



このレポートは米国で 2011 年 4 月 8 日に発行されたものです。

グローバル音楽業界の今後を占うキーワードは

「3M (Music, Money, Mobile)」

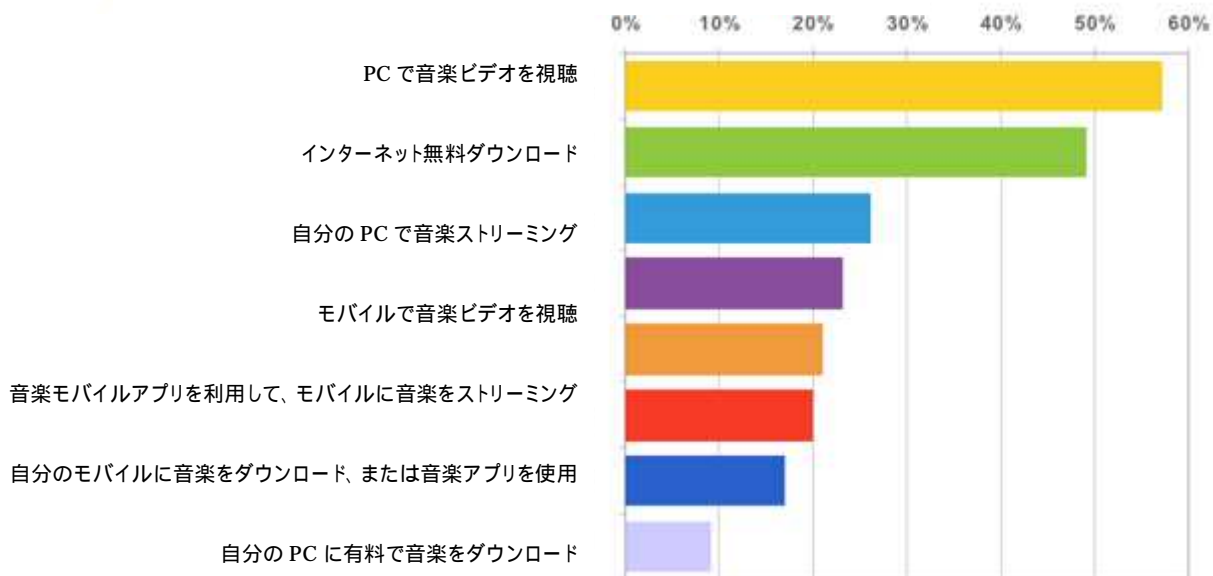
デジタルイゼーションは音楽業界を取り巻く環境を一新し、今や席卷していると言っても過言ではない。今日の音楽業界はダウンロード、ストリーミング、PC やモバイルでの視聴等、極めて細分化され、音楽の作り手、受け手共に新たな機会や方法を模索している。最近行なわれたニールセン・グローバル調査では、世界 53 カ国の 26,644 名のネット・ユーザーを対象に、音楽業界にとって最も手厳しい質問を投げかけてみた。マーケティングを最適化するにはどうしたらよいか、そしてデジタル・モバイル化の進行に伴い、収益を最大化するには何をしたらよいか。

音楽の価値が価格に反映

かつてないほどの数の発信元から音楽に接触できる今日、カスタマーは様々なチャンネルを通じて音楽を利用することに価値を見出している。コンテンツ・プロバイダーにとっては、コンテンツに対する消費者の購入意向、さらには経由チャンネルを理解することが、今後の運命を分けるだろう。

最も一般的なデジタル音楽の接触形態は「視聴」で、調査対象者の 57%が直近の 3 ヶ月に PC で音楽ビデオを視聴している。その他一般的な接触形態は PC での音楽ストリーミング (26%)、モバイルでの音楽ストリーミング (21%)、モバイルで音楽ビデオを視聴 (23%)、そしてダウンロードや音楽アプリの利用 (20%)となっている。

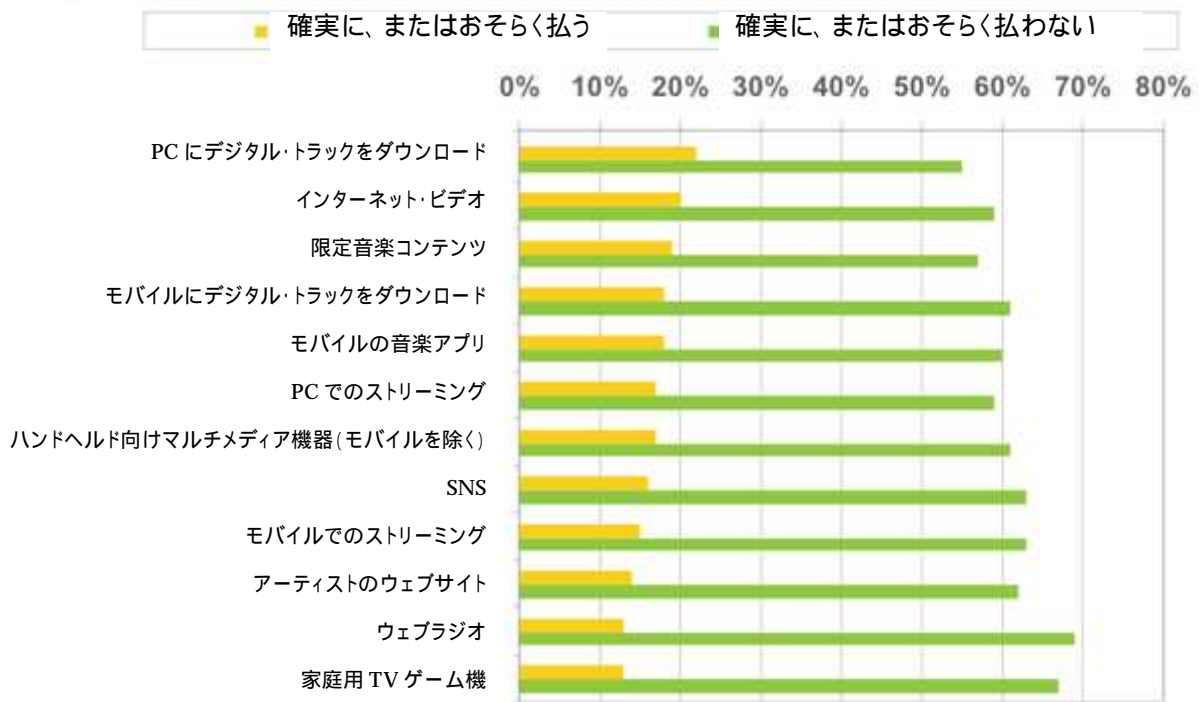
直近3ヶ月での音楽の利用



出典: ザ・ニールセン・カンパニー

音楽の購入先は、消費者の購入意向の数ほどに様々だ。音楽業界は新たな収益源を模索し、幅広いアプローチを試みている。デジタル音楽の購入先が増え、消費者にとってはより多くの選択肢があることを考えると、音楽業界の動きは妥当と思われる。

今後3ヶ月における音楽の購入先、またはコンテンツに対する支払意向

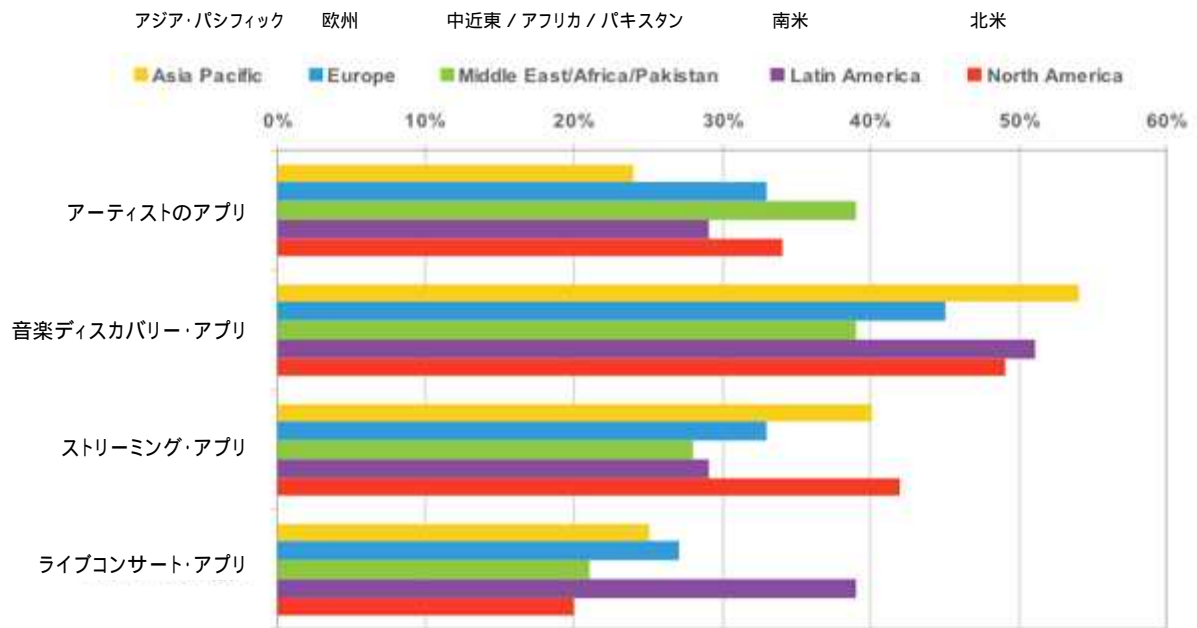


出典:ザ・ニールセン・カンパニー

音楽もモバイルで稼ぐ時代に

モバイル・テクノロジーやスマートフォンの浸透は、音楽業界にとっては新たな収益源、いわば大儲けの機会が到来することとなるだろう。携帯電話は(インターネット経由で)多くの消費者、特に20-24歳のデジタル音楽アーリー・アダプター層にとって世の中と「つながり」、「耳を傾け」、「音楽を買う」手段となっている。世界の20-24歳の約1/4(24%)が、モバイル用に音楽ビデオを購入してダウンロードしたいという意向がある。ニールセンの調査によると、デジタル音楽の消費に関しては20-24歳の男性が全世界的にアーリー・アダプター層となっていることから、音楽業界が現実的な収益モデルを構築するためには、マーケターはアーリー・アダプター層の意向を理解し、将来的な習性の変化を予測することが必要だ。ちなみにモバイル音楽アプリを求めている層が最も興味を示したのは、音楽ディスカバリー・ツールとストリーミング・アプリだった。

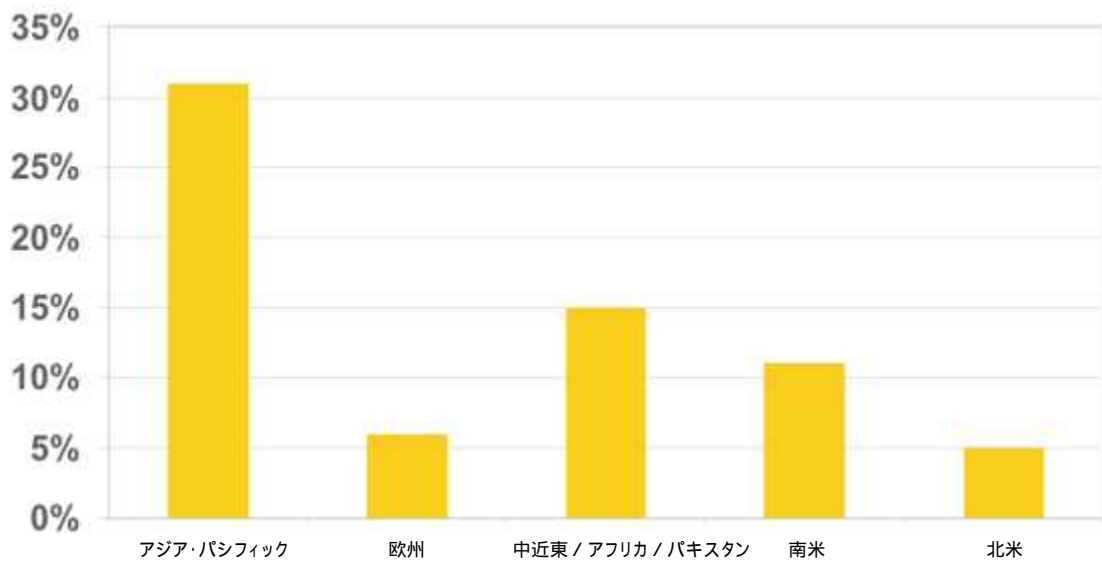
音楽アプリへの興味度合(モバイルで購入可能な場合)



出典: ザ・ニールセン・カンパニー

地域別に見ると、モバイルに音楽をダウンロードすることに最も活動的なのは、アジア・パシフィックの消費者だ。

直近3ヶ月で行なった活動: モバイルに音楽を有料ダウンロード(着信音・着メロは除く)



出典: ザ・ニールセン・カンパニー

###

本レポートは Nielsen Wire の記事を翻訳したものです。本レポートに記載された内容及びデータの著作権は The Nielsen Company に帰属します。

Nielsen Wire は The Nielsen Company のウェブサイトで開催される Nielsen のマルチデータソースを基にした BLOG です。360 度視点での消費者行動とメディアに関するインサイト、PC とモバイルを中心としたデジタルメディアのトレンド、テレビ視聴率のトピックス、ニールセンがグローバル展開している地域、各国におけるインサイトなどが項目ごとに収録されています。また、ニールセンが発行したホワイトペーパーなどのレポートをダウンロードすることができます。

Nielsen Wire は <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/> でご覧になれます。(英語のみ)

###

ネットレイティングスはザ・ニールセン・カンパニー、トランスコスモス株式会社及び株式会社電通の合弁会社です。ザ・ニールセン・カンパニーの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告分析、ソーシャルメディア分析の3つのソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、及び分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ネットレイティングスのサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ザ・ニールセン・カンパニーについて

ザ・ニールセン・カンパニー (NYSE: NLSN) は世界最大の情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報を提供しています。また、トレードショーも開催しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークの本社を拠点とし、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。

お問い合わせ先:

製品・サービスに関するお問い合わせ

ネットレイティングレイティングス株式会社 営業部 電話 03-4363-4201 e-mail: sales@netratings.co.jp

本レポートに関するお問い合わせ

ネットレイティングレイティングス株式会社広報担当: 西村 電話 03-4363-4200 e-mail: snishimura@netratings.co.jp