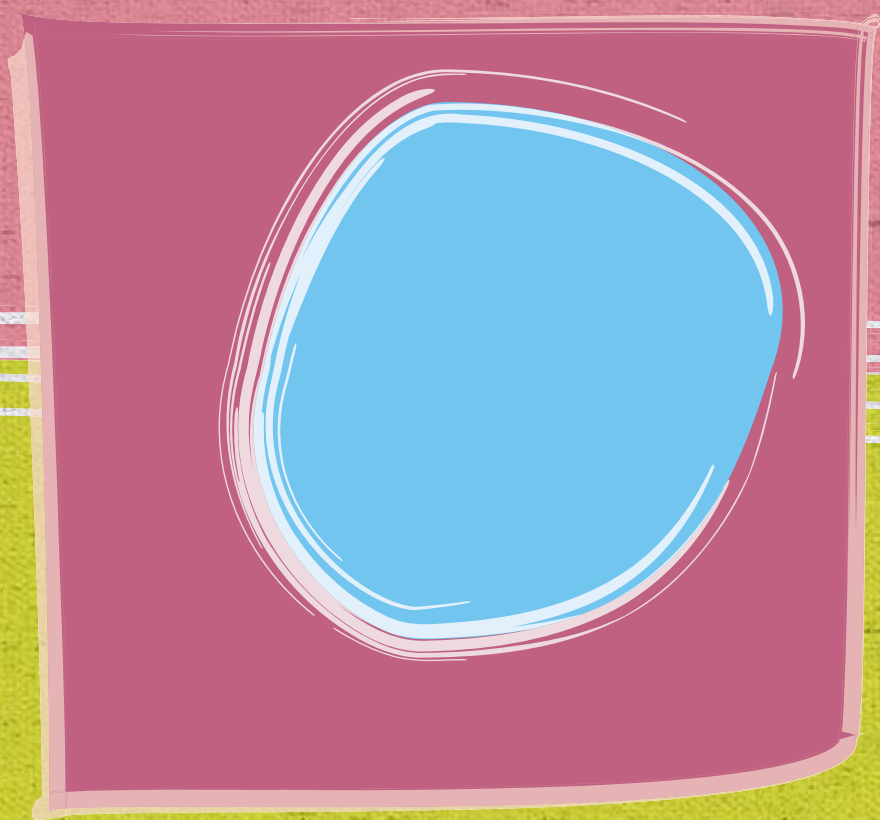


2010 Vol.605
04

The Record



2009年度音楽メディアユーザー実態調査公表



一般社団法人 日本レコード協会



Contents

Monthly News Digest	1
特 集	
2009年度音楽メディアユーザー実態調査公表	3
平成22年度事業計画	7
公正取引委員会へ再販弾力運用報告書を提出	9
特 報	
「映画盗撮防止キャンペーン」第2弾CMに参加!	10
PICK UP	11
私の一枚	12
Monthly Production Report	13
GOLD DISC	14

3/01

海外サーバのオンライン ストレージサービスを悪用し た音楽の不正アップロードで 初の逮捕者

3月1日、北海道警察生活安全課および札幌中央署は、海外にサーバがあるオンラインストレージサービスを利用して権利者に無断で音楽を公開していたとして、愛知県豊田市在住の男性(46歳)を著作権法違反の容疑で逮捕した。

この男性はアメリカにサーバがあるオンラインストレージサービスを利用して、ビクターエンタテインメント(株)、ユニバーサル ミュージック合同会社およびエイベックス・エンタテインメント(株)が著作権隣接権を有するレコードを公開した上、それらの公開先のURLを「曲貼り精鋭達のたまり場 (<http://jetboys.alink7.uic.to/>)」という掲示板に掲載し、不特定多数がダウンロードできる状態にしていた。警察の調べに対し、被疑者は容疑を認めている。

なお、海外オンラインストレージサービスを利用した音楽の著作権等侵害事犯の逮捕は国内で初めてのことである。

※ オンラインストレージサービス:インターネットに接続されたサーバにデジタルデータ(ファイル)を蔵置することにより、パソコン等を使っての公衆からのアクセスを可能とするサービス

3/02

第24回RIAJセミナー開催 「デジタルコミュニケーション 時代のプロモーション戦略に ついて」

3月2日、東京都新宿区の日本青年館において、当協会は第24回RIAJセミナー

を開催した。

今回のセミナーでは、(株)三菱総合研究所 社会システム研究本部 中村秀治主席研究員を講師に迎え、「デジタルコミュニケーション時代のプロモーション戦略について～WEBのその先へ」をテーマに講義が行われた。会場には、会員社の宣伝担当者を中心に総勢120名が集まり、熱心に耳を傾けた。



3/03

神奈川県警察本部と神奈川県 戸部警察署に感謝状贈呈

3月3日、当協会は神奈川県警察本部および神奈川県戸部警察署を訪問し、海賊版音楽CD販売事件の捜査に対して感謝状を贈呈した。この事件は、インターネットオークションを利用して音楽CDの海賊版CD-Rを販売していたもので、43歳の男性が著作権法違反の容疑で逮捕され、有罪が確定したものである。

この日、当協会の高杉理事・事務局長から一連の捜査に対し、神奈川県警察本部生活安全部生活経済課長の五味警視およ



当協会高杉理事・事務局長から
神奈川県戸部警察の山田署長に感謝状を贈呈



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

び神奈川県警戸部警察署長の山田警視正に感謝状が贈呈された。山田警視正および五味警視は、今後も著作権侵害関連事件の取り締まりをより一層強化することを力強く表明された。

3/04

音楽関係6団体 「やめよう!違法ダウンロード」 キャンペーン

3月4日から、当協会を含む音楽関係6団体は、「やめよう!違法ダウンロード」キャンペーンを実施した。

音楽関係6団体は、(社)私的録音補償金管理協会(sarah)の共通目的基金の助成を受け、音楽創造のサイクルを破壊する音楽の違法利用の防止を目的に、平成13年度よりキャンペーンを実施している。

今年度は、「やめよう!違法ダウンロード」キャンペーンと題し、2010年3月4日～3月31日の間、本年1月1日に施行された改正著作権法30条、およびレコード会社・映像製作会社が許諾した正規の音楽・映像配信に表示される「エルマーク」のユーザー認知の向上、合法的音楽配信サイト利用の促進を目的に、PC・モバイルの特設サイト上で展開した。

当協会からのお知らせ

4/1より 「一般社団法人 日本レコード協会」 として事業開始

当協会は、平成22年4月1日より、「一般社団法人日本レコード協会」として事業を開始しました。

昨年12月2日、当協会は、内閣府に対し、「一般社団法人への移行認可申請」を行い、以降、内閣府公益認定等委員会事務局との間で申請内容の確認作業を進めてきました。

その結果、平成22年3月26日、「社団法人日本レコード協会の平成21年12月2日付申請に対し、一般社団法人として認可する」旨の鳩山由紀夫内閣総理大臣名の認可書が発行されました。これを受けて、同年4月1日、法務局へ設立登記の申請を行い受理されました。

なお、当協会の事業目的・事業内容については、今回の一般社団法人への移行に伴う大きな変更はありません。

「日本のレコード産業2010」発行

当協会は、「日本のレコード産業2010」を発行した。本誌は、2009年のレコード産業の概要を網羅したA4判28頁の小冊子で、レコードの生産実績、有料音楽配信売上、新譜・カタログ数、ミリオンセラー、世界売上等を幅広く掲載している。なお、本書の英語版「RIAJ Yearbook 2010」は近日中に発行予定である。本誌のPDF版については、当協会ホームページ(<http://www.riaj.or.jp/>)に掲載。



●●● 会員社のお知らせ ●●●

■ 社名変更(4月1日付)

社名: クラウン徳間ミュージック販売株式会社
(賛助会員)

[旧: 株式会社ファーストディストリビューション]

※住所、電話番号は変更なし

第428回理事会(平成22年3月度)議案 [3月26日開催]

■ 審議事項

1. 平成22年度事業計画書(案)の件
 2. 平成22年度収支予算書(案)の件
 3. 私的録音録画補償金手数料率変更(案)の件
 4. ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害対策協議会入会の件
 5. 平成22年4月以降の委員会体制(案)の件
 6. 予算委員会設置の件
- 以上6件、いずれも承認された。

■ 名義使用申請に関する報告

1. 第23回「日本民謡フェスティバル2010」協賛名義使用依頼について
2. 「サラウンドの日・体感視聴会」後援名義使用依頼について

■ 報告事項

1. 法制委員会関係
 - (1) 私的録音録画補償金関係報告
 - (2) 下請法セミナー(3/1)実施報告
2. 二次使用料委員会関係
 - (1) 放送二次使用料実績分配への移行に伴う分配ルールの見直しについて
3. 情報・技術委員会関係
 - (1) 「違法音楽配信対策協議会」の検討状況について
4. その他報告
 - (1) (株)ジャパン・ミュージック・ギフトカード関係報告
 - (2) 日本音楽家ユニオンとの協議について
 - (3) 一般社団法人への移行認可について

第128回通常総会議案 [3月26日開催]

■ 審議事項

1. 平成22年度事業計画書(案)の件
 2. 平成22年度収支予算書(案)の件
- 以上2件、いずれも承認された。

2009 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CD、有料音楽配信等の購入者の実態、および背景にあるユーザーの意識やデジタル化・関連ハード等音楽を取り巻く環境の変化を明らかにすることを目的として、1986年以来毎年、音楽メディアのユーザー実態調査を実施している。24回目となる今年度は、昨年度までと調査方法および調査対象を変更し、全国5,024名を対象にインターネットアンケートにて行った。メインテーマは、「地域間の音楽消費の特性」とし、サブテーマとして2008年度報告書に記載した仮説「思い出し買いという購入スタイル※」を取り上げた。

本誌の特集では、市場概要およびメインテーマを中心にダイジェストで紹介する。

今年度調査結果の特徴として、音楽に対する認知・興味・購入のきっかけで「アーティストの公式サイト(ブログ以外)」がどの段階においても高い割合を占めていることがあげられる。特に新品CDの購入きっかけにおいては、テレビを抑え1位となった。また、若年層の男性においては、認知のきっかけで「動画配信サイト(YouTube・ニコニコ動画等)」が非常に高い割合を占めている。

マーケットシェアでは、従来からのパッケージのシェアに加え、今年度よりインターネット配信・着うたフル®のシェアについても調査した。パッケージの年代別マーケットシェアは、従来の傾向通り30～40代が最大の割合を占めている。インターネット配信・着うたフル®のマーケットシェアにおいても最大の割合を占めたのは30～40代だが、インターネット配信では男性30～40代、着うたフル®では女性20～30代のシェアが高いなど、性年代別に見ると違いが表れた。

メインテーマである「地域間の音楽消費の特性」では、特筆すべき大きな差は地域間に存在しないという結果が得られた。

サブテーマである「思い出し買いという購入スタイル」では、過去半年間におけるCDの買い方で、「思い出し買い」をしたことがあると答えた人が36.1%という結果が得られた。

※ 店舗に行った際に、欲しかったCDを思い出して購入

調査実施概要

調査対象者： 12～69歳男女(中学生は親の代理回答)

調査エリア： 全国

調査方法： インターネットアンケート調査

調査日時： 2009年9月2日～7日

	北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国・九州	合計
中学生	83	126	92	114	82	497
高校生	147	124	136	137	134	678
大学生・専門生	143	125	159	124	169	720
20代社会人	125	124	127	122	125	623
30代	125	127	125	125	124	626
40代	126	126	122	125	125	624
50代	124	129	123	125	125	626
60代	123	128	129	124	126	630
合計	996	1,009	1,013	996	1,010	5,024

※ ウェイトバック集計について

実際の人口構成は地域、年代によってバラつきがあるため人口構成比に合わせるために係数をかける、「ウェイトバック」と呼ばれる統計手法を用いる。

■ 地域区分

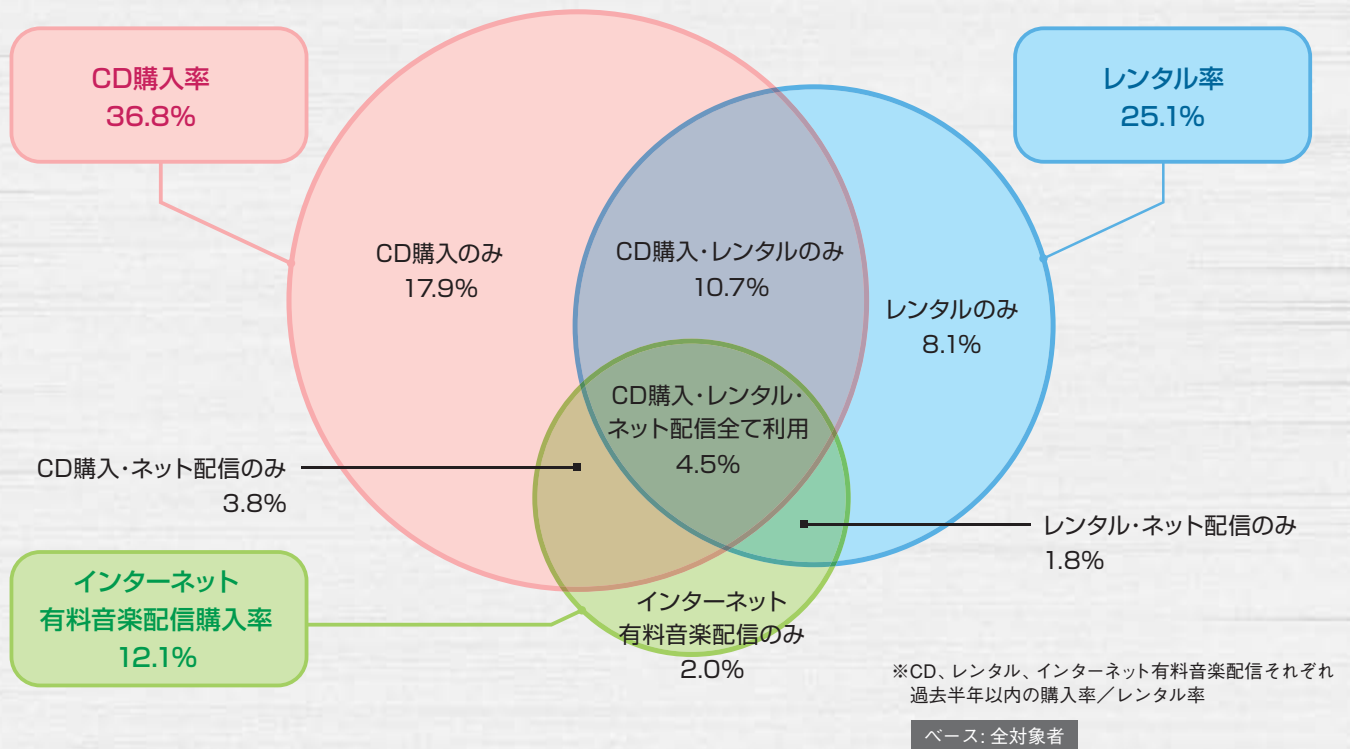
北海道・東北	北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
関東	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川
中部	新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知
近畿	三重、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国・四国・九州	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知、福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

※ 都市部の定義は「政令指定都市+東京23区」とする

詳細な報告書をご希望される方は、当協会ホームページ(URL:<http://www.riaj.or.jp/>)よりダウンロードされるか、当協会広報部までお問い合わせ下さい。

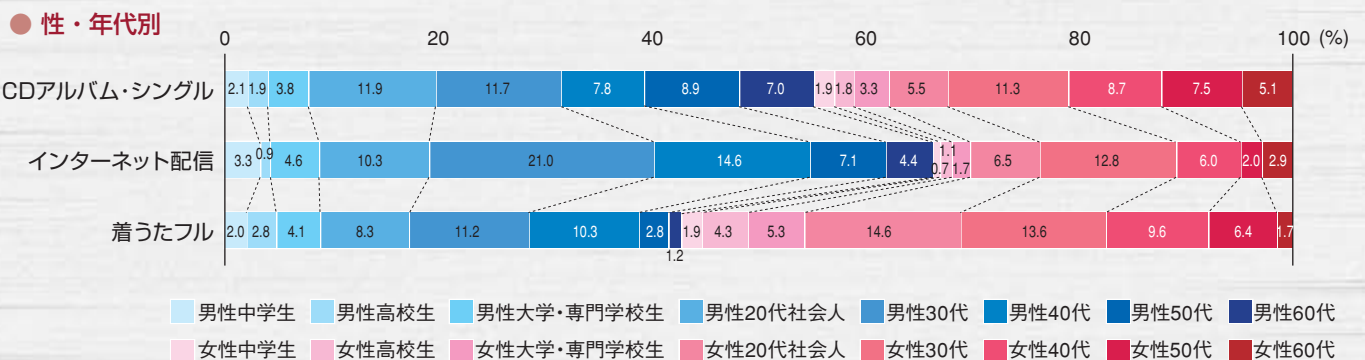
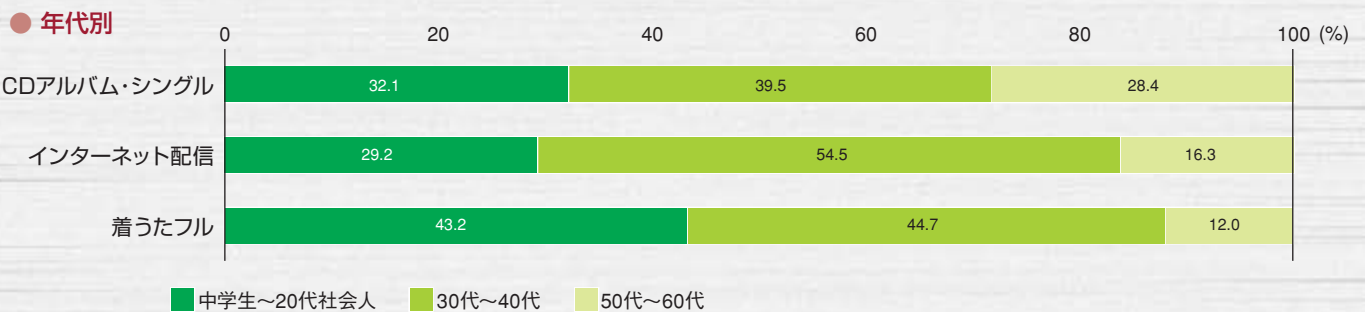
CD購入・レンタル利用・インターネット有料音楽配信購入の割合

CD購入率は36.8%。レンタル率は25.1%、インターネット有料音楽配信購入率は12.1%である。



年代別推定マーケットシェア

CD、インターネット配信、着うたフル、それぞれで購入者の層が異なる。



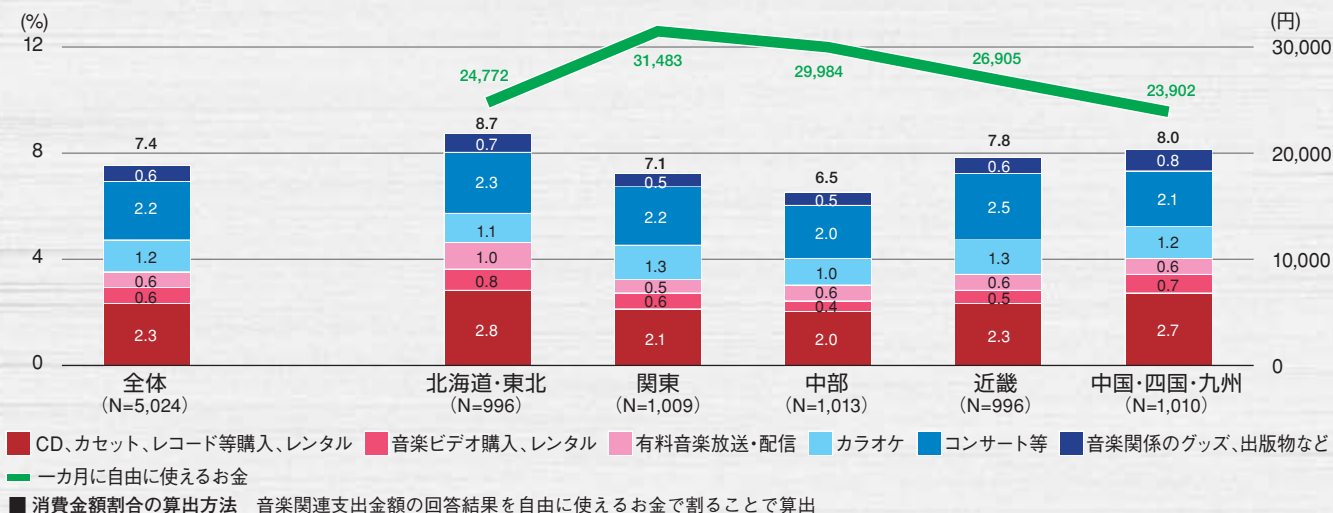
■ 推定マーケットシェアの算出方法 (2009年)

性・年代別、居住地域別のアルバム・シングル年間平均購入枚数(中古盤・輸入盤・インディーズ盤などを含む)をそれぞれ、＜平均単価アルバム1枚＝1285円、シングル1枚＝728円(RIAJ統計より算出)＞とした上で総計を出し、そこから各性・年代、各地域それぞれの全体に対する比率を算出した。

出所) 総務省統計局 平成20年10月1日時点 推計人口より作成

音楽に対する消費金額（地域別）

一カ月に自由に使える金額には地域差が見られるものの、音楽商品に対する消費金額の割合については1～2%の差異しか見られず、ほぼ違いはないと言える。



音楽CDの購入経路（地域別）

購入チャネルの利用状況やニーズに特徴がある地域（近畿/中国・四国・九州）に関しては、各地域ごとに適した店舗戦略を検討する必要がある。

認知～購入のきっかけの特徴		店舗に対するニーズ	
北海道・東北	特徴なし	CD・レコード店が中心	休日によく行く場所にある店舗を利用。 ポイント制度を重視する割合が高い。
関東	他に比べ、テレビ番組・CMがきっかけとなりやすい。	CD・レコード店が中心	最寄り駅の近くの店舗を利用。 (通勤・通学時に利用できるというアクセスの良さも重視)
中部	音楽番組やアーティストのブログなど、アーティストから発信される情報がきっかけとなりやすい。	レンタル店、CD・レコード店が中心	品揃え、アクセスの良さを重視(結果的に自宅の周辺での購入率が高い) 試聴機の数や試聴できる曲数を重視
近畿	CDや聴取機による聴取など、実際の音源や商品を見る・聴くことがきっかけとなりやすい。	CD・レコード店が中心	店員の接客態度や店舗の清潔さを重視
中国・四国・九州	アーティストの公式サイトがきっかけとなりやすい。	レンタル店、アマゾンが中心	店員の接客態度や営業時間帯、店舗の清潔さ、スペースの広さを重視。

音楽メディアユーザー実態調査編集に携わった当協会マーケティング委員会 統計調査WT委員より今回の調査の結果に対してコメントをいただいた。

株式会社ティチクエンタテインメント
営業部 営業部長
矢追寿一

メインテーマの地域差に関する分析結果で、音楽に対する金額・情報の入手経路等、差がほとんどないという結果が印象的だった。昔はインターネットもなく、テレビも映る局数に違いがあったが、今ではそういう差もほとんどなくなっているであろう。又、TSUTAYAが全国各地に展開し、そこから情報を得られるようになったという影響も大きいのではないかとと思う。

株式会社ポニーキャニオン
音楽事業本部
音楽マーケティング部 部長
永瀬智人

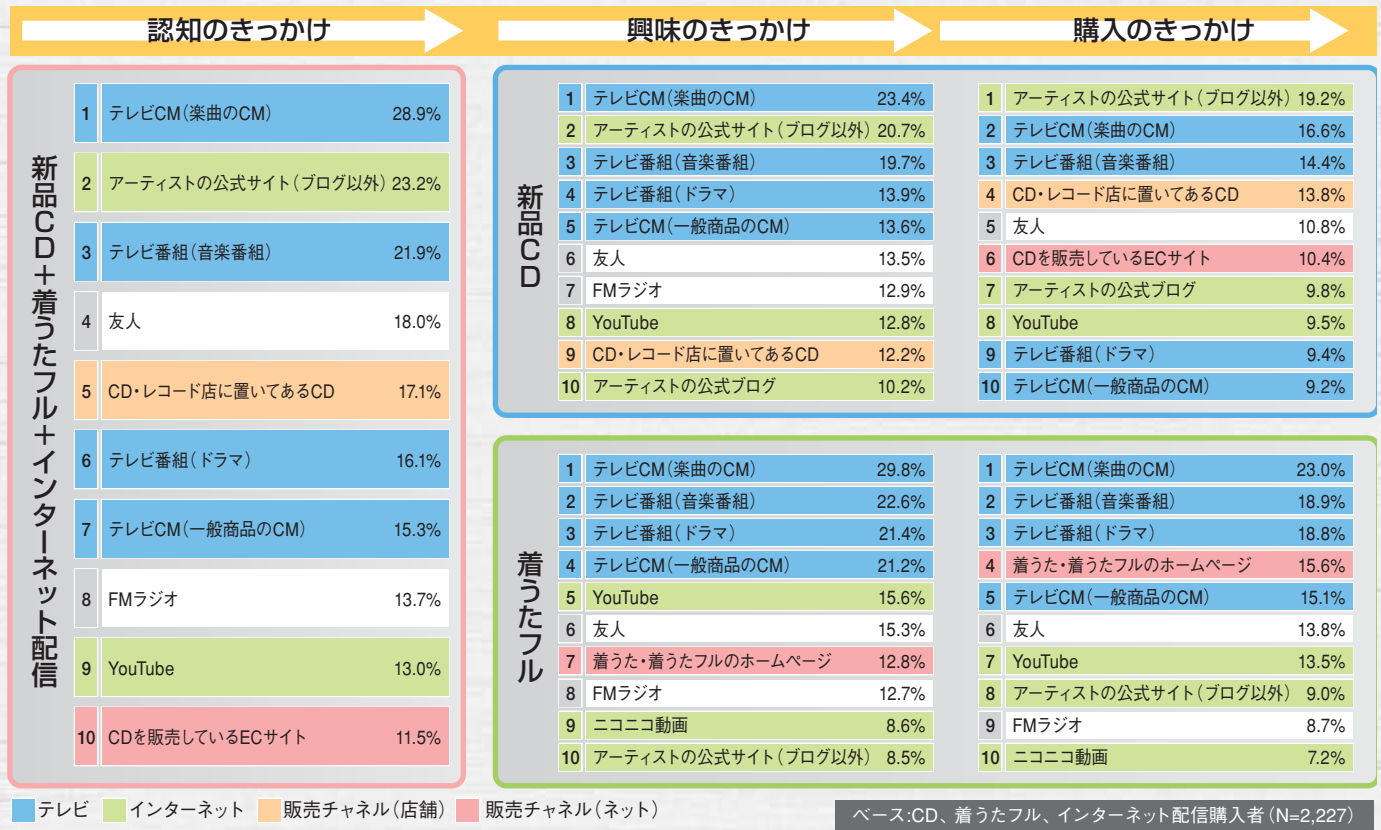
YouTube、ニコニコ動画等の動画配信サイトが認知・興味・購入のどの段階においても大きな影響力を持っているということがわかった。では、これらの動画配信サイトは、購入のきっかけになるのか？それとも、購入を阻害する要因となるのか？調査の結果だけでなく、レコード協会としてはどちらと判断しているのかというスタンスを明確にしていく必要があると思う。

日本クラウン株式会社
マーケティング本部長 兼
販売促進部長 兼 商品管理部長
片岡恵介

マーケットシェアの調査結果で、インターネット配信及び着うたフル®は中学生～20代社会人で6割程度を占めているのではないかと予想していた。その為、30代以上のマーケットシェアがこれほど高いというのは想定していなかった。もしかしたら、若年層がそれだけ買っていない、つまり、違法に流れていることを表しているデータなのではないかと感じた。

新品CD・着うたフル・インターネット配信の認知・購入経路

CD購入に関しては、テレビ番組よりも、アーティストの公式サイトがきっかけになりやすい。一方、着うたフルは、テレビCM、番組をきっかけとした購入の割合が高い。



認知・購入経路の特徴(年代別)

認知の契機では、テレビ(楽曲のCM)や公式サイト。男性では動画配信サイトが主なもの。購入の契機では、CDは認知に比べると公式サイトや動画配信サイト(特に男性)というネット系や販売チャネル(男性社会人)のウェイトが高まる。一方、着うたフルでは、テレビ番組全般が主になり、需要が喚起されたら、即購入というプロセスが窺える。

認知のきっかけ		購入のきっかけ			
		CD購入		着うたフル購入	
中学生	テレビ(楽曲CM、ドラマ、音楽番組)				
高校生	テレビ+アーティストの公式サイト	・ネット系(特にアーティストの公式サイト)	テレビ番組	・男性は動画配信サイト(高校生、大学生は特に)	
大学生・専門生	中学生と高校生の中間的な姿	・男性は動画配信サイト		・友人も相対的に高い	
20代	・テレビCM(楽曲のCM)とアーティストの公式サイト				
30代	・CD・レコード店に置いてあるCD(除く30代男性)やFMラジオ	楽曲のテレビCMとアーティストの公式サイト	男性は、CDレコード店のCDや試聴機	テレビ番組全般	・男性はFMラジオ ・女性友人 ・着うたフルなどのHP
40代	テレビ(楽曲のCMや音楽番組)				女性家族
50代	男性はFMラジオ、女性友人、アーティストの公式サイト	・男性は販売チャネル、友人など			
60代	販売チャネルや友人・家族、音楽番組	・女性公式サイト、家族(息子など)、テレビ番組、コンサート・ライブ		着うたフルなどのHP	友人
					女性家族

平成22年度事業計画

平成21年のレコード等の生産・販売実績は、一昨年初以降の経済不況が大きく影響したことなどにより、前年を下回る結果となった。また、音楽産業成長の最大の阻害要因であるインターネット上の違法音楽配信の蔓延といった深刻な実態や、さらに、権利者の権利の切り下げによる特定の産業振興を目的とした法制度の導入論等に象徴されるように、レコード製作者を取り巻く環境はますます厳しい状況となっている。

しかしながら、一方では、本年1月に施行された改正著作権法第30条によって違法音楽配信への抑止効果が期待されること、また、TAM(東京アジア・ミュージックマーケット)を中心とした日本音楽の海外展開施策の着実な進化による将来的な可能性や、「CDショップ大賞」を通じて製販一体による市場活性化に向けての新たなトライアルの実現等といったプラス要因も見出せているところである。

上記を踏まえ、当協会は、平成22年度において、攻めと守りの両面により一層効率的かつ実効性のある対策を講じる。具体的には、①「違法音楽配信の撲滅」、②「需要拡大施策の展開」、③「レコード製作者の権利収入の拡大と適正な分配」、④「レコード製作者の権利の確保、強化」、⑤「シェアードサービスの拡大」、⑥「著作権教育・啓発活動の充実」、⑦「シンクタンク機能の充実」及び⑧「音楽文化の維持、発展のための施策」に係る重点施策を中心に、以下の事業を推進することによってレコード産業の基盤整備・強化を図る。

■ 事業活動

[1] レコードの普及に関すること

1. 「音楽CDの再販制度」の維持

- (1) 再販制度の弾力運用を更に推進するとともに、音楽文化発展の基盤となる再販制度の必要性を引き続き訴える。
- (2) ユーザーサービスの一環として実施しているインターネット廃盤セールを年1回開催する。
- (3) 経年変化を捉えるため全国レコード店調査を継続実施する。

2. 「CDショップ大賞」の充実・強化

「CDショップ大賞」の一層の充実・強化を図るため、参加店規模の拡大、エルダー層への取組み等による店頭展開及び広報展開の支援を行い、店頭における音楽パッケージの需要を喚起する。

3. 「日本ゴールドディスク大賞」の実施

音楽業界で唯一の実績数字に基づく顕彰制度である「日本ゴールドディスク大賞」の認知を通じて、音楽文化の維持・発展を図る。

4. 「着うたフル®」ウィークリーチャートの活用

「着うたフル®」ウィークリーチャートの活用を促進し、音楽配信市場の拡大を図る。

5. 音楽配信実績等の業務の集約化

音楽配信に係る実績集計等業務の集約化の可能性を検討する。

6. 日本音楽の海外展開の促進

- (1) 海外への日本音楽のライセンスアウト拡大に向け、音楽産業・文化振興財団(PROMIC)主催の「東京アジア・ミュージックマーケット」(TAM)に積極的に参画し、成約実績と実ビジネス実績の増大を図る。
- (2) コンテンツ海外流通促進機構(CODA)及び関係官庁との連携により海外における日本音楽の海賊版対策を強化する。
- (3) 海外における配信ビジネス確立のための諸条件整備について検討する。

7. 大学寄附講座の開設

平成22年度は、立教大学での寄附講座を継続実施する。平成23年度以降は、国立大学での開設を検討する。

8. RIAJセミナーの開催

会員社を対象に原則として毎月1回開催するとともに、一部テーマについては広く一般にも公開する。

9. その他

“Music J-CIS”(Music Japan-Copyright Information Service)の構成団体として、音楽権利情報データベースを充実させユーザーサービスの拡大を図る

[2] レコードに関する調査研究および資料の蒐集に関すること

1. 市場調査、産業統計の充実

パッケージ商品及び音楽配信に関する各種産業統計データの的確な集計・分析を行い迅速に公表する。

2. 音楽に関する消費者実態調査の実施

25年目を迎える定例の音楽ユーザー実態調査は、「全国の利用者動向把握」のため昨年度に引き続きweb調査にて実施する。

[3] 録音による芸術文化の保存に関すること

1. 歴史的音源のアーカイブ事業の推進

平成23年度に予定されている国立国会図書館のデジタルアーカイブ公開に向け、歴史的音盤アーカイブ推進協議会(HiRAC)を中心にSP盤等の音源デジタル化作業を継続する。

2. 「文化庁芸術祭」への協力

レコード部門における受付窓口として、選考申請及び審査に協力する。

3. 「日本プロ音楽録音賞」の共催

録音エンジニアの技術向上と地位確立を目指し継続実施する。

[4] 著作権・著作隣接権等に関すること

1. 違法音楽配信の探索、削除要請等の強化

- (1) 携帯電話向けサイト、動画投稿サイト、ストレージサービスなどにおける違法音楽配信の探索、削除要請等を強化する。
- (2) モバイル掲示板事業者などに対する自主監視等の要請を更に進める。
- (3) 悪質な違法行為者の告訴等を継続して実施する。
- (4) ファイル共有ソフト「Winny」を悪用した違法行為者に対する注意喚起活動を開始する。
- (5) ファイル共有ソフトを悪用した違法行為者のうち特に悪質性の高い者に対する損害賠償請求や告訴等の対応を強化する。

2. 違法音楽配信の利用を防止する技術的対策の実現

- (1) 携帯電話向け違法音楽配信に対する技術的対策について、「違法音楽配信対策協議会」における検討を促進し、方向性を見出す。
- (2) アクセス制限サイト等を対象としたクローリングの強化について、「違法音楽配信対策協議会」における検討を促進し、実施の目途を立てる。
- (3) 検索エンジン非表示対応について、改正著作権法の規定に基づき、事業者との協議を促進し対応を拡大する。

3. 「プロバイダ責任制限法」の見直し

違法音楽配信の撲滅に向けてプロバイダの責任の在り方を再検討し、「プロバイダに対する侵害防止措置の義務付け」、「発信者情報開

示請求手続の改善」、「悪質な違法行為者に係るインターネット接続のアカウント停止措置等の導入」に向けた活動を促進する。

4. 「違法配信からのダウンロード違法化」啓発キャンペーンの継続

- (1) 違法音楽配信対策に関する広報、改正著作権法第30条の周知及び適法配信識別マーク(エルマーク)の認知拡大を図るためキャンペーンを実施する。
- (2) 他団体、他業種との連携による広報強化策を検討し実施する。

5. 「権利制限の一般規定」の導入阻止に向けた活動

他の権利者団体と連携して、「権利制限の一般規定」の導入に反対する活動を継続する。

6. 「私的録音録画補償金制度」の存続を求める活動

私的録音録画補償金制度の存続のために、他の権利者団体等と連携して活動を行う。

7. 「レコード演奏権」の創設に向けた活動

実演家団体と合同で、法的内容及び使用料の徴収・管理体制等の検討を進めるとともに、行政への働きかけを進める。

8. 「レコード保護期間」の延長に向けた活動

EUにおける「レコード保護期間」延長の動向も踏まえながら、少なくとも70年への保護期間延長に向けた活動を継続する。

[5] レコードに関する出版物の刊行等

レコード産業への理解促進と産業全体の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く広報を行う。

[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、総額の取り決めならびに徴収及び分配

1. 二次使用料収入確保のための検討

放送収入が減少傾向にある中で、安定的に二次使用料収入を確保するための新たな二次使用料算出方式の検討を行い、放送事業者との間で具体的な提案に基づく協議を開始する。

2. 送信可能化権に関する権利委任範囲の見直し

放送番組のインターネット配信に係る、実務運用及び送信可能化権の権利委任範囲を見直すことにより、ニーズに適合した適正な利用の円滑化を図る。

3. 二次使用料実績分配の運用開始

- (1) 平成22年度二次使用料の実績分配開始に向けて、関係団体との分配ルール見直し協議を推進し、分配規程の改定作業を完了する。
- (2) 平成22年4月以降、各放送局からの全曲・電子的報告の受付業務を開始し、実務上の諸問題を解決しながら、安定的な運用を図る。
- (3) 平成22年中に実績分配システムの開発及び試験運用を終え、平成23年1月より運用を開始する。
- (4) 分配方法の変更に伴う会員社における計算業務の効率化と負担軽減を図るため、会員社のニーズを確認し、必要に応じてシステム開発を行う。
- (5) 実績分配のキーコードとなるISRCの精度向上のため、平成22年度中に誤付番を「0」にするよう各社の確認作業を促進する。

[7] 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及び分配

1. 平成22年度からの貸レコードに係る使用料等の分配方法変更に向けて、分配規程の改定作業を完了する。

2. 分配方法の変更に伴う会員社における計算業務の効率化と負

担軽減を図るため、会員社のニーズを確認し、必要に応じてシステム開発を行う。

[8] 私的録音録画補償金に関する権利行使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分配

社団法人私的録音補償金管理協会(sarah)及び社団法人私的録画補償金管理協会(SARVH)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推進する。

[9] 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、意見の具申を行う。

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国際レコード産業連盟(IFPI)及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)の国内管理登録機関として、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。

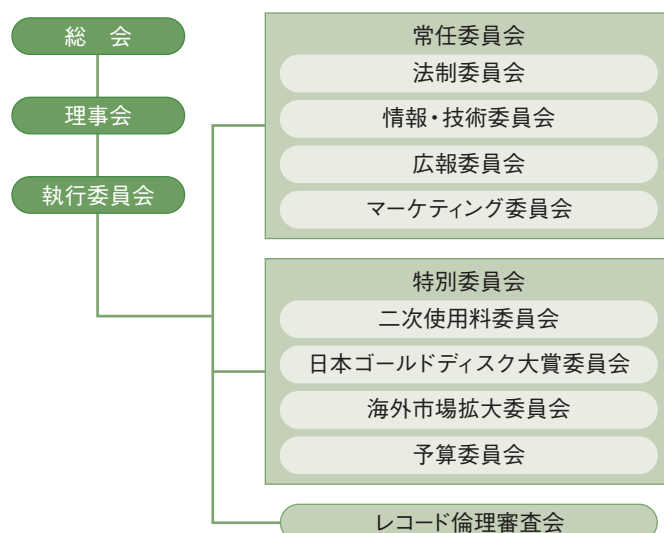
6. 福祉・厚生施設へのレコード寄贈

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(1963年)から毎年実施しているレコード寄贈を平成22年度も継続する。

本年度の事業遂行のため、関係諸官庁並びに関係諸団体と常に連絡協調を保持しつつ業務を推進する。

以上

■ 運営体制



公正取引委員会へ再販弾力運用報告書を提出

3月18日、当協会は2009年12月31日時点のレコードメーカーによる「音楽用CD等の再販制度の弾力運用の状況について」を取りまとめ、公正取引委員会に提出した。機関誌では報告を抜粋して掲載する。なお、全文は当協会ホームページで公開している。
(<http://www.riaj.or.jp/>)

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について

店頭値引きセールは恒常化している。

③ 非再販商品の発売と値引き販売について

全CD新譜は17,914タイトルと、前年(2008年18,741)より減少し、非再販CDのタイトル数も1,093タイトル(2008年1,992)と減ったが、CD+DVD商品は1,688タイトル(2008年1,453)と、タイトル数を増やしている。結果、非再販CD、CD+DVD商品合計で2,781(2008年3,445)タイトルが非再販で発売され、全CD新譜タイトルの16%(2008年18%)を占めている。

④ インターネット廃盤セールの実施

1992年度から毎年実施しており、好評を得ている。

- 名称： レコードファン感謝祭2009
～廃盤CDディスカウントセール～
- 日程： 2010年1月15日(金)～1月29日(金)15日間
- 出品商品： 種類約2,000タイトル、総数約38,000枚
いずれも、廃盤は発売時定価の70%引きで販売。

⑤ 価格表示方法の変更について

商品が非再販となっているか否かを認知しやすい方法に変更している。

2. 各種割引制度の導入等価格設定の多様化

アルバムの年間平均小売価格は、2,018円と昨年2,135円より約100円低下。CD+DVD商品等高付加価値商品の比率は2008年より上昇(1-③)しており、2007年には平均価格が上がったものの、各レコードメーカーは同種商品を含め低価格化に積極的に取り組んでいる。なお、2001年当面存置決定当時の2,399円対比では約16%低下している。

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

従来からメーカー各社が自らの判断で決定しており今後も同様である。

4. サービス券の提供等消費者に対する販売促進手段の確保

サービス券・ポイントカードは消費者サービスの一環として定着している。

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

メーカー各社は、通販・直販等流通ルートの多様化に積極的に取り組んでおり、多様な価格設定が行われている。また、今まで音楽用CDを販売していなかった業態への新規開拓を強化し、クロスマーチャンドライジング等により消費者の満足度を高める施策が実施されている。

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。

7. その他

レコードメーカー、販売店、有料音楽配信サイトでは、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は、高速大容量配信ネットワーク型の音楽検索試聴システムを導入しており、現在1,327店に6,338端末が設置されている。バーコード検索により247万曲の試聴が可能となっている。

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まいります。

以上

特 報

Special Report

「映画盗撮防止キャンペーン」第2弾CMに参加！

「映画館に行こう！」実行委員会では、平成19年より「映画盗撮防止キャンペーン—NO MORE 映画泥棒！」を展開しており、このたび、「映画盗撮防止」と「違法ダウンロード撲滅」を目的とする同キャンペーン第2弾に、当協会も共同で参加することとなった。

このキャンペーンでは全国の劇場で公開される新作映画の本編上映前にキャンペーンCMを上映、併せてキャンペーンポスターを劇場内に掲示し、来場者に「映画盗撮防止法」を訴求してきた。今回、インターネット上の違法配信・違法ダウンロードはコンテンツ産業共通の問題であることから、映画産業と音楽産業が協力し、共同キャンペーンを実施することとなった。

第2弾キャンペーンは、3月20日公開作品より順次展開されており、CMが本編前に上映、また劇場内に新しいポスターが掲示される。一般社団法人日本映画製作者連盟の調べによると昨年の映画館来場者数は約1億7千万人であり、本CMはほぼ全ての映画で上映されることから、非常に大きな訴求効果が期待される。

平成19年から施行された映画盗撮防止法とそのキャンペーンにより、劇場内の映画の盗撮は激減しているが、一方で、ファイル共有ソフトや携帯電話などのインターネット上での映画や音楽の違法ファイル流通による著作権侵害行為はあとを絶たない状況となっている。こうした行為はコンテンツ作品創造のサイクルに影響を及ぼし、ひいては文化の衰退をまねくことになる。「映画館に行こう！」実行委員会ならびに当協会ではこのような状況に対応すべく、劇場来場者への訴求とともに今後も著作権啓発活動に積極的に取り組んでいく。

■ 映画盗撮防止キャンペーン <http://www.eigakan.org/legal/>



劇場に掲示されるポスター



キャンペーンCMのワンシーン

PICK UP

知的財産権保護・啓発フェア in 北京



3月20日、中国・北京の新東安商場において、日中共同主催による啓発イベント「知的財産権保護・啓発フェア in 北京」が開催された。このイベント

は「不正商品は、買わない! 持たない! 許さない!」というテーマの下、「正規版と海賊版の比較展示」や「知的財産権に関するクイズ大会」等を通し、一般消費者の著作権意識の向上を図るとともに、中国政府およびコンテンツ業界への意識付けを目的として、今回初めて中国で実施されたものである。

このイベントに先駆け、北京の中国大飯店で記者会見が行われ、日本側から、当協会石坂敬一会長が一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)の副代表理事として、また日本

国駐中華人民共和国大使館 山田重夫公使、経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課 信谷和重課長、CODA 後藤健郎専務理事が出席、また中国側から中国音像協会 王炬 常務副会長兼秘書長、中華人民共和国国家版權局版權管理司 許超 巡視員、中国版權協会 張秀平 常務副理事長、北京市版權局版權処 冯献省 処長らが出席し、本イベントへの理解を訴えた。

主催：一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構、中国音像協会、中国版權協会

協力：経済産業省、社団法人日本レコード協会北京代表処

後援：文化庁、日本国駐中華人民共和国大使館、不正商品対策協議会、国際交流基金北京日本文化センター、北京市版權局、国際レコード・ビデオ製作者連盟北京代表処、アメリカ映画協会北京代表処、中国音楽著作権協会、中国音像著作権集体管理協会、中国映画著作権協会

PICK UP

<文化庁著作権課からのお知らせ> 還流防止措置に用いる為替レートの変更に伴って

音楽レコードの還流防止措置は、国内で頒布する目的の商業用レコードを発行している著作権者又は著作隣接権者が、そのレコードと同一の商業用レコードを頒布目的で国外で発行している場合に、一定の要件を満たせば、国外で発行される当該商業用レコードの輸入差止を申し立てられる制度です。

本措置を行使する際の実務上の留意事項等については、文化庁次長の社団法人日本レコード協会会長あて通知(平成16年12月6日 16庁房第306号)に記載し、文化庁HP(下記)で公開しています。

同通知では、本措置を行使する際に用いる為替レートは、財務大臣により年2回公示される基準外国為替相場及び裁定外国為替相場によるものとしていましたが、この度、これらの相場が、平成21年12月から毎月公示されることとなったことを受けて、この取扱いを変更しました。変更後の通知抜粋は右のとおりです(下線部分が変更箇所)。本変更は、国外で最初に発行された日が平成22年4月1日以降の商業用レコードに適用されます。変更後の通知や、これに基づく為替レートの算出方法は、文化庁HPからご覧いただけます。

<http://www.bunka.go.jp/chosakuken/kanryuuboushi.html>

第2 各要件に係る実務上の留意事項

4 要件④関係

(4) 為替レートの取扱い

不当の基準への該否に係る利益の計算をする際に用いる為替レートは、4月から6月を第一四半期とする四半期毎に改訂し、その値は、当該国外頒布目的商業用レコードが当該国等において最初に発行された日が属する四半期の前四半期に属する月に適用された「基準外国為替相場及び裁定外国為替相場」(注1)を月数(3)により平均した値(注2)とすること。したがって、輸入差止申立ての更新手続を取る場合においても、不当の基準への該否に係る利益の計算をする際に用いる為替レートは、当初に適用したものと同一となること。

(注1) 毎月、当該月の前々月の市場実勢相場を基に、向こう一月間適用される相場として、財務大臣により日本銀行本店において公示されるもので、日本銀行のウェブサイト(<http://www.boj.or.jp/theme/research/stat/market/forex/kiju/index.htm>)でも閲覧できる。

(注2) 当該平均した値は、小数点以下第7位を切り捨てた値とする。

私の一枚



市井三衛

一般社団法人 日本レコード協会 理事
(株式会社EMIミュージック・ジャパン
代表取締役社長兼CEO)

●「ひこうき雲」

(荒井由実)

“市井、これ気に入ると思うので、聴いてみたら”と高校(男子校)一年の地学(多分?)の授業の休憩時間に、剣道部の同級生のU君から渡されたのが、荒井由実さんのファーストアルバム“ひこうき雲”でした。1973年11月20日の発売ですので、その出来事は、発売直後の秋から冬に季節が移る時期であったと思います。おとぎ話が詰まっている感じのジャケットで、家でそのアルバムを聴いたときの衝撃は、今でも良く覚えております。全ての楽曲が素晴しかったですし、中学校時代は、フォークを中心に聴いていたので、ちょっと違うその雰囲気魅了されました。



(株)EMIミュージック・ジャパン
TOCT-10711

私は、高校受験、その後高校での試験勉強の際には、ラジオの深夜放送を良く聴いておりました。(というか、深夜放送の合間に、勉強するという方が正しかったのかもしれませんが。)デビュー当時のユーミンのファンがどのような年代、性別であったのか、知りませんが、男子校に通う我々ラジオの深夜放送で育った高校生の間でもかなり注目されつつありました。私は、高校時代は剣道一色でしたので、剣道部員とユーミンの楽曲は、イメージとしては不似合いなので、そのギャップも楽しんでいたのかもしれませんが、でも、その後、彼女がどんどんと有名になってしまった事によって、多少寂しいような思いをしたことも事実でした。3年の夏の大会後、現役を引退し、当時流行っていました自主制作映画(8ミリ)を、剣道部の仲間達で制作し、文化祭で賞を受賞しました。その際に、ユーミンの曲をベースにシナリオを書き、映画を製作したグループも居ましたので、我々の間で、どれだけ人気があったかを理解していただけたと思います。

そして、3年生のクリスマスの時期に初めてのワンマンライブに行ったのが、ユーミンでした。今から30年以上も前なのですが、その頃既に、様々な仕掛けで観客を魅了しておりましたので、その時のライブのことはかなり鮮明に覚えております。高校の同級生には、その後、ミュージシャンになったS氏や、アレンジャーになったN氏などがいて、彼らはその当時から、既にプロを意識した活動をしておりましたが、私は、単なるユーミンファンとして過ぎており、ユーミンは、私の高校時代の思い出とかなりシンクロした存在です。

先日の苗場のライブのリクエストコーナーで、“ひこうき雲”をリクエストしてくれるファンが居て、(あのような場所で、その様な曲をリクエストすること自体がありえないのですが、あの晩は、その様なことになり、)私は、久々に生で、その曲が聴けて大変嬉しかったです。そんな存在であるユーミンに今、仕事であれ、お会いできるのは、大変幸運です。

Monthly Production Report

2010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)生産実績は、数量で前年同月比87%の2,200万枚・巻、金額で同90%の253億円となりました。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比94%の1,829万枚・巻、金額で同100%の217億円、音楽ビデオが、数量で前年同月比65%の371万枚・巻、金額で同56%の37億円となっています。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻／金額:百万円)

			2月実績						2010年1月～2010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
シン グ ル	8cmCD	邦	8	0	98%	3	0	75%	12	0	84%	5	0	74%
		洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	4%	0	0	15%
		計	8	0	73%	3	0	67%	12	0	71%	6	0	70%
	12cmCD	邦	3,506	19	71%	2,572	12	69%	6,449	20	81%	4,756	13	79%
		洋	2	0	26%	2	0	23%	15	0	88%	12	0	89%
		計	3,508	19	71%	2,573	12	69%	6,464	20	81%	4,769	13	79%
	小計	邦	3,514	19	71%	2,575	12	69%	6,461	20	81%	4,762	13	79%
		洋	2	0	19%	2	0	22%	15	0	77%	12	0	86%
		計	3,516	19	71%	2,576	12	69%	6,476	20	81%	4,774	13	79%
	12cmCD アルバム	邦	11,746	64	112%	16,026	74	123%	20,166	62	108%	25,849	71	109%
		洋	2,711	15	71%	2,794	13	63%	5,323	16	77%	5,462	15	68%
		計	14,457	79	101%	18,820	87	107%	25,489	78	99%	31,312	86	99%
CD 合計	邦	15,259	83	99%	18,601	86	111%	26,627	82	100%	30,611	84	103%	
	洋	2,713	15	71%	2,796	13	63%	5,338	16	77%	5,475	15	68%	
	計	17,972	98	94%	21,397	99	101%	31,965	98	95%	36,086	99	95%	
アナログ ディスク	邦	0	0	0%	0	0	0%	10	0	103%	16	0	82%	
	洋	1	0	55%	1	0	64%	2	0	75%	4	0	73%	
	計	1	0	9%	1	0	9%	12	0	96%	20	0	80%	
カセット テープ	邦	283	2	101%	227	1	92%	517	2	57%	426	1	72%	
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-	
	計	283	2	101%	227	1	92%	517	2	57%	426	1	72%	
その他	邦	16	0	63%	12	0	43%	25	0	72%	25	0	59%	
	洋	18	0	243%	29	0	194%	30	0	96%	43	0	55%	
	計	34	0	105%	41	0	93%	55	0	83%	68	0	56%	
合 計	邦	15,559	85	99%	18,840	87	110%	27,179	84	98%	31,078	85	102%	
	洋	2,732	15	71%	2,826	13	63%	5,370	16	77%	5,522	15	68%	
	計	18,290	100	94%	21,667	100	100%	32,549	100	94%	36,600	100	95%	

● 音楽ビデオ

		2月実績						2010年1月～2010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	3,384	91	63%	3,172	87	53%	6,704	91	74%	6,244	88	66%
	洋	285	8	93%	349	10	77%	578	8	98%	624	9	80%
	計	3,670	99	65%	3,521	96	54%	7,282	99	76%	6,868	97	67%
テープ・LDその他		42	1	232%	146	4	596%	70	1	245%	236	3	470%
合 計	邦	3,422	92	63%	3,304	90	55%	6,763	92	75%	6,447	91	68%
	洋	290	8	94%	363	10	80%	589	8	100%	656	9	83%
	計	3,712	100	65%	3,667	100	56%	7,352	100	76%	7,104	100	69%

● 音楽ソフト(オーディオ／音楽ビデオ合計)

			2月実績						2010年1月～2010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			18,290	83	94%	21,667	86	100%	32,549	82	94%	36,600	84	95%
音楽ビデオ			3,712	17	65%	3,667	14	56%	7,352	18	76%	7,104	16	69%
合 計			22,002	100	87%	25,333	100	90%	39,901	100	90%	43,704	100	89%

● ビデオ(含音楽ビデオ)

			2月実績						2010年1月～2010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			7,958	92	72%	11,930	86	65%	14,564	93	82%	22,462	87	78%
テープ・LDその他			682	8	297%	1,894	14	197%	1,059	7	342%	3,214	13	244%
合 計			8,640	100	76%	13,824	100	72%	15,623	100	86%	25,676	100	85%

● オーディオ／ビデオ合計

			2月実績						2010年1月～2010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			18,290	68	94%	21,667	61	100%	32,549	68	94%	36,600	59	95%
ビデオ			8,640	32	76%	13,824	39	72%	15,623	32	86%	25,676	41	85%
合 計			26,931	100	87%	35,491	100	87%	48,172	100	91%	62,276	100	91%

備考 1. 上記実績は、会員会社「59社」の集計である。当会員社が受託した非会員社からの販売委託分を含む。
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。
※ 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。

音楽ソフト

邦 楽

アルバム

● ダブル・プラチナ

5years BEST SELECTION 2010	木村カエラ 東方神起	2010.02.03 2010.02.17	C AMI
-------------------------------	---------------	--------------------------	----------

● プラチナ

BEST ～third universe～ & 8th AL “UNIVERSE” ファンキーモンキーベイビーズBEST	倅田来未 FUNKY MONKEY BABYS	2010.02.03 2010.02.10	AMI DRM
---	----------------------------	--------------------------	------------

● ゴールド

スポーツ のだめカンタービレ 最終楽章 のだめカンタービレ スペシャル BEST! PHANTOM MINDS	東京事变 のだめカンタービレ のだめカンタービレ 水樹奈々	2010.02.24 2009.12.09 2007.12.19 2010.01.13	EMI ES ES K
--	--	--	----------------------

シングル

● プラチナ

RIVER 桜の栞	AKB48 AKB48	2009.10.21 2010.02.17	K K
--------------	----------------	--------------------------	--------

● ゴールド

戻れない明日 君の知らない物語 Onaraは気づかないよ／ピラメキたいそう	aiko supercell はんにゃ・フルーツポンチ	2010.02.03 2009.08.12 2010.02.10	PC SR YRC
---	-----------------------------------	--	-----------------

洋 楽

アルバム

● ゴールド

フィアレス ビリー・ザ・ベスト	テイラー・スウィフト ビリー・ジョエル	2009.06.24 2003.11.06	UM SI
--------------------	------------------------	--------------------------	----------

※日付は発売日

認定基準一覧

音楽ソフト(邦・洋、アルバム・シングル・音楽ビデオ)、
音楽配信(着うた®、着うたフル®, パソコンダウン
ロードシングル・アルバム)共通

名称	略号	基準
ゴールド	G	10万以上
プラチナ	P	25万以上
ダブル・プラチナ	PP	50万以上
トリプル・プラチナ	PPP	75万以上
ミリオン	M	100万以上
2ミリオン	2M	200万以上
3ミリオン	3M	300万以上
以降、100万毎に賞を設定		

基準単位：音楽ソフト・枚、配信・DL(ダウンロード)
※着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰

※AI:ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ/
AMI:エイベックス・マーケティング/BV:アリオラジャパン
/C:コロムビアミュージックエンタテインメント/
CR:日本クラウン/DRM:ドリーミュージック・/EMI:
EMIミュージック・ジャパン/ES:EPICレコードジャパン/
K:キングレコード/KS:キューンレコード/PC:ポニー
キャニオン/SE:エスエムイーレコーズ/SI:ソニー・ミュー
ジックジャパンインターナショナル/SR:ソニー・ミュージ
ックレコーズ/UM:ユニバーサルミュージック/YRC:よし
もとアール・アンド・シー

有料音楽配信(「着うた®」他)

※「着うた®」「着うたフル®」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。

「着うた®」

邦 楽

● ミリオン

春夏秋冬	ヒルクライム	2009.08.26	UM
------	--------	------------	----

● トリプル・プラチナ

もっと…	西野カナ	2009.09.23	SE
------	------	------------	----

● ダブル・プラチナ

FOREVER LOVE 月のしずく	清水翔太×加藤ミリヤ RUI	2009.12.23 2006.06.04	SR UM
-----------------------	-------------------	--------------------------	----------

「着うたフル®」

邦 楽

● トリプル・プラチナ

Love Forever	加藤ミリヤ×清水翔太	2009.05.13	SR
--------------	------------	------------	----

● ダブル・プラチナ

ブルーバード 残酷な天使のテーゼ Dear… 君に会いたくなるから M	いきものがかり 高橋洋子 西野カナ 西野カナ PRINCESS PRINCESS	2008.07.09 2007.07.11 2009.11.25 2009.05.20 2005.02.23	ES K SE SE SE
---	--	--	---------------------------

● プラチナ

じょいふる SHAMROCK 「アイシテル」 FOREVER LOVE ALWAYS 涙 DAYS 逢いたくていま again	いきものがかり UVERworld 清水翔太 清水翔太×加藤ミリヤ 中島美嘉 FUNKY MONKEY BABYS FLOW MISIA YUI	2009.09.30 2006.08.02 2008.06.04 2010.02.03 2010.01.13 2010.01.01 2005.06.01 2009.11.09 2009.06.03	ES SR SR SR AI DRM KS BV SR
---	--	--	---

● ゴールド

出会い。 feat.RED RICE (湘南乃風)、BIG RON	九州男	2007.06.13	CR
ヤンバルクイナが飛んだ	サーターアングギー	2010.02.10	PC
Way to Love ～最後の恋～ feat. 唐沢美帆	SoulJa	2009.12.30	UM
if…	DA PUMP	2009.07.15	AMI
1sec.	10-FEET	2009.03.25	UM
未来予想図Ⅱ	DREAMS COME TRUE	2009.03.21	ES
Best Friend	西野カナ	2010.02.17	SE
心こめて	ベッキー ♪ #	2009.11.18	EMI
GLORIA	YUI	2010.01.20	SR

洋 楽

● ゴールド

オールウェイズ・ラブ・ユー ジャスト・ダンス ボーカー・フェイス	ホイットニー・ヒューストン レディー・ガガ レディー・ガガ	2006.12.20 2008.06.25 2009.03.11	SI UM UM
--	-------------------------------------	--	----------------

PC配信(シングル)

邦 楽

● ゴールド

能動的三分間 壊れかけのRadio	東京事变 徳永英明	2009.12.02 2005.11.01	EMI UM
----------------------	--------------	--------------------------	-----------

※日付は配信開始日

協会からのお知らせ

当協会は、「映画館に行こう!」実行委員会が展開する「映画盗撮防止キャンペーン—NO MORE 映画泥棒!」の第2弾に共同で参加することになりました。

本キャンペーンは「映画盗撮防止」と「違法ダウンロード撲滅」を目的とし、3月20日公開作品より、順次本編前にCMが上映され、また、劇場内にポスターが掲載されています。

詳しくは本誌10ページをご覧ください。

■ 映画盗撮防止キャンペーン

<http://www.eigakan.org/legal/>



Respect
our MUSIC



「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン
キャラクター部門グランプリ受賞作品
守りタイ

THE RECORD No.605 2010年4月号
一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 石坂 敬一
編集人 生野 秀年
発行日 2010年4月10日
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒107-0061 東京都港区北青山2-12-16 北青山吉川ビル11F
TEL. 03-6406-0510(代) FAX. 03-6406-0520(代)
URL: <http://www.riaj.or.jp/>

制作協力 株式会社エフピーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

この号が出る頃には、桜の花も散りかけているかと思いますが、今年も、あちらこちらで桜ソングを耳にしました。その中には何年も前にリリースされたものもあり、心に触れる楽曲は時間を経ても色褪せないものだと感じています。新しい年度がスタートしましたが、人々の心に残る音楽が数多く生み出され、業界が活性化することを願い、心新たに頑張っていきたいと思います。

(T)

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