

好みの音楽とコミュニケーション・印象形成の関係

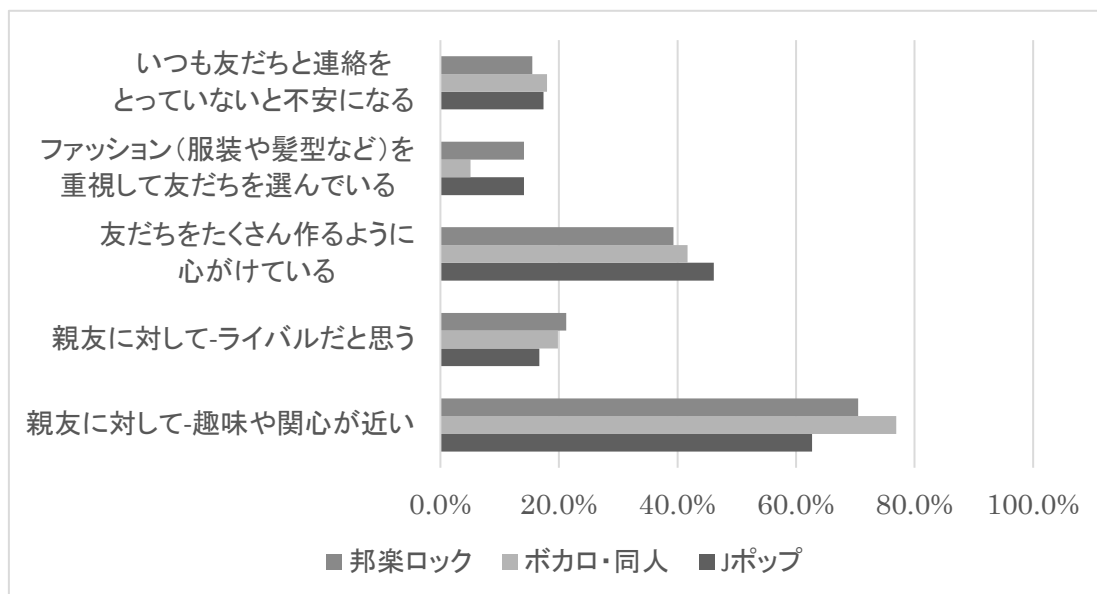
伊藤 翔太 (文教大学情報学部広報学科)

1. はじめに

音楽にまったく関わりがないという若者はどれだけいるだろうか。義務教育の中に音楽の授業があることを考えるとそんな人は一人もいないというのが結論でいいだろう。強いていうなら深く関わっている人のほうが多いのではないのだろうか。少なくともまったく音楽に興味が無いという人よりも好きなバンドやアーティスト、アイドルがいてという人のほうが多くいるのは確かである。その好きなバンドやアーティストをもとに、「聴いている音楽でその人の性格に影響が出る」・「聴いている音楽でその人の印象を決めてしまっている」そういう風に考えている場面がありはしないだろうか。例えば、西野カナを聴いている人は彼女の詞通りの恋愛観を持っている、アニメソングを聴いている人は見た目も中身もオタクだ、バンドマンは前髪が長い、ベトナムポップスを聴いている人は少し変な人だ、など。身の回りを見渡すだけでいくらかでも例はあげられるだろう。音楽というものが人々に深く根付いているとしたら、好みの音楽が、個人のコミュニケーション・相手の印象形成に関わっている可能性は高いといえるだろう。

「音楽ジャンルとコミュニケーションに関する一考察」では、支持しているジャンルとコミュニケーションの関係についての研究を行っている。(永井、2014) 結果として、支持している音楽ジャンルによってコミュニケーションにおける意識に差が出ていることがわかった。結果を一部抜粋したものが図表1である。「ファッションを重視して友だちを選んでいる」の回答数が「ボカロ・同人」を好む人は他音楽ジャンルと比較しても非常に少ない。このことから「ボカロ・同人」を好む人は他音楽ジャンルを好む人よりも友だちを選ぶ際にファッションを重視していないことがわかる。また、「親友に対して趣味や関心が近い」と回答した割合が「ボカロ・同人」を好む人は7割を超えているのにも関わらず、「J ポップ」を好む人は6割程度の回答数であった。加えて、「友だちをたくさん作るように心がけている」と回答している割合は「J ポップ」を好む人が最も多い。このことから、J ポップを好む人は友だちを作る際に相手の趣味をさほど気にしていない可能性が出てくる。逆に「ボカロ・同人」を好む人は自分と趣味や関心が近い人と友だちになっている可能性が高い。以上の点から音楽ジャンルごとにコミュニケーションの意識に差が生まれていることが結果としてあげられている。

図表 1 支持している音楽ジャンルごとのコミュニケーション（永井、2014 より作成）



また、CDの売上低下から音楽産業が廃れていっているという声もある。確かにCDの売り上げがガクンと落ちていっているのは紛れもない事実だ。しかしそれは音楽の聴き方が変わっているだけのことであり、音楽産業が廃れていっているわけではない。まず、CDが売れない理由の大きな理由にダウンロード販売がある。たとえば、iTunesでは1曲がシング300円程度で購入できる。シングルCDの値段をだいたい1000円弱と考えれば、気軽に手軽に1曲を手に入れることができるのだ。いまだにCDの購入を続けている人ももちろんいるが、この手軽さを考えれば、ダウンロード販売に移行するユーザーはたくさんいるだろう。また、60代以上はCDプレイヤーで聴く割合が50%と半数以上を占めているが、20代以下を見ると、CDプレイヤーの割合は9.2%と10%未満で、Appleなどのポータブルデジタルオーディオプレイヤーが46.8%、スマートフォンが52.5%である。(KOETOMO、2015) これらはCDの購入というアクションを介せずとも音楽を聴くことができ、若者のCD購入離れがCDの売上低下に一役買っていることがわかる。また、ライブやフェスの動員数・売上は増加の傾向にあるのだ。2015年の音楽フェス市場規模は222億円。前年比2.1%と順調に成長しており、動員数については、234万人と前年比20.2%増と大幅に上昇している。(びあ総研、2015) これらのことから、決して音楽産業が廃れているわけではなく、多くのファンの支持をいまだに受けていることがわかる。

また、CDの売り上げがいまだに低下していないアーティストもいる。そういわれて多くの現代人が頭に浮かべるのはAKBグループではないだろうか。メンバーの総選挙の投票券や握手券の封入も相まってCDの売上市場において毎回首位にランクインしている。2016年度のCDシングルランキングではトップ10にAKB48が4枚、乃木坂46が3枚、嵐が3枚であった。仮にCDの売上のみでアーティストに人気を決めるとするならばアイドルが人気を独占しているなんて受け取り方もできてしまうだろう。しかし実際には総選挙で自分の「推しメン」を上位に

ランクインさせるために個人が何枚も購入しているケースが非常に多いようだ。ニュースでもAKB 商法などと頻繁に取り上げられていることが多いため周知の事実であろう。他にも好きなアニメのキャラの缶バッジをリュックや服に着けてライブに望むファンも最近ではよく目にする光景である。ファンの間ではグッズの大量購入が愛の強さを表しているといった意識があるらしい。しかし残念ながら同 CD の複数購入も大量の缶バッジの装着も理解のない人からすれば、異様な光景と捉えられることもあるだろう。

音楽と人々の関わり方は少し前とは変わってきているといえるだろう。変わっていない部分もあるが、やや特異ともいえるファンのあり方も目に付くようになってきた。現代の音楽市場を背景に人々はどのような関わり方をし、それがどんな影響を及ぼしているのだろうか。支持する音楽ジャンルとコミュニケーションに関係があることは一部の研究では明らかにされている。しかしそもそも音楽と性格の研究自体の数が少ない。また、「ジャニオタが世間にもどう思われているか」などの特集はテレビ等でよくみかけるが、大々的に複数の音楽ジャンルへの印象を取り上げている番組も研究も今まであまりなかったように思う。たとえば傍から見れば異様な光景に映ってしまうような特定のファンにはある種ステレオタイプのようなものが働いていてもおかしくないだろう。そこで「好みの音楽とコミュニケーション能力の関係」・「好みの音楽による印象形成」の二点を大きな目的として本研究に取り組んだ。調査にあたり、次の 2 つの仮説を立てた。

仮説 1 好みの音楽によってコミュニケーション能力に差が生まれている

仮説 2 特定の音楽ジャンルを好む人に対して印象形成が行われている

2. 調査方法

まず、予備調査を行った。後日、予備調査の結果を基にアンケートを修正し、本調査に取りかかった。予備調査の時点で人気の文教大学での人気の音楽ジャンルを確定し、本調査の特定の音楽ジャンルへの印象の調査項目にはそれらの音楽ジャンルを用いた。(J-POP、邦ロック、洋楽、アイドル、アニメ)。また、本報告書では本調査の結果のみ表記している。

2-1. 予備調査

- ・ 調査対象者

文教大学の学生 31 名

- ・ 調査日時

2016 年 7 月

- ・ 調査手続き

文教大学のあるサークルに調査票による集合調査を実施

- ・調査項目の概要

- 好きな音楽ジャンル
- 好きなアーティスト
- 音楽のメッセージの影響
- 特定の音楽ジャンルを好む人に対する印象
(J-POP、邦ロック、洋楽、アイドル、アニメ)
- 属性 (学年、学部、性別)

2-2. 本調査

- ・調査対象者

文教大学の学生 240 名、回収数 216 名、
有効回答数 160 名 (74%)、男性 65 名・女性 93 名

- ・調査日時

2016 年 11 月

- ・調査手続き

文教大学の授業・ゼミに調査票による集合調査を実施

- ・調査項目の概要

- 好きな音楽ジャンル
- 好きなアーティスト
- 音楽のメッセージの影響
- 音楽との関わり
- 好みの曲の特性
- 嫌いな音楽について
- 特定の音楽ジャンルを好む人に対する印象 (J-POP、邦ロック、洋楽、アイドル、アニメ)
- 自身のコミュニケーション能力得点
- 属性 (学年、学部、性別)

3. 結果

3-1. 人気の音楽ジャンル・アーティスト

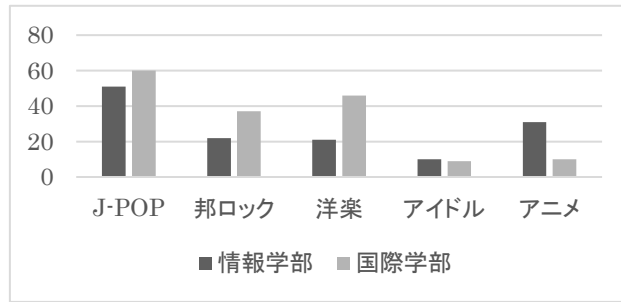
人気の音楽ジャンルは、図表 2 の結果になった。上から順に J-POP (69.4%)、洋楽 (42.5%)、邦ロック (37.5%)、アニメ (26.3%)、同率でアイドル・K-POP (11.9%) となった。7 割近くの学生が J-POP を好きであると回答していることから多くの学生が J-POP を支持していることがわかる。また、人気の音楽ジャンルの学部の内訳が図表 3、各学部の何%が回答したのかの割合が図表 4、性別の内訳が図表 5、各性別の何%が回答したのかの割合が図表 6 である。国際学

部の半分以上が洋楽を好きと回答しているが、情報学部では 3 割程度であった。国際交流の多さや海外への意識の差からこのような結果になったとも考えられる。実は予備調査の段階では邦ロック (50.0%)、洋楽 (36.7%) だったのだが、本調査では序列が逆転した。回答者の国際学部の割合が予備調査の際には約 2 割だったのに対し、本調査では約 6 割と増加したことが大きく関係しているように考えられる。アニメソングの回答率も、情報学部 4 割程度と国際学部 1 割程度と顕著に差がみられた。情報学部の学生のほうがアニメーションなどのグラフィックにかかわる機会や関心が多いことからこのような結果になったのだろうか。また、性別で差がもっともみられたのはアニメソングである。男性 3 割程度に対し、女性は 2 割程度であった。

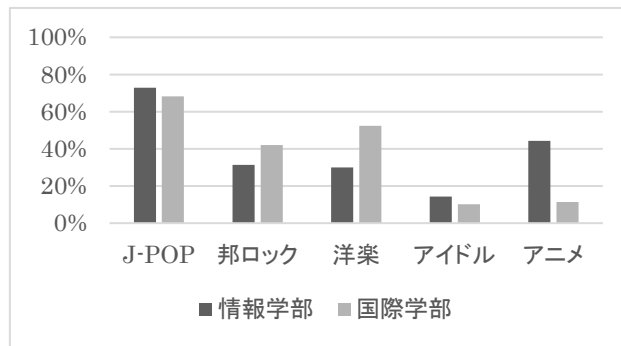
図表 2 人気の音楽ジャンル ※3 つまで複数回答可

音楽ジャンル	回答数	全体の割合 (%)
J-POP	111	69.4
邦ロック	60	37.5
洋楽	68	42.5
アイドル	19	11.9
アニメ	42	26.3
パンク	7	4.4
同人音楽	7	4.4
ヴィジュアル	3	1.9
レゲエ	2	1.3
演歌	3	1.9
クラシック	11	6.9
K-POP	19	11.9
その他	10	6.3
音楽に一切こだわりはない	6	3.8

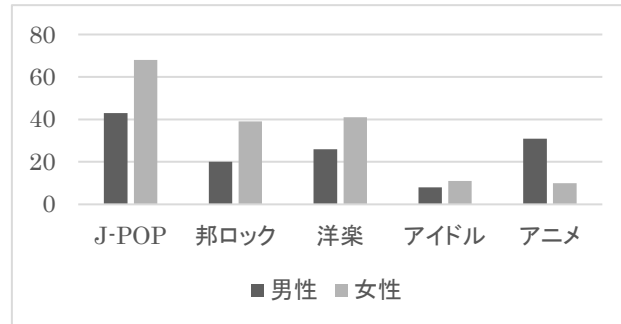
図表3 人気音楽ジャンルの学部内訳



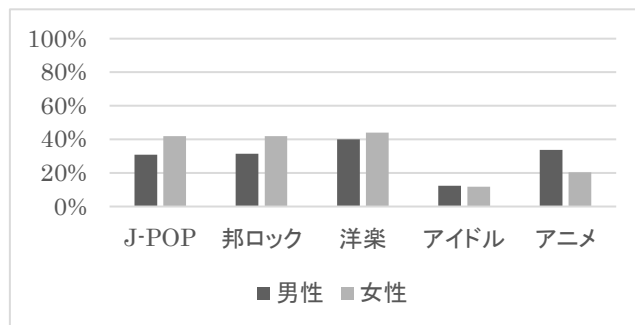
図表4 学部内の人気音楽ジャンルの支持率



図表5 人気音楽ジャンルの性別内訳



図表6 性別ごとの人気音楽ジャンルの支持率



人気のアーティストの結果は図表 7 の通りである。上位 3 位は順に back number、ONE OK ROCK、RADWIMPS となった。興味深いのは人気ジャンルでは 3 位だった邦ロックをジャンルに含むアーティストが 1~3 位、7 位に 2 組、ランクインしていることである。これは「好きなジャンルは J-POP だけど特定のアーティストといえば〇〇 (邦ロックのアーティスト)」という学生が多いということだろうか。あるいは邦ロックの人気上位のアーティストが J-POP として認識されているのかもしれない。

また、RADWIMPS、星野源、UNISON SQUARE GARDEN は最近になってぐんと知名度が上がったアーティストである。RADWIMPS は 2016 年に放映された映画「君の名は。」の劇中の音楽から主題歌まで全ての音楽を手掛けた。映画自体は 2016 年の年間映画興行ランキングで 1 位を飾り、興行収入 235 億と日本国内の歴代総合興行収入ランキングでも現時点で 4 位である (読売オンライン、2017)。また、星野源は 2016 年に放送されたドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」の主題歌および主演を務めた。ドラマのエンディングで彼自身も踊っている「恋ダンス」の動画は 3 日で再生回数 280 万を超え、現在では 8000 万を超えている (YAHOO!ニュース、2016)。方々で踊ってみた動画が上アップロードされており、ケネディ駐日大使も踊るなど、社会現象といえるレベルまで人気になっている。UNISON SQUARE GARDEN は、2015 年に放送されたアニメ「血界戦線」のエンディングテーマに使用されている「シュガーソングとビターステップ」を手掛けている。CD 発売後に各 CD ショップで売り切れが続出し、2015 年のアニソンシングルダウンロードランキングでは 1 位を記録し、その後もロングヒットを続けている (レーベルゲート、2015)。「この曲だけは知っている」「この曲から好きになった」という声も多い。映画やドラマ、アニメのタイアップを通して爆発的に人気になるアーティストは少なくない。彼らはその例として近年で代表的な 3 組といえるだろう。

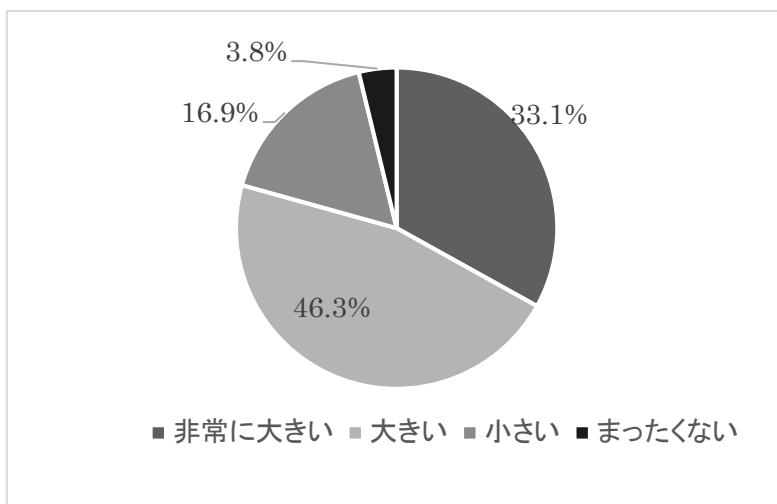
図表 7 人気のアーティスト

順位	回答数	アーティスト名	音楽ジャンル
1	14	back number	J-POP、邦ロック
2	12	ONE OK ROCK	邦ロック
3	9	RADWIMPS	邦ロック
4	8	星野源	J-POP
5	6	嵐	J-POP、アイドル
6	5	Justin Bieber	洋ポップ、R&B
7	4	AAA	J-POP
7	4	EXILE	J-POP、R&B
7	4	GreeeeN	J-POP
7	4	miwa	J-POP、邦ロック
7	4	UNISON SQUARE GARDEN	邦ロック

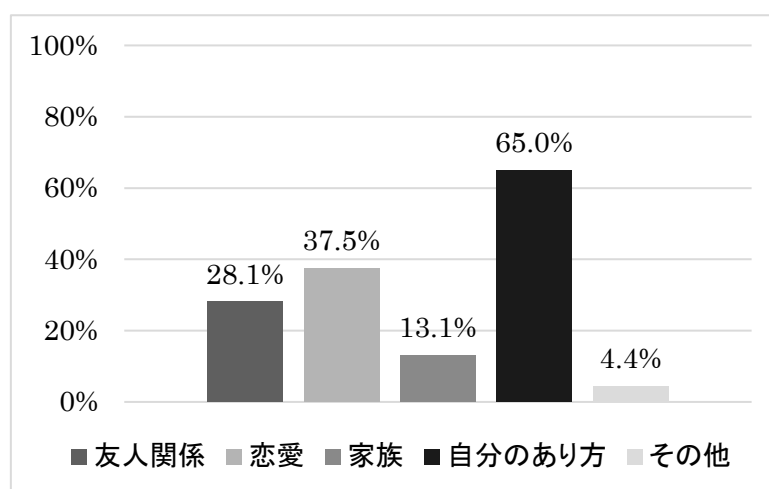
3-2. 音楽の影響

音楽のメッセージの自身への影響の強さの回答結果は図表 8 の通りである。音楽のメッセージの影響が「非常に大きい」と「大きい」と回答した学生を合算した割合はほぼ 8 割で、まったくないと回答した割合は 3.8%のみで、大多数の学生が音楽から何かしらの影響を受けていることがわかる。また、影響を与えている場面についての回答結果は図表 9 の通りである。自分のあり方が 65.0%と最も高かった。このことから音楽を聴くことで自身の性格や特徴に影響を及ぼしている可能性が高く考えられる。次に多かったのは恋愛の 37.5%であった。前章で人気のアーティスト 1 位だった **back number** は恋愛ソングを主に歌っているバンドである。また、最近の J-POP の傾向として若者の恋愛を歌詞にしている歌が非常に多い。歌詞から自身の恋愛観に影響を及ぼしていると推測できる。

図表 8 音楽の影響の強さ



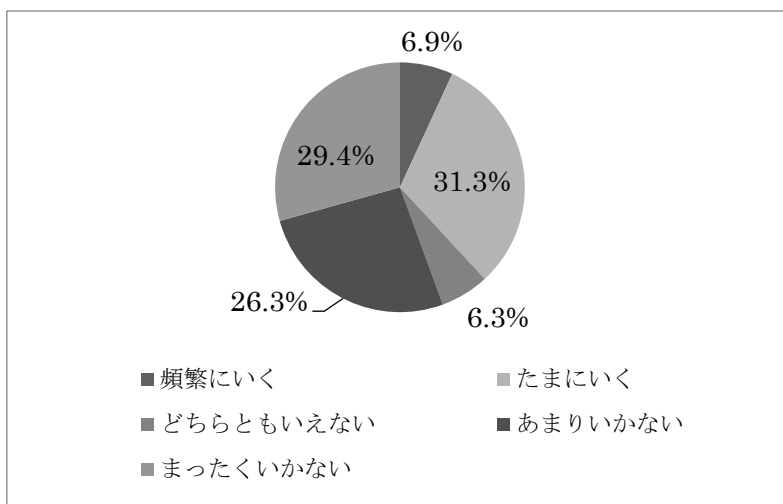
図表 9 音楽のメッセージが影響を与える場面



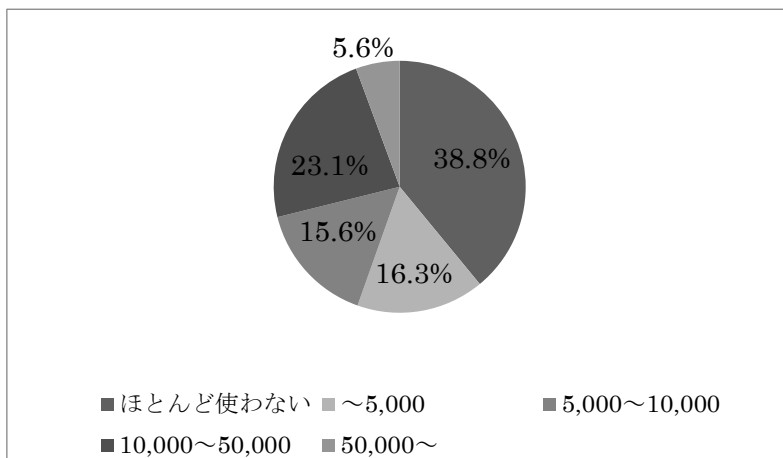
3-3. 音楽への消費レベル

音楽フェスやライブに行く頻度の結果は図表 10 の通りである。「頻繁に行く」と「たまに行く」の回答数を合算したものは 38.2%と 4 割程度であった。「あまりいかない」と「まったくいかない」の回答数を合算したものは 55.7%で半分以上の学生が実際にはライブに足を運んでいないわけではないことがわかる。3-2 で音楽に強く影響を受けている学生が多いことがわかったが、影響が強いからといって必ずしも会場に足を運ぶというわけではないようだ。年間で音楽関連に消費する金額のレベルの回答結果が図表 11 である。「ほとんど使わない」学生が 38.8%と 4 割程度である。しかし、1 万円以上消費している割合は 3 割程度おり、学生それぞれ音楽関連で消費する頻度はまちまちであった。ライブに行く頻度同様に、影響が強いからと言って多大な金額を消費するというわけではないのかもしれない。また、これらの項目を相関分析したところ、1%水準で有意であり、相関係数.627 で強い正の相関があり、頻繁に行く人ほど、音楽関連にお金を消費していることがわかる。

図表 10 音楽フェスやライブに行く頻度



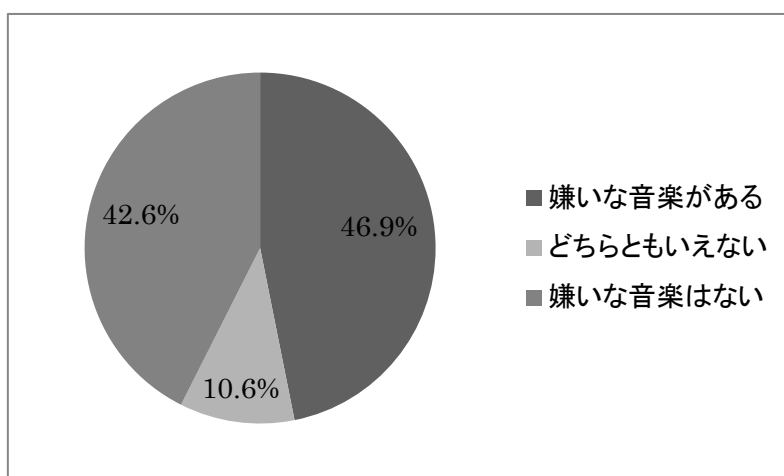
図表 11 年間、音楽関連で消費する金額



3-4. 嫌いな音楽

嫌いな音楽があるかについて 5 段階評定して、どちらかといえばあるとある、どちらかといえばないとないをそれぞれ合算した結果が図表 12 である。嫌いな音楽がある人とない人はほとんど半分に分かれたといえるだろう。また、嫌いな音楽を自由記述で回答を得たところ、J-POP のアーティストが多く挙げられていた。「アイドル」が嫌いという回答が 11 あった。また、恋愛ソングをメインに歌っている西野カナや加藤ミリヤなどを特定に嫌っている学生もみられた。3-1 で J-POP を好きな割合が 7 割と高いことがわかったが、必ずしも万人受けするというわけではないようだ。一方でロックなどの激しめの音楽が嫌いという回答もあった。

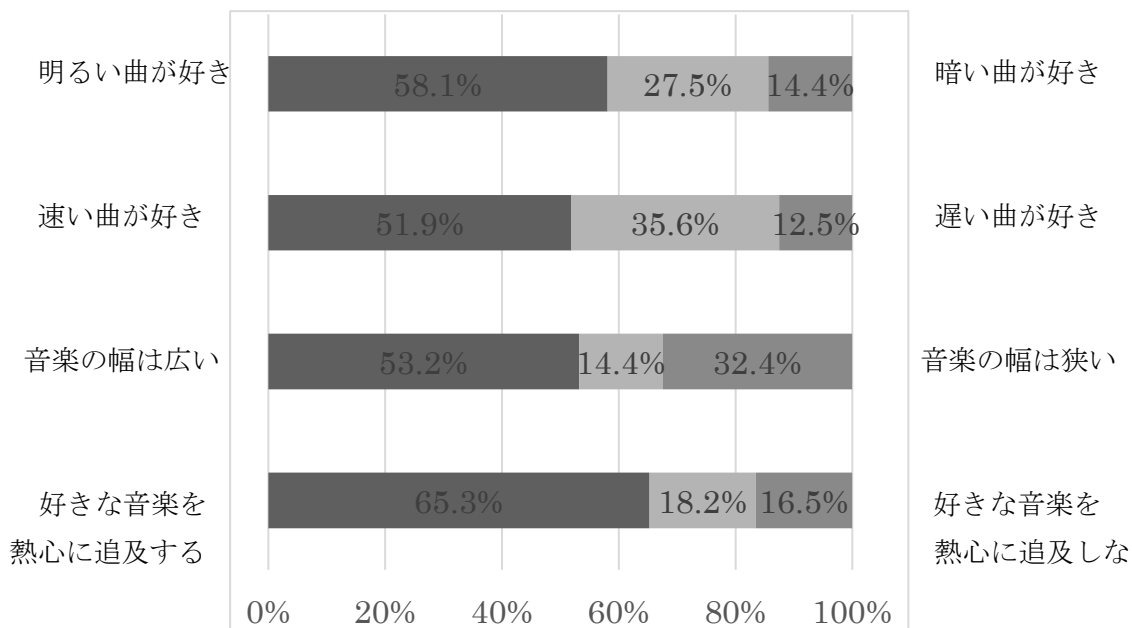
図表 12 嫌いな音楽の有無



3-5. 好きな曲の特徴・音楽の広さや深さ

好きな曲の傾向や、自身の好きな音楽の広さや深さの結果をグラフにしたものが図表 13 である。真ん中の値はどちらでもないという回答である。全体的な傾向として、「明るい曲が好き」「速い曲が好き」という学生が多いことがわかる。また音楽の幅が広いと回答した割合は半分以上で、好きな音楽を熱心に追及している割合も 65.3%と多くの学生が音楽に意欲的にかかわっていることがわかる。

図表 13 好きな曲の特徴、音楽に広さ・深さ



また、好きな音楽ジャンルにより音楽との関わり方に違いがあるかどうかを検討した。分析は各項目の合計の平均値を比較し、t 検定で有意差検定を行った。結果は図表 14 の通りである。好きな音楽ジャンルと音楽との関わり方において、最も差がみられた項目が多かったのは邦ロックを好む学生であった。有意差が見られたのは「音楽の影響が大きい」「頻繁にライブに行く」「年間音楽関連に消費する金額」「明るい曲が好き」「音楽の幅が広い」であった。邦ロックを好む学生は頻繁にライブに行き、お金をはたいていることがわかる。また、洋楽を好む学生は、「頻繁にライブに行く」の平均値は 2.40 (洋楽を好まない学生は 2.75)、「年間音楽関連に消費する金額」の平均値は 2.09 (2.64) であった。洋楽のアーティストが国内にあまりいないことからこの差になったのかもしれない。いずれにせよ、洋楽を好む学生はあまり、頻繁にライブに行かず、お金を消費していないことが分かった。また、最も音楽関連で消費する金額が大きいのはアイドルソングを好む学生であった。他の学生との平均値の差は 0.74 と全項目の中でも最も大きい。

図表 14 各音楽ジャンルを好む学生と音楽との関わり方の平均値の差

		J-POP		邦ロック		洋楽		アイドル		アニメ	
		度数	平均値	度数	平均値	度数	平均値	度数	平均値	度数	平均値
音楽の影響大きい	1	110	3.03	60	3.28*	68	3.09	19	3.32	42	3.14
	0	49	3.22	100	2.97*	92	3.09	141	3.06	118	3.07
ライブやフェスに 頻繁に行く	1	110	2.52	60	2.90*	68	2.40	19	2.95	42	2.48
	0	49	2.82	100	2.42*	92	2.75	141	2.55	118	2.64
年間、音楽関連で 消費する金額	1	109	2.30	60	2.75*	68	2.09*	19	3.05*	42	2.74
	0	49	2.65	99	2.19*	91	2.64*	140	2.31*	117	2.28
明るい曲が好き	1	110	3.86	60	3.50*	68	3.85	19	3.84	42	3.60
	0	49	3.61	100	3.95*	92	3.73	141	3.77	118	3.85
速い曲が好き	1	110	3.55	60	3.63	68	3.62	19	3.58	42	3.79
	0	49	3.86	100	3.65	92	3.66	141	3.65	118	3.59
恋愛ソングを聴く	1	110	3.24	60	3.25	68	3.15	19	3.47	42	2.90
	0	49	2.98	100	3.11	92	3.17	141	3.12	118	3.25
音楽の幅が広い	1	110	3.24	60	3.62*	68	3.47	19	2.68*	42	3.14
	0	49	3.41	100	3.10*	92	3.16	141	3.38*	118	3.35
好きな音楽を熱心 に追及する	1	110	3.76	60	3.93	68	3.66	18	4.00	41	3.80
	0	48	3.69	99	3.62	91	3.79	141	3.70	118	3.71
嫌いな音楽がある	1	110	2.97	60	3.17	68	3.04	19	2.95	42	3.07
	0	49	3.08	100	2.92	92	2.99	141	3.02	118	2.99

※1 が好きと回答した人、0 が回答しなかった人 項目の得点は1～5

*は有意確率 5%未満で有意だったもの

3-6. 好きな音楽ジャンルとコミュニケーション能力得点の関係

好きな音楽ジャンルによりコミュニケーション能力に違いがあるかどうかを検討した。分析はジャンルごとにコミュニケーション能力に関する回答（自己統制、表現力、読解力、自己主張、他者受容、関係調整）の合計の平均値を比較し、t検定で有意差検定を行った。結果は図表 15 の通りである。（※好きな音楽ジャンルには人気の高かった J-POP、邦ロック、洋楽、アイドル、アニメを選んだ人を 1、選んでない人を 0 と集計した。）コミュニケーション能力と有意差がみられたのは「J-POP」と「関係調整」のみで、 $t=2.30$ 、 $df=155$ 、 $p<.05$ （J-POP を好きと回答した人の平均値が 7.75、回答しなかった人の平均値が 7.11、満点は 10）J-POP を好む人はコミュニケーションにおいて、関係調整を行う傾向にあると考えられる。しかし、他のコミュニケー

ン能力においてはいずれも有意差が見られなかったため、本研究では好みの音楽ジャンルとコミュニケーション能力の関係を見出すことができなかった。よって仮説1「好みの音楽によってコミュニケーション能力に差が生まれている」は支持されなかった。

図表 15 好きな音楽ジャンルとコミュニケーション能力得点

		J-POP		邦ロック		洋楽		アイドル		アニメ	
		度 数	平 均 値	度 数	平 均 値	度 数	平 均 値	度 数	平 均 値	度 数	平 均 値
自己統制	1	110	6.89	59	6.88	67	7.10	19	7.11	41	6.93
	0	47	7.11	99	7.01	91	6.86	139	6.94	117	6.97
表現力	1	109	6.01	58	5.69	67	6.04	19	6.32	40	6.18
	0	47	5.81	99	6.13	90	5.91	138	5.92	117	5.90
読解力	1	110	7.56	59	7.34	67	7.69	19	7.32	41	7.20
	0	47	7.40	99	7.65	91	7.42	139	7.56	117	7.65
自己主張	1	110	6.40	59	6.17	67	6.63	19	6.58	41	6.68
	0	47	6.43	99	6.58	91	6.27	139	6.40	117	6.33
他者受容	1	110	7.57	59	7.68	67	7.70	19	7.47	41	7.51
	0	47	7.62	99	7.55	91	7.52	139	7.61	117	7.62
関係調整	1	110	7.75*	59	7.54	67	7.48	19	7.68	41	7.56
	0	47	7.11*	99	7.58	91	7.63	139	7.55	117	7.56

※1 が好きと回答した人、0 が回答しなかった人

*は有意確率 5%未満で有意だったもの

3-7. 各音楽ジャンルを好む人への印象

各音楽ジャンルを好む人への印象の結果が図表 16 である。「コミュニケーション能力」4問、「こだわり・排他的」2問、「恋愛得意度」2問の印象を調査したもので、それぞれの項目に信頼性分析を行ったところ、コミュニケーション能力は α 係数.823、恋愛得意度は α 係数.925とまとまりがよいといえる。こだわり・排他的は α 係数.498であまりまとまりがよくなかった。分析は一元配置分散分析を行って各印章得点を比較した。全項目有意確率 1%未満でいずれの項目も有意な結果となった。アイドルソングを好む人とアニメソングを好む人の印象はほぼ全ての値の高低が同程度であることから類似性が高いといえる。J-POP を好む人と洋楽を好む人の印象はこだわり・排他的の点を除けば類似性があり、コミュニケーション能力、恋愛得意度も高いといえる。しかし、J-POP を好む人のこだわりの強さへの印象は他ジャンルが 3.88 以上と高い数値なのにも関わらず、3.06 と非常に平均的であった。いずれの項目にも有意差がみられたことから仮説 2 の「特定の音楽ジャンルを好む人に対して印象形成が行われている」は支持され

たといえる。

図表 16 各音楽ジャンルを好む人への印象

	J-POP	邦ロック	洋楽	アイドル	アニメ	合計	F	df	有意 確率
コミュニケーション能力が高い	3.48	2.99	3.70	2.58	2.23	3.00	53.04	774	**
協調性がある	3.46	2.76	3.42	2.79	2.53	3.00	24.98	775	**
聞き上手だ	3.22	2.72	3.36	2.66	2.53	2.90	20.98	773	**
話すのがうまい	3.30	2.86	3.47	2.73	2.41	2.96	27.10	775	**
こだわりが強い	3.06	3.98	3.88	3.96	4.03	3.78	22.72	775	**
排他的だ	2.82	3.32	3.07	3.08	3.10	3.08	4.44	775	**
恋愛経験が多い	3.23	2.92	3.46	2.32	2.09	2.81	55.11	775	**
恋愛が得意だ	3.09	2.85	3.37	2.27	1.99	2.72	49.70	775	**

全体的な印象をまとめると、以下の通りである。

J-POP

全体的にコミュニケーション能力が高く、こだわりは低く、排他傾向にない。
恋愛はやや得意。

邦ロック

全体的なコミュニケーション能力、恋愛能力はやや低め。
こだわりは強めで最も排他的である。

洋楽

全体的なコミュニケーション能力が最も高く、こだわりが強い。
恋愛能力も最も高い。

アイドルソング

全体的にコミュニケーション能力がやや低めでこだわりは強い。
恋愛能力は低い。

アニメソング

全体的なコミュニケーション能力、恋愛能力が最も低い。
こだわりは最も高い。

また、自分の好きな音楽ジャンルかそうでないかで印象に差ができていないか確かめるため、各

音楽ジャンルを好む学生とそうでない学生とでグループ分けをした。各音楽ジャンルへの印象に関する回答の合計の平均値を比較し、t検定で有意差検定を行った。結果は図表の17の通りである。有意差がみられたのは「アイドルソング」・「アニメソング」と「協調性がある」、「アニメソング」と「聞き上手だ」である。どちらも自分の好きな音楽ジャンルへの印象として、他の人と比較して協調性があると感じていることがわかる。また、「アニメソング」と「こだわりが強い」・「排他的だ」で最も有意差がみられたのが興味深い。アニメソングを聴いている人は聴いていない人が思っている以上にこだわりが強く、排他的であるということだろうか。

図表 17 自分の好きな音楽ジャンルとそうでない人の印象の差

		J-POP		邦ロック		洋楽		アイドルソング		アニメソング	
		度数	平均値	度数	平均値	度数	平均値	度数	平均値	度数	平均値
コミュニケーション能力が高い	1	110	3.50	59	2.90	68	3.81	19	2.84	41	2.10
	0	47	3.45	96	3.05	88	3.61	136	2.54	111	2.28
協調性がある	1	111	3.57*	59	2.88	68	3.46	19	3.42*	41	2.90*
	0	47	3.21*	96	2.69	88	3.40	136	2.71*	111	2.40*
聞き上手だ	1	111	3.30	59	2.78	68	3.29	19	3.05	41	2.88*
	0	47	3.02	95	2.68	87	3.41	136	2.60	111	2.41*
話すのがうまい	1	111	3.37	59	2.83	68	3.60	19	2.63	41	2.24
	0	47	3.13	96	2.88	88	3.36	136	2.74	111	2.47
こだわりが強い	1	111	3.05	59	4.14	68	3.93	19	4.16	41	4.51**
	0	47	3.06	96	3.89	88	3.84	136	3.93	111	3.85**
排他的だ	1	111	2.82	59	3.22	68	3.01	19	3.21	41	3.46*
	0	47	2.83	96	3.38	88	3.11	136	3.07	111	2.96*
恋愛経験が多い	1	111	3.25	59	2.98	68	3.51	19	2.16	41	1.93
	0	47	3.19	96	2.88	88	3.42	136	2.34	111	2.14
恋愛が得意だ	1	111	3.09	59	2.93	68	3.47	19	2.32	41	1.88
	0	47	3.09	96	2.80	88	3.28	136	2.26	111	2.04

※1 がそのジャンルを好きと回答した人、0 が回答しなかった人 項目の得点は1~5

*は有意確率 5%未満、**が有意確率 1%未満で有意だったもの

3-9. 学部や性別による結果の差

学部や性別によってそれぞれの結果に差が出ていることがわかった。今回の調査は情報学部 70 名、国際学部 88 名、男性 65 名、女性 93 名が調査対象である。(双方とも欠損値は 2)

まず、音楽との関わり方である。音楽の影響の大きさでは情報学部 2.91 に対し、国際学部 3.23 と国際学部のほうが音楽の影響を強く受けている傾向にある。頻繁にライブやフェスに行くかという質問に対しての平均値は情報学部 2.34、国際学部 2.81 と国際学部のほうがライブに行く頻度が高い傾向にあることがわかる。最も差が見られたのは恋愛ソングを聴くかという質問である。情報学部 2.91、国際学部 3.41 と国際学部の方が恋愛ソングを聴く傾向にあることがわかる。性別による差がみられたものもあった。ライブやフェスに行くかについては男性 2.42、女性 2.73 と女性の方がライブに行く頻度が高い傾向にある。恋愛ソングを聴くかについての質問に対しては男性 2.92、女性 3.38 と女性のほうが恋愛ソングを聴く傾向にある。

次に各音楽ジャンルを好む人への印象についてである。学部の差が顕著にみられたのは洋楽を好む人へのコミュニケーション能力である。情報学部は 3.33、国際学部は 3.66 と、情報学部よりも国際学部の方が洋楽を好む学生への印象が高いことがわかる。また、学部よりも性差のほうが多くみることができた。コミュニケーション能力の得点が、邦楽は男性 3.03、女性 2.69、アニメは男性 2.63、女性 2.29 であった。このことから男性よりも女性の方が邦ロック・アニメを好む人へのコミュニケーション能力を低く見ていることがわかる。恋愛得意度について、洋楽は男性 3.23、女性 3.57 と女性の方が洋楽を好んでいる人が恋愛を得意だと評価していることが分かる。アニメは男性 2.34、女性 1.83 と女性の方がアニメを好んでいる人が恋愛を苦手だと評価していることが分かる。これらの結果を考えると男性よりも女性のほうが好みの音楽による印象形成を行っていると考えられる。

4. まとめ

本研究では仮説 1「好みの音楽によってコミュニケーション能力に差が生まれている」は支持されなかったが、仮説 2「特定の音楽ジャンルを好む人に対して印象形成が行われている」は支持された。J-POP、洋楽を好む人のコミュニケーション能力は高く、アイドルソング・アニメソングを好む人のコミュニケーション能力は低いなどとわかりやすく差が出たものが多かった。学部によって各音楽ジャンルを好む人への印象に差が生まれていたことを踏まえると、今までの経験や思想が印象形成に関わっているということも考えられる。

仮説 1 が支持されなかったのにはジャンル分けがあまり細かくなかったことに要因があるとも考えられる。一口に J-POP、邦ロック等というもののその中にはさらに細かく分類がされており、それらを細分化して研究に取り組むことで結果が変わっていくのかもしれない。(たとえば、現代の恋愛観を歌っているとされる西野カナや back number、邦ロックの中でもテレビ出演が多いものと少ないものとわかるなど。) また、各音楽ジャンルをよくわかっていない回答者がいたことを考えると、調査票にジャンルの例として具体的な名前を記すのも一つの手かもしれ

ない。

いずれにせよこの分野の研究はもっと追及されていくべきものである。永井（2014）の研究で音楽とコミュニケーションとの関係が明らかにされたように、音楽と性格形成の関係が見出されたりしていくこともあるかもしれない。また、ファンクラブに入っている人ごとで結果に差が出たりしても面白いだろう。今後のこのような研究は、ジャンルの細分化、特定のアーティストに焦点を絞るなどしていくことでより深い研究になっていくのではないだろうか。

5. 参考文献

永井純一（2014）「音楽ジャンルとコミュニケーションに関する一考察」『神戸山手大学紀要』16号

オリコンニュース（2016）「年間 CD ランキング」

<http://www.oricon.co.jp/rank/js/y/2016/>

KOETOMO（2015）「音楽に関するアンケート」

<http://www.koetomo.jp/questionnaire/20150622/>

ぴあ総研（2016）「市場調査」

http://corporate.pia.jp/news/detail_fes_data20160630.html

YAHOO! ニュース（2016）「Pepper が“恋ダンス” 披露 「逃げ恥」最終回直前、ソフトバンクが動画公開」

http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20161220-00000081-zdn_n-sci

読売オンライン（2017）「映画新記録 「君の名は。」「シン・ゴジラ」が押し上げ」

<http://www.yomiuri.co.jp/fukayomi/ichiran/20170130-OYT8T50008.html>

レーベルゲート（2015）「mora 2015 年年間アニソン・ランキング発表」

<http://www.musicman-net.com/business/52502.html>

※いずれの記事も 2 月 1 日閲覧

6. 単純集計表

「趣味とコミュニケーションに関する調査」

2016年12月

所属先：広報学科

調査責任者：伊藤翔太

連絡先：b3p11016@shonan.bunkyo.ac.jp

本調査は、メディア調査研究法Ⅲ（担当教員：日吉昭彦）の講義で行っているアンケート調査になります。文教大学の学生を対象に趣味とコミュニケーションについての研究を目的としています。回答者のプライバシーの保護に配慮し、ご回答はすべて統計的に処理しますのでご迷惑をおかけすることはありません。ぜひとも率直なご意見をお聞かせください。

今回の調査を通じて、よりいっそう研究に努力いたします。お忙しいところを誠に申しわけございませんが、ご協力をどうぞよろしくお願いいたします。

ご記入にあたってのお願い

- (1) この質問紙には、本アンケートが配布された調査対象者ご自身がお答えください。
- (2) 質問紙は回収後すべて整理番号に従って取り扱いますので、あなたのお名前を質問紙に記入していただく必要はありません。
- (3) お答えになりにくい質問については、無記入でも結構です。
- (4) 質問への回答は、特に指示のない限りあてはまる回答選択肢の項目番号に○をつけてください。
- (5) 質問への回答で、回答選択肢にあてはまる項目がない場合には、「その他」の項目番号に○をつけ、() 内に具体的な内容を簡単に記入してください。
- (6) 冊子は8ページ、質問は全部で22問、回答にかかる時間は10～15分です。
- (7) ご記入は、鉛筆あるいは黒か青のボールペンなどをお願いします。また、回答を訂正する場合は、前の回答を消しゴムで消すか、×印をつけるなどして、訂正したことを明示してください。
- (8) 設問の内容など、不明な点がございましたら、調査責任者までお聞きください。

整理番号_____

Q1. あなたのとても好きな音楽ジャンルとしてあてはまるものを **3つまで** 選び○をつけてください。少し好きというものには○をつけなくてください。

- (1) J ポップ 69.4% (2) 邦ロック 37.5% (3) 洋楽 42.5% (4) アイドル 11.9%
(5) アニメ 26.3% (6) パンク 4.4% (7) 同人音楽 4.4% (8) ヴィジュアル 1.9%
(9) レゲエ 1.3% (10) 演歌 1.9% (11) クラシック 6.9% (12) K ポップ 11.9%
(13) その他 () 6.3% (14) 音楽に一切こだわりはない 3.8%

Q2. 特に好きなアーティストやバンドがいる方は **3組(人)まで** 挙げてください。

--	--	--

Q3. 音楽のメッセージがあなたに与える影響は大きいですか。

- (1) 非常に大きい 33.1% (2) 大きい 46.3% (3) 小さい 16.9%
(4) まったくない⇒Q5へ 3.8%

Q4. 音楽のメッセージはあなたのどのような場面で影響を及ぼしていますか。(複数回答可)

- (1) 友人関係 28.1% (2) 恋愛 37.5% (3) 家族 13.1% (4) 自分のあり方 65.0%
(5) その他 () 4.4%

Q5. 音楽フェスやライブに頻繁にいきますか。

- (1) 頻繁にいく 6.9% (2) たまにいく 31.3% (3) どちらともいえない 6.3%
(4) あまりいかない 26.3% (5) まったくいかない 29.4%

Q6. CD や DVD、チケット代やグッズなど、音楽関連で年間どの程度お金を使いますか。

- (1) ほとんど使わない 38.8% (2) 5,000 円未満 16.3%
(3) 5,000 円以上 10,000 円以内 15.6% (4) 10,000 円以上 50,000 円未満 23.1%
(5) 50,000 円以上 5.6%

Q7. 明るい曲と暗い曲、どちらのほうが好みですか。

- (1) 明るい曲 35.6% (2) どちらかといえば明るい曲 22.5%
(3) どちらともいえない 12.1% (4) どちらかといえば暗い曲 12.1%
(5) 暗い曲 1.3%

Q8. テンポが速い曲と遅い曲、どちらのほうが好みですか。

- (1) 速い曲 26.9% (2) どちらかといえば速い曲 25.0%
(3) どちらともいえない 35.6% (4) どちらかといえば遅い曲 10.6%
(5) 遅い曲 1.9%

Q9. 恋愛ソングを好んで聴きますか。

- (1) 非常に好んで聴く 7.5% (2) 好んで聴く 35.6% (3) どちらともいえない 29.4%
(4) あまり聴かない 20.6% (5) まったく聴かない 6.9%

Q10. あなた自身が好んで聴いている音楽の幅は広いと思いますか。

- (1) 広い 21.3% (2) どちらかといえば広い 31.9% (3) どちらともいえない 14.4%
(4) どちらかといえば狭い 20.0% (5) 狭い 12.5%

Q11. 特定の音楽を熱心に追及するほうですか。

- (1) あてはまる 31.9% (2) ややあてはまる 33.8% (3) どちらともいえない 18.1%
(4) あまりはてはまらない 9.4% (5) あてはまらない 6.9%

Q12. 嫌いな音楽はありますか。

- (1) たくさんある 5.6% (2) 少しある 41.3% (3) どちらともいえない 10.6%
(4) あまりない 33.8% (5) まったくない 8.8%

Q13. 具体的に嫌いな音楽ジャンルやバンド、アーティストがあればお書きください。

--

Q14～Q18の質問では特定の音楽ジャンルを好む人への印象についてお聞きします。
身近な友人などではなく、音楽の好み以外の情報がない人を想像してお答えください。

Q14. **Jポップ**を好む人に対する印象としてあてはまるものをそれぞれ選んでください。

(5: あてはまる ⇄ 1: あてはまらない)

(1) コミュニケーション能力が高い 3.48	5	4	3	2	1
(2) 協調性がある 3.46	5	4	3	2	1
(3) 聞き上手だ 3.22	5	4	3	2	1
(4) 話すのがうまい 3.30	5	4	3	2	1
(5) こだわりが強い 3.06	5	4	3	2	1
(6) 排他的だ 2.82	5	4	3	2	1
(7) 恋愛経験が多い 3.23	5	4	3	2	1
(8) 恋愛が得意だ 3.09	5	4	3	2	1

Q15. **Jロック**を好む人に対する印象としてあてはまるものをそれぞれ選んでください。

(5: あてはまる ⇄ 1: あてはまらない)

(1) コミュニケーション能力が高い 2.99	5	4	3	2	1
(2) 協調性がある 2.76	5	4	3	2	1
(3) 聞き上手だ 2.72	5	4	3	2	1
(4) 話すのがうまい 2.72	5	4	3	2	1
(5) こだわりが強い 2.86	5	4	3	2	1
(6) 排他的だ 3.98	5	4	3	2	1
(7) 恋愛経験が多い 2.92	5	4	3	2	1
(8) 恋愛が得意だ 2.85	5	4	3	2	1

Q16. **洋楽**を好む人に対する印象としてあてはまるものをそれぞれ選んでください。

(5: あてはまる ⇄ 1: あてはまらない)

(1) コミュニケーション能力が高い 3.70	5	4	3	2	1
(2) 協調性がある 3.42	5	4	3	2	1
(3) 聞き上手だ 3.36	5	4	3	2	1
(4) 話すのがうまい 3.47	5	4	3	2	1
(5) こだわりが強い 3.88	5	4	3	2	1
(6) 排他的だ 3.07	5	4	3	2	1
(7) 恋愛経験が多い 3.46	5	4	3	2	1
(8) 恋愛が得意だ 3.37	5	4	3	2	1

Q17. **アイドルソング**を好む人に対する印象としてあてはまるものをそれぞれ選んでください。

(5: あてはまる ⇄ 1: あてはまらない)

(1) コミュニケーション能力が高い 2.58	5	4	3	2	1
(2) 協調性がある 2.79	5	4	3	2	1
(3) 聞き上手だ 2.66	5	4	3	2	1
(4) 話すのがうまい 2.73	5	4	3	2	1
(5) こだわりが強い 3.96	5	4	3	2	1
(6) 排他的だ 3.08	5	4	3	2	1
(7) 恋愛経験が多い 2.32	5	4	3	2	1
(8) 恋愛が得意だ 2.27	5	4	3	2	1

Q18. **アニメソング**を好む人に対する印象としてあてはまるものをそれぞれ選んでください。

さい。

(5 : あてはまる ⇄ 1 : あてはまらない)

(1) コミュニケーション能力が高い 2.23	5	4	3	2	1
(2) 協調性がある 2.53	5	4	3	2	1
(3) 聞き上手だ 2.53	5	4	3	2	1
(4) 話すのがうまい 2.41	5	4	3	2	1
(5) こだわりが強い 4.03	5	4	3	2	1
(6) 排他的だ 3.10	5	4	3	2	1
(7) 恋愛経験が多い 2.09	5	4	3	2	1
(8) 恋愛が得意だ 1.99	5	4	3	2	1

Q19. あなた自身のことについてお聞きします。それぞれあてはまるものを選んでください。

(5 : あてはまる ⇄ 1 : あてはまらない)

(1) 自分の感情をうまくコントロールできる 3.46	5	4	3	2	1
(2) まわりの期待に応じたふるまいができる 3.51	5	4	3	2	1
(3) なにごとにでもこだわりがあるほうだ 3.39	5	4	3	2	1
(4) 恋愛は人生の本質だと思う 2.75	5	4	3	2	1
(5) 自分の考えをことばでうまく表現できる 2.87	5	4	3	2	1
(6) 相手のわかりやすいように話を進めることができる 3.09	5	4	3	2	1
(7) 初対面の人とでも仲良くなろうと努める 3.66	5	4	3	2	1
(8) 恋愛をしているときは相手のことを最優先すべきだ 3.35	5	4	3	2	1
(9) 相手の考えを感じ取るのが得意なほうだ 3.68	5	4	3	2	1
(10) 他人の気持ちに敏感なほうだ 3.85	5	4	3	2	1
(11) 新しいことにチャレンジすることに抵抗はない 3.68	5	4	3	2	1
(12) 恋愛の対象に依存しがちだ (依存すると思う) 2.94	5	4	3	2	1
(13) 相手の意見や立場に共感することが得意だ 3.75	5	4	3	2	1
(14) 基本的に友好的な態度で相手に接するほうだ 3.85	5	4	3	2	1
(15) 仲間うちのノリを大切にするほうだ 3.82	5	4	3	2	1
(16) 恋愛していると他のことが疎かになってしまう 2.79	5	4	3	2	1
(17) 人間関係を良好な状態に維持するよう常に心がけている 3.93	5	4	3	2	1
(18) 自分がいやな気持ちになっても場の空気に気をつける 3.63	5	4	3	2	1
(19) 自分の主張や考え方を他人に話すことが好きだ 3.50	5	4	3	2	1
(20) 人と話すとき、会話の主導権はできれば持っていたい 2.92	5	4	3	2	1

Q20. あなたの学年を教えてください。

(1) 1年 18.8% (2) 2年 56.9% (3) 3年 10.6% (4) 4年 12.5%

Q21. あなたの所属学部を教えてください。

(1) 情報 43.8% (2) 国際 55.0% (3) 健康栄養 0% (4) 経営 0%

Q22. あなたの性別を教えてください。

(1) 男性 40.6% (2) 女性 58.1%

質問は以上となります。ご協力いただき誠にありがとうございました。