

The Record 2021

vol.736

*November 11
& December 12*



The Record 2021.11-12 vol.736

イエギキ～家で音楽を楽しもう～

第18回東京国際ミュージック・マーケット開催報告

IFPI 2年ぶりのユーザー調査「Engaging with Music 2021」を発表

1 Monthly News Digest

特集

3 イエギキ〜家で音楽を楽しもう〜

特報

7 第18回東京国際ミュージック・
マーケット開催報告9 IFPI 2年ぶりのユーザー調査
「Engaging with Music 2021」を発表

11 Monthly Production Report

13 Certification

Monthly
News
Digest9/8 & 11/4 Wednesday
& Thursday明治大学寄附講座・電気
通信大学寄附講座にて村松
会長が講義

9月8日、東京都千代田区の明治大学駿河台キャンパスにおいて、「一般社団法人日本レコード協会寄附講座 情報化社会におけるエンターテインメントビジネスと知的財産」の第2回講義が行われ、当協会村松会長が「レコード産業の構図と現状」をテーマに講演を行った。また、11月4日には東京都調布市の電気通信大学で開講された「MPA&RIAJ 共同寄附講座 AI時代のエンタテインメントビジネスと著作権」においても、同テーマで講演を行った。

講演にて、日本のレコード産業の歴史、国内外の市場規模とその特徴、産業構造の変容や課題などレコード産業の概況に加え、ソニー・ミュージックでの経験談に基づき仕事のやり甲斐や音楽の素晴らしさが語られた。両講座では、今後音楽を中心に、放送、出版、ゲーム等エンターテインメント産業の第一線で活躍する講師が登場し、各業界の具体的なビジネス内容や法制度に関する講義が予定されている。

9/29 Wednesday

IFPI アジア・レコード集中
管理団体フォーラム開催

9月29日、IFPI(国際レコード産業連盟)の主催により、ASIA MLC Forum(アジア・レコード集中管理団体フォー

ム)がオンラインで開催され、アジア太平洋地域を中心に13カ国・地域のレコード集中管理団体、メジャーレコード会社、IFPI事務局から65名が参加した。

本フォーラムでは、アジア・太平洋地域における2020年の音楽売上、レコード集中管理団体の使用料徴収実績、新型コロナウイルスの流行による徴収業務への影響と今後の見通しを中心に情報共有が行われたほか、IFPI事務局から、ラジオ放送におけるレコードの貢献度を測定した調査会社のレポートが紹介され、レコードの使用価値を適切に反映した契約構築の必要性が参加者間で確認された。

また、シンガポールの集中管理団体MRSSから、本年11月に施行される改正著作権法において、商業用レコードを用いた放送・演奏に係る権利がレコード製作者に付与されることになり、使用料規程の策定や利用者向け広報が進行中であるとの報告があった。

10/16~18 Saturday
Monday第8回中国国際著作権博覧会
にブースを出展

10月16日~18日の3日間に渡り、中国浙江省杭州市において、第8回中国国際著作権博覧会が中国国家著作権局の主催、浙江省版權局および杭州市人民政府の共催により開催された。当協会は、当協会中国北京代表処の朱根全処長が現地へ赴き、海外著作権認証機構(日本のレコード製作者権利認証機構)としてブース出展した。



今年の博覧会には、中国各地の著作権行政機関、書物、映像、音楽、漫画、アニメ、写真、ゲーム、コンピューターソフトウェア、工芸美術分野における国内外の著作権関係団体およびコンテンツ関連企業など約300団体・企業がブース



このエルマークは、レコード会社・映像製作会社が提供するコンテンツを示す一般社団法人日本レコード協会の登録商標です

を出展。この博覧会は2年に1回開催され、当協会は毎回参加している。

当協会のブースでは、日本における音楽著作権保護・同啓発活動の紹介、会員社のご協力の下、アーティストポスターを展示する中で音楽や映像を来場者楽しんでいただいた。さらに、来場いただいた業界関係者に対して、「日本のレコード産業」、「著作権啓発パンフレット」、「同ノベルティ」を配布し、日本の音楽業界広報そして著作権保護啓発活動の取組みを紹介した。

期間中は国際著作権フォーラムなどのセミナーイベントも同地で複数開催され、多くの来場者を集めた。

10/19~21 Tuesday
Thursday

『第79回全日本学生児童発明くふう展』にて真正品、模倣品・海賊版を展示

10月19日~21日、東京都の科学技術館1階「展示・イベントホール」にて『第79回全日本学生児童発明くふう展』が開催され、同イベント内にて、当協会もサンプルを提供した真正品、模倣品・海賊版などに関する展示が行われた。



入場者数の制限、会期の短縮および平日開催と、新型コロナウイルス感染拡大防止に配慮し展示会を開催した。家族連れなど熱心にサンプルを見る様子も伺え、期間中は約200名が来場し、盛況のうちを終了した。



11/16 Tuesday

発信者情報開示請求訴訟において違法アップローダーの氏名等の開示を命じる判決下る

10月28日、東京地方裁判所はインターネットサービスプロバイダ(以下、「ISP」)「KDDI株式会社」に対し、ファイル共有ソフト「BitTorrent」を利用してインターネット上に大量の音楽ファイル(以下、「音源」)を継続して違法にアップロードしていたIPアドレスの利用者の氏名、住所等(以下、「発信者情報」)を、音源の権利を有する当協会会員レコード会社に開示するように命じる判決を下した。同裁判所はISP「東京ペイネットワーク株式会社」に対して8月10日、「ソフトバンク株式会社」に対して9月30日、「ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社」に対して10月14日、千葉地方裁判所はISP「ジャパンアクセス株式会社」に対して10月6日、それぞれ同様の判決を下している。

本件は当協会会員レコード会社がISP16社を対象に、自らが権利を有する音源をファイル共有ソフト「BitTorrent」を利用して許諾なくアップロード(公開)

している者に対し、著作隣接権(送信可能化権)侵害に係る損害賠償請求等を行うため、「プロバイダ責任制限法」第4条1項に基づき、インターネットへ接続していた37の発信者情報の開示を今年3月~9月に求めていたもの。そのうち31のIPアドレスについてはISPから任意に発信者情報が開示されたが、上述のISP5社がそれぞれの会社のサービスを利用するIPアドレスの発信者情報の開示に応じなかったため、本年6月~7月に東京地方裁判所および千葉地方裁判所に発信者情報開示請求訴訟を提起していた。今回の5つの判決により37のIPアドレスのうち、ログの保存が無かった1つのIPアドレスを除くすべてのIPアドレスについて発信者情報が開示された。

当協会会員レコード会社は今年3月~9月の発信者情報開示請求によってISPから任意に開示された29のIPアドレスの発信者情報に基づき、代理人弁護士を通じて違法アップローダーとの間で「今後著作権侵害をしない旨の誓約」および「損害賠償金の支払い」に関する協議を随時進めており、11月16日までに18名のアップローダーと合意(損害賠償金の平均金額は約40万円)している。本件訴訟により情報が開示された違法アップローダーに対しても速やかに損害賠償請求等を行う予定。

会員社のお知らせ

■新入会(10月1日付)

社名：株式会社LDH JAPAN (賛助会員)
代表：代表取締役CEO 森 雅貴
住所：〒153-0043 東京都目黒区東山1-2-2

YOASOBI「夜に駆ける」 RIAJストリーミング認定 史上初のダイヤモンド認定(累計再生数5億回突破)

YOASOBIの「夜に駆ける」(配信開始：2019年12月15日)が、9月度ストリーミング認定でダイヤモンド作品(累計再生数5億回突破)として認定された。2020年4月度のストリーミング認定開始以来、史上初のダイヤモンド認定作品である。本人コメントは以下の通り。



YOASOBI「夜に駆ける」が史上初のダイヤモンド認定ということで、とても嬉しいです。本当にありがとうございます。記念すべきデビュー曲で、このような素晴らしい認定をいただくことができ、光栄です。他の楽曲でも様々な記録を残していけるように頑張っていきますので、これからもよろしくお願いします。

認定ランク	最低累計ストリーム数
シルバー	3,000万回~
ゴールド	5,000万回~
プラチナ	1億回~
ダイヤモンド	5億回~

▶ RIAJストリーミング認定 <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/st.html> ▶ 2021年9月度認定作品…本誌P14

イエギキ ～家で音楽を楽しもう～



2021年も残すところあと1か月。2020年からの新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2021年のヒット商品は「おうち需要」を反映したものが多く見られるが、レコード産業でも「イエギキ=家で音楽を楽しむ」関連ビジネスが活発化している。

今号の特集ではそのイエギキ需要として特筆すべき「アナログレコード」「サブスクリプション配信サービス・高音質配信」各サービスの盛り上がりをレポートし、それぞれどのような要素がヒットに結びついているのかを検証する。

IFPIによる調査でも世界的な「イエギキ」ニーズが浮き彫りに

IFPIが2021年10月に発表したユーザー調査「Engaging with Music 2021」でも、コロナ禍でのイエギキ需要が世界的に高まったことが示されている。この調査は2021年6～7月に世界の21ヶ国、約4万3,000名を対象に実施、全対象国でコロナ禍による外出制限等の影響を受けていた。

本調査による1週間の音楽聴取時間の全世界平均は一昨年から0.4時間増え、最も増えた中国では2019年の前回調査から5.2時間増加した。また、全体の8割が「音楽がコロナ禍での精神的安定をもたらした」と回答するなど、コロナ禍の中、自宅で積極的に音楽が聴取された傾向が見て取れる。

なお、本調査は特報(P9、10)に概要が掲載されている。

イエギキ Topic 1 アナログレコード人気が再燃！

2010年に1億7,000万円まで減少した日本のアナログレコード生産であるが、その後着々と増加傾向に転じ、2020年には21億1,700万円まで回復。2021年は8月までの累計生産実績(21億9,400万円)で既に昨年金額を上回るペースで推移している(※いずれもRIAJによる統計)。CDに比べるとまだマーケットとしては小さいものの急速なペースでの増加であり、また新規発売商品だけでなく中古品を含めたアナログレコード市場はこの数字以上であろう。

アナログレコードの品ぞろえが充実した店舗も増えている。2014年に渋谷にオープンした「HMV record shop」は7周年を迎えたほか、2021年には「diskunion ROCK in TOKYO(渋谷)」「TOWER VINYL SHIBUYA(渋谷)」といった新たなショップやフロアがオープンした。

このように2010年代から徐々にアナログレコード人気が高まった理由としては「『RECORD STORE DAY』や『レコードの日』等のアナログレコード関連イベントの定着」「1万円程度の廉価な再生機の発売」「アナログジャケットのインテリアグッズ・アーティストグッズとしての人気」などが挙げられるが、これに加えて昨年からコロナ禍での外出制限によるイエギキ需要も人気を後押ししていると思われる。

イエギキ Topic 2 成長が続くサブスクリプション型ストリーミング配信

IFPIが今年3月に発表した各国統計「Global Music Report 2021」によると、世界全体では2017年にストリーミング配信売上がパッケージ売上を逆転。その後も成長を続けており、2020年のストリーミング配信は全世界で前年比+19.9%と高い伸びを見せた。

既に世界的にはストリーミング配信がレコード産業の主流となりつつあるが、日本でもコロナ禍でのおうち需要や人気アーティストのストリーミング解禁(次ページ右上)を受けてパッケージとストリーミングの2つの柱として存在を確立している。RIAJの音楽配信売上は2020年に初の7年連続増を記録、特に2018～2020年の3年間はストリーミングの好調により、2桁成長が続いている。2021年の音楽配信売上は上半期の1～6月度までが公表されているが、ストリーミングの伸びが牽引し436億円と前年比115%、特にサブスクリプション型音楽配信は前年同期比128%の303億円と急スピードでの成長が見られる。

国内でも様々なサブスクリプション型ストリーミングサービスが独自性を打ち出しながら展開を広げているが、そのなかでも昨今では「高音質配信」を提供するサービスが注目されている。

国内では2017年12月にDeezer HiFi、2019年9月にAmazon Music HD、同年11月にmora qualitasがスタート。2021年5月にApple Musicにおいて独自のロスレス圧縮技術を採用した楽曲配信や一部楽曲の空間オーディオ対応など、音質にこだわった楽曲の配信が通常プランでスタートすると、6月にAmazon Musicは追加料金無しで「Amazon Music HD」を利用できるように変更するなど、高音質をめぐるサービスの動きが続いている。

上記のサービスはいずれも月額980円～2,178円（※学割設定は除く）と平均的なCDアルバムよりも安価ながら、CD並みかそれ以上の音質で数百万曲以上の楽曲を楽しむことができる（※仕様設定・再生機器等の条件あり）。加えて一部サービス・楽曲では空間オーディオ・3Dオーディオといった貴重な音楽体験も手軽に楽しめるなど、オーディオファンはもちろん、一般のユーザーも手軽に高音質の音楽体験が可能となっている。

国内ではコロナ禍以前からすでに高音質配信はスタートしていたが、イエギキ需要で高音質配信サービスが益々盛り上がっていくのか、今後も注視していきたい。

最近の主な ストリーミング解禁アーティスト

2017年	DREAMS COME TRUE 宇多田ヒカル 福山雅治
2018年	Mr. Children 椎名林檎
2019年	星野源 Perfume サザンオールスターズ
2020年	aiko RADWIMPS 米津玄師
2021年	大滝詠一 B'z 嵐 ZARD

※一部楽曲やサービスを除くケースを含む

アナログ・サブスクがもたらす過去カタログのヒットとユーザーとの「つながり」の工夫

アナログ・サブスクいずれもレコード会社にとっては「思わぬ過去カタログのヒット」という側面を持つ。

例えばアナログディスクではソニー・ミュージックが2016年にアナログレコード専門レーベル「GREAT TRACKS」をスタートさせ様々な過去商品のリイシュー（再発売）を行っているが、2019年からは「Order Made Vinyl」プロジェクトを開始。ユーザーの商品化リクエストが一定数に達すると商品化する、ユーザー参加型のシステムが人気を呼んでいる。

また、サブスクリプション配信では「過去カタログの世界ヒット」が見受けられる。代表例では、1979年に発売された松原みき「真夜中のドア～stay with me」が2020年のSpotifyバイラルチャートで複数の国でランク入りし、発売元のポニーキャニオンでは商品の復刻アナログ盤の販売やYouTubeでのリリックビデオの投稿を行うなど、多方面での盛り上がりにつながった。

このヒット事例でも例えばアナログ盤の販売に際してはユーザーリクエストシステム「パッケージ・オーダー・プロジェクト（POP）」の活用や動画サイト・SNS等でのコメントなど、ユーザーからの声がヒットの鍵となっている。アナログやサブスクによる過去ヒットをさらに広げる工夫として「ユーザーとのつながり」は大事な要素だといえよう。

日本のレコード会社は海外と比較しても多彩なジャンルの豊富な音源カタログを所有しているが、イエギキ市場の盛り上がりで新規商品のヒットはもちろん、過去カタログの活性化に繋がりたいものである。



▶ソニー・ミュージック
「GREAT TRACKS」
<http://www.GREAT-TRACKS.com>



ジャケット



リリックビデオ

松原みき
「真夜中のドア～Stay with me」

▶ポニーキャニオン
「パッケージ・オーダー・プロジェクト」
<http://pop.ponycanyon.co.jp/>

問い合わせが殺到し予約でほぼ完売のタイトルも。

「持っていたい」という気持ちを刺激する アナログレコード

2010年代前半から人気再燃の機運が高まり、今では音楽マーケットにおける注目アイテムとして大きな存在感を見せるアナログレコード。2020年には生産実績が21億1,700万円に回復。現役アーティストの新譜や、過去の名盤のリイシューなど“アナログレコードの新譜”が話題を集め、海外からのオーダーも増加している。ここでは2014年開店のHMV record shop渋谷を皮切りに、HMV record shop新宿ALTA、HMV record shopコピス吉祥寺の立ち上げと運営に携わってきたHMVの竹野智博氏に、“新譜にいち早く注力したレコードショップ”の現場から見たアナログレコード人気再燃の経過と現状、独自企画盤の制作などの取り組みになどについてお話を伺った。

ずっと売れ続けているシティポップと和ジャズ

— 日本でのアナログレコード市場は2010年代に入って増加傾向が続き、2020年には生産実績が21億円代に達しました。2021年は8月度ですでに昨年金額を上回るペースで推移しています。まず、いつ頃から人気が再燃したと感じられていますでしょうか。

『RECORD STORE DAY』にあわせて新譜のリリースが少しずつ増えてきたなか、人気の再燃を強く感じたのは2014年です。その年の秋に東洋化成さんが主催する『レコードの日』が始まりました。春に『RECORD STORE DAY』、秋に『レコードの日』という流れができてから年々盛り上がり上がってきて、今に至っている印象です。この頃から現役のアーティストがアナログレコードでも新譜をリリースし始めたことも、人気を後押ししたと思います。ちょうど2014年にHMV record shop渋谷をオープンさせましたが、実際の売り場を通して、やはりアナログレコードの需要を強く実感しましたね。HMV record shop渋谷ではオープン当初から中古とともに、新譜のレコードにも力を入れています。メーカーさんをお願いして新譜を先行発売したり、独占販売をしていたので「HMVは新譜に強い」という印象をお客様に抱いていただくことができました。その取り組みが現在の弊社における独自企画盤につながっています。



株式会社
ローソンエンタテインメント

record shop 営業部 副部長
竹野智博

— 生産枚数を見ると2014年が149%、2015年が165%と前年比で大きく伸びていますので、この頃がターニングポイントだったことが数字からもわかります。では、どのようなジャンルやアーティストが人気ですか？

やはりシティポップはずっと売れ線ですね。大貫妙子さんの『SUNSHOWER』を筆頭に、2014年のオープンから売れ続けています。今でこそシティポップは若い層からも支持されていますが、もともとDJ人気が高く、海外のお客様にも人気でした。あとは「和ジャズ」の名盤。海外でも再評価熱が高く、最近では欧米のレーベルからもリイシュー盤が多く出ています。また、アナログブームを強く実感したのはシュガー・ベイブ『SONGS』のリイシュー盤(2015年)。最後はメーカーさんの在庫をすべてオーダーさせていただいたくらいものすごく売れました。ここ最近でいえば、藤井風さんのアナログ盤です。再プレスされたのですが、ほとんど予約で売り切れてしまっ。問い合わせの電話が鳴りっぱなしでした。

— 今のアナログブームをけん引している顧客層はいかがでしょうか。また、新たな音楽の聴き方として浸透したサブスク配信とアナログレコードの「棲み分け」も気になっています。

顧客層からいうと、弊社では30代から60代と年齢層は高めです。ただ、現役アーティストについている若いファンの方が、彼らの新譜をアナログで買うケースは増えています。あと、割安のレコードプレーヤーを買った若いお客様から「このアルバムはアナログで出ていますか？」とお問い合わせいただき、購入に至る流れも増えていますね。女性のお客様は多くはないですが、10代くらいのカップルが来店して彼女が彼氏に「欲しかったんでしょ」と言って、7,000円くらいのプレーヤーをプレゼントとして目の前で渡していた風景は、微笑ましかったですね(笑)。

サブスクとの棲み分けでは、いろいろな人と話しているのですが、相反していそうに見えて、うまく共存できると思ってい

ます。「サブスクで聴いて気に入ったので、アナログレコードがほしい」というケースが増えていると感じるからです。つまりお気に入りの1枚をモノとして手元に置くのに、アナログ盤は魅力的なようです。

海外にもマニアにも若者にも。秘めるポテンシャル

—レコードショップの立場からブームを底支えてきたHMVさんがメーカーとの信頼関係のもとで作っている独自企画盤についてもお聞かせください。

まず原盤をお持ちのメーカーさんにアナログ化を提案させていただいて、独自企画盤として制作させていただいています。その流れを作れたことが大きいです。その流れのうえで2016年から17年にかけて、くるりの11枚のアルバムを連続リリースできたことは嬉しかったですね。個人的には「ヌードジャケ」で知られる池玲子さんの『恍惚の世界』は印象深い企画盤です。リリース時の付属のポスターも封入するなどこだわりました。今では年間に100タイトルくらい制作しているので、ちょっと不安も(笑)。今後はアナログレコードでリリースされていない作品や、アンビエントミュージックなどにもチャレンジしたいです。またアニソンでは、今年の7月に放送開始35周年を記念してリリースした『ドラゴンボール』の3作品もとても好評でしたね。

—海外統計でも世界的なアナログブームは続いています。海外へのディストリビューションはいかがでしょうか。また、国内で言えばコロナ禍ならではの事象はありますか。

福居良さんなど、和ジャズのタイトルは常にオーダーがきますね。コロナ禍前は店舗の1日の売上の2割が海外のお客

様という日もありました。今は海外からのお客様の来店は望めませんが、海外からのオーダーは増えていて、独自企画盤のプレス枚数の半数弱が海外からのオーダーというタイトルも。欧米圏のタイトルを掘り尽くした方が日本に目をつけている雰囲気は感じますね。国内でいうと、やはり家にいる時間が増えるに従ってアナログレコードでゆっくり聴きたい方が増えているように感じます。

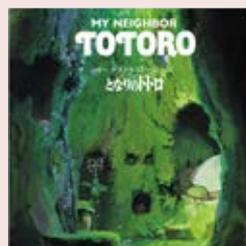
—今後もアナログ人気は続くと思われていますが、アナログレコードならではの魅力や今後の可能性についてどうお考えでしょうか。

企画・販売していくうえでは、お客様とのコミュニケーションが大事だと思っています。「おすすめは何？」と尋ねてくれる方も多いため、その思いに応えたいです。もともとアナログレコードにはコレクター心をくすぐる魅力がありますし、やはり「持っていたい」という気持ちを刺激しますよね。若いリスナーの方に関しては、たとえばユニバーサル・ミュージックさんのホームページ限定発売だったBTSの『Dynamite』が出た時は、うちでは販売していなかったのですが、たくさんの問い合わせがきました。このようにマニアックな音楽でなくとも、アニメやK-POPなどを通じて広くアナログレコードに注目していただくとありがたいと思っています。まずは「買ってみたいかな」という入り口があることが大事です。それにアナログレコードはモノとして、印刷された大きなジャケットも魅力的です。そこで聴き方も提案できて、若い方も来店しやすい店舗づくりもしていきたいですし、まだレコードに興味のない方にも他の店舗でのポップアップショップという形でレコードを展開することも必要です。アナログレコードがリリースされることで世間の注目が音楽に集まることはいいことですね。

HMV record shop 独自企画盤 最近のピックアップ作品



Pickup **くるり**
『さよならストレンジャー』
(スピードスター)
本作は1999年にリリースされたくるりの初期の傑作。2016年から2017年にかけてくるりのアルバム11作をリイシュー。



Pickup **久石譲**
『オーケストラストーリー とりのトトロ』
(スタジオジブリレコーズ)
2021年の「レコードの日」でリリースするスタジオジブリ作品。アナログレコードとアニメファンとの相性はよい。



Pickup **ドラゴンボール**
『摩訶不思議アドベンチャー』
(日本コロムビア)
2021年7月、TVアニメ『ドラゴンボール』放送開始35周年を記念して『ドラゴンボール』関連の3作品をアナログ盤でリリース。



Pickup **ブレッド&バター**
『バーベキュー (Yellow Vinyl)』
(日本コロムビア/ローソンエンタテインメント [HMV record shop])
1974年作の日本ポップスに輝く名盤を、カラーヴァイナル仕様(イエロー)でリイシュー。本作も今年の「レコードの日」で復刻。

第18回東京国際ミュージック・マーケット開催報告

11月1日から3日までの3日間、第18回東京国際ミュージック・マーケット(18thTIMM)が開催された。日本音楽の海外進出・文化交流を目的とし毎年開催されている本イベントは一昨年までは渋谷で海外からバイヤーを招聘し開催されていたが、昨年は新型コロナウイルスの世界的な感染拡大に伴い、初のオンライン開催「TIMM ONLINE」を実施。3日間で来場者のべ2万名を超える成功を収めた。



昨年に続き2年連続のオンライン開催となった18thTIMMは、昨年同様独自のプラットフォーム「TIMM ONLINE」でのネットワーキング、ウェビナー形式のビジネス・セミナーおよびプレゼンテーション、ショーケースライブの世界配信等のTIMMならではのコンテンツが提供され、盛況を博した。

特に、オンラインでのネットワーキングを円滑に行えるよう、「多言語自動翻訳機能」「ログイン中のユーザーの検索」「メッセージの一斉送信機能」が今年度より新たに実装されたことで、出展者・バイヤー間での積極的なビジネス商談に繋がった。

なお、コア日となった11月1~3日以降も、出展者とバイヤー間のネットワーキング機能や、セミナー・ライブのアーカイブ配信が行われている。

18thTIMM/TIMM ONLINE開催概要

日程：2021年11月1日(月)~3日(水・祝)

内容：TIMM公式サイト内「TIMM ONLINE」でのオンライン開催

「TIMM ONLINE」は、出展者ページ・バイヤーリスト・商談機能・プレゼン動画掲載画面等を備えており、オンライン上で商談やネットワーキングを実施。また、ビジネスセミナー・プレゼンテーション、ショーケースライブも配信し、これまでのリアル会場開催と同様のメニューをオンライン上で展開。

主催：経済産業省、特定非営利活動法人 映像産業振興機構、一般財団法人 日本音楽産業・文化振興財団

後援：一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会、一般社団法人 私的録音補償金管理協会、一般社団法人 日本音楽事業者協会、一般社団法人日本音楽出版社協会、一般社団法人 日本音楽制作者連盟、一般社団法人日本音楽著作権協会、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会、独立行政法人日本貿易振興機構、一般社団法人 日本レコード協会(50音順)

TIMM公式サイト ▶ <https://www.timmjp.com/jp/> <https://www.facebook.com/timmjamlab/> https://twitter.com/jmce_music

18thTIMMは3日間で終了したが、TIMM ONLINEは今後もバイヤー登録を受け付けており、日本の音楽コンテンツの海外展開を支援するプラットフォームとして年間を通して運営される。▶**問い合わせ先** TIMM事務局 timoffice@jmce.or.jp

ビジネス・セミナー

「NFT」や「海外の最新ビジネストレンド」など、国内外の音楽業界の注目トピックを抽出し、国内外のスピーカーを交えウェビナー形式で展開された。ここでは、セミナーの開催一覧を紹介する。

11月1日(月)

13:00~	15:00~	17:00~
<p>音楽ビジネスをNFTでどう拡張するか</p> <p><モデレーター> 鈴木貴歩(Parade All株式会社 代表取締役)</p> <p><スピーカー> 石田陽之(NFT ART&ASSETS株式会社 代表取締役)、山口哲一(Studio ENTRE株式会社 代表取締役)、鈴木雄大(Fracton Ventures株式会社Co-Founder)</p>	<p>中国における著作権使用料の徴収について 共催：一般社団法人日本音楽出版社協会</p> <p><モデレーター> 見上チャールズ・裕(MPA理事・グローバルビジネス委員会委員長)</p> <p><スピーカー> Jonathan Ho(Fuji Pacific Music SE Asia)、Benjamin Ng(Regional Director for Asia-Pacific at CISAC)</p>	<p>ハリウッドMusic Supervisorsらに学ぶ! 第2弾! 映画・ドラマ、その他新しいメディアにおける音楽のシンクビジネスチャンスと最新事情 共催：特定非営利活動法人 映像産業振興機構(VIPO)</p> <p><モデレーター> 田端花子(VIPO エグゼクティブ・ディレクター)</p> <p><スピーカー> Jonathan Mchugh(GMS(Guild of Music Supervisors)創設者、理事)、Season Kent(ミュージック・スーパーバイザー)、Gwen Riley(Peloton Interactive Inc シニア・バイス・プレジデント)、Anita Nedeljkovic(Vice Media Group LLC 音楽部門長)</p>

11月2日(火)

14:00~

**ストリーミングセカンドフェーズ
～日本の音楽ストリーミングビジネスの現在地と展望**

<モデレーター>

河村剛志(GKO合同会社 代表)

<スピーカー>

岡崎早苗(ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社 マネージャー)、北山智之(株式会社ソニー・ミュージックマーケティングユナイテッド 取締役)、野本晶(Merlin Japan株式会社 General Manager)

16:00~

**<Music Ally Japan in TIMM>フューチャートレンド
～音楽ビジネスを変える最新トレンドと未来予測～
共催: Music Ally Japan**

<モデレーター>

ジェイ・コウガミ(デジタル音楽ジャーナリスト、Music Ally Japan)

<スピーカー>

スチュアート・ドレッジ (Music Ally、音楽ジャーナリスト)

11月3日(水・祝)

14:00~

**City Popのグローバル・ブームの現状と
カタログの未来**

[第一部]

<モデレーター>

みの(ミュージシャン/動画クリエイター)

<スピーカー>

Night Tempo(韓国人プロデューサー/DJ)、Azzedine Fall(フランス人ミュージック・ジャーナリスト&インディペンデントA&R)

[第二部]

<モデレーター>

松永良平(音楽ジャーナリスト)

<スピーカー>

今井一成(株式会社ポニーキャニオン マーケティングクリエイティブ本部 執行役員本部長)、荻澤紀子(スポティファイジャパン株式会社 コンテンツ統括)

16:00~

**オランダ×日本/アーティストコラボプロジェクトの中間
報告～IMCJ×Dutch Music Exportによる取り組み
の狙いと今後の展望**

共催: Independent Music Coalition Japan (IMCJ)

<モデレーター>

山崎卓也(Field-R法律事務所 弁護士)

<スピーカー>

Marcel Albers(DUTCH MUSIC EXPORT)、Kees van Weijen(STOMP)、Jochem Tromp(SOEPERMARKT)、熊部太郎(IMCJ理事/日本音楽制作者連盟理事 グローバルビジネスPT座長)、平田幸秀(株式会社レインボーエンタテインメント 取締役)

ショーケースライブ

2年連続でオンライン開催となったTIMMであるが、海外バイヤーへのアピールの場として毎年行われているショーケースライブは全世界に無料配信され、各国の音楽バイヤーにとどまらず、様々な国・地域の日本音楽ファンから好評を得た。イベント概要および出演アーティストは以下の通り(出演順)。

TIMMショーケースライブ

日程: 2021年11月1日(月)、2日(火)、3日(水・祝)

会場: 都内某所からの無観客配信 配信サイト: TIMM ONLINE(登録者のみ視聴可)およびYouTube

11月1日(月)



魯五人



Grisy Camera Club



Void_Chords feat.LIO



ヒダチアイ



dreamBoat

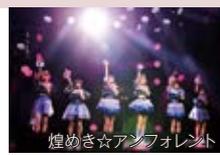
11月2日(火)



Zwei



HAG



煌めき☆アンフォレント



ときのそら



BIS

11月3日(水・祝) *Independent Music Coalition Japanとの連携ライブ



シンガーズハイ



Helsinki Lambda Club



Bleecker Chrome



JiLL-Decoy association



YUCCA



DEPAPEPE

IFPI 2年ぶりのユーザー調査「Engaging with Music 2021」を発表

IFPI(国際レコード産業連盟)は、イギリス時間10月21日、音楽の聴取実態調査「Engaging with Music 2021」を公表した。本調査は、IFPIの調査・分析チームと調査会社AudienceNetにより、音楽サービスの利用実態や利用意向を探ることを目的に、世界21カ国のインターネットユーザーを対象に行われた。昨年は新型コロナウイルスの感染拡大を受け調査を休止しており、本調査は2年ぶりの実施となる(前回調査は「Music Listening 2019」として公表された)。実査は2021年6~7月と、すべての調査対象国で新型コロナウイルスによる外出制限等、何らかの規制がある中で実施された。今号では、その抜粋版を紹介する。

※中国とインドは全世界平均の集計値からは除く

2021年調査 数字ハイライト



平均して週に18.4時間、音楽を楽しんでいる(2019年調査から0.4時間増加)。これは3分の楽曲を週に368曲聴いていることに相当する。



サブスクリプション型オーディオストリーミングで音楽聴取する時間は前回調査より大幅に増加した。



短編動画アプリの動画利用時間のうち、ロバク動画やダンスチャレンジなど、音楽が主体のビデオに費やした時間の割合。



10人に8人が「パンデミック下で音楽がメンタルヘルスに寄与した」と回答した。音楽が人々の心身の健康に強く働き、安らぎや癒しを与えることが証明された。



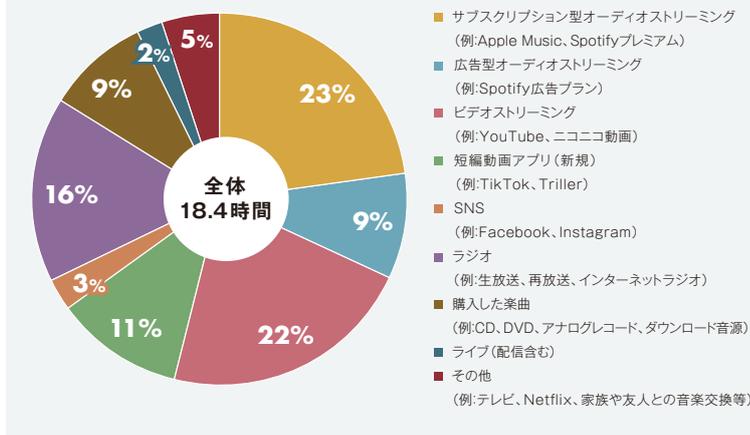
いまだに3人に1人が無許諾あるいは違法な手段で音楽を聴いたり入手していると回答した。

音楽聴取の手段

2021年調査の1週間の音楽聴取時間平均は18.4時間と、前回2019年調査の18時間から増加、これは3分の楽曲を週に368曲聴くことに相当する。特に、サブスクリプション型オーディオストリーミングで音楽聴取する時間は51%も増加した。

新たな音楽聴取も広がっている。短編動画アプリの利用時間のうち68%がロバク動画やダンスチャレンジ等の音楽動画を視聴したと回答。また配信ライブに関しては、29%が過去1年間で配信ライブ等の音楽生配信動画を視聴したと回答した。

＜一週間の音楽聴取時間とその割合＞



オーディオストリーミングの聴取実態

ストリーミングによる音楽聴取、特にサブスクリプション型オーディオストリーミングは、無数のジャンル・楽曲が聴取できることが評価され、成長を続けている。

全体の4分の3を超える78%が「合法オーディオストリーミングサービス(広告型・サブスクリプション型)で音楽を聴取する」と回答した。「無料のビデオストリーミング(YouTube等)で聴きたい曲が聴けるから有料ストリーミングサービスは利用しない」と回答したのは35%であった。

ストリーミングサービスに課金する理由Top3

- 広告が無い
- いつでもどの楽曲でも聴くことができる
- 数百万曲にアクセスできる

有料サブスクリプション型ストリーミングで音楽聴取する時間が最も長い国Top5



※調査時点での過去1か月の聴取状況

新たな音楽聴取～短編動画アプリ・配信ライブ・ゲーム

今年の調査では、短編動画アプリやゲーム、オンライン空間などでの音楽利用が急速に成長し、音楽聴取がより様々な形で行われていることが見て取れる。

<短編動画アプリの利用には音楽聴取が深く関係する>

- 短編動画アプリの動画利用時間のうち、68%がロバク動画やダンスチャレンジなどの音楽に関わるコンテンツである。
- 62%が「TikTokでは音楽を主に楽しんでいる」に同意または強く同意している。
- 71%のユーザーがパンデミック期間中に短編動画アプリをダウンロードした。
- ユーザーの多い国Top5：メキシコ(74%)、ブラジル(73%)、ロシア(60%)、アルゼンチン(60%)、南アフリカ(56%)

※調査時点での過去1か月の利用状況

<配信ライブの人気定着>

- 29%とおおよそ3人に1人が過去1年でコンサート等の音楽ライブ配信を視聴したと回答。
- 65%が「通常の有観客ライブが再開してもライブ配信を視聴したい」と回答。
- 55%が「有観客ライブに行きたい時期に、配信ライブはその代わりになってくれた」と回答。

<音楽とゲームの関係>

- 全体の20人に1人が「ゲーム空間で音楽ライブ配信を視聴したことがある」と回答。
- ゲーマーのうち31%がFortnite、Roblox、Minecraft等の空間でバーチャルコンサートに参加したことがあり、52%が「参加することに興味がある」と回答している。

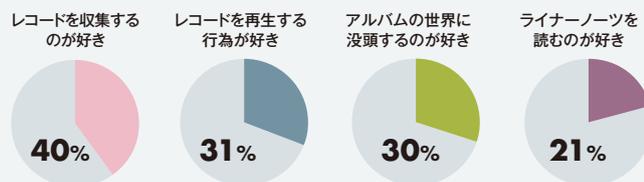
世界のパッケージ購入

日本が世界最大のパッケージ大国であることは長年の統計でも証明されているが、世界的にはパッケージ商品の需要は特に若年層で見られることが今回の調査で示されている。

過去1か月でCDを購入したのは全体で12%、最も高い25～34歳の15%に対して55～64歳は9%であった。また、過去1か月でアナログレコードを購入したのは全体の8%、最も高い25～34歳の11%に対して55～64歳は4%であった。

<アナログ購入者はあらゆる音楽聴取に関心が高い>

アナログファンはアナログレコードを様々な観点から関わり、愛好している。



また、アナログファンは他のフォーマット、例えばライブ配信などの新たな音楽フォーマットにも積極的にかかわっていることが見て取れる。

- アナログ購入者の中心層は25～44歳(58%)
- 81%が有料の音楽ストリーミングサービスを利用している。
- 67%が週1回程度、新たな音楽やアーティストを探していると回答。
- 80%がパンデミック期間中に配信ライブを楽しんだと回答。
- 57%がスマートスピーカーを所有
- 週に22.1時間音楽を聴取(平均より20%高い)

著作権侵害は依然として音楽産業を脅かす

いまだに約30%、16～24歳では38%が「音楽を聴くために違法または無許諾な利用を行った」と回答しており、依然として音楽ビジネスにおける著作権侵害は深刻な問題である。

また、全体の27%、16～24歳の35%が「音楽を聴くためにストリーミングリッピングを行った」と回答した。

※ストリーミングリッピング…オンラインのストリーミングサービスからダウンロード可能なファイルを作成する違法な行為。現在、インターネット上での音楽の著作権侵害で最も主流となっている。

Country Focus : 中国

中国、インド、ロシアの3つの市場について詳細のレポートが行われた。ここでは中国の音楽聴取実態について紹介する。



中国
CHINA

- 音楽聴取時間は2019年調査の週17.7時間から大幅に増え22.9時間となった。
- 週平均音楽聴取時間は短編動画アプリが45%と全世界平均(11%)の4倍。
- 97%が合法オーディオストリーミング(有料・無料含む)を利用していると回答。また、有料ストリーミングサービスの利用者は67%と、2019年調査の25%から急増している。
- 46%が過去1年間に配信音楽ライブを視聴したと回答。
- 92%が「パンデミック下で音楽がメンタルヘルスに寄与した」と回答。

■ ジャンルTOP10

- 1 ポップス
- 2 C-Pop
- 3 広東語曲
- 4 サウンドトラック
- 5 90年代楽曲
- 6 中国語フォーク
- 7 シンガーソングライター
- 8 80年代楽曲
- 9 K-Pop
- 10 ロック

調査概要

実施地域	世界21カ国 (アメリカ、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、イタリア、オランダ、スウェーデン、ポーランド、ロシア、オーストラリア、ニュージーランド、日本、韓国、中国、インド、ブラジル、アルゼンチン、メキシコ、南アフリカ)	対象	16～64歳のインターネットユーザー
サンプル数	合計43,000サンプル 各国のインターネットユーザーの規模および国勢調査に基づき1,000～4,000サンプルを集計	実施期間	2021年6月～7月

▶IFPI releases Engaging with Music 2021 (full report) <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2021/10/IFPI-Engaging-with-Music-report.pdf>

Monthly Production Report 2021年8月度レコード生産実績



8月度の音楽ソフト(オーディオレコード・音楽ビデオの合計)の生産実績は、数量で前年同月比84%の1,058万枚・巻、金額で同83%の150億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比79%の725万枚・巻、金額で同76%の94億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比94%の334万枚・巻、金額で同98%の56億円となっている。

オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	8月実績						2021年1月~2021年8月 累計						
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
8cmCD シングル	邦	0	0	5%	0	0	7%	7	0	53%	5	0	48%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	0%	0	0	0%
	計	0	0	5%	0	0	7%	7	0	51%	5	0	46%
12cmCD シングル	邦	2,574	36	93%	2,119	23	63%	19,051	29	89%	17,276	22	87%
	洋	3	0	26000%	4	0	410600%	599	1	90%	487	1	90%
	計	2,577	36	93%	2,123	23	63%	19,649	30	89%	17,763	23	87%
シングル 計	邦	2,574	36	92%	2,119	23	63%	19,057	29	89%	17,280	22	87%
	洋	3	0	26000%	4	0	410600%	599	1	90%	487	1	90%
	計	2,577	36	93%	2,123	23	63%	19,656	30	89%	17,768	23	87%
12cmCD アルバム	邦	3,776	52	75%	6,079	65	82%	37,549	57	102%	50,098	65	100%
	洋	690	10	57%	742	8	54%	6,992	11	107%	6,913	9	108%
	計	4,466	62	71%	6,822	73	77%	44,541	68	103%	57,011	74	101%
CD計	邦	6,351	88	81%	8,199	88	76%	56,606	86	97%	67,378	87	96%
	洋	692	10	57%	746	8	54%	7,590	12	105%	7,400	10	107%
	計	7,043	97	78%	8,945	96	73%	64,197	98	98%	74,779	97	97%
アナログ ディスク	邦	122	2	428%	243	3	602%	715	1	298%	1,520	2	307%
	洋	54	1	177%	120	1	209%	346	1	164%	674	1	177%
	計	176	2	298%	364	4	370%	1,061	2	235%	2,194	3	251%
カセット テープ	邦	1	0	11%	1	0	13%	84	0	43%	84	0	68%
	洋	0	0	97%	0	0	112%	3	0	163%	4	0	164%
	計	1	0	13%	1	0	15%	86	0	45%	88	0	70%
その他	邦	6	0	151%	11	0	196%	85	0	202%	148	0	197%
	洋	18	0	98%	35	0	93%	148	0	86%	278	0	91%
	計	24	0	108%	46	0	106%	233	0	109%	426	1	112%
合計	邦	6,480	89	82%	8,454	90	78%	57,490	88	98%	69,131	89	98%
	洋	765	11	61%	902	10	61%	8,087	12	106%	8,355	11	110%
	計	7,245	100	79%	9,356	100	76%	65,578	100	99%	77,486	100	99%

音楽ビデオ

	8月実績						2021年1月~2021年8月 累計						
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
DVD	邦	1,680	50	68%	1,953	35	76%	17,816	63	107%	21,046	49	108%
	洋	15	0	34%	19	0	21%	124	0	40%	151	0	24%
	計	1,695	51	67%	1,972	35	75%	17,940	63	105%	21,197	49	105%
ブルーレイ ディスク	邦	1,638	49	183%	3,612	65	126%	10,262	36	132%	21,514	50	101%
	洋	4	0	3%	10	0	5%	171	1	44%	187	0	28%
	計	1,642	49	162%	3,622	65	118%	10,432	37	128%	21,701	51	99%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	邦	3,318	99	98%	5,566	99	102%	28,078	99	115%	42,560	99	104%
	洋	19	1	12%	29	1	10%	294	1	42%	338	1	26%
	計	3,337	100	94%	5,594	100	98%	28,372	100	113%	42,898	100	102%

音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	8月実績						2021年1月~2021年8月 累計						
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
オーディオレコード計	7,245	68	79%	9,356	63	76%	65,578	70	99%	77,486	64	99%	
音楽ビデオ計	3,337	32	94%	5,594	37	98%	28,372	30	113%	42,898	36	102%	
合計	邦	9,798	93	87%	14,020	94	86%	85,568	91	103%	111,691	93	100%
	洋	784	7	55%	931	6	53%	8,382	9	101%	8,693	7	97%
	計	10,581	100	84%	14,951	100	83%	93,950	100	103%	120,384	100	100%

ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	8月実績						2021年1月~2021年8月 累計					
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
DVD	2,808	54	62%	3,624	34	72%	29,181	62	97%	39,558	43	100%
ブルーレイディスク	2,387	46	149%	6,923	66	141%	18,008	38	127%	51,675	57	121%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	5,195	100	84%	10,546	100	106%	47,189	100	106%	91,233	100	111%

オーディオ/ビデオレコード合計

	8月実績						2021年1月~2021年8月 累計					
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオレコード計	7,245	58	79%	9,356	47	76%	65,578	58	99%	77,486	46	99%
ビデオレコード計	5,195	42	84%	10,546	53	106%	47,189	42	106%	91,233	54	111%
合計	12,440	100	81%	19,902	100	89%	112,767	100	102%	168,718	100	105%

備考 1. 本統計は、当協会会員社の集計である。会員社が受託した非会員社からの販売受託分を含む。
 2. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある。
 3. オーディオレコードのその他はSACD、DVDオーディオ、DVDミュージック、MDの合計。

Monthly Production Report 2021年9月度レコード生産実績



9月度の音楽ソフト(オーディオレコード・音楽ビデオの合計)の生産実績は、数量で前年同月比92%の1,281万枚・巻、金額で同91%の159億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比96%の908万枚・巻、金額で同100%の120億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比84%の373万枚・巻、金額で同70%の39億円となっている。

オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	9月実績						2021年1月~2021年9月 累計						
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
8cmCD シングル	邦	0	0	4%	0	0	5%	7	0	40%	5	0	38%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	0%	0	0	0%
	計	0	0	4%	0	0	5%	7	0	39%	5	0	37%
12cmCD シングル	邦	2,189	24	56%	2,017	17	54%	21,240	28	84%	19,293	22	82%
	洋	8	0	159%	13	0	328%	607	1	90%	500	1	92%
	計	2,197	24	56%	2,030	17	54%	21,847	29	84%	19,793	22	82%
シングル 計	邦	2,189	24	56%	2,017	17	54%	21,247	28	84%	19,298	22	82%
	洋	8	0	159%	13	0	328%	607	1	90%	500	1	91%
	計	2,197	24	56%	2,030	17	54%	21,853	29	84%	19,798	22	82%
12cmCD アルバム	邦	5,537	61	127%	8,468	70	121%	43,086	58	104%	58,566	65	103%
	洋	1,067	12	113%	989	8	106%	8,058	11	108%	7,902	9	108%
	計	6,604	73	124%	9,457	79	119%	51,145	69	105%	66,468	74	103%
CD計	邦	7,727	85	93%	10,485	87	98%	64,333	86	97%	77,864	87	97%
	洋	1,075	12	113%	1,001	8	107%	8,665	12	106%	8,402	9	107%
	計	8,802	97	95%	11,487	96	98%	72,998	98	98%	86,266	96	97%
アナログ ディスク	邦	167	2	350%	314	3	377%	882	1	307%	1,834	2	317%
	洋	69	1	139%	148	1	164%	415	1	159%	821	1	175%
	計	235	3	243%	462	4	266%	1,297	2	236%	2,655	3	253%
カセット テープ	邦	7	0	9%	7	0	12%	90	0	34%	91	0	50%
	洋	1	0	2919%	1	0	3248%	4	0	195%	4	0	196%
	計	7	0	10%	8	0	14%	94	0	35%	96	0	52%
その他	邦	8	0	127%	10	0	105%	93	0	192%	158	0	186%
	洋	28	0	107%	52	0	101%	176	0	89%	329	0	92%
	計	36	0	111%	62	1	101%	269	0	109%	487	1	110%
合計	邦	7,909	87	94%	10,817	90	99%	65,399	88	97%	79,947	89	98%
	洋	1,172	13	114%	1,201	10	111%	9,259	12	107%	9,556	11	110%
	計	9,080	100	96%	12,018	100	100%	74,658	100	99%	89,504	100	99%

音楽ビデオ

	9月実績						2021年1月~2021年9月 累計						
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
DVD	邦	2,107	56	75%	1,767	45	84%	19,923	62	102%	22,813	49	105%
	洋	47	1	75%	53	1	58%	170	1	46%	204	0	28%
	計	2,153	58	75%	1,820	47	83%	20,093	63	101%	23,017	49	103%
ブルーレイ ディスク	邦	1,569	42	102%	2,048	53	63%	11,831	37	127%	23,562	50	96%
	洋	9	0	25%	19	0	21%	180	1	42%	206	0	27%
	計	1,578	42	100%	2,067	53	62%	12,010	37	123%	23,768	51	94%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	邦	3,676	98	85%	3,815	98	71%	31,753	99	110%	46,375	99	101%
	洋	56	2	57%	72	2	40%	350	1	44%	410	1	28%
	計	3,732	100	84%	3,887	100	70%	32,104	100	108%	46,785	100	98%

音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	9月実績						2021年1月~2021年9月 累計						
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
オーディオレコード計	9,080	71	96%	12,018	76	100%	74,658	70	99%	89,504	66	99%	
音楽ビデオ計	3,732	29	84%	3,887	24	70%	32,104	30	108%	46,785	34	98%	
合計	邦	11,584	90	91%	14,631	92	90%	97,152	91	101%	126,322	93	99%
	洋	1,228	10	109%	1,274	8	101%	9,610	9	102%	9,966	7	98%
	計	12,812	100	92%	15,905	100	91%	106,762	100	101%	136,288	100	99%

ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	9月実績						2021年1月~2021年9月 累計					
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
DVD	3,057	58	73%	3,317	40	86%	32,238	61	94%	42,874	43	99%
ブルーレイディスク	2,206	42	103%	4,943	60	96%	20,214	39	124%	56,618	57	119%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	5,263	100	83%	8,259	100	92%	52,452	100	103%	99,492	100	109%

オーディオ/ビデオレコード合計

	9月実績						2021年1月~2021年9月 累計					
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオレコード計	9,080	63	96%	12,018	59	100%	74,658	59	99%	89,504	47	99%
ビデオレコード計	5,263	37	83%	8,259	41	92%	52,452	41	103%	99,492	53	109%
合計	14,343	100	91%	20,277	100	97%	127,111	100	100%	188,996	100	104%

備考 1. 本統計は、当協会会員社の集計である。会員社が受託した非会員社からの販売受託分を含む。
 2. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある。
 3. オーディオレコードのその他はSACD、DVDオーディオ、DVDミュージック、MDの合計。

Certification

2021年8月度

ゴールドディスク認定

シングル | 邦楽

ダブル・プラチナ

マスカラ	SixTONES	2021.08.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	----------	------------	-----------------

プラチナ

STRANGER	JO1	2021.08.18	LAPONE ENTERTAINMENT
夏のハイドレンジア	Sexy Zone	2021.08.04	Top J Records

ゴールド

ウィークエンドシトロン	=LOVE	2021.08.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
-------------	-------	------------	-----------------

アルバム | 邦楽

プラチナ

BEST of Kis-My-Ft2	Kis-My-Ft2	2021.08.10	エイベックス・エンタテインメント
--------------------	------------	------------	------------------

ビデオ | 邦楽

ゴールド

BTS Memories of 2020	BTS	2021.08.10	ユニバーサル ミュージック
----------------------	-----	------------	---------------

※日付は発売日

ダウンロード認定

シングルトラック | 邦楽

トリプル・プラチナ

アイノカタチ feat. HIDE (GReeeeN)	MISIA	2018.07.31	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------------------------------	-------	------------	-----------------

プラチナ

ノーダウト	Official髭男dism	2018.04.11	ポニーキャニオン
PIECES OF A DREAM	CHEMISTRY	2006.11.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
あなたがここにいて 抱きしめることができるなら	miwa	2015.11.04	ソニー・ミュージックレーベルズ

ゴールド

踊	Ado	2021.04.27	ユニバーサル ミュージック
U	millennium parade, Belle	2021.07.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
三原色	YOASOBI	2021.07.02	ソニー・ミュージックエンタテインメント

※日付は配信開始日

ストリーミング認定

トラック | 邦楽

プラチナ

カタオモイ	Aimer	2016.09.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
ツキミソウ	Novelbright	2020.12.11	ユニバーサル ミュージック
napori	Vaundy	2020.05.27	SDR
YOKAZE	変態紳士クラブ	2020.04.30	トイズファクトリー
恋人ごっこ	マカロニえんぴつ	2020.02.07	TALTO / murffin discs
ハルカ	YOASOBI	2020.12.18	ソニー・ミュージックエンタテインメント

ゴールド

WANNABE	ITZY	2020.03.09	ワーナーミュージック・ジャパン
蝶々結び	Aimer	2016.08.17	ソニー・ミュージックレーベルズ
帰り道は遠回りしたくなる	乃木坂46	2018.11.07	ソニー・ミュージックレーベルズ
世界の秘密	Vaundy	2020.12.27	SDR
ON	BTS	2020.02.21	ユニバーサル ミュージック
Permission to Dance	BTS	2021.07.09	ユニバーサル ミュージック
不思議	星野 源	2021.04.27	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
Pale Blue	米津玄師	2021.05.31	ソニー・ミュージックレーベルズ

認定基準

ゴールドディスク認定(音楽ソフト/カテゴリ: アルバム、シングル、音楽ビデオ)
ダウンロード認定(ダウンロード/カテゴリ: 着うた®, シングルトラック、アルバム)

認定ランク	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ミリオン	2 ミリオン
基準	10 万以上	25 万以上	50 万以上	75 万以上	100 万以上	200 万以上

シルバー

Panorama	IZ*ONE	2020.12.09	ユニバーサル ミュージック
愛を知るまでは	あいみょん	2021.05.07	ワーナーミュージック・ジャパン
DALLA DALLA	ITZY	2019.02.12	ワーナーミュージック・ジャパン
ICY	ITZY	2019.07.29	ワーナーミュージック・ジャパン
Not Shy	ITZY	2020.08.17	ワーナーミュージック・ジャパン
夏夜のマジック	indigo la End	2016.06.08	ワーナーミュージック・ジャパン
Automatic	宇多田 ヒカル	2017.12.08	ユニバーサル ミュージック
今宵の月のように	エレファントカシマシ	2012.07.03	ポニーキャニオン
星影のエール	GReeeeN	2020.05.11	ユニバーサル ミュージック
ナツノオワリ	清水 翔太	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
側に...	清水 翔太	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
空も飛べるはず	スピッツ	2019.10.09	ユニバーサル ミュージック
フィクション	sumika	2018.12.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
眠り姫	SEKAI NO OWARI	2019.01.18	トイズファクトリー
Kura Kura	TWICE	2021.04.21	ワーナーミュージック・ジャパン
LONELY NIGHTS	tofubeats	2017.05.19	ワーナーミュージック・ジャパン
夢花火	Novelbright	2020.05.10	ユニバーサル ミュージック
tonight	平井 大	2016.06.15	エイベックス・エンタテインメント
Romeo+Juliet -Love goes on-	平井 大	2021.02.10	エイベックス・エンタテインメント
Buddy	平井 大	2021.05.30	エイベックス・エンタテインメント
Crystal Snow	BTS	2017.12.06	ユニバーサル ミュージック
Don't Leave Me	BTS	2018.04.04	ユニバーサル ミュージック
Magic Shop	BTS	2018.05.18	ユニバーサル ミュージック
I'm Fine	BTS	2018.08.24	ユニバーサル ミュージック
Burning Up (FIRE)	BTS	2020.02.22	ユニバーサル ミュージック
Make It Right	BTS	2020.04.12	ユニバーサル ミュージック
メリクリ	BoA	2015.02.23	エイベックス・エンタテインメント
レモンパイ	マカロニえんぴつ	2018.10.03	TALTO / murffin discs
シャッター	優里	2021.07.07	ソニー・ミュージックレーベルズ
三原色	YOASOBI	2021.07.02	ソニー・ミュージックエンタテインメント
GONG	WANIMA	2019.07.17	ワーナーミュージック・ジャパン

トラック | 洋楽

ゴールド

Good Time	Owl City, Carly Rae Jepsen	2013.11.20	ユニバーサル ミュージック
We Are Never Ever Getting Back Together	Taylor Swift	2012.10.10	ユニバーサル ミュージック
Rain On Me	Lady Gaga & Ariana Grande	2020.05.22	ユニバーサル ミュージック

シルバー

I Really Like You	Carly Rae Jepsen	2016.03.18	ユニバーサル ミュージック
Let Me Love You (feat. Justin Bieber)	DJ Snake	2016.12.23	ユニバーサル ミュージック
Marry You	Bruno Mars	2012.07.03	ワーナーミュージック・ジャパン
The Lazy Song	Bruno Mars	2012.07.03	ワーナーミュージック・ジャパン
Here With Me	Marshmello, CHVRCHES	2019.03.08	ユニバーサル ミュージック

※日付は配信開始日

【基準単位】ゴールドディスク認定: 枚数、ダウンロード認定: ダウンロード数

備考 1. 着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰

2. 着うた®は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です

3. 3 ミリオン以降、100 万毎に認定

ゴールドディスク認定

シングル | 邦楽

トリプル・プラチナ

君に叱られた	乃木坂46	2021.09.22	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------	-------	------------	-----------------

プラチナ

あの頃の君を見つけた	SKE48	2021.09.01	エイベックス・エンタテインメント
------------	-------	------------	------------------

ゴールド

Fear / SO BLUE	Kis-My-Ft2	2021.09.15	エイベックス・エンタテインメント
----------------	------------	------------	------------------

アルバム | 邦楽

ミリオン

Snow Mania S1	Snow Man	2021.09.29	エイベックス・エンタテインメント
---------------	----------	------------	------------------

プラチナ

Editorial	Official髭男dism	2021.08.18	ポニーキャニオン
-----------	----------------	------------	----------

ゴールド

ごはん味噌汁海苔お漬物 卵焼き feat. 梅干し	桑田 佳祐	2021.09.15	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
------------------------------	-------	------------	------------------------

ヒップソンスマイル -Division Rap Battle- 2nd D.R.B[Buster Bros!!! VS 麻天狼 VS Fling Posse]	Buster Bros!!! 麻天狼・Fling Posse	2021.09.08	キングレコード
--	-----------------------------------	------------	---------

STEP	V6	2021.09.04	エイベックス・エンタテインメント
------	----	------------	------------------

※日付は発売日

ダウンロード認定

シングルトラック | 邦楽

ゴールド

Permission to Dance	BTS	2021.07.09	ユニバーサル ミュージック
---------------------	-----	------------	---------------

VIVID VICE	Who-ya Extended	2021.01.16	ソニー・ミュージックレーベルズ
------------	-----------------	------------	-----------------

※日付は配信開始日

ストリーミング認定

トラック | 邦楽

ダイヤモンド

夜に駆ける	YOASOBI	2019.12.15	ソニー・ミュージックエンタテインメント
-------	---------	------------	---------------------

プラチナ

踊	Ado	2021.04.27	ユニバーサル ミュージック
---	-----	------------	---------------

Laughter	Official髭男dism	2020.07.10	ポニーキャニオン
----------	----------------	------------	----------

Cry Baby	Official髭男dism	2021.05.07	ポニーキャニオン
----------	----------------	------------	----------

キンモクセイ	オレンジスナイプ	2020.05.06	ワーナーミュージック・ジャパン
--------	----------	------------	-----------------

My Boo	清水 翔太	2016.09.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------	-------	------------	-----------------

DNA	BTS	2017.09.18	ユニバーサル ミュージック
-----	-----	------------	---------------

Permission to Dance	BTS	2021.07.09	ユニバーサル ミュージック
---------------------	-----	------------	---------------

きらり	藤井 風	2021.05.03	ユニバーサル ミュージック
-----	------	------------	---------------

ゴールド

プロローグ	Uru	2020.03.18	ソニー・ミュージックレーベルズ
-------	-----	------------	-----------------

パッドフォーミー	Official髭男dism	2018.08.06	ポニーキャニオン
----------	----------------	------------	----------

願い	sumika	2019.11.16	ソニー・ミュージックレーベルズ
----	--------	------------	-----------------

RAIN	SEKAI NO OWARI	2017.06.23	トイズファクトリー
------	----------------	------------	-----------

インフルエンサー	乃木坂46	2017.03.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
----------	-------	------------	-----------------

HAPPY BIRTHDAY	back number	2020.10.05	ユニバーサル ミュージック
----------------	-------------	------------	---------------

恋	星野 源	2019.08.30	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
---	------	------------	------------------------

StaRt	Mrs. GREEN APPLE	2015.07.01	ユニバーサル ミュージック
-------	------------------	------------	---------------

三原色	YOASOBI	2021.07.02	ソニー・ミュージックエンタテインメント
-----	---------	------------	---------------------

そっけない	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック
-------	----------	------------	---------------

ストリーミング認定(ストリーミング/カテゴリ:トラック)

認定ランク	シルバー	ゴールド	プラチナ	ダイヤモンド
基準	3千万以上	5千万以上	1億以上	5億以上

【基準単位】ストリーム数

備考 1. 数量は、GfK Japan(ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社)の提供データを元に当協会にて累計ストリーム数を算出したもの
2. 集計対象音楽ストリーミングサービス: Amazon Music Unlimited, Apple Music, AWA, dミュージック月額コース, Google Play Music, HMVmusic powered by KKBOX, KKBOX, LINE MUSIC, Rakuten Music, RecMusic, Spotify

シルバー

FIESTA	IZ*ONE	2020.02.17	ユニバーサル ミュージック
--------	--------	------------	---------------

リライト	ASIAN KUNG-FU GENERATION	2013.09.17	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	--------------------------	------------	-----------------

レディメイド	Ado	2020.12.24	ユニバーサル ミュージック
--------	-----	------------	---------------

三日月	絢香	2015.05.27	ワーナーミュージック・ジャパン
-----	----	------------	-----------------

Wonderland	iri	2019.03.06	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
------------	-----	------------	------------------------

Bussin'(feat. ¥ellow Bucks)	AK-69	2020.07.15	ユニバーサル ミュージック
-----------------------------	-------	------------	---------------

イケナイ太陽	ORANGE RANGE	2013.03.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------	--------------	------------	-----------------

イト	クリーブハイブ	2017.04.26	ユニバーサル ミュージック
----	---------	------------	---------------

風に吹かれても	櫻坂46	2017.10.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
---------	------	------------	-----------------

Curtain Call	清水 翔太 feat. Taka	2021.07.07	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------------	---------------------	------------	-----------------

そばかす	JUDY AND MARY	2013.03.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	---------------	------------	-----------------

あいつら全員同窓会	ずっと真夜中でいいのに。	2021.06.18	ユニバーサル ミュージック
-----------	--------------	------------	---------------

LADY	ちゃんみな	2017.02.22	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
------	-------	------------	------------------------

Angel	ちゃんみな	2020.07.24	ワーナーミュージック・ジャパン
-------	-------	------------	-----------------

水平線	back number	2021.08.13	ユニバーサル ミュージック
-----	-------------	------------	---------------

Friends	BTS	2020.02.21	ユニバーサル ミュージック
---------	-----	------------	---------------

Save Me	BTS	2020.02.22	ユニバーサル ミュージック
---------	-----	------------	---------------

SUN	星野 源	2019.08.30	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
-----	------	------------	------------------------

ドラえもん	星野 源	2019.08.30	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
-------	------	------------	------------------------

サウダージ	ボルノグラフィティ	2018.09.07	ソニー・ミュージックレーベルズ
-------	-----------	------------	-----------------

Remember Me	MAN WITH A MISSION	2019.05.06	ソニー・ミュージックレーベルズ
-------------	--------------------	------------	-----------------

名もなき詩	Mr.Children	2018.05.10	トイズファクトリー
-------	-------------	------------	-----------

U	millennium parade × Belle	2021.07.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
---	------------------------------	------------	-----------------

ヨフネハキ	MAISONdes feat. 和ぬか, asmi	2021.05.19	ソニー・ミュージックレーベルズ
-------	------------------------------	------------	-----------------

夏色	ゆず	2015.08.15	SENHA&Co.
----	----	------------	-----------

LOSER	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
-------	------	------------	-----------------

Shout Baby	緑黄色社会	2020.02.08	ソニー・ミュージックレーベルズ
------------	-------	------------	-----------------

トラック | 洋楽

プラチナ

Closer (feat. Halsey)	The Chainsmokers	2016.07.29	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----------------------	------------------	------------	-----------------

シルバー

美女と野獣	Ariana Grande, John Legend	2017.03.10	ユニバーサル ミュージック
-------	-------------------------------	------------	---------------

Stay	The Kid LAROI & Justin Bieber	2021.07.09	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	----------------------------------	------------	-----------------

※日付は配信開始日

編集後記

今号ではイエギキ特集として、今話題のアナログとサブスクを取り上げました。我が家には段ボール3箱分ほどのアナログレコードがあるものの、再生機は数年前に処分してしまい、まさに宝の持ち腐れ状態・・・まずは段ボールから開封してジャケットをリビングに置き、愛でることから始めています。また特報で掲載したIFPI調査ではコロナ禍で世界的に音楽を聴く時間が増えているという結果でしたが、皆さんはいかがでしょう？ これから本格化する冬の寒いおうち時間、ぜひ多くの方にイエギキを楽しんでいただきたいです！(K)

THE RECORD No.736 2021年11・12月合併号

一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 村松 俊亮
編集人 原 康晴
発行日 2021年11月30日
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒105-0001
東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館9階
TEL.03-5575-1301(代) FAX.03-5575-1313
URL:<https://www.riaj.or.jp/>

編集協力 株式会社金羊社 / 合同会社ヤマモトカウンスル



エルマークキャラクター
エルマーくん