

# The Record 2021

vol.733

*May 5  
& June 6*



The Record 2021.5-6 vol.733

2020年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表

IFPI『Global Music Report 2021』発行

令和3年度事業計画書

# 5・6

May/June  
2021

## CONTENTS

1 Monthly News Digest

### 特集

3 2020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 2021」発行

11 令和3年度事業計画書

13 第95回RIAJセミナー「新入社員合同研修会」開催

14 公正取引委員会へ  
再販制度弾力運用報告書を提出

15 Monthly Production Report

17 Certification

# Monthly News Digest

## 3/24 Wednesday

### 第94回RIAJセミナー開催

3月24日、第94回RIAJセミナー「レコード歌詞における差別表現について」がオンラインにて開催された。本セミナーは、当協会レコード倫理審査会学識経験者委員である西尾秀和氏を講師にお招きして、レコード歌詞の中で使われることの多い差別表現についてご講義いただき、会員社管理部門、制作部門を中心に90名が受講した。

レコード倫理審査会では、レコード製作者としての社会的責任を果たすことを目的とし、全会員社から発売される邦盤歌詞についてレコード倫理基準等に照らした審査を毎月実施している。審査会で指摘される内容のうち、「差別表現」に対しては製作者の意識も高く、指摘に対して適正な対応がとられることが多い一方で、本来の意味合いが認識されておらずに差別の意図なく、いわば気軽に使われてしまうといった状況も続いており、改めて差別表現について学ぶ機会として、本セミナーの開催に至った。

セミナーでは、言葉の歴史的背景も踏まえてなぜ使うべきではないかについて、過去の審査内容や具体例を挙げながらご講義いただいた。講義後のアンケートでは、差別語について認識を新たにしたいという意見はもとより、言葉のみでなく表現として捉えることの重要性を再認識した、文化と倫理の在り

方について考えさせられた、などの幅広い感想とあわせ、他の表現分野についての受講希望も数多く寄せられた。

## 4/22 Thursday

### 2020年度音楽メディアユーザー実態調査報告会開催

4月22日、第96回RIAJセミナー「2020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。

昨年は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け報告会開催は見送られたが、今回はオンラインセミナーとして開催、当日は協会会員社24社116名が参加した。セミナーでは、調査・分析を実施した株式会社マクロミルおよび統計調査連絡会による報告後、参加者による質疑応答が行われた。

なお、2020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が掲載されるほか、本号P3~P6の特集に一部掲載されている。

▶2020年度音楽メディアユーザー実態調査：<https://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2020.html>



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

## 日比谷音楽祭2021開催決定

5月29日(土)、30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2021」が開催される。

本イベントは、『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、世代やジャンルを超えた多くの人々が、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ある。当協会も協賛企業として参加している。



### 〈開催概要〉日比谷音楽祭2021

日 時：2021年5月29日(土)、30日(日) 10:30~20:00(予定)

会 場：日比谷公園(東京都千代田区)

サテライト会場：東京ミッドタウン日比谷

参 加：The Music Park Orchestra、アイナ・ジ・エンド、上妻宏光、家入レオ、生田絵梨花、アーティスト OAU、大島花子、小倉博和、GAKU-MC、奇妙礼太郎、GLAY、KREVA、桜井和寿、四家卯大、ストレイテナー(アコースティックセット)、武部聡志、たなしん、チャラン・ポ・ランタン、東京消防庁音楽隊、DREAMS COME TRUE、新妻聖子、半崎美子、平井秀明、マレー飛鳥 meets 空に油、南里沙、みのミュージック、MIYAVI、miwa、山岸竜之介、山弦、山本拓夫、ハロクライン w/三沢またろう、由紀さおり・安田祥子 with 木山裕策、yonawo、YOYOKA、Little Glee Monster、龍声~Ryusei~、wacci(50音順) 4/21時点

主 催：日比谷音楽祭実行委員会

実 行 委 員 長：亀田誠治(音楽プロデューサー・ベーシスト)



### おうちで楽しもう [日比谷音楽祭2021生配信]

遠方にお住まいの方にも音楽祭をお楽しみいただきつつ、会場混雑を緩和するため、当日の様子を「U-NEXT」で生配信する事が決定した。視聴方法など詳しくは5月6日よりU-NEXTウェブサイト内に開設される特設サイトを確認のこと。

配信に関するお問い合わせ <https://help.unext.jp/info/info216> / 専用メール窓口: [live@unext.jp](mailto:live@unext.jp)

日比谷音楽祭2021のステージ、ワークショップ等は無料参加可能であるが、日比谷公園大音楽堂「YAON」ステージ公演は、抽選制の無料鑑賞券が必要。詳細は日比谷音楽祭公式サイトを確認のこと。

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

▶公式SNS  
[Twitter] @hibiyamusicfes  
[Instagram] [instagram.com/hibiyamusicfes/](https://www.instagram.com/hibiyamusicfes/)  
[Facebook] [facebook.com/hibiyamusicfes](https://www.facebook.com/hibiyamusicfes)

## 当協会役員人事

### ■新任(4月15日付)

理事：河野 聡  
株式会社バンダイナムコアーツ  
代表取締役社長

### ■退任(3月31日付)

理事：井上 俊次  
株式会社バンダイナムコアーツ  
代表取締役副社長

▶日本レコード協会役員一覧  
<https://www.riaj.or.jp/about/officer.html>

## 会員社のお知らせ

### ■会員資格変更(4月1日付 賛助会員から準会員に変更)

社名：株式会社トイズファクトリー  
代表：代表取締役CEO 稲葉 貢一  
住所：〒150-8325 東京都渋谷区渋谷2-16-1  
Daiwa渋谷宮益坂ビル6階・9階

### ■移転(4月19日付)

社 名：株式会社ヤマハミュージックコミュニケーションズ(正会員)  
新住所：〒171-0033 東京都豊島区高田3-19-10  
ヒューリック高田馬場ビル  
新電話番号：03-6863-4232

## 当協会事務局人事

### ■異動(4月1日付)

米内 友伸  
管理部付 一般財団法人 日本音楽産業・文化振興財団(JMCE) 出向  
(前：企画・広報部 課長)

# 2020年度 「音楽メディアユーザー実態調査」公表

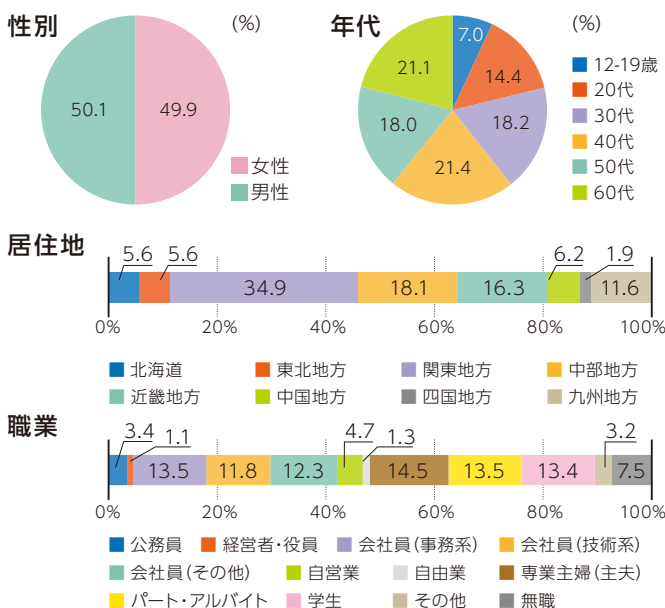
当協会では、音楽全体の市場について経年データを交えながら直近のユーザー動向を整理し、音楽の楽しみ方や音楽関係支出の実態を明らかにすることを目的に「音楽メディアユーザー実態調査」を実施している。本誌では、新型コロナウイルスの影響下で初めて行われた2020年度の調査結果について紹介する。なお、より詳細なPDF版は当協会ホームページにも掲載している。

## <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	2020年12月18日～12月22日
有効回答数	4,494サンプル

▶音楽メディアユーザー実態調査 2020年度  
<https://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2020.html>

## 回答者プロフィール



備考 1. 調査分析の際は平成27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、上記は補正前のデータである。  
2. 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。  
3. SA: 単一回答設問、MA: 複数回答設問

## ユーザーセグメント

本調査分析では、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。

### ① 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

### ② 無料聴取層

この半年間で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

### ③ 無料聴取層(既知楽曲のみ)

この半年間で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

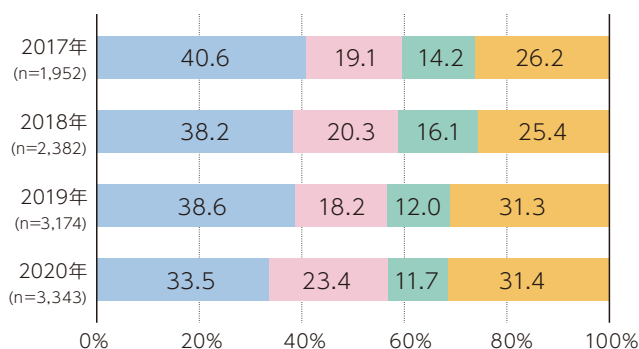
### ④ 無関心層

この半年間で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

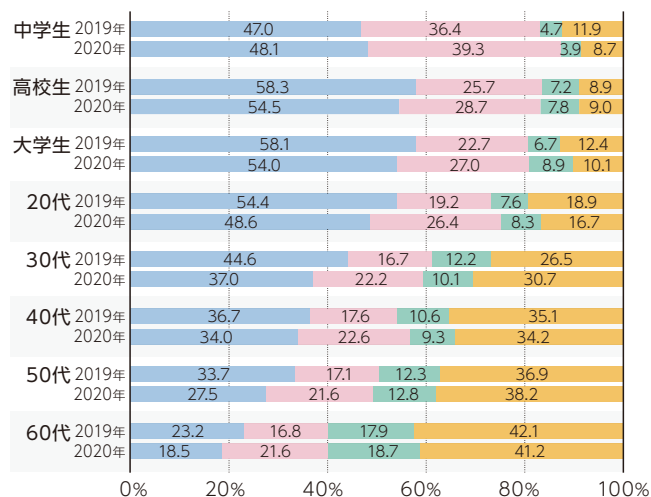
### ユーザーセグメント構成比の推移

2020年は有料聴取層のボリュームが2019年と比較して5ptあまり減少しており、無料聴取層の増加が見られた。無関心層のボリュームは変化が見られなかった。



### 年代別セグメント構成比

有料聴取層は高校～大学生がボリュームゾーン。2020年と2019年と比較して20～30代、50代の有料聴取層が5pt以上減少している。



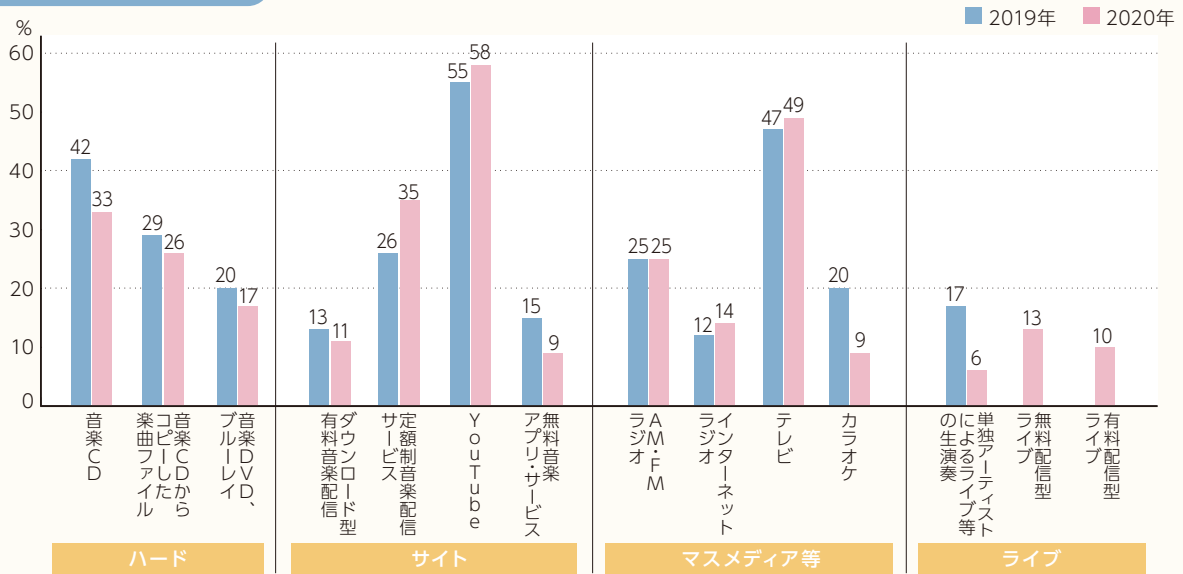
Q この半年間の、あなたの音楽との関わり方についてあてはまるものをひとつお選びください SA

## 2. 音楽聴取方法

### 「定額制音楽配信サービス」が大きく伸ばし、「音楽CD」聴取を逆転

- ・音楽聴取方法は「YouTube」「テレビ」「定額制音楽配信サービス」の順に多い。
- ・「定額制音楽配信サービス」は35%にのぼり、昨年調査より9ptと大きく増加した。
- ・2019年の結果と比較すると、「単独アーティストによるライブ等の生演奏」が11pt減少、「カラオケ」が10pt減少し、生活様式の変化が影響したと見られる。CD経由の聴取（「音楽CD」「音楽CDからコピーした楽曲ファイル」）や「無料音楽アプリ・サービス」についても減少傾向にある。

音楽聴取方法（前年比較）

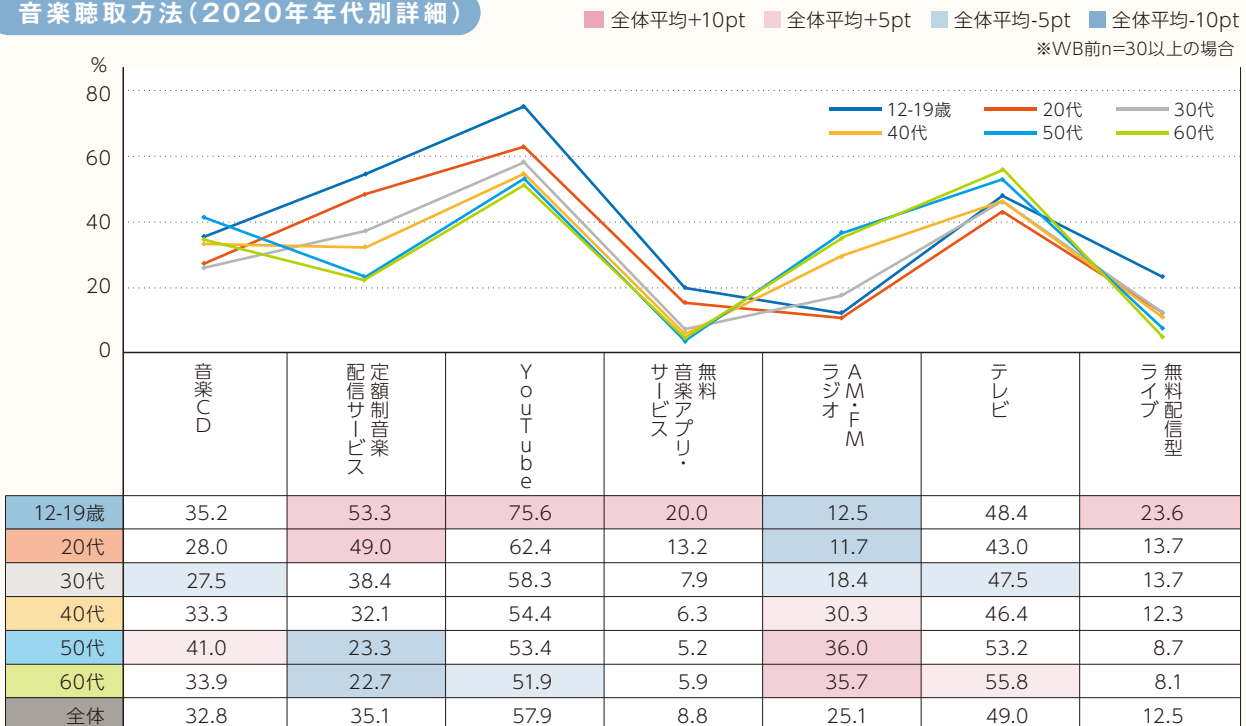


Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスはなんですか。あてはまるものをすべてお選びください。 MA

### 若年層のインターネット経由での音楽聴取は強まる傾向にある

- ・特に10代（12-19歳）においては「定額制音楽配信サービス」「YouTube」「無料音楽アプリ・サービス」「無料配信型ライブ」の利用が全体平均を10pt以上上回り、有料・無料問わずインターネット経由での音楽聴取の傾向が強い。
- ・10代（12-19歳）、20代で定額制音楽配信サービスの利用が5割にのぼる高い数字を記録した。50代、60代の割合が高いのは「AM・FMラジオ」であった。

音楽聴取方法（2020年代別詳細）



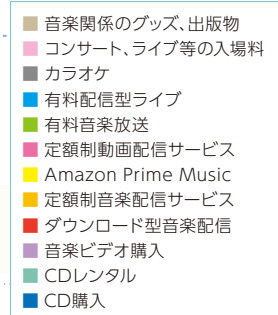
Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。 MA

※ベース：直近半年間に音楽視聴した人（2020年n=2,447、2019年n=2,324）

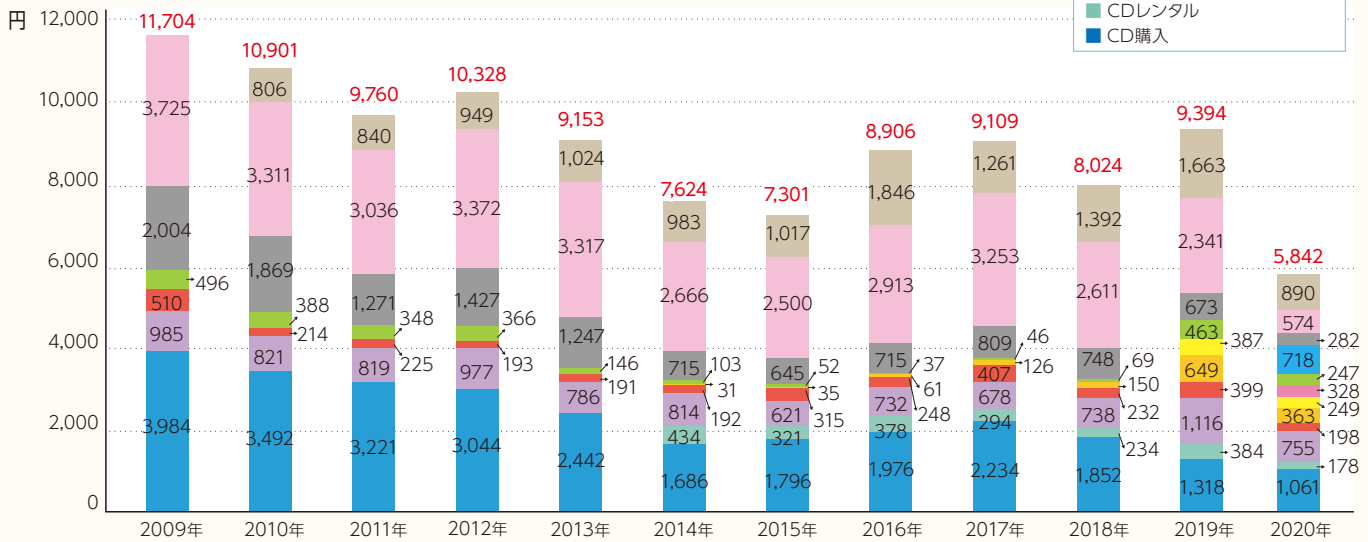
### 3. 音楽への支出額

#### 音楽への支出額の推移 2020年は大きく減少

- ・2020年の音楽への支出総額は5,842円。支出額は多い順に「CD購入(1,061円)」「音楽関係グッズ、出版物(890円)」「音楽ビデオ(755円)」。また、「定額制音楽配信サービス」への支出は363円であった。
- ・2009年から比較すると全体的に支出総額は減少傾向であり、今年度は12年間で最少額となった。特に「CD購入」は81%減少している。



音楽への支出額推移(2009年~2020年)



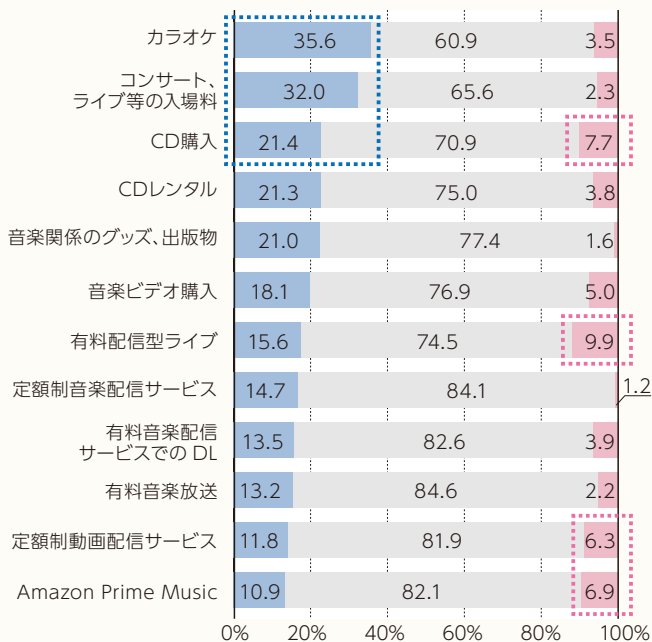
※赤字は合計金額 ※ベース:全体(n=3,343)

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。あてはまるものをお選びください。 SA

#### 音楽への支出額の増減/楽曲購入が減った理由

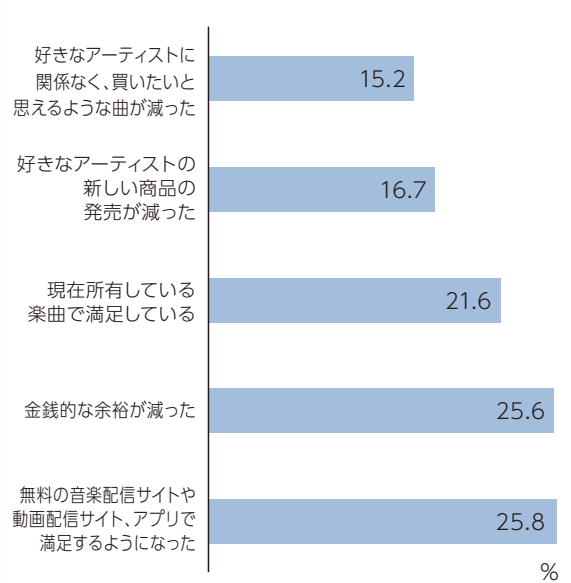
- ・音楽への支出が増加した項目は「有料配信型ライブ」「CD購入」「Amazon Prime Music」「定額制動画配信サービス」など家で楽しめるコンテンツが挙げられる。
- ・音楽への支出が減少した項目は「カラオケ」「コンサート、ライブ等の入場料」「CD購入」。「無料で満足」「金銭的余裕が減った」「所有している楽曲で満足」といった理由が上位に挙げられた。

音楽への支出額の増減



※ベース:直近半年間に音楽視聴した人(n=2,447)

楽曲購入が減った理由(上位5項目)



※ベース:楽曲の購入金額が昨年同時期に比べて減った人(n=730)

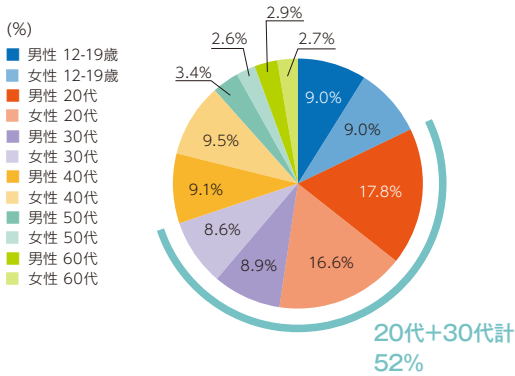
Q この半年間に音楽関連の商品・サービスに対してお金を使った額は、昨年の同時期に比べてどのように変わりましたか。あてはまるものをお選びください。 SA

Q 楽曲の購入について、昨年の同時期に比べて使ったお金の額が減った方に伺います。その理由について、あてはまるものをすべてお選びください。 MA

## 定額制音楽配信サービス 支出が増加した年代は10~20代

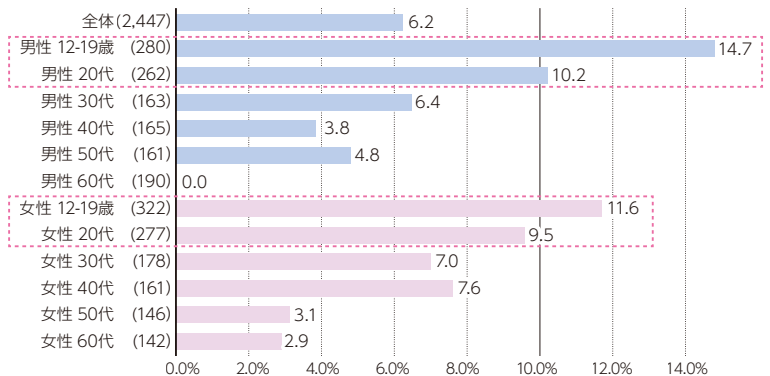
- ・定額制音楽配信サービスを利用している人は20~30代が5割を占めており、ボリュームゾーンである。
- ・10~20代は、定額制音楽配信サービスの支出が増加したと感じている人も多く、定額制音楽配信サービスの若年層の利用が進んでいることがわかる。
- ・40代女性は同世代男性と比較して支出が増加した人が多い。

### 定額制音楽配信サービス 利用者の年代構成



※ベース:直近半年間に音楽視聴、かつ定額制音楽配信サービスを利用した人(n=467)

### 定額制音楽配信サービスへの支出が増加した年代



※ベース:直近半年間に音楽視聴した人(n=2,447)

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。あてはまるものをすべてお選びください。 MA

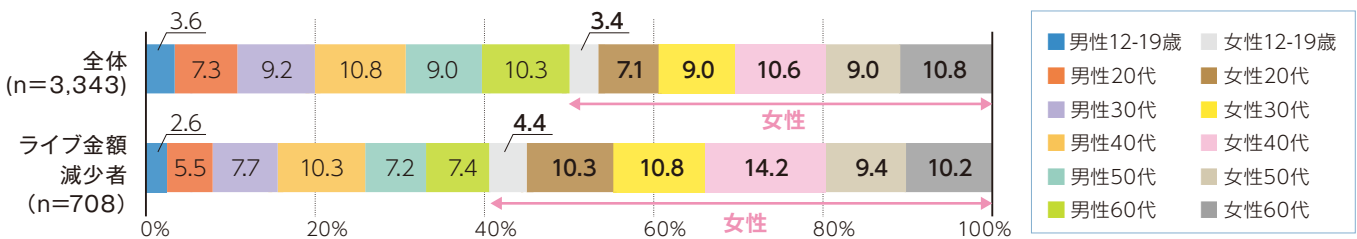
Q この半年間に音楽関連の商品・サービスに対してお金を使った額は、昨年の同時期に比べてどのように変わりましたか。あてはまるものをお選びください。 SA

## 4. 新型コロナウイルスの影響

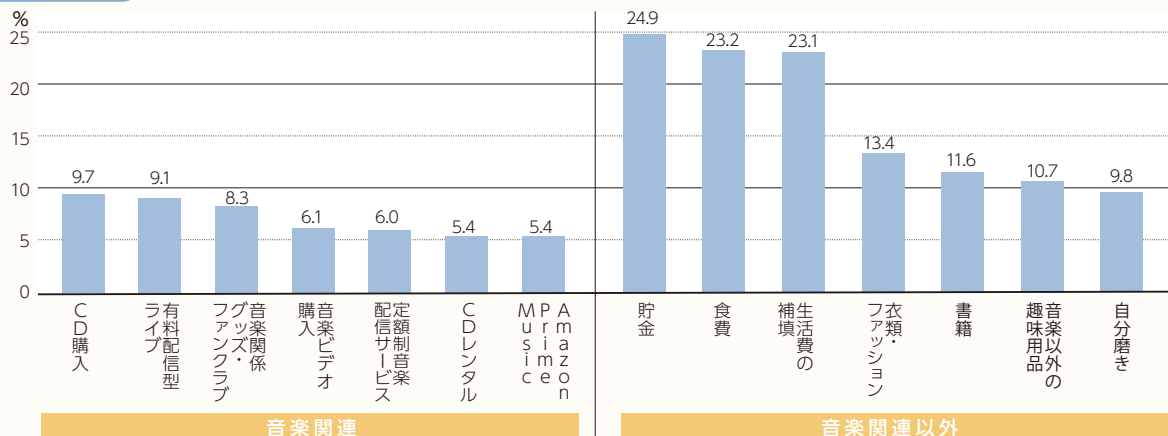
### ライブ・イベントへの使用金額が減った人は、「貯金」「食費」「生活費の補填」など生活必需の要素を支出として回答

ライブ・イベントの使用金額が減った人の属性を見てみると、女性比率がやや高く、お金の使い道は「貯金」「食費」「生活費の補填」が上位である。音楽関連では「CD購入」が約10%で最も高い。

#### 性年代構成



#### お金の使い道



※ベース:ライブ金額減少者(n=708)

Q ライブ・イベントの利用金額が減った方にお伺いいたします。ライブ・イベントに利用しなくなったお金の使い道として当てはまるものをすべてお選びください。 MA

# IFPI『Global Music Report 2021』発行

## ～2020年世界の音楽産業 全世界音楽売上はパンデミック下でも6年連続で成長

イギリス時間3月23日、IFPI（国際レコード産業連盟）は、年次レポートの『Global Music Report 2021』を発行した。

新型コロナウイルスのパンデミックによる影響を全世界的に受け、音楽産業もそれにともない多くの制約を受けた2020年。今号ではその2020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 2021』

▶IFPI <https://www.ifpi.org/>

2020年世界音楽売上

パッケージ売上	4.2 (-4.7%)
ストリーミング売上	13.4 (+19.9%)
ダウンロード・その他売上	1.2 (-15.7%)
演奏権収入	2.3 (-10.1%)
シンクロ収入	0.4 (-9.4%)
合計	21.6 (+7.4%)

備考 1. 金額:10億USDドル  
2. カッコ内は前年売上からの増減

### 全世界の音楽市場概況

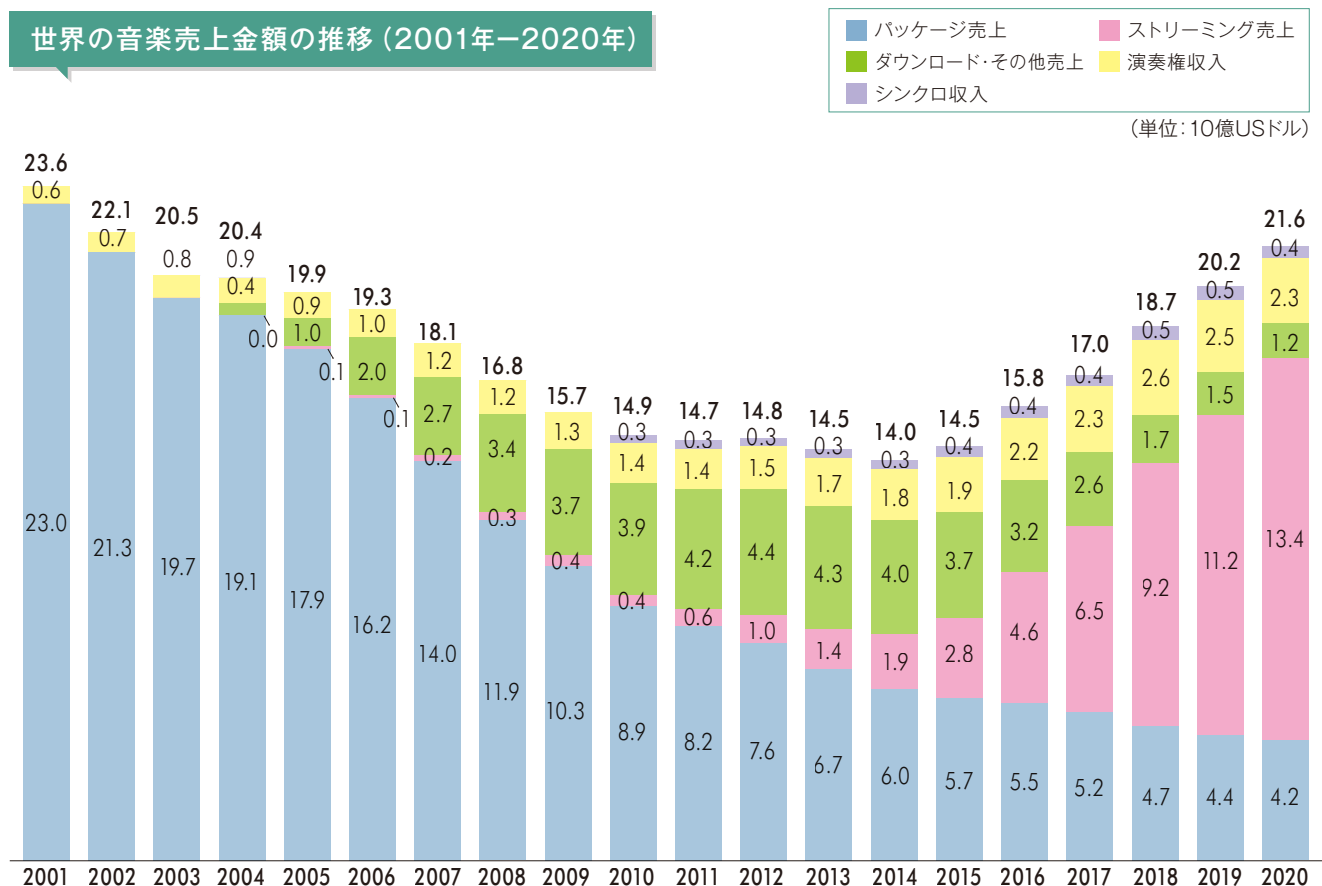
2020年の全世界音楽売上は、前年の伸び(+8.2%)と比較するとやや成長が鈍化したものの7.4%のプラスとなる216億ドル(約2兆3千億円)であり、6年連続の成長となった。右上表の通り、ストリーミング売上の成長はパンデミックによるパッケージ売上や演奏権収入等のマイナスを補って余りあるほどのものであった。中でも、サブスクリプション型の有料オーディオストリーミングの成長は飛躍的で、会員数は2020年末までに4億4,300万に達し、1年間で1億以上の会員数増加を

記録した。

国別売上トップ10では、8カ国でプラス成長を記録し、日本・フランスの2カ国がマイナス成長であった。

レコード会社の長年の努力と投資が、卓越したデジタル化を果たした現在の音楽産業の基礎を築くことにつながった。そして、2020年から現在まで続くパンデミックという非日常にも耐え抜く強さにもつながっている。

世界の音楽売上金額の推移(2001年-2020年)





## フォーマット別売上実績



### ストリーミング売上 STREAMING

↑ 19.9%

2020年はストリーミングの強さを示した1年であった。その売上は19.9%増加し134億ドルに達した。サブスクリプション型の有料オーディオストリーミングが大きな要因であり、その成長は+18.5%を記録。世界の音楽産業の売上高の実に62.1%をストリーミングが占めるほどの随一のフォーマットとなった。

ストリーミングが売上の半分以上を占めている市場は全世界のうち48市場にのぼっており、これは2019年からの1年で12市場増加している。



### ダウンロード・その他売上 DOWNLOAD AND OTHER DIGITAL

↓ 15.7%

音楽消費は2020年も引き続き「所有からアクセスへ」のモデルチェンジが進み、「ダウンロード・その他」項目は15.7%減となった。その結果、音楽産業全体の6%未満、12億ドルほどにとどまっている。



### パッケージ売上 PHYSICAL

↓ 4.7%

2020年の世界のパッケージ売上は4.7%減少、トータル42億ドルであった。昨年(5.3%)から比較して減少の鈍化がみられる。CDの売上減少(11.9%ダウン)とは対照的に、アナログレコードは非常に好調で、2019年の+6.1%から大きく成長し23.5%増となった。



### 演奏権収入 PERFORMANCE RIGHTS

↓ 10.1%

演奏権収入(放送や公衆演奏で使われる音楽の使用料収入)は、これまで10年以上の間継続した成長をみせていたが、新型コロナウイルスのパンデミックにより公衆演奏の使用料収入が大きな影響を受け、10.1%の減少となった。



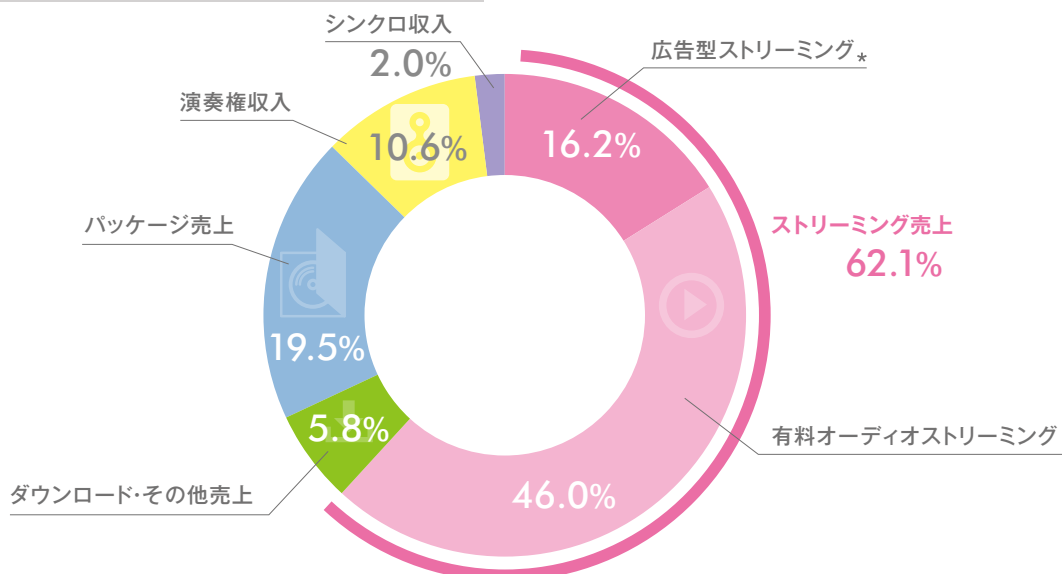
### シンクロ収入 SYNCHRONISATION

↓ 9.4%

シンクロ収入(テレビCM、映画、ゲームなどで音楽を使用する際の使用料)は、2019年は4.4%の増加であったが、2020年はパンデミックによる制約を受けた制作の遅延が影響し9.4%の減少を記録した。

2020年の音楽産業全体の売上に占めるシンクロ収入の割合は2.0%で、2019年(2.4%)をわずかに下回った。

## 2020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

## 地域別市場概要

### ヨーロッパ市場

↑3.5%

世界第2位の規模であるヨーロッパ市場は、ストリーミングの20.7%のプラス成長が他項目のマイナスを相殺し、2020年は3.5%のプラスを記録した。ヨーロッパ内の上位3カ国がこの地域の売上の半数以上(59.5%)を占めている。

イギリスは6年連続の成長と世界第三位のマーケットを維持、トータル2.2%の成長はストリーミング売上の+15.4%によるところが大きい。他項目の売上はいずれも減少した。

ドイツは24.4%のストリーミング成長に伴いトータル5.1%の成長。ドイツで初めてストリーミング売上が全体の半数以上に達した。

イタリアはヨーロッパ市場5位のマーケットでありパンデミックの被害が最も甚大な国の1つだが、ストリーミングが2桁成長となる+29.5%を記録。有料オーディオストリーミング(+29.8%)、広告モデル(+31.6%)ともに大きく成長した。

### アジア市場

↑9.5%

アジア市場は2020年に9.5%の力強い成長を記録し、初めてデジタル売上が全体の半数を超える年となった。アジア最大の市場である日本は2020年に前年比マイナス2.1%であったが、仮に日本を除けば、アジア市場は+29.9%と最も急速な成長をみせる地域である。

中でも韓国は、K-popの記録的なヒットを受け、2020年は+44.8%と主要マーケットの中で最も急速な成長を記録した。

### アフリカ・中東市場

↑8.4%

アフリカおよび中東地域の音楽売上は、2020年に8.4%増加した。その主な牽引役となったのは中東・北アフリカ(MENA)で、この地域の売上は37.8%増となっている。

その中でも圧倒的に目立っているのはストリーミングで、その売上は実に36.4%増加した。南アフリカとMENAの合計は、アフリカおよび中東地域の収益の86.7%を占めている。

### オーストララシア市場

↑3.3%

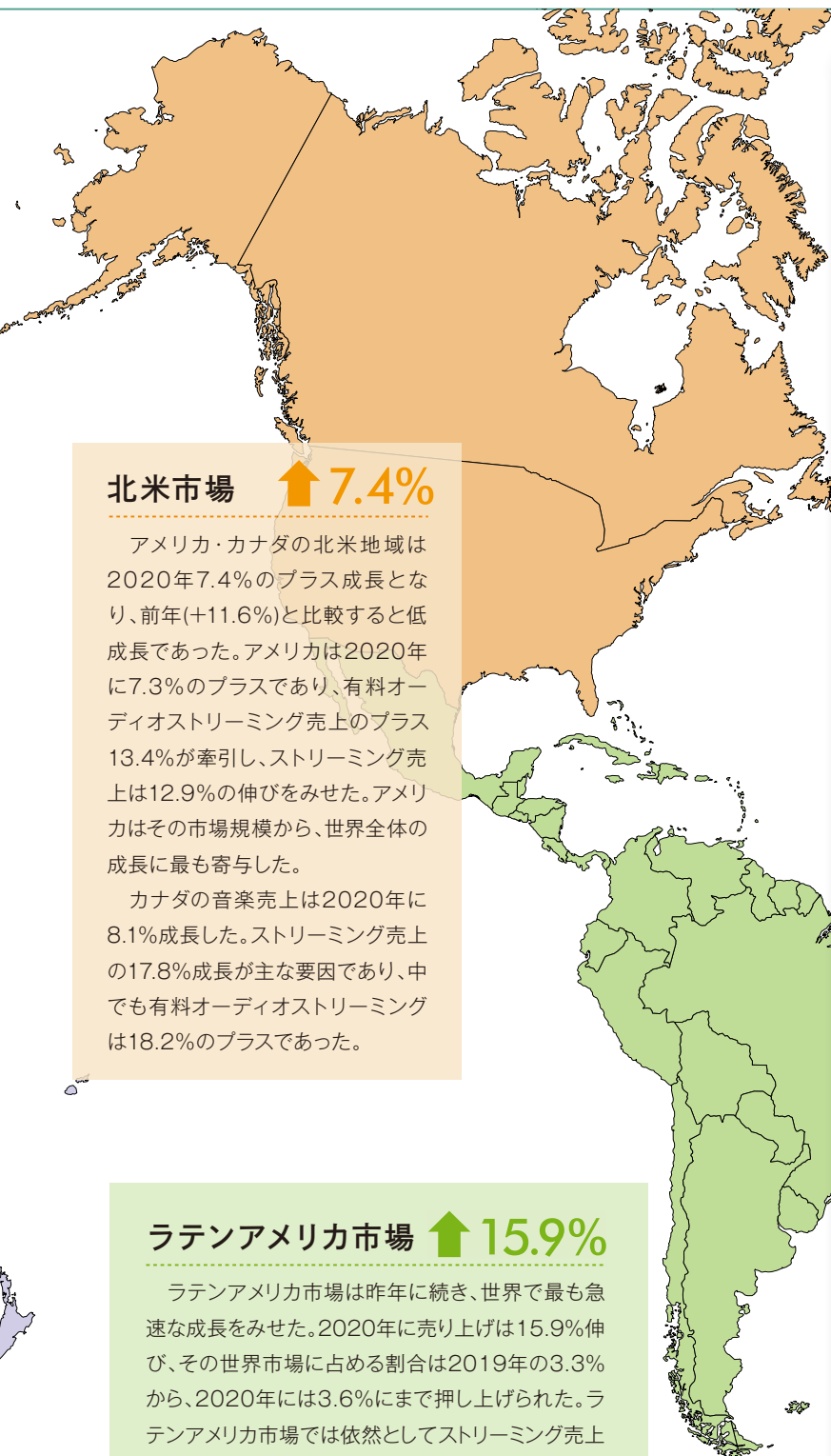
オーストララシア市場は2020年に+3.3%の成長を記録、世界市場におけるシェアは2.3%であった。

オーストラリアは世界第9位のマーケットを維持、4.0%のプラス成長を記録した。ストリーミング売上の伸び(+12.8%)が主要要因で、有料オーディオストリーミングの増加(+14.3%)も寄与した。

ニュージーランドはほぼ横ばいのマイナス0.1%で、金額にして100万ドル未満のわずかな減少であった。ストリーミング売上はプラス3.9%、有料オーディオストリーミング売上はプラス4.0%を記録した。

### 2020年 音楽売上 トップ10

- |    |   |      |     |   |         |
|----|---|------|-----|---|---------|
| 1位 |  | アメリカ | 6位  |  | 韓国      |
| 2位 |  | 日本   | 7位  |  | 中国      |
| 3位 |  | イギリス | 8位  |  | カナダ     |
| 4位 |  | ドイツ  | 9位  |  | オーストラリア |
| 5位 |  | フランス | 10位 |  | オランダ    |



## 北米市場 ↑7.4%

アメリカ・カナダの北米地域は2020年7.4%のプラス成長となり、前年(+11.6%)と比較すると低成長であった。アメリカは2020年に7.3%のプラスであり、有料オーディオストリーミング売上のプラス13.4%が牽引し、ストリーミング売上は12.9%の伸びをみせた。アメリカはその市場規模から、世界全体の成長に最も寄与した。

カナダの音楽売上は2020年に8.1%成長した。ストリーミング売上の17.8%成長が主な要因であり、中でも有料オーディオストリーミングは18.2%のプラスであった。

## ラテンアメリカ市場 ↑15.9%

ラテンアメリカ市場は昨年に続き、世界で最も急速な成長をみせた。2020年に売り上げは15.9%伸び、その世界市場に占める割合は2019年の3.3%から、2020年には3.6%にまで押し上げられた。ラテンアメリカ市場では依然としてストリーミング売上が支配的で、2020年の30.2%のストリーミング成長によりトータル売上の84.1%をストリーミング売上が占める地域となっている。

ブラジルは地域で最も大きな音楽市場だが、2020年には24.5%の売上増であった。37.1%のストリーミング売上の増加が成長をけん引しており、中でも有料オーディオストリーミング売上は28.3%の強い伸びをみせた。

## 音楽の繁栄を可能にする フェアな環境づくり

音楽産業のグローバルな成長・発展を支えるためには、音楽に投資する者・制作する者の権利を認めること、そのための効果的な法律および政策の実行が必要である。音楽マーケットは世界各国で性質が異なるが、IFPIおよび加盟レコード会社は以下の4つの原則を市場に導入するべく活動を行っている。

### 1. 音楽の価値を認知する

政策担当者は、文化・経済の両面で音楽に価値があることを認識する必要がある。音楽配信に関わるあらゆるサービスが、公平で競争のある市場において、権利者と楽曲の使用許諾に関する交渉ができるよう規則で保証すべきである。具体的には、「セーフハーバー」規定を誤用したプロバイダーの責任回避の問題や、演奏権の確立に向けて努力する必要がある。

### 2. 著作権の枠組みを明確にし、 法的な安定性を提供する

楽曲の合法的な使用方法が誰でも理解・実行できるように、法的・商業的な枠組みが必要である。これは、排他的な権利を通じて、権利者に十分なレベルの著作権保護が与えられることを意味する。また、著作権の制限規定は公共政策の成果に寄与する場合に限定し、定義を明確にすべきである。過度に柔軟性が高い権利制限は乱用されやすく、法的安定性を崩しかねない。

### 3. 契約の自由を尊重する

フェアで活発な市場においては、当事者はライセンス契約について自由に合意がなされるべきである。不公平な介入は市場をゆがめ、その結果、レコード産業全体の成長を損なうことになる。また、テクノロジーの進化に追いつけない時代遅れな規制により業界を縛ってしまうと、進化する市場に対応するためのソリューションが見出しにくくなる。

### 4. 著作権侵害に対処する

合法的なデジタル音楽市場が発展を続ける一方で、著作権侵害もさらに深刻化している。IFPIとその加盟企業は、違法コピーされた音楽がインターネットで広がるのを防ぐ活動を行い、アーティストのコンテンツを守るために絶え間なく努力している。そうした活動の中には、音楽から違法に利益を得ようとするサービスの運営を阻止するため、必要に応じて法的措置を取るといった行動も含まれている。

## 令和3年度事業計画書

令和2年の市況を振り返ると、音楽配信売上が昨年に続き700億円を超えて783億円(前年比111%)となり、7年連続のプラス成長と好調に推移した。特にストリーミング市場は前年比127%の589億円と伸長して音楽配信市場におけるシェアが75%に拡大し、ダウンロード市場(179億円)の約3倍となった。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、新型コロナウイルス流行による制作・販売等への影響によりオーディオレコードが前年比85%の1,299億円、音楽ビデオが前年比85%の645億円と苦戦し、合計の年間生産金額は前年比85%の1,944億円に留まった。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91%の2,727億円となり、依然として厳しい業界環境が続いた。

このような業界環境を踏まえ、当協会では、平成29年度より担う役割を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」)に整理し、優先度を付けて事業に取り組んできており、令和3年度も引き続きこの方針を継続する。

令和3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となる「音楽CDの再販制度」の存置を引き続き求めるとともに、制度の弾力運用を推進する。
- (2) ユーザーへの還元施策の一環であるインターネット廃盤セールについて、内容の見直し等を含め、開催の必要性を検討する。

##### 2. 業界広報の強化

前年度に引き続き、特設サイト「あの音楽アプリは、もう違法。」や著作権啓発映像等による改正著作権法の周知徹底を主軸とした啓発活動を継続すると共に、定額制音楽配信(サブスクリプション)サービスなどの適法利用の促進を図る。

##### 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

アーティスト・作品の顕彰と日本音楽の歴史の記録として「日本ゴールドディスク大賞」を継続して実施する。

##### 5. 日本音楽の海外展開の促進

一般財団法人日本音楽産業・文化振興財団(JMCE)への協力を通じ、会員各社の海外展開を支援する。JMCEの主な海外展開事業は次の通りである。

- ①「第18回東京国際ミュージック・マーケット(TIMM)」の開催
- ②アニメ情報検索サイト「JAPAN ANIME MUSIC LAB.」の運営
- ③海外の日本音楽ファンやバイヤー等への情報発信の強化
- ④その他、海外展開関連事業

##### 6. 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。

##### 7. 音楽権利情報データベースの充実

平成29年度から令和元年度までの3年間にわたり文化庁が実施した「コンテンツの権利情報集約化等に向けた実証事業」の成果を継承し、同実証事業で構築した「音楽権利情報検索ナビ」を民間運用するため、「ミュージック・ジェイシス協議会」(旧MINC)の移行法人として4月1日に「一般社団法人音楽情報プラットフォーム協議会」(新MINC)が設立される。当協会はその構成団体として、音楽権利情報データベースの更なる充実と円滑な権利処理の促進に引き続き取り組む。

#### 〔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、環境の変化に応じてカテゴリ変更などを行い、的確に集計し迅速に公表する。

##### 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」を継続実施し、ユーザー動向の経年変化を把握するとともにユーザー意識の深堀調査を行う。

#### 〔3〕レコードを通じた音楽文化の保存に関すること

##### 1. 「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、選考申請および審査に協力する。

##### 2. 「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的として継続実施する。

#### 〔4〕著作権および著作隣接権等の普及・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)」において違法音楽ファイルの削除要請を継続して実施する。また、SNS上の違法音楽ファイルおよびリーチサイト対策にも注力する。
- (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、中国国家版权局との連携やサイト運営事業者との協議実施等により効率的な対策を講ずる。
- (3) 公正な音楽市場の形成を阻害する違法音楽アプリの撲滅に向けた総合的な対策を実施する。具体的には、アプリストア運営事業者に対する審査強化等の要請、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。
- (4) 悪質な違法行為者の告訴等を継続して実施する。
- (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関して、発信者情報開示請求及び同訴訟により住所・氏名等の開示を受け、損害賠償請求や告訴等の対応を継続する。

##### 2. 著作権教育・啓発活動の実施

- (1) 大学寄附講座は、昨年度に引き続き明治大学で開講し、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。また、一般社団法人日本音楽出版社協会が今年度から3年間開講する電気通信大学の寄附講座への支援・協力を行う。
- (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. レコードの業務上の演奏利用から適正な対価が還元される法制度創設に向けた活動

いわゆる「レコード演奏・伝達権」について、IFPIや実演家団体と連携して法制度創設に向けた関係省庁等への働きかけを継続して実施する。

### 4. 「バリューギャップ」問題の解決に向けた活動

無料動画投稿サイト運営事業者に係る法的責任のあり方の見直しなど、いわゆる「バリューギャップ」問題の解決を目指して平成30年に成立したEU新著作権指令を参考に、必要な法改正の働きかけを継続する。

### 5. 放送の同時配信等に関する対応

集中管理の充実によって権利処理の円滑化を図ることを第一義として、レコード製作者の権利が適切に保護されるよう、必要な対応を行う。

### 6. 一般社団法人授業目的公衆送信補償金等管理協会 (SARTRAS) への参加

授業目的公衆送信補償金の指定管理団体に参加し、4月から徴収が開始される補償金制度の運営を支援するとともに、レコードに係る使用料について分配受託団体となり適切な分配を行う。また、SARTRASが令和3年度中に開始を予定している教育現場における著作物等の利用に関するライセンス事業に協力する。

### [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への完全移行を目指し、分配ルールの見直しとシステム改修に取り組む。
3. 配信音源に係る二次使用料について、使用実績報告の受付方法と新分配ルールを整備し、早期の実施に向けた準備を確実に進める。

### [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

放送の同時配信等に係る権利処理について、集中管理に係る実務運用の更なる円滑化や委任者拡大等の課題に取り組む。また、昨年度から開始したネット独自の放送型送信（いわゆるウェブキャスト）に係る集中管理について、実務運用の安定化を図りながら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。
- (3) 利用者から要望のあるその他利用形態について、集中管理の実現可能性を検討し、可能な分野から集中管理の範囲拡大に努める。

### [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

私的録音補償金管理協会 (sarah) の構成団体として、私的録音補償金制度の円滑な運用を支援する。

### [10] 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。

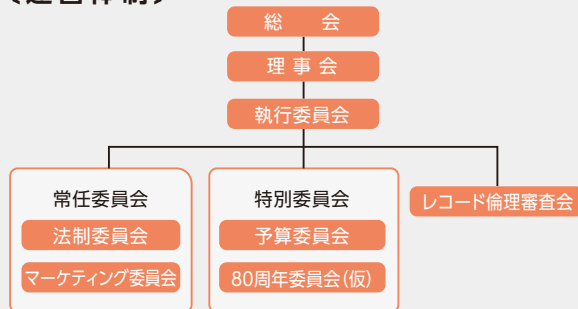
#### 7. 会員各社の業務の集約化 (シェアードサービス)

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. 80周年記念事業

令和4年4月30日に創立80周年を迎えるに当たり、特別委員会を設置し、記念事業とともに協会の役割・体制等の見直しを検討する。

### 〔運営体制〕



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。

## 第95回RIAJセミナー「新入社員合同研修会」開催

4月9日、当協会会員社の新入社員を対象とするRIAJセミナー「新入社員合同研修会」が開催された。本年は、新型コロナウイルス感染症の状況を鑑み、昨年と同様に当協会会議室よりWeb会議システムを使用して実施された。

研修会は二部構成で行い、第一部では、企画・広報部 島野部員による「レコード業界について」、著作権・契約部 豊田チーフによる「レコードに関する著作権の基礎知識」、著作権保護・促進センター(CPPC) 森岡センター長補佐による「日本レコード協会の違法対策」をテーマとした講義を行い、第二部では、今回初めての試みとしてZoomのブレイクアウトルーム機能を利用して4名1組で交流会を行った。

今回の研修会には当協会会員の11社から82名が参加した。ここでは、合同研修会を終えた新入社員に対して行ったアンケートから、回答の一部を紹介する。

### レコード業界(会社)への志望動機

- ・楽しい時もつらい時も身近にあったのが音楽で、助けられていたので何か貢献がしたい、音楽に携わりたいと思い志望した。
- ・エンタメには新しい可能性が広がっており、世の中に楽しさを届けたいと思ったから。その中でも自分が好きなジャンルの音楽という分野で、より多くの人の心を動かすコンテンツを作りたくて強く思った。
- ・中学生の頃好きなアーティストのブックレットに記載されていたA&Rという職種に興味を持ち音楽業界を志望した。

### 研修会の感想

#### 1.レコード業界について

- ・サブスクリプションによって業界が変化していることは知っていたが、実際の数値を見ることができ、その変化を数値で理解することができた。
- ・レコード業界の歴史や、今後の展望について知見を深めることができた。業界で働く人として必ず知っておかなければならない知識についても一度確認することができ、この業界で働くモチベーションがより高まった。
- ・グローバル音楽市場の動向と比べて、日本ではフィジカルコンテンツがまだまだ強いという、とてもユニークなユーザーの動きが見られた。その理由の一つとしてコレクション欲が強い傾向がある国民性が挙げられることが印象的だった。

#### 2.レコードに関する著作権の基礎知識

- ・コンテンツ、そしてアーティストを守るためにも必要な知識だと感じた。しっかりと勉強していきたいと思う。
- ・著作権と著作隣接権の2種類があり、レコード会社は後者を有すること、またそれに伴う複数の権利が存在することを学んだ。これから制作に携わるにあたり、自分の業務に付随する権利を自覚していこうと思う。同時に他社の権利を侵害することのないよう、学生時代より厳しく意識を持つ必要性を感じた。
- ・アーティストを守るということは、メンタル面であったり売り出しや制作の過程にあるイメージであった。しかし、著作権を正しく理解し、権利を守ることが、アーティストの活動、ひいては人生を守るための重要な仕事であると認識できた。

#### 3.日本レコード協会の違法対策

- ・特にMusic FMは解決しなくてはならない問題だと思う。若い世代(中学生～)の音楽体験でこの違法アプリから入ってしまうと、音楽に対してお金を払わない状態のままメインのターゲット層になってくるので、啓蒙活動はとても重要だと考える。
- ・違法対策がより強化されていくことで、音楽業界全体の売り上げにもつながることが理解できた。
- ・WEBサイトやスマホアプリにおける違法対策は日々監視して削除要請をするという地道な作業をしているのだと知り驚いた。今後は違法音楽アプリ・サービスを使わなくてもいいように、合法のものを発展させていく必要があると感じた。

#### 4.オンライン交流会

- ・同業他社の同期と交流できる機会はあまりないので、貴重な時間となった。今後も積極的にコミュニケーションを図り、業界内での横の繋がりを促進していきたい。
- ・同業他社の方と話げできたことは、コロナ禍で交流が難しいなにかいい経験となった。
- ・他社の新入社員達がそれぞれ音楽に関わってきた異なる経験を語り合いながらも、音楽を軸に新たなコミュニケーションが広がる瞬間に触れ、自分が音楽業界に入っているという実感を得られた。

#### その他

- ・音楽業界全体の話や、他社の同期の人と話す・会う機会が現段階ではないのでとても刺激になった。
- ・移行行く社会情勢の波に飲み込まれないように、レコード業界を盛り上げていきたいと感じるともよい機会になった。
- ・以前は対面で行われていたと思うと少し残念だが、今回の研修での繋がりを大切にしていきたいと思う。
- ・貴重な話が聞ける機会となりありがたい。しっかりと知識を付け、これからのレコード業界を引っ張っていけるような社会人になれるよう努力していきたい。

## 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2020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」の報告書を公開した。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

2020年の全CD新譜数は8,646タイトル（2019年11,149タイトル）であったが、このうち、CD+DVD商品は1,401タイトル（2019年1,703タイトル）、非再販CDのタイトル数は652タイトル（2019年1,485タイトル）となり、CD+DVD商品および非再販CDの合計で2,053タイトル（2019年3,188タイトル）と2,000タイトルを越える商品が非再販商品として発売されている。

なお、CD+DVD商品はヒット作品でも数多く発売されており、2020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」はシングル5タイトル、アルバム1タイトルの計6作品（2019年：シングル6タイトル、アルバム1タイトル）で、6タイトル全てがCD+DVD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

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

2020年のアルバムの年間平均小売価格は2,219円となり、2019年の2,029円から大幅な上昇が見られる。なお、2001年

当面存置決定当時の2,399円対比では約8%値下がっている。

#### 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、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、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。

#### 7. コロナ禍における業界の対応・影響等について

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、2020年4月からの緊急事態宣言下においてはコンサートやライブの中止が相次ぎ発生し関連グッズ販売も含めて打撃を受けた。また、新譜発売の大幅な延期や中止も余儀なくされた。イベント等もリアルからオンラインへと移行、withコロナ時代における業界の取り組みについては引き続き課題として挙げられる。

#### 8. その他

レコードメーカー各社、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も、デジタル試聴機が導入されており、2020年12月末時点で214店に535端末が設置され、バーコードの読み取りにより約377万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いく。

# Monthly Production Report 2021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108%の1,377万枚・巻、金額で同113%の182億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比85%の843万枚・巻、金額で同83%の92億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比193%の533万枚・巻、金額で同184%の90億円となっている。

## オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	2月実績						2021年1月~2021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	11%	0	0	8%	2	0	30%	1	0	22%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	0	0	11%	0	0	8%	2	0	30%	1	0	22%
12cmCD シングル	邦	2,367	28	84%	2,004	22	78%	4,677	28	68%	4,133	22	69%
	洋	0	0	2%	0	0	2%	4	0	31%	6	0	46%
	計	2,367	28	84%	2,004	22	78%	4,681	28	68%	4,139	22	69%
シングル 計	邦	2,367	28	84%	2,004	22	78%	4,679	28	68%	4,135	22	69%
	洋	0	0	2%	0	0	2%	4	0	31%	6	0	46%
	計	2,368	28	84%	2,004	22	78%	4,683	28	68%	4,141	22	69%
12cmCD アルバム	邦	5,181	61	83%	6,379	69	84%	10,188	62	90%	12,671	68	90%
	洋	711	8	93%	590	6	69%	1,395	8	84%	1,257	7	68%
	計	5,892	70	84%	6,969	76	82%	11,583	70	89%	13,928	75	88%
CD計	邦	7,549	90	83%	8,383	91	82%	14,867	90	82%	16,806	91	84%
	洋	711	8	92%	590	6	68%	1,399	8	83%	1,263	7	68%
	計	8,260	98	84%	8,973	97	81%	16,266	98	82%	18,068	98	83%
アナログ ディスク	邦	57	1	225%	101	1	174%	106	1	151%	203	1	129%
	洋	42	1	162%	82	1	179%	63	0	138%	118	1	146%
	計	99	1	193%	183	2	176%	169	1	146%	321	2	135%
カセット テープ	邦	50	1	243%	30	0	177%	54	0	120%	34	0	85%
	洋	1	0	562%	1	0	556%	1	0	279%	1	0	331%
	計	50	1	245%	31	0	181%	55	0	121%	35	0	88%
その他	邦	15	0	308%	25	0	547%	27	0	293%	41	0	310%
	洋	9	0	79%	16	0	71%	23	0	68%	43	0	65%
	計	24	0	150%	41	0	151%	50	0	117%	84	0	106%
合計	邦	7,671	91	84%	8,539	93	83%	15,054	91	82%	17,084	92	84%
	洋	763	9	94%	689	7	74%	1,486	9	84%	1,425	8	71%
	計	8,434	100	85%	9,228	100	83%	16,541	100	82%	18,509	100	83%

## 音楽ビデオ

	2月実績						2021年1月~2021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	3,122	59	182%	4,239	47	172%	4,908	61	103%	5,675	48	97%
	洋	10	0	22%	13	0	14%	21	0	21%	28	0	20%
	計	3,132	59	178%	4,253	47	166%	4,928	62	102%	5,703	48	95%
ブルーレイ ディスク	邦	2,198	41	225%	4,734	53	212%	3,051	38	128%	6,138	52	82%
	洋	3	0	12%	9	0	8%	16	0	61%	31	0	24%
	計	2,201	41	220%	4,742	53	203%	3,068	38	127%	6,169	52	81%
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	5,320	100	198%	8,973	100	191%	7,959	100	112%	11,813	100	89%
	洋	12	0	19%	22	0	11%	37	0	29%	59	0	22%
	計	5,333	100	193%	8,995	100	184%	7,996	100	110%	11,872	100	87%

## 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	2月実績						2021年1月~2021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	8,434	61	85%	9,228	51	83%	16,541	67	82%	18,509	61	83%	
音楽ビデオ計	5,333	39	193%	8,995	49	184%	7,996	33	110%	11,872	39	87%	
合計	邦	12,991	94	110%	17,512	96	117%	23,014	94	90%	28,897	95	86%
	洋	775	6	88%	711	4	62%	1,524	6	81%	1,484	5	65%
	計	13,767	100	108%	18,223	100	113%	24,537	100	90%	30,380	100	85%

## ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	2月実績						2021年1月~2021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	4,367	61	136%	5,706	45	113%	7,500	62	91%	8,718	44	78%
ブルーレイディスク	2,805	39	163%	7,070	55	120%	4,530	38	120%	10,943	56	82%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	7,172	100	146%	12,776	100	117%	12,029	100	100%	19,660	100	80%

## オーディオ/ビデオレコード合計

	2月実績						2021年1月~2021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	8,434	54	85%	9,228	42	83%	16,541	58	82%	18,509	48	83%
ビデオレコード計	7,172	46	146%	12,776	58	117%	12,029	42	100%	19,660	52	80%
合計	15,606	100	105%	22,004	100	99%	28,570	100	89%	38,169	100	82%

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76%の1,121万枚・巻、金額で同99%の177億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比66%の717万枚・巻、金額で同76%の96億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比107%の404万枚・巻、金額で同157%の81億円となっている。

## オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	3月実績						2021年1月~2021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	1	0	128%	0	0	51%	3	0	43%	2	0	25%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	1	0	128%	0	0	51%	3	0	43%	2	0	25%
12cmCD シングル	邦	1,408	20	46%	1,443	15	57%	6,085	26	61%	5,577	20	65%
	洋	7	0	1%	6	0	1%	11	0	2%	12	0	3%
	計	1,414	20	39%	1,450	15	49%	6,096	26	58%	5,589	20	62%
シングル 計	邦	1,409	20	46%	1,444	15	57%	6,088	26	61%	5,578	20	65%
	洋	7	0	1%	6	0	1%	11	0	2%	12	0	3%
	計	1,416	20	39%	1,450	15	49%	6,099	26	58%	5,591	20	62%
12cmCD アルバム	邦	4,771	67	75%	6,831	71	78%	14,958	63	85%	19,502	69	86%
	洋	825	12	101%	946	10	126%	2,220	9	89%	2,203	8	85%
	計	5,596	78	78%	7,777	81	82%	17,178	72	85%	21,705	77	86%
CD計	邦	6,180	86	66%	8,275	86	74%	21,047	89	76%	25,081	89	80%
	洋	832	12	61%	952	10	80%	2,231	9	73%	2,215	8	73%
	計	7,011	98	65%	9,227	96	74%	23,277	98	76%	27,296	97	80%
アナログ ディスク	邦	81	1	281%	209	2	354%	187	1	189%	412	1	190%
	洋	33	0	98%	62	1	109%	96	0	121%	180	1	131%
	計	114	2	183%	271	3	233%	283	1	159%	591	2	167%
カセット テープ	邦	15	0	71%	38	0	192%	69	0	104%	72	0	121%
	洋	0	0	518%	0	0	457%	1	0	303%	1	0	346%
	計	15	0	72%	38	0	193%	70	0	105%	73	0	122%
その他	邦	5	0	133%	6	0	89%	32	0	247%	47	0	239%
	洋	27	0	61%	47	0	64%	50	0	64%	90	0	64%
	計	32	0	66%	53	1	66%	83	0	90%	137	0	86%
合計	邦	6,281	88	66%	8,527	89	75%	21,335	90	77%	25,611	91	81%
	洋	892	12	62%	1,061	11	81%	2,378	10	74%	2,486	9	75%
	計	7,173	100	66%	9,588	100	76%	23,713	100	76%	28,097	100	80%

## 音楽ビデオ

	3月実績						2021年1月~2021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	2,762	68	140%	4,637	57	228%	7,670	64	114%	10,312	52	130%
	洋	26	1	140%	24	0	82%	47	0	39%	52	0	31%
	計	2,788	69	140%	4,661	57	226%	7,716	64	113%	10,364	52	128%
ブルーレイ ディスク	邦	1,246	31	77%	3,467	43	114%	4,297	36	107%	9,605	48	91%
	洋	2	0	1%	5	0	7%	19	0	9%	36	0	18%
	計	1,248	31	70%	3,472	43	112%	4,316	36	103%	9,641	48	90%
テープ・その他	計	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	邦	4,008	99	112%	8,104	100	160%	11,967	99	112%	19,917	100	108%
	洋	28	1	14%	29	0	29%	65	1	20%	88	0	24%
	計	4,036	100	107%	8,133	100	157%	12,032	100	109%	20,005	100	106%

## 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	3月実績						2021年1月~2021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	7,173	64	66%	9,588	54	76%	23,713	66	76%	28,097	58	80%	
音楽ビデオ計	4,036	36	107%	8,133	46	157%	12,032	34	109%	20,005	42	106%	
合計	邦	10,288	92	79%	16,631	94	101%	33,302	93	86%	45,528	95	91%
	洋	920	8	56%	1,090	6	77%	2,443	7	69%	2,574	5	70%
	計	11,208	100	76%	17,721	100	99%	35,745	100	85%	48,101	100	90%

## ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	3月実績						2021年1月~2021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	3,967	65	107%	6,959	49	151%	11,467	63	96%	15,676	46	99%
ブルーレイディスク	2,130	35	82%	7,105	51	117%	6,660	37	104%	18,047	54	93%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	6,097	100	97%	14,064	100	132%	18,126	100	99%	33,724	100	96%

## オーディオ/ビデオレコード合計

	3月実績						2021年1月~2021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	7,173	54	66%	9,588	41	76%	23,713	57	76%	28,097	45	80%
ビデオレコード計	6,097	46	97%	14,064	59	132%	18,126	43	99%	33,724	55	96%
合計	13,270	100	77%	23,652	100	101%	41,840	100	85%	61,821	100	88%

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

koi-wazurai	King & Prince	2019.08.28	ユニバーサル ミュージック
僕が僕じゃないみたいだ	SixTONES	2021.02.17	ソニー・ミュージックレーベルズ

#### プラチナ

恋落ちフラグ	SKE48	2021.02.03	エイベックス・エンタテインメント
キミトミタイセカイ	関ジャニ∞	2021.02.10	ジェイ・ストーム (インフィニティ・レコーズ)
Luv Bias	Kis-My-Ft2	2021.02.24	エイベックス・エンタテインメント
週刊うまいく曜日	ジャニーズWEST	2021.01.13	ジェイ・ストーム (ジャニーズエンタテインメント・レコード)

#### ゴールド

独り言で語るくらいなら	STU48	2021.02.17	キングレコード
僕が持っているものなら	22/7	2021.02.24	ソニー・ミュージックレーベルズ

## アルバム | 邦楽

### プラチナ

Super Best Records -15th Celebration-	MISIA	2013.02.20	ソニー・ミュージックレーベルズ
--	-------	------------	-----------------

#### ゴールド

LOVEHOLIC	NCT 127	2021.02.17	エイベックス・エンタテインメント
SEKAI NO OWARI 2010-2019	SEKAI NO OWARI	2021.02.10	トイズファクトリー
THE BEST OF 防弾少年団 -JAPAN EDITION-	BTS	2017.01.06	ポニーキャニオン

## ビデオ | 邦楽

### プラチナ

King & Prince CONCERT TOUR 2020 ~L&~	King & Prince	2021.02.24	ユニバーサル ミュージック
---	---------------	------------	---------------

#### ゴールド

Sexy Zone POP×STEP!? TOUR 2020	Sexy Zone	2021.02.10	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

#### プラチナ

碧いうさぎ	酒井 法子	2004.09.15	JVC ケンウッド・ピクチャー エンタテインメント
虹	菅田 将暉	2020.11.10	ソニー・ミュージックレーベルズ
ごめんね・・・	高橋 真梨子	2004.11.12	JVC ケンウッド・ピクチャー エンタテインメント
Dynamite	BTS	2020.08.21	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

#### ゴールド

二時間だけのバカンス featuring 椎名林檎	宇多田 ヒカル	2016.09.16	ユニバーサル ミュージック
エメラルド	back number	2020.10.12	ユニバーサル ミュージック
さよなら、アリス	Flower	2015.02.18	ソニー・ミュージックレーベルズ
僕のこと	Mrs. GREEN APPLE	2018.12.26	ユニバーサル ミュージック
ドライブフラワー	優里	2020.10.25	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

#### プラチナ

飛行艇	King Gnu	2019.08.09	ソニー・ミュージックレーベルズ
Walking with you	Novelbright	2018.10.03	Emperor Mode
高嶺の花子さん	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
Stand by me, Stand by you.	平井 大	2020.09.09	エイベックス・エンタテインメント
点描の唄 (feat. 井上苑子)	Mrs. GREEN APPLE	2018.07.31	ユニバーサル ミュージック

#### ゴールド

うっせえわ	Ado	2020.10.23	ユニバーサル ミュージック
奏 (かなで)	スキマスイッチ	2017.04.01	ユニバーサル ミュージック
TT (Japanese Ver.)	TWICE	2017.06.28	ワーナーミュージック・ジャパン
I CAN'T STOP ME	TWICE	2020.10.26	ワーナーミュージック・ジャパン
トリコ	Nissy (西島隆弘)	2018.08.24	エイベックス・エンタテインメント
第六感	Reol	2020.07.29	JVC ケンウッド・ピクチャー エンタテインメント

#### シルバー

カブトムシ	aiko	2020.02.26	ポニーキャニオン
にじいろ	絢香	2015.07.01	エイベックス・エンタテインメント
葉	クリープハイブ	2018.08.22	ユニバーサル ミュージック
Happiness	シエネル	2014.10.29	ユニバーサル ミュージック
HOME	清水 翔太	2013.03.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
わたがし	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
Let Go	BTS	2018.04.04	ユニバーサル ミュージック
きらきら	もさを。	2020.09.07	ユニバーサル ミュージック
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
アンコール	YOASOBI	2021.01.06	ソニー・ミュージックエンタテインメント
怪物	YOASOBI	2021.01.06	ソニー・ミュージックエンタテインメント
いいんですか?	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック
再会 (produced by Ayase)	LiSA, Uru	2020.11.16	ソニー・ミュージックレーベルズ

### トラック | 洋楽

#### ゴールド

Break Free (feat. Zedd)	Ariana Grande	2014.08.27	ユニバーサル ミュージック
See You Again (feat. Charlie Puth)	Wiz Khalifa	2015.03.10	ワーナーミュージック・ジャパン
Love Yourself	Justin Bieber	2015.09.09	ユニバーサル ミュージック

#### シルバー

thank u, next	Ariana Grande	2018.11.04	ユニバーサル ミュージック
Yummy	Justin Bieber	2020.01.03	ユニバーサル ミュージック
アップタウン・ファンク feat. ブルーノ・マーズ	マーク・ロンソン	2014.11.24	ソニー・ミュージックレーベルズ

※日付は配信開始日

## ゴールドディスク認定

## シングル | 邦楽

## ゴールド

TOP -Japanese ver.-	Stray Kids	2020.06.03	ソニー・ミュージックレーベルズ
LET'S MUSIC	Sexy Zone	2021.03.24	Top J Records

## アルバム | 邦楽

## ゴールド

One Last Kiss	宇多田 ヒカル	2021.03.10	ソニー・ミュージックレーベルズ
SZ10TH	Sexy Zone	2021.03.03	Top J Records
ヒプノシスマイク -Division Rap Battle- 2nd D.R.B『どついたれ本舗 VS Buster Bros!!!』	どついたれ本舗・ Buster Bros!!!	2021.02.24	キングレコード
ヒプノシスマイク -Division Rap Battle- 2nd D.R.B『Bad Ass Temple VS 麻天狼』	Bad Ass Temple ・麻天狼	2021.03.10	キングレコード
THE BOOK	YOASOBI	2021.01.06	ソニー・ミュージックエンタテインメント

## ビデオ | 邦楽

## ダブル・プラチナ

Snow Man ASIA TOUR 2D.2D.	Snow Man	2021.03.03	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

## ミリオン

炎	LiSA	2020.10.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
---	------	------------	-----------------

## ダブル・プラチナ

プロローグ	Uru	2018.10.30	ソニー・ミュージックレーベルズ
さよならエレジー	菅田 将暉	2018.01.07	ソニー・ミュージックレーベルズ

## ゴールド

うっせえわ	Ado	2020.10.23	ユニバーサル ミュージック
One Last Kiss	宇多田 ヒカル	2021.03.09	ソニー・ミュージックレーベルズ
怪物	YOASOBI	2021.01.06	ソニー・ミュージックエンタテインメント
Mela!	緑黄色社会	2020.04.13	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

## プラチナ

虹	菅田 将暉	2020.11.10	ソニー・ミュージックレーベルズ
Feel Special	TWICE	2019.09.23	ワーナーミュージック・ジャパン
群青	YOASOBI	2020.09.01	ソニー・ミュージックエンタテインメント

## ゴールド

ピンテージ	Official髭男dism	2019.10.09	ポニーキャニオン
HELLO	Official髭男dism	2020.07.24	ポニーキャニオン
キンモクセイ	オレジスパイククラブ	2020.05.06	ワーナーミュージック・ジャパン
勿忘	Awesome City Club	2021.01.27	エイベックス・エンタテインメント
Your eyes tell	BTS	2020.07.15	ユニバーサル ミュージック
Kill This Love	BLACKPINK	2019.04.05	ユニバーサル ミュージック
ブルーベリー・ナイツ	マカロニえんぴつ	2019.02.13	TALTO / murffin discs JVCケンウッド・ビクター エンタテインメント
HIP	MAMAMOO	2019.11.22	ソニー・ミュージックエンタテインメント
アンコール	YOASOBI	2021.01.06	ソニー・ミュージックエンタテインメント
怪物	YOASOBI	2021.01.06	ソニー・ミュージックエンタテインメント
Mela!	緑黄色社会	2020.04.13	ソニー・ミュージックレーベルズ

## シルバー

君がくれた夏	家入 レオ	2017.02.08	JVCケンウッド・ビクター エンタテインメント
Sorrows	King Gnu	2019.01.16	ソニー・ミュージックレーベルズ
全力少年	スキマスイッチ	2018.03.19	ユニバーサル ミュージック
正しくなれない	ずっと真夜中でいいのに。	2020.12.17	ユニバーサル ミュージック
雪の華	中島 美嘉	2013.03.04	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
天体観測	BUMP OF CHICKEN	2019.06.28	トイズファクトリー
Anpanman	BTS	2018.05.18	ユニバーサル ミュージック
Euphoria	BTS	2018.08.24	ユニバーサル ミュージック
ピーターパン	優里	2020.08.09	ソニー・ミュージックレーベルズ
カムパネルラ	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
有心論	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック
世界はあなたに笑いかけている	Little Glee Monster	2018.08.01	ソニー・ミュージックレーベルズ

## トラック | 洋楽

## プラチナ

bad guy	Billie Eilish	2019.03.29	ユニバーサル ミュージック
---------	---------------	------------	---------------

## ゴールド

Wake Me Up (Radio Edit)	Avicii	2014.01.22	ユニバーサル ミュージック
2002	Anne-Marie	2018.04.20	ワーナーミュージック・ジャパン
I Don't Care	Ed Sheeran & Justin Bieber	2019.05.10	ワーナーミュージック・ジャパン

## シルバー

Perfect	Ed Sheeran	2017.03.03	ワーナーミュージック・ジャパン
Blinding Lights	The Weeknd	2019.11.29	ユニバーサル ミュージック
Way Back Home	SHAUN	2018.06.27	ワーナーミュージック・ジャパン
Payphone (feat. Wiz Khalifa)	Maroon 5	2019.10.04	ユニバーサル ミュージック

※日付は配信開始日

## 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

【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

ストリーミング認定(ストリーミング/カテゴリ: トラック)

【基準単位】ストリーム数

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

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

## 協会からのお知らせ

当協会は、「日本のレコード産業2021」の英語版である「RIAJ YEARBOOK 2021」を発行いたしました。本誌は、2020年のレコード産業の概要を網羅したA4判28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。本誌のPDF版については、当協会のホームページをご確認ください。



▶日本のレコード産業

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

### 編集後記

春は始まりの季節ですが、当協会でも人事異動があり、今号から機関誌担当が交代となりました。着任して早々の機関誌作成、さらに今号は通常よりも増ページということで大慌ての編集作業でしたが、いかがでしたでしょうか。

ユーザー実態調査とGlobal Music Reportの記事では、厳しい状況下でも新時代の音楽聴取、また音楽の持つ力が業界の未来を切り拓く予感を感じ取ることができたかと思えます。今年度もそういった明るい兆しを機関誌でお伝えできたらと思いますので、宜しく願い致します。(K)

## THE RECORD No.733 2021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 重村 博文

編集人 原 康晴

発行日 2021年5月14日

発行 一般社団法人 日本レコード協会

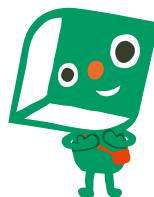
〒105-0001

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

■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。