

# THE RECORD

2025  
5・6  
May/June



vol. 757

2024年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表  
IFPI『Global Music Report 2025』発行  
公正取引委員会へ再販制度弾力運用報告書を提出  
令和7年度事業計画書  
第124回RIAJセミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催

**RIAJ**  
Recording Industry Association of Japan

# Monthly News Digest

2025

5・6

May / June

## Contents

- 1 Monthly News Digest
  - 特集**
  - 3 2024年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表
  - 特報**
  - 7 IFPI『Global Music Report 2025』発行
  - 特報**
  - 10 公正取引委員会へ再販制度弾力運用報告書を提出
  - 特報**
  - 11 令和7年度事業計画書
  - 特報**
  - 13 第124回RIAJセミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催
  - 15 Monthly Production Report
  - 17 Certification

3/25 Tuesday

## 2024年度音楽メディアユーザー実態調査報告会開催

3月25日、第123回RIAJセミナー「2024年度音楽メディアユーザー実態調査報告会」がオンラインにて開催された。当協会では、音楽メディアの購入実態や需要を総合的に把握し、ユーザー意識や環境の変化等を明らかにすることを目的とした「音楽メディアユーザー実態調査」を1986年より実施しており、今回の報告会には会員社22社169名が参加し、調査・分析を実施したMMDLabo株式会社による結果報告が行われた。

なお、2024年度音楽メディアユーザー実態調査については協会ホームページに報告書を掲載しているほか、本号P3～P6の特集でも調査結果を抜粋して掲載している。

▶ 2024年度音楽メディアユーザー実態調査

<https://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2024.html>

3/29-30 Saturday-Sunday

## 「第83回全日本学生児童発明くふう展」および「第47回未来の科学の夢絵画展」にて真正品、模倣品・海賊版を展示

3月29日～30日、東京都の科学技術館1階「展示・イベントホール」にて『第83回全日本学生児童発明くふう展』および『第47回未来の科学の夢絵画展』が開催され、同イベント内にて「ホンモノ?ニセモノ?君はわかるかな」と題する展示が行われた。

本展示は、消費者の知的財産への興味と理解を深めることを目的に、ハンドバッグや衣類、時計、玩具、電子記録媒体などの真正品と模倣品・海賊版についての比較展示を行うもの。当協会はCD・DVDの真正品と模倣品の提供を行った。

会場には多くの家族連れや子どもたちが訪れ、真正品と模倣品の違いについて熱心に観察する様子が伺えた。期間中は約2,500名が来場し、盛況のうちに終了した。



## 国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」(MAJ) 開催

国内最大規模の国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN (MAJ)」(一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会主催)の授賞式が、ロームシアター京都にて開催された。5月19

日に「演歌・歌謡曲LIVE」として演歌・歌謡曲部門の表彰が行われ、21日に部門賞・特別賞、22日には主要部門の授賞式が行われた。延べ約3,000曲のエントリー作品の中から、国内・海外投票メンバーによって選ばれたノミネート作品・アーティストが表彰され、最優秀作品・アーティストが決定した。受賞作品やアーティストについてはMAJ公式サイトをご覧ください。

▶ MUSIC AWARDS JAPAN <https://www.musicawardsjapan.com/ja/>



### 新連載「Hit Makers」

次号より、新連載「Hit Makers」がスタートします。本連載は、MAJ主要6部門の最優秀受賞作品・アーティストを手がけた担当ディレクターを中心に、作品に込めた想いやエピソードなどをお話いただくコーナーです。誌面ではインタビューの一部を抜粋して掲載し、フルバージョンは当協会ホームページにてご覧いただけます。どうぞご期待ください。



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

## 2025年3月度ストリーミング認定 YOASOBI「夜に駆ける」が史上初のダブル・ダイヤモンド認定(累計再生数10億回突破)

3月度ストリーミング認定において、YOASOBIの「夜に駆ける」(配信開始:2019年12月15日)が、ストリーミング認定開始(2020年4月度)以来、史上初のダブル・ダイヤモンド作品(累計再生数10億回以上)として認定された。

なお、ダブル・ダイヤモンドは今回(2025年3月度)の認定をもって新たに導入した認定ランクとなる。



日本レコード協会ストリーミング認定  
認定基準

認定ランク	最低累計 ストリーム数
ゴールド	5千万回
プラチナ	1億回
ダブル・プラチナ	2億回
トリプル・プラチナ	3億回
ダイヤモンド	5億回
ダブル・ダイヤモンド (新設)	10億回

### YOASOBIさんコメント

日本のアーティスト史上初のダブル・ダイヤモンド認定、本当にありがとうございます。5年前にリリースをしたデビュー曲「夜に駆ける」が、今なお多くの方に聴いていただけていることを心から嬉しく思います。これからもさらなる高みを目指し、より多くの方に楽曲を届けられるよう活動を続けてまいりますので、どうぞよろしくお願いいたします。



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



▶ RIAJストリーミング認定 <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/st.html> ▶ 2025年3月度認定作品…本誌P18

## 日比谷音楽祭2025開催決定

5月31日(土)、6月1日(日)の2日間、東京都千代田区の日比谷公園とその周辺施設において、「日比谷音楽祭2025」が開催される。

本音楽祭は、『音楽の新しい循環をみんなで作る、フリーでボーダーレスな音楽祭』をコンセプトに、世代を問わず多くの人々が、ジャンルを超えた様々な音楽を無料で楽しむ事で新たな音楽循環を作る事を目指した音楽祭で、当協会は協賛として参加している。

▶ 日比谷音楽祭公式サイト <https://hibiyamusicfes.jp/>

日比谷音楽祭  
HIBIYA MUSIC FESTIVAL  
2025

### 開催概要 日比谷音楽祭2025

日時: 2025年5月31日(土) / 6月1日(日) 10:30~20:30(予定) 主催: 日比谷音楽祭実行委員会  
会場: 日比谷公園(東京都千代田区) 実行委員長: 亀田誠治(音楽プロデューサー・ベーシスト)  
サテライト会場: 東京ミッドタウン日比谷

### 会員社のお知らせ

- 入会(4月1日付)  
社名: 日本音楽産業株式会社(Melody Records) [賛助会員]  
代表: 代表取締役社長 田口幸太郎  
住所: 〒141-0031 東京都品川区西五反田7-9-4  
TOC ANNEX603
- 代表者変更(4月1日付)  
社名: 株式会社スペースシャワーネットワーク [準会員]  
変更後: 代表取締役社長 名取達利  
変更前: 代表取締役社長 林吉人
- 移転(4月21日付)  
社名: 株式会社トイズファクトリー [準会員]  
新住所: 〒150-8325 東京都渋谷区渋谷2-17-1  
渋谷アクシュ19階

### 当協会事務局人事

- 昇格・異動(4月1日付)  
飛世麻紀 分配・業務部 部長(前: 分配・業務部 副部長)  
越坂部玲奈 企画・広報部 副部長(前: 著作権・契約部 課長)  
谷口奈穂 著作権・契約部 副部長 兼 管理部 人事・総務グループ長  
(前: 管理部 人事・総務グループ長)  
安井覚弘 著作権保護・促進センター(CPPC) センター長  
(前: 著作権保護・促進センター(CPPC) 副センター長)  
※楠本靖常務理事への著作権保護・促進センター(CPPC) センター長の委嘱を解く
- 異動(4月1日付)  
渡部智子 事務局長付(前: 企画・広報部 課長)



# 2024年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表

当協会では、音楽全体の市場について経年データを交えながら直近のユーザー動向を整理し、音楽の楽しみ方や音楽関係支出の実態を明らかにすることを目的に「音楽メディアユーザー実態調査」を実施している。本誌では2024年度の調査結果について紹介する。なお、より詳細なPDF版は当協会ホームページにも掲載している。

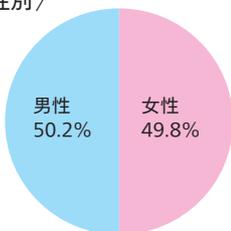
▶音楽メディアユーザー実態調査 2024年度  
<https://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2024.html>

## ●調査概要

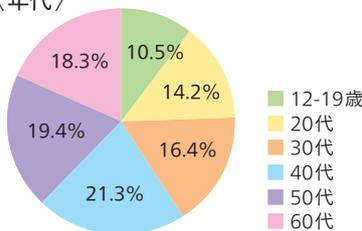
項目	内容
調査対象	全国12～69歳の男女
調査手法	インターネットリサーチ
調査時期	2024年12月6日～12月12日
調査対象者	スクリーニング:50,000サンプル 本調査:4,500サンプル

## ●回答者プロフィール

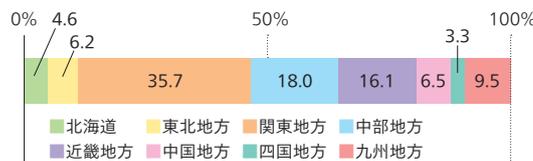
〈性別〉



〈年代〉



〈居住地〉



〈職業〉



(備考)

- 調査分析の際は、令和2年国勢調査の人口構成比に基づきウェイトバック補正を行った。なお、上記は補正後のデータである
- 指定がない場合、数値は各項目の平均値(小数点以下四捨五入)であり、内訳と合計が一致しない場合がある
- SA:単一回答設問、MA:複数回答設問、SM:単一回答のマトリクス設問、MASA:マトリクス混合

※12～15歳は母親による代理回答のため、中学生は学生に含まれない

## ●ユーザーセグメント

本調査分析では、直近半年間の音楽聴取状況について以下①～④のユーザーセグメントを定義している。

- 有料聴取層**：この半年間に、音楽を聴くために、音楽商品を購入したり、お金を使ったりしたことがある
- 無料聴取層**：この半年間は音楽にお金を使っていないが、以前から知っていた楽曲に加え、新たに知った楽曲も聴いている
- 無料聴取層(既知楽曲のみ)**：この半年間は音楽にお金を使っておらず、以前から知っていた楽曲しか聴いていない
- 無関心層**：この半年間は音楽にお金を使っておらず、特に自分で音楽を聴こうとしていない

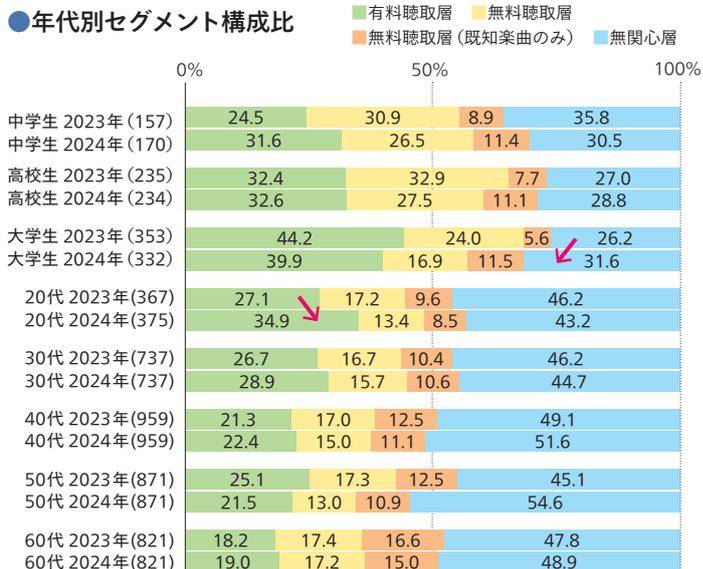
## 1 音楽との関わり方の変化

2024年は、前年と比較して有料聴取層が0.6pt増加した。有料聴取層の割合が高いのは、大学生～20代であり、特に20代の有料聴取層は前年から7.8pt増加している。大学生では無関心層も5.4pt増加し、全体でも46.4%が無関心層という結果であった。

### ●ユーザーセグメント構成比の推移



### ●年代別セグメント構成比



Q この半年間の、あなたの音楽との関わり方について当てはまるものをひとつお選びください(SA)

※カッコ内はn数

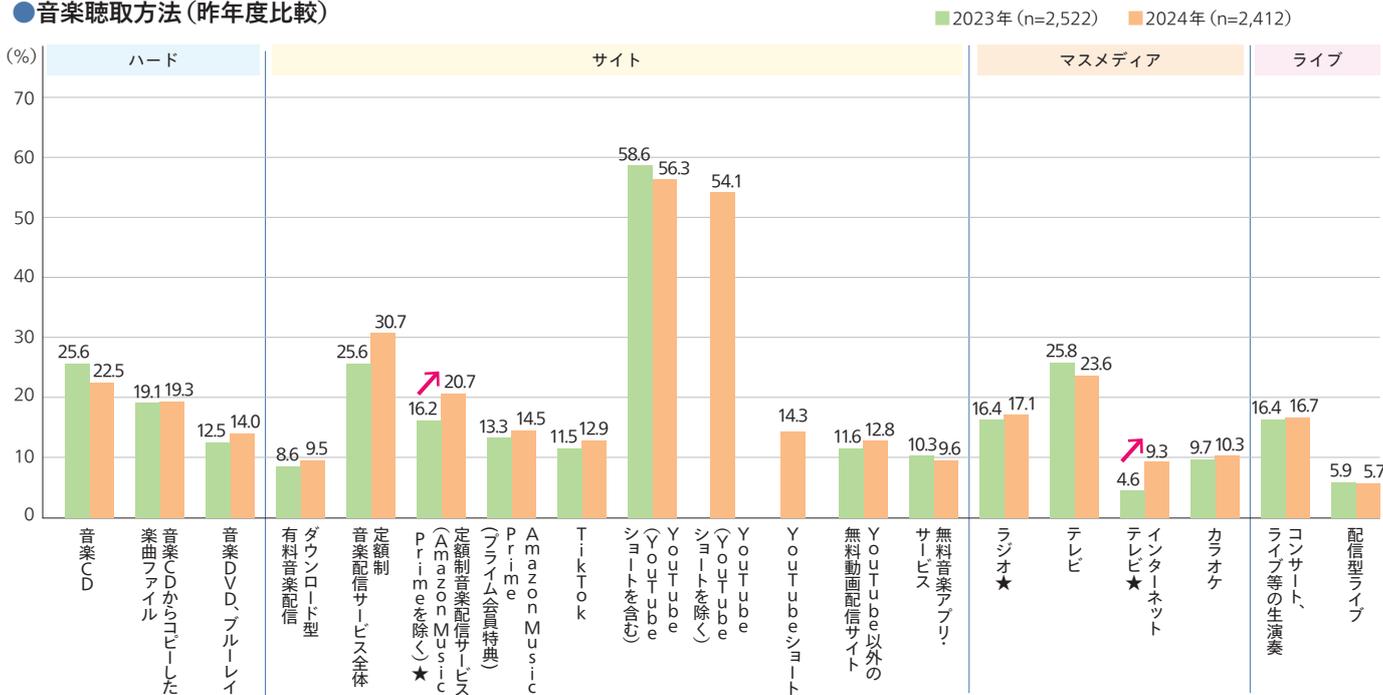
## 2 音楽の聴取方法

### ≫ 全体の傾向に大きな変化は見られず、引き続き「YouTube」が最多

- 音楽聴取方法は「YouTube」「定額制音楽配信サービス全体」「テレビ」の順に多く、前年から「定額制音楽配信サービス全体」と「テレビ」の順位が入れ替わった。
- 前年と比較すると、「定額制音楽配信サービス (+4.5pt)」「インターネットテレビ (+4.7pt)」での音楽聴取の割合が大きく増加した。

※2024年度調査から「YouTube」を「YouTube (YouTube ショートを除く)」と「YouTube ショート」に分けて聴取  
 ※「YouTube (YouTube ショートを含む)」は、「YouTube (YouTube ショートを除く)」、「YouTube ショート」の合算値  
 ※「定額制音楽配信サービス全体」は、「定額制音楽配信サービス」、「Amazon Prime Music」の合算値  
 ※一部選択肢については、2024年度調査から記載内容を変更している(★)

#### ● 音楽聴取方法 (昨年度比較)



※ベース: 直近半年間に音楽視聴した人 Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか。当てはまるものを全てお選びください (MA)

### ≫ ショート動画サービスをはじめ、若年層のインターネット経由での音楽聴取率は引き続き高い

- 「TikTok」や「YouTube ショート」といったショート動画サービスは、10代~20代の若年層で高い聴取率が見られたが、30代以降では年代とともに減少する。
- 「コンサート・ライブ等」は、特に20代女性の聴取率が高く、次いで50代女性も高い結果となった。

#### ● 音楽聴取方法 (性年代別)

	音楽CD	定額制音楽配信サービス全体	TikTok	YouTube (ショート動画除く)	YouTube ショート	無料音楽アプリ・サービス	テレビ	ラジオ	コンサート・ライブ等
男性 12-19歳	11.1	33.8	25.6	62.6	27.7	12.0	17.3	14.2	12.7
男性 20代	13.0	42.2	18.8	58.8	19.1	9.8	15.4	12.8	17.9
男性 30代	21.2	33.9	13.9	60.1	16.3	12.6	21.1	15.4	16.4
男性 40代	23.7	23.8	6.6	54.1	13.0	6.9	19.1	19.0	10.1
男性 50代	34.6	21.9	2.7	57.1	6.7	9.0	26.6	22.6	10.4
男性 60代	30.7	21.5	2.8	44.9	3.0	6.8	34.4	27.7	13.8
女性 12-19歳	23.2	41.3	40.6	65.4	29.5	17.0	24.2	10.3	20.4
女性 20代	18.7	49.0	24.8	53.1	16.8	12.6	20.9	13.3	32.0
女性 30代	21.1	37.3	10.5	55.1	16.3	9.6	26.1	9.7	15.9
女性 40代	20.6	21.8	10.1	55.1	13.0	6.9	23.1	17.8	15.0
女性 50代	25.6	28.8	5.8	43.7	8.9	7.1	23.7	18.8	24.9
女性 60代	23.0	19.9	2.1	41.5	7.8	7.1	30.7	19.2	14.6

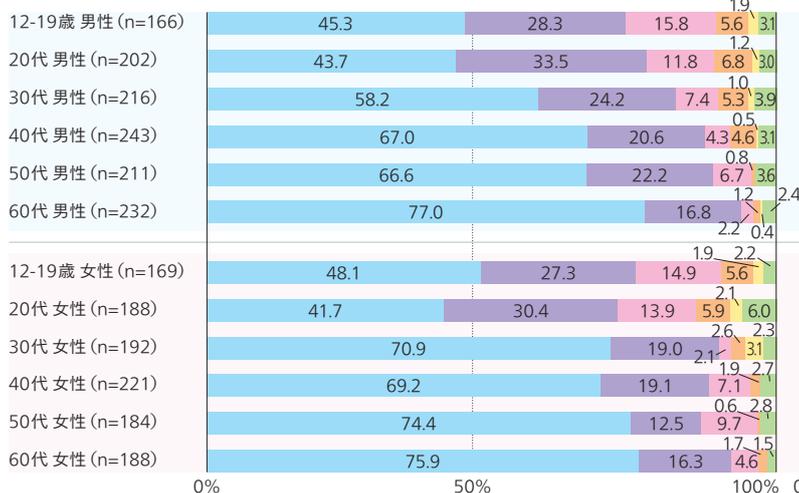
※ベース: 直近半年間に音楽視聴した人 (n=2,412)  
 Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか。当てはまるものを全てお選びください (MA)

### 3 音楽の聴取時間

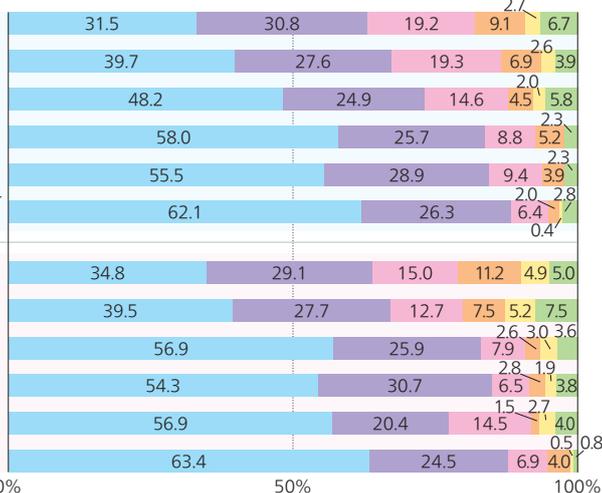
#### 10～20代の半数以上が1日に1時間以上音楽を聴いている

- 10～20代の若年層ほど1日の聴取時間は多く、年代が上がるにつれて減少傾向にあるが、30代以上の年代においても、休日は仕事や学校がある日に比べて視聴時間を確保できている。
- 女性60代を除いた各世代では、5時間以上音楽を聴く人も一定数見られる。

##### ●仕事や学校がある日



##### ●休日



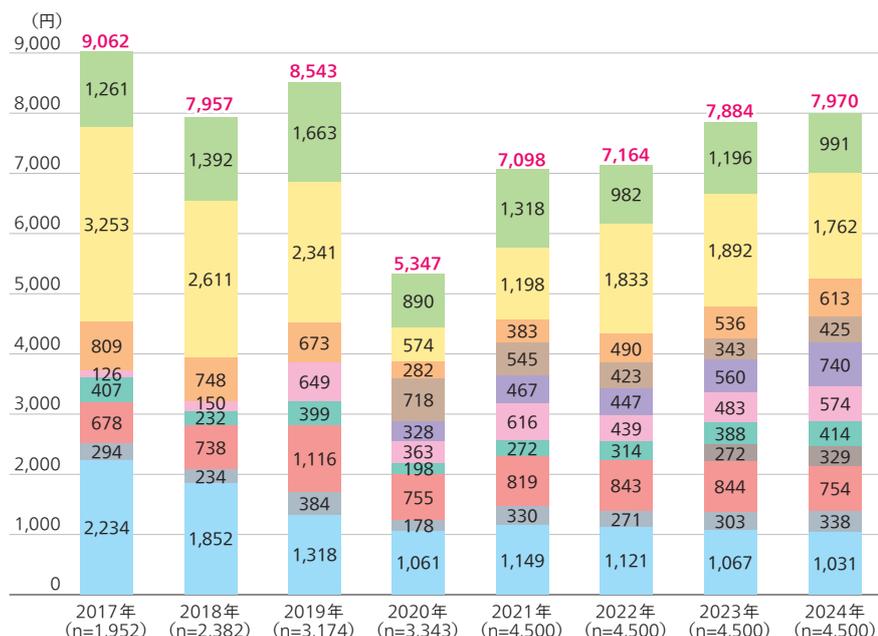
※ベース：直近半年間に音楽視聴した人 (n=2,412) Q あなたは普段、1日にどの程度音楽を聴きますか？当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください (SM)

### 4 音楽への支出額

#### 「定額制動画配信サービス」への支出が大きく増加するも全体としては微増

- 2024年の音楽への総支出額は7,970円で前回調査からわずかに増加した。
- 項目別に見ると「定額制動画配信サービス」「定額制音楽配信サービス」など、複数のサービス・商品において、前回調査から支出額が増加となった。一方、「音楽関係のグッズ、出版物」や「コンサート、ライブ等の入場料」への支出額は減少となっている。

##### ●音楽への支出額推移 (2017年～2024年)



※赤字は合計金額 ※2022年度調査より選択肢を調整したため、2017年～2021年のグラフとの比較は2022年度以降の選択肢で調整している

Q この半年間に音楽関連の商品・サービスについてどの程度お金を使いましたか？ (SM)

	2023年 (円)	2024年 (円)	前年比 (%)
計	7,884	7,970	101.1
音楽関係のグッズ、出版物	1,196	991	82.9
コンサート、ライブ等の入場料	1,892	1,762	93.1
カラオケ	536	613	114.4
有料配信型ライブ	343	425	123.9
定額制動画配信サービス	560	740	132.1
定額制音楽配信サービス	483	574	118.8
有料音楽配信サービスでのダウンロード	388	414	106.7
アナログレコード購入	272	329	121.0
音楽ビデオ (DVD、Blu-ray Disc等) 購入	844	754	89.3
CDレンタル	303	338	111.6
CD購入	1,067	1,031	96.6

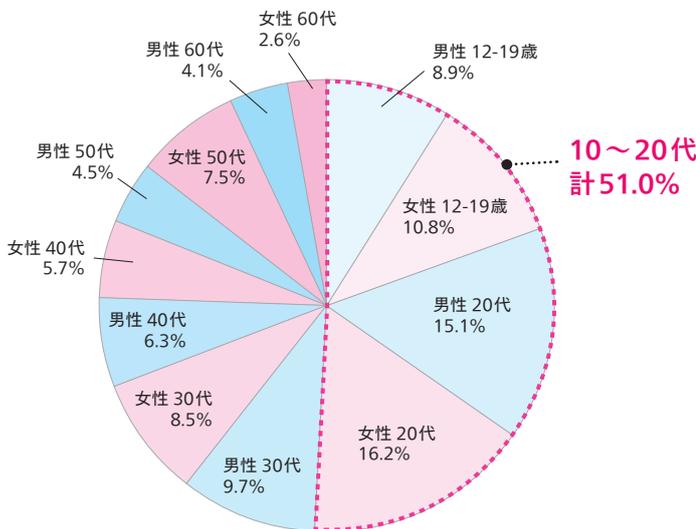
※前年比：2024年 ÷ 2023年

## 5 定額制音楽配信サービスの利用

### 10～20代の利用割合が全体の半数を占める

- 定額制音楽配信サービスを利用している人は、前年同様20代が最も多く、10～20代が5割を占める。
- 前年より20代男性の利用割合が増加した一方、40代女性の利用割合は減少した。

#### ●定額制音楽配信サービス 利用者の性年代構成



#### ●定額制音楽配信サービス 利用者の性年代構成 (昨年比較)

	2023年 (%)	2024年 (%)	差分 (pt)
男性 12-19歳	9.3	8.9	-0.4
女性 12-19歳	8.8	10.8	2.0
男性 20代	11.1	15.1	4.0
女性 20代	15.5	16.2	0.7
男性 30代	8.4	9.7	1.3
女性 30代	9.5	8.5	-1.0
男性 40代	7.5	6.3	-1.2
女性 40代	9.5	5.7	-3.8
男性 50代	6.5	4.5	-2.0
女性 50代	8.7	7.5	-1.2
男性 60代	3.2	4.1	0.9
女性 60代	2.0	2.6	0.6

※ベース：直近半年間、音楽視聴者かつ定額制音楽配信サービスを利用者 (n=499)

※ベース：直近半年間、音楽視聴者かつ定額制音楽配信サービスの利用者 (2023年度:n=409、2024年度:n=499)

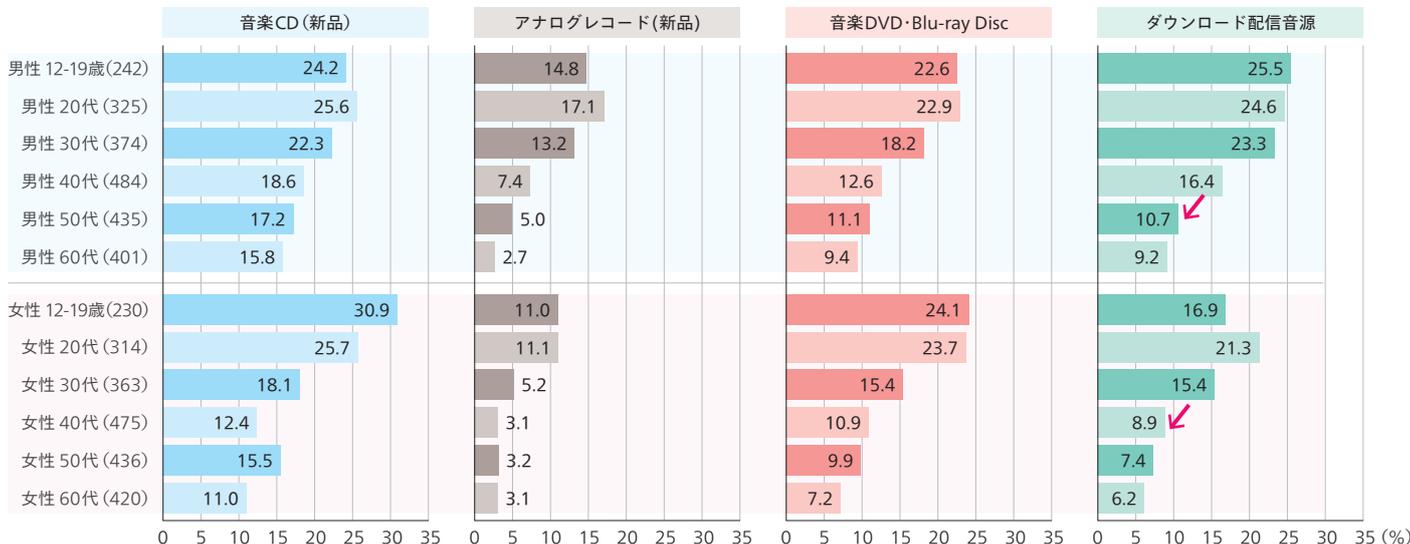
※ここでの定額制音楽配信サービス利用者はAmazon Music Primeを除く

## 6 パッケージ商品の購入

### 前年に引き続き、直近1年間では10～20代の購入率が高い

- 各商品において、10～20代の若年層ほど購入率が高くなっている。
- 「ダウンロード配信音源」は男女ともに若年層が多く購入しており、男性では40代、女性では30代を境に購入率が減少する。

#### ●直近1年間のパッケージ商品購入経験 (性年代別)



※カッコ内はn数

Q あなたは以下商品を購入したことがありますか？直近で購入した時期をそれぞれひとつずつお選びください (SM)

※音楽に対する消費という観点から「ダウンロード配信音源」も併せて聴取・集計している

特報

# IFPI『Global Music Report 2025』発行

～2024年世界の音楽産業 世界音楽売上は前年比4.8%増で10年連続プラス成長～

2025年3月19日、IFPI（国際レコード産業連盟）は、2024年の世界音楽売上をまとめた年次レポート『Global Music Report 2025』を発行した。

市場をけん引するサブスクリプション型有料ストリーミングの伸長を受けて、世界音楽売上は10年連続で増加したほか、世界のすべての地域で3年連続のプラス成長を記録した。また、生成AIについては、アーティストの創造性を高める可能性が期待できる一方、人間の芸術性に対する現在進行形の脅威でもあるとの課題が示された。今号では2024年の世界の音楽産業概況をダイジェストで紹介する。

出典：IFPI『Global Music Report 2025』 ▶ IFPI <https://www.ifpi.org/>

## 《2024年世界音楽売上》

パッケージ売上	4.8(-3.1%)
ストリーミング売上	20.4(+7.3%)
ダウンロード・その他売上	0.8(-7.7%)
演奏権収入	2.9(+5.9%)
シンクロ収入	0.6(+6.4%)
合計	29.6(+4.8%)

備考 1. 金額:10億USドル  
2. カッコ内は前年売上からの増減

## ▶ 世界音楽売上の概況

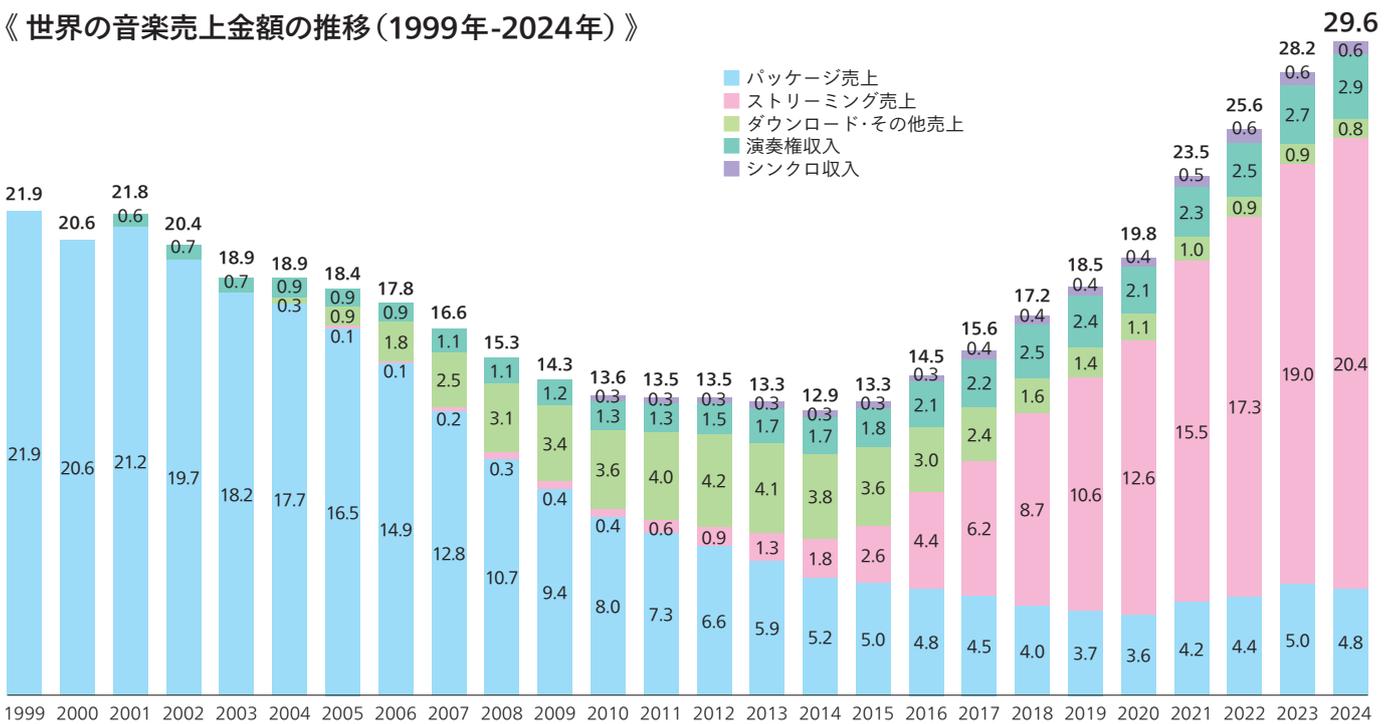
2024年の世界音楽売上は296億ドル（約4兆5,000億円）に達し、10年連続のプラス成長を記録した。成長率としては、2023年の10.2%から2024年には4.8%と鈍化傾向が見られたものの、3年連続全地域でプラス成長を達成し、世界各国の音楽産業が時代の変化に柔軟に対応することで持続的に発展していることを裏付ける結果となった。

フォーマット別では、ストリーミングの強さが際立っており、2024年のストリーミング売上は史上初となる200億ドルを突破した。中でもサブスクリプション型有料ストリーミングは、世界売上全体の半分以上（51.2%）を占めるまでに成長を遂げている。一方、パッケージ売上は減少（-3.1%）したものの、アナログレコードは18年連続プラス成長と、引き続き増加傾向にある。

地域別に見ると、中東および北アフリカ（MENA）が前年比+22.8%と最も高い成長率を示したほか、サブサハラ・アフリカ（+22.6%）、ラテンアメリカ（+22.5%）が続き、いずれも2年連続で2桁成長を遂げた。国別では、世界58カ国のうち55カ国で売上が増加、国別売上トップ10のうち8カ国でプラス成長となった。トップ10の顔ぶれにも変化が見られ、2023年に10位だったオーストラリアを抜いて、メキシコが10位にランクインした。

なお、サブスクリプション型有料会員数は、2024年末で7億5,200万人（2023年6億8,000万人）と堅調な伸びを維持した。

## 《世界の音楽売上金額の推移（1999年-2024年）》



単位:10億USドル  
2024年レート:1USドル=151.47円

## ▶ フォーマット別売上実績

**ストリーミング売上** ↑7.3%  
Streaming

「ストリーミング」は2017年以降フォーマット別売上トップとして市場をけん引し続けており、2024年はフォーマット別で最も高い成長率を示した。売上は史上初めて200億ドルを突破し、全体の69.0%を占める結果となった。この中にはサブスクリプション型有料ストリーミングと広告型ストリーミングが含まれ、サブスクリプション型有料ストリーミングは+9.5%と伸長が続く一方、広告型ストリーミングは+1.2%と鈍化傾向が見られた。

**ダウンロード・その他売上** ↓7.7%  
Download and Other Digital

「ダウンロード・その他」は12年連続のマイナスとなった。全体に占める割合は2.8%まで縮小しており、ストリーミングサービスの普及が急速に進むトレンドを反映する結果となった。

**演奏権収入** ↑5.9%  
Performance Rights

「演奏権収入」(放送・公衆演奏における使用料収入)は、+5.9%となる29億ドルに達し、4年連続で増収となった。演奏権収入は各国の集中管理団体を通じて徴収されるが、2024年は音楽売上全体の9.7%を構成する結果となった。

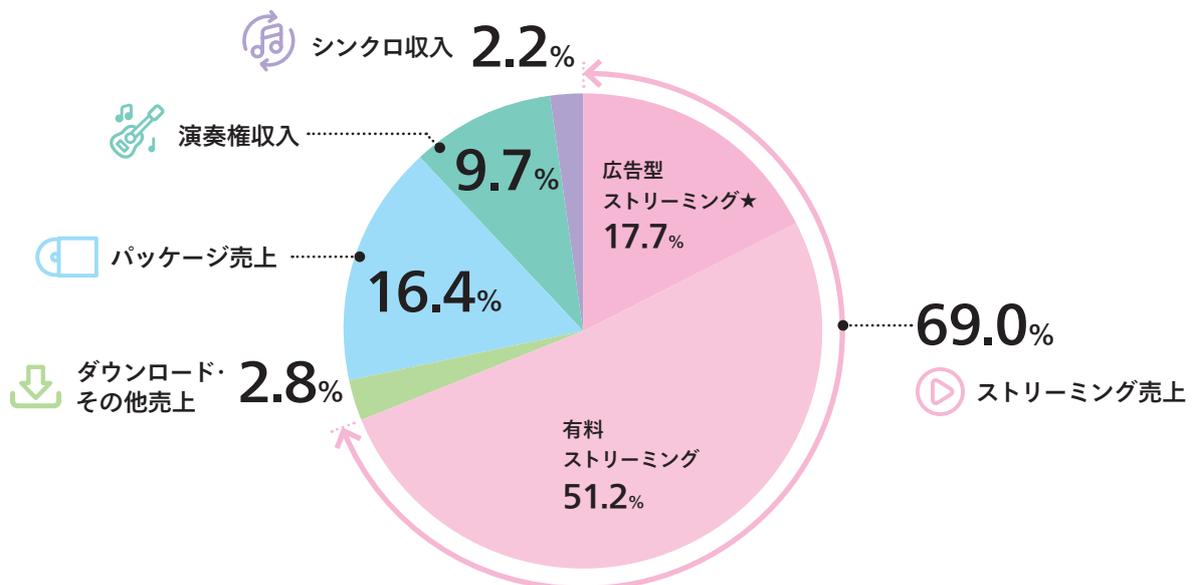
**パッケージ売上** ↓3.1%  
Physical

CD・アナログレコード・その他パッケージを含む「パッケージ」は、2023年の好調(+14.5%)の反動で、2024年は前年比-3.1%の48億ドルであった。内訳で見ると、CD(-6.1%)、音楽ビデオ(-15.5%)が減少したが、アナログレコードは+4.6%と18年連続の成長を続けている。

**シンクロ収入** ↑6.4%  
Synchronisation

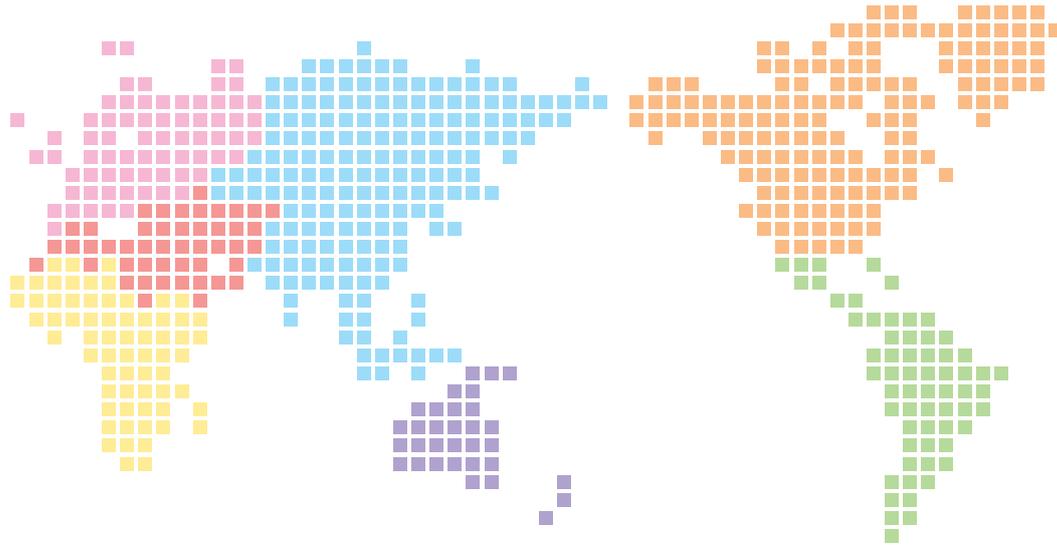
2024年のシンクロ収入(CM、映画、ゲーム、テレビなどで音楽を使用する際の使用料)は、6.5億ドル(+6.4%)となり4年連続増加となったものの、全体に占める割合は2.2%にとどまっている。

### 《 2024年世界音楽売上フォーマット別シェア 》



※広告型ストリーミングはビデオストリーミングを含む(★)  
※小数第二位四捨五入により、合計値が異なる場合がある

## ▶ 地域別市場概要



### ヨーロッパ市場

Europe

↑ 8.3%

ヨーロッパは2024年も世界2位を維持し、地域別成長率で見ても+8.3%と高い水準であった。同地域のトップ3カ国であるイギリス(+4.9%)、ドイツ(+4.1%)、フランス(+7.5%)はいずれもプラス成長であった。

### アジア市場

Asia

↑ 1.3%

アジアの成長率は+1.3%と低調だったが、これは2023年に韓国のパッケージ売上が大きく伸長した(+14.0%)ことが影響していると考えられる。アジアはパッケージ売上最大の地域であり、世界のパッケージ売上の45.1%を占めている。世界2位の日本は微減(-0.2%)でほぼ横ばい、5位の中国は+9.6%のプラス成長となった。

### 北米市場

North America

↑ 2.1%

世界最大の売上を誇る北米地域は、成長率が+2.1%で、地域別シェアは40.3%となった。このうち、世界1位のアメリカ(+2.2%)、8位のカナダ(+1.5%)いずれも成長率は昨年より減少している。

### 中東・北アフリカ市場

Middle East /  
North Africa

↑ 22.8%

中東および北アフリカ(MENA)は地域別で最も高い成長率(+22.8%)となった。ストーリーミングが同地域の売上の大部分を占めており、その割合は99.5%に達している。

### オーストララシア市場

Australasia

↑ 6.4%

オーストララシア地域は堅調な推移(+6.4%)を見せた。オーストラリアは+6.1%のプラス成長となったものの、メキシコに抜かれ、トップ10圏外に順位を下げた。

### ラテンアメリカ市場

Latin America

↑ 22.5%

ラテンアメリカは15年連続で成長を続けており、+22.5%と大きく伸長した。ストーリーミングが87.8%を占め、同地域での強さを維持している。ブラジルは+21.7%とトップ10カ国のうち、最も高い成長率を達成したほか、メキシコは高い成長率(+15.6%)が後押しとなり、トップ10入りを果たした。

### サブサハラ・アフリカ市場

Sub-Saharan  
Africa

↑ 22.6%

サブサハラ・アフリカ(SSA)は+22.6%と大幅に伸長し、売上1.1億ドルと初めて1億ドルを突破した。同地域最大の市場である南アフリカ共和国は+14.4%の成長を遂げ、同地域全体の74.6%を占める結果となった。

### 《 2024年 国別売上トップ10カ国 》

- |    |  |      |     |  |      |
|----|--|------|-----|--|------|
| 1位 |  | アメリカ | 6位  |  | フランス |
| 2位 |  | 日本   | 7位  |  | 韓国   |
| 3位 |  | イギリス | 8位  |  | カナダ  |
| 4位 |  | ドイツ  | 9位  |  | ブラジル |
| 5位 |  | 中国   | 10位 |  | メキシコ |

## Special Report

特報

公正取引委員会へ  
再販制度弾力運用報告書を提出

当協会は2024年12月31日時点のレコードメーカーによる「音楽CD等の再販制度の弾力運用の状況について」の報告書を取りまとめ、2025年2月28日に公正取引委員会へ提出した。ここでは同報告書より抜粋した内容を掲載する。なお、当協会ホームページにて報告書全文を公開している。

▶再販制度 <https://www.riaj.or.jp/f/leg/saihan/>

## 音楽用CD等の再販制度に関する弾力的な運用と流通改善について

## 1. 時限再販・部分再販等再販制度の運用の弾力化

## ① 時限再販期間の短縮について

レコードメーカー各社は、1998年以降時限再販期間の更なる短縮に取り組み、現在再販期間は1年または6ヶ月となっている。

## ② 時限再販期間経過後商品の値引き販売について

主要レコード店をはじめ全国レコード販売店において、値引き販売が実施されている。レコードメーカーは、営業施策の一環として販売店と協力し、年間を通じた時限再販期間経過後商品の店頭値引き販売を適宜積極的に展開している。

## ③ 非再販商品の発売と値引き販売について

2024年の全CD等新譜数は9,601タイトル（2023年9,603タイトル）であったが、このうち、CD+DVD/BD商品は1,325タイトル（2023年1,350タイトル）、非再販CD等のタイトル数は575タイトル（2023年1,042タイトル）となり、CD+DVD/BD商品および非再販CD等の合計で1,900タイトル（2023年2,392タイトル）が非再販商品として発売されている。これらの非再販商品は、発売時より値引き販売が広く実施されている。

また、CD+DVD/BD商品はヒット作品でも数多く発売されており、2024年に発売され正味出荷枚数が100万枚を超えた「ミリオン認定作品」はアルバム1タイトル、シングル3タイトルの計4タイトル（2023年：アルバム3タイトル、シングル4タイトル）で、4タイトル全てがCD+DVD/BD商品の形態で発売されている。

## ④ 廃盤セールの実施状況

レコード業界は、1992年度から年1回「廃盤セール」を開催してきたが、近年の廃盤タイトルの減少傾向により、本セールへの出品数の大幅な減少が見込まれたことから、今年度の実施は見送ることとした。

なお、今後の本セール実施については、出品予定数の状況を見極めながら来年度以降も継続して検討を行う。

## ⑤ 価格表示方法変更後の状況について

日本レコード協会規格「RIS204／オーディオCDの表示事項及び表示方法」において、2001年3月に「再販価格適用期限を定価の表示に近接した位置に記載する。」と改正し、再販商品と非再販商品の価格表示参考例を例示した。その後2021年4月1日から義務付けられた総額表示に関連し、同規格における再販商品と非再販商

品の価格表示参考例についても総額表示とする部分改正を行った。

## 2. 各種割引制度の導入等価格設定の多様化

2024年のアルバムの年間平均小売価格は、2,490円となった。

## 3. 再販制度の利用・態様についての発行者の自主性の確保

従来からレコードメーカー各社が再販制度の利用を自らの判断で決定しており、今後も同様に継続される。

## 4. サービス券・ポイントサービスの

## 提供等消費者に対する販売促進手段の確保

レコードメーカーは、サービス券・ポイントカードは消費者へのサービス提供手段として定着しているとし、販売店の自主性を尊重している。

## 5. 通信販売・直販等流通ルートの多様化及び

## これに対応した価格設定の多様化

レコードメーカー各社は、従前から消費者の購入利便性の向上のため、通販・直販等流通ルートの多様化に取り組むと同時に、商品特性に合わせた多様な価格設定を行っている。

6. 円滑・合理的な流通を図るための取引関係の  
明確化・透明化その他取引慣行上の弊害の是正

取引関係に関する特段の弊害はないと認識している。

## 7. その他

インターネットの普及拡大に伴い、レコードメーカー各社は自社のWEBサイトを利用して、プロモーションを目的にCD音源の無料試聴サービスを実施している。

また販売店においても、デジタル試聴機が導入されており、現在86店に、据え置き筐体型、タブレット型等196端末が設置されている（2024年12月現在）。

レコード業界は、音楽用CD等の再販制度について国民から引き続き理解が得られるよう、今後も消費者利益の向上を目指し、音楽用CD等の企画の多様性の確保、流通の合理化などの改善に積極的に取り組んでいく。

令和6年の国内市況を振り返ると、音楽配信売上が11年連続のプラス成長で1,233億円(前年比106%)となり、過去最高額を更新した。中でもストリーミングが前年比107%の1,132億円と伸長を続けており、音楽配信市場におけるシェアで92%とさらに拡大した。他方、音楽ソフト(オーディオレコード+音楽ビデオの合計)の生産金額は、オーディオレコードが前年比102%の1,490億円、音楽ビデオが前年比75%の562億円となり、合計の年間生産金額は前年比93%の2,052億円となった。この結果、音楽ソフトの生産金額と音楽配信売上の合計は前年比97%の3,285億円となった。

また、国外について、日本政府はコンテンツを輸出基幹産業と位置付け、2023年度は約5.8兆円であったエンタメ・コンテンツ産業の輸出額を2033年までに20兆円にする目標を掲げ、「新たなクールジャパン戦略」(2024年6月発行)において海外展開力を高める様々な施策に取り組む計画を打ち出した。これに対して、音楽産業も自ら新団体「一般社団法人カルチャー・アンド・エンタテインメント産業振興会(CEIPA)」を設立し、新アワード「MUSIC AWARDS JAPAN」を軸にしたグローバル社会への情報発信や持続的な成長を目指す「MUSIC WAY PROJECT」事業などを開始した。

このような業界環境の変化を踏まえ、当協会では、担う役割3つ(①業界の収益を「伸ばす」、②違法を「なくす」、③レコード産業からのメッセージを「伝える」)に関する事業に優先度を付けて取り組んできており、令和7年度も引き続きこの方針を継続する。令和7年度の具体的な事業は以下の通りである。

## 〔事業活動〕

### [1]レコード等の普及に関すること

#### 1.「音楽CDの再販制度」の維持と弾力運用の推進

- (1)音楽文化発展の基盤である「音楽CDの再販制度」を維持するべく、必要な諸施策を実施する。
- (2)時限再販等の弾力運用を推進するとともに、ユーザーへの還元施策であるインターネット廃盤セールについて、内容の見直しも含め、開催について検討する。

#### 2.業界広報の強化

- (1)リーチサイト・リーチアプリ規制に関する令和2年改正著作権法について、特設サイト「あの音楽アプリは、もう違法。」等を主軸とした周知啓発活動を引き続き行う。
- (2)会員社若手社員が就活生向けにレコード業界の魅力を発信する合同産業セミナーについて、改善を加えながら継続実施する。
- (3)産業統計としての精度向上に資するため、生産実績・正味出荷実績、配信売上統計等、公表用の各種統計データの見直しを行う。各種認定データについても、環境や社会の変化に即した見直しと情報発信を行い、産業研究・分析、音楽ユーザーの適法利用促進に繋げる。
- (4)音楽関係5団体が発起人となり設立した新団体「一般社団法人カルチャー・アンド・エンタテインメント産業振興会(CEIPA)」が創設する新アワード「MUSIC AWARDS JAPAN」の第1回授賞式(令和7年5月)開催に向けて、運営に協力支援を行う。また、第1回の検証と第2回開催に向けての準備を進めるとともに、今後継続していくための組織・仕組み作りをCEIPA構成団体と連携して取り組む。
- (5)オフィシャルサイトのリニューアルを実施。デザインの一新とともにサイト構成を見直し、ユーザービリティ向上、タイムリーな情報発信・アクセス増に繋げる。

#### 3.需要喚起関連事業

音楽の素晴らしさや楽しさを発信し、音楽リスナーの増加と音楽を聴くライフスタイルの普及を図る総合的な施策を検討する。

#### 4.「日本ゴールドディスク大賞」の実施

令和6年度の実施結果も踏まえて、売上実績に基づくアワードとしての賞の在り方と継続について検討を行う。

#### 5.日本音楽の海外展開の促進

- (1)一般財団法人日本音楽産業・文化振興財団(JMCE)が開催する「第22回東京国際ミュージック・マーケット(TIMM)」への協力を通じ、会員各社の海外展開を支援する。

- (2)CEIPA及びTOYOTA GROUPが共創した「MUSIC WAY PROJECT」を通じて、本質的な日本音楽のグローバル化と持続的な成長を目指すため、同プロジェクトが行う「人づくり」「場づくり」に協力する。

#### 6.日本音楽の海外市場規模(売上)の把握

日本音楽の国際展開における参考資料や基礎データとするべく、日本の音楽産業(パッケージ、デジタル等)の海外売上を把握し、年次で継続的に集計及び公表する仕組みを検討する。

#### 7.RIAJセミナーの開催

会員各社へのタイムリーな情報提供を目的としたセミナーを定期的に開催する。

#### 8.音楽権利情報データベースの充実

一般社団法人音楽情報プラットフォーム協議会(MINC)の構成団体として、音楽権利情報データベースの更なる充実とデータ提供の拡大に取り組み、もって著作物等の利用促進と権利処理の円滑化を図る。

### [2]レコード等に関する調査研究およびデータの収集

#### 1.市場調査、産業統計の充実

パッケージ商品および音楽配信に関する各種産業統計データを、市場変化を踏まえた見直しを適宜図りつつ、的確な集計と迅速な公表を行う。

#### 2.音楽に関する消費者実態調査の実施

「音楽メディアユーザー実態調査」について、ユーザー動向の経年変化を把握する定点調査を実施する。「特定テーマ調査」については、令和6年度の調査結果を踏まえ、検討を行う。

### [3]レコードを通じた音楽文化の保存に関すること

録音エンジニアの技術向上と地位確立を目的とした「日本プロ音楽録音賞」の共催を継続実施する。

### [4]著作権および著作権隣接権等の普及・啓発に関すること

#### 1.音楽の違法利用を撲滅するための対策の強化

- (1)違法対策の専任組織「著作権保護・促進センター(CPPC)」において動画サイト、SNSに公開されている違法音楽ファイルの削除要請を継続して実施する。
- (2)国外サイトに関しては、国際レコード産業連盟(IFPI)との連携により削除要請の対象を拡大するとともに、中国サイトについ

ては、中国国家著作権局との連携や当協会北京代表処を通じたサイト運営事業者との協議実施等により効果的な対策を講ずる。

- (3) 国外にホスティングされているリーチサイトについて、リンク先サイバーロッカーへの削除要請と併せて、海外のサイト運営者の摘発に向けた対応を継続して実施する。
- (4) 公正な音楽市場の形成を阻害する無許諾音楽アプリの撲滅に向けた総合的な対策を継続して実施する。具体的には、アプリストアへの削除要請、広告事業者に対する違法音楽アプリで表示される広告の停止要請、アプリ開発者等に対する警告や法的措置の検討、違法ファイルへのリンク削除要請やファイル削除要請等、多角的な対策を継続実施する。
- (5) アグリゲーター（音楽配信仲介サービス）経由で行われる無許諾配信への対応を実施する。
- (6) 悪質な違法行為者の告訴等を継続して実施する。
- (7) ファイル共有ソフトの悪質利用者に対しては、発信者情報開示請求および同訴訟を活用した違法利用者の特定を行い、教育・広報啓発と損害賠償請求の両面対応を継続する。

## 2. 著作権教育・啓発活動の実施

- (1) 大学寄附講座は、昨年に引き続き法政大学で開講し、若年層のレコード産業・著作権制度に対する理解促進に努める。
- (2) 音楽が制作される過程を学び、上質な環境で音楽を楽しむ機会を提供するレコーディングスタジオ見学プログラムを引き続き実施するとともに、修学旅行生等の職場訪問受入れなど、若年層への著作権教育の機会を増大するための取り組みをオンライン対応も取り入れながら継続する。
- (3) その他、著作権教育の促進に資する活動を実施する。

## 3. レコード演奏・伝達権の創設に向けた活動

- (1) IFPIや実演家団体と連携して権利創設に向けた関係方面への働きかけを継続する。
- (2) 文化審議会の検討に参加して権利創設に向けた各論を詰めるとともに、円滑な徴収体制構築に向けた準備や利用者側との対話を進める。

## 4. 生成AIへの対応

- (1) 生成AIに関する政府審議会の検討状況を踏まえながら、関係方面への必要な働きかけを継続して実施する。
- (2) RIAJが参画している音楽関係9団体による「AIに関する音楽団体協議会」において、AIに関する課題や利活用について情報共有や必要な検討・提言を行う。

## [5] レコード等に関するデータの公表

レコード産業への理解促進と産業全体の更なるイメージ向上を図るため、機関誌、ホームページ、プレスリリース等を活用して積極的に情報発信するとともに、社会貢献活動や文化活動についても広報する。

## [6] レコード製作者に係る商業用レコードの二次使用料に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

- (1) 二次使用料を安定的に確保するために、放送・有線放送事業者との間で協議を実施し、使用料水準の維持確保に努める。
- (2) 二次使用料の放送実績分配の精度向上のため、システム改修に取り組む。

## [7] レコードに関するレコード製作者の複製権、譲渡権および送信可能化権等ならびに実演家の送信可能化権等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

### 1. 放送番組のネット配信等にかかる集中管理の取り組み

放送番組配信・ウェブキャスト（インターネット独自コンテンツの放送型配信）に係る送信可能化使用料の徴収および分配を円滑に進めるとともに、利用の拡大に取り組む。

### 2. 教育・文化・プライダル分野等のレコード利用集中管理事業の推進

- (1) 教育・文化系催事に係る一任型集中管理事業の安定化に取り組む。
- (2) プライダル分野におけるレコード利用について、一層の円滑化と権利処理促進を図る。また、適法利用に向けた利用者への啓発活動を推進するとともに、許諾を得ずにレコードを利用する事業者への対策を強化する。

## [8] レコード製作者に係る商業用レコードの公衆への貸与に係る報酬等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

貸レコード使用料等の円滑な徴収および分配に努める。

## [9] 私的録音録画補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者に係る当該補償金の受領および分配

私的録音録画補償金管理協会（sarah）の構成団体として、私的録音録画補償金制度の円滑な運用を支援するとともに、適切な分配に努める。

## [10] 授業目的公衆送信補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者等に係る当該補償金の受領および分配

授業目的公衆送信補償金等管理協会（SARTRAS）の構成団体として、授業目的公衆送信補償金制度の円滑な運用を支援するとともに、適切な分配に努める。

## [11] その他

### 1. 政府の審議会等への委員派遣および経済団体への参画等

文化審議会著作権分科会等へ委員を派遣するなど、外部の会議体等に積極的に参画し、意見を表明する。

### 2. 国内・国外の団体、機関との連携活動

国内の音楽関係団体並びにIFPIおよびアメリカレコード協会（RIAA）等海外のレコード産業団体との連携と情報交換を積極的に推進する。

### 3. 「レコード倫理審査会」の開催・運営

レコード制作者としての社会的倫理責任を果たすため、「レコード制作基準」に則り「レコード倫理審査会」を開催・運営する。

### 4. 業界規格（RIS）の制定と改正

CD等レコード商品の表示、付属品等に関する日本レコード協会規格（RIS）について必要な制定・改正を行う。

### 5. ISRC（International Standard Recording Code）の管理機関としての活動

音源の識別に利用されるISRC（国際標準レコーディングコード）の国内登録代行機関として、普及・管理に関する活動やコードの申請受付・交付等を行う。

### 6. 福祉・厚生施設へのレコード寄贈

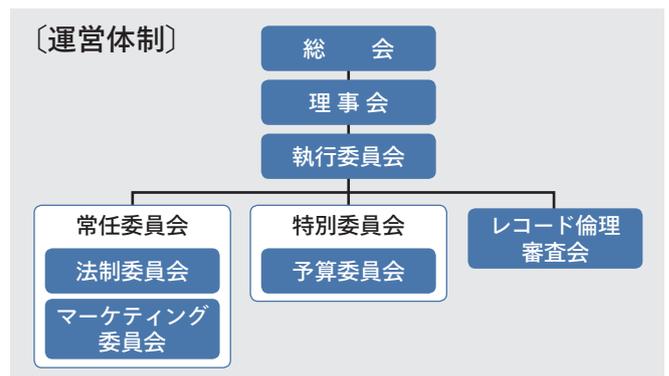
福祉厚生・療養施設（児童福祉施設、老人ホーム等）の方々に音楽を楽しんで頂く事を目的として昭和38年から毎年実施しているレコード（CD）寄贈事業を継続実施する。

### 7. 会員各社の業務の集約化（シェアードサービス）

会員各社の業務の効率化と負担軽減を図るため、集約化が考えられる業務に関する会員社ニーズを引き続き把握しながら必要な施策を推進する。

### 8. 会員社共益事業

会員社が求めるデジタルビジネスの動向等に関する情報をセミナー等を通じて提供し、国内外のビジネス展開の支援を図る。



本年度も、関係官庁並びに関係団体の協力を得て業務を推進する。

特報

# 第124回RIAJセミナー 「新入社員合同研修会・懇親会」開催



研修会の様子

4月4日、東京都港区のベルサール六本木グランドコンファレンスセンターにおいて、当協会会員社の新入社員を対象とするRIAJセミナーが開催された。

約150名が参加した研修会では、冒頭、当協会 村松会長より新入社員に向けて今年新設した国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」に触れ、「この賞を共に育て、将来どのような形で皆さんが関わっていくか期待している」との言葉が贈られた。続いて、企画・広報部 岩上部員による「レコード業界について」、著作権・契約部 石川チーフによる「レコード会社と著作権」、CPCC 岩下部員による「日本レコード協会の違法対策」をテーマとした講義が行われた。

研修会の後半には恒例の各社ごとの新入社員紹介が行われ、個性あふれる自己紹介で大いに盛り上がった。研修会終了後の懇親会では、新入社員同士で名刺交換などの交流が行われ、最後に徳間ジャパンコミュニケーションズ執行役員 業務本部 総務部 川村部長による一本締めにて閉会となった。



日本コロムビア、フェイス(フェイスグループ)



ビクターエンタテインメント



キングレコード



テイチクエンタテインメント



ユニバーサル ミュージック



日本クラウン



徳間ジャパンコミュニケーションズ



ソニー・ミュージックエンタテインメント



ポニーキャニオン



ワーナーミュージック・ジャパン



ポップ



エイベックス



フォーライフミュージックエンタテイメント



バンダイナムコミュージックライブ



キッス・エンタテインメント



トイズファクトリー

合同研修会を終えた新入社員に対してアンケートを行った。回答の一部を紹介する。

### レコード業界(会社)への志望動機

- 幼い頃から音楽が身近にあり、人生を楽しませてくれた存在だった。今度は自分が感動や喜びを世界中に届けたいという思いでレコード会社を志望した。
- 音楽ライブに魅せられた経験から、次は自分が誰かの将来を決めるようなコンテンツを制作したいと考えた。
- 音楽が人と人の共通項になることを幼少期の転校・留学経験から実感し、自らが音楽を通じて人をつなぐ共通の話題を生み出したいと感じた。
- 演歌やムード歌謡が好きで、若い世代にも演歌を聴いてもらえるような環境作りに貢献したいと考えた。
- 日本の音楽が海外で十分に知られていないことに悔しさを感じ、日本発の音楽をもっと世界に広めたいと考えた。



会長挨拶

### 研修会感想

#### 1. レコード業界について

- 日本の音楽売上が世界で2位に入っていたことに非常に驚いた。K-POPが世界中で流行している中でも、日本がパッケージ市場では世界1位ということに驚いた。
- アナログレコードが売れているという話が印象に残っている。まだまだ伸びる分野だと感じた。
- 音楽はどの時代でも求められるものだからこそ、レコード業界は消費者に合わせて形を変えていく必要があるのだと思った。
- CDレンタルは日本にしかないということに驚いた。パッケージ売上は減少しているが、物として手元に置けることに価値があるという点に共感した。
- レコードの定義からマーケットの現況まで、詳しく知ることができて面白かった。特に、日本レコード協会の役割について知らなかったことも多く、今後さらに理解を深めていきたいと思った。

#### 2. レコード会社と著作権

- 著作権についてはなんとなく理解していたが、著作隣接権という言葉はほとんど知らず、今回初めてその存在と意味を知った。レコード会社で働く以上、この権利に自分も関わるのだという自覚を持ち、今後は意識していきたい。
- レコード会社には、著作隣接者の権利が与えられていることを

初めて知った。著作者の関係性が図に表されていて、複雑な部分を大まかに理解することができた。詳細については自分で調べてみたい。

- 一見華やかなレコード業界も、法律的な土台があるからこそ成立しているということを改めて認識した。
- レコード演奏・伝達権に関する協会の取り組みが特に印象に残った。これまでは現行の著作権だけに関心を持っていたが、市場の変化から生じる法的課題について考えるきっかけになった。
- テレビ番組での音楽使用の例がとてもわかりやすく、著作権などの前提知識が乏しい自分でもイメージをつかむことができた。

### 3. 違法対策について

- 違法対策について具体的な活動内容を知る機会がなかったため、全てが印象的だった。会社単位ではなく、業界全体として問題提起していくことの重要性を改めて感じた。
- なりすましや無断転載といった行為が、業務の妨げになることを改めて認識した。より透明性のあるレコード業界になってほしいと思った。
- 配信サイトのなりすましは考えもつかないものであり、形態の変化に伴って違法な手段も増えてきていることを実感した。
- 日本レコード協会では著作権侵害への対応にシステムと人の目を併用している点が印象に残った。デジタル化が進む中、こうした取り組みの重要性が一層増していると実感した。
- 地道な対応の積み重ねによって、作品が守られていると感じた。今後、生成AIなどによって違法なアップロードやレコードが増えていくと考えられるが、日本レコード協会に所属する会員として、自身も目を光らせ、協力していこうと考えた。

### その他

- 新入社員紹介では各社の個性が際立っており、会社の雰囲気を知ることができた。これから共にこの業界を盛り上げていくことへの期待や仲間意識が芽生えた。
- 新入社員同士でどのような紹介にするかを話し合う時間がとても有意義で、今後も役立つだろうと思った。
- 参加者が共通して音楽が好きということが伝わってきて、とても心が躍った。
- 同期紹介の時間は、名前と顔を覚えるきっかけになっただけでなく、その人自身の想いや個性を知る場でもあった。
- 今後音楽業界で働く上での基礎知識を学ぶことができた。同時期に入社した他会社の人とも知り合える貴重な機会だと感じた。



懇親会の様子

# Monthly Production Report

## 2025年2月度レコード生産実績

2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93%の1,066万枚・巻、金額で同106%の161億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比90%の775万枚・巻、金額で同95%の108億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比105%の291万枚・巻、金額で同138%の53億円となっている。

### ▶ オーディオレコード

(単位)数量:千枚・巻、金額:百万円

	2月 実績						2025年1月～2025年2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	18%	0	0	12%	1	0	77%	1	0	54%
	洋	0	0	100%	0	0	100%	0	0	100%	0	0	100%
	計	0	0	19%	0	0	12%	1	0	77%	1	0	54%
12cmCD シングル	邦	1,876	24	64%	1,991	19	70%	2,946	18	59%	3,219	14	64%
	洋	58	1	8197%	57	1	9739%	59	0	4825%	58	0	5582%
	計	1,934	25	66%	2,048	19	72%	3,006	18	61%	3,277	14	65%
シングル 計	邦	1,876	24	64%	1,991	19	70%	2,948	18	59%	3,220	14	64%
	洋	58	1	8175%	57	1	9674%	59	0	4810%	58	0	5540%
	計	1,934	25	66%	2,048	19	72%	3,007	18	61%	3,278	14	65%
12cmCD アルバム	邦	4,784	62	98%	6,993	65	97%	11,606	71	156%	17,066	74	155%
	洋	805	10	147%	1,187	11	195%	1,239	8	109%	1,709	7	139%
	計	5,589	72	103%	8,180	76	104%	12,845	79	150%	18,775	81	154%
CD 計	邦	6,660	86	85%	8,984	84	89%	14,554	89	118%	20,287	88	126%
	洋	863	11	158%	1,244	12	204%	1,298	8	115%	1,767	8	144%
	計	7,523	97	90%	10,228	95	95%	15,852	97	117%	22,054	96	128%
アナログ ディスク	邦	130	2	103%	295	3	88%	237	1	101%	553	2	91%
	洋	63	1	84%	162	2	90%	127	1	87%	320	1	92%
	計	192	2	96%	458	4	89%	363	2	96%	873	4	92%
カセット テープ	邦	1	0	540%	1	0	290%	6	0	2161%	11	0	1792%
	洋	0	0	287%	0	0	258%	0	0	247%	1	0	233%
	計	1	0	408%	1	0	275%	7	0	1498%	12	0	1341%
その他	邦	10	0	22%	25	0	153%	16	0	29%	36	0	118%
	洋	21	0	106%	40	0	107%	32	0	87%	66	0	93%
	計	31	0	47%	65	1	121%	48	0	52%	102	0	100%
合計	邦	6,800	88	85%	9,305	87	89%	14,813	91	117%	20,887	91	125%
	洋	947	12	148%	1,447	13	175%	1,457	9	111%	2,153	9	131%
	計	7,747	100	90%	10,752	100	95%	16,271	100	116%	23,040	100	126%

### ▶ 音楽ビデオ

	2月 実績						2025年1月～2025年2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	1,243	43	87%	1,683	32	151%	2,456	40	92%	2,340	26	96%
	洋	102	3	488%	77	1	327%	109	2	365%	85	1	238%
	計	1,345	46	93%	1,760	33	154%	2,565	42	95%	2,425	27	98%
ブルーレイ ディスク	邦	1,559	54	118%	3,526	67	131%	3,493	57	141%	6,483	73	116%
	洋	9	0	72%	15	0	99%	18	0	106%	33	0	140%
	計	1,568	54	117%	3,541	67	131%	3,512	58	141%	6,517	73	116%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	2,801	96	102%	5,209	98	137%	5,949	98	116%	8,823	99	110%
	計	111	4	329%	92	2	236%	128	2	270%	118	1	198%
合計	邦	2,913	100	105%	5,301	100	138%	6,077	100	117%	8,941	100	111%

### ▶ 音楽ソフト（オーディオ / 音楽ビデオ 合計）

	2月 実績						2025年1月～2025年2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	7,747	73	90%	10,752	67	95%	16,271	73	116%	23,040	72	126%	
音楽ビデオ計	2,913	27	105%	5,301	33	138%	6,077	27	117%	8,941	28	111%	
合計	邦	9,602	90	89%	14,514	90	102%	20,763	93	117%	29,710	93	120%
	洋	1,058	10	157%	1,539	10	177%	1,585	7	116%	2,271	7	133%
	計	10,660	100	93%	16,053	100	106%	22,348	100	117%	31,981	100	121%

### ▶ ビデオレコード(含 音楽ビデオ)

	2月 実績						2025年1月～2025年2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	1,943	46	94%	2,458	30	119%	3,628	44	97%	3,743	27	93%
ブルーレイディスク	2,260	54	129%	5,615	70	116%	4,538	56	130%	10,103	73	100%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	4,203	100	110%	8,073	100	117%	8,165	100	112%	13,845	100	98%

### ▶ オーディオ/ビデオレコード合計

	2月 実績						2025年1月～2025年2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	7,747	65	90%	10,752	57	95%	16,271	67	116%	23,040	62	126%
ビデオレコード計	4,203	35	110%	8,073	43	117%	8,165	33	112%	13,845	38	98%
合計	11,951	100	96%	18,825	100	104%	24,436	100	115%	36,885	100	114%

備考 1. 本統計は、当協会会員の集計である。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

## 2025年3月度レコード生産実績

3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110%の1,228万枚・巻、金額で同118%の198億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比112%の921万枚・巻、金額で同124%の131億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比104%の308万枚・巻、金額で同108%の67億円となっている。

### オーディオレコード

(単位)数量:千枚・巻、金額:百万円

	3月 実績						2025年1月～2025年3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	100%	0	0	103%	2	0	81%	1	0	59%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	100%	0	0	100%
	計	0	0	100%	0	0	103%	2	0	81%	1	0	59%
12cmCD シングル	邦	2,832	31	134%	2,832	22	148%	5,778	23	82%	6,052	17	87%
	洋	1	0	6%	1	0	5%	60	0	435%	59	0	295%
	計	2,833	31	133%	2,833	22	147%	5,838	23	82%	6,110	17	87%
シングル 計	邦	2,832	31	134%	2,833	22	148%	5,780	23	82%	6,053	17	87%
	洋	1	0	6%	1	0	5%	60	0	435%	59	0	295%
	計	2,833	31	133%	2,834	22	147%	5,840	23	82%	6,112	17	87%
12cmCD アルバム	邦	5,074	55	101%	8,256	63	118%	16,680	65	134%	25,322	70	141%
	洋	994	11	132%	1,308	10	139%	2,233	9	118%	3,017	8	139%
	計	6,068	66	105%	9,564	73	121%	18,913	74	132%	28,339	78	141%
CD 計	邦	7,907	86	111%	11,088	84	125%	22,461	88	115%	31,375	87	126%
	洋	994	11	130%	1,309	10	136%	2,293	9	121%	3,076	9	140%
	計	8,901	97	113%	12,398	94	126%	24,753	97	116%	34,451	95	127%
アナログ ディスク	邦	183	2	91%	442	3	89%	419	2	96%	995	3	90%
	洋	93	1	129%	246	2	140%	220	1	101%	566	2	108%
	計	276	3	101%	688	5	102%	639	3	98%	1,561	4	96%
カセット テープ	邦	1	0	61%	3	0	76%	8	0	292%	15	0	289%
	洋	0	0	259%	1	0	214%	1	0	253%	1	0	223%
	計	2	0	73%	4	0	84%	9	0	288%	16	0	283%
その他	邦	5	0	16%	5	0	39%	21	0	24%	41	0	94%
	洋	23	0	103%	47	0	111%	55	0	93%	113	0	99%
	計	28	0	52%	53	0	93%	76	0	52%	154	0	98%
合計	邦	8,096	88	110%	11,539	88	123%	22,909	90	114%	32,426	90	124%
	洋	1,111	12	129%	1,603	12	136%	2,568	10	118%	3,757	10	133%
	計	9,206	100	112%	13,142	100	124%	25,477	100	115%	36,182	100	125%

### 音楽ビデオ

	3月 実績						2025年1月～2025年3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	1,195	39	108%	2,253	34	123%	3,651	40	97%	4,593	29	107%
	洋	13	0	74%	15	0	83%	123	1	256%	100	1	186%
	計	1,208	39	108%	2,268	34	123%	3,774	41	99%	4,693	30	108%
ブルーレイ ディスク	邦	1,857	60	102%	4,372	66	101%	5,350	58	124%	10,855	70	110%
	洋	12	0	159%	27	0	142%	31	0	122%	60	0	141%
	計	1,869	61	102%	4,399	66	102%	5,381	59	124%	10,915	70	110%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	3,052	99	104%	6,625	99	108%	9,001	98	112%	15,448	99	109%
	計	26	1	100%	42	1	114%	153	2	210%	160	1	166%
合計	邦	3,078	100	104%	6,667	100	108%	9,154	100	112%	15,608	100	109%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	3,078	100	104%	6,667	100	108%	9,154	100	112%	15,608	100	109%

### 音楽ソフト(オーディオ / 音楽ビデオ 合計)

	3月 実績						2025年1月～2025年3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	9,206	75	112%	13,142	66	124%	25,477	74	115%	36,182	70	125%	
音楽ビデオ計	3,078	25	104%	6,667	34	108%	9,154	26	112%	15,608	30	109%	
合計	邦	11,148	91	108%	18,164	92	117%	31,911	92	114%	47,874	92	119%
	洋	1,136	9	128%	1,645	8	135%	2,721	8	121%	3,917	8	134%
	計	12,284	100	110%	19,809	100	118%	34,632	100	114%	51,790	100	120%

### ビデオレコード(含 音楽ビデオ)

	3月 実績						2025年1月～2025年3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	1,834	44	103%	3,292	35	118%	5,462	44	99%	7,034	30	103%
ブルーレイディスク	2,304	56	101%	6,221	65	97%	6,842	56	118%	16,324	70	99%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	4,138	100	102%	9,513	100	104%	12,303	100	109%	23,358	100	100%

### オーディオ / ビデオレコード合計

	3月 実績						2025年1月～2025年3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	9,206	69	112%	13,142	58	124%	25,477	67	115%	36,182	61	125%
ビデオレコード計	4,138	31	102%	9,513	42	104%	12,303	33	109%	23,358	39	100%
合計	13,344	100	109%	22,655	100	115%	37,781	100	113%	59,540	100	114%

備考 1. 本統計は、当協会会員の集計である。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

## 2025年2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			
UDAGAWA GENERATION	櫻坂46	2025.02.19	ソニー・ミュージックレーベルズ
●プラチナ			
とくべチュ、して／ 恋人以上、好き未満	=LOVE	2025.02.26	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
Welcome Strangers ～2nd IS:SUE～	IS:SUE	2024.11.13	ユニバーサル ミュージック
Do-Did-Done／あゝ君に転生	BEYOOOOONDS	2025.01.29	アップフロントワークス (ゼティマ)
Spacecraft / Sailing	BE:FIRST	2025.02.05	エイベックス・ミュージック・ クリエイティヴ

アルバム   邦楽			
●●ダブル・プラチナ			
GOLD	SixTONES	2025.01.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
●プラチナ			
D.N.A	A え! group	2025.02.18	ユニバーサル ミュージック
AWAKE	NiziU	2025.02.05	ソニー・ミュージックレーベルズ

アルバム   洋楽			
●ゴールド			
PLAVE 3rd Mini Album 'Caligo Pt.1'	PLAVE	2025.02.28	VLAST
DETOX	ONE OK ROCK	2025.02.21	ワーナーミュージック・ジャパン

ビデオ   邦楽			
●ゴールド			
ゼンジン未到とヴェルトラウム ～銘銘編～	Mrs. GREEN APPLE	2025.02.26	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			
●プラチナ			
夢見る少女じゃいられない	相川七瀬	2005.11.09	エイベックス・ミュージック・ クリエイティヴ
イマジネーション	SPYAIR	2014.04.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
沈丁花	DISH//	2021.10.24	ソニー・ミュージックレーベルズ
イントゥ・ジ・アンノウン～心の ままだに	松たか子, オーロラ	2019.11.16	ユニバーサル ミュージック
Soranjī	Mrs. GREEN APPLE	2022.10.18	ユニバーサル ミュージック

※日付は配信開始日

### ●ストリーミング認定

トラック   邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
Magic	Mrs. GREEN APPLE	2023.06.13	ユニバーサル ミュージック
あの夢をなぞって	YOASOBI	2020.01.18	ソニー・ミュージック エンタテインメント
●●ダブル・プラチナ			
ウタカタラバイ (ウタ from ONE PIECE FILM RED)	Ado	2022.08.06	ユニバーサル ミュージック
花束のかわりにメロディーを	清水 翔太	2015.10.28	ソニー・ミュージックレーベルズ
silent	SEKAI NO OWARI	2020.10.21	ユニバーサル ミュージック

### ●認定基準 (ゴールドディスク/ダウンロード)

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

●プラチナ			
ビンテージ	Official髭男dism	2019.10.09	ポニーキャニオン
よふかしのうた	Creepy Nuts	2018.12.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
恋唄	清水 翔太	2021.05.19	ソニー・ミュージックレーベルズ
ファタール - Fatal	GEMN	2024.07.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
フィクション	sumika	2018.12.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
鬼ノ宴	友成空	2024.01.10	エイベックス・ミュージック・ クリエイティヴ
君の恋人になったら	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
ロマンスの神様	広瀬 香美	2013.07.02	ビクターエンタテインメント
Boom Boom Back	BE:FIRST	2023.02.13	エイベックス・ エンタテインメント
AS IF IT'S YOUR LAST -KR Ver.-	BLACKPINK	2017.06.22	エイベックス・ エンタテインメント
Dear	Mrs. GREEN APPLE	2024.05.20	ユニバーサル ミュージック
アドベンチャー	YOASOBI	2023.02.15	ソニー・ミュージック エンタテインメント
me me she	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック

●ゴールド			
心得	Uru	2023.05.01	ソニー・ミュージックレーベルズ
SHAMROCK	UVERworld	2012.09.01	ソニー・ミュージックレーベルズ
WOW WAR TONIGHT～時には 起こせよムウメント～ (TWO MILLION MIX)	H Jungle With t	2017.07.05	エイベックス・ エンタテインメント
名前のない怪物	EGOIST	2014.06.30	ソニー・ミュージックレーベルズ
Dolphin	OH MY GIRL	2020.04.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
ねっこ	King Gnu	2024.10.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
二人セゾン	櫻坂46	2016.11.30	ソニー・ミュージックレーベルズ
アンビバレント	櫻坂46	2018.08.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
私以外私じゃないの	ゲスの極み乙女。	2015.04.22	ワーナーミュージック・ジャパン
歌舞伎町の女王	椎名 林檎	2018.05.27	ユニバーサル ミュージック
Good Life	清水 翔太	2018.06.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
Love seeker	JO1	2024.05.12	LAPONE ENTERTAINMENT
Who	JIMIN	2024.07.19	ユニバーサル ミュージック
群青日和	東京事変	2016.08.22	ユニバーサル ミュージック
SWEET NONFICTION	NiziU	2024.03.14	ソニー・ミュージックレーベルズ
ワガママ	Nissy(西島隆弘)	2014.11.26	エイベックス・ エンタテインメント
チャンカパーナ	NEWS	2024.09.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
裸足でSummer	乃木坂46	2016.11.02	ソニー・ミュージックレーベルズ
Voyage	浜崎 あゆみ	2012.09.28	エイベックス・ エンタテインメント
fish	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
1999	羊文学	2018.12.05	felicity
膚	My Hair is Bad	2022.04.01	ユニバーサル ミュージック
サママ・フェスティバル!	Mrs. GREEN APPLE	2016.06.15	ユニバーサル ミュージック
我達人	Mrs. GREEN APPLE	2017.07.18	ユニバーサル ミュージック
アポロドロス	Mrs. GREEN APPLE	2024.07.03	ユニバーサル ミュージック
ダーリン	Mrs. GREEN APPLE	2025.01.20	ユニバーサル ミュージック
ゴミ人間、俺	ヤングスキニー	2023.03.15	ビクターエンタテインメント
HONEY	L'Arc〜en〜Ciel	2019.12.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
crossing field	LiSA	2013.10.30	ソニー・ミュージックレーベルズ

トラック   洋楽			
●プラチナ			
Thinking Out Loud	Ed Sheeran	2014.06.18	ワーナーミュージック・ジャパン
●ゴールド			
Wolves	Selena Gomez, Marshmello	2017.10.25	ユニバーサル ミュージック
Teeth	5 Seconds of Summer	2019.08.22	ユニバーサル ミュージック
Talking to the Moon	Bruno Mars	2011.04.12	ワーナーミュージック・ジャパン

※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

## 2025年3月度

### ●ゴールドディスク認定

#### シングル | 邦楽

●●●トリプル・プラチナ			
SEVENTEEN JAPAN 4TH SINGLE「消費期限」	SEVENTEEN	2024.11.27	HYBE JAPAN

●●ダブル・プラチナ			
ネーブルオレンジ	乃木坂46	2025.03.26	ソニー・ミュージックレーベルズ

●プラチナ			
Tick tack zack	SKE48	2025.03.12	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ
HEART	King & Prince	2025.03.12	ユニバーサル ミュージック
Scars / ソリクン -Japanese ver.-	Stray Kids	2021.10.13	ソニー・ミュージックレーベルズ
バリア	SixTONES	2025.03.19	ソニー・ミュージックレーベルズ
Doki it	なにわ男子	2025.02.26	ストームレーベルズ

●ゴールド			
理想郷	ICEx	2025.02.26	ビクターエンタテインメント
Say I do / Tokyo Crazy Night	Travis Japan	2025.03.05	ユニバーサル ミュージック

#### アルバム | 邦楽

●プラチナ			
THANK YOU SO MUCH	サザンオールスターズ	2025.03.19	ビクターエンタテインメント
ロッキンボ殺し	マキシマム ザ ホルモン	2005.03.02	パップ

●ゴールド			
Unity	Mrs. GREEN APPLE	2022.07.08	ユニバーサル ミュージック
MOMENTUM	ROF-MAO	2025.03.26	RFMO Records

#### アルバム | 洋楽

●ゴールド			
LE SSERAFIM 5th Mini Album 'HOT'	LE SSERAFIM	2025.03.15	SOURCE MUSIC

※日付は発売日

### ●ダウンロード認定

#### シングルトラック | 邦楽

●●ダブル・プラチナ			
ココロオドル -original version-	nobodyknows+	2005.04.06	ソニー・ミュージックレーベルズ

●プラチナ			
タッチ	岩崎 良美	2005.09.07	ポニーキャニオン

●ゴールド			
Plazma	米津玄師	2025.01.20	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

◆◆ダブル・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

◆ダイヤモンド			
高嶺の花子さん	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
インフェルノ	Mrs. GREEN APPLE	2019.07.18	ユニバーサル ミュージック

●●●トリプル・プラチナ			
美しい鱈	スピッツ	2023.04.10	ユニバーサル ミュージック
ヒロイン	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
ブルーベリー・ナイフ	マカロニえんぴつ	2019.02.13	TALTO / murffin discs
ロマンチズム	Mrs. GREEN APPLE	2019.03.15	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

#### 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	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ダイヤモンド	ダブル・ダイヤモンド
基準	5千万以上	1億以上	2億以上	3億以上	5億以上	10億以上

集計対象音楽ストリーミングサービス: Amazon Music Prime、Amazon Music Unlimited、Apple Music、au スマートパスプレミアムミュージック、AWA、KKBOX、LINE MUSIC、Rakuten Music、Spotify、YouTube Music、YouTube Music Premium 次の終了済サービスの再生回数も累積して集計しています。dミュージック月額コース、Google Play Music、HMVmusic powered by KKBOX、RecMusic、TOWER RECORDS MUSIC powered by レコチョク

【基準単位】ストリーム数:数量は、NIQ/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

#### ●●ダブル・プラチナ

あなたがいることで	Uru	2020.02.09	ソニー・ミュージックレーベルズ
Stand By You	Official髭男dism	2018.10.01	ポニーキャニオン

#### ●プラチナ

Bunny Girl	AKASAKI	2024.10.02	ユニバーサル ミュージック
かわいいだけじゃだめですか?	CUTIE STREET	2024.09.09	アソビミュージック
二度寝	Creepy Nuts	2024.01.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
ボイスメモ No. 5	ちゃんみな	2020.01.17	ワーナーミュージック・ジャパン
何度でも	DREAMS COME TRUE	2017.10.02	ユニバーサル ミュージック
FANTASTIC BABY	BIGBANG	2015.07.01	エイベックス・エンタテインメント
若者のすべて	フジファブリック	2016.04.14	ユニバーサル ミュージック
ビターバカンス	Mrs. GREEN APPLE	2024.11.29	ユニバーサル ミュージック
セブティーン	YOASOBI	2023.03.27	ソニー・ミュージックエンタテインメント
UNDEAD	YOASOBI	2024.07.01	ソニー・ミュージックエンタテインメント
会心の一撃	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック

#### ●ゴールド

LOVE SCENARIO -KR Ver.-	iKON	2018.01.27	エイベックス・エンタテインメント
First Love (2022 Mix)	宇多田 ヒカル	2022.12.09	ユニバーサル ミュージック
Touch off	UVERworld	2019.02.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
日常	Official髭男dism	2023.09.13	ポニーキャニオン
コネクト	ClariS	2013.10.30	ソニー・ミュージックレーベルズ
DEPARTURES(ALBUM MIX)	globe	2015.02.23	エイベックス・エンタテインメント
モス	サカナクション	2019.08.21	ビクターエンタテインメント
東京VICTORY	サザンオールスターズ	2019.12.20	ビクターエンタテインメント
Nxde	(G)I-DLE	2022.10.17	ユニバーサル ミュージック
渚	スピッツ	2019.10.09	ユニバーサル ミュージック
風になる	つじあやの	2013.03.26	ビクターエンタテインメント
Tokyo Drift (Fast & Furious) - From "The Fast And The Furious: Tokyo Drift"	TERIYAKI BOYZ	2019.10.25	ユニバーサル ミュージック
Always	西野 カナ	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
君って	西野 カナ	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
瞳惚れ	Vaundy	2022.10.28	SDR
DRIP	BABYMONSTER	2024.11.01	ソニー・ミュージックレーベルズ
アポロ	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
ライオン	May'n / 中島愛	2013.07.02	ビクターエンタテインメント
HELLO	YUI	2014.04.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
Plazma	米津玄師	2025.01.20	ソニー・ミュージックレーベルズ
Driver's High	L'Arc〜en〜Ciel	2019.12.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
STRANGER	LEX, Only U, Yung sticky wom	2021.07.21	Mary Joy Recordings

#### トラック | 洋楽

●ゴールド			
Photograph	Ed Sheeran	2014.06.20	ワーナーミュージック・ジャパン
Castle on the Hill	Ed Sheeran	2017.01.06	ワーナーミュージック・ジャパン
Bad Day	Daniel Powter	2012.07.03	ワーナーミュージック・ジャパン
Delusion:All	ONE OK ROCK	2024.07.12	ワーナーミュージック・ジャパン

※日付は配信開始日

## 協会からのお知らせ

当協会は、『日本のレコード産業2025』の英語版である『RIAJ YEARBOOK 2025』を発行いたしました。本誌は、2024年のレコード産業の概要を網羅したA4判24ページの小冊子で、日本語版同様、レコードの生産実績、音楽配信売上、新譜・カタログ数、ミリオン認定などの情報を幅広く掲載しています。



▶ 日本のレコード産業

<https://www.riaj.or.jp/f/e/issue/industry/>

## 編集後記

今号では、新入社員合同研修会をご紹介します、参加者のワクワクした表情に、こちらでも元気をもらいました。一方、当協会では中高生を対象とした職場訪問も行っており、春の訪問が始まりました。昨年の訪問では、レコード業界や著作権についての説明の後、学生から「これからの社会で求められる力とは？」という質問があり、思わず自分を振り返る機会となりました。後日、自分が求める社会について綴られた希望に満ちたお礼状が届き、ふと、いつかこの訪問がレコード業界を志すきっかけとなり、またこうして新入社員の姿として誌面で紹介できたら…と、そんな未来を思い描きました。(T)

THE RECORD No.757 2025年5・6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 佐藤 朝昭

発行日 2025年5月26日

発行 一般社団法人 日本レコード協会

〒106-0032

東京都港区六本木1-8-7 MFPR六本木麻布台ビル13階

TEL. 03-5575-1301(代) FAX. 03-5575-1313(代)

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シル

■当機関誌へのご意見・ご感想がございましたら  
当協会公式サイト (URL: <https://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください



エルマークキャラクター  
エルマーくん