

Spotify、世界と日本におけるZ世代のカルチャートレンドを調査した

報告書「Culture Next」を発表

～オーディオカルチャーからZ世代の感性を読み解く～



世界で6億4,000万人以上のユーザーが利用するオーディオ ストリーミングサービス Spotify（会社名 Spotify AB / 本社 Stockholm, Sweden）は、世界におけるZ世代のカルチャーやトレンドを調査した年次報告書「Culture Next」の2024年版を発表しました。

本報告書では、高いエンゲージメントを特徴とするZ世代ユーザーのデータをもとに、リスナー、クリエイター、ブランドがSpotify上でどのようにつながり、カルチャーを形成しているのかを探求しています。また、次に来るであろうトレンドについても分析し、広告主であるブランドが、Z世代への理解を深め、有効的な繋がりを築くための具体的なポイントや戦略を紹介しています。

今回の調査から、Z世代が音楽やポッドキャストを通じて友人とのつながりを深めると同時に、自分自身や社会、異文化への理解を広げていることがわかりました。日本のZ世代ユーザーの94%が「日常の活動中に音楽やポッドキャストを聴くことで、今この瞬間に生きている実感が湧くことがある」と回答しており、自身を取り巻く環境やカルチャーに深い関心を示していることがうかがえます。

以下、ハイライトです。

【ハイライト】



◆カルチャーに対するZ世代の見解

- 日本のZ世代の94%が「日常の活動中に音楽やポッドキャストを聴くと、その瞬間に生きている実感がわくことが時々あるいは頻繁にある」と回答。
- Z世代の74%が「自分たちの世代は傍流ではなく主流（メインストリーム）だ」と認識。この割合は2021年の59%から大幅に上昇。
- Z世代の74%が、過去1年間にコンサートや音楽ライブに参加。
- 日本の74%のZ世代が「Spotifyはドゥームスクローリング※の解毒剤だ」と回答。

※ドゥームスクローリング：インターネットでネガティブな情報を延々と追ってしまう行為。

◆Z世代の音楽に関する傾向

- 日本のZ世代の92%が「今夢中になっている音楽は、これからもずっと心の中に残り続ける」と回答。また、「初めて（first）」をテーマにしたプレイリストの再生時間がグローバルで8,600万分に達しており、Z世代は人生の節目に音楽を結びつける傾向がある。
- 日本のZ世代の87%が「恋愛対象の相手と音楽の好みに共通点があると、つながりが深まる」と回答。

- 日本のZ世代の86%が「特別な瞬間に聴いた歌は、思い出を呼び起こす忘れられないサウンドトラックになる」と考えている。
- 2人のユーザーの音楽の好みを1つの共有プレイリストにまとめるSpotifyのBlend機能によって過去2年間に作成され、共有されたBlendプレイリストのうち60%がZ世代によるもの。
- Z世代の79%が「SpotifyのAI機能により、リスニング体験全体が自分だけに合わせた特別なものを感じられ、すべてのセッションがパーソナライズされた最高のサウンドトラックになる」ことに同意。
- ストリーミングデータによってユーザーごとにパーソナライズされるプレイリスト (daylist、Discover Weekly、On Repeat、Release Radar、Time Capsule、Spotifyまとめなど) のZ世代によるストリーミングが前年比で63%増加 (ミレニアル世代では38%、さらに上の世代では32%の増加)。
- 日本のZ世代の76%が「特定のムードやモーメントに合ったプレイリストを作成するブランドは、自分の生活によく合うと感じる」と回答。

◆Z世代のポッドキャストに関する傾向

- Z世代によるビデオポッドキャストの視聴時間は2024年上半期で前年比58%増加し、29億分に達した。
- Z世代の37%がポッドキャストのライブや収録イベントに参加したことがあると回答。
- 日本のZ世代の30%が話題のテレビ番組の最新エピソードよりも、話題のポッドキャストの最新エピソードを聴くことに、より高い文化的ステータスを感じている。
- 「宗教やスピリチュアル」に関するポッドキャストの人気の世界的に高まり、前年比で85%増加。

スポティファイジャパン株式会社 上級執行役員 広告事業部統括 立石ジョー コメント

「若年層のSNS疲れが話題になっている昨今、Spotifyはポジティブな体験を求めるZ世代にとって欠かせないパートナーです。デジタルネイティブな世代であるがゆえの彼らのユニークな価値観や習慣は、ストリーミングデータやSpotifyの使い方に強く反映されています。今年のCulture Next調査においても、Spotifyならではの視点で、多くの興味深いインサイトを得ることができました。皆さまのマーケティングのヒントとして、ぜひお役立ていただければ幸いです。」

「Culture Next」では、これらの他にもZ世代についての理解を深め、彼らに効果的にリーチするためのインサイトやアイデアを紹介しています。

調査報告の詳細は下記よりダウンロードしてください。

URL: <https://ads.spotify.com/ja-JP/culture-next/2024-report/>

Spotify について

<https://www.spotify.com/>

Spotifyは2008年のサービス開始以来音楽の楽しみ方を一変させました。Spotifyでは1億曲以上の音楽や600万番組以上のポッドキャスト、35万以上のオーディオブックを無料でも発見・管理・共有することができますが、有料のプレミアムプランにアップグレードいただければ広告が入らず、より高音質に、インターネット環境がなくても、好きな曲順にお楽しみいただけます。Spotifyは、現在180以上の国と地域で2億5,200万人の有料会員を含む6億4,000万人のユーザーが利用する、世界で最も人気のあるオーディオストリーミングサービスです。