

2019 年 4 月 17 日

株式会社ドリームインキュベータ
株式会社ボードウォーク

ドリームインキュベータ×ボードウォーク 新しい音楽ファン生活者である「ファン活者※」の消費行動と SNS に関する共同調査を実施

45.8%がアーティストの好みに影響を受け、ライブに年間 10 万円以上を消費！

※音楽ファンの中でも好きなアーティストのライブに積極的に参加しているファン活動者

株式会社ドリームインキュベータ（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山川隆義、以下ドリームインキュベータ）は、出資先である会員数 790 万人超の国内最大の電子チケットサービス「ticket board」を運営する株式会社ボードウォーク（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：遠藤政伸、以下ボードウォーク）と共同で、音楽ファンの消費行動と情報発信に関するアンケート調査を実施しました。

両社は、音楽ファンの中でも好きなアーティストのライブに積極的に参加している生活者を「ファン活者」と定義。「ファン活者」の音楽に関わる消費行動の実態や、SNS 利用、普段の消費行動の傾向を分析しました。

【アンケート調査概要】

調査対象 : 6,183 人（ticket board 会員：5,981 人／非会員一般モニター：202 人）
男女比 : 男性 20%：女性 80%
調査期間 : 2018 年 12 月 14 日～2018 年 12 月 24 日の 11 日間
数値の重みづけ : 一般モニターについては、ticket board 会員と性別年代構成比が等しくなるよう重みづけを実施

■ 調査結果サマリー

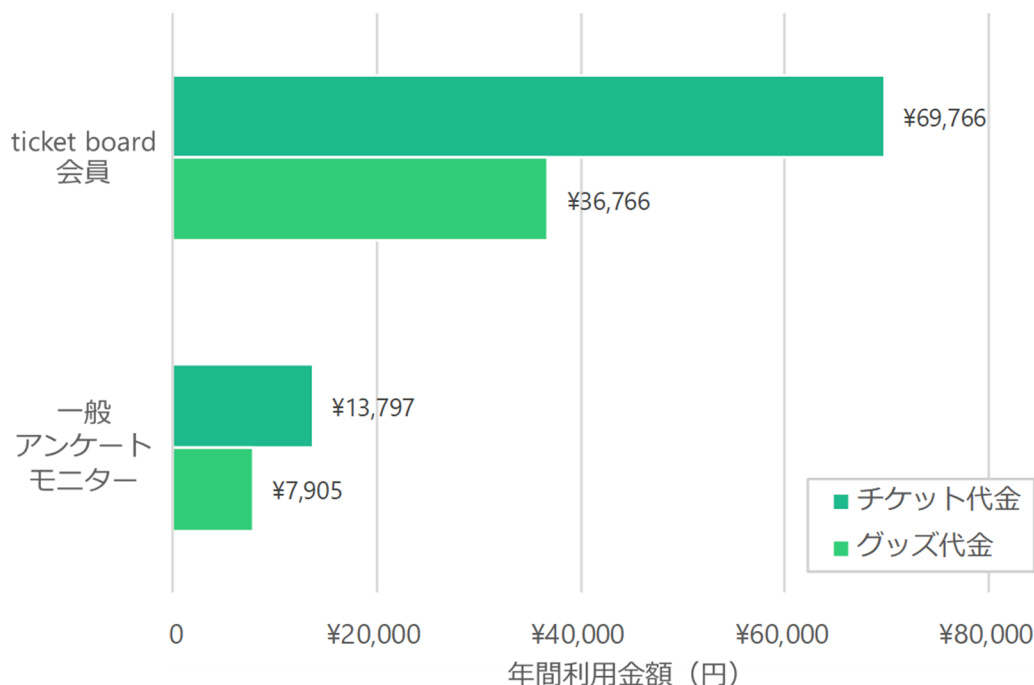
1. ファン活者は、平均年間 10 万円以上を音楽イベントで消費
2. ファン活者は、平均グッズ購入金額が非会員の 4.7 倍
3. ファン活者は、ライブ参加後、約 5 割が SNS にて情報発信
4. ファン活者の 45.8%がアーティストのオススメや好みに影響を受けると回答
5. ファン活者は、「値段が高くて気に入れば買ってしまう」が 42.8%

ファン活者は、非会員一般モニターと比較すると、音楽はもちろん音楽以外の消費に対しても積極的であり、一般的な流行や金額設定などに関わらず自身の価値基準により、高額でも気に入れば購入することがわかります。また、SNS の利用率が高く積極的に発信する傾向があり、感動体験を広く紹介できコミュニティを築くことができる「影響力を持つ層」であることが伺えます。

ticket board 会員は音楽イベントに年間 10 万円以上使う熱狂的ファン

ticket board 会員は平均で音楽イベントに年間 10 万円以上（チケット 7.0 万円、グッズ：3.7 万円）使っており、一般アンケートモニターに比べ非常に多くのお金を使っていることが確認できました。

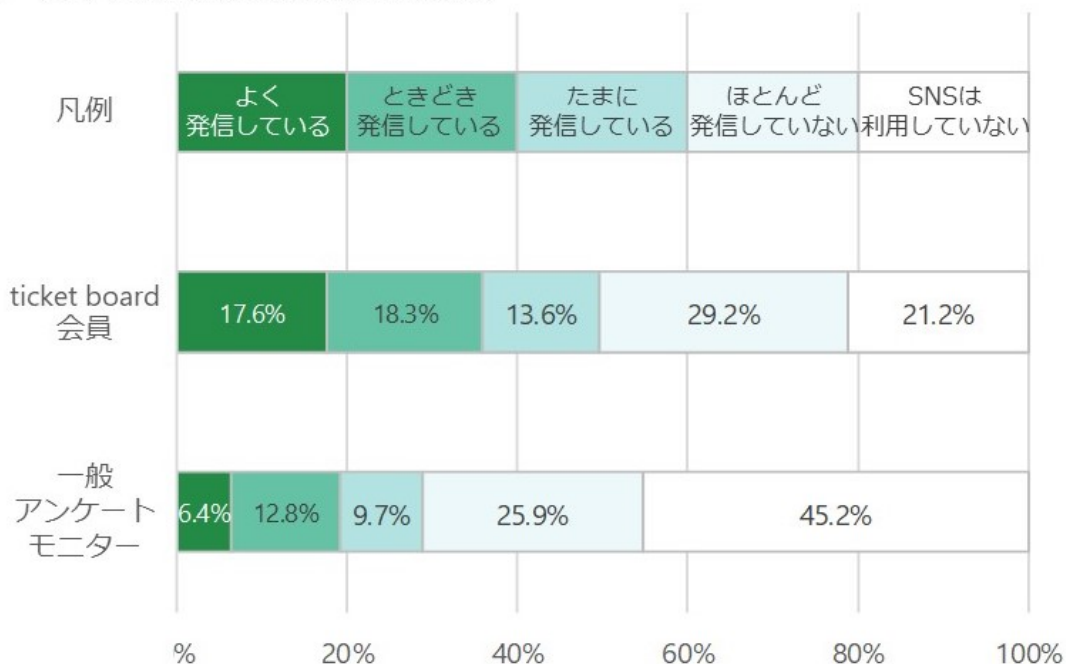
音楽イベントに 1 年間に使った平均金額



発信力が高く、参加したイベントについて積極的に SNS を活用

ticket board 会員は SNS を利用している割合が一般アンケートモニターに比べて高く、特に、参加したイベントについて SNS で「よく発信している」と回答した割合が、一般アンケートモニターを大きく上回っていました。

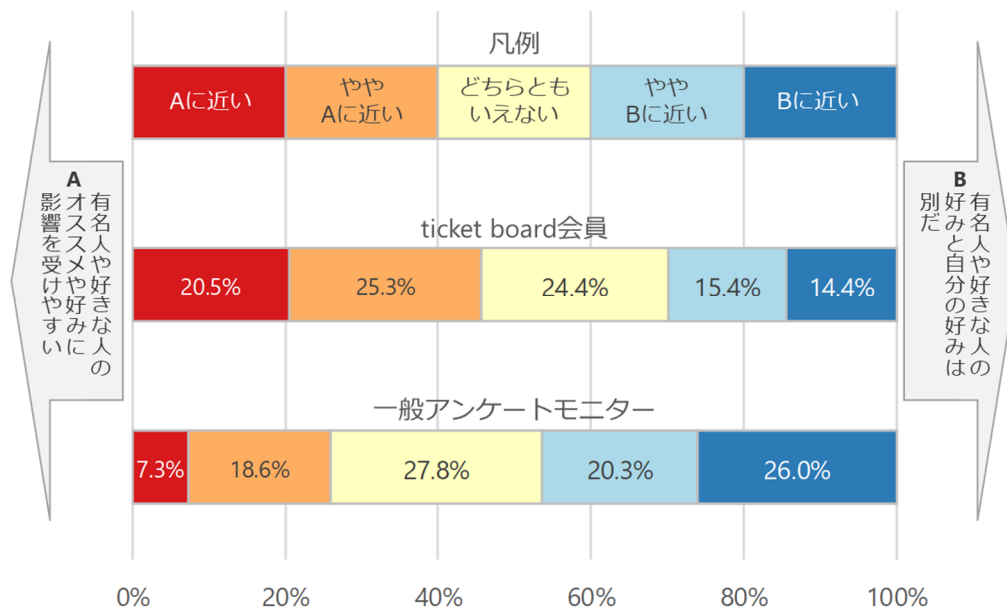
イベントに参加した時の SNS 発信頻度



アーティストの世界観を共有し、周囲に発信する ticket board 会員

一般アンケートモニターでは、有名人や好きな人の好みと自分の好みは別だとする人が多数派ですが、ticket board 会員では、有名人や好きな人のオススメや好みに影響を受けやすい人の方が多数派でした。

有名人と自分の好みの関係

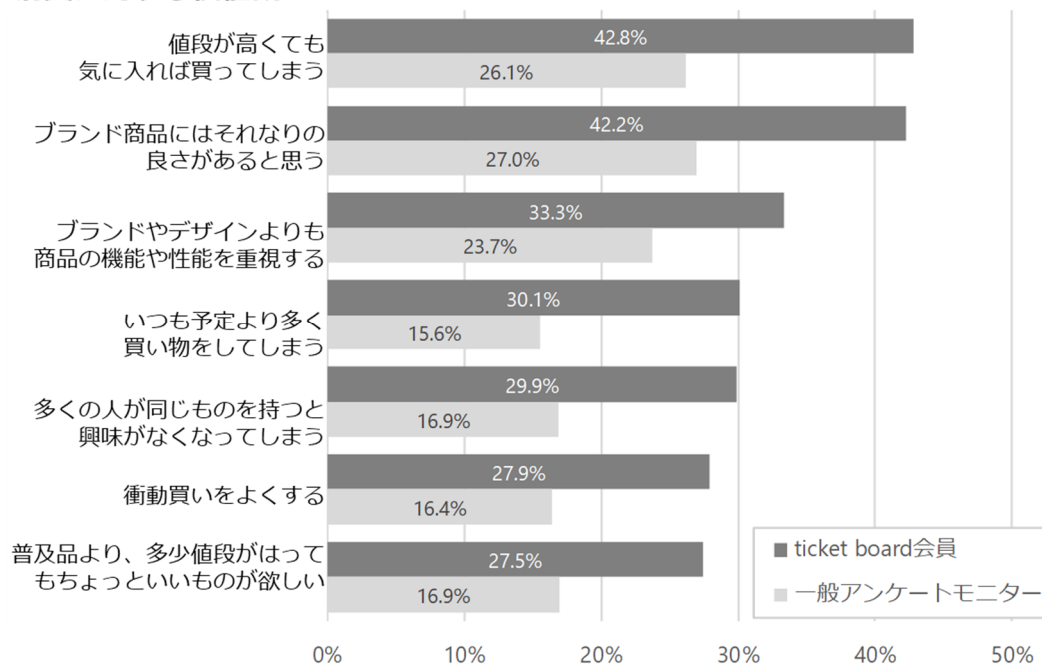


ticket board 会員は、単にライブなどのイベントに参加するだけではなく、ファンとしてアーティストの世界観を取り込み、また周囲に向けて SNS を通じて発信する人々だといえます。

ticket board 会員は見極めにこだわる積極消費派

ticket board 会員は一般アンケートモニターに比べ、「価格よりも自分の評価を重視する」傾向が強く、また「衝動買いを良くする」ため、消費に積極的といえます。一方で、「ブランド商品にはそれなりの良さがある」とブランドの価値を認めつつも、「機能や性能を重視する」、「多くの人が同じものを持つと興味がなくなる」という回答の割合も高く、商品やサービスの見極めにこだわる人ともいえます。

消費に対する価値観



■ **株式会社ドリームインキュベータ** (URL : <https://www.dreamincubator.co.jp>)

戦略コンサルティングやビジネスプロデュース支援サービス等のプロフェッショナル・サービス 及び、グループ会社への事業投資、スタートアップ企業への投資を通じて、新たな事業や産業 の創造・成長支援を行う「The Business Producing Company」。

本社： 東京都千代田区霞ヶ関 3-2-6 東京倶楽部ビルディング 4F
代表取締役社長： 山川隆義
設立日： 2000 年 6 月 1 日 ※活動開始日
連結純資産： 116 億円 ※2018 年 3 月末現在
事業内容： ① 戦略コンサルティング
・ ビジネスプロデュース支援
・ 事業戦略／成長戦略立案支援
・ M&A 支援、経営幹部育成支援
② インキュベーション
・ 資金調達支援
・ 成長戦略実行支援
・ 経営基盤構築支援

■ **株式会社ボードウォーク** (URL : <https://boardwalk-inc.jp>)

「カタチにこだわらないエンタテインメントの楽しさを提供し、ひとりひとりの感動の最大化を目指す」を企業理念に、会員数 790 万人を超える国内最大の電子チケットサービス “ticket board” を運営。超大型公演のオール電子化など様々なシーンで導入され、2018 年の取扱枚数は 400 万枚強にのぼる。

＜主な取扱実績＞ ※五十音順

安室奈美恵、E-girls、EXILE、SMTOWN LIVE、三代目 J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE、SHINee、GENERATIONS from EXILE TRIBE、少女時代、東京ガールズコレクション、TWICE、ナオト・インティライミ、氷室京介、Mr.Children、矢沢永吉、L'Arc〜en〜Ciel

本社： 東京都千代田区麹町 1 丁目 7 番地 相互半蔵門ビル 8 階
代表取締役社長： 遠藤政伸
設立日： 2010 年 5 月 27 日
資本金等： 4 億 7,980 万円
事業内容： ・ 音楽、スポーツ、映画、演劇等、各種イベントチケット販売
・ デジタルコンテンツ及びグッズ等の企画/制作/販売
・ ファンクラブ、ファンクラブイベントの企画・提案、会報の制作
・ ファンクラブサイトの制作・運営
・ チケット販売プラットフォームの提供 など

【本件のお問い合わせ】 株式会社ドリームインキュベータ コーポレートコミュニケーションチーム 小川 望
TEL： 03-5532-3200 info@dreamincubator.co.jp

※ 本リリースは、ドリームインキュベータとボードウォークの 2 社から同じ内容にて配信しております。
重複して配信される場合がありますが、あらかじめご了承ください。