動。すなわち私たちは音楽を愛するようにプログラムされているのです。」

シノベイトは13カ国で18歳以上の8,000名を対象に音楽の購入習慣、嗜好などについて調査を実施した。今回の調査結果は世界最大規模の音楽見本市である、MIDEM 2010において、ミュージック・マターズ社より発表された。MIDEMのディレクター、ドミニク・レガーン氏は以下のように述べている。「音楽業界は以前に比べて多様化、細分化され、音楽ビジネスそのものも非常に複雑になってきています。今日の音楽の消費パターンを知り、音楽ファンが求めているものは何かを理解することは非常に重要になってきています。」

### 1) 音楽好きなブラジル人、関心低いオーストラリア人

音楽は世界で最も好まれている娯楽であろう。対象者には「音楽に全く関心がない」(1)から「できることなら一日中音楽を聴いていたい」(10)までの10段階で、どの程度音楽が好きかを回答してもらった。全対象国の過半数の人たち(63%)は10段階の6以上を回答し、ほとんどの人が自分たちが音楽好きであると考えていた。6以上を回答した割合が最も高かったのはブラジル(80%)、スペインとイギリス(いずれも79%)であり、反対にオーストラリアは27%で最下位だった。

自分は音楽好きだと答えた人たちの中で、14%は「できることなら一日中音楽を聴いていたい」と答え、この割合はブラジルで最も高く49%、最も低かったのはオーストラリアで2%だった。一方、「音楽に全く関心がない」と答えたのは全体の6%に過ぎなかった。

「音楽はブラジル人の生活に深く音を下ろしています。」とシノベイト ブラジルのクライアントリレーションシップでヘッドを務めるヘスス・カルデイロは言う。「ブラジルにおいて音楽は単なる娯楽ではなく‘生活のサウンドトラック’

のようなものであり、自宅、街中、海や山から学校までも、様々な場面に存在します。ブラジルの音楽文化は非常に豊かで多様です。ローカル、アフリカン、ヨーロッパなど様々なタイプの音楽が影響し合っています。ブラジルのミュージシャン、故アントニオ・カルロス・ジョビンは、かつて「ブラジルは音楽であり、音楽はブラジルである」とまで述べています。」

## 2) アメリカ人の3分の1は好きなミュージシャンに会うためなら何でもする

セレブ文化が流行している。19%が自分のお気に入りのミュージシャンに会うためなら「どんなことでもする」と答えた。こう思う人はアメリカ(33%)、イギリス(32%)、スペイン(30%)で多く、一方、中国、香港、ハンガリー(いずれも7%)などでは少ない傾向が見られた。さらにアメリカでは、「週末にお気に入りのミュージシャンや他のファンたちと一緒にどこかへ出かけ、さらにその間にコンサートを楽しむ」という催しがあったらどう思うか尋ねたところ、44%が「非常に興味がある」と回答し、全体の16%を大きく上回った。

「アーティスト自身のウェブサイト、ブログ、ツイッター、SMSの隆盛により、音楽ファンはお気に入りのスターたちを以前より身近に感じています。」とガートンは言っている。「セレブに熱を上げる時代をこれらの新しいメディアがさらに煽っているのです。」

アジア諸国では事情が少し違うようだ。「アジアでは有名人が広告に出演することで商品がよく売れますが、人々は現実的でもあります。自分のお気に入りの歌手はゴージャスで、気分合う歌を歌ってくれるが、自分の仕事には何の役にも立ってくれない、と人は思っています。香港や中国にはポップカルチャーが存在しますが、それは目的を達成するための手段であり、目的そのものではありません。」とガートンは述べている。

## 3) ミュージックビデオは携帯で—インドでは38%

1981年にMTVが生まれ、音楽アーティストがファンとつながる新しい時代の到来となってから、テレビはいまだに人々にとってミュージックビデオを見るための重要なメディアであり続けている。しかし、パソコンと携帯電話はテレビにとって強力なライバルになりつつある。過去1ヶ月間にどのような方法でミュージックビデオを見たかを尋ねたところ、対象者の半数以上(57%)がテレビで見たと答え、46%がパソコンで見たと答えた。さらに16%は携帯電話を使ったと答え、この割合はインド(38%)で最も高く、フィリピン(23%)と中国(20%)が続いた。

シノベイト インドのマネージングディレクター、ミック・ゴードンは、「これは驚きの結果ではありません。フル装備の携帯電話はインドでは基本です。市場は目覚しく成長しており、毎年数百万人ずつ携帯電話利用者が増えています。そして、インドで最も人気があるのはインド映画の音楽であり、インド映画関連のミュージックビデオです。」

## 4) 全体の3分の1が違法ダウンロードの経験あり

CDショップはまだ死滅していない。デジタル音楽が隆盛を極めているものの、まだ目に見える形で音楽を所有したい人たちはたくさんいる。過去1ヶ月間に約3分の1の人々が店で音楽CDを購入し、11%がオンラインで購入していた。一方、海賊版や違法ダウンロードは依然としてある。音楽業界は違法ダウンロードを撲滅するため多大な努力をしており、国によっては効果を上げている。今回の調査では全体の11%が海賊版の音楽CDを購入したことがあると告白しており、この割合はフィリピン(41%)、ブラジル(21%)、中国(14%)で高かった。

ほぼ3分の1の対象者(29%)は料金を払わずにインターネットから曲をダウンロードしたことがあると認めた。この割合は中国(68%)、韓国(60%)、スペイン(46%)で高かった。また、19%がファイル交換ソフトを使ったことがありこれも中国(37%)が最も高く、スペイン(31%)が続いた。

シノベイト イギリスのリサーチマネージャ、ロバート・アレインは以下のように述べている。「長い間、違法ダウンロードは合法ダウンロードよりも簡単に迅速にできましたが、今はもう違います。そして消費者は新しい合法サービスを利用するようになりました。人々は法律を破りたいわけではなく、支払い方法がクレジットカードのみであること(16歳以下は使えない)、デジタル著作権管理(例:マイクロソフトのミュージックストアでダウンロードした曲はiPodでは聞けない)などの理由で仕方なく違法ダウンロードをした場合もあったのです。イギリスでは真剣に合法ダウンロードを推進した結果、違法ダウンロードの数は今後少しずつ減少すると予想されています。2009年に踏み出したこのような一歩がなかったら、今回の調査でファイル共有ソフトの使用を認めた13%というイギリスの対象者の割合は、2倍、3倍になっていたでしょう。」

カルデイロは以下のように述べる。「ブラジルではアーティストの権利は他の国ほどゆるぎないものではなく、音楽はブラジル人のアイデンティティに本来備わっているもの、すなわち共有財産とみなされているのです。このため、ブラジルのアーティストは共有ライセンス制などを通じて、無償での音楽共有の促進に積極的です。」

ほとんどの人たちは合法的に音楽を購入しており、合法モバイルダウンロードは成長し始めている。全対象者の8%は携帯電話に音楽をダウンロードするために必要なアプリケーションにお金を払っており、この割合は中国で最も高く16%、次いで韓国では13%だった。また、全体の14%は携帯音楽プレイヤー用に曲を有料でダウンロードしたことがあった。これに関しても韓国(30%)と中国(27%)が世界をリードしていた。

シノベイト 中国のCEOを務めるダリル・アンドリュースによると、「シノベイトは数年前にデジタルミュージックに関する調査を中国で実施しました。そのときの結果から、私たちは中国人消費者が携帯電話を使って音楽にアクセスする方法を求めていることを知りました。そして、チャイナ・モバイルという会社はまさにそれをビジネスにしました。彼らはこれをサービスオプションに加え、数中国元余分に支払うだけで消費者は音楽をダウンロードできるようになりました。非常に賢いビジネスと言えるでしょう。」

音楽を自分のパソコンにダウンロードするためにお金を払った人は全対象者の14%で、トップは韓国(49%)、次いでイギリス(26%)だった。

## 5) 全体の4分の1が無料ダウンロードと引き換えに個人情報を明かしても構わない

音楽のダウンロード中やウェブサイトのストリーミング中に表示される広告について人々はどのように感じているのだろうか。ほとんどの消費者にとっては、見返りとして何か提供されるならば全く問題ないようだ。全体の44%が、無料で音楽をダウンロードできるならば広告を見たり聞いたりしても構わないと答え、また41%は、無料の音楽ストリーミングにアクセスできるならば広告を見ても構わないと答えた。

実際、多くの対象者が無料の音楽にアクセスするために自分の個人情報を進んで明らかにしている。全体の約4分の1が無料で音楽をダウンロードできると引き換えに自分の個人情報を知らせてもよいと言っている。この割合が多かったのはイギリス(38%)、オーストラリア、韓国(いずれも37%)だった。反対にしたくないと回答した人が多かったのは、ハンガリー(90%がしたくないと回答)、香港(89%)であった。

無料ストリーミングには全体の23%が個人情報を明らかにするとされており、トップはオーストラリア(36%)、次いでインド(35%)、フィリピン、イギリス(いずれも31%)が続いた。消極的なのはスペインと香港だった(いずれも88%がしたくないと回答)。

ガートンは次のように説明する。「この結果はこれらの国でいかに音楽の聴取者が用心深くなっているかを示しています。また、音楽を無料で手に入れる方法を既に知っている人がかなりいることも示しています。消費者側には第三者に個人情報を与えることで困ったことが起きるのではないかという不安があり、企業はプライバシーに十分配慮し、個人情報をどのように使うつもりかを消費者に明快に示さなくてはならないのです。」

### その他の結果:

- 全対象者の約3分の1(31%)が、「好きなアーティストが広告する商品を購入したい」と思っている。トップは韓国の52%、中国が38%でそれに続いた。
- 過去1ヶ月間に音楽アーティスト関連の衣類や商品を買ったことがあると回答したのは全対象者の11%であった。
- 過去1年間に携帯電話で着メロや壁紙を購入した人は、全対象者の16%であったが、トップの韓国では66%にも上った。
- アメリカ人対象者の70%が、最新のコンサートやチケット入手情報に関する情報メッセージにお金を払うと答えた。

### シノベイトについて [www.synovate.com](http://www.synovate.com)

シノベイトはAegis Group plcのマーケティング・リサーチ部門として、世界62カ国に広がるネットワークを駆使し、クライアントに必要なグローバル・サポートと総合的なマーケティング・リサーチ・サービスを提供しております。

### [内容のお問い合わせ]

シノベイト株式会社 担当: 山野辺 有子

〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-18-19

TEL 03-5408-3853

FAX 03-5408-3851

E-mail [japan@synovate.com](mailto:japan@synovate.com)