

March  
2013

# The Record

vol.640

音楽ソフト売上世界一  
～パッケージ文化を支える CD ショップの存在  
2012 年のレコード産業



®

**RIAJ**  
Recording Industry Association of Japan

## Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
音楽ソフト売上世界一 ～パッケージ文化を支える CD ショップの存在 ...	3
特報	
2012 年のレコード産業.....	9
「第5回CDショップ大賞2013」大賞・準大賞 および部門賞発表 .....	11
Data File.....	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISC .....	14

# 1 / 25

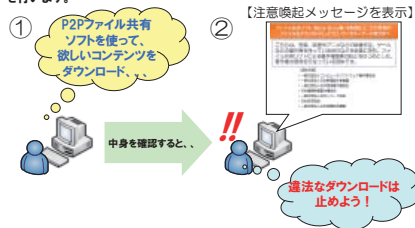
## 総務省、WinnyやShareでの 違法ダウンロードに注意喚起 の実証実験実施

1月25日、総務省はWinnyやShareといったP2Pファイル共有ソフトでの違法コンテンツの不正流通について、違法コンテンツをダウンロードしようとするユーザーに注意文書を表示する実証実験を2月中旬にかけて行うと発表した。

同実験は、P2Pファイル共有ソフトを用いて著作権侵害ファイルをダウ

### 注意喚起・啓発に資する実証実験イメージ

●テレビ番組等の不正流通コンテンツを、P2Pファイル共有ソフトを使ってダウンロードしているユーザーに権利者団体からの注意喚起文を提示することで、著作権に対する理解を深め侵害行為の停止を促すことを目的とした普及啓発活動を行います。



ンロードしようとするユーザーに対する、注意喚起・啓発活動の実用性・可能性を検証することを目的として実施するものである。

実験概要その他の詳細は、下記 URL を参照。

[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/anti-piracyefforts201301-02.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/anti-piracyefforts201301-02.html)

# 2 / 21

## 「有料音楽配信売上統計 報告担当者説明会」開催

2月21日、当協会会議室において「有料音楽配信売上統計 報告担当者説明会」が開催された。

同説明会は、本年1月度報告分から予定されている「有料音楽配信売上統計」の「報告区分変更」に際しての、報告担当者向け説明会である。当日は、会員社の有料音楽配信統計報告担当者など、約40名が参加した。

## 「古屋圭司チャリティコンサート～拉致解決に向けて～」開催

2月18日、東京都港区のサントリーホール「ブルーローズ」において、音楽文化振興議員懇談会（音文懇）副会長を務める古屋圭司拉致問題担当相によるチャリティコンサート～拉致解決に向けて～が開催された。当日は、拉致問題解決に向けて強い決意と覚悟で取り組む古屋副会長自らがクラリネット演奏でステージに立ち、新日本フィルなど有志によるオーケストラメンバーとともにモーツァルトの「クラリネット協奏曲K622」他を演奏した。



また、来賓として拉致被害者家族連絡会の飯塚繁雄代表、増元照明事務局長、横田滋氏、横田早紀江氏、平沼赳夫拉致議連会長、ジャーナリストの櫻井よしこ氏などが参加、それぞれ事件解決への思いを訴えるなど、被害者家族ら400人が参加した。

会場では募金活動や署名活動も行われ、拉致問題解決への協力が広く呼びかけられた。



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

## 入会のご挨拶

この度は歴史ある一般社団法人日本レコード協会に準会員として入会させて頂きましたことを大変光栄に存じます。

弊社は2001年に創業以来、「音楽」は「衣食住」に寄り添うもの、絶対に欠かせないものという信念を下に運営をしてまいりました。音楽が無いと成り立たない映画のサウンドトラックから、日頃の生活空間を少し上質にしてくれるジャズやラウンジ・ミュージック、そして、音楽によるブランディングの構築を目的とされる異業種様とのコラボレーション、音楽の素晴らしさを実感して頂くためのライブやイベントの企画など、決して大きなヒット作を生み出すジャンルとは言えずとも、必要とされるお客様に確実にお届けをして「音」を「楽」しんで頂く環境づくりとCDの発売を今後とも続けてまいりたいと存じます。

音楽をお届けするメディアは変遷しようとも、音楽に触れている、必要としている市場は確実に大きくなっていると存じます。音楽を「衣食住」と同じレベルの意識の中で如何にお届けするべきかということをごこれから模索して参る所存でございます。

創業してまだ十余年程度の組織でございます。今後とも皆様のご指導、ご鞭撻の程、何卒宜しくお願い申し上げます。

株式会社ランプリング・レコーズ  
代表取締役 佐渡 和広



Rambling  
RECORDS

## 第3回香港アジアポップミュージックフェスティバル開催

2013年3月22日、IFPI香港グループ（香港レコード協会）は、「第3回香港アジアポップミュージックフェスティバル」を香港において開催する。

同フェスティバルは「Music in One Asia（音楽でアジアを一つに）」をテーマに香港政府の支援のもと、東アジア7カ国・地域（日本、中国、韓国、マレーシア、シンガポール、台湾、香港）の音楽関係団体が協力し開催されるもので、当協会もこの趣旨に賛同し、本フェスティバルに協力している。

同フェスティバルでは、7カ国・地域の代表として新人アーティスト7組が参加し、「スーパーノバ賞」、「最優秀歌唱賞」、「最優秀ステージパフォーマンス賞」を競うとともに、7カ国・地域の人気アーティストがゲスト参加し、パフォーマンスを行う。

日本からは新人アーティストとして2010年にデビューした男性ユニット「BREATHE」がコンテストに出場する。また、w-inds.のメインボーカリストとしてアジア各地でも活躍し、今年ソロ活動をスタートさせた「KEITA」さんがゲストアーティストとして参加、会場を盛り上げる。

当日の様子は、本イベントの日本のメディアパートナーであるスペースシャワーTVでの放送も予定されている。

### 【開催概要】

主催：IFPI香港グループ（香港レコード協会）  
日時：2013年3月22日（金） 19:30～22:00（現地時間）  
会場：香港コンベンション&エキシビションセンター（HKCEC）

## RIAJ2013年2月度理事会議案

### ■ 審議事項

1. NHK との二次使用料契約締結について
2. 日本ケーブルテレビ連盟との平成 21 年度以降の二次使用料契約について
3. 「日本の音楽産業の経済効果に関する調査」の実施と予備費使用について
4. 副会長人事について

### ■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件  
(1) 「音楽著作権管理者養成講座」後援名義使用申請について
2. 法制委員会関係報告  
(1) 放送コンテンツ流通促進方策検討会・音楽関連 WG (2/15) 報告
3. マーケティング委員会関係報告  
(1) 「第 5 回 CD ショップ大賞」について
4. 広報委員会関係報告  
(1) 「違法ダウンロード罰則化」に関する広報施策実施報告  
(2) 「音のサロン」実施状況について
5. 海外市場拡大委員会関係報告  
(1) 海外向けポータルサイト「Japan Music Entertainment」の終了について
6. その他  
(1) コンテンツ海外展開の促進に向けた政府施策について

## ●●●当協会役員人事●●●

### ■ 新任（3月1日付）

【副会長】

原 康晴

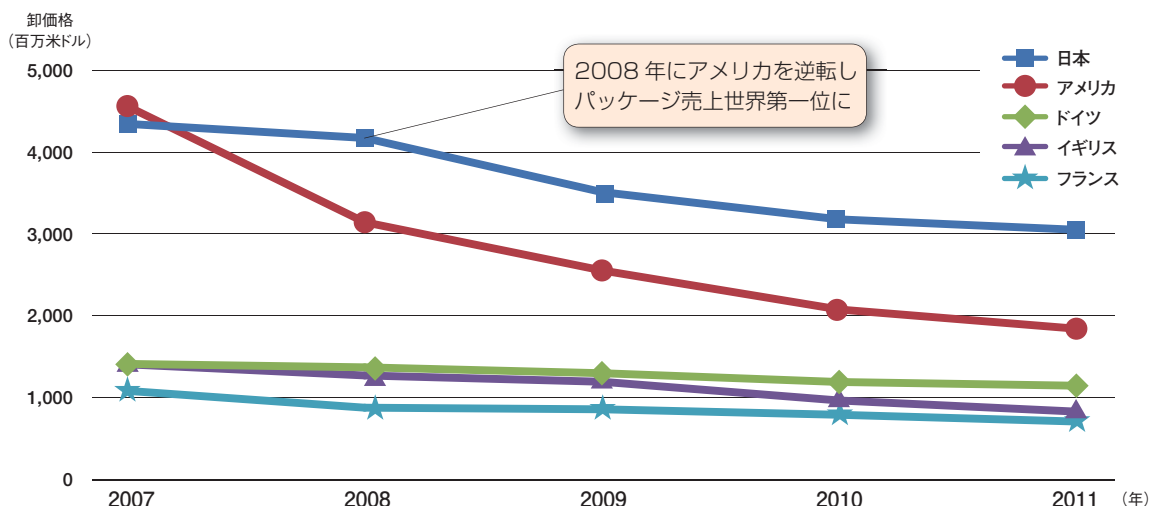
日本コロムビア株式会社  
代表取締役社長兼COO

# 音楽ソフト売上世界一 ～パッケージ文化を支える CD ショップの存在

CD や DVD、ブルーレイディスクなどのパッケージソフトに加え、近年は携帯音楽プレーヤーやスマートフォン、インターネットなどの普及により、音楽の楽しみ方は多様化し現在もその流れは進化中である。配信サービスへの移行にともなうパッケージビジネスの縮小が世界的な傾向を示すなか、日本は世界でも有数のパッケージ市場を誇り、2008 年以來「パッケージ売上世界一」の実績を保って、2012 年は国内音楽ソフト生産実績が、14 年振りに対前年比アップを果たした。商品の主要形態別でも、シングル CD、アルバム CD、アナログディスク、DVD、ブルーレイディスクの主要形態すべてが前年比アップとなっている。

今号では、当協会の需要拡大ワーキングチームによる各施策を振り返りつつ、ユーザーが音楽と接するリアルな場所として重要な存在である「CD ショップ」に焦点を当てる。レコードビジネスが多様化する時代に「パッケージが売れる国」として、世界の注目を集める日本。[音質へのこだわり][モノの保有欲]など日本のユーザーの嗜好性に加え、レコードメーカーと CD ショップの努力の成果でなし得た結果であろう。その立役者である CD ショップの取り組みやリアルショップとしての想いなど、今の時代の音楽専門店ならではの生の声を特集としてレポートする。

## ■世界の音楽ソフト売上推移

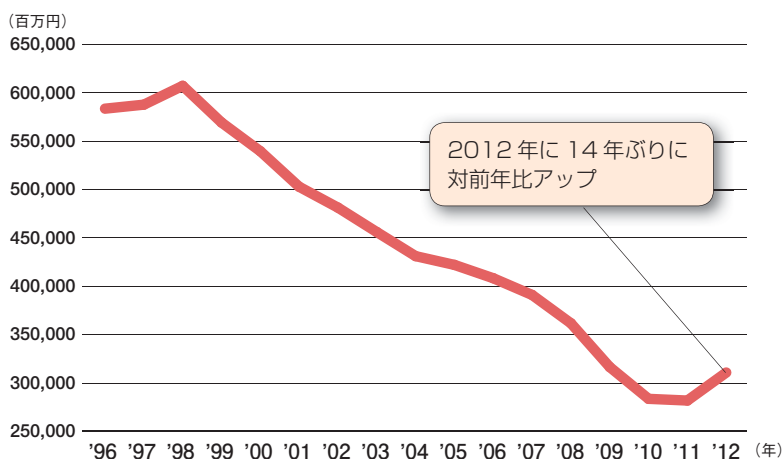


備考 1. IFPI (国際レコード産業連盟) 資料による  
2. 円の米ドル換算レートは 2011 年の平均レート (1ドル 79.74 円)

## ■2011 年世界各国の音楽ソフト売上

国名	卸価格 (百万米ドル)
日本	3,050.8
アメリカ	1,841.9
ドイツ	1,145.2
イギリス	828.7
フランス	707.5
オーストラリア	260.1
カナダ	234.9
ブラジル	194.0
イタリア	164.7
オランダ	171.3

## ■日本の音楽ソフト生産金額推移



備考 1. 数値は、四捨五入により内訳と合計が一致しない場合がある  
2. 消費税抜価格

当協会の需要拡大ワーキングチーム（WT）の座長を担う株式会社ソニー・ミュージックディストリビューションの代表取締役社長、古澤清氏に、業界で連携して取り組む需要拡大施策の展開状況や成果について伺った。

## ➤ 需要拡大策の検証・調整を行いつつ、 実効性の高い取り組みを継続したい。

### 需要拡大ワーキングチーム（WT） から育っていった各種施策

2007年、レコード協会のマーケティング委員会傘下に需要拡大WTが設置されました。市場のダウントレンドが長引くなか、音楽ビジネスの底上げにつながる市場環境づくりに業界全体で取り組む必要があるという気運が高まり、その流れを受けて具体化したものです。需要拡大WTの施策は、年を追うごとにその幅と内容が拡大してきました。現在、「ミュージック・ジャケット大賞」「大人の音楽～Age Free Music～キャンペーン」「高音質・高品質Disc」「店舗用連奏試聴機（開発支援）」の各施策の他、協会がサポートという立場で支援を続けている「CDショップ大賞（運営支援）」とあわせて5つのテーマを軸に、推進しています。

今年で3回目となる「ミュージック・ジャケット大賞」は、CDジャケットを音楽のもう一つの資産と捉え、焦点を当てた活動です。回を重ねることに定着し、市場にインパクトを与える要因になってきていると思っています。

「大人の音楽～Age Free Music～キャンペーン」は、音楽評論家の富澤一誠氏のサポートを得ながら参加企業も増え、各社の共同プロジェクトとして育ってきました。これまでに第9弾まで実施し、本企画のコンピレーション・アルバムもリリースされ、CDショップと連携した展開を実施することで着実に成果をあげてきています。

「高音質・高品質Disc」は現在、多種多様なメディアが出ていますが、ここ数年はブルーレイディスクの伸びが顕著です。各社ともキャンペーンを通じて盛り上がりを見せ、発売タイトル数も増えてきました。昨年1年間の音楽系ブルーレイディスクの

生産金額は対前年比199%とほぼ倍増で、しかもDVDも111%ですから、DVDからの切り替えではなく新たな需要が生まれ、拡大していることが見て取れます。

「店舗用連奏試聴機（開発支援）」は、レコード協会会員社の協力による店頭支援活動の一つです。CDの店頭試聴連奏機を販売する国内のハードメーカーはなくなりましたが、そういった店頭販促ツールが途絶えることは業界全体の不利益になります。CDショップからも試聴機の必要性については強い要望があり、協会の費用で店舗用連奏試聴機の開発支援を行い、今後も店頭を継続的にサポートする体制を強化しました。

「CDショップ大賞（運営支援）」は、需要拡大WTの初期の頃のセミナー「『本屋大賞』はなぜ生まれたか？」をきっかけにスタートしましたが、受賞アーティストのその後の活躍ぶりからも確かな成果がうかがえます。今後も期待できますね。

### 業界に築かれた協力体制を 活かして

昨年、レコード産業は14年振りの生産実績前年増を果たしました。アイドル市場が好調であることやエスタブリッシュアーティストのベスト盤リリースの成功などが大きな要因であると思いますが、同時にこのような業界全体で取り組む施策を地道に積み重ねてきたことも、後押しになったのではないかと思います。需要拡大WTは、今後も各施策の検証・比較・微調整を行いつつ、より実効性を高め、そのモチベーションを継続していくことが最も重要だと考えています。また需要拡大WTの施策だけではなく、例えば個別に数社と組んで、落語やクラシックの拡販をやるなどとい



マーケティング委員会 副委員長  
需要拡大ワーキングチーム 座長  
（株式会社ソニー・ミュージックディストリビューション 代表取締役社長）  
古澤 清氏

った取り組みも立ち上がってきました。レコード業界には今、市場全体を押し上げていくために皆で知恵を絞り、連携しようという気風が満ちあふれています。そういう状況のなか、CDショップは情報発信基地の一つとして重要な役割を担うと期待しています。レコードメーカー各社とCDショップの皆様とが手を携えて、「ハッピー・ミュージック・サイクル」が機能するよう働きかけ、次世代の音楽文化をよりいっそう豊かなものにしていければと思います。

これから1、2年を正念場と見て、しっかり取り組みたいですね。（談）



全国CDショップ店員が選んだ  
「百か年経っても消えない」音がある。



第5回CDショップ大賞2013



昨年大幅リニューアルを敢行し、11月23日にグランドオープンしたタワーレコード渋谷店。業界内外にインパクトをもたらした今回のリニューアルの背景やねらい、概要から成果まで、栢森信友店長に伺った。

## パッケージ市場は工夫次第の世界、可能性は十分あります。

### 「ライブ感」をコンセプトに、渋谷から音楽文化を発信

1995年に宇田川町から現在地に移って以来、初の大規模リニューアルとなりました。昨今、顧客ニーズや音楽トレンドが変わってきたことを考慮し、レイアウトも含めて時代にマッチさせようと踏み切りました。CDショップが減り「音楽の街・渋谷」のイメージも薄れる現状で、渋谷は音楽で元気のある街だと、業界内外に広くお伝えしようという意欲もありました。

リニューアルコンセプトは「ライブ感」。演奏のライブもそうですが、生で触れる、常に何かが起こっている生きたお店という意味も含め「ライブ感」にこだわりました。音楽購入のチャンネルは幅広くなっていますが、だからこそリアルショップでしか体験できないことは数多くあります。お店で直に触れる情報は、例えばPC画面で得る量の何百倍にもなるでしょう。そこを活かす工夫を行いました。売り場面積も約50坪増やして1,550坪となり、在庫は約10万枚増加の80万枚をラインアップ。国内でメジャー流通しているものは、ほぼ網羅していますし、タブレット端末によるデジタル試聴機も70台導入しています。地下のライブスペース「CUTUP STUDIO」はストリーミング配信を可能にし、年間300本だったイベントを昼・夜の二部制で倍増させる予定です。また、売り場にも新人プロモーションなどに使える開放型のイベントスペースをつくるとともに、音楽と親和性のあるカフェや書店、また、アーティストのお宝グッズなども展示できる催事も設けました。

一方で変わらないのは現場主義です。これまで同様、ユーザーに一番近い現場スタッフが品揃えを行うスタイルを維持しています。増加した展開スペースでも、今まで通り、展開する

企画内容やディスプレイのデザイン、展示方法などすべてを現場スタッフの創意工夫で行っており、タワーレコードの文化であるコメントカードもフル活用しています。

### 女性客、新規客がUP 潜在ニーズを掘り起こす 創意工夫を継続

改装後2カ月ほどで、来館客数は3割以上伸びており、売上も10%以上の伸びを示しました。特に旧譜が好調です。従来、男性比率の高い店舗でしたが、カフェの新設などもあり女性客も増え、新規顧客の比率も上がりました。昨年、大物アーティストのベスト盤も数多く発表され、それを含めた市場の盛り上がりとの相乗効果もあったと思います。

CDは完成度の高いフォーマットで、決してなくなることはないと思っていますし、データに出せない潜在的なニーズは、非常に多く、創意工夫でよい結果を出すことは可能です。例えば新人のプロモーションへの場所の提供など、リアルショップならではの取り



タワーレコード株式会社  
http://tower.jp/  
渋谷店 統括部長 兼 店長  
栢森 信友 氏

組みを通じて、どんどん顧客ニーズを掘り起こしていきたいですね。渋谷店が世界最大規模の店舗として、人と音楽の絆を深めることに貢献できればと思います。(談)

### ■ 店長のオススメ

一部でしか知られていなくても、原石の輝きを放つ素晴らしい新人がたくさんいます。そういうアーティストが好きでよく聴いています。皆様にもぜひ見つけていただきたいですね。



グランドオープンしたタワーレコード渋谷店



リニューアルで一新された店舗内

東京・池袋、東武百貨店プラザ館内にあるCDショップ、五番街は顧客の声を大事にした店づくりで、音楽ユーザーへのアピールを続けている。同店の店長を務める太健氏に、最近の店づくりの状況やCDショップの役割などについて伺った。

## お客様の声に耳を傾けて、 専門店としての役割を果たしたい。

### お客様からの注文をヒントに 旧譜をコアにした店づくりを持続

音楽を提供するチャンネルが増えるなか、CDショップの苦戦は事実ですが、需要そのものはかなりあると見ています。お客様から、最近「CDショップが近所がない」という意見をいただきます。これは、CDショップで買いたいというニーズの裏返しなんです。そこを取り込むことが重要です。当店の場合、旧譜を基本に据えて、お客様へアプローチしています。新譜を追うのはビジネスの鉄則でしょうが、どうしても波が激しいですからね。

CD専門店の醍醐味は、自分がいいと思って店頭でかけていたCDがお客様の興味を惹き、売れていく経験です。その販売スタイルはなくならないと思っています。音楽も「データ」として数をそろえたい方もいれば、CDという「モノ」を持っていたい方も数多くいらっしゃる。当店のお客様は百貨店ということも中高年層が多いのですが、そういう方々の購買方法は、購入する店を決めて訪れ、そこに商品がなければ店頭で注文するというものです。百貨店で買い物をするような方々には、手にとって確かめてから購入したいニーズがある。実はそれらお客様からの注文が、当店の品揃えの大きなヒントになっています。お客様の声に沿ってジャズやクラシック、演歌、さらには落語まで、まとまったシリーズものなどを歯抜けなく揃えるようにこだわってきました。演歌のカセットテープも多く取り扱いますが、これも一定のニーズがある。当店でテープを扱っていることをお客様に知っていただければ、たとえ目当ての商品がなくても気がななくテープの注文をしてください。「あの店へ行けば商品が手に入る」と思ってもらえることが大事ですね。

綾小路きみまろさんが観光バスでパッケージ販売していた当時、メジャーで発売される前ですが当店にも非常に多くの問い合わせがあった

ことは鮮明に覚えています。お客様の生きた声を日々受けとめているCDショップでなければまさに得られない情報だったと思います。客注は市場ニーズの重要なヒントの種です。

### 人づくりを基本に、業界関係者との 連携も進める

CDショップの役割は、やはり対面販売にお応えすることです。お客様とのコミュニケーションが求められますから、人づくりが基本になります。

また、レコード協会では大人のための良質な音楽を提案する「大人の音楽～Age Free Music～キャンペーン」なども継続していただいています。音楽を提供するチャンネルが増えている状況下、「誰のためのCDショップであるべきか？」が日々問われており、非常に厳しい時代であるからこそリアルショップの役割を自覚し、レコードメーカーの皆さんとともに、取り組みを深めていければと思います。

一方で今、アイドルブームがきていますが、そういう良い流れを活かして、市場の勢いが出ることも事実ですので関係者の皆様と一緒に力を入れていきたいですね。当店の入っている東武百貨店8Fのスカイデッキ広場では、現在の様にアイドルブームが盛り上がりを見せる以前から、アイドルのイベントに力を入れて手伝ってきました。イベント開催時には、CDは本当に売れるんです。ライブを聴いたその場でCDを買っていくファンの方々の勢いがあれば、市場の広がりにもつながると思っています。(談)

#### ■ 店長のオススメ

当店が支援してきたバンド、「NOXAH」の展開する音楽は、面白いですよ。ユニークな特徴があってお勧めしたいですね。



株式会社五番街  
<http://www.gobangai.jp/index.html>  
業務管理統括店長 制作担当  
太健氏



日本聴こうシリーズ～未来に残したい日本の音楽～昭和の歌謡曲、ポップスから軍歌、民謡まで集約した濃いコーナー展開



店舗内には他にも様々なこだわりの企画コーナーが目立つ



気軽に商品の注文ができるようすべての棚にこのシールが

東京・浅草のヨーロー堂は、大正元年に創業した老舗のレコード店。演歌や歌謡曲を含むユニークかつこだわりの品揃えときめ細かい相談への対応で、ユーザーの信頼獲得に努めてきた。店主の松永好司氏に、ヨーロー堂スタイルの店づくりやこだわりについて語っていただいた。

## レコード店の強みは深み、掘り下げていく店づくりにこだわりました。

### 「やるなら、とことんやれ」のこだわりを貫いて安定

私が子ども時代の当店は非常に活況を呈していました。しかしその後競争も激化し、私が四代目の店主として店を継いだ約20年前は、オールジャンルの展開ではなかなか難しい状況が見えてきました。浅草に多い中高年のお客様を対象にしようと考え、店づくりを根本から変えてクラシックやアニメ、ヒップホップ系などは取り扱いを止め、演歌や歌謡曲などを中心にしていたのです。ところがそれは大失敗でした。今考えると中途半端、徹底されておらず、開き直ってもいなかったからだと思います。氷川きよしさんのような若手の演歌スターも世に出る前で、以前はいろいろな層のお客様が来ていた店でしたが、以降は若い人がまるで来なくなり、一時的に売上も減少しました。

店づくりに悩みつつ、CDショップ同士の勉強会などにも参加した末に「CDショップの強みは深み。お客様に満足感を与える深みのある品揃えをめざそう」という結論に達しました。中高年層をターゲットにする方針は変えず、「やるなら、とことんまで」の想いがかえって徹底する方向で演歌・歌謡曲を掘り下げ続けてきたら、10年ほど前から結果が出始め、売上も安定しました。そのうち昭和

ブームもあって、若い方も増え今に至っています。

浅草は一期一会の街ですから、ふらりと店に来られた方がその場で購入できる状態であることが大切です。注文で取り寄せるスタイルは合いませんので、専門性ととともに、在庫の量も確保する必要があります。例えばカセットテープは、ほぼ網羅するほど揃えています。

### 純邦楽の営業から得た教訓

当店に、重鎮スタッフとして長く活躍していただいた純邦楽に非常に詳しく、よく純邦楽の営業に回って実績を上げていた方がいました。私も純邦楽には興味があり、力を入れていました。しかし、その方がお辞めになり、私が後を引き継いだのですが、とたんに売れなくなりました。知識のバックグラウンドに欠け、お客様の信頼を得られなかったことが要因でした。伝統のある純邦楽の世界は奥深く、ファンの方の知識も相当です。対等のやり取りができるように、かなりの勉強をしましたね。そこから「CDショップで大切なのは、スタッフがお客様にきちんと説明できることだ」という教訓を得て、後の店づくりではスタッフの商品知識を増やすことをポイントにしました。そして家族を含めて6名のスタッフがお客様の相談役になれるレベルを求めていきました。

### 演歌の素晴らしさを店舗イベントで発信

店舗の2階には、以前倉庫だった場所を改装してイベント会場を設け、演歌などのライブを始めました。いい演歌があることを、世のなかに訴えたいと思って始めたのですが、出演者、観客を集めるのに大変苦労し、定着するまで10年かかりました。その大変な時期に島倉千代子さんが出てくださって雑誌で



株式会社ヨーロー堂  
<http://asakusa.cc/top.htm>

店主  
松永 好司 氏

取り上げられるなど話題になり、本当に有難かったですね。イベントに関しては今も苦労は多いですが、今後も、新人の素晴らしい歌手をお客様に見てもらえるようにしていきなご、演歌の存在感を世間にアピールしてゆきたいと思います。演歌や歌謡曲は特殊なジャンルで、行間を味わう奥の深さがあります。パッケージがあつてこそ楽しめるものです。お客様から「カセットテープがあつてよかった」と言われることは多々ありますが、必要とされていることを実感しています。(談)

#### ■ 店長のオススメ

地元の浅草からスターを送り出したいと思っています。少女姉妹デュオの「葵と楓」、パワフルなハードマーチングバンド「浅草ジンタ」をよろしく願います。

店内にはカセットテープやここでしか見られない演歌情報がずらりと



店舗2階の演歌キャンペーンブース「浅草演歌定席」



創業当時のヨーロー堂

雷門から徒歩30秒に位置するヨーロー堂



1949年東京・高円寺にレコード店として創業開始後、音楽映像ソフト、楽器、書籍などの販売を全国136店舗の直営店で展開する新星堂。昨年12月に株式会社ワンダーコーポレーションとの資本業務提携を行い、相互連携による新たな事業展開を見据えるなか、あらためてCD販売の最前線の状況やショップの使命などを、本社商品部の野々口敏之部長に語っていただいた。

## ➤ 店頭ならではの情報を発信する メディアであり続けたい。

### モノがあればCDはまだ売れる ワンダーさんと一緒にエンターテイン メント小売りの日本一を目指したい

弊社では、非常に厳しい状況下、昨年、新星堂の本来の「売り」でもある、「在庫を豊富に揃える店」を3店舗つくりました。在庫の中身も吟味しすべて入れ替え、スタッフも増員で1年運用した結果、3店全店で対前年比150%の売り上げとなりました。「商品があれば売れる」「在庫をしっかりと揃えられる環境のお店は実績が出る」ということが実証されました。モノがあれば、CDはまだ売れるんです。「ネットではなく、現物を見て買いたい」「『気づき』はネットからは得られない」ということでしょうか。そういった意味でも復活の兆しが現れているとも考えられ、店舗展開は非常に重要です。この時代に、ワンダーさんと一緒にエンターテインメント小売りの日本一をあらためて目指していきたいと考えています。

### 【輝く店頭】づくりを目指し、 長年注力してきたCS

ネット全盛でも「人からモノを買いたい人」は依然としています。一方で店員に話しかけられたくない人もいて、CDショップというのは基本的にはセルフ物販の領域の仕事と考えています。とはいえ、ただ商品を陳列しておくのではなく、店員が書いた熱いコメントカードが必ず添えられていることやこだわりのコーナー展開などでお客様に新たな気づきを提供しています。今年は、【ニッポンの歌は新星堂】と題して、ジャンルや年代を超え多くの日本人の心に響き続ける歌を集めたコーナーを展開中です。

また、「輝く店頭をつくりましょう」を長年言い続けて継続的に実施しているのが、接客に関する「ステップ審査」です。毎月店長と店員が面談の上、何10項目にも及ぶ接客内容をステップ0～3の段階別に審査しています。お客様が求めるものとして、商品知識以前に「笑顔の店員さんから気持ち良く物

が買える」といった要素は当然あるでしょうし、「あの人がいるから」「気持ち良く買えるから」新星堂に行きたいを目指しましょう」を長年言い続けています。同じ商品がネットで、また、物によっては安く買える時代に、敢えて新星堂で購入していただくお客様に対しては当然のことです。

### 「気づき」は店頭から

お客様に何かしら気づいてもらうことこそが、ショップの使命です。お目当ての商品を探すのはネットでも「あれ、こんな商品出てたんだ？」の気づきは店頭から起こさなければと思います。それば「モノ」だけではなく「情報」も含め、これらを発信できるメディアでなければCDショップの存在価値は下がります。例えば、昨年はベスト盤が好調で、久々に来店されたりCDを購入されたお客様もいたと思いますが、そのお客様へ色々な気づきの「提案」をすることで、目当てのベスト盤にプラスしてもう1枚、2枚と買っていただけたり、その日に買われなくても、また来店くださるお客様もいます。

そういった意味では、CDショップもいわゆるセレクトショップの様な形態になってゆくのではないのでしょうか。専門の店員がいて、その店員が選んだ物は、絶対間違いがないから買ってくださるとか、あるジャンルに関しては徹底的に商品を揃えているなどですね。以前、アーティストの方から「あなたの自宅に行ってCDの棚を見てみたいです」と言われしめたスタッフがいました。我々の仕事だと、自宅のCDの棚って人生観が出ると思いますが、そこまで言われれば専門店員として本望ですね。

### お客様はネットとの使い分けをしている

最近のお客様は、購入先の使い分けをかなりなさっています。また、以前は「何かないかなー」でお店に現れたお客様も多く、購入客数の3倍は来店があるとと言われていましたが、現在はフラッと来店される方も減りました。弊社は、20万人のユ



株式会社新星堂  
<http://www.shinseido.co.jp/>  
SHINSEIDO事業部 商品部 部長  
野々口 敏之 氏

ーザーにメール配信を実施していますが、いかに上手く情報の入り口として認識していただけるかが重要です。「この曲は動画サイトの試聴でいいけど、この曲

は着うたで欲しい。でもあの曲はDLしてなおかつCDも買いたい」などの使い分けを行っている方は本当に多いです。

また、アーティストブログなどの情報により、お客様の方が情報入手が早いことも最近では多く、そういった意味で、ワンダーさんの「Wonder Goo Touch」というサービスでは、店内の高速Wi-Fi回線開放による情報サイトを利用した店舗限定での情報サービスなど、多面的な展開も期待できます。様々なツールをいかに展開できるかという観点で、集客力を高めたいとも考えています。

店頭が情報発信を行うメディアとして存在し、その上で物を売りたいと考えます。「ワンダーさんと連携した各種デバイスツールの展開」「在庫をきちんと揃える」「店員がコンシェルジュ化していく」など、小売りの基本を意識しつつ、メディア機能も備えたお店を目指していきます。(談)



# 2012年のレコード産業

## 2012年のレコード産業の概要

音楽ソフトの年間生産金額は14年ぶりに前年を上回る2桁成長の快挙。オーディオレコード、音楽ビデオともに、全主要カテゴリが数量・金額ともに前年比増の大躍進

2012年の音楽ソフト（オーディオレコード+音楽ビデオ）生産実績は、数量で前年比112%の2億9,066万枚/巻となり2年連続で対前年比アップを記録、金額では前年比110%の3,108億円と2桁成長の大躍進を遂げ、1998年以来、14年ぶりに前年を上回る結果となった。オーディオレコードについては、シングルCD、アルバムCD、アナログディスクそれぞれにおいて、数量・金額ともに対前年比アップ、なかでもアナログディスクは数量・金額ともに対前年比が200%を超えるなど、商品形態別における主要形態すべてが対前年比を上回る結果となった。

また、音楽ビデオは数量で121%の7,263万枚/巻、金額でも118%の831億円と昨年に引き続き好調。オーディオレコードとともにDVD、ブルーレイディスクいずれの商品形態においても数量・金額ともに2桁成長を果たした。このうちブルーレイディスクは数量が197%の398万枚/巻、金額で199%の122億円と大健闘。一方でDVDについても数量118%、金額111%の対前年比であったことから、DVDからブルーレイディスクへの市場移行のみならず映像メディア全体の需要が拡大していることが見てとれる。

音楽ソフト生産実績と有料音楽配信の合計は3,651億円（前年比103%）で、2007年以来5年ぶりの対前年比増を果たす

有料音楽配信は、前年比75%の543億円となり昨年に引き続きのダウンとなった。しかしながら、インターネットダウンロードは金額が143%、数量126%、その内訳においてもシングルトラック、アルバムが数量、金額ともに2桁成長を示した。一方、モバイルは、数量63%、金額60%であり、Ringtunes（着うた®）は金額で対前年比52%、シングルトラック（着うたフル®）57%の低迷が続いている。

各社が本格的に開始したサブスクリプションサービスに加え、マルチデバイス化、NON DRM、ハイレゾリューションによる高音質配信などのサービスも定着しつつある状況下、新たな市場拡大に期待したい。

※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。

## 2012年音楽ソフト総生産

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

		数量	前年 同月比	金額	前年 同月比	
オーディオレコード	シングル	邦	51	2%	39	17%
		洋	1	11%	0	47%
		計	51	2%	39	17%
	12cmCD	邦	63,585	110%	43,426	103%
		洋	1,221	89%	932	99%
		計	64,807	109%	44,358	103%
	小計	邦	63,636	104%	43,465	103%
		洋	1,222	89%	932	99%
		計	64,858	104%	44,397	103%
	12cmCD アルバム	邦	114,323	118%	146,913	115%
		洋	35,988	96%	33,321	90%
		計	150,311	112%	180,234	109%
	CD 合計	邦	177,959	113%	190,377	112%
		洋	37,210	96%	34,254	90%
		計	215,169	109%	224,631	108%
アナログ ディスク	邦	186	149%	179	88%	
	洋	266	315%	495	370%	
	計	453	216%	673	201%	
カセット テープ	邦	1,797	85%	1,460	85%	
	洋	3	-	1	-	
	計	1,800	86%	1,461	85%	
その他	邦	214	112%	234	104%	
	洋	396	89%	723	84%	
	計	609	96%	957	88%	
合計	邦	180,157	113%	192,251	111%	
	洋	37,874	96%	35,472	91%	
	計	218,031	109%	227,723	108%	
音楽ビデオ	DVD	邦	64,143	121%	65,909	113%
		洋	4,496	86%	5,003	91%
		計	68,640	118%	70,912	111%
	Blu-ray Disc	邦	3,539	188%	11,033	192%
		洋	444	319%	1,144	292%
		計	3,983	197%	12,176	199%
	テープ・その他		9	146%	17	105%
合計	邦	67,691	124%	76,959	120%	
	洋	4,941	92%	6,147	104%	
	計	72,632	121%	83,106	118%	
オーディオ 音楽ソフト 合計	オーディオ	計	218,031	109%	227,723	108%
	音楽ビデオ	計	72,632	121%	83,106	118%
合計	邦	247,848	115%	269,210	114%	
	洋	42,815	96%	41,619	93%	
	計	290,663	112%	310,828	110%	
含 音楽ビデオ	DVD	107,909	102%	148,908	95%	
	テープ・その他	16,498	128%	47,087	132%	
	合計	124,407	105%	195,994	102%	
オーディオ/ビデオ 合計		342,438	108%	423,717	105%	

備考 1. 本年実績は、会員会社の集計である。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

## 2012年有料音楽配信売上実績

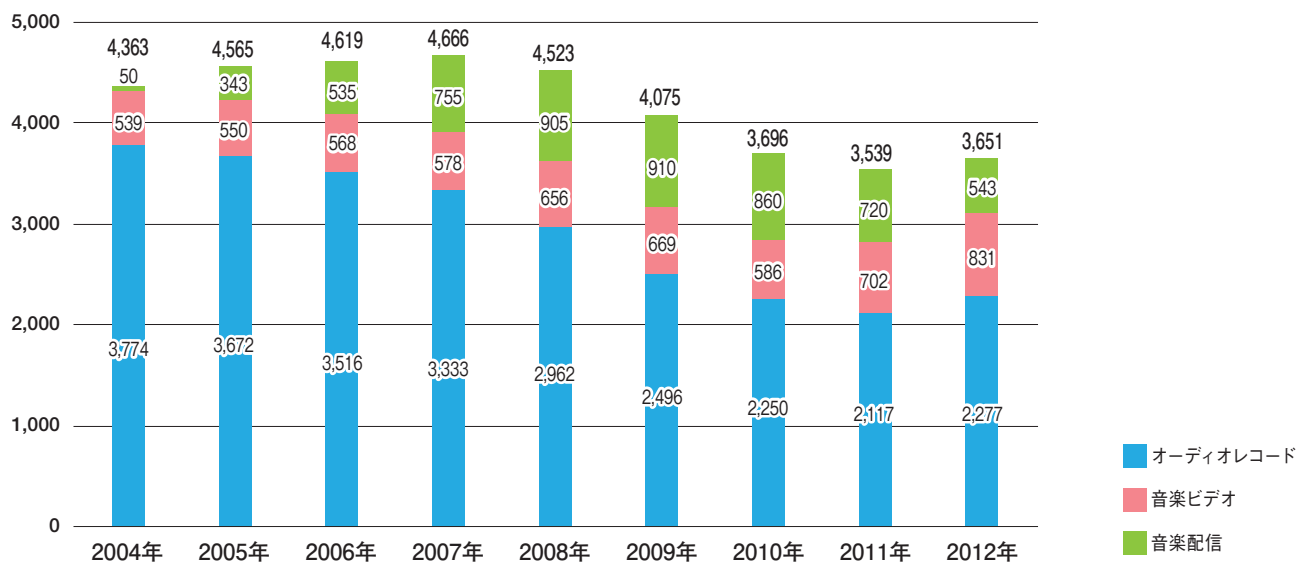
(数量:千回/金額:百万円)

	形態	2012年1月～2012年12月 累計			
		数量	前年同期比	金額	前年同期比
インターネット ダウンロード	シングルトラック	70,148	128%	12,191	150%
	アルバム	4,567	136%	5,151	137%
	小計(オーディオダウンロード分)	74,715	128%	17,342	146%
	音楽ビデオ	2,354	87%	643	92%
	その他	19	-	2	-
	合計	77,088	126%	17,987	143%
モバイル	Ringtunes	45,216	52%	4,556	52%
	Ringback tunes	78,538	79%	6,865	78%
	シングルトラック	64,951	60%	21,392	57%
	音楽ビデオ	2,680	44%	1,076	44%
	その他	1,070	53%	895	83%
	合計	192,455	63%	34,783	60%
その他	サブスクリプション(インターネット)	-	-	526	146%
	サブスクリプション(モバイル)	-	-	481	186%
	その他(その他のデジタル音楽コンテンツ)	2,313	92%	521	119%
総合計		271,856	74%	54,298	75%

注:数量…ダウンロード回数

## レコード産業の生産実績の推移

(単位:億円)



※生産実績ベース(音楽配信は売上ベース)

※音楽配信は2005年から統計を開始(2004年は推定値)

特報 Special Report

全国CDショップ店員が選んだ  
行かなきゃ会えない音がある。



第5回CDショップ大賞2013

全日本CDショップ店員組合サイト  
(http://www.cdshop-kumiai.jp/)

「第5回CDショップ大賞2013」大賞・準大賞および部門賞発表

CDショップ大賞実行委員会は3月7日、東京都港区のZepp DiverCity Tokyoにて、「第5回CDショップ大賞2013」の授賞式を実施し、大賞・準大賞および部門賞を発表した。受賞作品は以下のとおり。なお、授賞式の模様については、同日開催予定のスペシャルライブの模様とあわせて次号にてレポートを行う。

◆ 受賞作品

【大賞・準大賞・入賞作品】

大賞






アーティスト名	作品名 (品番)
MAN WITH A MISSION	MASH UP THE WORLD (CRCP-40323)
	
発売会社 日本クラウン	発売日 2012/7/18

準大賞

アーティスト名	作品名 (品番)
きゃりーぱみゅぱみゅ	ぱみゅぱみゅレボリューション (WPCL-11079)
	
発売会社 ワーナーミュージック・ジャパン	発売日 2012/5/23

入賞

※入賞作品はアーティスト名五十音順

アーティスト名	アーティスト名	アーティスト名	アーティスト名	アーティスト名
クリープハイブ	SEKAI NO OWARI	七尾旅人	back number	米津玄師
作品名 (品番)	作品名 (品番)	作品名 (品番)	作品名 (品番)	作品名 (品番)
死ぬまで一生愛されてると 思ってたよ (VIZL-470)	ENTERTAINMENT (TFCC-86389)	リトルメロディ (PECF-1052)	blues (UMCK-1434)	diorama (DGLA-10016)
				
発売会社 ビクターエンタテインメント	発売会社 トイズファクトリー	発売会社 スペースシャワーネットワーク	発売会社 ユニバーサル ミュージック	発売会社 ドワンゴ・ユーザーエンタテインメント
発売日 2012/4/18	発売日 2012/7/18	発売日 2012/8/8	発売日 2012/11/21	発売日 2012/5/16

【部門賞】 通常の投票とは別に任意の投票で、今後の来店促進に繋げること、ショップ店員からの敬意を表することを目的に設定。

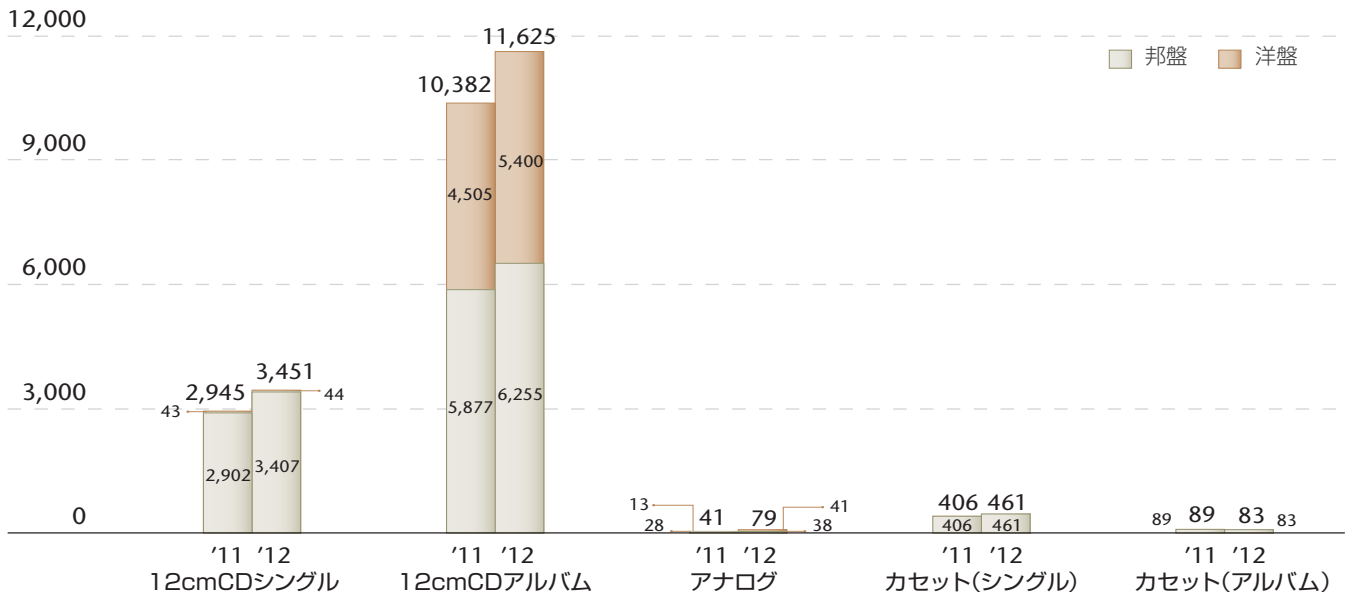
	作品名 (品番)	アーティスト名	発売会社	発売日
洋楽賞	The 2nd Law (WPCR-14637)	MUSE	ワーナーミュージック・ジャパン	2012/10/3
マエストロ賞	Last Song (GRRC-38)	矢沢 永吉	GARURU RECORDS	2012/8/1
ニュー・ブラッド賞	Quit or Quiet (RTC-023)	WHITE ASH	ROOFTOP	2012/7/4
ベスト盤アルバム賞	日本の恋と、ユミンと。(TOCT-29100-02)	松任谷 由実	EMI ミュージック・ジャパン	2012/11/20
	OPUS ~ ALL TIME BEST 1975-2012 (WPCL-11205/7)	山下 達郎	ワーナーミュージック・ジャパン	2012/9/26
ライブ映像賞 (DVD)	DUSK and DAWN Official DVD Trailer (GILS-1003)	SiM	JAPAN MUSIC SYSTEM	2012/11/14
全日本CDショップ店員組合 2013 特別賞 【今年のお題:カバーアルバム】	COVER 70's (VICL-63935)	柴田 淳	ビクターエンタテインメント	2012/10/31

## 2012年1月～12月新譜タイトル数

2012年（平成24年）の1月から12月に発売された新譜タイトル数がまとまった。オーディオレコードは前年比113%の15,699タイトルとなった。

### ● オーディオレコード新譜数

単位：タイトル



### ● オーディオレコードジャンル別新譜数

単位：タイトル

ジャンル	8cmCD	12cmCD			アナログ	カセット		合計		
		シングル	アルバム	計		シングル	アルバム			
邦盤	歌謡曲	演歌	0	667	414	1,081	0	429	81	1,591
		ポップス	0	1,510	2,051	3,561	2	12	1	3,576
		ニューミュージック	0	652	2,135	2,787	35	0	0	2,822
		小計	0	2,829	4,600	7,429	37	441	82	7,989
	邦盤計	軽音楽	0	9	269	278	1	2	0	281
		民謡・純邦楽	0	52	188	240	0	18	1	259
		教育・教材・童謡・童話	0	15	205	220	0	0	0	220
		アニメーション	0	494	466	960	0	0	0	960
		クラシック	0	0	151	151	0	0	0	151
		カラオケ	0	0	11	11	0	0	0	11
その他	0	8	335	343	0	0	0	343		
邦盤計	0 (-)	3,407 (117%)	6,225 (106%)	9,632 (110%)	38 (136%)	461 (114%)	83 (93%)	10,214 (110%)		
洋盤	ポピュラー	ロック・ダンス	0	20	1,970	1,990	35	0	0	2,025
		ジャズ・フュージョン	0	1	1,110	1,111	5	0	0	1,116
		ポピュラーソング	0	21	811	832	1	0	0	833
		映画音楽	0	0	52	52	0	0	0	52
		その他	0	0	28	28	0	0	0	28
		小計	0	42	3,971	4,013	41	0	0	4,054
	クラシック	0	2	1,429	1,431	0	0	0	1,431	
	その他	0	0	0	0	0	0	0	0	
洋盤計	0 (-)	44 (102%)	5,400 (120%)	5,444 (120%)	41 (315%)	0 (-)	0 (-)	5,485 (120%)		
合計	0 (-)	3,451 (117%)	11,625 (112%)	15,076 (113%)	79 (193%)	461 (114%)	83 (93%)	15,699 (113%)		

( ) 内は対前年比

### ● ビデオジャンル別新譜数

単位：タイトル

ジャンル	ディスク		テープ	合計	
	DVD	ブルーレイディスク			
音楽	邦楽	793	304	0	1,097
	洋楽	407	48	0	455
	カラオケ	155	0	0	155
	合計	1,355 (111%)	352 (196%)	0 (-)	1,707 (122%)

( ) 内は対前年比

# Monthly Production Report

## 2013年1月度レコード生産実績

1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90%の1,513万枚・巻、金額で同94%の160億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比87%の1,174万枚・巻、金額で同85%の120億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比101%の339万枚・巻、金額で同140%の40億円となっている。

### ● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	1月実績						2013年1月～2013年1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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比		
シ	8cmCD	邦	1	0	42%	1	0	41%	1	0	42%	1	0	41%
		洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
		計	1	0	42%	1	0	41%	1	0	42%	1	0	41%
ン	12cmCD	邦	3,882	33	125%	3,172	26	129%	3,882	33	125%	3,172	26	129%
		洋	16	0	11%	4	0	3%	16	0	11%	4	0	3%
		計	3,897	33	120%	3,176	26	123%	3,897	33	120%	3,176	26	123%
ル	小計	邦	3,883	33	125%	3,173	26	129%	3,883	33	125%	3,173	26	129%
		洋	16	0	11%	4	0	3%	16	0	11%	4	0	3%
		計	3,899	33	120%	3,177	26	123%	3,899	33	120%	3,177	26	123%
12cmCD アルバム	邦	5,655	48	76%	6,876	57	75%	5,655	48	76%	6,876	57	75%	
	洋	1,988	17	77%	1,758	15	77%	1,988	17	77%	1,758	15	77%	
	計	7,644	65	76%	8,634	72	75%	7,644	65	76%	8,634	72	75%	
CD 合計	邦	9,538	81	90%	10,049	83	87%	9,538	81	90%	10,049	83	87%	
	洋	2,004	17	73%	1,762	15	73%	2,004	17	73%	1,762	15	73%	
	計	11,542	98	87%	11,811	98	84%	11,542	98	87%	11,811	98	84%	
アナログ ディスク	邦	27	0	63%	34	0	2801%	27	0	63%	34	0	2801%	
	洋	4	0	487%	6	0	759%	4	0	487%	6	0	759%	
	計	31	0	71%	41	0	1971%	31	0	71%	41	0	1971%	
カセット テープ	邦	120	1	80%	97	1	82%	120	1	80%	97	1	82%	
	洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
	計	120	1	80%	97	1	81%	120	1	80%	97	1	81%	
その他	邦	13	0	88%	21	0	141%	13	0	88%	21	0	141%	
	洋	34	0	139%	68	1	129%	34	0	139%	68	1	129%	
	計	47	0	119%	90	1	132%	47	0	119%	90	1	132%	
合計	邦	9,698	83	90%	10,202	85	87%	9,698	83	90%	10,202	85	87%	
	洋	2,042	17	74%	1,837	15	74%	2,042	17	74%	1,837	15	74%	
	計	11,740	100	87%	12,039	100	85%	11,740	100	87%	12,039	100	85%	

### ● 音楽ビデオ

	1月実績						2013年1月～2013年1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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	
DVD	邦	3,058	90	109%	3,052	77	144%	3,058	90	109%	3,052	77	144%
	洋	103	3	21%	136	3	26%	103	3	21%	136	3	26%
	計	3,161	93	96%	3,187	81	120%	3,161	93	96%	3,187	81	120%
Blu-ray Disc	邦	209	6	449%	718	18	540%	209	6	449%	718	18	540%
	洋	20	1	143%	48	1	117%	20	1	143%	48	1	117%
	計	228	7	379%	766	19	441%	228	7	379%	766	19	441%
テープ・その他	0	0	317%	0	0	390%	0	0	317%	0	0	390%	
合計	邦	3,267	96	115%	3,770	95	167%	3,267	96	115%	3,770	95	167%
	洋	123	4	24%	183	5	32%	123	4	24%	183	5	32%
	計	3,389	100	101%	3,954	100	140%	3,389	100	101%	3,954	100	140%

### ● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

	1月実績						2013年1月～2013年1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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	
オーディオ	11,740	78	87%	12,039	75	85%	11,740	78	87%	12,039	75	85%	
音楽ビデオ	3,389	22	101%	3,954	25	140%	3,389	22	101%	3,954	25	140%	
合計	邦	12,965	86	95%	13,972	87	100%	12,965	86	95%	13,972	87	100%
	洋	2,165	14	66%	2,020	13	66%	2,165	14	66%	2,020	13	66%
	計	15,130	100	90%	15,992	100	94%	15,130	100	90%	15,992	100	94%

### ● ビデオ（含音楽ビデオ）

	1月実績						2013年1月～2013年1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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
DVD	5,881	81	86%	8,354	69	81%	5,881	81	86%	8,354	69	81%
テープ・その他	1,423	19	136%	3,723	31	131%	1,423	19	136%	3,723	31	131%
合計	7,304	100	93%	12,078	100	92%	7,304	100	93%	12,078	100	92%

### ● オーディオ/ビデオ合計

	1月実績						2013年1月～2013年1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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
オーディオ	11,740	62	87%	12,039	50	85%	11,740	62	87%	12,039	50	85%
ビデオ	7,304	38	93%	12,078	50	92%	7,304	38	93%	12,078	50	92%
合計	19,044	100	89%	24,116	100	88%	19,044	100	89%	24,116	100	88%

備考 1.本年実績は、会員会社の集計である。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

##### ● ゴールド

「機動戦士ガンダムSEED」 COMPLETE BEST MIRACLE	ヴァリアス 三代目 J Soul Brothers	2004.01.15 2013.01.01	AI AMI
---	------------------------------	--------------------------	-----------

#### シングル

##### ● ダブル・プラチナ

チョコの奴隷	SKE48	2013.01.30	AMI
--------	-------	------------	-----

##### ● ゴールド

浮世CROSSING	UVERworld	2007.11.14	SR
Catch Me -If you wanna-	東方神起	2013.01.16	AMI
キリギリス人	ノースリーブス	2013.01.16	ES
Help me !!	モーニング娘。	2013.01.23	EP
猛烈宇宙交響曲・第七楽章「無限の愛」	ももいろクローバーZ	2012.03.07	K
ミステリー ヴァージン	山田 涼介	2013.01.09	JA

### 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、100万ごとに賞を設定		

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

### 洋楽

#### アルバム

##### ● ゴールド

DJ KAORI'S PARTY MIX 3	DJ KAORI	2012.04.18	UM
テイク・ミー・ホーム	ワン・ダイレクション	2012.11.14	SI

※日付は発売日

※ 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 / EP: アップフロントワークス(ゼティマレーベル) / ES: EPIC レコードジャパン / JA: ジェイ・ストーム / K: キングレコード / 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 / V: ビクターエンタテインメント

## 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

### 「着うたフル®」

#### 洋楽

##### ● ゴールド

シェイプ・オブ・マイ・ハート	バックストリート・ボーイズ	2006.11.22	SI
----------------	---------------	------------	----

### 「PC 配信(シングル)」

#### 邦楽

##### ● プラチナ

逢いたくていま	MISIA	2009.11.18	BV
---------	-------	------------	----

##### ● ゴールド

Do Me More	安室 奈美恵	2008.07.30	AMI
Follow Me	E-Girls	2012.08.29	AMI
Each Other's Way ~旅の途中~	EXILE	2011.02.02	AMI
時の描片 ~トキノカケラ~	EXILE	2007.09.05	AMI
VICTORY	EXILE	2010.06.09	AMI
優しい光	EXILE	2009.07.22	AMI
愛のうた	倅田 来未	2007.09.12	AMI
好きで、好きで、好きで。	倅田 来未	2010.09.22	AMI
Moon Crying	倅田 来未	2008.06.18	AMI
ねえ	DREAMS COME TRUE	2010.05.28	UM
Always	西野 カナ	2012.11.07	SE
まなざし	Honey L Days	2010.05.26	AMI
メリクリ	BoA	2004.12.01	AMI
サラバ、愛しき悲しみたちよ	ももいろクローバーZ	2012.11.21	K
アイシテル	MONKEY MAJIK	2009.06.10	AMI
One day	The ROOTLESS	2010.10.20	AMI
TSUBOMI feat. 九州男	lecca	2010.04.28	AMI

### 洋楽

#### ● プラチナ

CALL ME MAYBE	カーリー・レイ・ジェブセン	2012.04.18	UM
---------------	---------------	------------	----

#### ● ゴールド

ミスター・サクソビート~恋の大作戦~ 私たちは絶対に絶対にヨリを戻したりしない	アレクサンドラ・スタン	2012.01.25	V
~ We Are Never Ever Getting Back Together	テイラー・スウィフト	2012.10.24	UM
ムーヴス・ライク・ジャガー feat. クリスティーナ・アギレラ	マルーン 5	2011.10.05	UM
ホワット・メイクス・ユー・ビューティフル	ワン・ダイレクション	2012.06.13	SI
リヴ・ホワイユ・ウィア・ヤング	ワン・ダイレクション	2012.10.03	SI

※日付は配信開始日

## 協会からのお知らせ

昨年10月1日施行の「私的違法ダウンロード罰則化」に係る改正著作権法に則し、当協会ホームページ「音楽CDと著作権」のコーナーを一部改訂しております。是非、ご覧ください。



[音楽CDと著作権] <http://www.riaj.or.jp/copyright/>



エルマーキャラクター  
エルマーくん

THE RECORD No.640 2013年3月号  
一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 北川直樹  
編集人 田口幸太郎  
発行日 2013年3月11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9F  
TEL. 03-5575-1301 (代) FAX. 03-5575-1313  
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

天皇陛下の心臓手術を執刀した天野医師が、手術は「視覚から得た情報を元に直観的に首から下が勝手に動く脊髄反射の作業なので全く疲労を感じない」と自著「一途一進、命をつなぐ」で語っていました。同書では、1例の手術経験を掘り下げ膨らませ「量」でも「質」でもない「濃さ」を追求し、知識としてきたとも述べられており、これら経験値の成せる技なののでしょうか。患者第一主義の厳しい姿勢、自身の今をつくってくれたという全患者さんへの深い感謝と真摯な姿に、真のプロフェッショナルのあり方を見ました。

今号の特集取材に協力していただいた皆様も全員一様に、音楽を愛し日々提供できる喜びと誇りを熱く語ってくださり、その想いに一途一進のフレーズが浮かびました。どのお店も个性的で「濃い」佇まいを放ち、日々お客様と向き合うその姿に、改めて敬意を表したいと思いました。(T)

■ 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 (<http://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください。