

THE RECORD

2006.06
No.559



音楽市場の方向性を探る

2005年度音楽メディアユーザー実態調査

FRONT LINE

「平成17年度電子タグ利活用実証実験」レポート

ミュージック・ギフトカード「ミリオンアーティストカード」発売

社団法人 日本レコード協会

RIA
Recording Industry Association of Japan

音楽市場の方向性を探る

2005年度音楽メディアユーザー実態調査

当協会は、(社)日本音楽著作権協会、(社)日本芸能実演家団体協議会・実演家著作権隣接権センターと共同で2005年度「音楽メディアユーザー実態調査」を実施、報告書にまとめました。この調査は、音楽CD、音楽DVD、着うた、有料音楽配信等購入者の実態を把握するとともに、背景にあるユーザーの意識や音楽環境の変化を明らかにすることなどを目的に年1回実施しています。

今回の特集では、そのダイジェストをお届けします。詳細な報告書を希望される方は、当協会ホームページ(www.riaj.or.jp)からダウンロードしていただくか、当協会広報部までお問い合わせください。

本調査は、著作権思想普及を目的とする社団法人私的録音補償金管理協会(sarah)の共通目的基金からの助成を受けています。

調査設計・サンプル設計

調査設計

調査対象者: 12～69歳男女
(ただし小学生は除く)
調査エリア: 東京30km圏
抽出方法: エリアサンプリング法
調査方法: 質問紙による
面接留置き自記入式
調査日時: 2005年10月

サンプル設計

(サンプル)	計	男性	女性
中学生	150	75	75
高校生	150	75	75
大学生	150	75	75
20代	150	75	75
30代	150	75	75
40代	150	75	75
50代	150	75	75
60代	150	75	75
合計	1,200	600	600

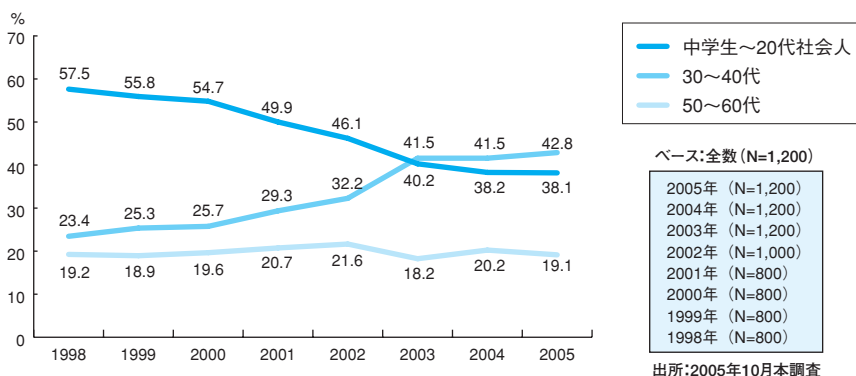
*20代は学生を含まず。

●ウェイトバック集計について

実際の人口構成は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。

ANALYSIS 1 CDセル市場の最大シェアは30～40代。

年代別推定マーケットシェアの推移



◆CDセル市場のマーケットシェアの推移は2003年以降の傾向を維持し、30～40代が最大シェアを占めていることがわかる。

◆中高年層(50～60代)は変わらず、若年層(高中生～20代)シェア縮小傾向は横ばいに。

●推定マーケットシェアの算出方法

性・年代別のアルバム・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、＜アルバム1枚＝3ポイント、シングル1枚＝1ポイント＞と指数化した上で総計を出し、そこから各性・年代それぞれの全体に対する比率を算出した。

ただし1998年～2002年は調査サンプル構成が異なるため、2004年数値をもとに係数をかけて算出した値であることに留意ください。

Contents

Special Feature

音楽市場の方向性を探る

2005年度音楽メディアユーザー実態調査 1

FRONT LINE

「平成17年度電子タグ活用実証実験」レポート 6

Topics & Information 8

RIAJ Essay: 音のセレンディピティ 11

Monthly Production Report 12

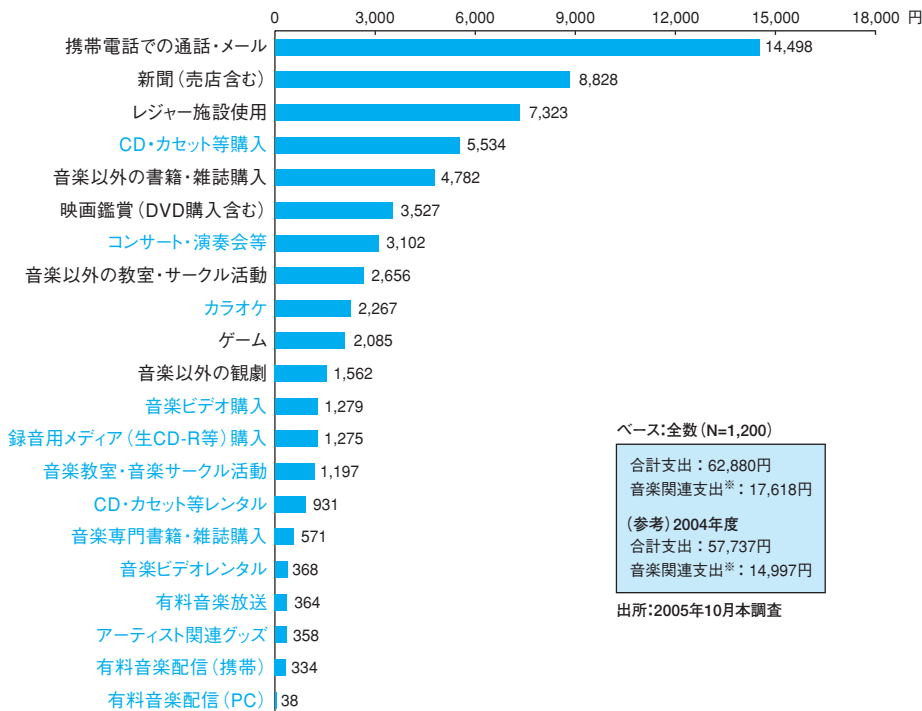
ミュージック・ギフトカード「ミリオンアーティストカード」発売 13

Gold Album+...認定 14

ANALYSIS 2 音楽関連支出合計で携帯電話への支出を超える。

過去半年間にエンタテインメント消費に支出した費用合計額

Q.下記のことがらについて、この半年間で合計いくら位の金額を使いましたか。(それぞれ金額を記入)



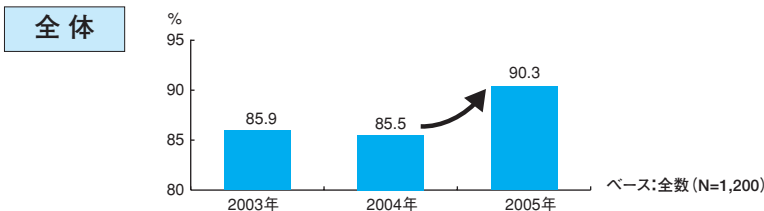
◆エンタテインメント関連支出の競合は携帯電話である。しかし、音楽関連支出の合計額では17,618円で携帯電話を3,000円以上、上回った。

◆音楽関連支出*の合計は17,618円(前年度14,997円)であり、エンタテインメント関連支出全体の約28%(前年度約26%)と前年度よりも増加した。

※CD・カセット等購入、コンサート・演奏会等、カラオケ、音楽ビデオ購入、録音用メディア(生CD-R等)購入、音楽教室・音楽サークル活動、CD・カセット等レンタル、音楽専門書籍・雑誌購入、音楽ビデオレンタル、有料音楽放送、アーティスト関連グッズ、有料音楽配信(携帯)、有料音楽配信(PC)

ANALYSIS 3 音楽聴取率は2004年度に比べて5ポイント近く増加。

音楽聴取率



◆2005年度の音楽聴取率は90.3%。前年度の音楽聴取率85.5%と比較して4.8ポイント増加した。

◆「ほぼ毎日」音楽を聴いていると答えた人の割合は、20代社会人以下の若年層で高い。

性年代別

		(%)					
		ほぼ毎日	週に1~2回程度	月に1回程度	半年~年に1回、たまに行う程度	行ったことがない	無回答
総数		50.4	26.5	7.7	5.7	6.6	3.2
男性計		47.6	28.8	6.7	6.9	7.6	2.4
女性計		53.1	24.2	8.7	4.4	5.5	4.1
男性	中学生	48.7	18.8	9.4	6.8	8.1	7.7
	高校生	62.6	15.8	9.4	5.4	5.4	1.5
	大学・専門学校生	72.0	12.9	5.2	2.5	4.9	2.5
	20代社会人	63.5	23.7	5.1	3.5	2.8	1.7
	30代	50.6	38.7	5.3	2.7	2.7	-
	40代	49.8	30.8	6.2	9.4	2.5	1.5
	50代	35.0	32.4	5.5	13.0	12.6	1.4
女性	60代	31.8	26.9	10.7	6.6	17.3	6.7
	中学生	59.6	25.0	10.1	-	1.3	3.9
	高校生	61.5	22.5	9.1	-	3.7	2.7
	大学・専門学校生	76.3	12.3	2.6	2.6	4.5	1.6
	20代社会人	56.8	24.8	5.1	3.1	7.3	3.1
	30代	50.8	30.1	9.3	7.2	1.2	1.5
	40代	62.7	18.8	5.3	3.9	3.9	5.4
	50代	45.2	22.5	13.1	6.0	9.1	4.0
	60代	41.4	28.9	10.1	3.9	8.3	7.4

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

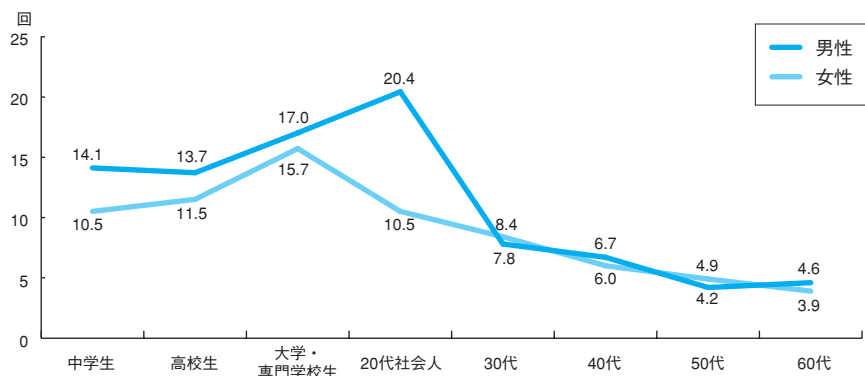
出所: 2005年10月本調査

●「音楽を聴く(CD・カセット、ラジオ、テレビ等を含む) ことについて、あなたはどのくらいの頻度で行っていますか」という設問に対して「行ったことがない」と答えた人と無回答者を除いた人の割合を音楽聴取率とした。

ANALYSIS 4 若年層ほど、CD(レコード)店の訪問頻度が高い。

過去半年間のCD(レコード)店訪問回数(平均)

Q.この半年間に何回くらいCD(レコード)店に行きましたか。



ベース:過去半年間にレコード店へ行ったことがある人(N=814)
出所:2005年10月本調査

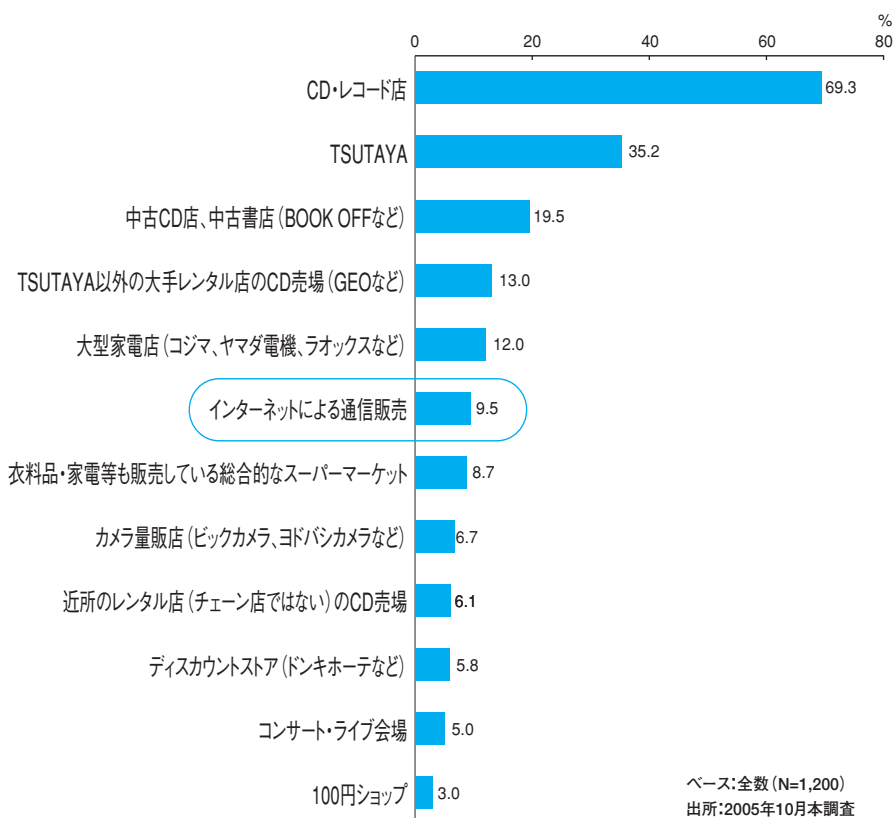
◆年齢が高くなるにつれて、CD(レコード)店の訪問回数が減少している。

◆女性の訪問回数は前年度の平均6.8回から平均8.3回へ増加した。

◆20代社会人男性が平均20.4回と訪問頻度が高く、前年度に比べて平均8回近く増加している。

ANALYSIS 5 インターネットによる通信販売の利用が増加。

CDを購入する際に利用するお店



ベース:全数(N=1,200)
出所:2005年10月本調査

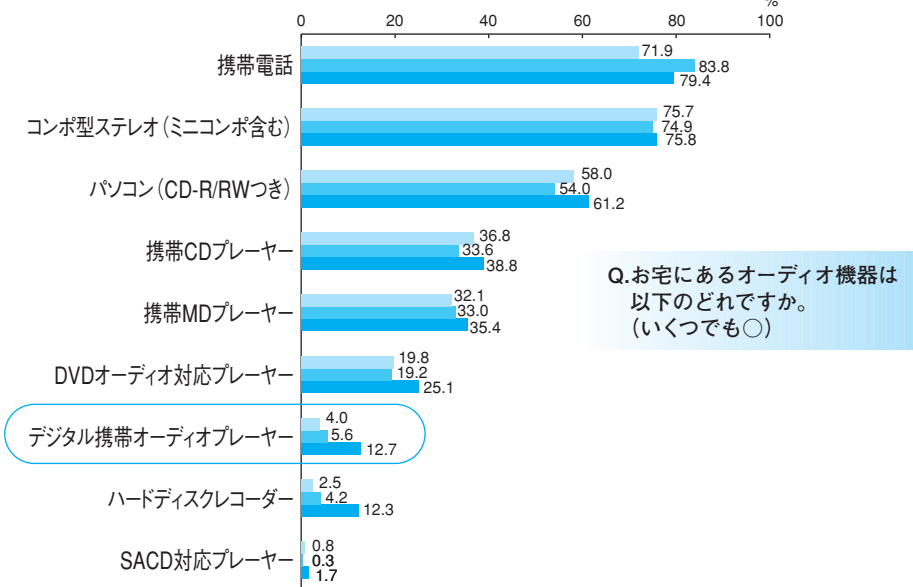
◆インターネットによる通信販売によりCDを買う人の割合が、2004年では6%だったのが2005年では9.5%と3.5ポイント増加している。

●グラフは3%以上の回答率の選択肢に限定して表示。

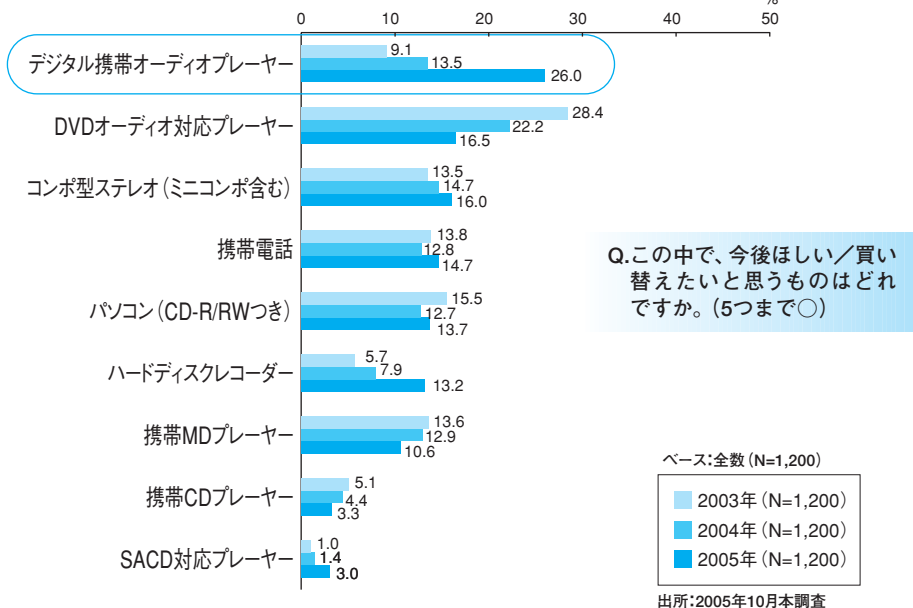
ANALYSIS 6 デジタル携帯オーディオプレーヤーの保有率が急拡大。

デジタル携帯オーディオプレーヤーの保有率

現在保有しているオーディオ機器



今後保有したいオーディオ機器



◆デジタルオーディオプレーヤーの保有率は、前年度の5.6%に対して12.7%まで伸長。急速に普及が進んでいる。

◆今後の保有意向でもデジタル携帯オーディオプレーヤーが最も高い。

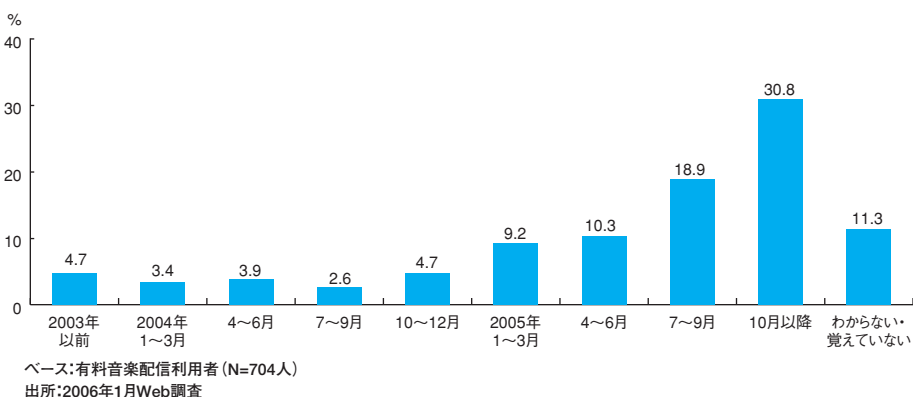
●デジタル携帯オーディオプレーヤーの2004年度までのデータはハードディスク型、メモリ型それぞれについて聞いた結果の和集合である。

●DVDオーディオ対応プレーヤーおよびハードディスクレコーダーはオーディオ用ではなく、映像を含めた機器との誤認回答が多かったことが推測されるため、参考値。

ANALYSIS 7 2005年秋以降、インターネット有料音楽配信を始めた人が急増。

有料音楽配信利用開始時期

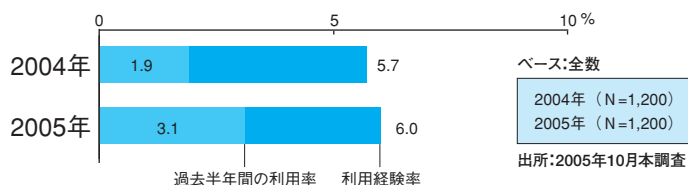
Q.いつから「インターネットによる有料音楽配信サービス」を利用していますか。(1つだけ)



◆現在、インターネット有料音楽配信を利用している人の3割が、2005年の10月以降に利用を開始している。

ANALYSIS 8 過去半年間のインターネット有料音楽配信サービスの利用率は1.6倍に増加、男性若年層が市場を牽引。

インターネット有料音楽配信サービス利用経験率



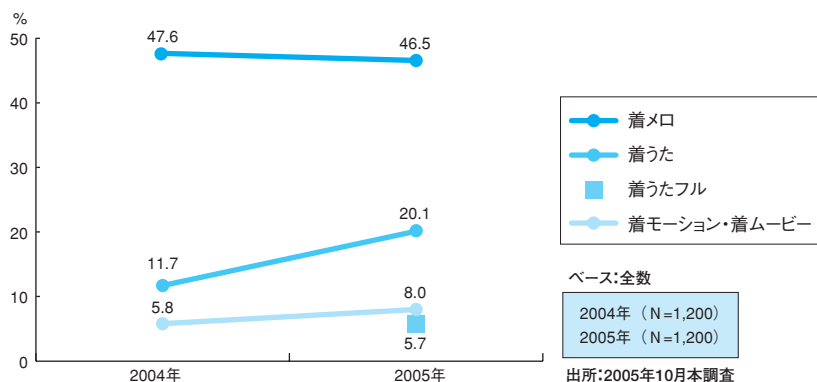
●利用経験率は、過去半年間のインターネット有料音楽配信サービスの利用において「利用した」「この半年間には利用していない」と回答した人の全体における割合から算出している。過去半年間の利用率は、同様の質問において「利用した」と回答した人の割合から算出している。

◆インターネット有料音楽配信サービス利用経験率は6%で、前年度より横ばい傾向が続くものの、過去半年間の利用率では、1.9%から3.1%へ1.6倍の増加になっている。

◆インターネット有料音楽配信の利用率は女性に比べて男性の方が高く、また若年層で高い。特に、中学生、大学・専門学校生男性で半年間における利用率が高い。

ANALYSIS 9 着うたのダウンロード経験者が急増。着うたフルは大学生以下の若年層の利用が大半。

着メロ・着うた・着うたフル・着モーション(ムービー)のダウンロード経験率(推移)

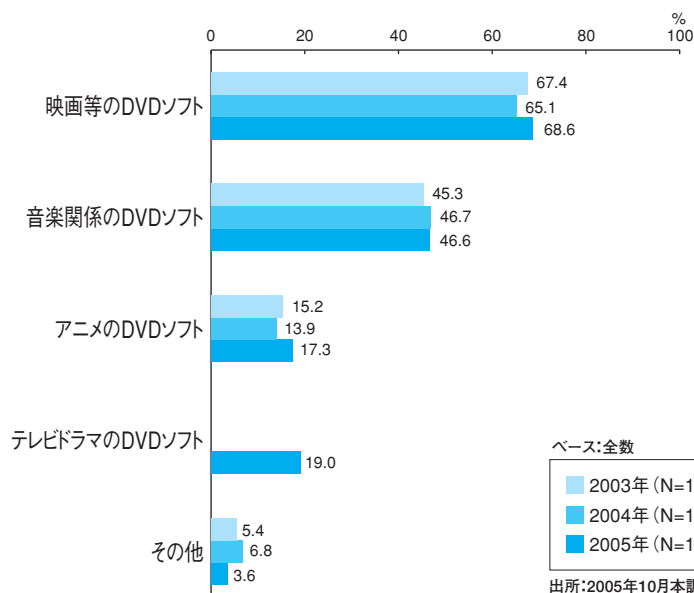


◆全体のうち、着メロ利用経験者は約47%の横ばいであるのに対し、着うたを利用している人の割合は、20.1%で前年度と比較して8.4ポイント増と急増している。

◆着うたフルをダウンロードしたことのある人の割合は、全体の5.7%である。

ANALYSIS 10 非映画ジャンルでは、音楽関係DVD購入意欲が圧倒的強さを維持。

今後購入したいDVDソフト(ジャンル別)



◆アニメ、映画のDVDに対する購入意欲が微増している中、音楽DVDの購入意欲はほぼ横ばいの46.6%である。

◆音楽DVDの購入意欲が高いのは、20代以下の若年層。一方、男性40代の保有意向も高い。

◆テレビドラマのDVDは女性の購入意向が圧倒的に高く、約9%の差がある。(男性14.6%、女性23.5%)

当協会と有限責任中間法人 日本出版インフラセンター(JPO)は、経済産業省の支援を受け、「平成17年度 出版／音楽・映像ソフト業界における電子タグ利活用実証実験」を実施しました。なお、平成16年度と同様に、平成17年度も日本映像ソフト協会(JVA)、日本レコード商業組合(日レ商)および日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合(CDV-J)の3団体からも、実験の参加・協力を得ました。

平成17年度は、出版業界との初の共同事業に取り組みました。電子タグ共通基盤構築によるビジネスモデルの融合と、それによる新サービスの創出について検討し、さらに両業界標準の電子タグ利活用モデルの構築等を目的に、両業界共通のインフラである書籍・CD/DVD複合型店舗(小売店)で実験に臨みました。

■ 実施日時・場所

実験の日時・場所は次のとおりです。なお、実験内容は店舗ごとに異なります。

- (1) 2006年2月10日(金)～2月14日(火)
「新星堂ララスクエア宇都宮店」
- (2) 2006年2月17日(金)～2月21日(火)
「TSUTAYA新橋店」
- (3) 2006年2月23日(木)～3月5日(日)
「ブックハウス神保町」

■ 実証実験

実証実験は、「①フロントヤード(お客様視点)」、「②バックヤード(店舗運営)」、「③新サービス創造」、「④来店者アンケート実施」の4テーマです(図1)。

次に4テーマの内容について、具体的に説明します。

①フロントヤード(お客様視点)

「マルチコンテンツ対応型KIOSK端末」 (13.56MHz電子タグ)

バーコードと電子タグの双方に対応したマルチコンテンツ対応型KIOSK端末を活用した情報提供の有用性の検証を行いました。

電子タグを貼付したCD、DVD、書籍を、

KIOSK端末の読取装置にかざすことにより、CDの試聴、DVDの視聴、書籍の試読やその商品の詳細情報や関連商品の情報が提供できます。



KIOSK端末

「携帯電話と電子タグの係による付加価値情報提供サービス」(UHF帯電子タグ)

通常の携帯電話にアタッチメントタイプのUHF帯電子タグ読取装置を取り付け、電子タグを貼付したCD、DVD、書籍に読取装置をかざすことにより、その商品の関連情報等の付加価値情報を携帯電話に表示します。



携帯電話＋読取装置

②バックヤード(店舗運営)

「電子タグ対応POSレジの検証」 (13.56MHz電子タグ)

書籍、CD、DVDに対応したPOSレジを電子タグ読取対応とし、電子タグの有効性を検証しました(バーコードと電子タグの併用期間を想定し、バーコードと電子タグの双方に対応)。

なお、精算時間の比較では、バーコードにて書籍1冊ずつ4冊読み取り、精算、レシートを渡すまでは25秒を要したのに対し、電子タグリーダーで書籍4冊同時に読み取り、精算処理を行い、レシートを渡すまでは18秒で済み、28%の時間短縮が図れました。



電子タグ対応POSレジ

③新サービス創造

「電波ポスターによる来店ポイントおよび商品予約」(13.56MHz電子タグ)

電子タグ読取装置を内蔵した「電波ポスター」は、電子タグ付き「お客様カード」のID番号とユーザーの携帯電話のメール

図1: 音楽・映像ソフトと出版業界の合同実験/複合店舗を主体にした実験(CD/DVD/書籍)

次世代メディアコンテンツストア

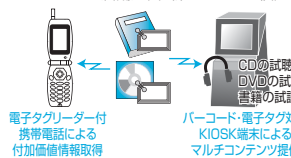
定期的に足を運びたいような
「消費者視点」の店作り

バーコードでも電子タグでも
複数商材に対応できるサービス基盤

小売店舗活性化
コンテンツ産業活性化・構造改革

1 フロントヤード(お客様視点)

定期的に足を運びたいような
店舗運営・新サービスの検証



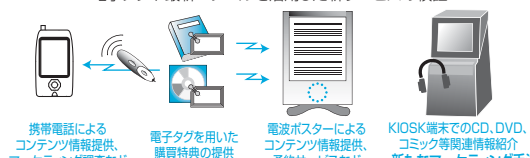
2 バックヤード(店舗運営)

バーコード・タグ併用期間を
踏まえた投資負担の少ない
システムの検証



3 新サービス創造

電子タグや最新ITツールを活用した新サービスの検証



4 来店者アンケート実施

アドレスを登録して利用するシステムです。

今回は、電波ポスターを活用し、「お客様カード」をかざすと来店ポイントを付与し、一定のポイントが貯まると抽選ができる「来店ポイント実験」と、電子タグ付きの「商品の予約カード」と「お客様カード」の連係により、簡単に商品の予約ができる「商品予約実験」を行いました(図2)。



来店ポイント実験

「携帯電話と電子タグの連係による付加価値情報提供サービス」(13.56MHz電子タグ)

大型画面の携帯電話とペン型電子タグ読取装置を組み合わせ、電子タグを貼付した書籍、CD、DVDにペン型読取装置をかざすと、その商品の関連情報等の付加価値情報を携帯電話に表示します。

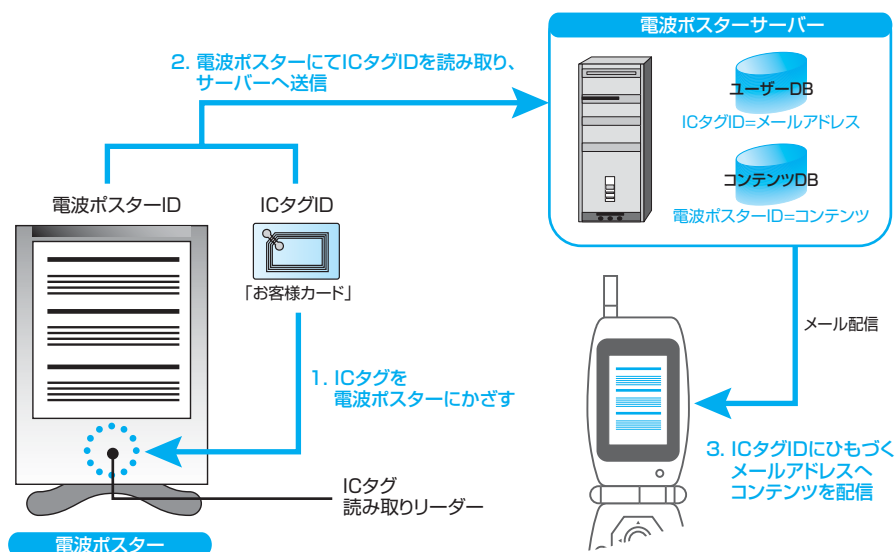


携帯電話とペン型電子タグ読取装置

「複数商材連係プロモーション実験」(13.56MHz電子タグ)

複数商材(書籍、CD、DVD)の連係し

図2: 電波ポスターの概要



たプロモーションを、「マルチコンテンツ対応型スマートシェルフシステム」を用いて実施し、商品のピックアップ回数等の分析やアンケートにより、複数商材の連係効果の検証を行いました。



スマートシェルフ(左)とKIOSK端末(TSUTAYA新橋店)

④来店者アンケート実施

今回実施した来店者アンケートは、3店合計で有効回答310名となりました(内訳:

新星堂 144名、TSUTAYA 66名、ブックハウス 100名)。

集計結果によると、電子タグの認知は回答者の約8割、電子タグの体験者は約6割でした。

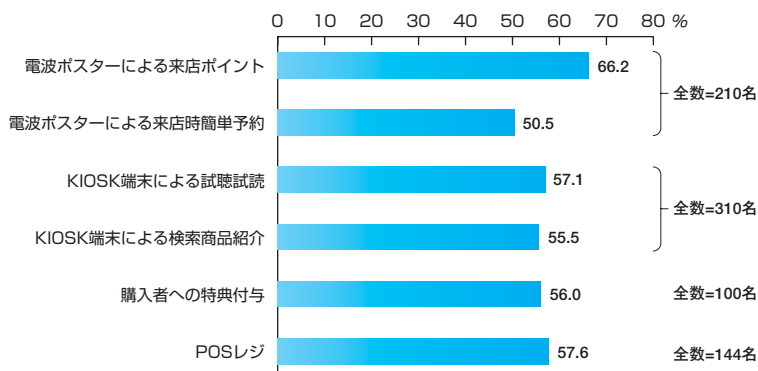
実験の内容は、全体の約9割の回答者が「(やや)便利・(やや)楽しい」と評価し、約8割の来店者が「(やや)分かりやすかった」と回答し、また、約8割の回答者が電子タグの近日中の実用化を期待しています。

実験種類別で回答者から評価の高いものは、(1)電波ポスターによる来店ポイントの付与(「あればぜひ利用したい」66.2%)、(2)KIOSK端末の試聴・試読機能(同57.1%)、(3)KIOSK端末による検索、情報照会機能(同55.5%)の順でした。

今回の実験結果によると、販売店における電子タグは、来店者から高く評価されています。特に、来店者から高い評価を得た電波ポスターは、書籍、CD、DVD等の商品に電子タグがなくても利用でき、小売店での注目も高く、電子タグの有望な応用例と考えられます。

なお、今後の課題として、読取精度の向上や電子タグ、電子タグ読取装置・システム等の普及、導入コストの低下等があり、他業界の動向も注視し、引き続き導入への検討を継続していきます。

来店者アンケート結果:消費者の反応のよかった機能(実験種類別)



Topics & Information

音楽用CDの再販制度「除外を検討」から「検討し対応」へ

知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会は、6月8日に決定する「知的財産推進計画2006」に盛り込まれるコンテンツ分野に係る提言を、5月18日にまとめました。同専門調査会では、当初「音楽用CDを再販売価格維持制度から除外することを検討する」という表現で答申がなされていました。

これを受け、当協会をはじめとする音楽関係10団体は、再販制度が日本の音楽文化の発展や国民による多様な音楽文化の享受のために果たしている役割の重要性を強く訴えてきました。

また、知的財産戦略本部が意見募集を行ったところ、「音楽用CDの再販制度維持」を支持する意見が多数寄せられるなど、最終答申として「必要に応じてより効果的な方途を検討し対応する」という表現となりました。

レコード業界は、今後も再販制度の下で、音楽文化の維持発展を図っていくとともに、国民の利益のために再販制度のさらなる弾力的運用を進め、再販制度について、広く国民の理解を得るためのPRに努めてまいります。

RIAJ、JETRO、CIEAI2006へ共同出展



「JAPAN NIGHT 2006」の様子

総合展示会)に共同出展しました。

このCIEAI2006は中国音像協会、中国電子視像行業協会、中国国際貿易促進委員会上海他の主催により、同国の音楽、映像、インターネット産業の発展、ITの活用をはじめ、海外のエンターテインメント産業との交流の促進などを目的に昨年から開催されているもので、今年で2回目となります。

当協会は、アジア音楽市場拡大委員会において、日本

当協会と日本貿易振興機構(JETRO)は、5月26日～28日にかけて中国上海市で開催されたCIEAI2006(中国国際オーディオ・ビデオ・インターネット配給

のレコード産業のアジア音楽市場進出および近隣アジア諸国との文化交流促進のための諸施策を企画・実施しています。今回の出展はその一環であり、日本のヒット曲のPV上映、CD試聴をはじめとする様々な企画の実施を通じて、日本音楽の認知向上と日本とアジアの音楽ビジネス交流の促進を図りました。

さらに今年は、26日に上海ARKにて、同じくJETROとの共催による日本と中国の音楽文化交流促進を目的としたライブイベント「JAPAN NIGHT 2006」を開催し、中孝介さん、ティンク ティンクさん、上妻宏光さん、小島麻由美さん(出演順)の4組が出演しました。

また、展示会期間中は、セレモニー、レセプション、シンポジウム等様々な行事が開催され、展示会開催前日に行われたサミットでは当協会から佐藤修会長、IFPI(国際レコード産業連盟)からレオン・メイシーIFPIアジア地域代表がケネディ会長の代理として講演を行いました。なお、詳細は次号にてお知らせします。

当協会、中国へのライセンス商品などの権利認証書発行機関としての申請

当協会では、昨年より中国国家版權局に対して、中国で発売される日本のレコードの合法性を確認する認証機関として、当協会が認可されるよう協議を行ってきました。5月17日、当協会専務理事の田辺攻と業務部担当部長の阿部秀男が北京の国家版權局を訪問し、日本における認証機関になるための申請書を提出しました。

中国における権利認証制度は、海賊版を排除し権利者を保護することを目的に1995年にスタートし、1業種1認証機関という原則で、映画関係はMPA(映画協会)、ソフトウェア関係はBSA(ビジネス ソフトウェア アライアンス)、音楽関係はIFPIが指定されています。

中国国家版權局では、認証関係業務を担当する蘇如松版權管理司版權処副処長によって、当協会の申請書が受理され、引き続き正式な審査が行われることとなりました。



中国版權局にて

佐藤会長と生野専務理事、IFPI中央理事会に出席

5月17日、IFPIの中央理事会がソニーBMG本社(ニューヨーク)で開催され、当協会からは佐藤修会長と専務理事の生野秀年が出席しました。この会議は、年2回開催され、メジャー・レコード会社と主要な音楽市場を有する各国のレコード協会のトップなどが参加し、IFPIの活動方針などを決定する重要な会議です。

IFPIのジョン・ケネディ会長からは、IFPIのレコード保護期間の延長を最優先事項とすること、インターネット海賊対策チームの強化、また各国のハブキャップキャンペーン(ファイル交換ソフトを利用する個人ユーザーに対して法的措置などを行うキャンペーン)の成果などが報告されたほか、2006年度予算の審議が行われました。

当協会佐藤会長は、「IPマルチキャスト放送」や「レコードの保護期間延長」に関する国内法の検討状況や当協会の取り組みなどを報告しました。

Music Matters～アジア太平洋ミュージック・フォーラム～、香港で開催

第1回目の「Music Matters～アジア太平洋ミュージック・フォーラム～」が、EMI、ソニーBMGミュージックエンタテインメント、ユニバーサルミュージック、ワー

ナーミュージック、そしてIFPIの協賛・運営によって、5月10日と11日、香港で開催されました。

今年のフォーラムでは、アジアの音楽ユーザーの特徴・性向、アジアでの音楽販売チャネルの状況、注目される国(インド、日本、韓国、中国)の音楽市場動向、21世紀のライブ・エンターテインメントの流れ、音楽／アーティスト／ブランドの関係、携帯電話によるエンターテインメントの将来等について、講演、プレゼンテーション、パネルディスカッション等を通じて、2日間にわたり豊富な情報提供・交換が行われました。

2日目には、IFPIのジョン・ケネディ会長がモデレーターを務め、インターナショナル・メジャー・レーベルの地域代表4氏がパネラーとして参加し、音楽ビジネスの将来



パネルディスカッションの様子

について、会場と一体となったパネルディスカッションを行いました。

初めての試みとして行われたフォーラムは、韓国のアーティストによるショーケースも含め、2日間で述べ1,000人に及び関係者、聴衆が参加し、有意義なイベントとして成功裏に終了しました。

当協会、ミャンマーでの著作権と著作隣接権に関する国内セミナーに講師派遣

5月16日と17日の2日間、ミャンマーの首都ヤンゴンにおいて、WIPO(世界知的所有権機関)とMWJA(ミャンマーの執筆家とジャーナリストの協会)の共催、日本の文化庁の協賛により「創造的産業における著作権と著作隣接権に関する国内セミナー」が開催されました。

このセミナーは、ミャンマーにおける著作権および著作隣接権に関する知識と意識の普及を目的としたもので、政府関係者、作家、有識者、関係団体(映画、音楽、出版、写真等)等、約100名が参加しました。

冒頭、ミャンマー放送局総裁が、情報省大臣に代わって挨拶をされ、文芸、映画、音楽、伝統芸術、写真等の分野における創造的産業の権利保護の必要性を訴えました。

続いて、MWJAの会長は、「個人も組織も、情報省の指導の下、知的財産権に関する法規や規則を理解し、創造的産業の権利保護に向けて必要な措置を講じていくことが求められる」と挨拶されました。

このセミナーでは、「国内と世界の著作権保護の枠組」、「著作権と著作隣接権の社会、経済、文化的重要性とこれらの権利保護の利益」、「著作権制度における権利の例外と制限」、「複写権機関の役割と集中管理の重要性」、「映画、音楽、演劇、写真に関する著作権と著作隣接権」等について、国内外の講師による講演が行われました。

また、当協会は、WIPOの要請を受けてこのセミナー

に広報部部長の今村二郎を派遣し、「日本の音楽産業の枠組と動態」というテーマで日本の音楽産業と市場動向等について講演を行いました。



セミナーの様子

当協会は、5月23日、東京・千代田区のキャピトル東急ホテルにおいて、第390回理事会および第121回通常総会を開催し、下記役員人事を決定しました。会長には、佐藤修 株式会社ポニーキャニオン代表取締役会長が再任されました。なお、役員の任期はいずれも2006年6月1日より2年間です。

【役員人事の件(6月1日付)】

■再任・新任

会長 佐藤 修 [株式会社ポニーキャニオン代表取締役会長]
 理事 廣瀬 禎彦 [コロムビアミュージックエンタテインメント株式会社代表取締役社長]
 理事 澁谷 敏旦 [ビクターエンタテインメント株式会社代表取締役社長]
 理事 小池 武久 [キングレコード株式会社代表取締役社長]
 理事 飯田 久彦 [株式会社ティチクエンタテインメント代表取締役会長]
 理事 石坂 敬一 [ユニバーサル ミュージック株式会社代表取締役社長]
 理事 堂山 昌司 [東芝EMI株式会社代表取締役社長]
 理事 西野 茂詔 [日本クラウン株式会社代表取締役社長]
 理事 榎本 和友 [株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役社長]
 理事 吉田 敬 [株式会社ワーナーミュージック・ジャパン代表取締役社長]
 理事 徳市 慎治 [株式会社バップ代表取締役会長]
 理事 野村 正憲 [株式会社BMG JAPAN代表取締役]
 理事 稲垣 博司 [エイベックス・マーケティング・コミュニケーションズ株式会社代表取締役会長]
 理事 細川 健 [株式会社プライエイド・レコース代表取締役社長]
 理事 後藤 豊 [株式会社フォーライフ ミュージックエンタテインメント代表取締役社長]
 理事 田辺 攻 [社団法人日本レコード協会]
 理事 生野 秀年 [社団法人日本レコード協会]
 理事 田中 純一 [社団法人日本レコード協会]
 監事 荒井 善清 [ジェネオン エンタテインメント株式会社代表取締役]
 監事 大木 舜 [株式会社徳間ジャパンコミュニケーションズ代表取締役社長]
 監事 石田 英遠 [弁護士](新任)

■退任

監事 城戸 勉 [弁護士]
 以上 理事18名、監事3名

【常勤役員(6月1日付)】

専務理事 田辺 攻
 専務理事 生野 秀年
 常務理事 田中 純一

■改組(5月17日付)

株式会社エル・ディー・アンド・ケイ(準会員)
 (旧、有限会社エル・ディー・アンド・ケイ)

■移転(5月29日付)

株式会社日本クラウン(正会員)
 新住所:〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-12-19
 東建インターナショナルビル6F
 TEL: 03-6381-7730

■移転(5月29日付)

株式会社徳間ジャパンコミュニケーションズ(正会員)
 新住所:〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-12-19
 東建インターナショナルビル7F
 TEL: 03-6381-7750

■移転(5月29日付)

株式会社ファーストディストリビューション(賛助会員)
 新住所:〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-12-19
 東建インターナショナルビル7F
 TEL: 03-6381-7777

関係団体のお知らせ

■事務所移転(6月5日付)

社団法人私的録音補償金管理協会(sarah)
 新住所:〒102-0083
 東京都千代田区麹町1-8-14 麹町YKビル2F
 TEL: 03-3261-3444

● 2006年5月会議メモ

5・9 法制委員会
 5・10 レコード倫理審査会
 マーケティング委員会
 私的録音委員会
 5・16 アジア音楽市場拡大委員会
 5・18 広報委員会
 5・19 執行委員会
 5・23 理事会・総会

2006年第1四半期有料音楽配信売上実績

当協会加盟全社の集計による2006年第1四半期(2006年1月1日～3月31日)の有料音楽配信売上実績がまとまりました。

2006年第1四半期は、引き続き、インターネット・ダウンロード、モバイルとも好調で、金額の合計で、前年同期比183%の121億7,321万円となりました。また、インターネット・ダウンロードが、数量で前年同期比534%の592万回、金額で前年同期比393%の12億2,050万円と大幅に伸長し、モバイルも数量で前期比163%の8,303万回、金額で前期比173%の109億2,872万円となりました。

(数量:千回/金額:千円)

	2006年1月～2006年3月					
	数 量	構成比	前年同期比	金 額	構成比	前年同期比
インターネット・ダウンロード	5,916	6.7%	534%	1,220,498	10.0%	393%
モバイル	83,031	93.3%	163%	10,928,720	89.8%	173%
その他	17	0.0%	212%	23,992	0.2%	139%
合 計	88,964	100.0%	171%	12,173,210	100.0%	183%

備考 1. 当統計は、会員会社「42社」の実績をとりまとめたもの。
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。

注: 数量…ダウンロード回数

RIA Essay

■ 音のセレンディピティ

東芝EMI株式会社 取締役 加藤英毅

この数年、いわゆる脳科学について興味があり、茂木健一郎氏の著作は特に愛読しています。同氏の近著で提示されている非常に魅力的な概念が「セレンディピティ」です。「思わぬ幸運に偶然出会う能力」を意味します(この説明だけで、このコラムが終わってしまうので、ご興味のある方は是非同氏の下記の最新作をお読み下さい)。

人間の脳には、抽象的な音の配列に過ぎない音楽を聴くことに対し、生物としてのより根源的な他の欲望と同等の報酬体系が組み込まれているそうです。要は自分が感動する音楽を聞いていると、脳からドーパミンという快感物質が分泌され、「フロー状態」(リラックスして、最大の能力を発揮できる状態)に導いてくれるわけです。この感覚は読者の皆様なら、十分お分かり頂けると思います。

レコード業界に身をおく様になって6年が過ぎ、それこそ10代始め以来愛聴してきたロックに加え、ジャズ、クラシック、ワールド・ミュージック、ラップ、現代音楽、レゲエ等々、膨大な音楽との出会いがありました。一つ

言えるのは、以前より「音のセレンディピティ」が研ぎ澄まされてきたかな、と思う点です。つまり、色々な音楽、ジャンル、アーティストの切り口、他の様々な音楽以外の情報を媒介として、未知の音が私の脳に到達するその入り口が格段に広がったという事でしょうか。

ちなみに直近で、私にそんな音のひらめきを与えてくれたのは、久保田真琴氏が主宰するブルー・エイジアというプロジェクトの「ホテル・モロッコ」です(キングさんからリリースされているホテル・シリーズの最新作です)。私自身、以前の仕事で何度か訪れて以来、中近東(イスラム文化)に興味がある点を差し引いても、このグナワというモロッコの民族音楽は強烈な音経験でした。これを聞いた後の私は、確実にその前の私とは違っている、ことが実感されます。

今後ともどんな音を運んでくるかわからない、セレンディピティを求めた人生の流れを楽しみたいと思っています。

参考文献: 茂木健一郎「ひらめき脳」新潮新書
久保田真琴「世界の音を訪ねる」岩波新書

Monthly Production Report

2006年4月度レコード生産実績

4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92%の2,014万枚・巻、金額で同95%の243億円となりました。このうち、オーディオレコードは、数量で前年同月比95%の1,815万枚・巻、金額で同99%の212億円となりました。また、音楽ビデオは、数量で前年同月比73%の200万枚・巻、金額で同72%の31億円となりました。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻／金額:百万円)

			4月実績						2006年(1月～4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	32	0	49%	17	0	76%	497	1	117%	71	0	80%
		洋	4	0	9%	2	0	56%	22	0	18%	9	0	115%
		計	37	0	32%	19	0	73%	518	1	95%	81	0	83%
	12cmCD	邦	4,563	25	88%	3,624	17	87%	21,879	23	121%	16,272	14	118%
		洋	42	0	256%	25	0	175%	94	0	52%	60	0	39%
		計	4,605	25	88%	3,649	17	87%	21,973	23	120%	16,332	15	117%
	小計	邦	4,595	25	87%	3,642	17	87%	22,376	23	121%	16,343	15	118%
		洋	47	0	70%	26	0	154%	116	0	38%	69	0	43%
		計	4,642	26	87%	3,668	17	87%	22,491	24	119%	16,412	15	117%
	12cmCD アルバム	邦	7,694	42	93%	10,744	51	105%	44,586	47	100%	66,156	59	107%
		洋	5,129	28	109%	6,198	29	101%	25,757	27	116%	27,516	25	96%
		計	12,823	71	99%	16,942	80	104%	70,343	74	106%	93,672	83	104%
CD 合計	邦	12,289	68	91%	14,386	68	100%	66,962	70	106%	82,499	73	109%	
	洋	5,176	29	108%	6,224	29	101%	25,873	27	115%	27,585	25	96%	
	計	17,465	96	96%	20,610	97	100%	92,835	97	109%	110,084	98	105%	
アナログ ディスク	邦	16	0	56%	27	0	88%	58	0	65%	73	0	63%	
	洋	5	0	135%	8	0	163%	25	0	134%	27	0	112%	
	計	22	0	66%	35	0	98%	83	0	77%	100	0	71%	
カセット テープ	邦	640	4	83%	494	2	78%	2,372	2	89%	1,927	2	87%	
	洋	2	0	2000%	1	0	2879%	3	0	20%	2	0	21%	
	計	642	4	83%	495	2	78%	2,375	2	88%	1,929	2	87%	
その他	邦	4	0	7%	7	0	19%	49	0	39%	90	0	51%	
	洋	15	0	83%	28	0	83%	48	0	71%	89	0	67%	
	計	19	0	25%	35	0	51%	98	0	50%	179	0	58%	
合 計	邦	12,950	71	90%	14,914	70	99%	69,442	73	106%	84,590	75	108%	
	洋	5,198	29	108%	6,261	30	101%	25,949	27	115%	27,702	25	95%	
	計	18,148	100	95%	21,175	100	99%	95,390	100	108%	112,292	100	105%	

● 音楽ビデオ

		4月実績						2006年(1月～4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	1,667	84	70%	2,531	82	68%	14,932	90	157%	15,687	86	121%
	洋	258	13	95%	434	14	101%	1,414	9	102%	2,230	12	102%
	計	1,924	96	72%	2,965	96	71%	16,346	99	150%	17,917	98	118%
テープ・LDその他		70	4	110%	125	4	124%	249	1	74%	405	2	72%
合 計	邦	1,737	87	71%	2,656	86	69%	15,173	91	154%	16,082	88	119%
	洋	258	13	95%	434	14	100%	1,422	9	102%	2,240	12	102%
	計	1,995	100	73%	3,091	100	72%	16,595	100	148%	18,322	100	117%

● 音楽ソフト(オーディオ／音楽ビデオ合計)

			4月実績						2006年(1月～4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			18,148	90	95%	21,175	87	99%	95,390	85	108%	112,292	86	105%
音楽ビデオ			1,995	10	73%	3,091	13	72%	16,595	15	148%	18,322	14	117%
合 計			20,143	100	92%	24,266	100	95%	111,985	100	112%	130,614	100	106%

● ビデオ(含音楽ビデオ)

			4月実績						2006年(1月～4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			6,564	98	73%	16,625	98	124%	37,807	98	106%	59,425	98	115%
テープ・LDその他			146	2	50%	389	2	44%	579	2	47%	1,381	2	34%
合 計			6,710	100	72%	17,013	100	119%	38,386	100	104%	60,806	100	109%

● オーディオ／ビデオ合計

			4月実績						2006年(1月～4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			18,148	73	95%	21,175	55	99%	95,390	71	108%	112,292	65	105%
ビデオ			6,710	27	72%	17,013	45	119%	38,386	29	104%	60,806	35	109%
合 計			24,858	100	87%	38,188	100	107%	133,776	100	107%	173,098	100	106%

備考 1. 上記実績は、会員会社「42社」の集計である。当会員会社が受託した非会員会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。

ミュージック・ギフトカード「ミリオンアーティストカード」発売

(株) ジャパン・ミュージック・ギフトカード

全国共通商品券「ミュージック・ギフトカード」を発行している(株) ジャパン・ミュージック・ギフトカードでは、毎年3月に行われる日本ゴールドディスク大賞の受賞を記念して、カードサイズの「アーティストカード」を発売いたします。

「アーティストカード」は、日頃から応援してくださるファンの皆様への還元と、音楽、映像ソフトの需要拡大を目的に、アーティスト、レコードメーカー各社のご協力のもと、1997年の第11回日本ゴールドディスク大賞から発売を開始いたしました。

発売10周年目を迎える今年も、第20回日本ゴールドディスク大賞、各賞の受賞を記念した「ミリオンアーティストカード」の限定発売を6月15日よりスタートいたします。カードは全国のミュージック・ギフトカード取り扱いCDショップ・楽器店でご購入いただけます。

今年は邦楽におけるアーティスト・オブ・ザ・イヤー受賞の倅田来未をはじめ、ゴールドディスク大賞「Rock & Pop Album of The Year」を受賞した2005年度の日本レコード協会認定ミリオンアルバムをデザインした「ミリオンアーティストカード」計6種類を発売いたします。



● 第20回日本ゴールドディスク大賞受賞記念 「ミリオンアーティストカード」

2006年6月15日(木) 限定発売

販売価格 1,000円(非課税)

手元に残るプレミアムカード、アーティスト情報満載のオリジナル台紙付き



2005年2月度認定
EXILE
「PERFECT BEST」



2005年2月度認定
BoA
「BEST OF SOUL」



2005年10月度認定
倅田来未
「BEST ~first things~」



2005年10月度認定
ORANGE RANGE
「NATURAL」



2005年11月度認定
B'z
「B'z The Best "Pleasure II"」



2005年12月度認定
中島美嘉
「BEST」

Gold Album +... 認定

2006年4月度

2006年発売の新譜では、ダブル・プラチナ3作品が認定されました。

■ 邦楽

アルバム

● 2ミリオン

BEST~first things~	倅田来未	2005.09.21	AVT
--------------------	------	------------	-----

● ダブル・プラチナ

CYCLE HIT 1991-1997	スピッツ	2006.03.25	UM
CYCLE HIT 1997-2005	スピッツ	2006.03.25	UM
THE LOVE ROCKS	DREAMS COME TRUE	2006.02.22	UM

● プラチナ

Confidence	HY	2006.04.12	HY
旅人	ケツメイシ	2006.04.26	TF

● ゴールド

Believe	AI	2006.04.19	UM
ORANGE RANGE REMIX ALBUM「Squeezed」	ORANGE RANGE	2006.04.12	SR
ゴスペラッツ	ゴスペラッツ	2006.04.19	ES
僕と君の全てをロックンロールと呼べ	サンボマスター	2006.04.12	SR
BEAUTIFUL BALLADE	徳永英明	2006.02.22	UM
FAITH	HYDE	2006.04.26	KS
上昇気流	MEGARYU	2005.07.13	AVT
ROAD OF MAJOR II	ロードオブメジャー	2005.08.24	AVT

シングル

● プラチナ

純恋歌	湘南乃風	2006.03.08	TF
Dear WOMAN	SMAP	2006.04.19	V
ゆるぎないものひとつ	B'z	2006.04.12	BM
太陽の下	レミオロメン	2006.03.01	V

● ゴールド

Kiss Me Good-Bye	アンジェラ・アキ	2006.03.15	ES
フレンジャー	大塚 愛	2006.04.12	AVT
アゲアゲアゲ EVERY 騎士	DJ OZMA	2006.03.22	TO

■ 洋楽

アルバム

● ゴールド

ラヴ、エンジェル、ミュージック、ベイビー	グウェン・ステファニー	2004.11.21	UM
ケルティック・ウーマン	ケルティック・ウーマン	2006.02.01	TO
ブロードキャスト・トゥ・ザ・ワールド	ZEBRAHEAD	2006.02.22	SI
ダニエル・パウター	ダニエル・パウター	2006.03.08	WJ
ジュークボックス	ベント・ファブリック	2006.02.15	UM
ガール・ライク・ミー	リアーナ	2006.04.19	UM
ベスト・クラシック100(2)	VARIOUS	2006.04.05	TO

ゴールド・アルバム他認定基準枚数一覧

洋楽・邦楽	略号	最低正味出荷枚数 アルバム／シングル
ゴールド	G	累計100,000以上
プラチナ	P	250,000
ダブル・プラチナ	PP	500,000
トリプル・プラチナ	PPP	750,000
ミリオン	M	1,000,000
2ミリオン	2M	2,000,000
3ミリオン	3M	3,000,000

※AI:ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ／AVT:エイベックス・エンタテインメント／BG:ビーグラムレコーズ／BM:バーミリオンレコード／BMG:BMG JAPAN／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／DF:デフスターレコーズ／DRM:ドリーミュージック／EP:アップフロントワークス(セティマレーベル)／ES:EPICレコードジャパン／FK:ファイブズエンタテインメント／FL:フォーライフミュージックエンタテイメント／GN:ジェネオン エンタテインメント／GZ:ギザ／HSE:Hostess Entertainment Unlimited／HY:東屋慶名建設／JA:ジェイ・ストーム／JE:ジャニーズ・エンタテインメント／JK:ユナイテッド・アジアエンターテインメント／K:キングレコード／KS:キューンレコード／MC:ミュージチャー・コミュニケーションズ／MH:ソニー・ミュージックダイレクト／ON:ビーヴィジョン／PAR:ブライエイド・レコーズ／PC:ポニーキャニオン／PK:ピッコロタウン／PZ:ピザ・オブ・デス・レコーズ／QQ:バームビーチ／RR:ロードランナー・ジャパン／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／SM:ミュージックレイン／SN:SENHA & CO.／SR:ソニー・ミュージックレコーズ／SV:アニプレックス／TE:テイチクエンタテインメント／TF:トイズファクトリー／TJC:徳間ジャパンコミュニケーションズ／TO:東芝EMI／UM:ユニバーサルミュージック／V:ビクターエンタテインメント／WJ:ワーナーミュージック・ジャパン／XL:アンリミテッドグループ／YR:アール・アンド・シー



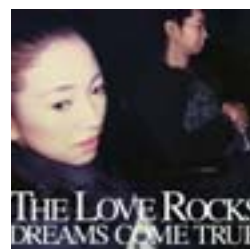
BEST~first thing~/ 倅田来未



CYCLE HIT 1991-1997 / スピッツ



CYCLE HIT 1997-2005 / スピッツ

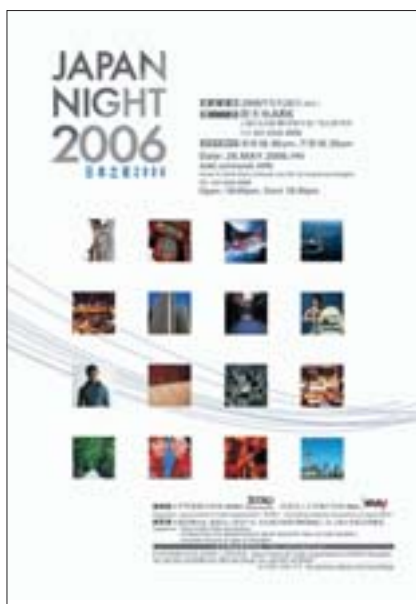


THE LOVE ROCKS / DREAMS COME TRUE

※ダブル・プラチナ(50万枚)以上の認定を受けた作品のジャケット写真を紹介します。

■■■■■ 協会からのお知らせ ■■■■■

Topics & Informationでもお知らせしましたが、5月26日～28日にかけて中国上海市でCIEAI2006（中国国際オーディオ・ビデオ・インターネット配給総合展示会）と日本人アーティスト4組によるJAPAN NIGHT 2006が開催されました。次号にて詳報します。



編集後記

最近、職業教育なる言葉をよく耳にします。次世代を担う若者に社会を支える様々な職業・産業について理解を深めて貰う重要性が認知されてきました。一方、我が業界は知名度の割に産業に対する社会的理解が不足しています。ネット全盛の時代、ネット万能論、PCさえあれば事足りる。制作から宣伝、生産、流通に至る産業を支える基盤を軽視する流れに陥りがちです。我々自身も権利関係にだけ焦点を当て過ぎていたさらいがあります。業界挙げて真の産業広報に取り組んでいく必要があります。(S)