

「クラ活」ブーム到来!?

クラシック公演の鑑賞目的 第1位「魅力的なアーティスト」

—クラシックの推し活「クラ活」を支える30~40代アンケート調査—

文化施設の運営・コンサルティング業務を展開するサントリーパブリシティサービス株式会社（本社：東京都江東区 代表取締役社長：千大輔 以下 SPS）は、クラシック公演（オーケストラ・リサイタル・オペラ・バレエ・室内楽）の鑑賞者を対象として、定期的に「クラシック愛好家アンケート」を実施しています。

第4回目となる今回は、手軽に多彩な音楽が楽しめる時代に、クラシックの魅力を次世代につなげる役割を担う30~40代に限定し、1,032名に対して調査を行いました。

【サマリー】

コンサートホールに足を運ぶクラシックファンにとって、ホールでしか味わえない「非日常感」や、生演奏ならではの臨場感たっぷりの「音色」は何事にも代えがたい魅力だと感じる方も多いでしょう。しかし、この度の調査は、その常識を覆す結果となりました。

- 1、30代、クラシック公演を鑑賞する目的の第1位は「魅力的なアーティスト」
- 2、CDよりも、アーティストや公演の様子も楽しめる「YouTube」が圧倒的に人気
- 3、30~40代のクラシックファンは、鑑賞体験に加えて推し活＝「クラ活」を楽しんでいる

1

30代、公演鑑賞の目的は、 雰囲気・音色を抜き、第1位は「魅力的なアーティスト」

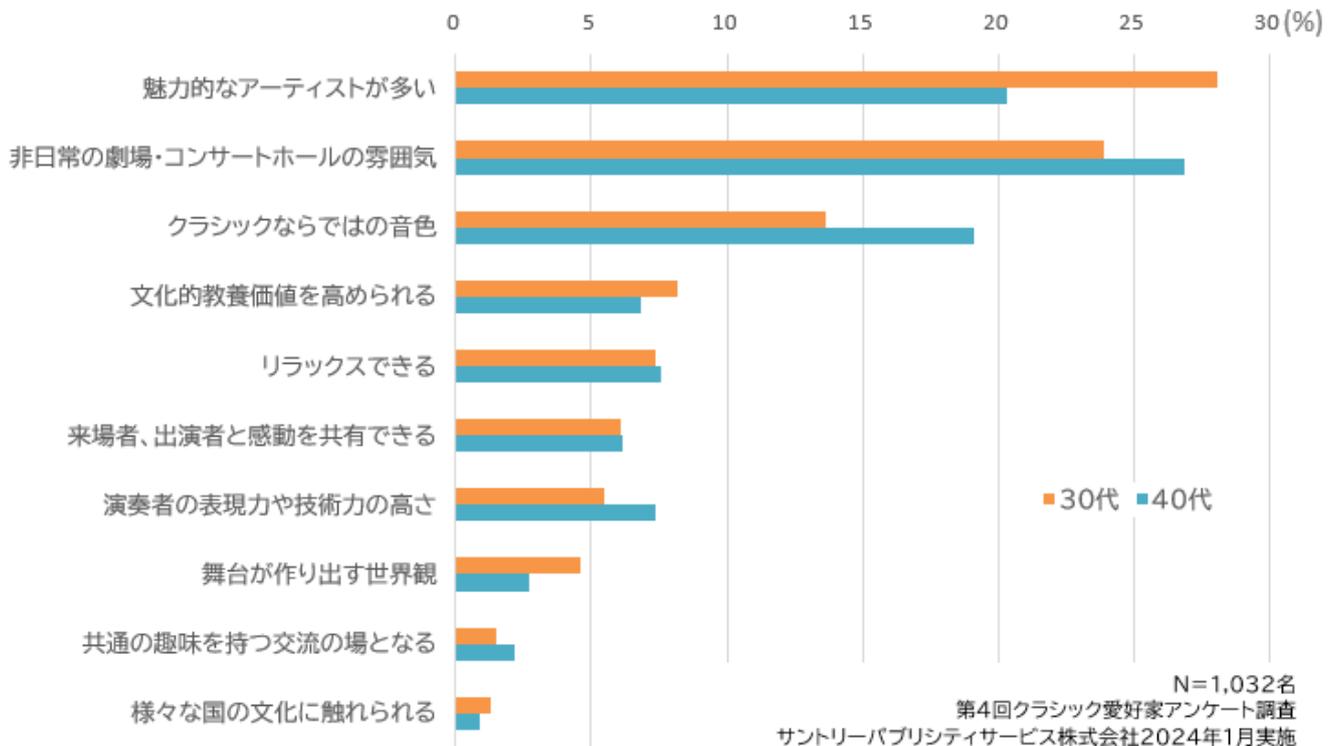
『クラシック公演の魅力』を尋ねたところ、30代では、第1位「魅力的なアーティスト(28%)」、第2位「非日常の劇場・コンサートホールの雰囲気(24%)」、第3位「クラシックならではの音色(14%)」となりました。

また、40代では、第1位「非日常の劇場・コンサートホールの雰囲気(27%)」、第2位「魅力的なアーティスト(20%)」と30代と比べ順位の入替わりはありますが、そのポイント差は7%と小さく、また「クラシックならではの音色(19%)」は第3位でした。

30~40代のファン層が、クラシック公演に求めることは、曲目や音色、ホールの雰囲気よりも、アーティスト個人にフォーカスしたものになっているようです。

Q9.

クラシック公演(オーケストラ・リサイタル・オペラ・バレエ・室内楽)の魅力はどんなところだと思いますか？



2

CD 派は、実は少数派？

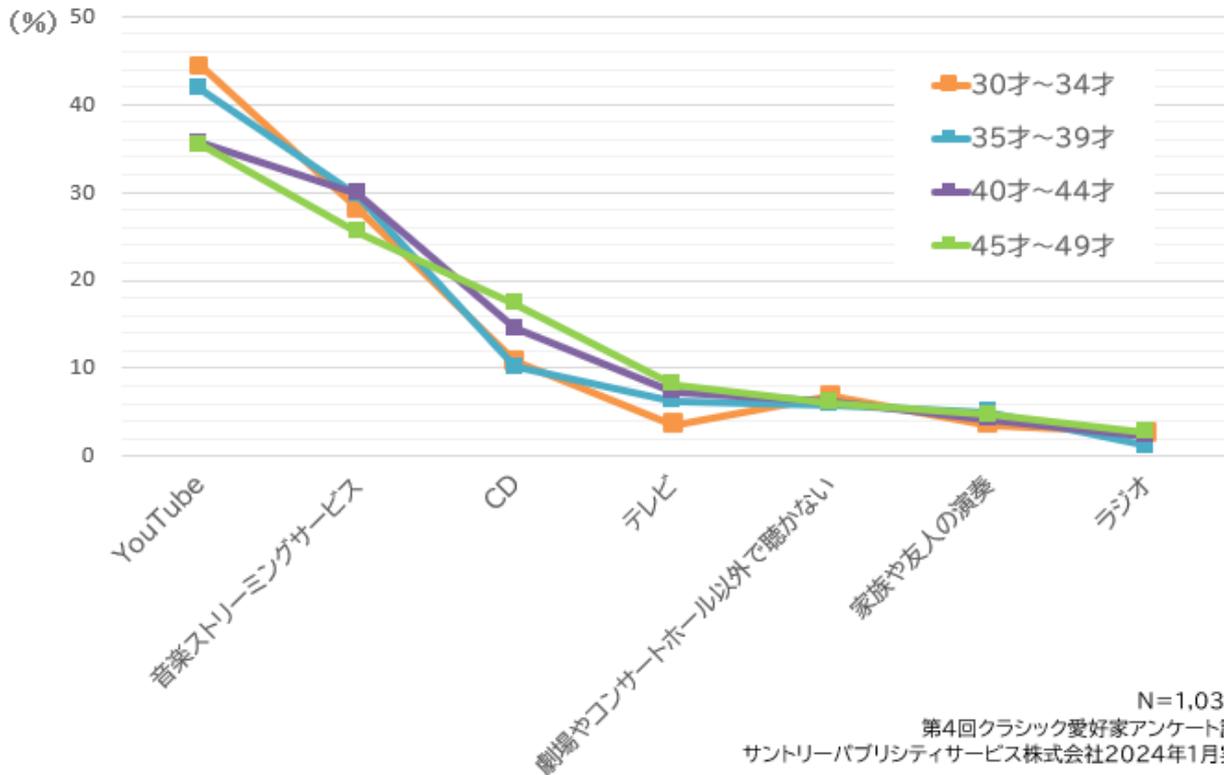
YouTube でアーティスト・公演の様子も楽しむ が主流に

『劇場・ホール以外でクラシック音楽を聴く方法』を尋ねた問いでは、30代前・後半、40代前・後半、いずれにおいても第1位は「YouTube」、第2位は「音楽ストリーミングサービス」、第3位は「CD」でした。年齢が若くなるほど、「YouTube」視聴の比率は高まっています。

多くの劇場・ホールでは、自宅でもクラシックを楽しめるようにとCDのグッズ販売を行うのが主流ですが、30~40代では、音色だけではなく、アーティストや公演の様子を目で見て楽しめる「YouTube」が主な視聴方法になっていることは間違いないようです。

また、前段落のQ9と合わせて考えて見ると、ホール、自宅などの視聴場所に関わらず、アーティスト自身や、彼らのトーク・パフォーマンスを楽しみにしているファンも多くいるといえるでしょう。クラシック公演も、「聴く」ことだけではなく「見せる・魅せる」工夫が必要となっています。

Q8.
劇場・ホール・文化施設以外でクラシック音楽を聴く方法としてどれが最も多いですか？
一番近いものを1つだけ選択してください。



3

30~40代のファンにとって

公演を見ることは、鑑賞体験ではなく推し活=「クラ活」へ

昨今では、「YouTube」で注目されたピアニストが地上波の音楽番組に出演し、ポップシンガーと共演することも珍しくありません。クラシック音楽の専門媒体の付録にも、アーティスト達の写真を連ねたカレンダーなども増えてきています。

劇場・コンサートホールでも、曲目や音響設備・コンサートホールの雰囲気づくりに加え、アーティストの個性や音楽スタイルに合わせて、その魅力にフォーカスした演出を取り入れることが、クラシックの魅力を次世代に伝える役割を担う30~40代のファン層を掴むきっかけとなっていくのではないのでしょうか。

SPSは、文化施設運営の向上を目指し、今後もクラシック愛好家（鑑賞者）へのヒアリングアンケートを定期的実施してまいります。調査結果全文をお知りになりたい方・クロスデータ等の活用方法は、弊社まで問い合わせください。

【調査概要】

調査名 : クラシック愛好家アンケート調査 (第4回)

調査目的 : クラシック公演 (オーケストラ・リサイタル・オペラ・バレエ・室内楽) に足を運ぶ人を対象として、どこに劇場体験価値があるか調査する。※手軽に多彩な音楽が楽しめる時代に、クラシックの魅力は次世代につなげる役割を担う 30~40 代に限定

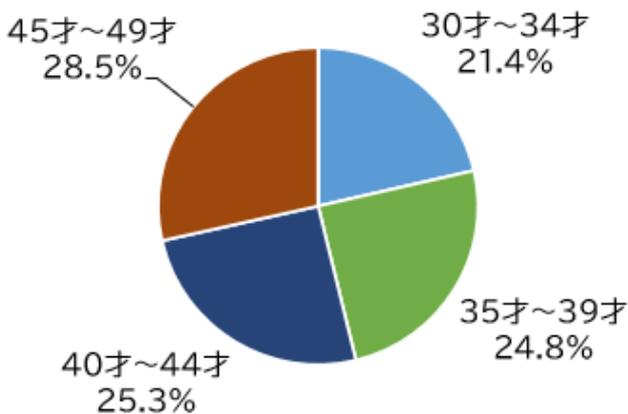
調査方法 : 2023 年に一定回数の鑑賞行動があり、全国 30 代~40 代の男女を対象としたオンラインアンケートにより実態調査

主な調査項目 : 鑑賞の動向/求めるサービス/クラシック公演との接点/クラシック公演の魅力やPR

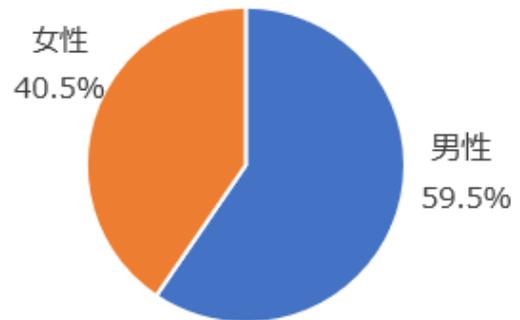
調査母集団形成 : 全国 4 万人から、「2023 年にクラシック公演 (オーケストラ・リサイタル・オペラ・バレエ・室内楽) の有料公演を鑑賞したことがある」と条件設定。調査対象者を 1,032 名とした。

調査期間 : 2024 年 1 月 18 日 (木)~20 日(土)

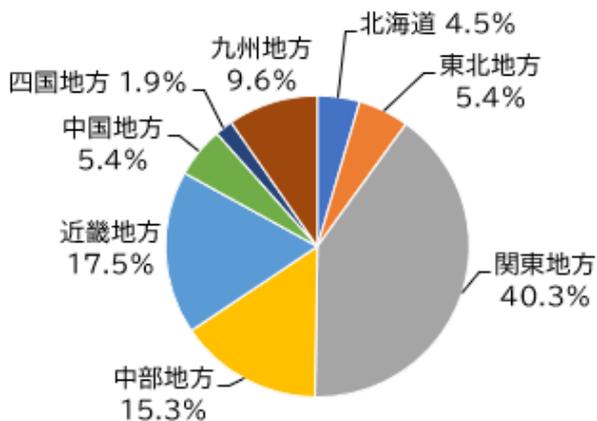
年 齢



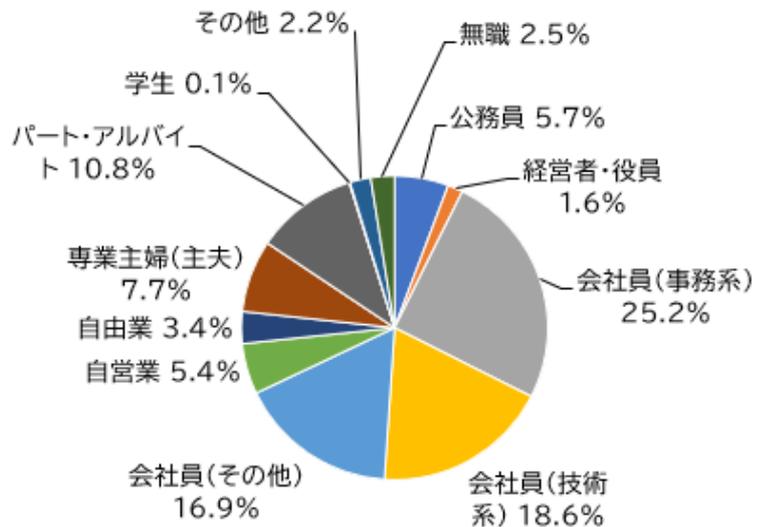
性 別



居 住 地



職 業



サントリーパブリシティサービス株式会社について

SPS は、1963 年の創業以来、人と企業、人と文化、人と地域をつなぐ接点の場で、独自の価値を創造することに取り組んでまいりました。

ブランド創出やステークホルダーとの関係強化につながる工場見学・企業展示・企業受付・インフォメーション・コールセンターなどの 30 を数える企業施設の運営。人々の心豊かな生活と、地域の活性化に貢献する音楽ホールや美術館など 50 箇所の文化施設の運営。また、施設運営で培ったノウハウを元に、組織と人の成長を促す「研修企画・運営」、施設の価値創造・向上につながる「施設運営コンサルティング」業務を展開しています。

会社名 : サントリーパブリシティサービス株式会社
所在地 : 東京都江東区豊洲 3-2-24 豊洲フォレシア 16 階
代表者 : 代表取締役社長 千大輔
URL : <https://www.sps.sgn.ne.jp/>

登録・認可：多様な働き方ができる企業として、2017 年に厚生労働省の「えるぼし」認定を獲得。この他にも、地方自治体が制定する、女性が活躍する企業に与えられる認証も複数受けています。働きやすい会社、仕事と介護、子育てが両立できる会社として多くの認証をいただいております。



【本リリース内容・取材に関する問い合わせ先】

サントリーパブリシティサービス株式会社 事業推進本部 藤井、松本

TEL : 080-5460-5914 FAX : 03-6221-2017 E-mail : ayaka.fujii@sps.sgn.ne.jp