

## ライブ・エンタテインメント参加者の年間チケット費+グッズ購入費は8万円超！ ～「ライブグッズ」に関する調査結果を発表～

ぴあ総研は、首都圏に住む18歳～69歳の男女を対象に「ライブグッズ」に関するWEBアンケートを実施いたしました。

- 調査対象：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県在住の18歳～69歳男女  
過去1年間に1回以上、実際の会場で音楽あるいはステージ分野の生の公演（ライブ）に参加した人
- 有効回答数：916サンプル
- 調査期間：2019年1月25日～1月28日
- 調査方法：インターネット調査（株）インテージへ委託

### 【調査結果サマリ】

- ① 首都圏のライブ・エンタテインメント参加者のうち、グッズ購入者は37.3%。ライブ参加者の3人に1人以上がグッズを購入している。グッズ購入者の年間グッズ購入費は1人当たり平均22,386円。

n=916 (ライブエンタメ参加者)

<b>ライブ・エンタテインメント参加者</b> (首都圏在住18～69歳男女のうち、過去1年間に音楽・ステージ分野の公演鑑賞者) 年間チケット購入費 1人当たり平均40,682円
---

<b>グッズ購入者 37.3%</b> 年間チケット購入費 1人当たり平均59,560円 年間グッズ購入費 1人当たり平均22,386円	<b>グッズ非購入者 62.7%</b> 年間チケット購入費 1人当たり平均29,434円
--	--

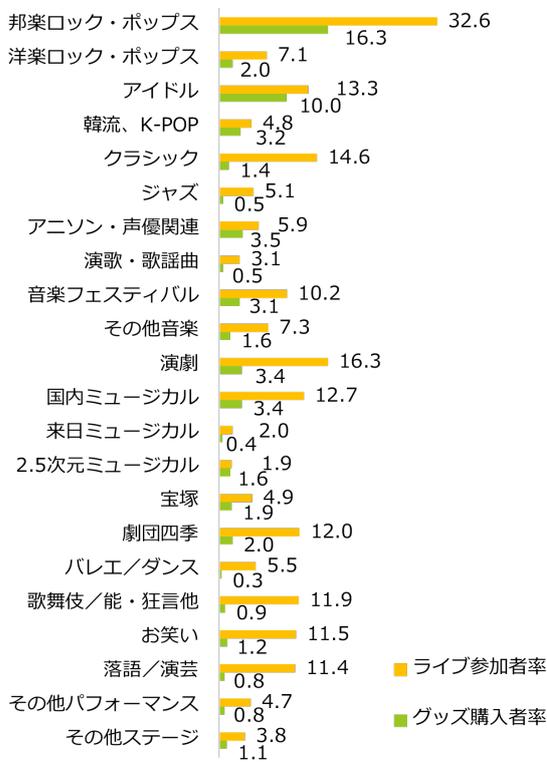
- ② ライブ参加者に占めるグッズ購入者の構成比率が高いジャンルは、「アイドル」(75.4%)、「韓流、K-pop」(65.9%)、「アニソン、声優関連」(59.3%)、「邦楽ロックポップス」(49.8%)。

※「2.5次元ミュージカル\*」も88.2%と高いが、2.5次元ミュージカル参加者のサンプル数が30未満のため、参考値とする。

◇ジャンル別

ライブ参加者率・グッズ購入者率

% (n=916)

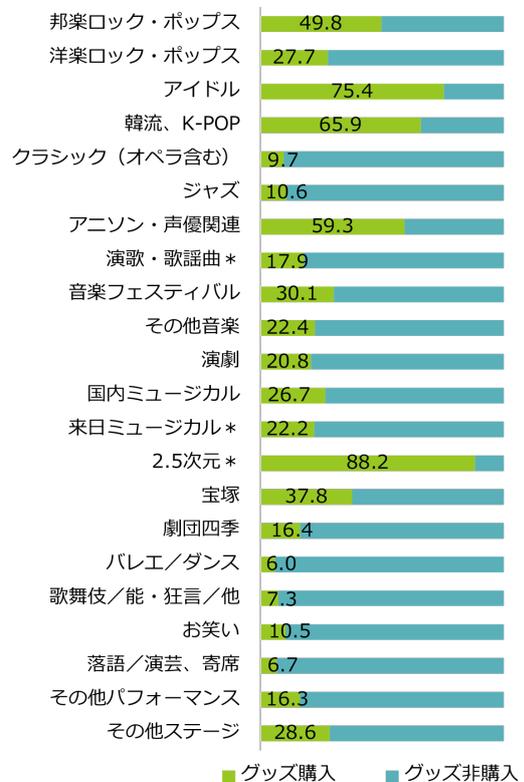


◇ライブ参加者に占める

グッズ購入者の構成比率

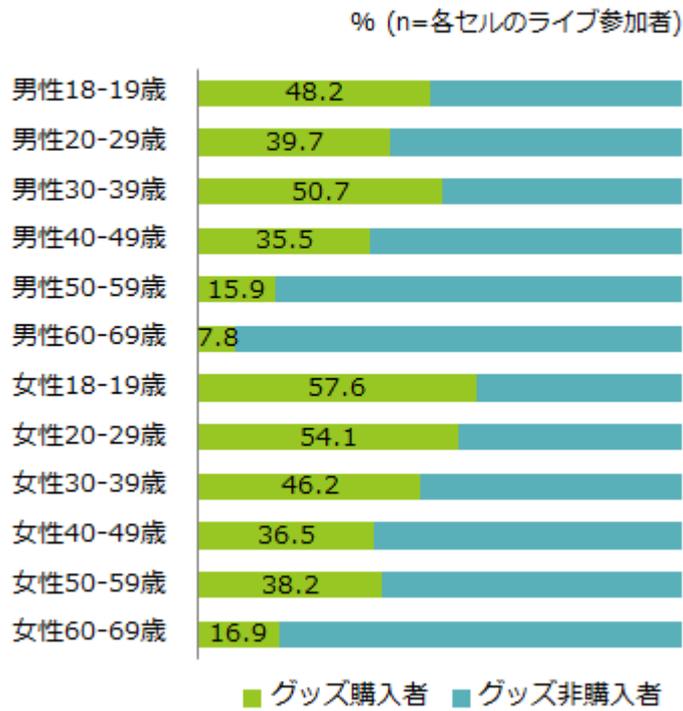
% (n=各セルのライブ参加者)

\*のついたジャンルはn数30未満のため参考値



- ③ ライブ参加者に占めるグッズ購入者の構成比率が高い性・年代は、「女性 10 歳代」(57.6%)、「女性 20 歳代」(54.1%)、「男性 30 歳代」(50.7%)。

◇性・年代別グッズ購入者の構成比率



- ④ グッズ購入理由として多いのは、「思い出、記念品として残しておきたい」(78.4%)、「購入して、アーティストを応援したい」(60.5%)、「グッズを身につけると会場との一体感を楽しめる」(49.1%)。ライブグッズは記念品やお土産としての役割だけではなく、アーティストの活動を応援する手段としてや、自分自身がライブをより楽しむためのツールとしての役割を果たしているようだ。

そのほか、「普段も使えそうで実用的」(36.3%)、「デザインが良い」(35.1%) という理由も比較的多く、ライブグッズがファンの日常に浸透している様子がうかがわれる。

#### ◇グッズ購入理由

% (n=342,MA)



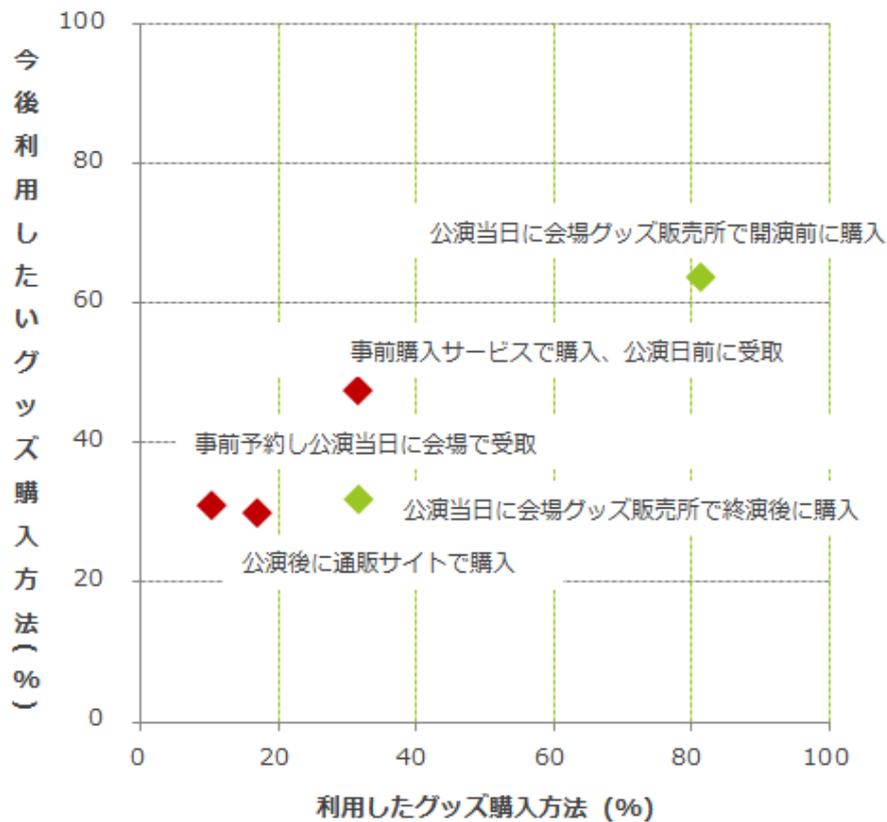
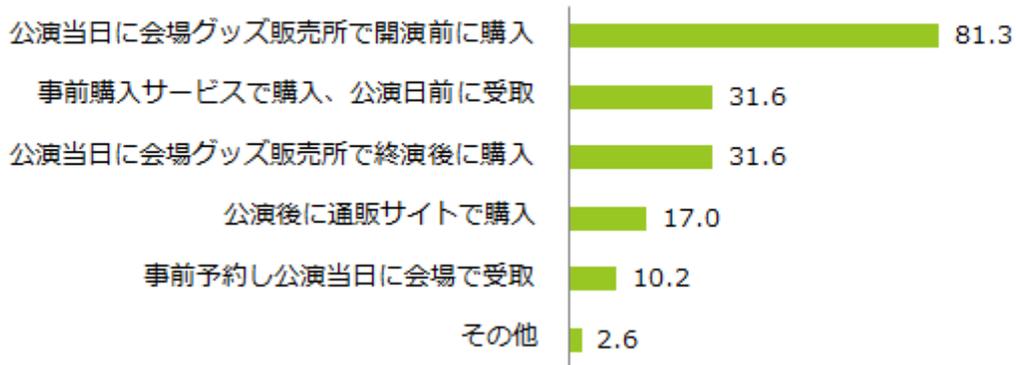
- ⑤ グッズ購入方法（タイミング）として現在利用されているのは、利用者が多い順に「公演当日に会場のグッズ販売所で開演前に購入」(81.3%)、「事前購入サービスで購入し、公演当日を迎える前に受け取る」(31.6%)、「公演当日に会場のグッズ販売所で終演後に購入」(31.6%)。

今後利用したいグッズ購入方法（タイミング）として、現在利用している方法よりも利用意向が高いのは、「事前購入サービスで購入し、公演日前に受け取り」(現在 31.6% ⇒ 今後 47.4%)、「公演後に通販サイトで購入」(現在 17.0% ⇒ 今後 29.8%)、「事前予約し、公演当日に会場で受け取り」(現在 10.2% ⇒ 今後 31.0%)。

ライブグッズの購入は、もはやライブ会場での販売にとどまらず、購入方法や購入タイミングが多様化しているが、今後その傾向が加速していくかもしれない。

◇グッズ購入タイミング：現在利用

% (n=342,MA)



以上

【びあ総研について】

研究領域をエンタテインメント分野に特化し、ぴあに日々集積するエンタテインメント情報のデータベースと、これまで培ってきたネットワークを通じた情報収集によって、当該領域の特徴と動きを定量・定性両面から研究・発信しています。