



THE RECORD

2004.05
No. 534

Essay ~レコードと私~

BORO (ミュージシャン)

Special Feature

広がる音楽メディア

2003年度 音楽メディアユーザー実態調査報告

● 連載Column: Music & Law

引用が認められる範囲 弁護士 前田 哲男

● World News Clip

4カ国で違法ファイル交換ユーザー247人を提訴

RIA
Recording Industry Association of Japan

社団法人 日本レコード協会

BORO (ミュージシャン)



BORO (ボロ)

1954年兵庫県出身。小学生の頃から作詞・作曲活動を始め、1979年内田裕也プロデュースの「都会千夜一夜」でデビューし、同年「大阪で生まれた女」が大ヒットとなる。以来20枚のアルバムを発表し、100人以上のアーティストに楽曲を提供している。音楽プロデューサーや映画の音楽監督としても活躍中。昨年は、阪神タイガーズ応援歌「大阪で生まれた男」(球団承認シングルCD)をリリースした。

また、筋ジストロフィーの少女との出会いをきっかけに、「AYAKA基金」を設立。1997年以来5度にわたって厚生労働大臣に基金を寄託し、筋ジストロフィー症などの難病への理解の和を広げる活動を展開している。

3月10日、久々の緊張感を味わいました。今、日本の音楽界で最も権威のある日本ゴールドディスク大賞授賞式に出席させていただくことになったからです。「大阪ソウルバラード」というコンピレーションアルバムが企画アルバム・オブ・ザ・イヤーを受賞したので代表として「大阪で生まれた女」をNHKホールでパフォーマンスして欲しいと親しい関係者から依頼され、神戸の山奥からギターを手にやって来たのです。なぜそれほど緊張したのか、正直に言いますと私は新人賞以外の賞にはまったく無縁だったからです。この話をすると誰もが「まさか」と思うはずです。

「大阪で生まれた女は当然チャートの1位をとっているでしょう」とか「トップ10のロングラン記録もお持ちでしょう」とか「レコード大賞は何回目でした?」とかよく言われました。しかしベストテン番組はおろかチャート誌でも表彰されたことがありませんでした。私がデビューしたのは1979年、内田裕也氏プロデュースによる「都会千夜一夜」でした。その後「大阪で生まれた女」を発表すると瞬く間にチャートをかけ上がり20位に到達しました。レコードメーカーの関係者もベスト10、いやいやナンバーワンだって夢じゃない!と気合いが入りましたが、なかなかベスト10入りはしない。挙げ句の果てに20位以下に落ちる始末。もう終わったかなと思うとまた上がって来て20位前後を何度もウロウロとして、半年以上居座っていたと記憶しています。今回受賞パフォーマンスで歌わせていただいた時、25年以上も前に発表した曲がこれほ

ど長い間愛され続けていたことに歌っている私自身が最も感動いたしました。司会の赤坂さんからも「日本では数少ないスタンダードナンバーです」と言う言葉をいただき大変嬉しく思いました。

「レコードと私」というエッセイなのでもう一つレコードに関する嬉しい話を書かせていただきます。1991年の夏、先天性の筋ジストロフィー症患者である「AYAKAちゃん」と偶然知り合いました。彼女は残念ながら9歳で短い生涯を閉じました。「私は医者でもない…でも、音楽を通じて、難病を抱えた患者さんや家族の為に何かができたら」との想いから募金活動を行いはじめ「AYAKA基金」が設立されたのが1993年でした。それ以来集まった基金を厚生労働大臣に手渡し、国立精神・神経科学振興財団を通じて難病撲滅に役立てていただきました。筋ジストロフィー症研究予算が増額するなどの功績を残してきました。

そして昨年10周年を迎えたとき「AYAKA基金」の活動で知り合ったTARAと風香という2人のミュージシャンと一緒に「AYAKA 10」というアルバムを制作しました。実は2人もウェルドニヒ・ホフマン病という難病を背負い続ける障害者です。

しかし彼女たちは「難病撲滅へのおおいなる行進曲となれ!」という強い思いで何度もスタジオを訪れ魂の結晶であるアルバムを作り上げてくれました。インディペンデント・レーベルではありましたが久々にアルバム制作に取り組んだあと、実は自分自身へのおおいなる行進曲であったことがよく判りました。

企画・構成：木崎 徹

表紙の楽器

リラ

リラというとギリシャ神話のオルフェウスが持つ竖琴を連想させるが、これは涙滴型弓奏楽器のリラ属に属する楽器である。こうした弓で擦って演奏する弦楽器はスリランカのラヴァナストロンが最も古いと考えられ、これがアラビア地方を経由してトルコやバルカン地方に伝わった。ギリシャではリラ、トルコではケメンチェ、ブルガリアではガドゥルカと呼ばれるが、すべて同種の楽器である。音色は同じ擦弦楽器のバイオリンなどとは趣を異にし、独特の響きを持つ。

Contents

Special Feature	
広がる音楽メディア	
2003年度音楽メディアユーザー実態調査報告	2
連載コラム Music & Law	7
Topics & Information	8
World News Clip	11
Monthly Production Report	12
今月の数字	13
Gold Album+...認定	14

広がる音楽メディア

2003年度 音楽メディアユーザー実態調査報告

当協会は、(社)日本音楽著作権協会、(社)日本芸能実演家団体協議会・実演家著作隣接権センターと共同で「音楽メディアユーザー実態調査」を実施、「2003年度 音楽メディアユーザー実態調査報告書」を発表しました。これは、音楽CD購入者の実態を把握するとともに、その背景にあるユーザーの意識や環境変化を明らかにすること等を目的とし、1986年から継続的に実施しています。今回は、広く音楽ユーザーのエンタテインメント消費の実態についてスポットを当てるとともに、今まで以上に中高年層にフォーカスをあて、40代に加えて50～60代の分析を開始し、中高年層マーケットの可能性について、分析・考察しました。

今回の特集では、「2003年度 音楽メディアユーザー実態調査報告書」の中から主な調査・分析について紹介するとともに、調査を担当する当協会業務部マーケティンググループの森岡伸一から、活動の総括をさせていただきます。また、より詳しい情報を掲載している報告書の入手ご希望の方は、当協会ホームページ(URL: <http://www.riaj.or.jp/>)からダウンロードいただくか、当協会広報部までお問い合わせください。

本調査は、(社)私的録音補償金管理協会(sarah)の助成金により実施しています。

調査設計・サンプル設計

調査設計

調査対象者: 12～69歳男女
(ただし小学生は除く)
調査エリア: 東京30km圏
抽出方法: エリアサンプリング法
調査方法: 質問紙による
面接留置き自記入式
調査日時: 2003年10月1日(水)～
10月20日(月)

サンプル設計

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

2003年度から50代以上の中高年層のサンプルを増加。
(166⇒450)

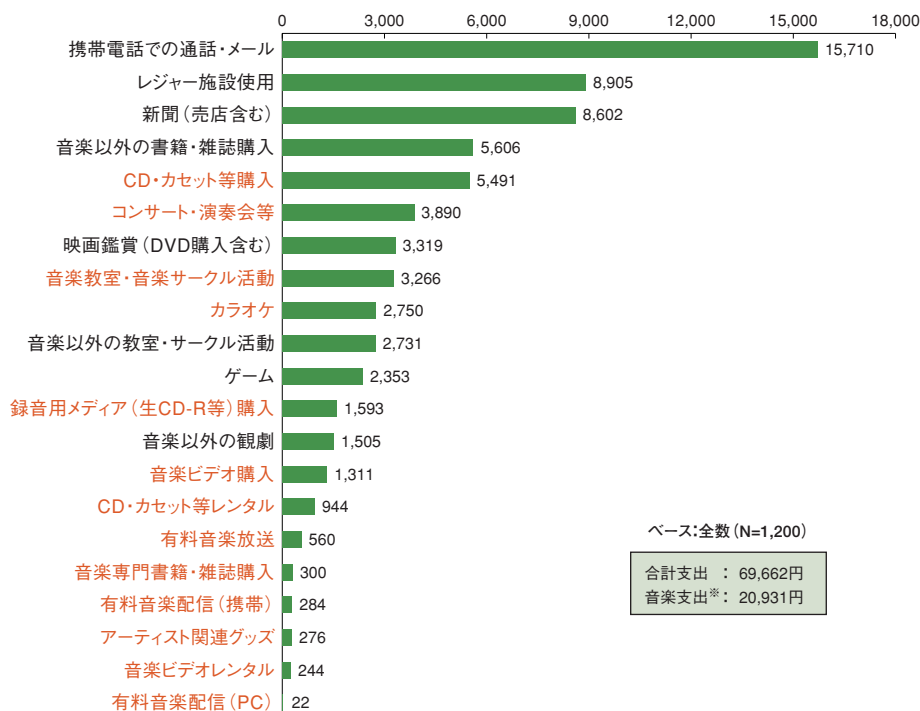
*20代は学生を含まず。

●ウェイトバック集計について

実際の人口構成は年代によってバラつきがあるため人口構成比に合わせるために係数をかける、「ウェイトバック」と呼ばれる統計手法を用いる。

1 Analysis エンタテインメント支出の競合は携帯電話。しかし音楽関連支出合計では携帯電話を上回る

過去半年間にエンタテインメント消費に支出した費用合計額 平均値(円)



◆各種エンタテインメント消費の支出額を比較すると、携帯電話での通話・メールの利用料が大きな位置を占めていることがわかる。1998年以降、急速に普及した携帯電話・インターネットなどの通信費が家計や可処分所得に与えている影響は多大であると推測される。

◆音楽関連支出*の合計は20,931円であり、エンタテインメント関連支出全体の約30%を占める。

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

2 Analysis

中高年層マーケットのポテンシャルは存在する。
音楽に関する消費行動は、40代と50～60代では大きな差異

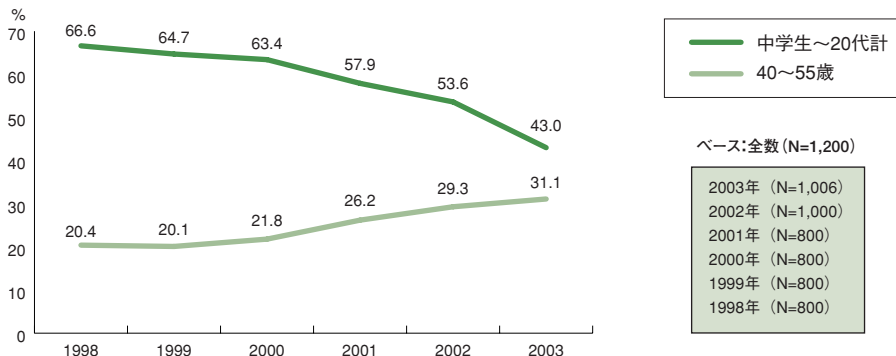
- ◆音楽CDの中高年層マーケットシェアは拡大傾向にある。
- ◆消費活動は若年層ほど活発ではないものの、今後拡大する可能性は十分ある。
- ◆現在の40代は、情報感度、音楽の好みにおいても、50-60代と比べて、30代に感覚が近い。
- ◆世代別の戦略、施策を検討する際は、40代と50代以上を明確に分けて考える必要がある。

●推定マーケットシェアの算出方法

性・年代別のアルバム・シングル年間平均購入枚数(中古盤・輸入盤・インディーズ盤などを含む)をそれぞれ、〈アルバム1枚=3ポイント、シングル1枚=1ポイント〉と指数化した上で総計を出し、そこから各性・年代それぞれの全体に対する比率を算出した。

上記データは人口構成比により大きく左右されるため注意が必要。また東京30km圏という地域特性や12～55歳・1,006サンプルの調査設計である点にご留意ください。

中高年層推定のマーケットシェアの推移



40代の音楽に対する意識

CD購入経験

- ・CD購入者の割合が高い
40代男性：60.4%、女性：45.8%
- ・ラジオはFMが主流
- ・好きなジャンルも多様

情報感度

- ・情報感度が高い
- ・iモード等の携帯電話配信サービスの利用率が高い
- ・CD購入のきっかけは、CDの試聴機で聴いて、CD店で流れるBGM、BGVを聴いて等、多様

50代～60代の音楽に対する意識

CD購入経験

- ・CD購入者の割合が低い
50代男性：43.1%、女性：23.2%
60代男性：38.8%、女性：34.5%
- ・ラジオはAMが主流
- ・よく聴いている曲は演歌または、クラシック

情報感度

- ・情報感度が極端に低い
- ・新聞記事・広告等が音楽CD購入のきっかけとなることが多い

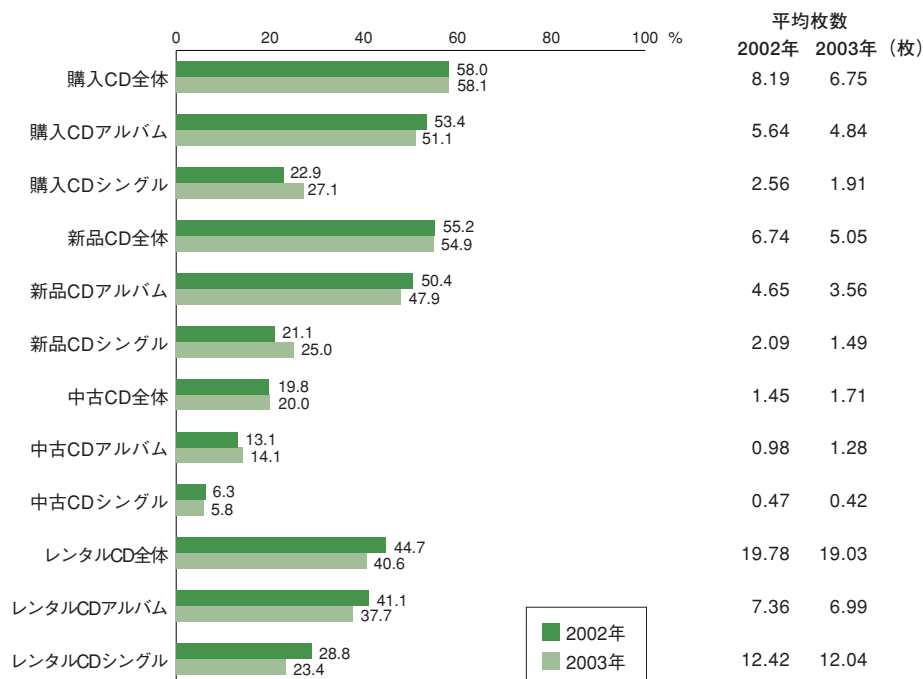
3 Analysis

過去半年間のCDの購入率は横ばい

- ◆昨年度のサンプル構成(12歳～55歳)と同じベースでCD購入率・平均購入枚数を算出し、比較した。
- ◆購入枚数は微減。シングルの購入率は復調した。
- ◆アルバム・シングルともに、CDレンタル率は減少している。

●購入率と利用率は全数ベース。購入枚数・利用枚数(平均)の母数は各購入者・利用者当たり。

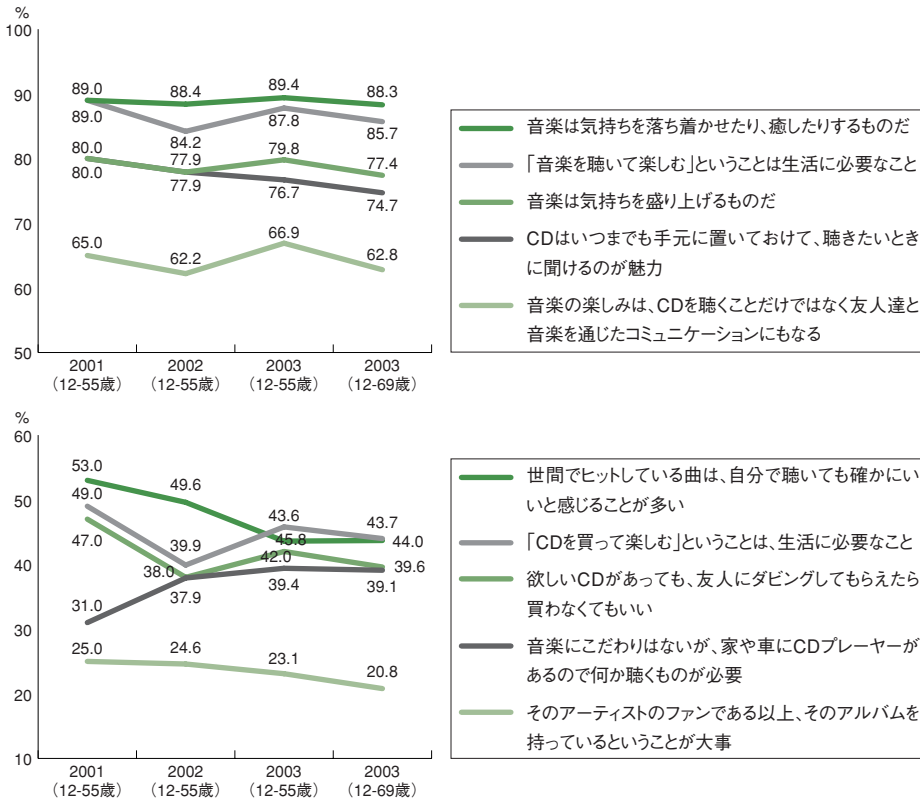
過去半年間のCD購入率/利用率



4 Analysis

音楽に対する関心は依然として根強い

音楽を楽しむ意識

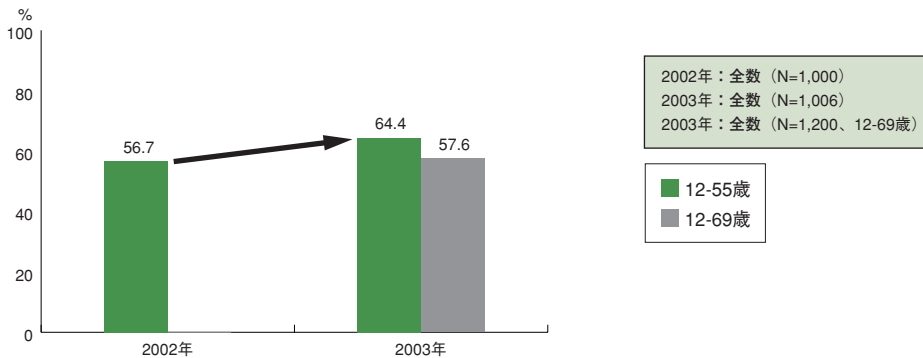


- ◆音楽を楽しむ意識は変わらず強い。
- ◆ただし「CDはいつまでも手元に置いておけて、聴きたいときに聴けるということが魅力」というCDの利便性を意識する人は減少傾向にある。
- ◆また、「世間でヒットしている曲は自分で聴いても確かにいいと感じることが多い」や「アーティストのファンである以上、アルバムを持っていることが大事」という意識は減少傾向を強めており、ミリオンセラーの減少と合致する傾向を示している。
- ◆現在の一般消費者は自分の好きなもの・個性的なものを好んで選択し、消費する傾向が強く、「みんなで一人のアイドル」といったような従来型の音楽ファンとは異なる行動原理でCD購入をしている様子が見られる。

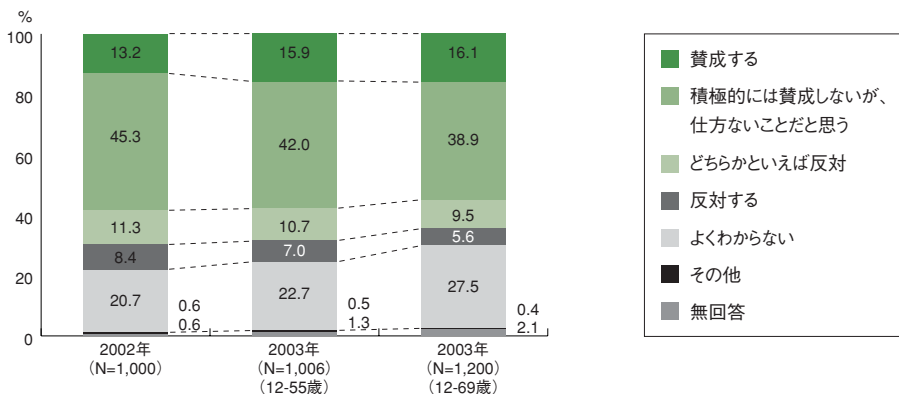
5 Analysis

コピー防止機能付きCDの賛成派は6割

昨年度と比較したCCCDの認知度



コピー防止機能付きCD評価



- ◆CCCDの認知度は、商品タイトル数が増えたこともあり、確実に高まっている。
- ◆コピー防止機能付きCDに関しては、賛成・消極的賛成が約6割に達し、概ね理解を得ている構造は昨年度と同様である。
- ◆著作権保護の重要性、不正コピー問題に対する理解も広がる傾向にある。
- ◆ただし、若年層を中心に著作権意識が低い傾向も依然続いている。経済的な理由によりCD購入を買い控えている層と重複するため、今後も引き続き、若年層に対して重点的な啓蒙活動を実施することが求められる。

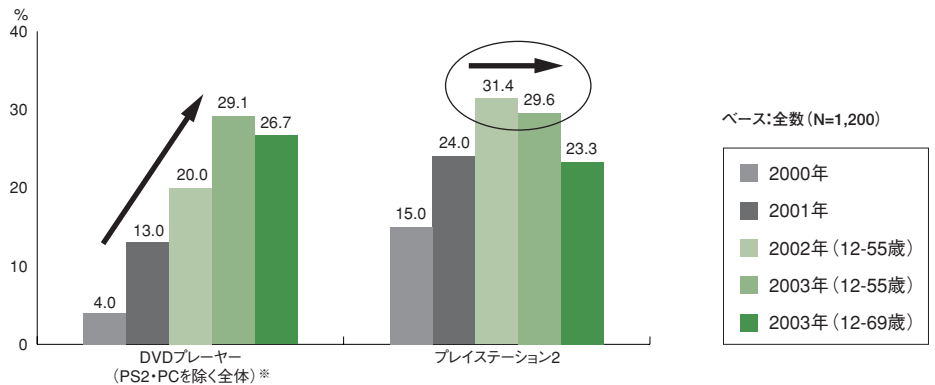
6 Analysis

DVD再生機器は普及拡大期へ。
特典DVD付きCDは、ほぼ半数が支持

- ◆音楽関係のDVDソフトはCDのメイン顧客と重なる。
- ◆500円高いにも関わらず特典DVD付きCDを購入したいという人は全体のほぼ半数を占め、特に20代以下の若年層に多い。
- ◆特典DVD付きCDは、すでにDVD再生機器保有者のほぼ半数に受け入れられている。

※再生専用DVDプレーヤー + DVDレコーダー + HDD録画機能付きDVDレコーダー + コンポ型ステレオ(DVD付き) + カーナビ + その他のいずれかを保有している割合

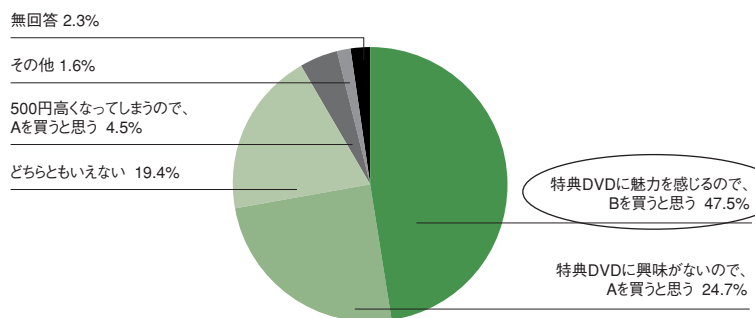
DVD再生機器およびプレイステーション2保有率の5年間推移



価格が500円増加する特典DVD付きCDと通常CD、どちらを選ぶか

ベース: DVD再生機器保有者 (N= 675)

- A) CDアルバム (14曲) 価格は2,000円台
- B) CDアルバム (14曲) + 特典DVD (4曲 + アーティストのインタビュー10分) 価格はAと比べて500円増し



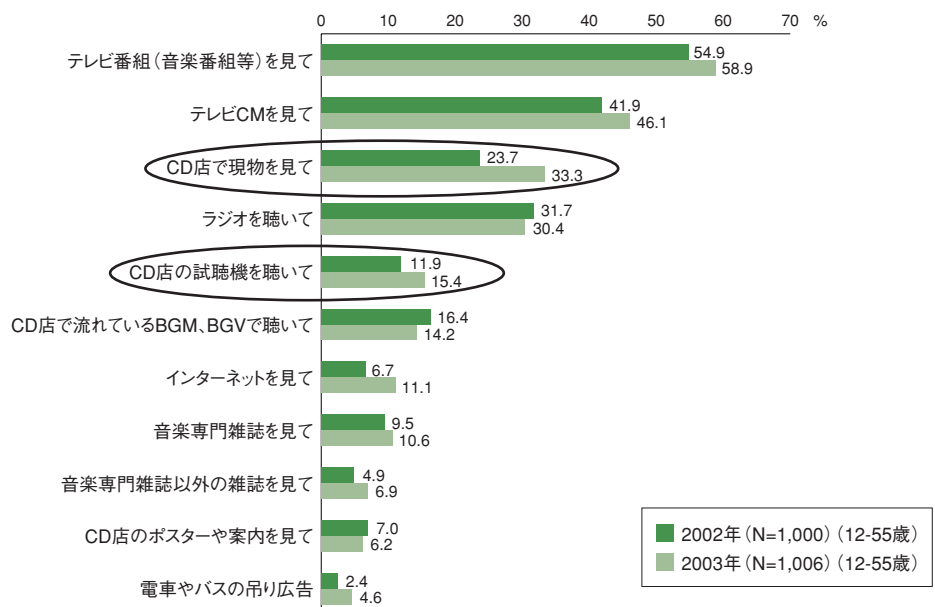
7 Analysis

店頭での試聴機の利用が
CD購入のきっかけになる割合が上昇中

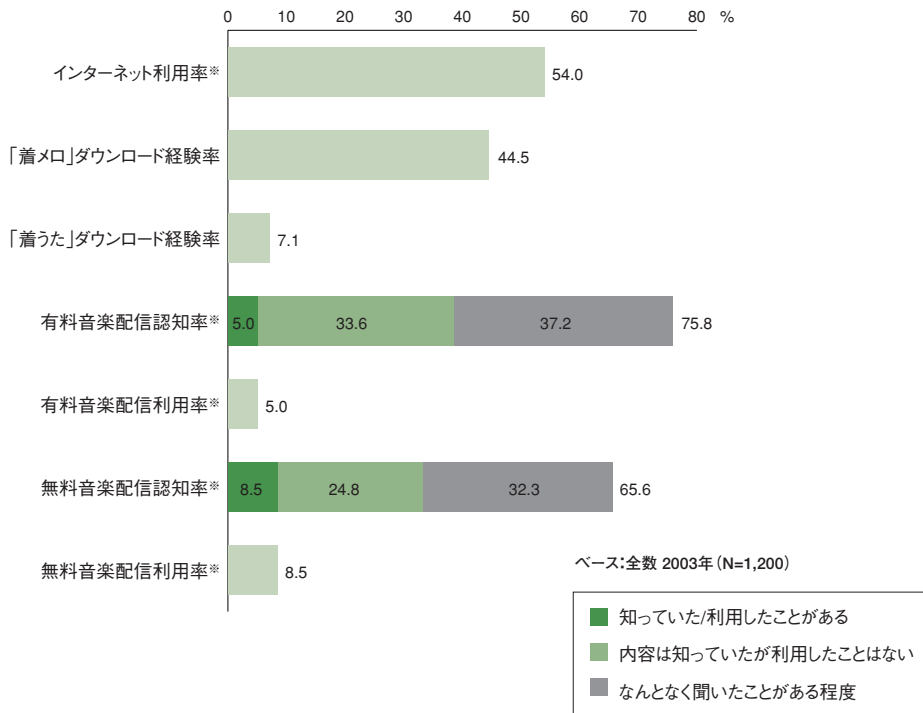
- ◆CDを購入するきっかけとしては依然「テレビ番組・テレビCM」の影響が強いが、昨年度と比べると「店頭で現物を見て」「店頭での試聴機で聴いて」が上昇しているのが特徴的である。

●CD購入のきっかけについては、時系列比較可能な項目のみ表示

CD購入のきっかけ (複数回答)



インターネット・携帯電話による音楽配信の利用実態



◆ インターネットでの有料音楽配信・無料音楽配信の利用経験率は依然少数にとどまっている。
 ◆ 携帯電話の着メロの利用経験率は44.5%とパソコンのインターネット利用率に迫る勢いである。

※認知率と利用率について
 認知率: 「知っていた/利用したことがある」+ 「内容は知っていたが利用したことはない」+ 「なんとなく聞いたことがある程度」
 利用率: 「利用したことがある」

マクロなユーザー分析を網羅する基礎データとして

(社)日本レコード協会
 業務部 マーケティンググループ 課長代理
 森岡 伸一

「音楽メディアユーザー実態調査」は、ユーザー動向に沿ったマーケティングを重視する動きを背景に、1986年にスタートしました。以降、アナログレコード全盛期からCDへの移行期を経る中で、その時代のトレンドにフォーカスし、変遷を重ねてきました。年1回、マクロ的な視点から定期的にユーザー分析を行う調査として定着し、音楽業界関係者ばかりでなく、マスメディア、エコノミストなど多方面の方々にご活用いただいています。当初は、AVパッケージソフトが対象でしたが、近年、ネット配信などのノンパッケージメディアの出現に対応して、対象領域を「音楽メディア」へ拡大しました。

今回の調査では、ここ数年顕著になってきた2つのトレンドを軸に、大幅なテーマの見直しを行いました。その1つは中高年層のマーケットシェア拡大に関する調査です。この層のサンプル割合を増やし、分析項目を追加するなど、利用実態を深く掘り下げた精度の高いデータを得られるように配慮しました。当面若年層が音楽メディア市場をリードする構造は変わりませんが、今後は中高年層、特に余暇を活発に楽しむ50代以降へのマーケティングが、市場拡大へのキーにな

ることが明確になったと見ています。もう1つは、携帯電話の浸透などエンタテインメント産業の勢力図が変わってきたことに伴う新たなテーマの設定です。今回、音楽と隣接するコンテンツなどのエンタテインメント支出において、音楽関連分野がどう位置づけられるかを初めて検証しています。携帯電話の突出が明らかになる一方、音楽関連支出も大きな割合を占めており、これからの施策にさまざまな示唆をもたらす結果が得られました。

この2つのトレンド以外にも、調査では多様なマクロ分析を幅広く網羅しています。具体的なマーケティング活動の基礎データとして、大きな流れを確認する際のインデックス的あるいは辞書的なものとして、ご活用いただけるものと考えています。音楽DVDや着うた、ネット配信といった次世代メディアのほか、海外市場展開など、次の成長への芽も現れてきました。今後も、時代のトレンドを的確につかんだテーマを設けて、より便利に活用できる調査を目指してまいります。



前田 哲男(まえだ てつお)

1961年和歌山県出身。84年司法試験合格。85年東京大学法学部卒。87年弁護士登録。以後、映像、レコード、ゲームソフト、ソフトウェア、書籍等の著作権関係を中心とする法律事務に携わる。現在、当協会顧問弁護士を務めるほか、文化審議会著作権分科会専門委員、早稲田大学社会人大学院非常勤講師、社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会理事、不正商品対策協議会監事、社団法人映画産業団体連合会監事などを兼任。

引用が認められる範囲

他人の著作物を複製するには、原則として著作権者から許諾を得る必要がある。ただし、これには例外がある。「私的使用目的」での複製が一定限度で認められるのは、その典型だ。このような「例外」として許されるかどうか裁判でよく争いになるのが、引用の問題である。

著作権者の許諾がなくても、他人の著作物を「引用」して利用できる場合がある。しかし、「引用」といさえすれば、何でも許されるというわけではない。この点が誤解されて、「引用」の名のもとで著作権侵害が行われることも少なくない。

著作権法の条文をみてみよう。「公表された著作物は、引用して利用することができる。この場合において、その引用は、公正な慣行に合致するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行なわれるものでなければならない。」(31条1項)とされている。

しかし、この条文を読んでみても、具体的にどういう場合が「引用」として許されるのか、はっきりしない。そもそも何が「公正な慣行」なのか？何が「正当な範囲」なのか？ 条文は何も語っていない。

従来の裁判例では、適法な引用となるには、少なくとも「主従関係」と「明瞭区分性」の2つの要件を満たさなければならないとされてきた。

「主従関係」とは、自分の著作物が「主」で、引用される他人の著作物はあくまで「従」という関係であること。

また、自分の著作物に当たるものがなく、他人の著作物を寄せ集めただけのものは、単なる「転載」であり、そもそも「引用」ですらない。

「明瞭区分性」とは、ここからここまでが引用部分ですよ、という区分が明瞭になされていること。文章を引用するときは、引用部分を「」でくくるなどの方法が典型例だ。

このほか、適法な引用と認められるには、「必然性」が必要だと言われる。引用には、引用の理由がなければならない。自分のエッセイに季節感を出すため、本文とは関係のない俳句をエッセイの冒頭に掲げることには「必然性」がないから、適法な引用とは言えない。

引用が公正な慣行に合致していると認められるには、誰の、どういう著作物から引用したのかという「出所の明示」も必要だ。

歌詞のなかで、他人の歌詞や小説の一節を引用することもあり得る。ただ歌詞の場合には、「明瞭区別性」や「出所の明示」をどのように確保するのか、なかなか難しい。楽曲のなかで他人の楽曲を適法に引用することは、理屈ではあり得るとしても、現実には難しいだろう。

レコードの音を引用することもあり得るが、適法になるケースはあまりないだろう。いわゆる「サンプリング」として他人の音源を取り込むことが適法な引用になるとは考えにくい。「明瞭区別性」がないからだ。

Topics & Information

自民党・音楽文化振興議員懇談会フォーラム開催

3月23日、東京千代田区の自由民主党本部で、自由民主党・音楽文化振興議員懇談会フォーラムが開催されました。この催しは、平成13年12月7日に「文化芸術振興基本法」が施行されて以来、2万時間が経過したことを機に企画されたものです。

フォーラムは、音楽文化振興議員懇談会会長の島村宜伸先生(衆)の挨拶に続いて、河合隼雄文化庁長官のミニ講演会が行われました。その後、「音楽分野における『文化芸術振興基本法』の意義と展望を考える」をテーマとしたシンポジウムに移り、小野晋也先生(衆)をコーディネーターとして、河合隼雄文化庁長官、斉藤斗志二先生(衆)、作曲家の三木たかし氏、ピアニストの園田高弘氏、中村正三郎先生(衆)、当協会依田巽会長がパネリストとなって、音楽業界における今後の課題や展望について活発な意見が交わされました。

引き続き、「国会議員も音楽好きやねん!」と題し、河合隼雄文化庁長官と文化庁職員アンサンブル、佐々木知子先生(参)、小野晋也先生、細田博之先生(衆)、山本一太先生(参)によるコンサートが行われました。

普段見ることのできない国会議員の先生方の一面に触れ、会場は大いに盛り上がりました。



フォーラムの様子

毎日新聞 2004年「ITと教育」シンポジウム開催

ITを活用した授業や、情報、著作権について考える「ITと教育」シンポジウムが3月23日、東京千代田区の毎日ホール(毎日新聞社内)で開かれました。教育のIT化への興味を喚起することを目的として、毎日新聞社が主催した同シンポジウムは、文部科学省の後援を受けており、講演とパネルディスカッションが行われました。

パネルディスカッションでは、昨今注目されつつある著

作権教育の「ネットワーク上の著作権・情報モラルと教育の役割」をテーマに、多種多様なデジタル化された情報が飛び交う教育現場での情報の取り扱いのルール(著作権)、モラルについての共通理解や教育の手法に関する議論が交わされました。当協会からは、パネリストとして広報部の今村二郎担当部長が参加いたしました。

なおシンポジウムの模様は、ウェブサイト・MSN毎日インタラクティブ(http://www.mainichi-msn.co.jp/shakai/edu/etc/it_kyouiku/)に掲載されています。

【パネルディスカッション概要】

テーマ:

「インターネット上の著作権・情報モラルと教育の役割」

コーディネーター:

岩橋 豊 (毎日新聞社総合メディア事業局企画室委員)

パネリスト:

社団法人日本音楽著作権協会

業務本部副本部長 菅原 瑞夫

社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会

専務理事・事務局長 久保田 裕

社団法人日本レコード協会

広報部担当部長 今村 二郎

東京都北区立赤羽台西小学校

主幹 野間 俊彦

(敬称略)

平成15年度芸能功労者表彰

3月26日、東京千代田区の東京會館で、(社)日本芸能実演家団体協議会の平成15年度芸能功労者表彰が開催されました。この表彰は、芸能文化の向上に寄与した団体および個人を顕彰するものです。

今回は、青木十良氏(チェロ演奏家)、東家栄子氏(浪曲師)、宇野小四郎氏(人形劇制作・人形劇調査研究)、香取希代子氏(フラメンコ舞踊家)、新内勝凰氏(新内節三味線演奏家)が、表彰されました。

早稲田大学寄付講座開講

2004年3月号でもご紹介しましたが、早稲田大学において、4月15日、当協会による平成16年度寄付講座「コンテンツ・ビジネスと著作権」がスタートしました。

第1回目の講師として、当協会依田巽会長が演壇に立ち、「音楽ビジネス総論」をテーマに、知的財産立国に向けた諸施策の中で、音楽を中心としたコンテンツ・ビジネスの状況や日本の音楽産業が直面する課題・問題等について講義を行いました。

本講座は全学部全学生から400名以上が履修しており、依田会長の講義を熱心に聴講していました。



講義の様子

当協会理事会・総会開催

3月26日、第368回理事会および第116回通常総会が開催され、平成16年度事業計画、平成16年度収支予算書等の事項が承認されました。

新会員社加盟のお知らせ

4月1日付けで、当協会会員として、下記2社が入会しました。

(正会員)

株式会社ドリーミュージック

代表取締役社長：新田 和長

住所：〒106-0032

東京都港区六本木6-1-24 ラピロス六本木4F

TEL：03-5775-7480

(準会員)

株式会社コナミメディアエンタテインメント

代表取締役社長：永田 昭彦

住所：〒150-0043

東京都渋谷区道玄坂1-12-1

渋谷マークシティウエスト22F

TEL：03-3780-0573

ごあいさつ

KONAMI
MEDIA
ENTERTAINMENT

コナミメディアエンタテインメントは、総合エンタテインメントをグローバルに手掛けるコナミグループの一員として、音楽・映像および書籍出版の事業を担う会社です。

魅力的なエンタテインメントを創出できる体制を整えることを目的に、今般日本レコード協会に加盟させていただきまして、当社の音楽事業が本格的展開の局面に入ったことを自他共に宣言したいと存じます。

『よい音楽を多くの人に提供する』というレコードメーカーの原点に立ち返り、良質の音楽商品や映像商品を拡販していきたいと存じます。

また、ゲームおよびTVアニメまたは映画といったコンテンツからヒットを生み出し、低迷する音楽業界に新風を吹き込みたいと、意気込んでいます。特にTVアニメは2004年4月から3本の主題歌をビジネス化。今期後半にも取り組んでいく予定です。

『価値ある時間』の創造をお手伝いしたい。

コナミブランドのバリューを生かし、多くのお客様に喜んでいただける商品を開発し続けることが、我々の生きがいです。

まだまだ、若い元気な会社です。

関係各位の皆様のご指導・ご鞭撻を頂戴しながら、音楽業界の発展に貢献してまいりたいと存じます。

今後とも、コナミメディアエンタテインメントをよろしく願い申し上げます。

株式会社コナミメディアエンタテインメント

代表取締役社長 永田 昭彦

会員社関連のお知らせ

3月30日、当協会会員である、ワーナー エンターテイメント ジャパン株式会社の音楽事業部門(ワーナーミュージック・ジャパン)は、新たに株式会社ワーナーミュージック・ジャパンとして発足しました。

なお、住所・電話番号は従来通りです。

社名：株式会社ワーナーミュージック・ジャパン

英文：Warner Music Japan Inc.

代表取締役社長：吉田 敬

住所：〒107-8639

東京都港区北青山3-1-2

TEL：03-5412-3111

● 2004年4月会議メモ

4・6	レンタルレコード委員会
4・7	マーケティング委員会
4・9	レコード倫理審査会
4・13	法制委員会
4・16	情報・技術委員会
4・22	レンタルレコード委員会
4・23	広報委員会 執行委員会
4・30	理事会

第18回 日本ゴールドディスク大賞受賞記念「アーティストカード」を発売

株式会社ジャパン・ミュージック・ギフトカードでは、日本ゴールドディスク大賞受賞を記念して、カードサイズの音楽ギフト券「アーティストカード」を毎年発売しています。デザインには、アーティスト・オブ・ザ・イヤー(邦楽・洋楽)に輝いたアーティストをアレンジ。これまでアーティストを応援していただいたファンの皆様への感謝と音楽産業の需要拡大を目的に、アーティスト、プロダクション、レコード会社の協力によって製作されています。

本年度受賞アーティスト「女子十二楽坊 アーティストカード」(洋楽部門)は、5月15日に販売をスタートします。全国の音楽ギフトカード取り扱いCDショップ・楽器店でご購入いただけます。「女子十二楽坊」をデザインした額面1,000円の音楽ギフトカードに同じデザインの特典カード*が付属し、販売価格は1,000円です。なお「浜崎あゆみ アーティストカード」は、6月中旬の発売を予定しています。

弊社では、「アーティストカード」が、アーティストとファンを結ぶ媒体として、多くの方から幅広く支持されるよう、さまざまなアプローチを継続して行っています。

(株)ジャパン・ミュージック・ギフトカード

*アーティストカードは磁気カードではないため、ご利用後はお手元に残りません。そのため記念に残る同じデザインの特典カードをお付けしています。



第18回 日本ゴールドディスク大賞受賞記念
「女子十二楽坊 アーティストカード」
2004年5月15日発売
販売価格1,000円(額面1,000円)

4カ国で違法ファイル交換ユーザー247人を提訴

3月30日、IFPIとデンマーク、ドイツ、イタリア、カナダ各国のレコード協会は、著作権のある楽曲を違法にファイル交換したとして、247人を提訴したことを発表しました。上記以外の国でも数カ月以内に同様の提訴が行われる予定です。

2004年3月号でご紹介したアメリカレコード協会による「John Doe」訴訟と同様、今回の提訴はファイル交換サービスを通じて、数百の音楽ファイルの複製、送信、配信を行った個人に対して行なわれました。これらの訴訟に先立っては、音楽産業による一連の著作権教育に向けた活動が行われ、またレコード会社は合法的に音楽をダウンロードできるサービスの展開を進めてきました。

IFPIが行った5カ国調査によれば、65%以上の人が著作権のある音楽をファイル交換することは違法であると回答しています。また、現在、欧州だけでも60万人以上が50の合法サイトを通じて、30万曲のカatalogが入手可能です。

今回の訴訟について、IFPI会長兼CEOのジェイ・バーマン氏は次のようにコメントしています。

「今日の発表は当然のことです。ここ数年、レコード産業は、違法ファイル交換による被害を受け、法律の説明、ユーザーが合法的に多数の音楽を入手できるサイトの推進など、国内外で様々な活動を積極的に行ってきました。権利者の許諾なく音楽ファイルの交換をする行為は違法であり、すなわち『ファイルを盗む』ことなのです。この結果として、レコード産業に携わる人たちの仕事や生活に被害が及んでいます。

我々はこれまでの経験から、教育だけでは対策が不十分であり、違法なファイル交換について、万引きと同様に『うまく逃げ切れる』と考えている人がいることも認識しています。その考えを改めさせる唯一の方法として、我々は訴訟を選択したのです。音楽創造に携わる多くの人々の仕事や生活が脅かされている現状を黙って見過ごすことはできません」

ここ5年間で、違法な音楽ファイル交換により、世界の音楽売上は減少を続けており、小売店、レコード会社、アーティスト、スタジオ、作詞・作曲家、マネージメント会社、出版社など、音楽で生計を得る人々に大幅な削減や解雇という被害が及んでいます。

ドイツ、デンマーク、イタリア、カナダ以外の国においても、違法ファイル交換ソフトウェアに対して、これ以上違法行為を続けるのであれば、法的手段も辞さないという「警告」キャンペーンが行なわれています。3月25日のイギリスの発表に続き、スウェーデンでも、P2Pネットワークユーザーに対するインスタントメッセージ(IM)キャンペーンの開始が発表されています。

●各国の状況について

デンマーク：

ファイル交換サービス上に数百から数万の音楽ファイルをアップロードしていた120人のユーザーに対し、ファイル交換中止と補償金支払いを求め、これに応じない場合には、民事訴訟を提起する旨の文書が発信された。

ドイツ：

68人のユーザーが刑事告訴の対象として、法執行機関に通報された。各ユーザーが300から数千の音楽ファイルをアップロードしていたとして、証拠が提出された。

イタリア：

30人が著作権侵害で刑事告発された。警察は、25台のPC、30のハードディスクドライブ、ストレージシステムおよび5万曲のファイルを証拠として押収した。

カナダ：

ISPに対する裁判所の身元開示手続きにより、650から3,600の音楽ファイルをアップロードしていた29人が著作権侵害の申立を受ける可能性がある。

これらの訴訟は、Kazaa、DirectConnect、WinMX、eMule、iMeshなどのファイル交換システムを利用して送信可能化している人々を対象としている。

(IFPIプレスリリース 04.03.30)

Monthly Production Report

2004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)の対前年同月比の生産実績は、数量で101%の3,633万枚と前年同月を上回ったものの、金額では97%の486億円となりました。内訳では、オーディオレコードが、主力であるCDアルバムが邦楽洋楽共好調であったため、数量で前年同月比104%の2,389万枚、金額で前年同月比103%の366億円となり、オーディオレコード合計では、数量で前年同月比100%の3,210万枚、金額で前年同月比98%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)

			3月実績						2004年(1月~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
シングル	8cmCD	邦	2,228	7	343%	166	0	61%	5,257	6	390%	499	0	73%
		洋	1	0	52%	0	0	38%	407	1	17898%	53	0	4904%
		計	2,228	7	343%	166	0	61%	5,664	7	419%	551	1	80%
	12cmCD	邦	4,897	15	67%	3,796	9	72%	15,209	19	92%	11,567	11	94%
		洋	72	0	91%	57	0	87%	175	0	83%	142	0	81%
		計	4,968	15	67%	3,853	9	72%	15,383	19	91%	11,710	12	94%
小計	邦	7,124	22	90%	3,962	10	71%	20,466	25	114%	12,066	12	93%	
	洋	72	0	91%	58	0	86%	581	1	273%	195	0	111%	
	計	7,197	22	90%	4,019	10	71%	21,047	26	116%	12,261	12	93%	
12cmCDアルバム	邦	17,184	54	102%	27,153	66	101%	38,888	48	93%	61,092	60	94%	
	洋	6,710	21	110%	9,436	23	109%	18,060	22	104%	25,432	25	104%	
	計	23,894	74	104%	36,589	88	103%	56,947	70	96%	86,524	86	97%	
CD合計	邦	24,308	76	98%	31,114	75	96%	59,354	73	99%	73,158	72	94%	
	洋	6,783	21	110%	9,494	23	109%	18,641	23	106%	25,627	25	104%	
	計	31,090	97	100%	40,608	98	99%	77,995	96	101%	98,785	98	97%	
アナログディスク	邦	193	1	414%	46	0	75%	387	0	391%	87	0	75%	
	洋	21	0	1609%	45	0	3733%	67	0	452%	108	0	718%	
	計	214	1	447%	91	0	146%	454	1	399%	195	0	150%	
カセットテープ	邦	720	2	64%	541	1	60%	2,347	3	78%	1,858	2	75%	
	洋	7	0	695%	5	0	579%	9	0	87%	6	0	81%	
	計	727	2	64%	546	1	61%	2,355	3	78%	1,864	2	75%	
その他	邦	39	0	155%	80	0	259%	52	0	116%	112	0	170%	
	洋	31	0	69%	59	0	76%	77	0	85%	149	0	97%	
	計	69	0	100%	139	0	128%	129	0	95%	261	0	119%	
合計	邦	25,259	79	97%	31,782	77	95%	62,139	77	99%	75,215	74	94%	
	洋	6,842	21	110%	9,602	23	109%	18,794	23	106%	25,890	26	104%	
	計	32,101	100	100%	41,384	100	98%	80,933	100	100%	101,105	100	96%	

● 音楽ビデオ

	3月実績						2004年(1月~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	4,093	97	117%	6,923	96	98%	8,187	96	99%	13,884	95	93%
LD・その他	73	2	60%	129	2	60%	226	3	72%	390	3	72%
テープ	66	2	27%	168	2	23%	155	2	25%	360	2	20%
合計	4,232	100	110%	7,219	100	91%	8,569	100	93%	14,635	100	85%

● 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	3月実績						2004年(1月~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	32,101	88	100%	41,384	85	98%	80,933	90	100%	101,105	87	96%
音楽ビデオ	4,232	12	110%	7,219	15	91%	8,569	10	93%	14,635	13	85%
合計	36,333	100	101%	48,604	100	97%	89,502	100	99%	115,739	100	95%

● ビデオ(含音楽ビデオ)

	3月実績						2004年(1月~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	14,215	96	141%	15,342	87	92%	30,229	94	141%	39,020	84	106%
LD・その他	79	1	48%	131	1	54%	273	1	63%	425	1	67%
テープ	552	4	52%	2,156	12	51%	1,685	5	62%	6,799	15	60%
合計	14,847	100	131%	17,630	100	83%	32,187	100	131%	46,245	100	95%

● オーディオ/ビデオ合計

	3月実績						2004年(1月~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	32,101	68	100%	41,384	70	98%	80,933	72	100%	101,105	69	96%
ビデオ	14,847	32	131%	17,630	30	83%	32,187	28	131%	46,245	31	95%
合計	46,947	100	108%	59,014	100	93%	113,120	100	107%	147,349	100	96%

備考 1. 上記実績は、会員会社「39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。

今月の数字

4月7日、IFPI(国際レコード産業連盟)は2003年の世界音楽売上を発表しました。2003年の世界音楽売上は、金額で対前年比7.6%減の320億米ドルとなりました。各地域およびフォーマットについての詳細は、次号にてご紹介する予定です。

●2003各国のレコード売上

国名	シングル (百万枚)	LP (百万枚)	テープ (百万巻)	CD (百万枚)	音楽DVD (百万枚)	音楽VHS (百万巻)	売上総額 (百万米ドル)	年間成長		1人当たり購入額 (米ドル)	〈参考〉人口 (百万人)
								数量	金額(現地通貨)		
アメリカ	12.1	1.5	17.2	746.0	17.5	1.6	11,847.9	-7.6%	-6.0%	40.30	294.0
日本	86.5	1.4	4.0	205.8	18.2	1.1	4,909.7	-5.2%	-9.2%	38.45	127.7
イギリス	36.4	2.0	0.9	233.9	6.4	0.6	3,215.7	3.3%	0.1%	54.23	59.3
フランス	30.9	0.4	2.5	117.9	6.9	0.5	2,114.7	-9.3%	-14.4%	35.19	60.1
ドイツ	26.8	1.1	15.5	146.8	9.0	1.9	2,022.1	-14.5%	-19.0%	24.51	82.5
カナダ	0.9	-	0.4	53.1	4.0	0.8	676.0	-4.2%	-2.9%	21.46	31.5
オーストラリア	10.0	0.05	0.4	52.9	5.1	0.1	673.8	9.6%	5.9%	34.20	19.7
イタリア	2.8	0.03	1.3	36.2	1.3	0.05	644.6	-5.5%	-4.4%	11.23	57.4
スペイン	3.8	0.01	1.0	53.9	1.5	0.008	595.9	-11.5%	-9.4%	14.50	41.1
オランダ	3.2	0.2	0.07	24.6	4.8	0.2	498.8	-1.9%	-5.1%	30.98	16.1
メキシコ	0.3	0.004	2.1	53.5	-	1.1	346.5	3.4%	-16.2%	3.35	103.5
ロシア	0.2	0.1	85.0	30.3	0.05	0.1	326.2	1.8%	23.7%	2.28	143.2
ブラジル	0.007	0.001	-	58.1	3.7	0.2	304.9	-25.0%	-17.4%	1.71	178.5
スウェーデン	2.4	0.03	0.2	23.7	0.9	0.07	295.0	-9.3%	-14.7%	33.15	8.9
オーストリア	2.2	0.1	0.2	14.3	0.5	0.02	282.1	0.4%	-5.9%	34.83	8.1
スイス	2.3	0.1	0.5	18.6	0.5	0.02	256.3	-12.3%	-12.3%	35.60	7.2
ノルウェー	1.1	-	0.03	12.9	0.3	-	255.7	-10.9%	-9.7%	56.82	4.5
ベルギー	5.0	0.04	0.005	16.1	0.8	0.06	250.7	-7.9%	-10.0%	24.34	10.3
中国	-	-	41.9	34.3	39.5	-	198.3	36.4%	21.7%	0.15	1,304.2
デンマーク	0.4	0.007	0.04	9.8	0.2	0.09	176.9	-14.6%	-12.5%	32.76	5.4
韓国	0.1	-	3.9	15.6	0.2	-	162.4	-31.4%	-30.2%	3.40	47.7
南アフリカ	0.2	-	6.1	11.5	-	-	160.4	0.3%	0.1%	3.56	45.0
ポルトガル	0.2	-	3.2	11.6	0.8	0.01	154.4	3.1%	-12.3%	15.29	10.1
インド	-	-	137.7	15.3	-	-	144.5	-10.6%	-19.7%	0.14	1,065.5
トルコ	-	-	25.1	10.6	-	-	142.5	27.9%	19.3%	2.00	71.3
フィンランド	0.6	0.01	0.09	10.4	0.3	0.03	140.7	7.2%	2.8%	27.06	5.2
台湾	0.4	0.001	0.02	15.1	0.7	0.2	139.8	-16.2%	-13.8%	6.24	22.4
タイ	-	-	14.1	9.1	15.6	-	130.1	-12.2%	-3.5%	2.07	62.8
アイルランド	1.5	0.01	0.03	7.2	0.1	0.3	129.2	-10.5%	-15.4%	32.30	4.0
ニュージーランド	0.7	0.003	0.1	6.9	0.6	0.002	110.6	-5.7%	-3.6%	28.36	3.9
香港	0.03	-	-	10.8	0.9	0.09	94.2	4.8%	-5.1%	13.46	7.0
ポーランド	0.1	0.006	2.0	10.1	0.3	0.03	90.7	-11.2%	-1.5%	2.35	38.6
ギリシャ	0.7	0.01	0.2	6.5	0.2	0.05	86.2	-5.7%	-10.0%	7.84	11.0
インドネシア	-	-	33.6	2.6	1.1	-	77.6	8.9%	7.6%	0.35	219.9
ハンガリー	0.06	0.001	1.6	3.3	0.1	0.02	65.4	5.0%	6.0%	6.61	9.9
アルゼンチン	0.01	-	0.8	10.4	0.1	0.03	52.3	85.0%	77.7%	1.36	38.4
シンガポール	0.6	-	-	5.0	0.3	-	49.0	1.0%	-3.7%	11.40	4.3
コロンビア	0.004	-	0.08	7.2	0.09	0.01	47.9	-5.2%	-17.3%	1.08	44.2
ウクライナ	0.02	-	10.8	6.9	0.009	0.03	42.1	3.3%	33.8%	0.87	48.5
イスラエル	-	-	0.05	6.0	0.1	-	41.4	-	-	6.47	6.4
チェコ	0.01	-	0.7	3.4	0.1	0.03	40.6	-5.5%	-2.7%	3.98	10.2
チリ	0.1	-	0.6	4.7	0.4	-	36.3	-21.6%	-18.5%	2.30	15.8
マレーシア	0.002	-	2.8	2.2	0.4	-	32.6	1.9%	8.0%	1.34	24.4
アラブ首長国連邦	-	-	3.4	1.2	-	-	28.6	-5.1%	-3.1%	9.53	3.0
サウジアラビア	-	-	6.6	0.4	-	-	28.0	-9.8%	-9.5%	1.16	24.2
フィリピン	0.03	-	2.4	3.2	1.3	-	28.0	21.5%	4.8%	0.35	80.0
ルーマニア	-	-	13.9	3.0	0.009	-	27.0	4.0%	11.4%	1.21	22.3
パキスタン	-	-	36.0	1.9	0.1	0.07	23.3	-	-	0.15	153.6
中央アメリカ	0.02	-	0.07	2.0	0.02	-	22.8	-32.0%	-19.4%	0.59	38.8
クオアチア	0.002	-	0.4	1.5	0.02	0.004	17.5	37.9%	43.4%	3.98	4.4
その他(調整)	-0.195	0.187	-52.385	-36.7	-39.298	-0.024	-225.7				176.7
合計	232.5	7.3	427.2	2,111.60	105.7	9.4	32,012.2			6.56	4,882.7

(注) 1. 国際レコード産業連盟(IFPI)資料による。
 2. 円の米ドル換算レートは2003年の平均レート(1ドル115.93円)による。
 3. カセットシングル、CDシングルはシングルに含まれている。

Gold Album +... 認定

2004年3月度

3月度ゴールドアルバム等認定では、宇多田ヒカル「Utada Hikaru SINGLE COLLECTION VOL.1」が2ミリオンを、QUEEN「クイーン・ジュエルズ」がミリオンを達成しました。

邦楽

アルバム

● 2ミリオン

Utada Hikaru SINGLE COLLECTION VOL.1	宇多田ヒカル	2004.03.31	TO
● プラチナ			
UNITED COVER	井上陽水	2001.05.30	FL
Love is a Battlefield	Hi-STANDARD	2000.04.05	PZ
ODYSSEY	平原綾香	2004.02.18	MU
LOVE PSYCHEDELICO III	LOVE PSYCHEDELICO	2004.02.25	V

● プラチナ

commonplace	Every Little Thing	2004.03.10	AVT
LOVE PUNCH	大塚 愛	2004.03.31	AVT
THE SIXTH DAY	Gackt	2004.02.25	CR
THE FRUSTRATED	GLAY	2004.03.24	TO
色色衣	スピッツ	2004.03.17	UM
Tommy airline	Tommy february6	2004.03.17	DF
SMILE	L'Arc~en~Ciel	2004.03.31	KS
BLUE~A TRIBUTE TO YUTAKA OZAKI	VARIOUS	2004.03.24	SE

● ゴールド

SUN	UA	2004.03.24	V
TOO FAST TO LIVE TOO YOUNG TO DIE	氣志團	2004.03.17	TO
アンテナ	くるり	2004.03.10	V
Dressed up to the Nines	ゴスペラーズ	2004.03.10	KS
現実逃走記	ジャパハリネット	2004.02.28	TF
LOVE OVERFLOWS -ASIAN EDITION-	DREAMS COME TRUE	2004.03.03	UM
沖縄の風	夏川りみ	2004.02.25	V
Vo Vo Tau 01hz	Vo Vo Tau	2003.10.22	PY
CiSTm KOnFLiqT...	THE MAD CAPSULE MARKETS	2004.03.31	V
ベスト! モーニング娘。2	モーニング娘。	2004.03.31	EP
SOUL TREE~a musical tribute to toshinobu kubota~	VARIOUS	2004.02.25	SE

シングル

● プラチナ

Wonderful Life	&G	2004.03.10	V
ざくらんぼ	大塚 愛	2003.12.17	AVT
ミチシルベ~a road home~	ORANGE RANGE	2004.02.25	SR
やさしいキスをして	DREAMS COME TRUE	2004.02.18	UM
Moments	浜崎あゆみ	2004.03.31	AVT

● ゴールド

GLORY DAYS	175R	2004.03.03	TO
Pieces	w-inds.	2004.03.10	PC
裸~Nude~	Vo Vo Tau	2004.01.21	PY
瞳の住人	L'Arc~en~Ciel	2004.03.03	KS
Dandelion	RIP SLYME	2004.03.17	WJ

ビデオ

● ゴールド

Typhoon No.15 B'z LIVE-GYM The Final Pleasure "IT'S SHOWTIME!!" in 渚園	B'z	2004.02.25	ON
---	-----	------------	----

● ゴールド

A museum~30th single collection live~	浜崎あゆみ	2004.02.25	AVT
---------------------------------------	-------	------------	-----

洋楽

アルバム

● ミリオン

クイーン・ジュエルズ	QUEEN	2004.01.28	TO
------------	-------	------------	----

● プラチナ

輝煌~Shining Energy~	女子十二楽坊	2004.03.03	PY
冬の恋歌(ソナタ) ドラマ・オリジナル・サウンド・トラック	Ryu / Sun	2003.07.04	JK

● ゴールド

ホンキン・オン・ボーボウ	エアロスミス	2004.03.31	SI
ME AND MR. JOHNSON	ERIC CLAPTON	2004.03.24	WJ
ダミタ・ジョー	ジャネット・ジャクソン	2004.03.22	TO
Adagio	sweetbox	2004.02.04	AVT
セクレッド・ラヴ	ステイキング	2003.09.17	UM
バステッド	バステッド	2003.06.21	UM
コム・ラヴ:2+2=5	レディオヘッド	2004.03.24	TO

※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/BG:ビーグラムレコーズ/BM:パーミリオンレコード/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/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/FL:フォーライフミュージックエンタテイメント/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・アジアエンタテインメント/K:キングレコード/KS:キューンレコード/MU:ドリーミュージック/ON:ビーヴィジョン/PAR:ブライエド・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:ビザ・オブ・デス・レコーズ/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/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・ジャパン



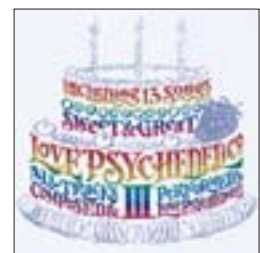
Utada Hikaru SINGLE COLLECTION VOL.1/
宇多田ヒカル



UNITED COVER/井上陽水



ODYSSEY/平原綾香



LOVE PSYCHEDELICO III/
LOVE PSYCHEDELICO



クイーン・ジュエルズ/QUEEN

※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

当協会ではこの度、「日本のレコード産業 2004年度版」を発行しました。レコードの生産実績、新譜・カタログ数、ミリオンセラー、世界売上等の音楽産業に関する情報を幅広く掲載しています。日本語版、英語版ともに当協会ホームページでご覧いただけますので、ぜひご利用ください。



Respect Our Music

THE RECORD No.534 2004年5月号

社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 依田 巽
編集人 田辺 攻
発行日 2004年5月10日
発行 社団法人 日本レコード協会
〒104-0061 東京都中央区銀座7-16-3 日鐵木挽ビル2F
TEL. 03-3541-4411 (代) FAX. 03-3541-4460 (代)
URL: <http://www.riaj.or.jp/>

制作協力 株式会社エフビーアイ・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

編集後記

自宅の前に千川上水が流れています。遊歩道をゆっくり歩くことは少ないのですが、日ごとに濃くなる木々の緑をベランダから楽しんでいます。

(R.O)