

運転には音楽がポジティブな影響を与えている！ 約80%が精神的なヒーリング効果を実感している「音楽のチカラ」 ＜全国2,000人に聞いた「音楽のチカラ」に関する調査＞



※使用写真はイメージです。

ハーマンインターナショナル株式会社(本社:東京都千代田、代表取締役社長:トム・メツガー)は、音楽が人々に与える効果を探るため、全国の10~60代の男女(その他含む)計2,000名を対象に、「音楽のチカラ」に関する意識調査を実施しました。

昨今の新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、通勤時の密を避け、車通勤に切り替えた人や車で買い物に出かける人も増えていると言われていますが、本調査では、運転時に音楽与える影響についてアンケートを取りました。

調査結果サマリー

✓ 全体の約7割以上の人¹が運転中の音楽の必要性を実感

- ・ドライブにおいて音楽の存在が重要だと答えた人は、全体の約7割(71.6%)。
- ・同意率は、性別・世代別に見てもほぼ等しく、多くの人にとって運転中の音楽の存在は大きい。

✓ 車内での音楽との接点は「ラジオ」が1位

- ・車の中では、「ラジオ」や「CD」を通して音楽に触れている人が多い。
- ・デジタルネイティブ世代は「音楽ストリーミング」が1位(45.57%)となり、世代によって差がみられる。
- ・音楽市場の過渡期である24~39歳は、幅広い音楽ツールを使いこなしている。

✓ 運転中の緊張感を音楽が軽減させている

- ・運転中の音楽が気持ちにプラスの影響を与えると感じる人が約7割(70.98%)。
- ・18~23歳の若年層は音楽からポジティブな影響を受けやすい。

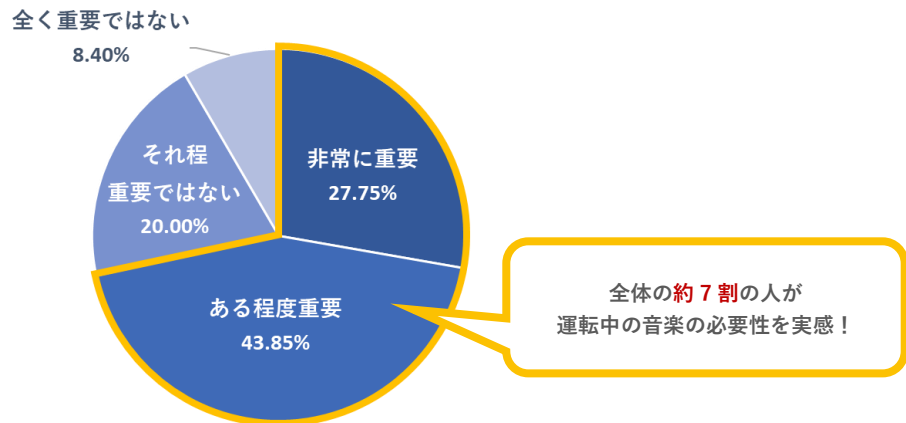
✓ 約8割の人²が「音楽」の持つ精神的ヒーリング効果を実感

- ・全世代で、8割近い人(70%以上)が音楽により癒されており、様々な場面で気持ちをサポートしている。

■ 全体の約 7 割以上の人 が 運転中の音楽の必要性を実感

本調査の結果、「音楽はドライブの一部としてどの程度重要か」という設問に対して、「ある程度重要」(43.85%)、「非常に重要」(27.75%)と答えた人は、約 7 割(71.6%)となりました(Q1 参照)。同意率は、性別別・年代別に見てもほぼ等しい結果となっています。このことから、車を運転する多くの人が車内で音楽に触れており、その存在を必要としているということがわかります。どんな状況にも寄り添う音楽は、車の中というプライベートな世界において、それぞれの空間づくりの一助となっていると言えます。

Q1. 音楽はドライブの一部としてどの程度重要ですか。



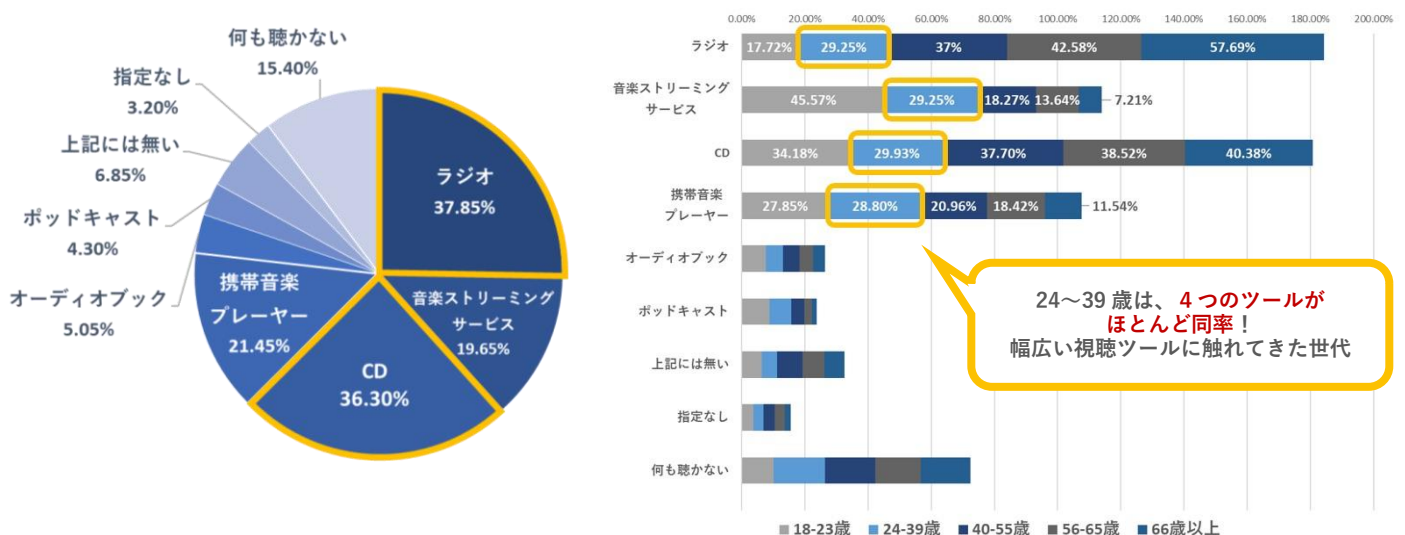
■ 車内での音楽との接点は「ラジオ」が1位

実際に、車の中ではどのようなツールで音楽に触れているのか調査したところ、全体を通して「ラジオ」(37.85%)と「CD」(36.3%)が上位となり、これは、他のツールが充実している現代において、運転時ならではの結果であると考えられます(Q2 参照)。操作が少なく済み、新たな音楽ジャンルとの接点も生みやすい「ラジオ」は、運転との親和性も高いことが伺えます。

一方で、年代別の結果には特徴が見られ、18～23 歳の若年層に関しては、「音楽ストリーミングサービス」の利用率が最も高く(45.57%)、「ラジオ」は「CD」(34.18%)、「携帯音楽プレーヤー」(27.85%)に次いで 4 位(17.72%)という、現代のデバイスに寄ったデジタルネイティブ世代らしい結果になっています。

最も特徴的な結果を出した、24～39 歳は、「ラジオ」(29.25%)、「音楽ストリーミングサービス」(29.25%)、「CD」(29.93%)、「携帯音楽プレーヤー」(28.8%)の 4 つが、ほとんど近い数字で並びました。56 歳以上になると、「ラジオ」(42.58%)と「CD」(38.52%)の 2 項目の比率が一気に増えることから、24～39 歳については、音楽市場において技術の過渡期であり、多くのツールに慣れていることも予測できます。また、「ラジオ」のように流れてくる新しい音楽と出会うこと、「音楽ストリーミングサービス」のように自分好みのプレイリストを作って楽しむなど、音楽との触れ方も世代差がある可能性も伺えます。

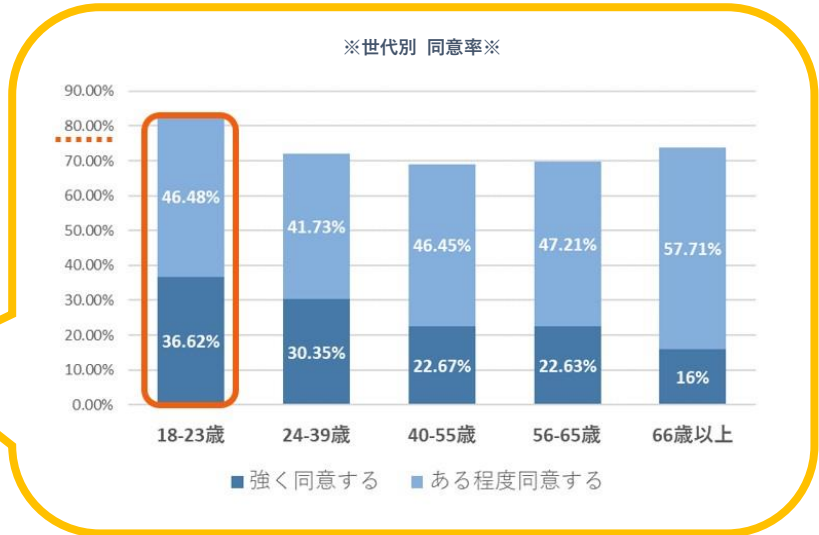
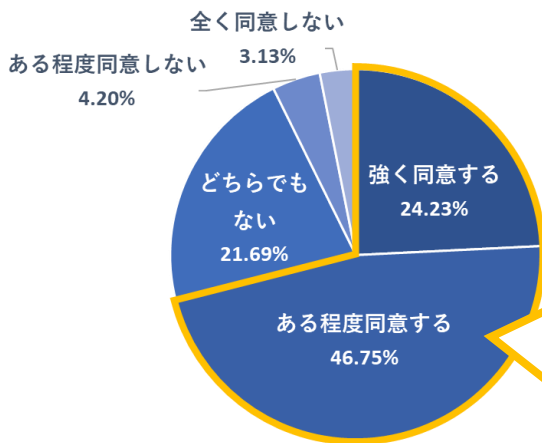
Q2. 車の中ではどのツールを使って音楽を聴きますか。(複数回答可)



■ 運転中の緊張感を音楽が軽減させている

運転中の音楽が、運転者の心持ちに与える効果として「プラスの影響を与える」ことに、「ある程度同意する」(46.75%)、「強く同意する」(24.23%)と答えた人は、約7割(70.98%)となりました(Q3 参照)。この結果は、性別・年代別に見ても同意率が高く、特に、18～23歳は約8割の人が音楽からポジティブな影響を受けていることがわかります(グラフ2 参照)。

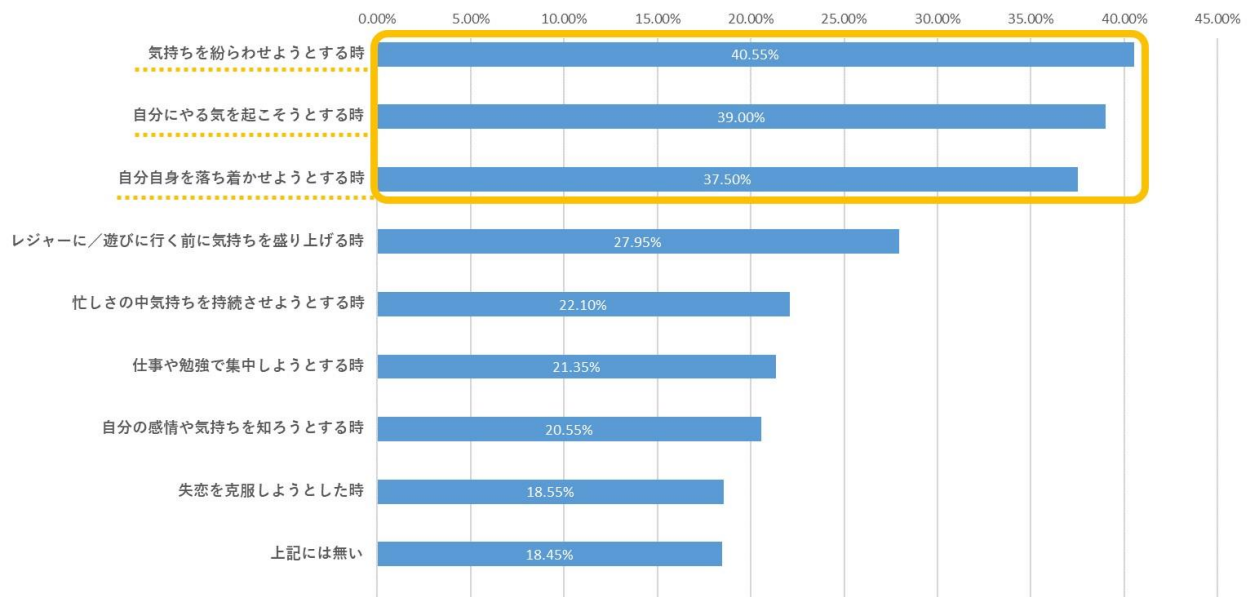
Q3. 運転中の音楽は、気持ちにプラスの影響を与えますか。



■ 約8割の人が「音楽」の持つ精神的ヒーリング効果を実感

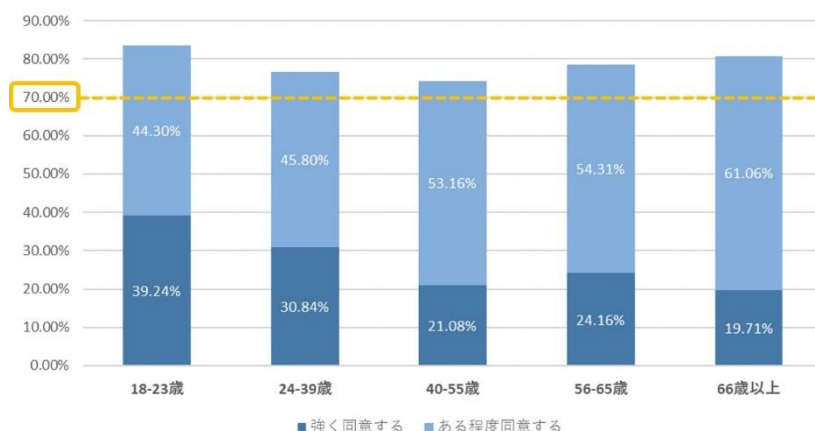
運転中は様々なことに気を配る必要があり、自然と心身に負荷がかかっていることから、音楽に癒しを求める人も多いようです。緊張感を軽減させるチカラを持つ音楽は、「気持ちを紛らわせようとする時」(40.55%)や「自分にやる気を起こそうとする時」(39%)、「自分自身を落ち着かせようとする時」(37.5%)などの場面でも助けになっていることから、私たちの深層心理に働きかけ、サポートする力があることがわかります(Q4 参照)。

Q4. 音楽によって助けられたと思う時はいつですか。(複数回答可)



また、「音楽には、気持ちを和らげる力がある」という意見に対して、本調査の設問項目の中で、唯一全年代から 70%以上の同意が得られていることから、「音楽」の精神的ヒーリング効果を実感している人が多いようです(グラフ参照)。

※世代別 同意率※



運転中は、自然と音楽をかけてしまうことが多いですが、気づかぬうちに緊張している心と体を音楽に委ねているのかもしれない。適度な休みを取りつつ、「音楽のチカラ」を感じながら、自分の時間を楽しんでみてはいかがでしょうか。

【調査概要】

- ・調査名 : 「音楽のチカラ」に関する意識調査
- ・調査方法 : インターネット調査
- ・調査実施機関 : ハーマンインターナショナル株式会社、ハーマンインターナショナルインダストリー社
- ・調査実施期間 : 2020年6月16日(火)～2020年6月18日(木)
- ・対象地域 : 全国
- ・対象者 : 18歳～60代 男女(その他含む※) 計 2,000名

※性別「その他」に関しては、有意の回答者数が集まらなかったため、今回の調査においては参考値としています。

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【Copyright 2020 Harman International Industries】とご明記ください。

<JBLについて>

美しい外観とプロ・サウンドを両立した家庭用スピーカーの開発を目指して設立。以来、世界中のあらゆる音楽が関わるシーンで、プロアマ問わず信頼され、愛用され続けている、世界最大級のオーディオメーカーです。家庭用超高級スピーカーからイヤホン、ヘッドホン、ホームシアターを展開。また、トヨタを始めとする車載純正オーディオ、マルチメディア用などの民生機器から、世界中の映画館、スタジアム、コンサートホール、そして放送局やレコーディングスタジオなどが対象となる業務用機器を投入しています。JBLは世界中の競技場で音響システムとして採用されており、様々な世界的なスポーツイベントでも採用されています。

<ハーマンインターナショナル(米国本社/Harman International Industries, Incorporated)について>

ハーマンインターナショナルは、プレミアム・オーディオ、ビジュアル、コネクテッド・カーと、それらを統合したソリューションを、自動車、消費者、プロフェッショナルの市場に向けて、設計・製造・販売しています。弊社の AKG®、Harman Kardon®、Infinity®、JBL®、Lexicon®、Mark Levinson®、Revel®を含む主要ブランドは、オーディオ愛好家やアーティスト、イベント/コンサート会場などで多く利用され、称賛を受けています。また今日では、弊社のオーディオやインフォテイメント・システムが装備された自動車が世界で 5,000 万台以上走っており、弊社のソフトウェアサービスは、オフィスや家庭、車やモバイルなどあらゆるプラットフォームにおいて、何十億台ものモバイル端末やシステムが安全な接続や統合を行えるよう、支えています。ハーマンインターナショナルは全世界に約 30,000 名の社員が在籍し、2017 年 3 月にて韓国サムスン電子の子会社となりました。

お客様の問い合わせ先
 ハーマンインターナショナルコールセンター
 Tel: 0570-550-465
www.JBL.com

JBL 公式オンラインショップ
www.JBL.com