

THE RECORD

2005.09 No.550

- **新しいニーズを掘り起こす**
中高年層を惹きつけるレコード店の多彩な工夫
- IFPI海賊版レポート2005 後編
- **今月の数字：**
2005年上半期 有料音楽配信売上実績



社団法人 日本レコード協会

RIA
Recording Industry Association of Japan



新しい ニーズを掘り起こす

中高年層を惹きつけるレコード店の多彩な工夫

Contents

Special Feature

新しいニーズを掘り起こす 中高年層を惹きつけるレコード店の多彩な工夫	1
IFPI海賊版レポート2005 後編	6
Topics & Information	9
RIAJ Essay : 私のこの一曲	11
Monthly Production Report	12
今月の数字 :	
2005年上半年 有料音楽配信売上実績	13
Gold Album+...認定	14

レコード店の醍醐味は、“ヒット曲を作る”こと。

「CDショップ 五番街」(池袋・東武プラザ館7F)

店長 ふとり 太 健氏



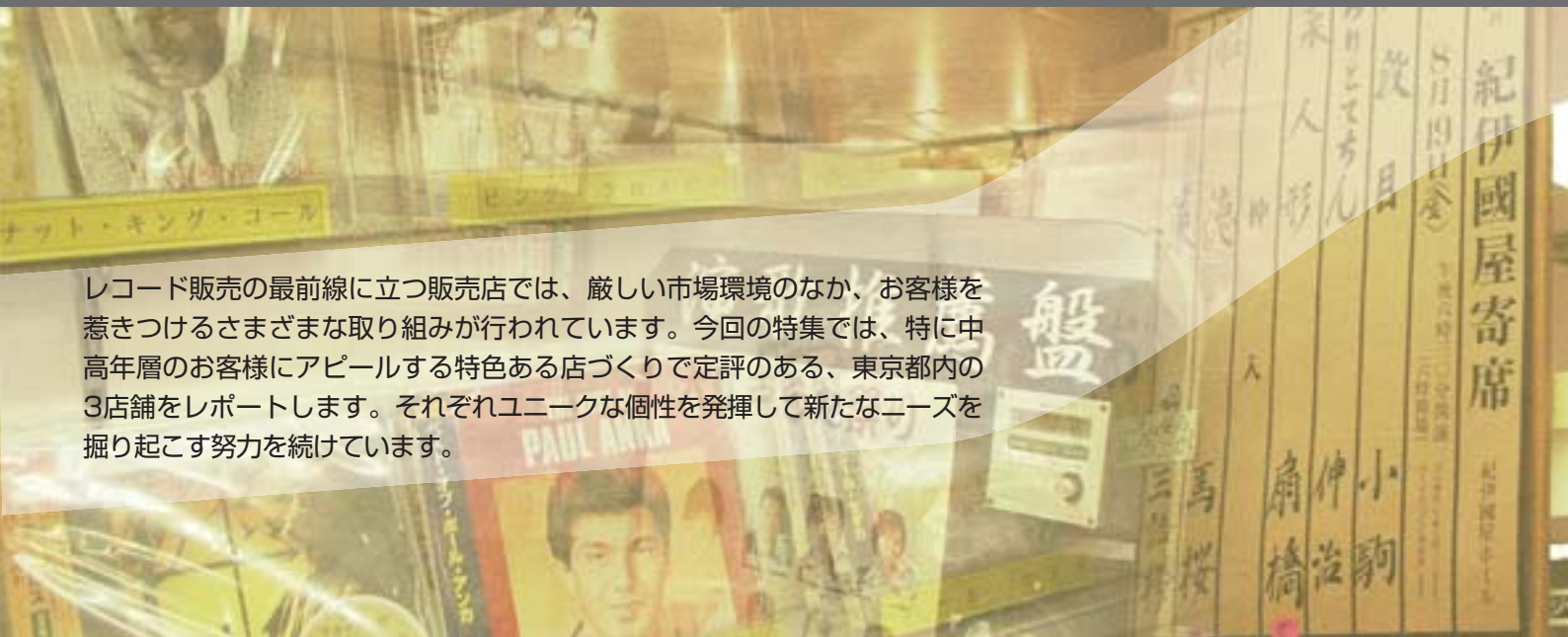
東京・池袋駅に直結するメトロポリタンプラザビルの東武百貨店プラザ館にある「CDショップ 五番街」。92年のビルオープン時に移転して以来13年間、同地で個性的な店づくりを進めています。およそ49坪という店舗に、CD、DVD等を含めて32,000タイトル、55,000点をラインアップしていますが、手狭な感じもなく、見やすく、探しやすいディスプレイが印象的です。同店は、「旧譜を紹介する」ことで成果を上げてきました。店長の太氏に、マーケティングの考え方や実際の活動を語っていただきました。

表紙の楽器

琵琶

「琵琶」は中国語で「pipa」と呼ばれ、「琵(pi)」、「琶(pa)」という演奏動作の呼称がその名の由来である。琵琶の原型は紀元前3世紀頃、秦の時代に遡る。その後インドから現在の琵琶に似た楽器が伝わり、発展してきた。中国から日本へ琵琶が伝わったのは奈良時代のこと。はじめは雅楽の合奏用楽器だったものが、後の多様な音楽様式とともにその形態や演奏方法を分派させてきた。平家物語を弾き語る平家琵琶もそのひとつ。伝統的な琵琶音楽の継承者は多くないが、新しい楽曲の制作や演奏技法の開発など、現在もその発展に寄与している。





レコード販売の最前線に立つ販売店では、厳しい市場環境のなか、お客様を惹きつけるさまざまな取り組みが行われています。今回の特集では、特に中高年層のお客様にアピールする特色ある店づくりで定評のある、東京都内の3店舗をレポートします。それぞれユニークな個性を発揮して新たなニーズを掘り起こす努力を続けています。

きめ細かい品揃えと丁寧な接客が基本

当店は92年のビルオープン時に移転して以来13年間、お客様の記憶に残るような店づくりを心がけてきました。池袋という大きなターミナルに買い物などに訪れたとき、足を向けてみようか、というきっかけを作れたらという思いがありました。その際に2つのポイントを重視しました。一つは、品揃えです。新譜を前面に出すかたちではなく、周辺の店舗が置かないような商品でも、需要があると見込んだものなら、レアなものまで幅広く網羅してきました。また5年前くらいから、レコード店が「若者の集まる場所」から「若者だった人たちが訪れる場所」といった方向に変わってきたと感じています。そこで、中高年層の方々にも気軽に立ち寄っていただけるように、演歌のカセットテープなど豊富なラインアップを揃えてきました。

同時にもう一つのポイントとして、接客についても時代の変化にふさわしく、フレンドリーな接客だけではなく、礼節に配慮した丁寧な接客も採り入れてきました。当店は百貨店のなかにありますし、百貨店のハイレベルな接客姿勢を導入することは自然な流れでもありました。

このように、その時々のお客様のニーズを満たそうとしてきたことが、結果的に当店の特色につながっていると思います。

旧譜を提案することのメリット

もともと当店は、アナログの時代から新譜のヒット商品に頼らないで、旧譜を提案することを続けてきました。店内演奏で新譜だけをかけるのではなく、これと見込んだ旧譜の1曲をお客様の滞留時間と見られる15分間に1回は必ずかけるなど、さまざまな取り組みを実践してきました。これは大変勇気のい



カセットテープも充実している演歌コーナー

ることで、売れるか売れないか実際にやってみないと判断できません。それに、新譜のプロモーションが減ること

になるのですから、売上が落ちるのではないかという懸念もありました。しかし、やってみると新譜の売上は落ちることもなく、逆に1年、2年という長期的なス

パンでは、旧譜が大きく伸び、確実に成果が現れました。大切なことは、何よりも我慢することですね。1カ月、2カ月という短い期間では結果が出ません。新譜は短期間に売れますが、旧譜は長い時間が必要です。5年経って比較すると、コツコツ販売してきた実績が、一時期に相当売れた新譜と同じくらいになる旧譜もあります。

もちろんすべてがうまくいくわけではなく、失敗もあります。しかし、失敗を積み重ねたことも大きな財産になり、後々に活かされます。たとえば、あるケースでは失敗でも、暑いとき、寒いとき、雨のとき、夜間といった天候、気候、時間帯の条件によっては、うまくいくケースもあります。いろいろ試みることで、ノウハウが蓄積されていくわけです。

CD販売は1枚1枚の積み重ねです。旧譜という「宝の山」から時代やお客様のニーズに合った曲を選び出して提案し、それが長い時間をかけて成果を出す。まさにお店が作るヒット曲であり、それがレコード販売の醍醐味ですね。

現在の売上構成は、変動はありますが旧譜が約65%、新譜

が約35%です。旧譜のおかげで安定したビジネスを展開でき、むしろ新譜の売上に一喜一憂することもなく、いろいろな冒険的な試みもできるメリットも生まれています。

ビジネスの広がりとお客様の声

旧譜に力を入れてきたことが奏功したのか、さまざまなレコード会社さんからも意見を求められるようになり、そうして蓄積してきた経験をベースに、新しい試みとしてヒーリング音楽のレーベルを立ち上げました。自社ブランドの販売をスタートしたところ、当店で4千枚、トータルで2万枚くらい売れるものが出ました。多いときには15分間で1枚ずつ売れるなど大きな成果をあげることができました。今度、大手レコード会社から良い話をいただき、新たにシリーズで出すことが決定しています。こうしたビジネスの広がりも、やはりお客様に良い音楽を提案できたこと、それを受け入れていただけたことが大きいと考えています。

現場で感じるのは、音楽自体の需要の大きさです。CDが売

れないというのは、お客様のニーズに即した音楽をうまく提供する機会とか、商品を用意できていないだけなのかも知れません。販売店だけの問題ではなく、レコード産業全体の課題だと思います。当店としても、お客様とのコミュニケーションという面では、まだまだやることがたくさんあると考えています。「このアーティストなら五番街のあのスタッフが詳しい」とご相談いただけるように、従業員一人ひとりの知識や感性を磨いて、よりお客様本位の活動を追求していきたいと思っています。



旧譜のアピール策としてデジタル试听機も積極的に活用

● CDショップ 五番街

所在地：〒171-0021 東京都豊島区西池袋1-1-25 東武百貨店プラザ館7F8番地

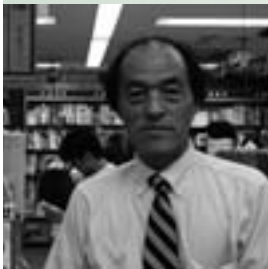
営業時間：(月～土) 10:00～21:00 (日) 10:00～20:00

ホームページ：<http://gobangai.jp/>

自信を持って、“レコードショップ”であり続ける。

「ミュージック・テイト 紀伊国屋店」(新宿・紀伊国屋ビル2F)

店長 五十嵐 三夫氏



「ミュージック・テイト 紀伊国屋店」は、東京・新宿の繁華街に位置する紀伊国屋書店のなかにあります。書店内のレコード店という立地を活かし、70坪弱の店舗で、書店のお客様をメインターゲットに特色ある品ぞろえを追求しています。特に長い歴史を誇る落語CDのラインアップが充実しており、お客様から高い評価を得ています。「これからの市場の展望は明るい」と熱っぽく語る店長の五十嵐氏に、その理由を伺いました。

落語を軸に中高年層にアプローチ

当店は、紀伊国屋ビルで50年近く営業してきました。かつては黙っていてもお客様が来られ、商品構成もヒット曲を中心

としていました。転機が訪れたのは、約10年ほど前です。バブル崩壊後に陥った不況とともに、周辺地域に大型店が次々にオープンして競争が激化し、お客様が減ってきました。そこで、ビジネスを根本から見直し、紀伊国屋書店に訪れる顧客構成を分析し、40歳以上の顧客層をターゲットにしようと決めました。この年代のお客様は、趣味の幅が非常に広く、音楽は選択肢の一つに過ぎないことから、商品構成を考えるにあたって非常に困難が伴いました。

幸い当店には、「落語」という財産がありました。当店の落語の歴史は四半世紀以上前の落語ブームに沸いたアナログの時代まで遡ります。以降、お客様にお叱りを受けながらラインアップを充実させ、お客様の信頼と支持を培って



落語ファンを惹きつけるコーナーづくり

きました。それを一つの鍵として中高年層のお客様とコミュニケーションを図るところから、少しずつ現在の当店の特色と呼べるような品ぞろえにつなげてきたのです。コアな中高年層の落語ファンが増えていくに連れて、その方々の嗜好に沿って邦楽では歌謡曲や演歌、日本の伝統音楽といったところを充実させ、洋楽ではアメリカン・スタンダード・ポップス、オールディーズなどのラインアップを揃えるように商品構成を変更していきました。またトップチャートに出るようなJ-POPから、旧譜の邦楽のフォーク、ニューミュージックといったジャンルを独立させて落語コーナーの近くに配置し、振り返ったときにお客様の目に止まるように工夫しました。

思った以上の落語効果

販促活動としては、一定枚数のご購入に応じて紀伊国屋で実施する月1回の「紀伊国屋寄席」へお客様をご招待しています。こうした活動を含めて当店が落語に力を入れていることが口コミで伝わって、お客様が増えていきました。最近では若手落語家の台頭もあって、思っていた以上に若いお



日本一の品揃えを誇る落語コーナー

客様まで集まるようになり、なかには高校生のお客様まで購入していかれます。一方で「落語の一つも知らない」といったかたちでの、ビジネスマンの教養という側面からもちょっとしたブームになって手堅い支持があり、手ごたえを感じています。

また落語については、お客様からよくご質問やご意見を頂きますので、そこからコミュニケーションが広がります。たとえば入院している家族に楽しい落語を聞かせたいとおっしゃるお客様から、ご相談を受けます。そこから話が広がって、日本の唱歌や懐メロをお薦めすることもあります。デジタル試聴機と一緒に落語を聞いてみることもあるのですが、出囃子が終わったところで途切れて、これこそ落語みたいな話だと笑い合ったこともあります。

こうしてお客様のお話し相手になることが、採算性には直結しないのですが、長い目でみると非常に深い効果につながっていくと実感しています。

中高年層はもっと伸びる市場

売上の2割を占める落語という柱のおかげで、ビジネスは安定してきたと思いますが、それに続くジャンルの確立が難しいところではあります。音楽配信なども出てきて、今後環境は変わるとは思いますが、店舗の良さは、ぶらりと立ち寄って、商品を見たり、試聴したり、スタッフに尋ねたりできる場所。そういった強みを活かせるように試聴機・POSレジ・検索機という基本インフラをきちんと整えて、サービスを充実させないと、これからのレコード店はやっていけないと思います。

今後、団塊世代の方が資産をお持ちになってリタイヤされる時代が迫っています。そういった方々に音楽という趣味を持っていただけるのではないかと考えています。音楽は、ほかの趣味よりも気軽に身近に楽しめるものですから。そういった方々に、「立ち寄ってみようか」という気持ちを持っていただけるような店づくりを進めていきたいと考えています。やりがいもありますし、展望は明るいですね。かつては、「苦しくても新譜で一発ヒットが出れば…」という思いがなかなか消えず、ビジネスを改善できませんでした。私たちも意識改革ができ、顧客層にあった堅実なビジネスの構築に取り組めるようになりました。これからも「レコードショップ」という基盤を崩すことなく、さらにお客様とのコミュニケーションを深めていきたい考えです。



通路に面した朗読コーナーも好評

● ミュージック・テイト 紀伊国屋店

所在地：160-0022 東京都新宿区新宿3-17-7 紀伊国屋ビル2F

営業時間：10:00～21:00

ホームページ：<http://www.musiciteito.co.jp>

ジャズ・クラシックのファンのために。

「ムトウ楽器店 ジャズ&クラシック店」(高田馬場・名店ビル2F)
 店長 田原 陽次郎氏



東京・高田馬場駅にほど近いビルの2階に上がると、周囲の雑踏からかけ離れたゆとりのある空間に引き込まれます。その空間こそが「ムトウ楽器店 ジャズ&クラシック店」です。100坪に迫る広い店舗は手前が主にクラシック、奥がジャズというように分けられ、座って試聴できるコーナーもあり、ゆったりとくつろいで商品を選べるようになっていきます。またジャズやクラシックばかりではなく、フォルクローレ、タンゴ、フラメンコをはじめとしてワールドミュージックの充実ぶりも見逃せません。まさに大人の空間といった風情の店舗を統括される田原店長は、柔らかな表情をたたえ、言葉少なくも、厳しい市場に挑む意志を示してくださいました。

ゆったり選べる専門店として充実

東京オリンピックの後くらいに、クラシックをじっくり聴いていたことが、手弁当で専門の売り場や試聴スペースを作ったことが、今の店舗につながっています。ジャズ、ワールドミュージックとともに、7年ほど前に手狭になった本店から移転してきました。同じような商品で構成する店を増やすのではなく、ジャンルを絞って専門的に充実した店にしたいという思いがありました。通路なども広く取って、初めて来た方でもゆったりリラックスして選んでいただけるように心がけました。タンゴのように国内盤の少ないジャンルを除き、輸入盤は扱っていませんが、国内盤はほぼすべて網羅しています。



お客様の年齢層は高く、主に40代以降の方が多くですね。お客様に対しては、なるべくお話を承り、嗜好を導き出して、意に添えるようなものを提案していくように努めています。幸い良心

的な店だとの評価をいただくことができ、マスコミに登場されるような著名な方々を含めて、固定客が多いのも特長のひとつです。折に触れて、懇意にしている演奏家に出ただけ、店内で手づくりのミニコンサートなども開



催しています。こちらのビルに移転して専門店として再スタートを切ったときには、ウィーン弦楽四重奏団の演奏会を催しました。

過渡期にある市場環境



お客様にゆったりと商品を選んでいただけるよう配慮された試聴コーナー

ジャズやクラシックは、新譜でも数多く出るというものではありませんので、どうしても片隅に追いやられてしまう印象がありますが、音楽文化として残していかなければ

ならないと思います。市場の状況は確かに厳しいのですが、使命感を持って頑張っているところです。レコード会社でも、廃盤になったような商品を、低価格の新譜としてよみがえらせたり、いろいろと努力を続けてくださっていますが、悩みの種は、古くからのお客様が、「もう聞くものがない」とおっしゃることです。本当は、もっともっと知られざる名盤がレコード会社の持つ資産のなかにありますので、それを十分に活かしていただけると有難いのですが。

低価格でいろいろな商品が出るようになって、若い人たちなどファン層は確実に広がっていると見ています。実際に当店の試聴コーナーにも若い方がよく来られて「くつろいで」じっくりと聴いていかれます。DVDのリリースを含め、レコード会社としても今は試行錯誤の時期であり、全体的に過渡期に差しかかっているのではないのでしょうか。まさに正念場で、これを何とか乗り越えれば、新たな市場ができると信じ、コツコツと地道な活動を続けていく考えです。

● ムトウ楽器店 ジャズ&クラシック店

所在地：〒169-0075 東京都新宿区高田馬場1-26-7 名店ビル2F
 営業時間：11:30～21:20
 ホームページ：<http://www.muto-gakki.co.jp/>

前号に引き続いてIFPI（国際レコード産業連盟）が発行するレコード産業海賊版レポート2005（The Recording Industry Commercial Piracy Report 2005）のダイジェストをお届けします。今号では、アジア地域における音楽ソフト海賊版市場の現状を中心にをご紹介します。

● アジア太平洋地域の音楽ソフト 海賊版市場概況

2004年、アジア太平洋地域のほとんどの政府が、海賊版取り締まりを強化した結果、海賊版比率はわずかながら低下しました。しかし録音済みディスクおよびブランク・ディスクに関して、アジアはいまだに世界最大の生産能力を持っています。幸い、同地域の海賊版比率はわずかに低下しましたが、中国とインドネシアでは、依然として80%以上という容認できない比率です。アジアの状況は、政府が目に見える強い姿勢で海賊版の撲滅に取り組めば、海賊行為の取り締まりは成功するというを示しています。

アジアでは、法的取り締まりの緩いエリアをねらって海賊行為が行われる傾向にあります。ディスクの生産拠点はシンガポール、香港、台湾から、ベトナムやメコン・デルタ内のその他地域へ移動しました。これら新たな生産拠点では、著作権保護がほとんどあるいは全く無く、実際の法的取り締まりが欠如しています。同時に、多くの地域でCD-Rの海賊版が増加しつつあります。

たとえば、パキстанは現在、世界最大の海賊版ディスク輸出国の一つとなっていますが、マレーシアは

今なお海賊版ディスクの主要輸出国であり続けています。中国で製造され輸出されたディスクはアジア全域で拡大しています。

フィリピンでは、政府の資金不足と、数多く存在する海賊版ディスク生産工場を規制する適切な法制度の欠如から、海賊版取り締まりが遅れています。これら工場の一部は、マレーシアや台湾に拠点を置く組織犯罪グループの資金援助によって建設されたと見られており、そこで生産された海賊版は国内外で販売されています。

フィリピン産の海賊版は、これまで多くの国際市場に出回っていましたが、フィリピン政府が2004年にディスク工場を対象とする新たな法律を制定したことにより、海賊版ディスク生産の取り締まりが前進することが期待されています。またインドネシアやタイでも光ディスク工場規制の導入が採択され、現在インドで同様の規制が検討されています。

アジアでは、パッケージの海賊版は少なくなったものの、その分ウェブやファイル交換による違法な音楽配信が急増しました。台湾と韓国では、正規市場の規模は大幅に縮小しています。これらの国々では、拡大するオンライン海賊行為を規制・撲滅するために、速やかな対応が不可欠です。

海賊版取り締まり重点強化国・地域の状況

国名	海賊比率	合法市場		海賊市場		海賊版の形態別比率（数量）			
		金額(百万US\$)	数量(百万枚・巻)	金額(百万US\$)	数量(百万枚・巻)	カセット	CD	CD-R	DVD
パラグアイ	99%	2	0.4	18	20	1%	-	99%	-
中国	85%	212	124	411	460	20%	80%	-	-
インドネシア	80%	85	40	91	159	6%	90%	-	4%
ウクライナ	68%	42	15	42	35	69%	19%	12%	-
ロシア	66%	491	119	449	243	55%	45%	-	0.5%
メキシコ	60%	360	56	111	76	4%	-	96%	-
パキスタン	59%	24	40	30	55	65%	26%	9%	-
インド	56%	153	130	88	170	29%	-	71%	-
ブラジル	52%	374	66	79	73	2%	-	98%	-
スペイン	24%	573	50	77	16	1%	6%	74%	19%

出典：IFPI

● 東アジア地域の海賊版市場の現状

中国

中国は世界最大の海賊版市場を抱えています。急速な経済成長と所得の増加にもかかわらず海賊版が広く定着している状況は、巨大なポテンシャルがあるとされる中国音楽市場の発展を阻んでいます。中国の主要都市をはじめ、さまざまな小売市場に海賊版音楽ソフトが氾濫し続けています。

中国政府は、知的財産保護対策が甘いという国際的な批判に、ある程度応える姿勢を見せています。国内全域で家宅捜索を増やし、押収数も増加しています。2004年12月には、著作権侵害事件に刑事手続きを適用する基準を引き下げると発表しました。また、製造から流通まで一貫した海賊行為への対策として、12都市で1年間の海賊版撲滅キャンペーンを実施することを明らかにしています。

しかし、政府機関同士の連携が明確になっていないことに加え、政治的な意志に欠け、政府下部組織の資金が不足しているため、十分な成果があげられません。

侵害者が刑事裁判所で有罪判決を言い渡された例はごくわずかです。大半は民事責任を問われただけに止まっています。海賊版を大量生産するディスク製造工場に対し、有効な対策がほとんど取られていないことに、クリエイティブ産業は失望しきっています。

呉儀副首相のリーダーシップによって全国的な取り組みが行われているとしても、各地方・地域の当局によってより厳しい姿勢で継続的に対策活動を進めていくことが急務です。海賊版に手を染めた者は必ず刑事訴追を受け、有罪の判決を下されることが、抑止力として必要です。



破棄される海賊版音楽ソフト

中国政府に対する海賊対策の提言：

- 著作権侵害については、行政手続きではなく刑事訴訟を行う。
- 著作権侵害を犯罪とみなし、侵害者に対し犯罪の抑止力となる判決を下すよう刑事裁判所に勧告する。
- 執行機関と著作権管理機関が、著作権産業とより頻繁に協議し、緊密に協力し合い、海賊版の問題に取り組む。
- 外資系レコード会社が、海賊対策活動および正規品を中国社会に提供するパートナーとしてより良い役割を果たせるよう、政府は市場参入基準を緩和するべきである。

韓国

ブロードバンドの世帯普及率が80%と世界最高である韓国では、ネット上に氾濫する海賊行為が2004年も衰えを見せませんでした。さらに、無許諾のMP3音源を携帯電話にダウンロードする行為も急増しています。正規品の販売数が激減し、2001年と比較すると55%以上の減少となりました。

2004年には、裁判所において無許諾のファイル交換サービスに対する訴訟の審理が進行しました。2005年1月に下された差し止め命令を不服とする同サービスの事業者、Soribadaの上訴は控訴裁判所によって棄却されました。しかし、この決定が下された同日に、同社の刑事責任を問う別の訴訟において、担当する刑事裁判所は訴えを却下しました。登録会員数1,000万人を超える韓国最大のストリーミング・サイト、Bugsmusicのオーナーは、著作権の侵害で18カ月の執行猶予付き懲役刑を受け、併せて罰金約20,000米ドルの支払いを命じられました。しかし裁判所の判決にもかかわらず、両社のサービスは現在も継続されています。Soribadaは2005年初めから、有料サービスを開始しています。

韓国政府は、国内外のレコード産業が深刻な問題に直面していることを認識し、法制度や法執行基盤の整備を含めた対策を講じ始めました。2005年1月から

施行された改正著作権法では、レコード製作者に送信権が認められました。また最近では、3人の国会議員が著作権法の包括的改正と共同取締機関の設置を提案しています。

しかし、こうした提案も業界を適切に支援するには不十分であり、また迅速な問題の解決につながるものでもありません。著作権法によって、インターネットを利用した違法コピーを効果的に取り締まれるよう、政府は緊急対策を講じることを求められています。

台湾

台湾では、これまでの海賊対策活動が成果をあげていると言えます。しかし、パッケージからインターネットに海賊行為が移行したのに加え、カタログ・ショッピングや宅配サービスを利用した海賊版パッケージの流通量の増加が、海賊対策の阻害要因となっています。

台湾が数年間にわたって継続的に注力してきた海賊版パッケージへの対策は、2004年になって相当な成果を上げました。取り締まりの成功を反映して、逮捕者数は2003年の673人から357人へと約半減しています。また、台湾のナイトマーケットでは、2001年には毎日300もの海賊版を取り扱う露店が営業していたのに対し、2004年には約50にまで減少するなど、大幅な改善が見られます。

台湾では取り締まりの強化と著作権法の改正を併せて実施したことが、海賊事情の改善につながりました。知的財産権保護対策委員会は、ついに常設の取り締まり機関となりました。また光ディスク規制のための政府機関も、製造工場に対する取り締まりを強化しています。たとえば2004年には、製造工場査察が1,000回を大幅に上回るほど実施されています(前年比でも大きな増加)。しかし一方で、プレスされたCDからCD-Rへと海賊版の移行が進み、それらが露店に加え、カタログや宅配によって流通する状況が見られます。

また、パッケージの海賊行為減少の大きな要因の一つには、インターネットを利用して音楽を入手する消費者が急増していることもあげられます。ファイル交

換サービス大手の上位2社、KuroおよびEzpeerに対する民事ならびに刑事訴訟の行方は、台湾の音楽産業から注視されています。一方、インターネットを利用したその他の侵害行為に対しては、厳しい監視が行われています。こうした侵害行為に手を染めるサービス事業者が、摘発・訴追の可能性から逃れるために台湾域外へ移転するケースが増加し続けています。2004年、台湾でダウンロードを目的とした音楽ファイルを違法に提供していたサイトの91%は、中国を拠点とするものでした。

海賊行為の中心がパッケージからオンラインへと移行しているなかで、台湾の音楽産業はこれまでと同様、海賊対策に多額の資金を投入しています。インターネット海賊に対する規制をサポートするため、インターネット・サービスプロバイダーとの間で協力関係も構築されてきています。

しかし、音楽産業の持つ権利がネット上で侵害された場合に、それを保護するための法律の整備や効果的な取り締まり活動は不十分です。知的財産権保護対策委員会もまた、新しい海賊行為に対応する機能の充実が図られる必要があります。

世界各国政府に求められる 海賊対策の優先課題

- 最新かつ効果的な著作権法と執行手続きの確立
- 著作権侵害者に対する抑止力のある刑事処分
- 光ディスク製造に関する規制の制定
- 著作権侵害者を起訴する政治的意志
- 警察、税関、そして検察当局による積極的な取り締まり
- 必要に応じ、政治やWTOによる圧力のもとでの国際的な著作権保護や取り締まりの実践

Topics & Information

BPIの視察団が来日、佐藤会長が講演

8月1日～5日にかけて、イギリスのレコード産業団体であるBPI(イギリス・レコード協会)の視察団が来日しました。

これは、イギリスの独立系レコード会社が、そのレパトリーを日本でプロモーションすることを目的としたミッションであり、イギリス政府の協力のもと、昨年から行われています。今年は、約30の独立系レコード会社の代表が所属アーティストらとともに来日し、日本市場の視察、商談、店頭での販促活動等を行いました。

8月1日には、イギリス大使館において、当協会佐藤会長がBPIの視察団にプレゼンテーションを行いました。佐藤会長は、日本のレコード市場やモバイル配信の状況、レコード製作者の権利の集中管理等に関する説明を行い、参加者は皆興味をもって聞き入っていました。

引き続き夜には、同大使館において、BPI視察団の歓迎パーティーが開催されました。このパーティーは、HMVジャパンの日本進出15周年の祝賀も兼ねたもので、マーティン・ハットフル駐日英国臨時代理大使、BPIのピーター・ジェミソン会長、HMVジャパンのポール・デゼルスキー社長らの



4歓迎パーティーの様子
(左から、P.ジェミソンBPI会長、M.ハットフル英国臨時代理大使、福山雅治氏、P.デゼルスキーHMV社長、佐藤修当協会会長)

挨拶の後、佐藤会長が乾杯の発声を行いました。デビュー15周年を迎えた福山雅治さんをはじめ、数多くの音楽関係者が出席し、非常に盛況なパーティーとなりました。

CODA、CJマーク付きコンテンツをリリース

コンテンツ海外流通促進機構(CODA)では、今年1月からCJマーク(コンテンツ海外流通マーク)事業に基づく侵害対策活動を香港、台湾、中国で実施しています。8月には、CJマークをパッケージ等に付したDVD等コンテンツ4作品がリリースされ、これまでにリリースされたタイトルと合わせ、計7作品が台湾・香港などでリリースされました。CJマーク付きの日本製コンテンツがアジア市場に登場したことによ

り、従来の著作権侵害や無許可営業などの取り締まりに加えて、CJマークの商標権に基づいた侵害対策を講じていくことも可能となりました。

CODAでは現在、香港、台湾、中国において、現地執行機関に対する取り締まりの要請や海賊版の真贋判定に関する情報提供、CJマークに関する認知度向上に取り組み、権利保護基盤の構築を図っています。この結果、今年6月末までに計309件の取り締まりが現地当局により実施され、邦画、アニメ、テレビドラマ、音楽、ゲームソフトなど、計98万枚の海賊版ソフトの押収、計65名の逮捕という成果があがっています。



東京都教職員センターでの研修に講師派遣

8月3日、東京都教職員センターの「教育情報化推進指導者養成研修」に当協会広報部から講師を派遣しました。

研修では、高山美登里広報部主任が「情報化時代における著作権教育のあり方—音楽における著作権の重要性—」というテーマで講義を行いました。その後、講座に参加した約50名の教諭が4つのグループに分かれて行ったディスカッションに当協会広報部のスタッフが参加しました。

このディスカッションを通じて、それぞれの学校において情報教育・著作権教育を実践していく上で、直面している問題が浮き彫りになり、有益な意見交換が行われました。

「Respect Our Music」キャンペーン、新ロゴを制定

2002年に開始した「Respect Our Music」キャンペーンは、音楽の不正利用対策として、幅広く展開してきましたが、この度、「Respect Our Music」の新しいロゴを制定いたしました。

今年度の本キャンペーンは秋から本格展開を開始しますが、本ロゴは、同キャンペーンで使用するほか、音楽著作権の啓発活動、音楽の不正利用防止を訴える活動などさまざまな場で活用していく予定です。



ヨコハマ・ハイスクール・ミュージックフェスティバル 2005開催



8月25日、ヨコハマ・ハイスクール・ミュージックフェスティバル決戦大会が横浜アリーナで開催されました。同フェスティバルは、高校生が実行委員として主催する高校生バンドなどの音楽コンテストです。

コンテストには、全国から予選を勝ち抜いた19組と、韓国大会グランプリとなった1組の計20組がオリジナル楽曲で出場し、才能豊かなパフォーマンスで会場を沸かせました。演奏の合間にはフェスティバル実行委員の高校生が制作した啓発ビデオが上映され、「LOVE MUSIC? SAVE MUSIC!」のキャッチコピーが効果的なメッセージとして使用されました。

当協会は、(社)日本音楽著作権協会(JASRAC)に協力する形で、共同でブースを出展し、会場において啓発パンフレットやステッカーの配布、RIAJ制作ビデオ「1枚のCDができるまで」の上映や著作権クイズを行いました。



フェスティバルの様子

「トーク&コンサートin沖縄」開催のお知らせ

当協会を含む音楽関係9団体で構成する不法録音物対策委員会は、2006年1月30日に那覇市民会館(沖縄県那覇市)において、「トーク&コンサート in 沖縄」を開催します。

この「トーク&コンサート」は、不法録音物対策委員会が実施する「不法録音物撲滅キャンペーン」の一環として、各種音

楽教室関係者を対象に、作家、アーティスト、制作現場などから、著作権の大切さを伝えるイベントとして全国各地で開催しているものです。

今回は、夏川りみさん、照屋林賢さん、内里美香さんなど沖縄を代表するミュージシャンをお招きし、ミニコンサート、ビデオ上映、トークショーを実施する予定です。詳細につきましてはあらためてお知らせいたします。

「第2回東京アジア・ミュージックマーケット」開催のお知らせ

(財)音楽産業・文化振興財団(PROMIC)主催による「第2回東京アジア・ミュージックマーケット」(TAM)が、10月に開催されます。これは、最新の音楽業界情報を紹介するためのカンファレンスや日本未契約の海外アーティストによるライブを通じ、アジアの音楽マーケットの活性化に向けて取り組んでいくものです。また、同時期に開催されるアジア最大の映画の祭典「第18回東京国際映画祭」と共に、TAMも音楽の国際イベントとして注目されています。

なお、当協会は「アジア各国との音楽文化交流・最新市場動向」をテーマにパネルディスカッションを企画し、本イベントに参加いたします。

概要は以下の通りです。

- 開催日程: 10月19日(水)~21日(金)
- 会場: 代官山「UNIT&UNICE」(ユニット&ユナイス)
今年はカンファレンスとライブが同じ会場で行われます。
- お問合せ先:
(財)音楽産業・文化振興財団(PROMIC)「TAM事務局」
〒107-0062 東京都港区南青山2-12-12
TEL 03-6820-3800 FAX 03-3403-0423
- 公式HP: <http://tamm.jp>

TAMの詳細は、本機関誌10月号に掲載する予定です。

IFPI、国際レコード産業年鑑を発行

8月2日、IFPI(国際レコード産業連盟)は世界のレコード産業の統計データを取りまとめた年鑑、「Recording

Industry in Numbers 2005 (イン・ナンバーズ)」を発行しました。

この年鑑には、世界65カ国のレコード産業の統計データが収録されており、今年からは新たに世界の演奏使用料収入のデータも掲載されています。同年鑑の要約はIFPIのホームページでご覧いただけます。(http://www.ifpi.org/site-content/press/20050802.html)

当協会役員人事

<新任>

監事 大木 舜(8月18日付)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ 代表取締役社長

当協会事務局人事

<新任>

業務部部长 水村 雅博(8月22日付)

<退任>

業務部部长 松本 光雄(8月15日付)
(株)ポニーキャニオンに復職

● 2005年8月会議メモ

8・9 二次使用料委員会
8・23 日本ゴールドディスク大賞
特別検討会議

RIAJ Essay

私のこの一曲

■ 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント コーポレート・エグゼクティブ 秦 幸雄

私の‘最近のこの一曲’は、C.S.N&Yの“Teach Your Children”。

SMEの社員のプライベートイベントに“原宿中年音楽祭”というのがあります。俗に言う“オヤジバンドの祭典”!?といっても、社内のウデ自慢が一堂に会するというようなものではなく、一部の凄腕の人達にのっかって、面白いもの好きのオジサン達が、いかにウケルかを基準に出しものを考える、いわば、企画モノの世界。参加資格は“シャボン玉ホリデー”をリアルタイムで見ていた人。

こんな、パーティーのりの年に1度の会が、先日、原宿のライブハウス“Blue Jay Way”で開催されました。私も即席で、アコースティックバンドを組んで、出し物は“Teach Your Children”と“San Francisco Bay Blues”のE. Claptonバージョン。

練習の過程で、何度か演奏したり、聴きこんでいくう

ちに、当時はそれほど思いいれがあったわけでもなく、よく行くカラオケハウスでもほとんど歌ったこともなかった“Teach Your Children”が何度聴いても飽きないし、何度演奏しても楽しい。

そんなわけで、30数年前の曲が、私の最新プレイリスト入りしたのです。



Monthly Production Report

2005年7月度レコード生産実績

7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100%の2,967万枚・巻、金額で前年同月比94%の347億円となりました。このうち、オーディオレコードは、数量で前年同月比98%の2,635万枚・巻、金額では前年同月比95%の306億円となりました。また、音楽ビデオは、数量で前年同月比117%の332万枚・巻、金額で前年同月比82%の414億円となりました。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

			7月実績						2005年(1月~7月)累計					
			数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
シン	8cmCD	邦	206	1	33%	24	0	37%	1,060	1	10%	168	0	18%
		洋	6	0	321%	1	0	467%	146	0	10%	11	0	8%
		計	212	1	34%	25	0	39%	1,206	1	10%	179	0	17%
ン	12cmCD	邦	6,801	26	98%	5,451	18	99%	36,141	22	94%	27,761	14	95%
		洋	33	0	41%	26	0	44%	306	0	66%	245	0	65%
		計	6,834	26	98%	5,477	18	99%	36,447	22	94%	28,006	14	95%
ル	小計	邦	7,007	27	93%	5,474	18	99%	37,202	23	76%	27,929	14	93%
		洋	39	0	48%	28	0	46%	452	0	23%	256	0	50%
		計	7,046	27	92%	5,502	18	98%	37,653	23	74%	28,185	15	92%
12cmCD アルバム	邦	13,205	50	104%	17,531	57	97%	79,422	48	100%	108,468	56	93%	
	洋	5,518	21	98%	6,979	23	91%	42,599	26	106%	53,015	27	95%	
	計	18,723	71	102%	24,511	80	95%	122,021	74	102%	161,482	83	93%	
CD 合計	邦	20,212	77	100%	23,006	75	98%	116,624	71	91%	136,396	70	93%	
	洋	5,558	21	97%	7,007	23	90%	43,051	26	102%	53,271	27	94%	
	計	25,770	98	99%	30,013	98	96%	159,674	97	93%	189,667	98	93%	
アナログ ディスク	邦	16	0	61%	18	0	56%	125	0	23%	153	0	80%	
	洋	7	0	5%	15	0	90%	35	0	16%	52	0	33%	
	計	22	0	15%	33	0	68%	160	0	21%	205	0	59%	
カセット テープ	邦	520	2	67%	434	1	70%	4,392	3	80%	3,662	2	85%	
	洋	1	0	46%	0	0	45%	17	0	157%	15	0	201%	
	計	521	2	67%	434	1	70%	4,409	3	80%	3,677	2	85%	
その他	邦	6	0	110%	9	0	159%	176	0	118%	242	0	138%	
	洋	30	0	115%	63	0	121%	131	0	81%	257	0	81%	
	計	36	0	114%	72	0	124%	307	0	99%	499	0	101%	
合計	邦	20,754	79	99%	23,466	77	97%	121,317	74	90%	140,454	72	93%	
	洋	5,595	21	95%	7,086	23	91%	43,233	26	101%	53,595	28	94%	
	計	26,349	100	98%	30,552	100	95%	164,551	100	93%	194,048	100	93%	

● 音楽ビデオ

			7月実績						2005年(1月~7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	2,922	88	123%	3,518	85	83%	15,991	83	116%	22,207	81	98%	
	洋	335	10	107%	535	13	103%	2,696	14	100%	4,310	16	82%	
	計	3,256	98	121%	4,052	98	85%	18,686	97	114%	26,517	97	95%	
テープ・LDその他		59	2	42%	90	2	33%	515	3	69%	842	3	61%	
合計	邦	2,981	90	118%	3,608	87	80%	16,502	86	114%	23,039	84	96%	
	洋	335	10	106%	535	13	102%	2,699	14	99%	4,319	16	82%	
	計	3,316	100	117%	4,143	100	82%	19,201	100	111%	27,358	100	93%	

● 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

			7月実績						2005年(1月~7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			26,349	89	98%	30,552	88	95%	164,551	90	93%	194,048	88	93%
音楽ビデオ			3,316	11	117%	4,143	12	82%	19,201	10	111%	27,358	12	93%
合計			29,665	100	100%	34,695	100	94%	183,752	100	94%	221,407	100	93%

● ビデオ(含音楽ビデオ)

			7月実績						2005年(1月~7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			10,815	97	99%	15,977	96	95%	68,516	97	92%	95,393	94	100%
テープ・LDその他			303	3	45%	699	4	39%	2,052	3	47%	6,157	6	39%
合計			11,117	100	96%	16,676	100	90%	70,568	100	90%	101,550	100	91%

● オーディオ/ビデオ合計

			7月実績						2005年(1月~7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			26,349	70	98%	30,552	65	95%	164,551	70	93%	194,048	66	93%
ビデオ			11,117	30	96%	16,676	35	90%	70,568	30	90%	101,550	34	91%
合計			37,466	100	98%	47,228	100	93%	235,118	100	92%	295,598	100	92%

備考 1. 上記実績は、会員会社「41社」の集計である。当会員会社が受託した非会員会社からの販売委託分を含む。
2. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある。
※オーディオレコードのその他はSACD、DVDオーディオ、DVDミュージック、MDの合計。

2005年上半期 有料音楽配信売上実績

当協会は先月、日本の音楽配信市場の公式統計として「有料音楽配信売上実績」の公表を開始しました。これは、日本国内におけるインターネットや携帯電話等による有料音楽配信市場の拡大と、IFPI(国際レコード産業連盟)による世界レベルでの音楽配信統計の開始を踏まえてのものです。

今回は今年1～3月および4～6月の各四半期実績を公表しましたが、今後も四半期毎の公表を予定しています。

(数量:千回/金額:千円)

	2005年1月～2005年3月					
	数量	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
インターネット・ダウンロード	1,108	2.1%	—	310,330	4.7%	—
モバイル	51,035	97.9%	—	6,316,455	95.1%	—
定額契約収入	—	—	—	9,032	0.1%	—
その他	8	0.0%	—	8,229	0.1%	—
合計	52,151	100.0%	—	6,644,047	100.0%	—

	2005年4月～2005年6月					
	数量	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
インターネット・ダウンロード	1,044	1.8%	94%	228,463	3.0%	74%
モバイル	57,868	98.2%	113%	7,275,010	96.7%	115%
定額契約収入	—	—	—	9,202	0.1%	102%
その他	10	0.0%	123%	7,622	0.1%	93%
合計	58,922	100.0%	113%	7,520,297	100.0%	113%

	2005年1月～2005年6月					
	数量	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
インターネット・ダウンロード	2,152	1.9%	—	538,793	3.8%	—
モバイル	108,903	98.0%	—	13,591,465	96.0%	—
定額契約収入	—	—	—	18,234	0.1%	—
その他	18	0.0%	—	15,851	0.1%	—
合計	111,073	100.0%	—	14,164,344	100.0%	—

- 備考
- 当統計は、会員会社「42社」が、ライセンスあるいは販売委託によって配信を行っている楽曲等についての実績をとりまとめたもの。
 - それぞれの項目内容は以下のとおり
 - インターネット・ダウンロード: シングル、アルバム、ミニアルバム等およびその他コンテンツの合計
 - モバイル: オリジナル音源を利用したシングル曲(全曲、一部)、着メロ、関連コンテンツ、定額契約収入の合計
 - 定額契約収入: モバイル以外のチャンネルで提供している定額契約による収入
 - その他: その他のチャンネルの配信による収入
 - 数量: シングルは曲単位、アルバム、ミニアルバムはそれぞれの構成単位での報告(例: アルバム1枚分のダウンロード回数は1回とし、曲数換算は行わない)
金額: 税抜小売価格
 - 単位未満の四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある。

Gold Album +... 認定

2005年7月度

2005年発売の新譜では、ダブルプラチナ2作品、プラチナ10作品が認定されました。

■ 邦楽

アルバム

● ミリオン				
The Great Escape	JUDY AND MARY	2001.05.23	ES	
● トリプル・プラチナ				
LOVE PUNCH	大塚 愛	2004.03.31	AVT	
● ダブル・プラチナ				
そうかな	小田和正	2005.06.15	BMG	
secret	倅田来未	2005.02.09	AVT	
● プラチナ				
MIC-A-HOLIC A.I.	AI	2005.07.06	UM	
Queen of Hip-Pop	安室奈美恵	2005.07.13	AVT	
空創クリップ	スキマスイッチ	2005.07.20	BMG	
SAMPLE BANG!	SMAP	2005.07.27	V	
TEPPEN	NEWS	2005.07.13	JE	
My First Love	浜田省吾	2005.07.06	SE	
● ゴールド				
TUBE	TUBE	2005.07.20	AI	
Let's Go!!!	DEPAPEPE	2005.05.18	SE	

シングル

● プラチナ			
SCREAM	GLAY×EXILE	2005.07.20	AVT
BOHBO No.5 / 神の島遙か国	サザンオールスターズ	2005.07.20	V
BANG! BANG! バカンス!	SMAP	2005.07.27	V
Link	L'Arc~en~Ciel	2005.07.20	KS
● ゴールド			
D-tecnoLife	UVERworld	2005.07.06	SR
夢のチカラ	上戸 彩	2005.06.08	PC
ネコに風船	大塚 愛	2005.07.27	AVT
Wings of Words	CHEMISTRY	2005.07.27	DF
雨待ち風	スキマスイッチ	2005.06.22	BMG
エル・ミラドル〜展望台の唄〜	nobodyknows+	2005.07.06	AI
プラネタリアム	BUMP OF CHICKEN	2005.07.21	TF
面影の都	氷川きよし	2005.07.06	C
NaNaNa サマーガール	ボルノグラフィティ	2005.08.03	SE

ビデオ

● ゴールド			
JAM PUNCH Tour 2005〜コンドルのパンツがくいコンドル〜	大塚 愛	2005.07.27	AVT

■ 洋楽

アルバム

● ダブル・プラチナ			
ネヴァー・ゴーン	バックストリート・ボーイズ	2005.06.08	BMG
● プラチナ			
MIMI	マライア・キャリー	2005.03.30	UM
● ゴールド			
ゲッタウェイ〜グレイテスト・ヒッツ+2	EARTH,WIND & FIRE	2003.06.04	MH
to me	イ・ビョンホン	2004.06.23	TE
DISCO-ZONE〜恋のマイアヒ〜	O-ZONE	2005.03.02	AVT



The Great Escape/
JUDY AND MARY



LOVE PUNCH/大塚 愛



そうかな/小田和正



secret/倅田来未



ネヴァー・ゴーン/
バックストリート・ボーイズ

※AI:ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ/AVT:エイベックス・エンタテインメント/BG:ビーグラムレコーズ/BM:パーミロンレコード/BMG:BMGファンハウス/C:コロムビアミュージックエンタテインメント/CR:日本クラウン/DF:デフスターレコーズ/DRM:ドリーミュージック/EP:アップフロントワークス(セティマレーベル)/ES:EPICレコードジャパン/FL:フォーライフミュージックエンタテイメント/GN:ジェネオン エンタテインメント/GZ:ギザ/JA:ジェイ・ストーム/JE:ジャニーズ・エンタテイメント/JK:ユナイテッド・アジアエンタテイメント/K:キングレコード/KS:キューンレコード/MH:ソニー・ミュージックダイレクト/ON:ビーヴィジョン/PAR:プライエイド・レコーズ/PC:ポニーキャニオン/PK:ピッコロタウン/PY:プラチア・エンタテインメント/PZ:ピザ・オブ・デス・レコーズ/QQ:バームビーチ/RR:ロードランナー・ジャパン/SE:エスエムイーレコーズ/SI:ソニー・ミュージックジャパンインターナショナル/SN:SENHA & CO./SR:ソニー・ミュージックレコーズ/SV:アニプレックス/TE:テイチクエンタテインメント/TF:トイズファクトリー/TJC:徳間ジャパンコミュニケーションズ/TO:東芝EMI/UM:ユニバーサルミュージック/V:ビクターエンタテインメント/WJ:ワーナーミュージック・ジャパン/XL:アンリミテッドグループ/YR:アール・アンド・シー

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

協会からのお知らせ

IFPI（国際レコード産業連盟）は、世界65カ国のレコード産業の統計データを取りまとめた年鑑、「Recording Industry in Numbers 2005（イン・ナンバーズ）」を発行しました。

同年鑑の概要はIFPIのホームページでご覧いただけます。

(<http://www.ifpi.org/site-content/press/20050802.html>)



編集後記

今月号では首都圏近郊のレコード店をご紹介します。皆様自信に満ちた力強いコメントが印象的でした。結局、リアル・ネットに2分化した単純な対立構造ではなく、自店の長をを活かしつつ、いかに顧客に満足していただくか、パッケージ・ノンパッケージに関わらず、1店、1店の戦略と独自性が問われる時代になったのでしょうか。次回は是非首都圏以外のお店も取り上げていきたいと考えています。

(S)

**Respect
our MUSIC**

THE RECORD No.550 2005年9月号
社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 佐藤 修
編集人 田辺 攻
発行日 2005年9月10日
発行人 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

R100

古紙配合率100%再生紙を使用しています