



オンラインイベントの増加により リアルライブの需要はどう変化するのか

中京大学 佐藤茂春ゼミ
古村真知 鈴木聡一郎 中野孝則 村上舞

1.研究背景

1. 研究背景

2. ライブエンタテインメント市場について

3. 疑問と仮説

4. アンケートの実施方法と結果

5. 分析と結果・考察

6. まとめ

7. 参考文献

研究背景

- ・新型コロナウイルスの影響により、オンラインイベントを開催するアーティストが増加。これにより、コロナ禍以前と比較し、リアルライブの需要はどう変化していくのか

- ・コロナ禍以前のようなリアルライブを開催することができない昨今、各アーティストはどのようなサービスを提供してきたのか

疑問に思ったため、調査を実施

2. ライブエンタテインメント 市場について

1. 研究背景
- 2. ライブエンタテインメント市場について**
3. 疑問と仮説
4. アンケートの実施方法と結果
5. 分析と結果・考察
6. まとめ
7. 参考文献

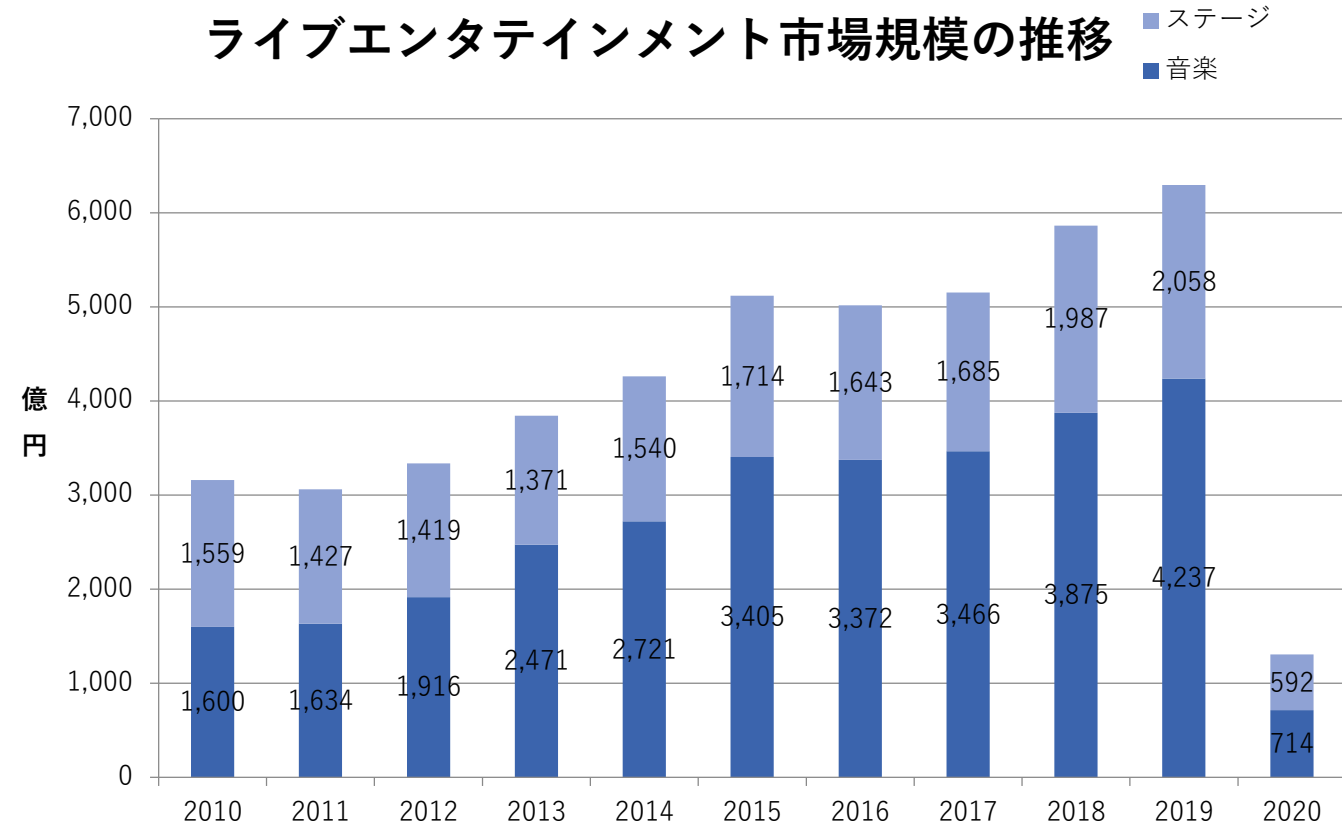
ライブエンタテインメントの市場規模

<コロナ禍以前>
超成長市場



<コロナ禍において>
約8割の損失

ライブエンタテインメント市場規模の推移

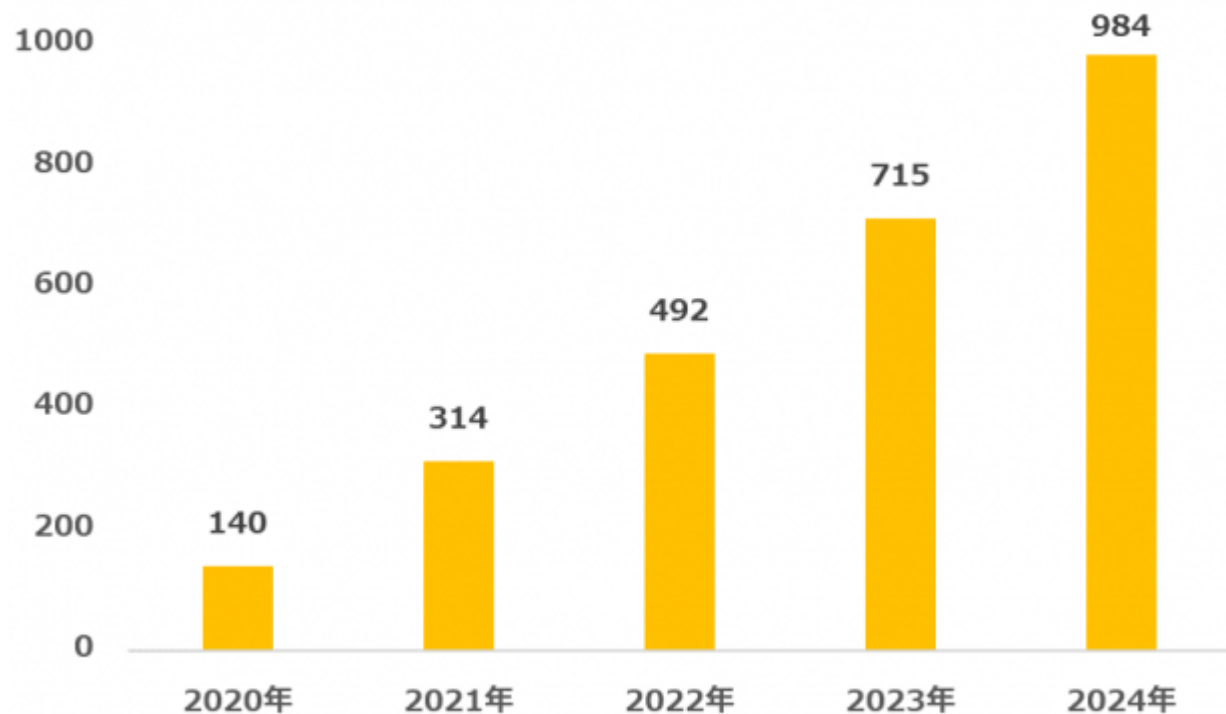


引用：ぴあ総研

デジタルライブエンタテインメントの市場規模

【デジタルライブエンタテインメント市場規模予測2020年—2024年】

(単位：億円)



<CyberZ/OEN/デジタルインファクト調べ>

<コロナ禍において>

オンライン
イベントが急増



<これから>

成長市場であると
推定される

3.疑問と仮説

1. 研究背景
2. ライブエンタテインメント市場について
- 3. 疑問と仮説**
4. アンケートの実施方法と結果
5. 分析と結果・考察
6. まとめ
7. 参考文献

疑問・仮説

疑問

オンラインライブの増加により、リアルライブの需要はどのように変化するのか？

仮説

リアルライブとオンラインライブが同じ価格の場合を比較したとき、リアルライブに参加したい人の方が多い



最近過ぎて、データがない！

なら自分たちでデータを集めよう！

4. アンケートの実施方法と結果

1. 研究背景
2. ライブエンタテインメント市場について
3. 疑問と仮説
- 4. アンケートの実施方法と結果**
5. 分析と結果・考察
6. まとめ
7. 参考文献

アンケートの実施方法

Google formでアンケートを作成し、InstagramなどのSNSで呼びかけ、回答を依頼した。

(1) 実施期間

2020. 11. 9 ~ 11. 13

(2) 調査対象

グループ全員のInstagramのフォロワーを中心に約400名

(3) 回収結果

回答者：116名（回収率：約30%）

佐藤ゼミアンケート

質問 回答 116

13 セクション中 1 個目のセクション

アーティストのリ × : アル実施イベント とオンラインイベ ントに関するアン ケート

この度はアンケートにご協力いただき、誠にありがとうございます。

私達は中京大学総合政策学部総合政策学科佐藤ゼミ所属の3年生です。

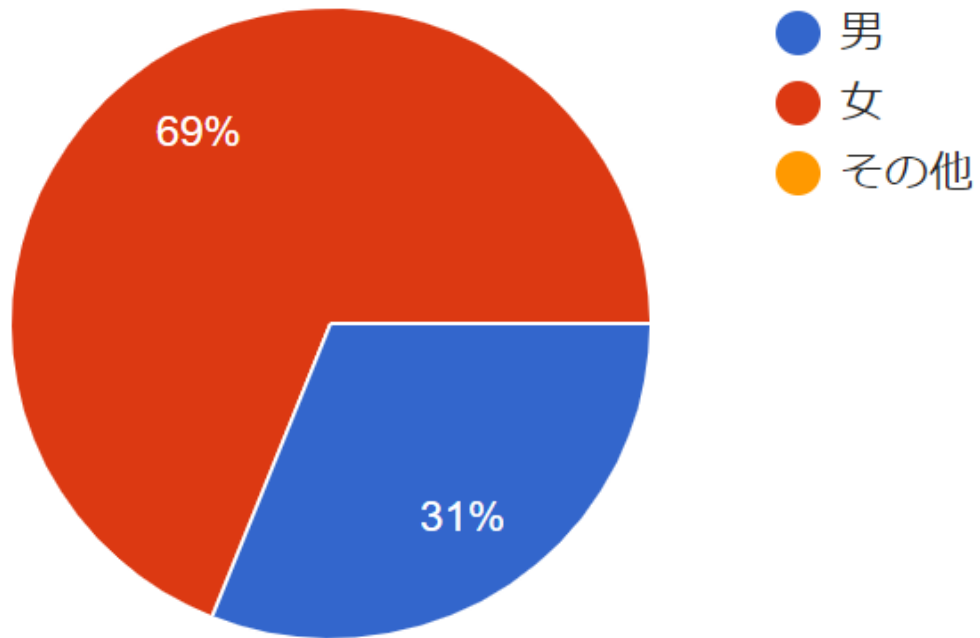
現在、ゼミで「オンラインライブの増加によりリアルライブの需要はどう変わったのか」というテーマで研究を行っています。

今回研究を進めるにあたって、テーマに関するアンケートを取らせていただいております。

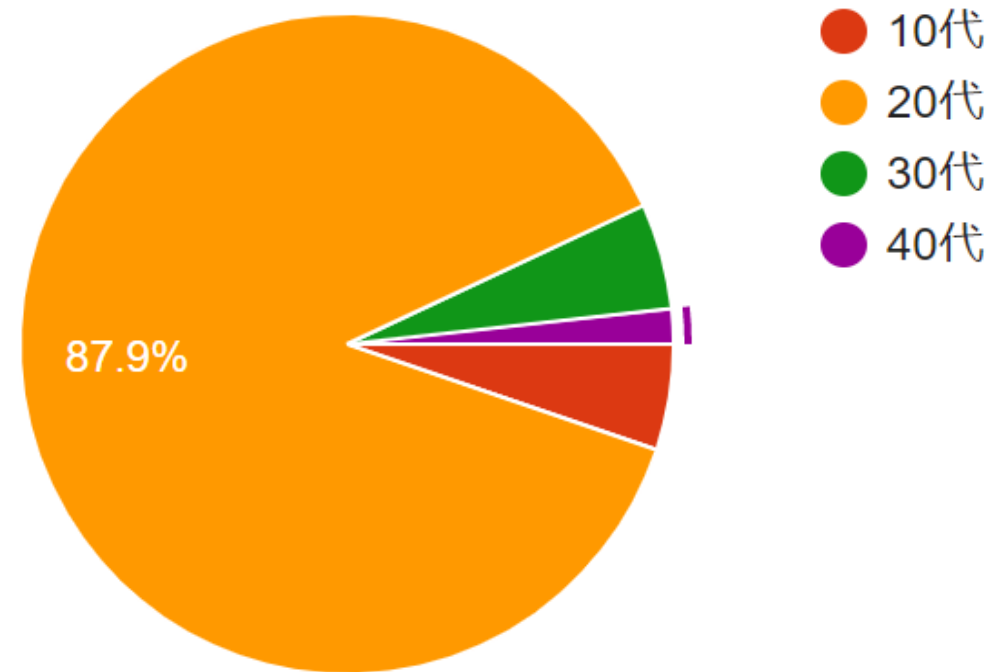
尚、ご回答いただきましたデータについては、統計的に処理されます。個人のプライバシーの保護については十分配慮し、アンケートご回答者様にご迷惑をおか

アンケート結果：単純集計

・性別

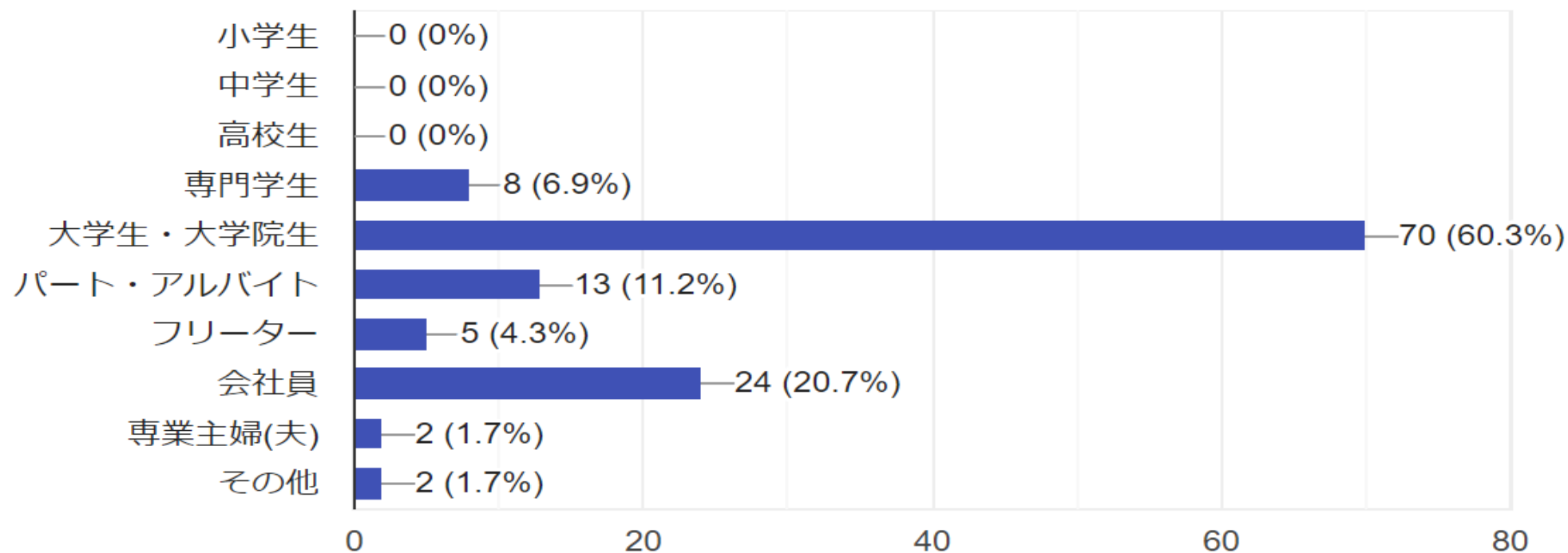


・年齢



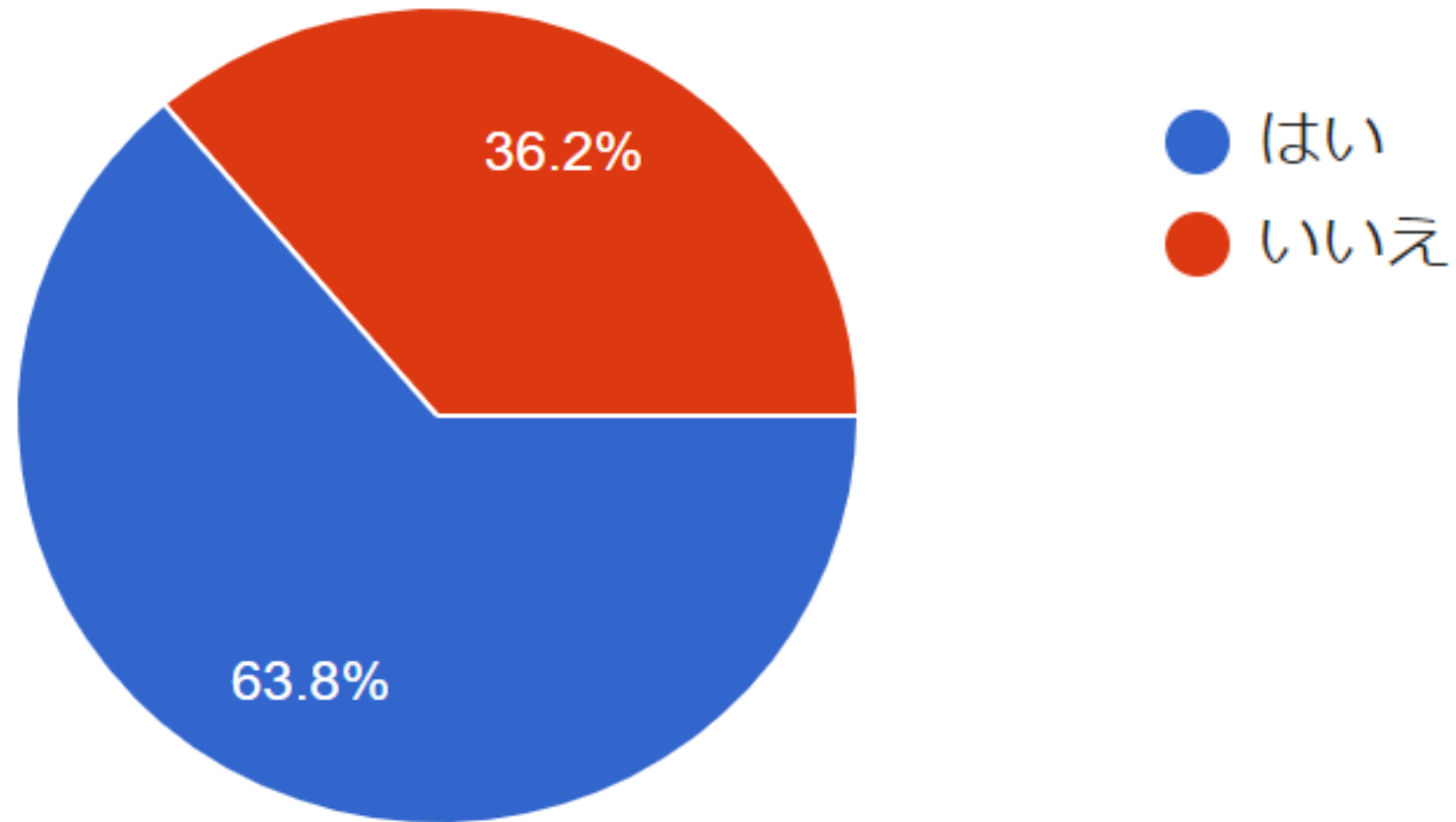
アンケート結果：単純集計

- 職業（複数回答可）



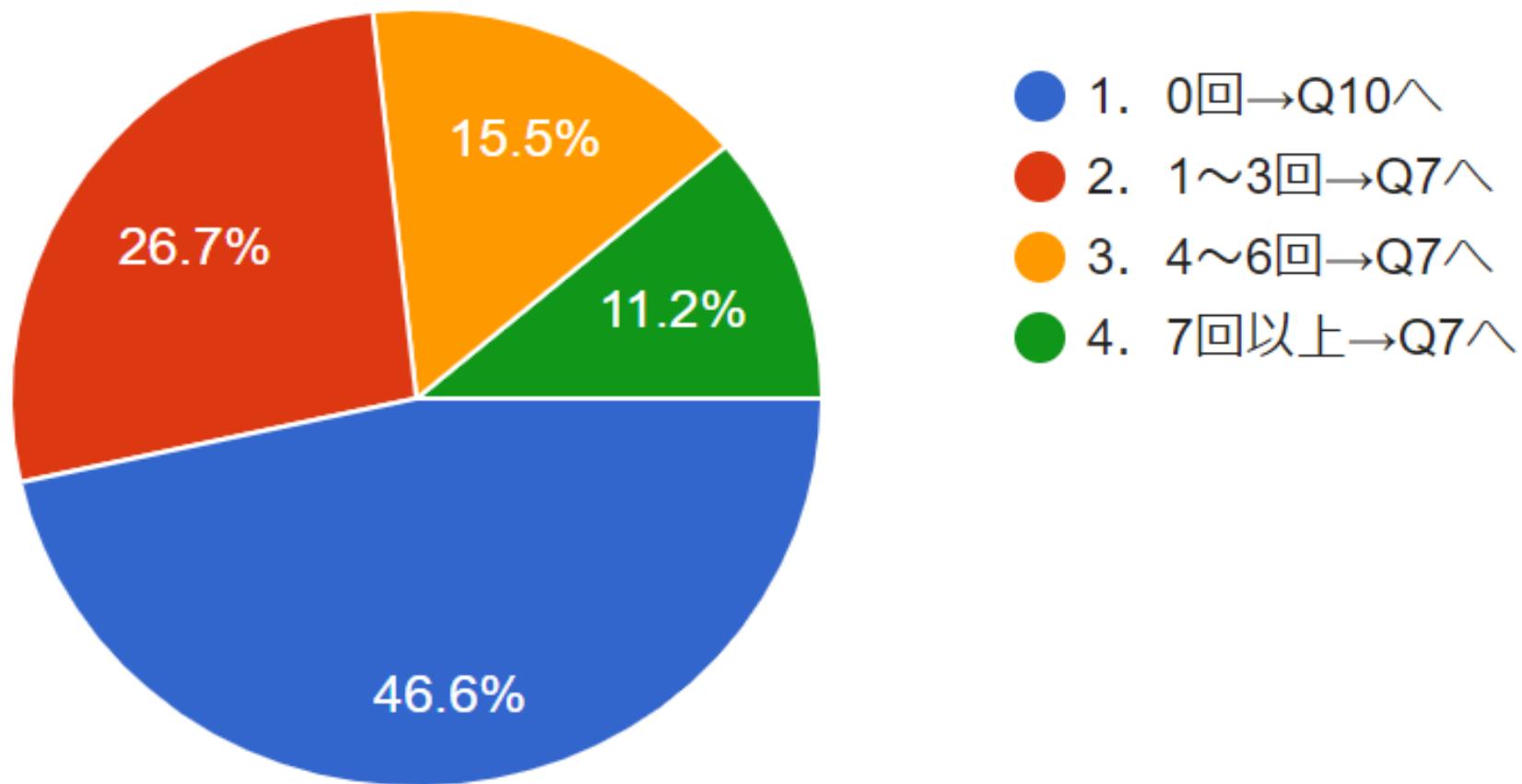
アンケート結果：単純集計

- ・ファンクラブに入会していますか？



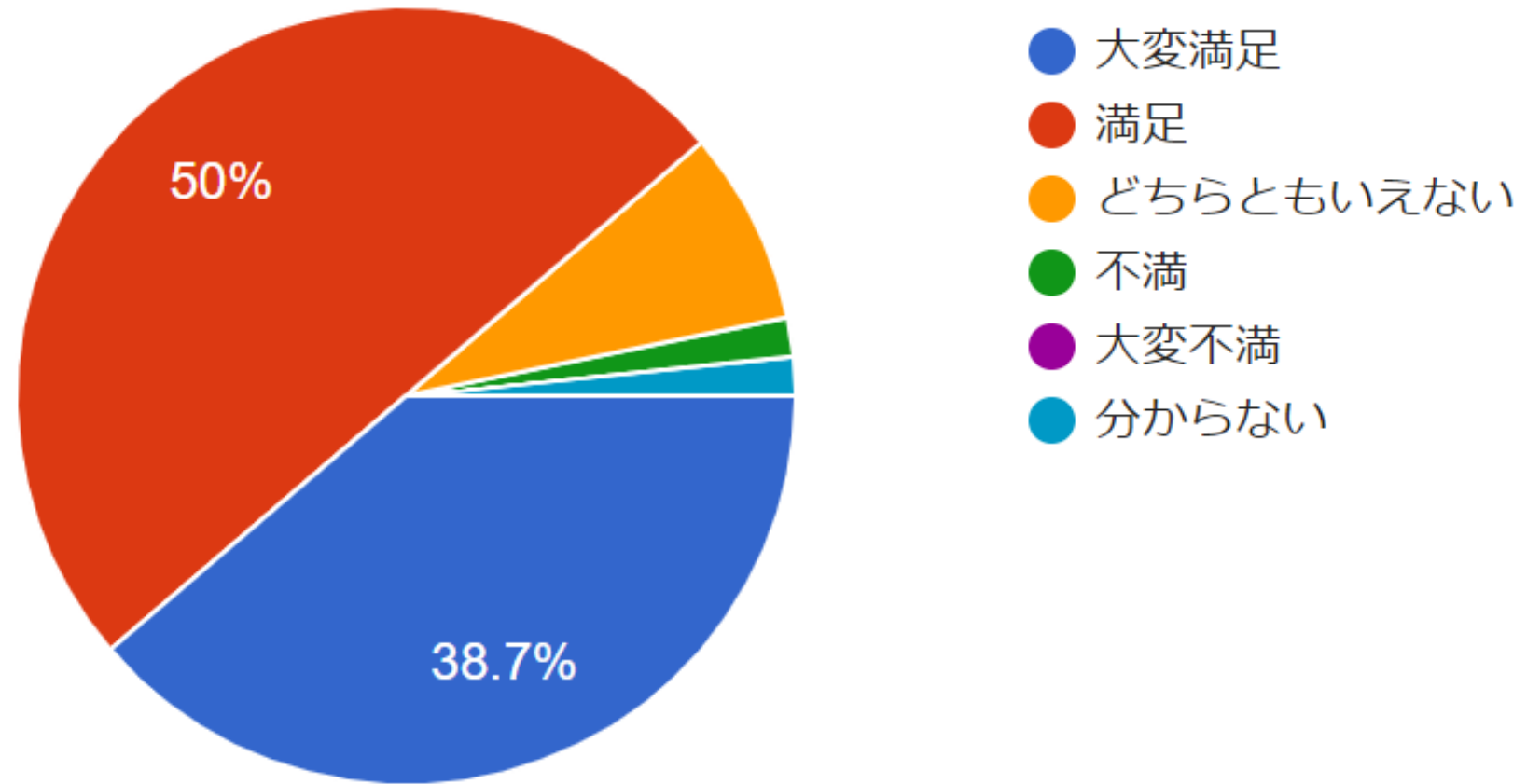
アンケート結果：単純集計

- ・アーティストの有料オンラインイベント(オンラインライブやオンライン握手会など)に何回参加しましたか？



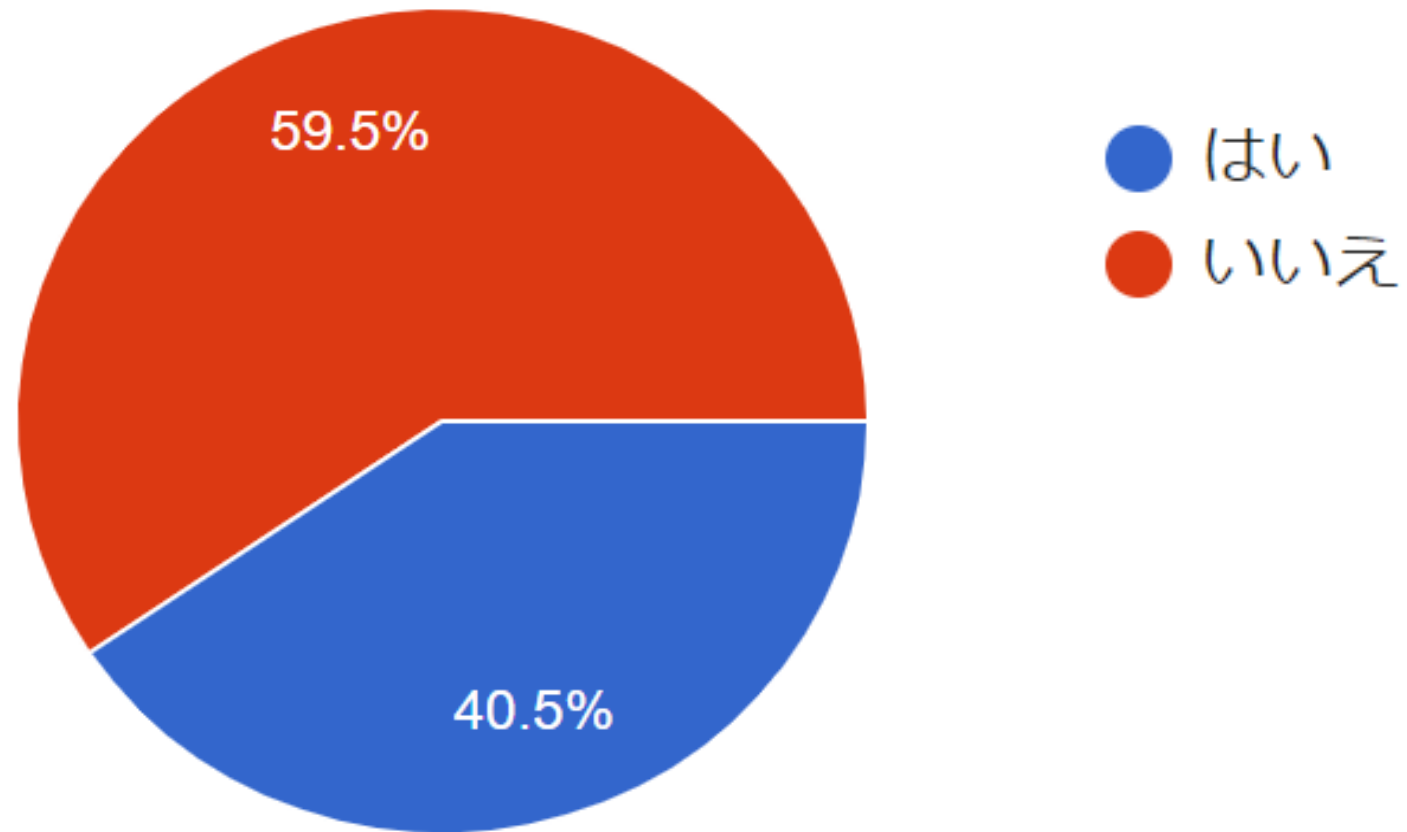
アンケート結果：単純集計

- ・オンラインイベントの満足度を教えてください



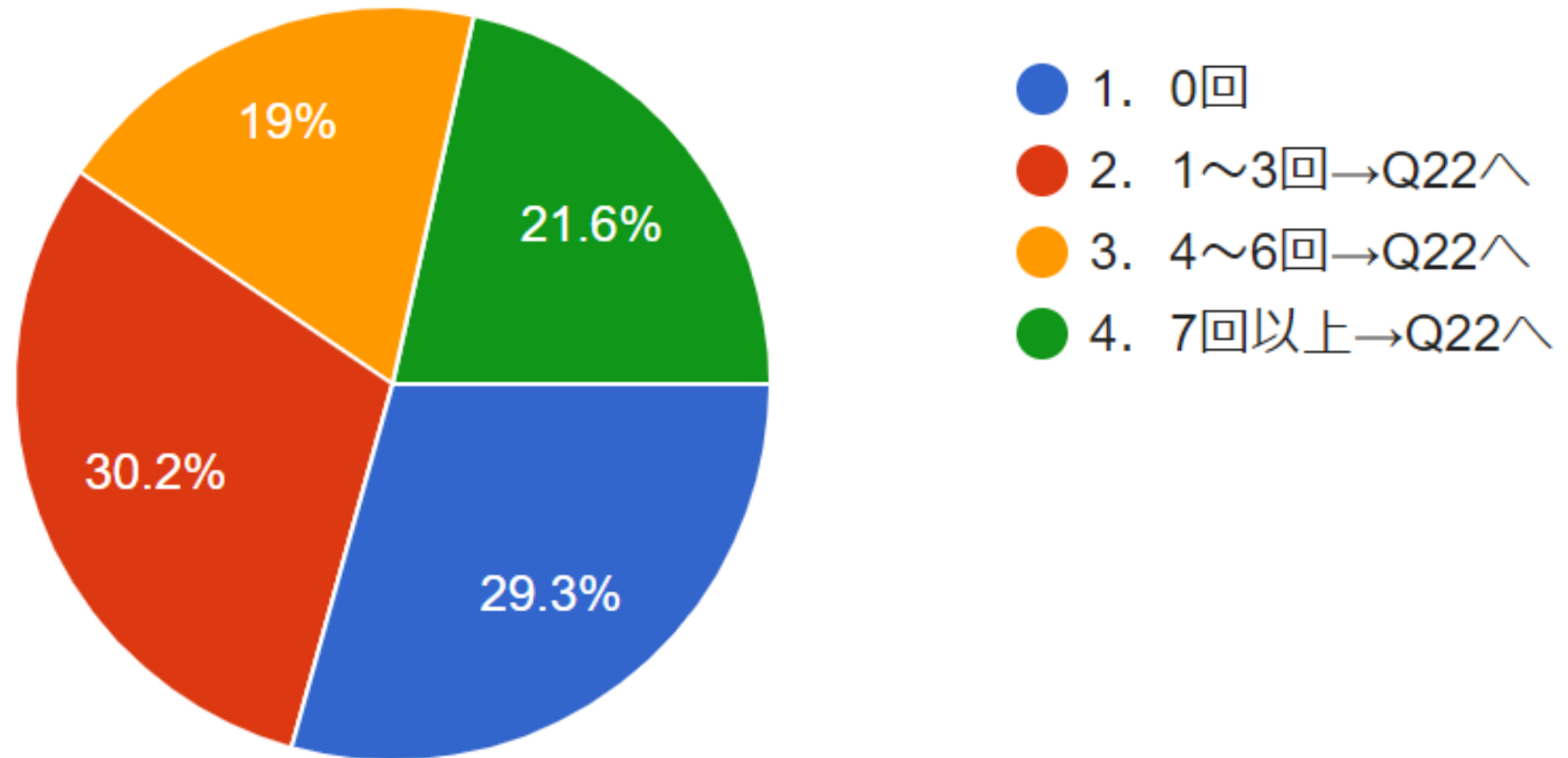
アンケート結果：単純集計

- ・オンラインイベントのアーティストグッズを購入したことがありますか？



アンケート結果：単純集計

・ 2020年3月以前(2019年4月～2020年3月まで)で、リアル実施のアーティストイベントに何回参加しましたか？



アンケート結果：クロス集計

Q5 ファンクラブに入会していますか？			
	女	男	総計
はい	48.28%	15.52%	63.79%
いいえ	20.69%	15.52%	36.21%
総計	68.97%	31.03%	100.00%

Q20 オンラインイベントのアーティストグッズを購入したことがありますか？			
	女	男	総計
いいえ	42.24%	17.24%	59.48%
はい	26.72%	13.79%	40.52%
総計	68.97%	31.03%	100.00%

アンケート結果：クロス集計

Q9 リアル実施でのイベントとオンラインイベントを比較して、どちらが好みですか？			
	男	女	総計
どちらかといえばリアル実施が良い	18.03%	9.84%	27.87%
どちらともいえない	4.92%	0.00%	4.92%
リアル実施の方が良い	49.18%	18.03%	67.21%
総計	72.13%	27.87%	100.00%

Q18 Q16であなたが設定した価格に＋5000円払うとしても、リアルライブに行きたいですか？			
	女	男	総計
行きたい	47.22%	19.44%	66.67%
だったらオンラインでいい	20.37%	12.96%	33.33%
総計	67.59%	32.41%	100.00%

5.分析と結果・考察

1. 研究背景
2. ライブエンタテインメント市場について
3. 疑問と仮説
4. アンケートの実施方法と結果
- 5. 分析と結果・考察**
6. まとめ
7. 参考文献

分析①

☑シングルバウンド(ロジットモデル)

推定結果

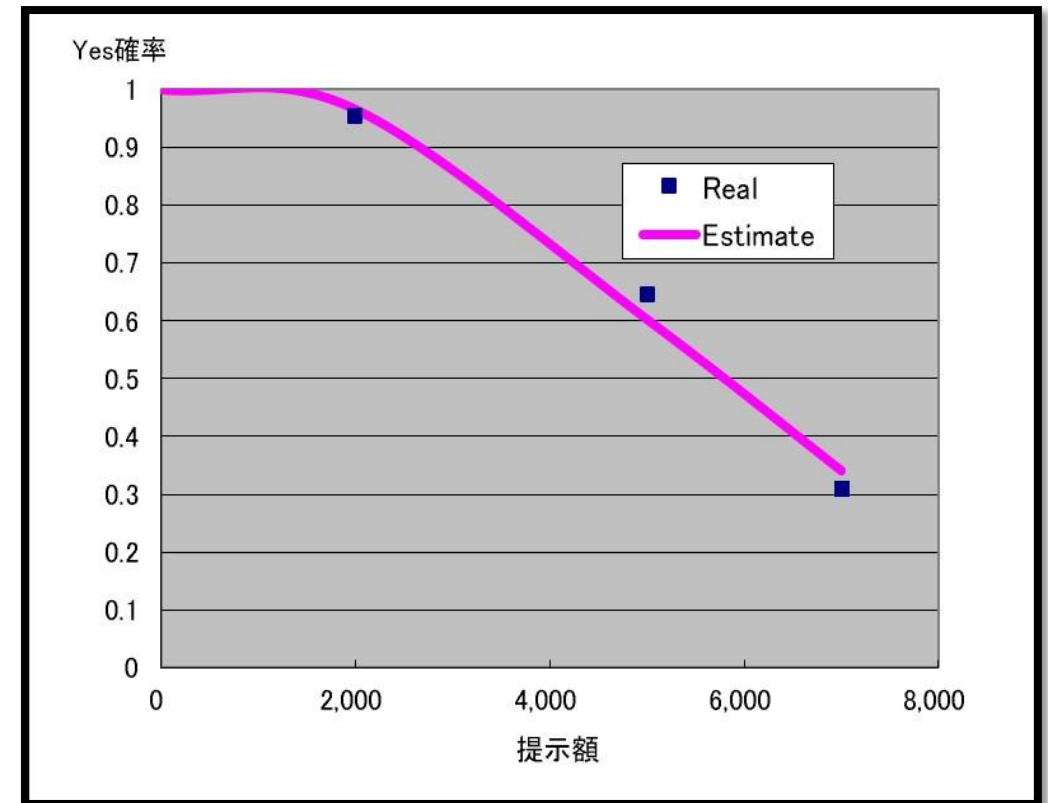
変数	係数	t値	p値
constant	27.6833	7.442	0.000 ***
ln(Bid)	-3.2014	-7.414	0.000 ***
n	330		
対数尤度	-160.76		

推定WTP

(中央値) 5,694

(平均値) 6,722 裾切りなし
5,344 最大提示額で裾切り

提示額 + 2,000円、+ 5,000円、+ 7,000円の場合



結果・考察①

☑中央値：5,694

→リアルライブとオンラインライブを比較した時、5,694円分リアルライブの支払い意思額が高い

☑グラフからわかること

→提示額が+4,000円の場合、約7割の人がリアルライブを選択すると考えられる。

→提示額が+6,000円の場合、約4割の人がリアルライブを選択すると考えられる。

Yes確率が下がる原因は提示金額だけに関係しているのか？

→他の説明変数を用いて分析

考えられる説明変数

- ・性別

男 69% 女 31%

- ・年齢

10代 5.2% 20代 87.9% 30代 5.2% 40代 1.7%

- ・職業

専門学生 6.9% 大学生・大学院生 60.3% パート・アルバイト 11.2% フリーター 4.3% 会社員 20.7%
専業主婦(夫) 1.7% その他 1.7%

- ・会場規模

ドーム(約5万人) 41.4% アリーナ・ホール(約2万人)38.8% ライブハウス(約20000人)19.8%

説明変数について

説明変数	仮説
性別	女性の方が追っかけ気質があるため、アーティストにお金をかける
年齢	年齢が高いほど、アーティストにお金をかける
職業	学生より社会人のほうがアーティストにお金をかける
会場規模	ライブの会場規模が大きいほど、支払い意思額が大きい



ダミー変数とは？

ダミー変数とは？

数字でないデータを数字に変えて用いる手法。

男



0 で表す

女



1 で表す

分析②

説明変数：性別 $x1 = (\text{男} = 0 \quad \text{女} = 1)$

変数	係数	t 値	p 値
constant	2.9359	0.091	0.928
ln(Bid)	-0.0001	0.000	1.000
x1	0.6653	0.587	0.557
x2	0.0000	0.000	1.000
x3	0.0000	0.000	1.000
x4	0.0000	0.000	1.000
x5	0.0000	0.000	1.000
x6	0.0000	0.000	1.000
x7	0.0000	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	396		
対数尤度	118.7177		

変数	係数	t 値	p 値
constant	0.6080	0.000	1.000
ln(Bid)	-0.0567	0.000	1.000
x1	0.4879	1.135	0.259
x2	0.0000	0.000	1.000
x3	0.0000	0.000	1.000
x4	0.0000	0.000	1.000
x5	0.0000	0.000	1.000
x6	0.0000	0.000	1.000
x7	0.0000	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	106		
対数尤度	-231.2718		

変数	係数	t 値	p 値
constant	1.0862	0.000	1.000
ln(Bid)	-0.2381	0.000	1.000
x1	0.1924	0.419	0.676
x2	0.0000	0.000	1.000
x3	0.0000	0.000	1.000
x4	0.0000	0.000	1.000
x5	0.0000	0.000	1.000
x6	0.0000	0.000	1.000
x7	0.0000	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-68.1591		

2000円多く支払ってでも
リアルライブに行きたいか

5000円多く支払ってでも
リアルライブに行きたいか

7000円多く支払ってでも
リアルライブに行きたいか

結果と考察②

結果

性別により、リアルライブへの支払い意思額に大きな違いは見られなかった

しかし、提示額が+5,000円の場合、わずかであるが数値の差が見られた
→女性の方がリアルライブへの支払い意思額が大きいと考えられる

考察

男性よりも女性の方が、アーティストにかかる熱量が大きいと考えられる

分析③

説明変数：年齢 $x_1=(10代=1 \quad 20代=2 \quad 30代=3 \quad 40代=4)$

変数	係数	t値	p値	変数	係数	t値	p値	変数	係数	t値	p値
constant	2.1734	0.000	1.000	constant	2.0861	0.000	1.000	constant	2.0819	0.000	1.000
ln(Bid)	0.3176	0.000	1.000	ln(Bid)	-0.2687	0.000	1.000	ln(Bid)	-0.2781	0.000	1.000
x1	-0.9509	-1.883	0.062 *	x1	0.3400	0.759	0.449	x1	-0.2928	-0.506	0.614
x2	0.0000			x2	0.0000			x2	0.0000		
x3	0.0000			x3	0.0000			x3	0.0000		
x4	0.0000			x4	0.0000			x4	0.0000		
x5	0.0000			x5	0.0000			x5	0.0000		
x6	0.0000			x6	0.0000			x6	0.0000		
x7	0.0000			x7	0.0000			x7	0.0000		
x8	0.0000			x8	0.0000			x8	0.0000		
x9	0.0000			x9	0.0000			x9	0.0000		
x10	0.0000			x10	0.0000			x10	0.0000		
n	113			n	113			n	113		
対数尤度	-27.9960			対数尤度	-74.8144			対数尤度	-66.2327		

2000円多く支払っても
リアルライブに行きたいか

5000円多く支払っても
リアルライブに行きたいか

7000円多く支払っても
リアルライブに行きたいか

分析④

説明変数：職業

x1=専門学生 x2=大学生 x3=パート・アルバイト x4=フリーター x5=会社員
x6=専業主婦 x7=その他

変数	係数	t 値	p 値
constant	7.5345	0.000	1.000
ln(Bid)	-0.3302	0.000	1.000
x1	-3.9187	0.000	1.000
x2	-2.3360	0.000	1.000
x3	7.6200	0.001	1.000
x4	6.6713	0.000	1.000
x5	-2.6652	0.000	1.000
x6	1.2385	0.000	1.000
x7	3.2933	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-26.1920		

2000円多く支払ってでも
リアルライブに行きたいか

変数	係数	t 値	p 値
constant	2.1503	0.000	1.000
ln(Bid)	0.0000	0.000	1.000
x1	-2.1501	-1.363	0.176
x2	-1.3847	-1.000	0.319
x3	-0.7648	-0.889	0.376
x4	-2.5555	-1.521	0.131
x5	-1.7082	-1.159	0.249
x6	-1.3852	-0.768	0.444
x7	-11.5052	-0.001	0.999
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-71.7233		

5000円多く支払ってでも
リアルライブに行きたいか

変数	係数	t 値	p 値
constant	2.6787	0.000	1.000
ln(Bid)	-1.3247	0.000	1.000
x1	7.9521	0.002	0.998
x2	8.2834	0.002	0.998
x3	0.0677	0.075	0.941
x4	8.6439	0.002	0.998
x5	8.0075	0.002	0.998
x6	-4.8087	0.000	1.000
x7	-0.8092	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-64.2560		

7000円多く支払ってでも
リアルライブに行きたいか

結果と考察③

結果

仮説とは異なる結果となった

チケット価格が高くなるとともに、支払い意思額は低くなる
支払い意思額について、年齢の有意性は見られなかった

考察

年齢が上がるにつれ、趣味にかかる時間が減ると考えられる。
そのため、支払い意思額は低くなる。

考察④

結果

職業の違いにより、リアルライブへの支払い意思額に大きな差はみられなかった

しかし、専門学生とフリーターはわずかではあるが有意性が高かった

考察

アーティストにかける熱量に、職業は関係ないと考えられる

分析⑤

説明変数：会場規模 X1：ドーム X2：アリーナ/ホール X3：ライブハウス

変数	係数	t 値	p 値
constant	1.0821	0.000	1.000
ln(Bid)	-0.2858	0.000	1.000
x1	0.9141	0.917	0.361
x2	0.2398	0.250	0.803
x3	-0.2394	-0.250	0.803
x4	0.0000	0.000	1.000
x5	0.0000	0.000	1.000
x6	0.0000	0.000	1.000
x7	0.0000	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-64.4167		

2000円多く払っても
リアルライブに行きたいか

変数	係数	t 値	p 値
constant	0.3628		
ln(Bid)	-0.0471		
x1	1.3193	0.904	0.368
x2	0.2959	0.209	0.835
x3	-0.2959	-0.209	0.835
x4	0.0000	0.000	1.000
x5	0.0000	0.000	1.000
x6	0.0000	0.000	1.000
x7	0.0000	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-69.8910		

5000円多く払っても
リアルライブに行きたいか

変数	係数	t 値	p 値
constant	5.4752		
ln(Bid)	-0.4221		
x1	0.8241	0.109	0.914
x2	0.1339	0.018	0.986
x3	-0.1336	-0.018	0.986
x4	0.0000	0.000	1.000
x5	0.0000	0.000	1.000
x6	0.0000	0.000	1.000
x7	0.0000	0.000	1.000
x8	0.0000	0.000	1.000
x9	0.0000	0.000	1.000
x10	0.0000	0.000	1.000
n	113		
対数尤度	-28.3869		

7000円多く払っても
リアルライブに行きたいか

考察⑤

結果

最初に立てた仮説とは違う結果になった。

会場規模の違いにより、リアルライブへの支払い意思額に大きな違いは見られなかった。

大きい会場

演出が小さい会場よりも派手になる？

規模が大きいと観客数も増えるので盛り上がりにも違いが出る？

小さい会場

アーティストとの距離が近いので大きい会場とは違う盛り上がり方になる？

それぞれの規模にそれぞれの良さがあり、観客は会場規模が大きくても小さくても楽しめる？

そもそも好きなアーティスト目当てでライブに行くので、会場規模の違いをそこまで気にしていない？

6.まとめ

1. 研究背景
2. ライブエンタテインメント市場について
3. 疑問と仮説
4. アンケートの実施方法と結果
5. 分析と結果・考察
- 6. まとめ**
7. 参考文献

まとめ

説明変数について

リアルライブへの支払い意思額をアーティストへの熱量としてとらえるなら、今回行った分析の説明変数は関与していないと考えられる。

研究全体からいえること

リアルライブが開催できない現在、オンラインライブが増加傾向にある。

しかし、リアルライブを望む声が多くあるため、リアルライブの需要が急激に減少するとは考えにくい。

7.参考文献

1. 研究背景
2. ライブエンタテインメント市場について
3. 疑問と仮説
4. アンケートの実施方法と結果
5. 分析と結果・考察
6. まとめ
- 7. 参考文献**

参考文献

- ・ 酒井隆(2012)『アンケート調査の進め方』
- ・ 豊田秀樹(2015)『紙を使わないアンケート調査入門』
- ・ 2020年のライブ・エンタテインメント市場規模の試算値
https://corporate.pia.jp/news/detail_20201112ir.html
- ・ デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年-2024年
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000668.000006792.html>

ご清聴ありがとうございました

