

**【テキストマイニングで見えてきた、音楽の利用変化の実態】**

音楽に触れる機会が減っていると感じられている。

YouTube(ユーチューブ)、パソコンで様々なジャンルを聴くスタイルが定着。

マイボイスコム株式会社(東京都千代田区、代表取締役社長:高井和久)は、当社で提供している新しい「テキストマイニングサービス(Text-Voice)」を用いて、自主調査で実施した「音楽に関するアンケート調査(第3回)」の自由回答を分析しました。

「ここ2~3年の音楽利用実態の変化」に関する、約3,000件の自由回答を分析した結果をご報告いたします。

※「変化があった」と回答したデータのみを分析。

【自主調査の結果】 [https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product\\_id=18614](https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=18614)

【Text-Voice 概要】 <http://www.myvoice.co.jp/menu/txt-voice.html>

**◆音楽に触れる機会が減っているという実感**

「テキストマイニングサービス(Text-Voice)」では文章を最大で6つの言葉の組合せで分類することができます。

今回の約3,000件の自由回答を Text-Voice で解析したところ、最もよく見られた音楽利用の変化は、

「音楽に触れる機会がが減っている」という実感であることがわかりました。【図表1】

他方、「ユーチューブやパソコンでの利用が増えている」という意見も続いて多くなっており、音楽の利用シーンが、より一層SNS等のソーシャルメディアと連動してきていることがうかがえます。

また、「聞きたい新曲がない」との意見も多く見られ、ニーズが十分に満たされていない実態もわかりました。

【図表1 発言集計】 ※発言量＝出現の量上位項目のみ抜粋

発言量	ターム1	ターム2	ターム3	ターム4	ターム5	ターム6
544	機会	減っ	頻度	音楽	触れる	
475	ユーチューブ	増え	聴く	パソコン	ジャンル	頻度
356	聞きたい	曲	音楽	新曲	がない	新しい
252	CD	購入	レンタル	DVD	以前	ダウンロード
210	子供	生まれて	自分	ゆっくり	聴く	なったため
193	自分	好きな	アーティスト	できる	増え	
167	移動	なくなった	聞かなくなっ	電車		
161	音楽番組	テレビ	見る	音楽	録音	程度
133	頻度	かける	金額	減っ	無料	
132	CD	買わなくなっ	パソコン	なくなった		
110	ネット	ラジオ	聴く	面倒		
80	電車	乗る	車で	移動	車の中	
77	時間	余裕	感じる	ゆっくり		
75	クラシック	ライブ	行く	毎日	カラオケ	DVD
63	結婚	出産	子供	自分		
58	お金	かけなくなっ	かける	利用		
56	子育て	忙しく	仕事	ゆっくり		
53	電車	車の中	通勤	なったため	車で	
48	自由	利用	時間	DVD	理由	
43	無料	動画	ネット	ユーチューブ	見る	

## ◆音楽の利用変化の全体像は？

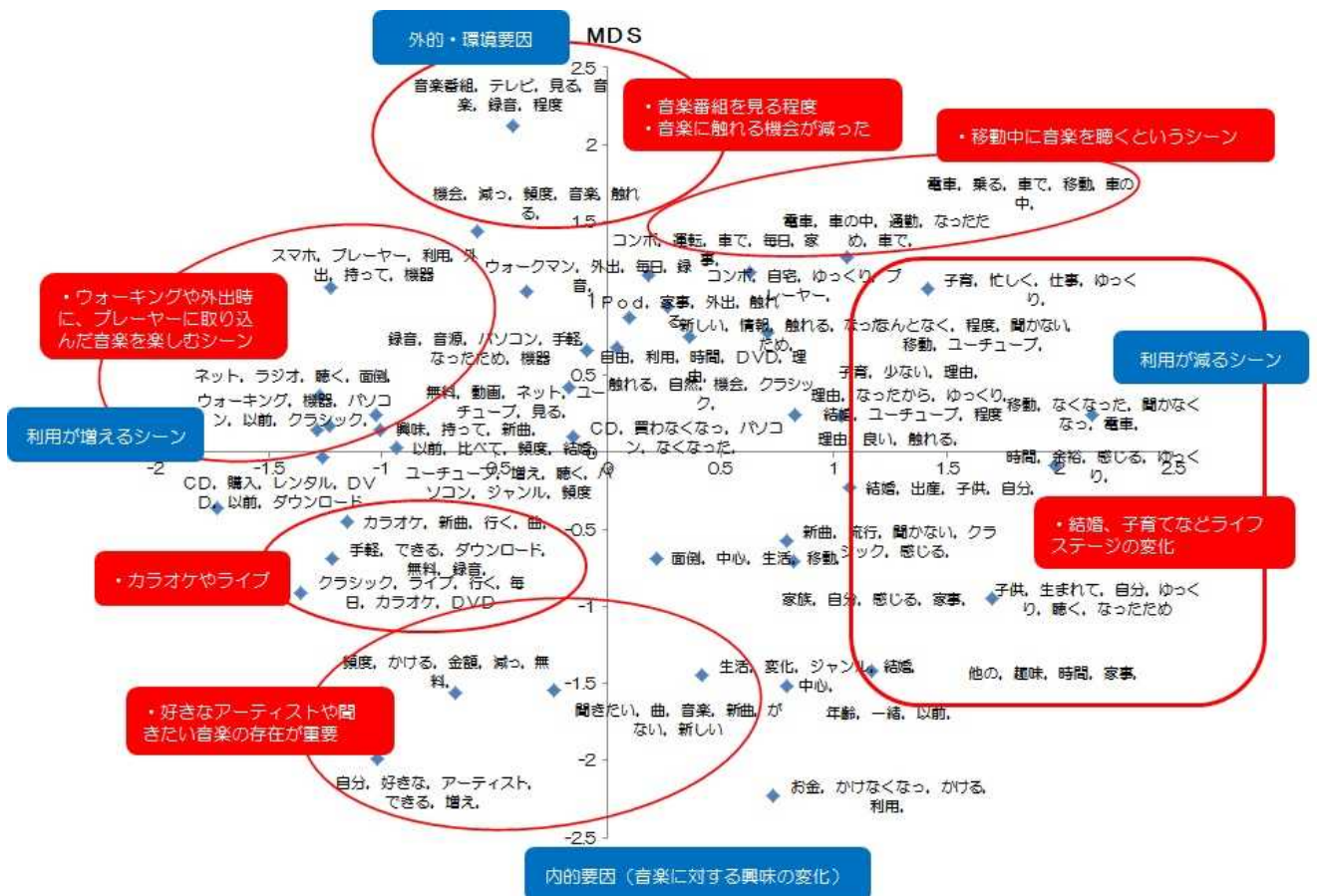
音楽の利用変化の全体像を見るために、関連深いものは近くに、関係の薄いものは遠くに配置されるよう、自由回答を視覚的なマップにしました。大きく分けると、下記のような実態があることが分かりました。【図表2】

- (1) 音楽番組を見る程度で、音楽自体に触れる機会が減った
- (2) 結婚や子育てなどのライフステージの変化により、音楽を聴く頻度が減っているケース
- (3) 好きなアーティストが増えた人がいる反面、聞きたい新曲がないという人もいる状況
- (4) カラオケやライブなど、聞くだけでなく、参加型の楽しみ方
- (5) ウォーキングや外出中に、ポータブルプレイヤーに取り込んだ音楽を聴くというシーン
- (6) 電車や車での移動中に音楽を聴くシーン

以上のような6つの行動や意識が、音楽の利用変化の大きな背景構造となっていることが分かりました。

そもそも、音楽に触れる機会が減ったという、生活者を取り巻く音楽環境の変化が感じられていることが明らかになった一方で、その対極には、好きなアーティストを増やしたい、聞きたい新曲がほしいという音楽を求める強いニーズがあることが分かります。この両者にどのように取り組んでいくかが求められていると言えます。

【図表2 発言構造】



## ◆利用頻度アップの要因はユーチューブ

利用頻度が増えた人と減った人の発言を比較したところ、利用頻度がアップした要因が明らかになりました。

ユーチューブやパソコンで、様々なジャンルに触れ、音楽の利用頻度が増えている様子がうかがえます。

また、好きなアーティストが増えること、手軽に無料でダウンロードできることも音楽の利用度アップに貢献していると推察されます。

逆に、音楽に触れる機会が減っている、聞きたい新曲がない、電車での移動中に聞かなくなった、という人の利用頻度の減少傾向が大きいこともわかりました。【図表3】

【図表3 発言 × 利用頻度変化】



以上の他、性別、年齢といった生活者個々人の属性によっても、利用頻度の変化の状況が異なっていることが分析結果から明らかになりました。

マイボイスコムはテキストマイニングサービス「Text-Voice」を用いて、アンケートやSNSなどの文章データの分析から、新しい発見を今後も発信し続けます。

※報道関係者様へのお願ひ

本リリース内容の転載にあたりましては、「マイボイスコム調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願ひ申し上げます。



## 【参考】テキストマイニングサービス(Text-Voice)について

アンケート調査の実施後、自由回答をどのように報告にお使いでしょうか？  
SNSなどで日々発信される発言データの内容を整理したいと悩んでいませんか？

マイボイスコムテキストマイニングサービスの Text-Voice は、できる限り客観的に、リーズナブルに、書き込まれた文章を内容に応じて分類し、文章全体の背景に隠れた構造を明らかにできる、これまでとは全く異なる、新しいテキストマイニングです。

Text-Voice には、以下の4点の特長があります。

- 1)文章全体でどのような発言(文章)があるのか、言葉をグループ化して整理します。
- 2)最大で6つの言葉の組合せで分類するため、意味がわかりやすく、解釈のブレを少なくできます。
- 3)強い主張を持った発言を識別することで、今後の市場動向の兆しを発見できます。
- 4)性別や年齢といった、属性と関連性の強い発言を抽出できます。

先入観、事前仮説に捉われず、純粹に生活者の声を聞きたいとき。  
仮説構築のために、まずは生活者の「生」の意見を把握したいとき。

あなたはどのようにその「声」を聞き取り、整理しますか？

Text-Voice ならば、大量のテキストデータを、「見れば理解できる」カタチに、整理し、まとめ上げることができます。

詳しいサービス内容は、下記のウェブサイトからサンプルをダウンロードしてご覧ください。

### 【テキストマイニング(Text-Voice)の概要】

<http://www.myvoice.co.jp/menu/txt-voice.html>

### 【MyEL(自主調査)テキストデータの分析事例】

[http://myel.myvoice.jp/user\\_data/case2.php#casepage\\_fa](http://myel.myvoice.jp/user_data/case2.php#casepage_fa)

---

※Text-Voice は「組織活性化研究所」の技術協力の下、サービス提供を行っています。

<技術提供パートナー> 組織活性化研究所

#### ◆会社概要

会社名:株式会社組織活性化研究所, ICAS Corporation Co.,Ltd.

創 立:1987年4月 / 設立2001年5月

住 所:東京都港区六本木6-12-2 六本木ヒルズレジデンス B 棟

代表取締役:高根 定信

ホームページ:<http://corepon.com/>

---