

# *The Record* vol.616

Music enables communication to go beyond languages. This is the reason why some emotions and impressions can be conveyed only through music. Recorded media shoulder the most important role as a vehicle to convey such emotional impressions to people. Despite the changes in the form of music carriers from analog media such as LPs to digital media, its role remains unchanged.

The Recording Industry Association of Japan (RIAJ) contributes toward the healthy development of Japanese culture via various activities including the spread of recorded media and the enlightenment of copyright consciousness.

| 2010 年度音楽メディアユーザー実態調査公表

| 2010 年のレコード産業

| 第3回 CD ショップ大賞 2011

| 「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン 2010 受賞者の皆さんより



## Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
2010年度音楽メディアユーザー実態調査公表.....	3
2010年のレコード産業.....	7
特報	
第3回CDショップ大賞2011.....	9
「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン2010 受賞者の皆さんより.....	10
「知的財産推進計画2011」の策定に 関する意見書概要.....	11
Data File.....	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISK.....	14

## 2/8

### インターネットオークションで 海賊版音楽DVDを販売した 被疑者を逮捕

2月8日、岡山県警察本部および岡山西警察署は、インターネットオークションサイトを利用して、海賊版音楽DVDを販売していたとして、千葉県松戸市在住の会社員男性(39歳)を著作権法違反の容疑で逮捕した。

この事件は、エイベックス・エンタテインメント(株)が権利を有する音楽DVDを、被疑者が無断で複製されたものであることを知りながら、インターネットオークションサイトに出品し販売したものである。



## 香港アジアポップミュージックフェスティバル開催

3月23日、IFPI 香港グループ(香港レコード協会)は、香港において「香港アジアポップミュージックフェスティバル」を開催する。

このフェスティバルは、東アジア7ヵ国・地域(韓国、シンガポール、台湾、中国、日本、香港、マレーシア)の音楽マーケットが協力し、東アジアを一つの音楽市場として盛り上がることを目的として、香港政府の支援の下に開催される。IFPI 香港グループと姉妹関係にある当協会は、同フェスティバルに後援として参加する。

このフェスティバルには、7ヵ国・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。さらに、7ヵ国・地域の人気アーティストがゲストとして参加し、パフォーマンスを行なう。日本からは新人アーティストとして熊谷育美さん、ゲストアーティストとしてAAAが参加する。

また、IFPI 香港グループは、同フェスティバル当日、7ヵ国・地域の音楽関係者を招聘し、フォーラム「アジアの音楽市場統合のために(Music in One Asia)」を開催する。

### 【香港アジアポップミュージックフェスティバル概要】

日時：2011年3月23日(水) 20:00-22:30(現地時間)

会場：Hong Kong Convention & Exhibition Centre

主催：IFPI 香港グループ(香港レコード協会)

出演アーティスト14組(国名五十音順)：

韓国：Super Junior M、DaeguName (The Boss)

シンガポール：JJ Lim (林俊傑)、Kewei (鄭可為)

台湾：Lollipop (棒棒堂)、Sigma

中国：周筆暢、吳琮

日本：AAA、熊谷育美

香港：Joey Yung (容祖兒)、William Chan (陳偉霆)

マレーシア：Fish Leong (梁靜茹)、Bunkface

## ●●●当協会役員人事●●●

### ■ 新任(2月8日付)

[理事]

森田保弘

株式会社ワナーミュージック・ジャパン

代表取締役CFO

高木ジム

ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン合同会社

最高経営責任者兼社長

## RIAJ2011年2月度理事会議案

### ■ 審議事項

1. 民放連との二次使用料契約締結の件
2. 動画共有サイトからのダウンロード実態調査実施に関する件

### ■ 名義使用申請に関する報告

1. 「ミュージックジャケットギャラリー(MJG)2011」後援名義使用依頼の件

### ■ 報告事項

1. 「音楽市場環境整備タスクフォース」関係報告  
(1) 今後の違法対策法整備について
2. 法制委員会関係報告  
(1) 当協会が行なう削除要請関係業務の概要について  
(2) 知的財産推進計画2011策定に関する意見書提出について
3. 情報・技術委員会関係報告  
(1) 携帯専用サイト向け違法探索に関する総務省実証実験の進捗について
4. マーケティング委員会関係報告  
(1) 2010年再販弾力運用報告書について  
(2) インターネット廃盤セール結果関係報告  
(3) 第3回CDショップ大賞報告
5. 日本ゴールドディスク大賞委員会関係報告  
(1) 第25回日本ゴールドディスク大賞関係報告

# 2010 年度音楽メディアユーザー実態調査公表

当協会では、音楽メディアの需要構造を総合的に把握することを主な目的として、世代間比較とトレンド分析の二つの視点によって、1986年以降毎年「音楽メディアユーザー実態調査」を実施している。25回目となる今年度はインターネットメディア（特に無料動画配信サイト）とCDショップの利用実態に焦点を当てて実施した。

今回の調査結果の特徴として、下記の3点が挙げられる。

1. 「動画配信サイトの影響の大きさ」が目立ち、半年間で、2人に1人がYouTubeを、4人に1人がニコニコ動画を、音楽を楽しむために利用し、無料動画配信サイトから音楽ファイルをダウンロードした人は4人に1人で平均32.6曲であった。プロモーション手段としての効果を得ている一方で、購入の阻害要因や違法ダウンロードのソースにもなっている。（図1、図2）
2. CD購入及びレンタル利用、インターネット音楽配信の購入率は横ばいから縮小傾向にあり、年代別で見ると、CDとインターネット配信は30代～40代の割合が高く、着うたフルでは中学生～20代社会人が高い。（図3、図4）  
CDショップの店舗来訪率は58.2%でECサイト来訪者（44.4%）を上回り、店舗のみ利用者は22.2%となっている。（図5）  
店舗・ECサイトとも若年層の訪問回数が多い。（図6）
3. 来店時のパターンとして「購入目的商品なしでの来店」が多い人が半数近くおり、特に買う目的がなくふらっと来た人の3人に1人は購入経験がある。「店頭での購入促進施策の展開」は、大いに可能性がある。（図7）

## <調査実施概要>

調査対象者：12～69才男女（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

サンプル数：5,046

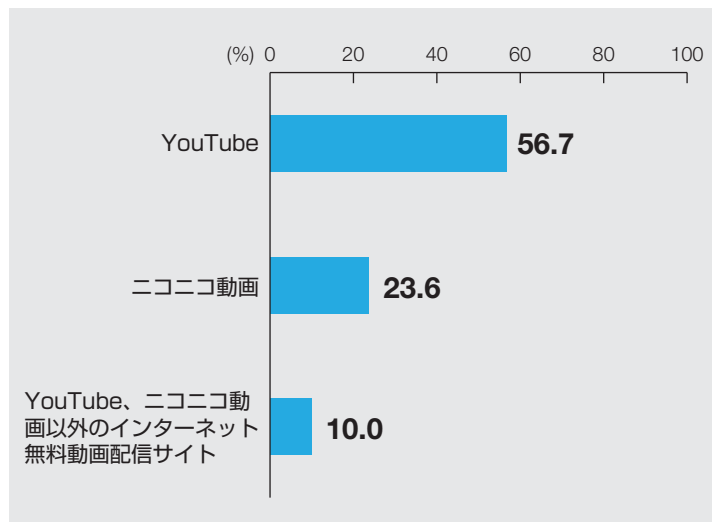
調査日時：2010年8月10日（火）～16日（月）

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合せ下さい。

## 図1 動画配信サイトの利用実態

この半年間でYouTubeを約2人に1人が、ニコニコ動画を約4人に1人が、音楽を楽しむために利用している。無料動画配信サイト利用者の平均音楽聴取時間は一週間に3.7時間である。

### ◇ この半年間（3～8月）に、音楽を楽しむために利用した商品やサービス



### ◇ 無料動画配信サイトの一週間あたりの平均聴取時間

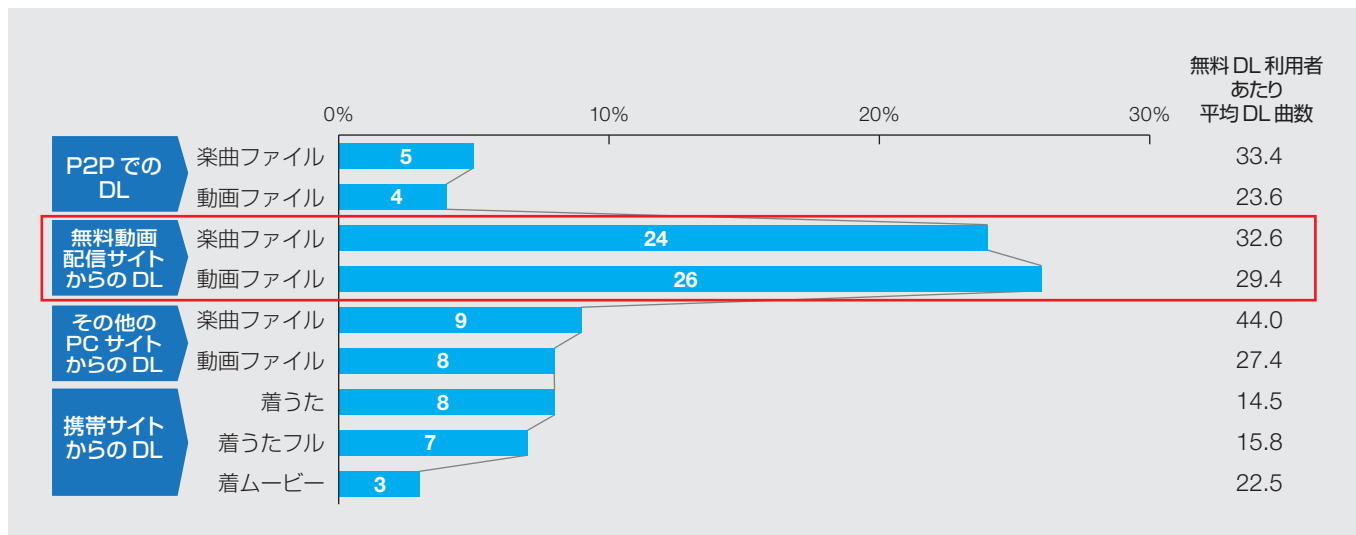
		N	平均視聴時間
合計		2,959	3.7
男性計		1,431	3.7
女性計		1,528	3.8
男性	中学生	169	5.4
	高校生	254	5.1
	大学・専門学生	323	6.0
	20代社会人	198	3.6
	30代	162	2.7
	40代	135	2.7
	50代	105	2.6
女性	60代	85	2.1
	中学生	219	6.9
	高校生	290	6.7
	大学・専門学生	314	5.4
	20代社会人	218	3.4
	30代	151	2.3
	40代	145	2.9
50代	118	1.8	
60代	73	3.2	

全体平均よりも25%以上低い個所

全体平均よりも25%以上高い個所

## 図2 無料動画配信サイトからのダウンロード

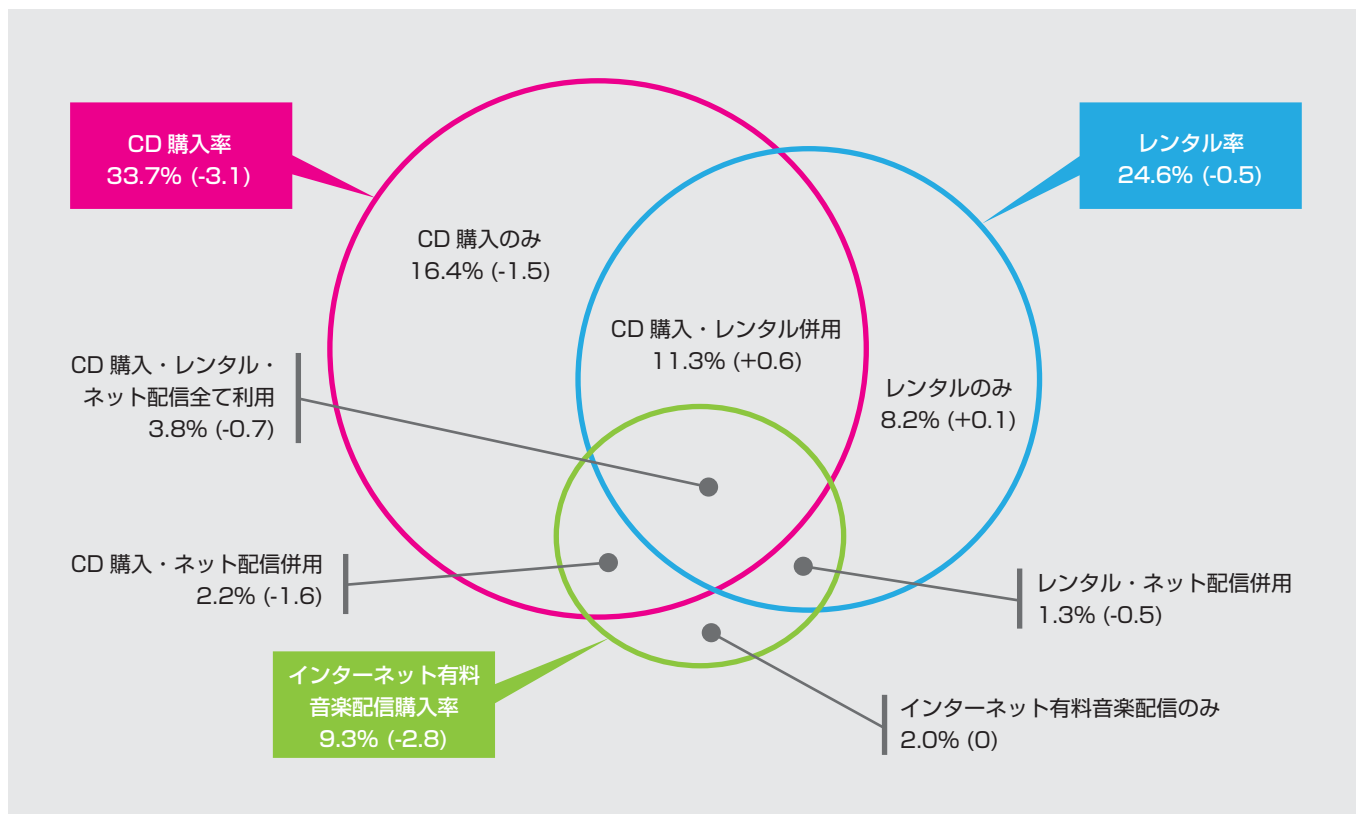
無料動画配信サイトから、音楽に関するファイルをダウンロード (DL) した人は約 4 人に 1 人。ダウンロードした楽曲ファイルの平均は 32.6 曲。



ベース：DL 利用率 - 全対象者、平均 DL 曲数 - 各無料 DL 利用者

## 図3 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

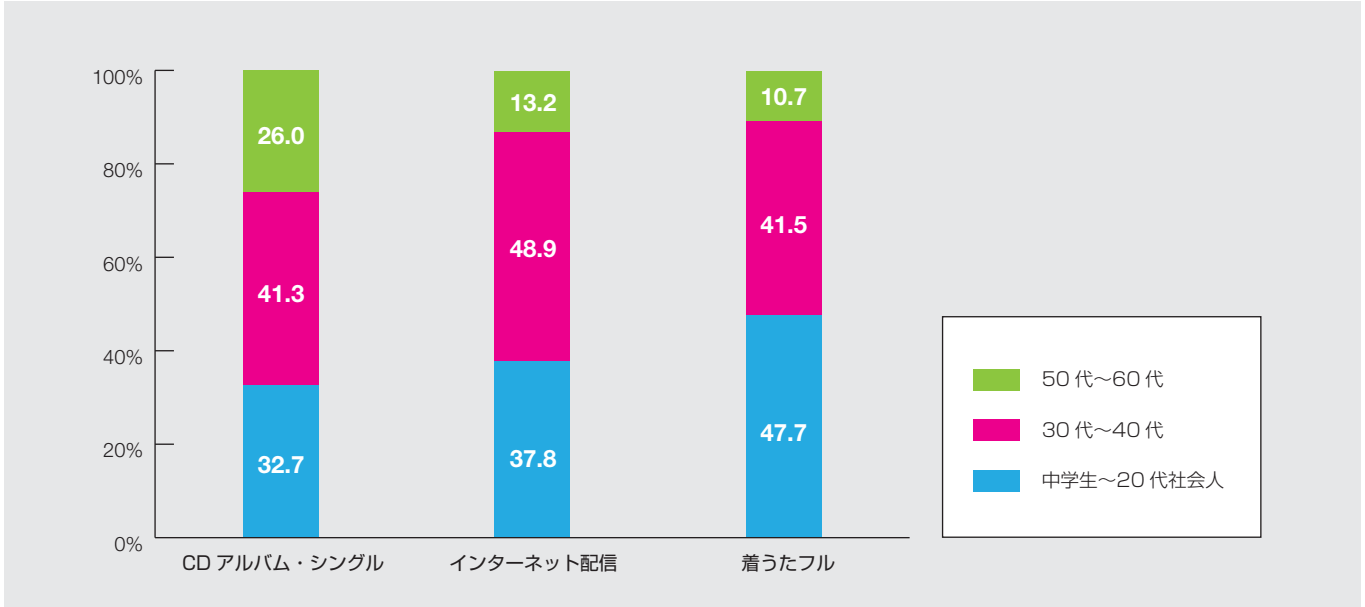
CD 購入率は 33.7%、レンタル率は 24.6%、インターネット有料音楽配信購入率は 9.3%である。



ベース：全対象者 (N=5,046)

### 図4 年代別推定マーケットシェア

CDとネット配信は30～40代が、着うたフルは中学生～20代社会人の割合が高い。



※グラフ中の数値は四捨五入した値のため、グラフ中の数値全てを合計しても100%とまらない場合がある

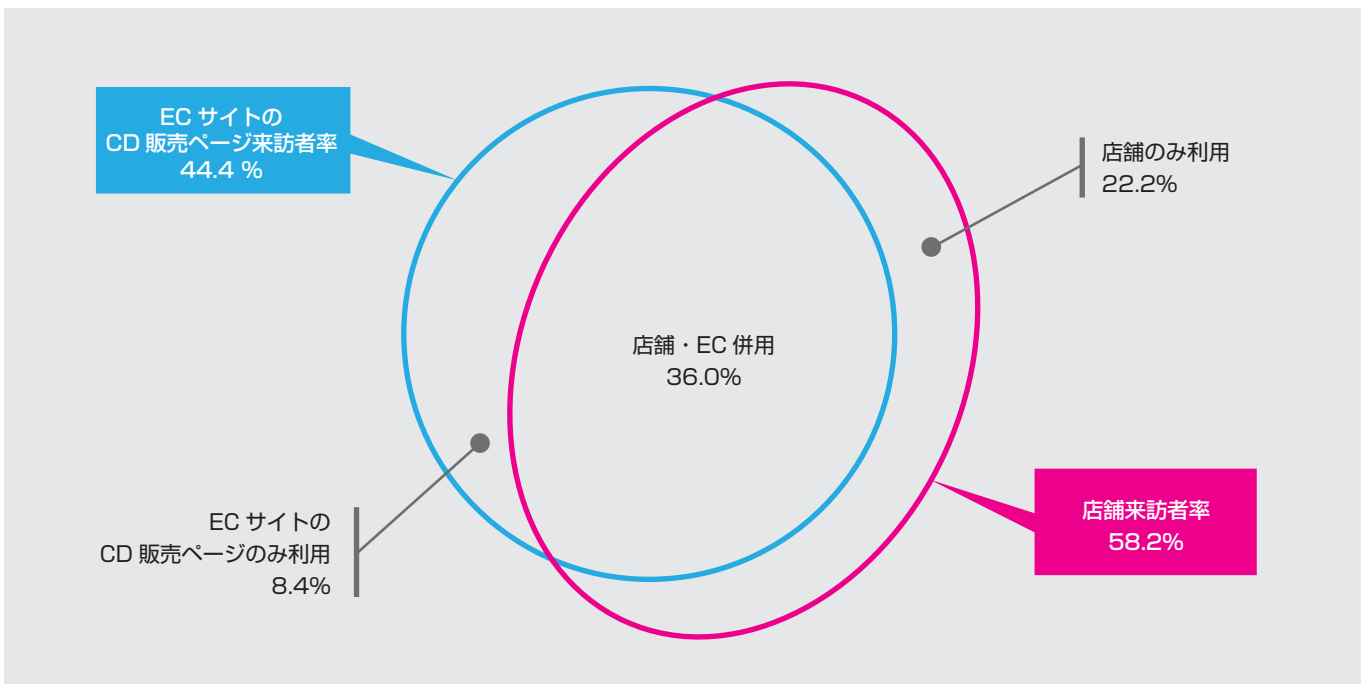
★推定マーケットシェアの算出方法★

性・年代別アルバム・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）にそれぞれの平均単価（RIAJ統計より算出）を乗じて総計を出し、そこから各性・年代、全体に対する比率を算出した。

出所）人口は総務省統計局の平成21年10月1日時点の推計人口より作成

### 図5 店舗やECサイトの利用状況

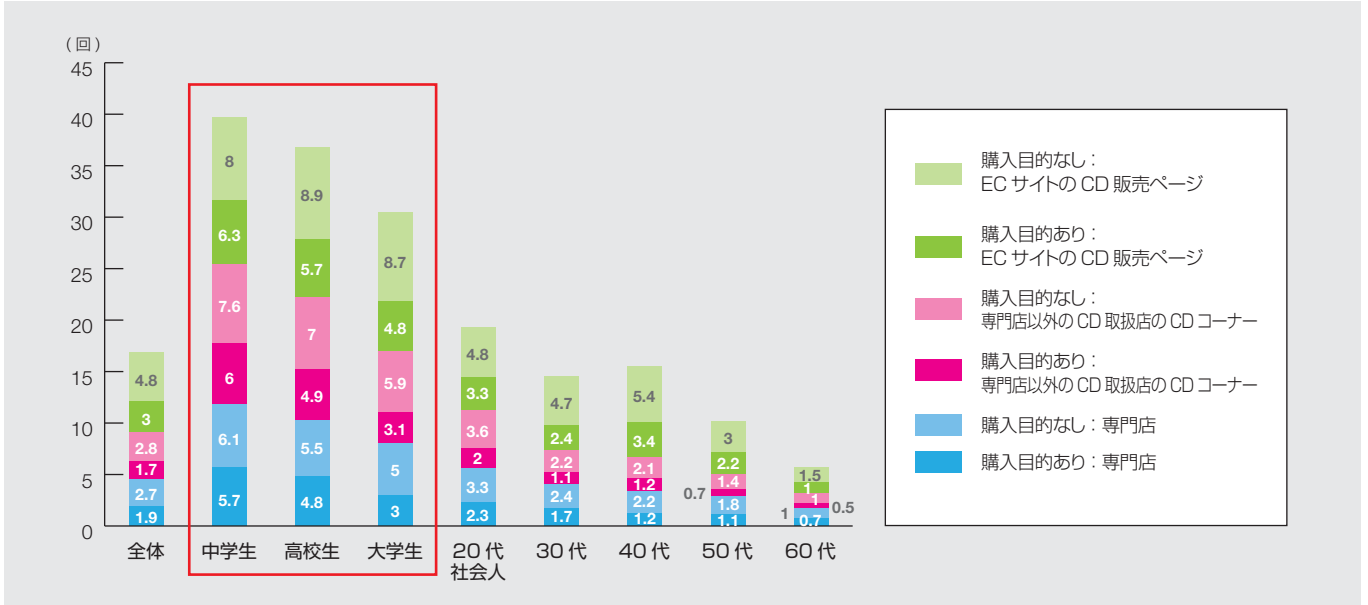
店舗来訪者（58.2%）はECサイト来訪者（44.4%）よりも多い。店舗とECのどちらも利用する人は36.0%。



ベース：全対象者（N=5,046）

### 図6 店舗やECサイトの訪問回数

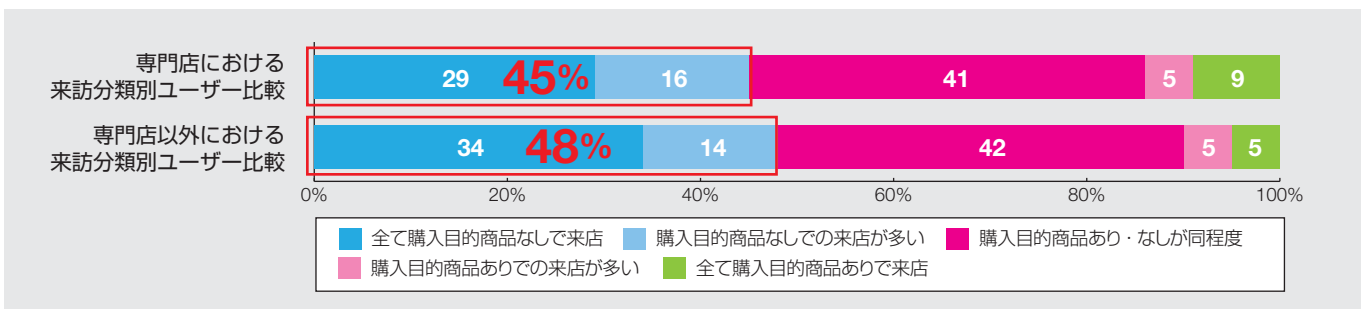
中学生～大学生は、全てのチャネルにおいて、利用回数が多い。また、中学生～20代社会人は、店舗を利用する割合が高い。



ベース：全対象者 (N=5,046)  
 ※専門店とは音楽関連商品を主に取り扱っている店舗をいう

### 図7 店舗来訪分類別ユーザー比率

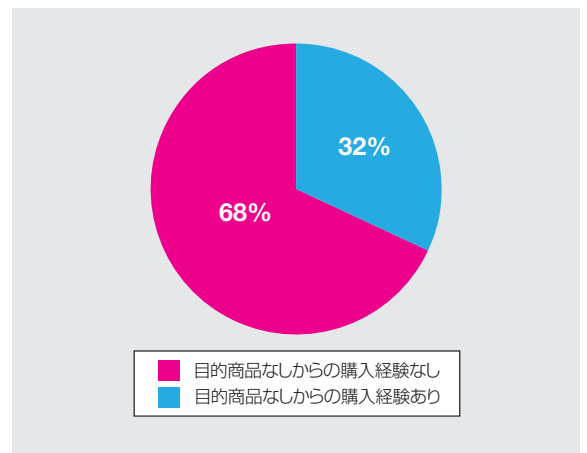
「購入目的商品なしでの来店」が多い人の割合が高い。



ベース：全対象者 (N=5,046)

### 図7 購入目的なしからの購入経験

購入目的商品なしで来店した人のうち3割強は購入したことがある。



ベース：購入目的なしでの店舗来訪者

# 2010年のレコード産業

## 2010年のレコード産業の概要

2010年の音楽ソフト（オーディオレコード＋音楽ビデオ）総生産金額は、前年比90%の2,836億円となった。全体的に低価格化の傾向にあり、オーディオレコードの数量が前年比98%の2億988万枚/巻であるのに対し、金額では同90%の2,250億円となっており、特にCDアルバム（数量94%、金額87%）が顕著である。取り巻く環境が厳しい中ではあるが、CDシングルは数量が113%の5,061万枚、金額が109%の373億円と、数量・金額とも2006年以来4年ぶりに前年を上回った。特に邦楽の数量は113%と大きく伸び、シングル市場は活気付いた。年明けもその傾向は続いている。

音楽ビデオは数量で79%の4,648万枚/巻、金額では88%の586億円となった。その内構成比は小さいものの「テープ・その他」に含まれるブルーレイディスクの伸長が大きい。地上デジタル放送への移行に伴うハードの買い替え需要に併せて、各社の発売タイトル数の増加が予想され、今後が大いに期待できる。

有料音楽配信は、前年比95%の860億円となった。インターネットダウンロードでは、金額は99%と微減となったものの、数量は106%であり、特にアルバムと音楽ビデオが共に104%と前年比プラスであった。モバイルでは、シングルトラック（着うたフル®）が金額で96%であったが、配信全体に占める割合では55.3%と昨年54.3%から微増となった。Ringtunes（着うた®）は前年比81%と苦戦が続く一方でRingback tunesは103%と伸長が続き、Ringtunesと同規模にまで成長してきている。2010年には大手サブスクリプションサービスが撤退し、また、スマートフォン向け配信、着信設定のないモバイル向け配信の開始など新しいサービスが次々と出てくるなど、配信市場は変化も早く、動向を引き続き注目したい。

音楽ソフト生産実績と有料音楽配信の合計は3,696億円（前年比91%）となった。

※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。

## 2010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	8cmCD	邦 107	70%	39	69%
			洋 0	13%	0	37%
		計	107	69%	40	69%
	12cmCD	邦	49,990	113%	36,874	110%
		洋	513	99%	365	97%
		計	50,503	113%	37,239	110%
	小計	邦	50,096	113%	36,913	110%
		洋	514	98%	365	96%
		計	50,610	113%	37,278	109%
	12cmCD アルバム	邦	114,855	97%	144,030	92%
		洋	41,074	87%	40,725	74%
		計	155,929	94%	184,755	87%
CD 合計	邦	164,951	102%	180,943	95%	
	洋	41,588	87%	41,090	74%	
	計	206,539	98%	222,033	90%	
アナログ ディスク	邦	52	96%	84	80%	
	洋	54	110%	87	102%	
	計	105	103%	170	90%	
カセット テープ	邦	2,866	76%	2,300	78%	
	洋	0	4%	0	18%	
	計	2,866	76%	2,300	78%	
その他	邦	168	76%	210	85%	
	洋	201	118%	285	101%	
	計	369	94%	495	94%	
合計	邦	168,036	101%	183,536	95%	
	洋	41,843	88%	41,462	74%	
	計	209,879	98%	224,998	90%	
音楽ビデオ	DVD	邦	40,986	78%	51,263	89%
		洋	4,916	83%	5,225	63%
		計	45,902	78%	56,488	86%
	テープ・LD・その他	573	136%	2,126	187%	
合計	邦	41,453	78%	53,039	91%	
	洋	5,022	84%	5,575	66%	
	計	46,475	79%	58,614	88%	
音楽ソフト計 (オーディオ/音楽ビデオ)	邦	209,489	95%	236,575	94%	
	洋	46,865	87%	47,037	73%	
	計	256,354	94%	283,612	90%	
ビデオ (含音楽ビデオ)	DVD	97,017	92%	160,354	91%	
	テープ・その他	8,190	276%	26,558	242%	
	合計	105,207	97%	186,912	100%	
オーディオ/ビデオ合計		315,086	98%	411,910	94%	

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。



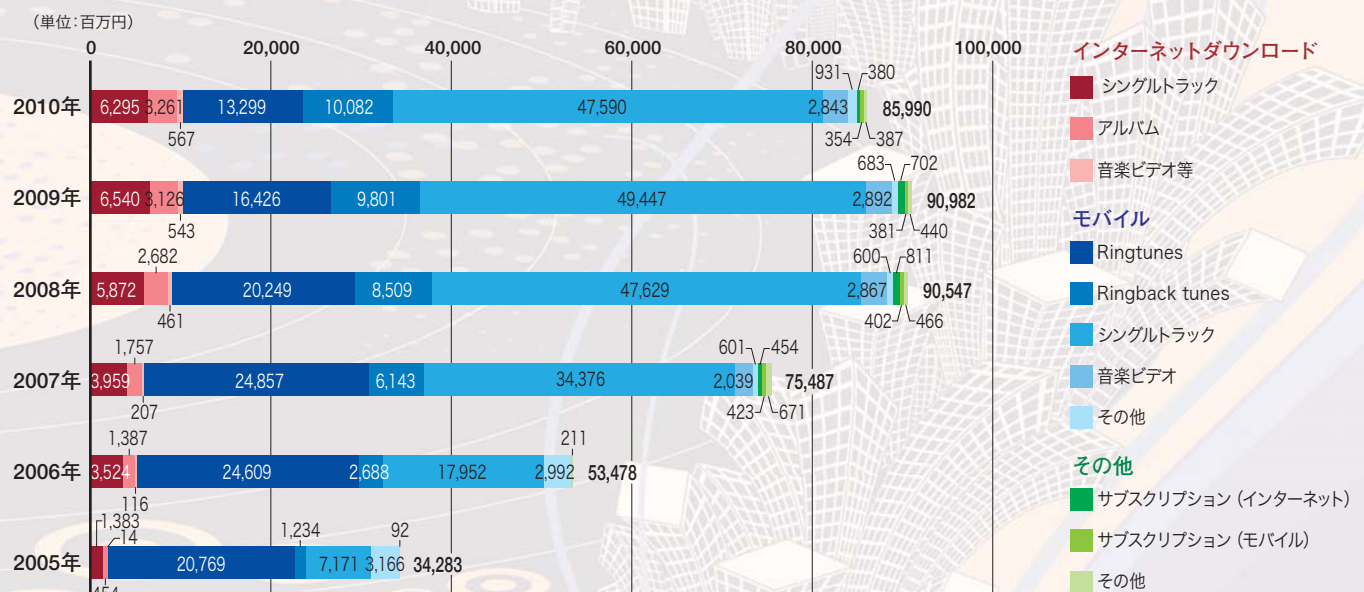
2010年有料音楽配信売上実績

(数量:千回/金額:百万円)

	形態	2010年1月～2010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	44,617	105%	6,295	96%
	アルバム	2,850	112%	3,261	104%
	小計 (オーディオダウンロード分)	47,467	105%	9,556	99%
	音楽ビデオ	2,024	116%	567	104%
	その他	0	-	0	-
	合計	49,491	106%	10,123	99%
モバイル	Ringtunes	131,247	84%	13,299	81%
	Ringback tunes	113,302	101%	10,082	103%
	シングルトラック	137,836	96%	47,590	96%
	音楽ビデオ	7,414	93%	2,843	98%
	その他	2,008	146%	931	136%
	合計	391,807	93%	74,745	94%
その他	サブスクリプション (インターネット)	-	-	380	54%
	サブスクリプション (モバイル)	-	-	354	93%
	その他 (その他のデジタル音楽コンテンツ)	159	267%	387	88%
	合計	159	267%	1,121	74%
総合計		441,457	94%	85,990	95%

注: 数量…ダウンロード回数

有料音楽配信売上実績の推移



備考:「音楽ビデオ」は2007年1月より項目として独立。2006以前は「その他」内にふくまれます。

## 特報 Special Report

## 第3回 CD ショップ大賞 2011

先月号で紹介した通り、全日本 CD ショップ店員組合の CD ショップ大賞実行委員会は1月20日に「第3回 CD ショップ大賞」授賞式を開催し、受賞作品を表彰した。第3回を迎えた本賞は、さらに盛り上がりを見せ、授賞式には大賞を受賞した andymori が駆けつけ、パフォーマンスを行なった。ここでは、運営に携わった CD ショップ大賞実行委員の授賞式を終えての感想、本賞に対する熱い想いを紹介する。



実行委員として関わるのは今回が初めてでしたが、3回目の開催前後を通してみると、これまでよりも認知度が上がった事、リスナー側にも期待が持たれている辺りは大きな前進だと思います。スローガンが一新され、ショップ店員側にもリスナー側にも、良いキャッチフレーズとして浸透し始めていると思います。

しかし、まだスタートしたばかり。CD ショップ大賞が単なるイベントではなくて、アワードとして定着するのもこれからだと思います。回を重ねる毎に課題や改めて考える点も幾つかありますが、今後も継続するにあたり、授賞後〜次に向けての間の展開や活動等、協議の大きなテーマとなりそうです。



山野楽器 特販課  
下司知愛さん

第3回である今回から実行委員としてこの賞に参加させて頂き、とても楽しく、勉強になり、また光栄に思っています。

が、まさか授賞式の司会を仰せつかるとは思ってもみなかった…というのが、一年を経た率直な感想です。

この一年の間に、自分の所属するHMVでは渋谷店の閉店が大きな話題となりました。しかしそれをきっかけに、音楽ファンの間で漠然としたイメージだった「CDショップのない世の中」というものが急に現実味を帯び、逆説的にCDショップに足を運んでショッピングをすることの楽しさを再認識した方も少なくなかったのではないかと、希望的観測ではありますが個人的には思っています。

CDショップ大賞は投票によって大賞や準大賞を選ぶという賞であり、もちろんそれらの受賞作品は間違いなく素晴らしい作品ですが、他の入賞作品、ノミネート作品、そしてノミネートから漏れた作品でさえ、CDショップ店員が(最低でも1作品に一人は)本気でオススメしたいと願い、200字以上のコメントを書いて投票した作品ばかりです。

CDショップ大賞とは作品をふるいにかける単なる審査の場ではなく、一年を通じて有名無名問わず沢山の素晴らしい作品がCDとしてリリースされ、店頭に並んだことをお客様に報告し、祝福し、感謝し、お客様と共に大いに楽しむ、日本全国のCDショップ店員総出のいわば大収穫祭だと思っています。お祭りです。

何度書き直しても勧誘の文章になってしまう。ならば最初に言い切ろう。

「CDショップ大賞は君の積極的な参加を待ち望んでいる! 次のミーティングは〇日だ! 即行動に移るべし!」

第3回ショップ大賞は「CDショップ店員が売りたいアルバムはこれだ!」という主張が伝わる賞となりました。

ただし、選出されたアイテム群を猛ブッシュ…するだけではやっぱりこれまでと状況は変わらないでしょう。もちろん受賞アーティストの応援は年間通じて行いつつ、同時にその先の提案、ショップに通わなければ、この店で買わなければ、と音楽ファンであるお客様に思わせる何かを発信し続けることが必要。その為にはやはり、あなたの力が必要です。この行まで読んでくれたあなたの力が!

例えば、CDショップ大賞のHPから全国の店員による原稿が溢れかえるような、あるいは月1回のミーティング会議場に置かれたお菓子の皿が空になるぐらい、いやいや机が取っ払われるぐらいギュウギュウになるエネルギーが集まれば、凄いことになると思います。

即行動に移るべし!

メールはこちらへ  
info@cdshop-kumiai.jp  
実行委員会の会議の場で  
僕と握手!



柴田一良さん

投票は厳正に行われていますが、そのお祭りを形成するための方便に過ぎないと思っています。

お客様には、是非お祭りの場であるCDショップに実際に足を運んでいただきたい、そしてお祭りのお神輿たる受賞作品を存分に味わって頂いたあとは、ショップの店員さんに「どの作品に投票しましたか?」と聞いていただきたいと思います。

そこでお客様にとって思いがけない作品との素晴らしい出会いがあったとしたら、そしてそれがお客様にとって良い思い出になったとしたら、それこそがCDショップ大賞という企画の真の成功なのではないかと思っています。



HMVイオン与野  
伊藤威明さん

# 「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン 2010 受賞者の皆さんより

先月号で紹介した「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン 2010 で受賞した生徒の皆さんや、担当の先生方より喜びのコメントが寄せられた。ここで受賞作品と共に紹介する。

キャラクター部門

## グランプリ



愛知県立芸術大学  
坂井秀行さん、石井里実さん、鏡祐成さん、高橋春香さん

愛知県の芸術大学で音楽と美術に囲まれながらデザインの勉強をしている4人組です。それぞれ将来を目指す方向は別々ですが、芸術を愛する心は私たちみんな持っていて、それは音楽も美術も一緒。当事者である自分たちからメッセージを発信できればいいなと思っています。

今回、キャラクターデザインを考える中で、「音楽を守る」ってことの本質はどういうことなんだろうという意見がでて「自分たちが音楽を愛する心を持ち、良心に従って、正しい行動をすること、結局は、心に持った音楽に対する「愛」が大切なんだよね。」という話になり、キャラクターも音楽に対する愛情をダイレクトに表現したものになりました。デザインを通して物事を考える貴重な機会になりました。

## 準グランプリ



三重県立亀山高等学校 中西涼さん 他3名

私の学校は三重県唯一の情報学科のある学校で、著作権や違法ダウンロードについての勉強もしました。しかし、ただ勉強しても理解するのは自分だけで、いろんな人にも伝えなければいけないと思い、「守りタイコ」というキャラを思いつきました。なぜ太鼓がモチーフかというと、『違法ダウンロードをしてはいけない』ということをしてできるだけ多くの人に響かせたいという思いか

ら選びました。最後にこれを見てくれた方、見て共感してくれた方、たくさんの人々に触れ、響いてくれればうれしいです。

(中西涼さん)

情報倫理については授業で取り上げておりますが、今回のキャンペーンに参加することで、生徒達と共に深く考える事が出来ました。生徒の想いが響き、違法ダウンロードがなくなることを願っています。

(担当教師：和田佳子先生)

ポスター部門

## グランプリ



総合学園ヒューマンアカデミー広島校  
太尾あす夏さん、黒川明香さん、渡部文子さん、  
重光友美さん、高村博子さん

このポスターを制作するにあたって、暗い印象ではなく、音楽を愛する全ての人に共感してもらえるようなポジティブな呼びかけが出来たらいいなと思いました。グループでひとつの作品を作ることはとても大変なことでしたが、その分みんなと意見を出し合いながら著作権について考えることが出来たと思います。一人では思い浮かべない五人それぞれの案が重なって、私たちのポ

スターが生まれました。音楽が大好きな、仲間と作品作りが出来たこと、賞をいただけたことに感謝しています。作品の女の子が言っている「大好きな音楽が無くなるなんて嫌だ!だから守りたいって思った」はそのまが私たちの思いです。このポスターを通じて、違法ダウンロードをしている人、しようとしている人を STOP するきっかけになったらいいなと思っております。制作を通じて、改めて、音楽が大好きなこと、守っていかねばいけないことを実感しました。音楽は人に勇気や希望などたくさん与えているものだ私たちは思っています。

## 準グランプリ



東京都練馬区立石神井南中学校  
任恵田あづささん、太田奈佑さん、武内真歩さん、  
松本翠さん、小川和馬さん

著作権という言葉は知っていましたが、詳しく知らなかったので知る機会になりました。勉強になりました。ありがとうございます。(任恵田あづささん)  
この絵を見た誰か一人でも、変わってくれば嬉しいです。(太田奈佑さん)

このポスターによって違法ダウンロード等が少しでも減ってくれればと思っています。(武内真歩さん)  
とても尊敬できる先輩で、今までついていって本当によかったです!(小川和馬さん)

著作権の事について考える良いきっかけになりました!(松本翠さん)

吹奏楽部をリードしてくれる打楽器パートの生徒達、音を大切に作る心で描いてくれました。

(吹奏楽部顧問：橋場友彦先生)

写真部門

## 準グランプリ



総合学園ヒューマンアカデミー広島校  
田中路津さん、小川朋子さん、大石雅子さん、  
蔵本晶夫さん、的野翔太さん

受賞の知らせをいただいた時大変驚きました。このコンテストには担当講師の先生からの課題として応募させて頂いたのですが、当たり前様に身近にある“音

楽”を真剣に考える良い機会になりました。制作に取り組むなかで、どうすればより思いの伝わる作品になるのかということを常に考えました。また、時折メンバーの意見や足並みが揃わないこともあり、皆で成し遂げる難しさも感じました。この経験が次の制作へと繋がるように精進していきたいと思っています。ありがとうございました。

# 「知的財産推進計画 2011」の策定に関する意見書概要

知的財産戦略本部によって実施された『知的財産推進計画 2011』の策定に向けた意見募集に対し、当協会から意見書を提出した。以下にその概要を紹介する。

## 1. 国内外のイベントを活用した総合的発信

政府および関係省庁は、次の項目について必要な支援をすべきである。

(1) JAPAN 国際コンテンツフェスティバル（コ・フェスタ）～東京国際ミュージックマーケット（TIMM）の継続・発展

(2) 政府および在外公館による支援強化

- ① 各国の海賊版違法対策、参入障壁の除去に向けた相手国政府への働きかけ
- ② 海外主要国にオールジャパンコンテンツの情報センターを設置 他

## 2. 電子配信ビジネスの前提となる著作権侵害コンテンツを大幅に減らす

(1) 動画投稿サイトにおける違法配信からのダウンロードに対する効果的な施策の検討

動画投稿サイトにおける違法配信からのダウンロードに関する実態を把握した上で、違法なファイルをダウンロードする行為を効果的に阻止する施策を早急に検討・実施すべきである。

(2) 違法な音楽等をダウンロードする行為への罰則の導入

2010年1月1日より改正著作権法が施行されたが、依然として正規の流通を上回る大量の著作権侵害ファイルが流通している。このような状況を改善し、著作権侵害ファイルの総量を減少させるためには、現状民事責任のみを認め、刑事罰を科していない著作権法30条1項3号の行為を罰則の対象とすることが最も効果のある抑止策と考えられる。個々の私的複製による被害法益は大きくないにしても、その総体としての被害法益は膨大であり、蔓延する著作権侵害を抑止する観点からも罰則を新設すべきである。

(3) 「プロバイダ責任制限法」の見直し

- ① 一定のインターネット・サービス・プロバイダ（ISP）に対する著作権侵害防止義務の導入
- ② 「プロバイダ責任制限法」に定める発信者情報開示請求手続きの改善
  - a) 発信者情報開示請求手続きを簡素化するべきである。
  - b) ISPの努力義務規定を新設すべきである。
  - c) 被害者の権利行使を実効性のあるものとするため、接続サービスを提供しているISPに情報開示を求めた特定の情報のうちISPによる特定IPアドレスの「割当記録（特定の日時、特定のIPアドレスが割り当てられたものを特定するための記録）」を一定期間保存することを法定化すべきである。

(4) 著作権侵害を防止する技術的対策の推進

インターネット上の違法な著作物流通を根絶するため、関係省庁は、引き続き技術的対策の検討を推進する関係者の取り組みを支援し、実効性のある対策に必要な制度上の措置を講じるべきである。

(5) 若年層への著作権教育

著作権意識と規範遵守意識の向上を促し、正規コンテンツの利用へと誘導するために効果的な啓発活動を実施することが極めて重要である。

関係省庁は、若年層への著作権教育の充実に一層取り組むべきである。

(6) 侵害コンテンツへ誘導するリンクサイトへの対応強化

侵害コンテンツへ誘導するリンク情報等の提供行為を差し止め請求の対象になることとし、このようなサービスを提供するISPは権利者からの削除要請に応じる義務があることを明確化するべきである。

(7) 悪質行為者に対するアカウント停止措置等の導入

ISPが違法行為を行う利用者に対して直接的に注意喚起・警告等を行った結果、一定回数の警告にも関わらず権利侵害を繰り返す利用者に対しては接続アカウントを停止する等、実効性の高い制度を導入するために、早急に法制化を検討すべきである。

## 3. デジタル化・ネットワーク化時代に対応した著作権制度の整備

(1) 私的録音録画実態に合わせた「私的録音録画補償金制度」の見直し等

昨年末、私的録音録画補償金管理協会（SARVH）と録画機器メーカーとの係争について判決があったが、この争いは現行著作権法および施行令の解釈の問題であり、速やかな紛争解決のために関係行政庁は取り組むべきである。

また、私的録音録画補償金制度が、著作権法上の制度として規定されていないから空洞化しつつある。そのため、権利者は、権利を制限されているにもかかわらず適切な代償措置を受けていない。コンテンツ製作者に適切な対価が還元されるよう、政府は、私的録音録画補償金制度を録音録画実態に合わせた制度に変更するか、私的録音録画補償金制度に代わる権利者への新たな代償措置を導入すべきである。

(2) 「法定損害賠償制度」の創設

「権利制限の一般規定」が著作権法に盛り込まれた場合、権利侵害にもかかわらず侵害していないと主張する、いわゆる「居直り侵害者」が蔓延する懸念がある。このような「居直り侵害者」の出現を抑止し、被害者の権利行使のための負担を軽減するために、被害者が権利侵害の事実を立証した場合には、具体的損害額を立証しなくても、一定の法定額を損害賠償額として請求することができる制度（法定損害賠償制度）を創設すべきである。

(3) 商業用レコードの業務上の利用からレコード製作者へ適正な対価が還元される制度の創設

既に世界125カ国（OECD加盟30カ国中28カ国）において、レコード製作者・実演家に報酬請求権ないし許諾権が付与され適正な対価が還元されている。我が国においても、権利保護の国際的調和を図るべきである。

(4) レコード保護期間の延長

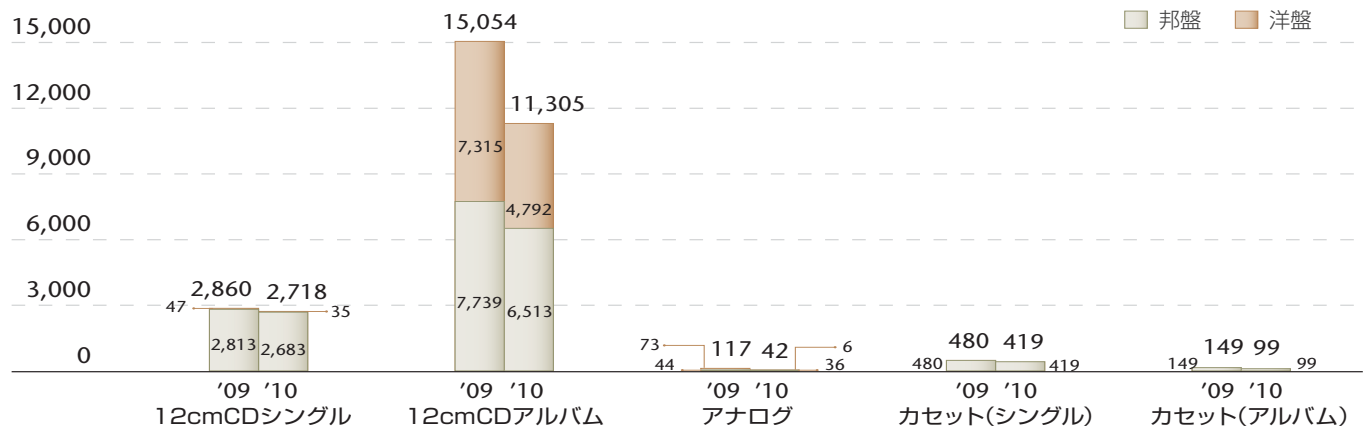
既に30カ国が50年を超えるレコードの保護期間を採用しており、レコード売上世界第二位の我が国も、映画の著作物の保護期間（公表後70年）やレコード売上世界第一位のアメリカの保護期間（発行後95年）などを参考にしながら、レコードの保護期間を延長すべきである。

## 2010年1月～12月新譜タイトル数

2010年（平成22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78%の14,583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	演歌	0	515	416	931	0	382	91	1,404
	歌謡曲	0	1,139	1,578	2,717	12	25	0	2,754
	ニューミュージック	0	645	2,560	3,205	24	0	1	3,230
	小計	0	2,299	4,554	6,853	36	407	92	7,388
邦盤	軽音楽	0	2	292	294	0	0	0	294
	民謡・純邦楽	0	18	98	116	0	12	5	133
	教育・教材・童謡・童話	0	1	175	176	0	0	0	176
	アニメーション	0	275	497	772	0	0	0	772
	クラシック	0	1	293	294	0	0	0	294
	カラオケ	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	0	87	604	691	0	0	2	693
	邦盤計	0 (-)	2,683 (95%)	6,513 (84%)	9,196 (87%)	36 (82%)	419 (87%)	99 (66%)	9,750 (87%)
洋盤	ロック・ディスコ	0	9	2,185	2,194	5	0	0	2,199
	ジャズ・フュージョン	0	0	782	782	1	0	0	783
	ポピュラーソング	0	24	537	561	0	0	0	561
	映画音楽	0	0	84	84	0	0	0	84
	その他	0	0	54	54	0	0	0	54
	小計	0	33	3,642	3,675	6	0	0	3,681
	クラシック	0	2	1,147	1,149	0	0	0	1,149
その他	0	0	3	3	0	0	0	3	
洋盤計	0 (-)	35 (74%)	4,792 (66%)	4,827 (66%)	6 (8%)	0 (-)	0 (-)	4,833 (65%)	
合計	0 (-)	2,718 (95%)	11,305 (75%)	14,023 (78%)	42 (36%)	419 (87%)	99 (66%)	14,583 (78%)	

( ) 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	LD その他			
音楽	邦楽	646	74	7	727
	洋楽	453	17	0	470
	カラオケ	155	0	0	155
合計	1,254 (81%)	91 (190%)	7 (47%)	1,352 (84%)	

( ) 内は対前年比

# Monthly Production Report

## 2011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93%の1,667万枚・巻、金額で同97%の179億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比90%の1,282万枚・巻、金額で同79%の119億円、音楽ビデオが、数量で前年同月比106%の385万枚・巻、金額で同175%の60億円となった。

### ● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	1月実績						2011年1月～2011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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
シ	邦	2	0	47%	1	0	53%	2	0	47%	1	0	53%
	洋	5	0	5000%	1	0	809%	5	0	5000%	1	0	809%
	計	7	0	165%	2	0	74%	7	0	165%	2	0	74%
ン	邦	3,951	31	134%	2,749	23	126%	3,951	31	134%	2,749	23	126%
	洋	53	0	421%	37	0	348%	53	0	421%	37	0	348%
	計	4,005	31	135%	2,786	23	127%	4,005	31	135%	2,786	23	127%
グ	邦	3,953	31	134%	2,750	23	126%	3,953	31	134%	2,750	23	126%
	洋	58	0	457%	38	0	351%	58	0	457%	38	0	351%
	計	4,012	31	136%	2,788	24	127%	4,012	31	136%	2,788	24	127%
ル	邦	5,854	46	70%	6,325	53	64%	5,854	46	70%	6,325	53	64%
	洋	2,669	21	102%	2,460	21	92%	2,669	21	102%	2,460	21	92%
	計	8,522	66	77%	8,785	74	70%	8,522	66	77%	8,785	74	70%
12cmCD アルバム	邦	9,807	76	86%	9,075	77	76%	9,807	76	86%	9,075	77	76%
	洋	2,727	21	104%	2,498	21	93%	2,727	21	104%	2,498	21	93%
	計	12,534	98	90%	11,573	98	79%	12,534	98	90%	11,573	98	79%
CD 合計	邦	11	0	116%	17	0	108%	11	0	116%	17	0	108%
	洋	3	0	197%	5	0	159%	3	0	197%	5	0	159%
	計	15	0	128%	22	0	116%	15	0	128%	22	0	116%
アナログ ディスク	邦	238	2	102%	190	2	96%	238	2	102%	190	2	96%
	洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
	計	238	2	102%	190	2	95%	238	2	102%	190	2	95%
カセット テープ	邦	5	0	55%	8	0	60%	5	0	55%	8	0	60%
	洋	29	0	257%	65	1	450%	29	0	257%	65	1	450%
	計	34	0	165%	73	1	268%	34	0	165%	73	1	268%
その他	邦	10,062	78	87%	9,289	78	76%	10,062	78	87%	9,289	78	76%
	洋	2,759	22	105%	2,568	22	95%	2,759	22	105%	2,568	22	95%
	計	12,821	100	90%	11,857	100	79%	12,821	100	90%	11,857	100	79%

### ● 音楽ビデオ

	1月実績						2011年1月～2011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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	
DVD	邦	3,601	94	108%	5,553	93	181%	3,601	94	108%	5,553	93	181%
	洋	225	6	77%	367	6	133%	225	6	77%	367	6	133%
	計	3,827	99	106%	5,920	99	177%	3,827	99	106%	5,920	99	177%
テープ・その他	邦	19	1	69%	77	1	86%	19	1	69%	77	1	86%
	洋	3,612	94	108%	5,600	93	178%	3,612	94	108%	5,600	93	178%
	計	233	6	78%	398	7	136%	233	6	78%	398	7	136%
合計	邦	3,846	100	106%	5,998	100	175%	3,846	100	106%	5,998	100	175%

### ● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

	1月実績						2011年1月～2011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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオ	12,821	77	90%	11,857	66	79%	12,821	77	90%	11,857	66	79%
音楽ビデオ	3,846	23	106%	5,998	34	175%	3,846	23	106%	5,998	34	175%
合計	16,667	100	93%	17,855	100	97%	16,667	100	93%	17,855	100	97%

### ● ビデオ（含音楽ビデオ）

	1月実績						2011年1月～2011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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
DVD	8,258	89	125%	23,447	88	223%	8,258	89	125%	23,447	88	223%
テープ・その他	994	11	264%	3,343	12	253%	994	11	264%	3,343	12	253%
合計	9,252	100	132%	26,790	100	226%	9,252	100	132%	26,790	100	226%

### ● オーディオ/ビデオ合計

	1月実績						2011年1月～2011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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオ	12,821	58	90%	11,857	31	79%	12,821	58	90%	11,857	31	79%
ビデオ	9,252	42	132%	26,790	69	226%	9,252	42	132%	26,790	69	226%
合計	22,073	100	104%	38,647	100	144%	22,073	100	104%	38,647	100	144%

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

##### ● プラチナ

Fukuyama Masaharu ANOTHER WORKS remixed by Piston Nishizawa	福山 雅治	2006.05.24	BV
--	-------	------------	----

##### ● ゴールド

ノースリーブス Fantasia of Life Stripe SUPERGOOD, SUPERBAD	ノースリーブス flumpool 山下 智久	2011.01.01 2011.01.26 2011.01.26	ES ASI JE
---	------------------------------	--	-----------------

#### シングル

##### ● プラチナ

Why ? (Keep Your Head Down)	東方神起	2011.01.26	AMI
-----------------------------	------	------------	-----

##### ● ゴールド

トイレの神様 If 「ありがとう」～世界のどこにいても～ はだかんぼー It's My Life / Your Heaven DADA	植村 花菜 フレンチ・キス Hey! Say! JUMP 山下 智久 YUI RADWIMPS	2010.11.26 2011.01.19 2010.12.15 2011.01.19 2011.01.26 2011.01.12	K AMI JA JE SR EMI
--	--	--	-----------------------------------

#### ビデオ

##### ● ゴールド

KAT-TUN -NO MORE PAINI- WORLD TOUR 2010	KAT-TUN	2010.12.29	JA
---	---------	------------	----

### 洋楽

#### ビデオ

##### ● ゴールド

少女時代到来 ～来日記念盤～ New Beginning of Girl's Generation	少女時代	2010.08.11	UM
---	------	------------	----

※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 / AS: A-Sketch / BG: ビーグラムレコーズ / BM: パーミリオンレコード / BV: アリオラジャパン / DF: デフスターレコーズ / EMI: EMI ミュージック・ジャパン / ES: EPIC レコードジャパン / JA: ジェイ・ストーム / JE: ジャニーズ・エンタテイメント / K: キングレコード / KS: キューンレコード / 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 / TJ: 徳間ジャパンコミュニケーションズ / UM: ユニバーサルミュージック

## 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

CHU-LIP	大塚 愛	2007.01.18	AMI
PEACH	大塚 愛	2007.05.18	AMI
銀河鉄道 999	EXILE	2008.02.27	AMI
道	EXILE	2007.02.07	AMI
愛のうた	倅田 来未	2007.09.06	AMI
イチブトゼンブ	B'z	2009.07.14	BM

##### ● トリプル・プラチナ

ありがとう	いきものがかり	2010.03.31	ES
じよいふる	いきものがかり	2009.09.08	ES
この夜を止めてよ	JUJU	2010.11.03	AI

##### ● ダブル・プラチナ

I Wish For You	EXILE	2010.09.22	AMI
ヘビーローテーション	AKB48	2010.07.28	K
OCEAN	B'z	2005.08.01	BM
いつかのメリークリスマス	B'z	2005.10.25	BM
～「恋するハニカミ!」バージョン～			
アイのうた	福井 舞	2008.07.18	AMI

#### 洋楽

##### ● ダブル・プラチナ

ミスター	KARA	2010.07.28	UM
------	------	------------	----

### 「着うたフル®」

#### 邦楽

##### ● ミリオン

Lovers Again	EXILE	2007.01.17	AMI
--------------	-------	------------	-----

##### ● トリプル・プラチナ

道	EXILE	2007.02.28	AMI
愛のうた	倅田 来未	2007.09.06	AMI
イチブトゼンブ	B'z	2009.08.26	BM

##### ● ダブル・プラチナ

Pure	EXILE	2008.01.31	AMI
ただ…逢いたくて	EXILE	2006.09.22	AMI
ポニーテールとシュシュ	AKB48	2010.05.19	K
home	木山 裕策	2007.11.28	AMI
最愛	KOH+	2008.12.25	UM
僕は君に恋をする	平井 堅	2009.10.14	DF

##### ● プラチナ

真夏の果実	EXILE	2008.07.30	AMI
僕へ	EXILE	2008.12.03	AMI
let go	m-flo loves YOSHIKA	2004.11.10	AMI
WHY	加藤 ミリヤ	2009.11.18	SR
そばかす	JUDY AND MARY	2005.04.13	ES
空も飛べるはず	スピッツ	2006.03.15	UM
ベイビー・アイラブユー	TEE	2010.10.06	UM
どうして君が好きになってしまったんだろう?	東方神起	2008.07.16	AMI
Answer	FLOW	2007.08.01	KS

空はまるで	MONKEY MAJIK	2007.07.25	AMI
One day	THE ROOTLESS	2010.10.13	AMI
For You	lecca	2009.02.27	AMI

##### ● ゴールド

恋哀歌 ～あの日に帰りたい～	RSP	2009.10.14	SR
Goodbye Happiness	宇多田 ヒカル	2010.11.10	EMI
クオリア	UVERWorld	2010.09.15	SR
On Your Mark ～ヒカリのキセキ～	三代目 J Soul Brothers	2010.11.17	AMI
負けないで	ZARD	2005.01.13	BG
100年先まで愛します。	ソナーポケット	2011.01.12	TJC
好きだよ。～100回の後悔～	ソナーポケット	2010.12.15	TJC
風吹けば恋	チャットモンチー	2008.06.25	KS
resonance	T.M.Revolution	2008.06.18	ES
集結の運命	林原 めぐみ	2010.07.14	K
ALONE	B'z	2005.01.13	BM
LOVE PHANTOM	B'z	2005.01.13	BM
OCEAN	B'z	2005.08.17	BM
ultra soul	B'z	2005.01.13	BM
いつかのメリークリスマス	B'z	2005.07.01	BM
今夜月の見える丘に	B'z	2005.01.13	BM
衝動	B'z	2006.02.01	BM
WORLD END	FLOW	2009.10.14	KS
ONE LOVE ～100万回のKISSでアイシテル～	MAY'S	2009.11.18	K

#### 洋楽

##### ● ダブル・プラチナ

ミスター	KARA	2010.08.11	UM
------	------	------------	----

##### ● プラチナ

ジャンピン	KARA	2010.11.10	UM
-------	------	------------	----

##### ● ゴールド

ア・クエスチョン・オブ・オナー	サラ・ブライトマン	2006.03.22	EMI
ベイビー feat. リュダクリス	ジャスティン・ビーバー	2010.03.17	UM
ワナビ	スパイス・ガールズ	2009.11.18	EMI
トキシック	プリトニー・スピアーズ	2006.11.22	SI

### 「PC 配信(シングル)」

#### 邦楽

##### ● プラチナ

イチブトゼンブ	B'z	2009.08.26	BM
---------	-----	------------	----

##### ● ゴールド

トイレの神様	植村 花菜	2010.08.18	K
Beginner	AKB48	2010.10.20	K
負けないで	ZARD	2005.08.04	BG
Gee	少女時代	2010.10.20	UM
GENIE	少女時代	2010.09.08	UM

#### 洋楽

##### ● ゴールド

ジャンピン	KARA	2010.11.10	UM
ジャスト・ダンス	レディー・ガガ	2010.12.08	UM
バッド・ロマンス	レディー・ガガ	2009.11.18	UM

※日付は配信開始日

## 協会からのお知らせ

「音楽創造のサイクル」や「著作権」の重要性の周知を目的とした、著作権啓発キャンペーン『LOVE MUSIC』の特設サイト内での「MUSIC LOVER'S 私の一枚」のコーナーでは、様々な分野でご活躍中の50名を超える著名人の方々から、ご自身が最も大切にしている一枚（レコード、CD）と、それにまつわるエピソードをお寄せいただいております。キャンペーンがスタートした2010年12月17日より順次紹介していますが、この度、川平慈英さん、遠藤保仁さん、戸田恵梨香さん、リリー・フランキーさん、渡部陽一さん、倉科カナさん、清水宏保さん、井筒和幸さん、森永卓郎さん、古家正亨さん[掲載順]の大切な一枚をアップしました。今後も順次掲載していきますので、ご期待下さい。



### ■ 特設キャンペーンサイトURL

パソコン

[http://www.riaj.or.jp/lovemusic\\_cpn/](http://www.riaj.or.jp/lovemusic_cpn/)

携帯

[http://www.rom-m.jp/lovemusic\\_cpn/](http://www.rom-m.jp/lovemusic_cpn/)

### THE RECORD No.616 2011年3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 水村 雅博  
発行日 2011年3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

今月号では、第3回CDショップ大賞の実行委員を務められたショップ店員の皆様から、授賞式の感想をいただき、紹介しております。ショップを訪れるお客様と直に接する店員の方々のCDショップ大賞への熱い思い、いい音楽を多くの人に紹介したいという思いが、ギュッと濃縮されたコメントとなっております。今年度のユーザー実態調査の結果でも、CDショップへの来店時のパターンとして「目的商品なしでの来店」が半数以上あり、そのうち1/3の方が商品を購入しているという結果もでています。店舗での販促施策の重要性を再認識するとともに、CDショップがお客様と店員の方々とで一層盛り上がっていくことを期待しております。(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(URL: <http://www.riaj.or.jp/>)のお問い合わせページよりお寄せ下さい。