

THE RECORD

RIAJ 社団法人 日本レコード協会

平成8年5月1日発行

RECORDING INDUSTRY ASSOCIATION OF JAPAN

〒104 東京都中央区銀座7-16-3 Tel 03-3541-4411(代)
Fax 03-3541-4460

平成 8 年 5 月 号 No. 438

パッケージメディア保有率推移

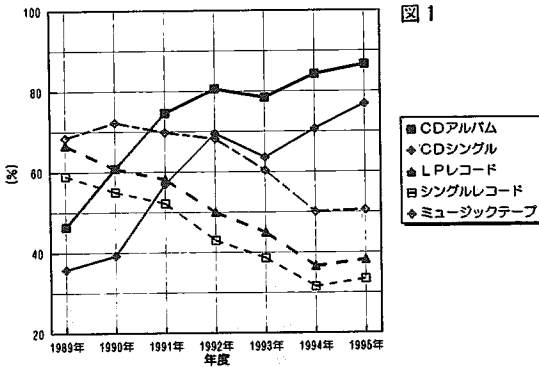


図 1

日本レコード協会調査統計部会では、今年も『95年度AVパッケージメディア消費者実態調査』を実施しました。以下に主な調査結果をお知らせいたします。

調査仕様
調査は、東京首都圏（30km圏）に居住する満13～65歳までの男女個人

'95年度AVパッケージメディア消費者実態調査を実施

を対象とし、平成7年11月10日～11月24日にかけて、エリアサンプリング法で800サンプル、質問紙による留置自記入法で実施しました。

母集団は、従来の実際の人口構成比に合わせたものから各層100サンプル方式を採用しました。また、全体平均を出す際は、実際の人口構成比による係数を掛けて算出しました。

パッケージメディアの保有量推移

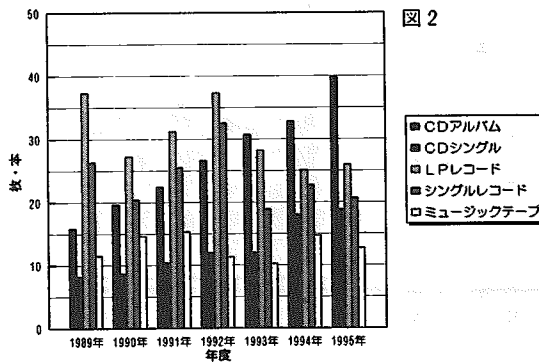


図 2

保有量の数値は保有者を1名として計算

パッケージメディア購入率推移

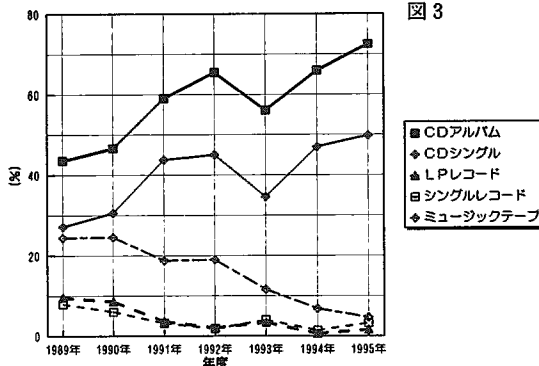


図 3

調査目的
本調査は、AVパッケージメディアに関する消費者の受容実態を時系列的な視点・世代間比較の視点によって、総合的に把握することを主な目的としています。

また、今回は、CD購入の中核を成す10・20代にスポットをあて、彼らのパッケージメディア受容状況に留まらず、ライフスタイルも把握し、ライフスタイル毎の購入喚起アプローチを探ることを試みています。その手法として、今年から、10・20年代毎の2集団ではなく中学生、

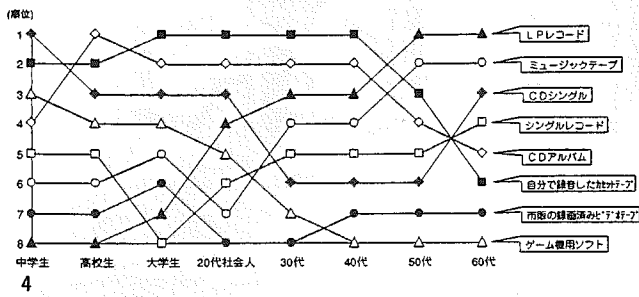
高校生、大学生、20代社会人のライ
フステージ毎に4つの集団に分類し
ました。

時系列分析

まず、13〜39歳の500サンプル
による時系列の流れをみてみましょ
う。

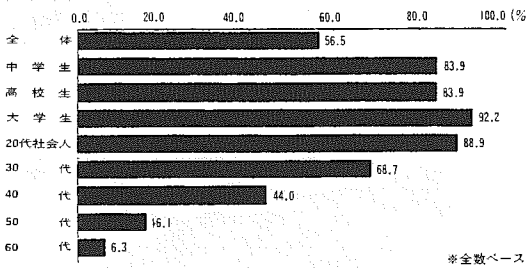
図1は、パッケージメディア保有
率の推移です。CDは昨年に引き続
き増加傾向にあり、特にCDシン
グルに顕著でした。LP・シングル
コード、ミュージックテープは昨年

パッケージメディアの年代別保有量順位 図4



4

最近1年間の「音楽ソフト」からの録音状況 図5



続いて、65歳までを加えた800
サンプルによる世代間比較をみてみ
ましょう。

世代間分析

図2は保有量の推移です。CDは
昨年に引き続き増加傾向にあり、特
にCDアルバムに顕著でした。L
P・シングルレコード、ミュージッ
クテープは昨年と同水準でした。

図3は購入率の推移です。保有率
と同傾向がみられ、CD、特にシ
ングルCDに増加傾向がみられ、L
P・シングルレコード、ミュージッ
クテープは昨年と同水準でした。

と同水準でした。

新伝送メディアの加入率 図6

	サンプル数	BS放送	CS放送	CATV	有線放送	パソコン通信	ひとつもない
全体	800	29.0	4.0	5.1	5.8	5.0	62.8
中学生	56	28.6	3.6	3.6	12.5	5.4	58.9
高校生	56	39.3	5.4	7.1	10.7	3.6	50.0
大学生	90	28.9	3.3	11.1	6.7	6.7	60.0
20代社会人	99	32.3	2.0	8.1	11.1	2.0	59.6
30代	134	23.1	2.2	0.7	5.2	14.2	64.2
40代	159	30.2	6.3	3.1	3.1	1.3	66.7
50代	143	27.3	4.9	4.9	2.1	4.9	66.4
60代	63	28.6	6.3	6.3	3.2	0.0	65.1

図5は最近1年間の「音楽ソフ
ト」からの録音状況です。全体の
56・5%が録音を行っており、特に
10・20代では全体の約9割前後が録
音を行っています。

図6は新伝送メディアの加入率で

図6は新伝送メディアの加入率で
す。全体で約4割の人が新伝送メデ
アを利用しており、最も利用率の
高いものは「BS放送」の約30%で
す。パソコン通信は30代の利用率が
高くなっています。

図7は音楽ギフトカード・レコー
ド券の認知率です。本年度、認知率
が大幅に上昇し、それぞれ4割を越
えました。また、それぞれの認知率
は、今回、初めて、「どちらも知ら
ない」方をポイント数で上回りました。

音楽ギフトカード等の認知状況 図7

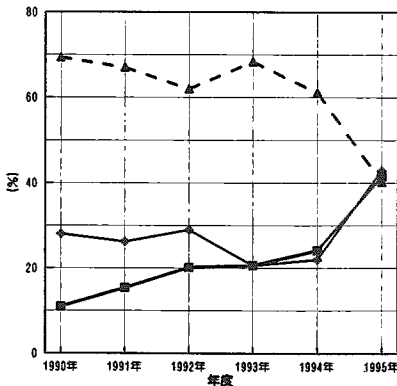


図7は音楽ギフトカード・レコー
ド券の認知率です。本年度、認知率
が大幅に上昇し、それぞれ4割を越
えました。また、それぞれの認知率
は、今回、初めて、「どちらも知ら
ない」方をポイント数で上回りました。

図7は音楽ギフトカード・レコー

図7は音楽ギフトカード・レコー
ド券の認知率です。本年度、認知率
が大幅に上昇し、それぞれ4割を越
えました。また、それぞれの認知率
は、今回、初めて、「どちらも知ら
ない」方をポイント数で上回りました。

図7は音楽ギフトカード・レコー
ド券の認知率です。本年度、認知率
が大幅に上昇し、それぞれ4割を越
えました。また、それぞれの認知率
は、今回、初めて、「どちらも知ら
ない」方をポイント数で上回りました。

平成7年度
文化庁 芸術作品賞 発表

3月21日、東京都港区・赤坂プリンスホテルにて、平成7年度(第11回)の文化庁芸術作品賞の授賞式が行われました。レコード部門では、一部(邦楽系音楽等)2作品、二部(洋楽系音楽等)2作品の計4作品が選ばれました。以下に、作品一覧に掲載されたコメントと共に4作品をご紹介します。

(一部) (邦楽系音楽等)

堅田喜三久 邦楽雑子大系
日本コロムビア株式会社



歌舞伎および歌舞伎舞踊にはなくてはならない邦楽雑子を、斯界の第一人者である堅田喜三久が構成・演奏したもので、代表曲から選り構成した演奏は見事であり、効果音を含めて、雑子のすべてを尽くして、貴重な集大成となっている。録音技術も優れていて、この方面の今後の研究にも貢献するところが大きい。

米川敏子の世界
ビクターエンタテインメント株式会社



地歌・生田流箏曲の米川敏子が、その子米川裕枝を共演者として、「乱」「残月」「冬の月」「楓の花」他を、驚くべき柔軟さと正確さをもって演奏し、このジャンルに規範を提出した。米川琴翁・敏子・裕枝の三代が古典に対して創作したパートも収められていて、一族の音楽性の高さも示されている。演奏の高水準とともに、日本語・英語による周到な解説も、国内外での日本音楽の普及に貢献しよう。

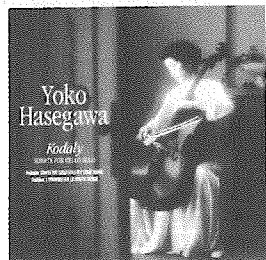
(二部) (洋楽系音楽等)

J・S・バッハ無伴奏チェロ組曲(全曲)
B M G ビクター株式会社



チェロの旧約聖書ともいえるバッハの「無伴奏チェロ組曲」にはさすがに一流の名手たちの録音が数多くあるが、その中にあるのもこの鈴木秀美の全曲録音は独自の個性をもつものとして高く評価される。「バッハの音楽は語る音楽」という信条を見事に具現化し、かつ、いかにも自然な表現にまで高めている。また、いろいろな筆写譜を検討した結果を採用しているなど資料的な研究も深く、その点でも意義がある。

コダーイ：無伴奏チェロ・ソナタ
ビクターエンタテインメント株式会社



コダーイ、デュティユー、プロコフィエフのチェロ・ソナタを3台のチェロの銘器で弾きわけけるという試みが成功しているだけでなく、長谷川陽子という若いチェロ奏者が、解釈においても、表現においても、卓越した資質を示し、世界的な水準の演奏を実現している。新しい世代の演奏家の質の高さを証明する録音となっている。

'96年度
Q盤キャンペーン
概要固まる

当協会の需要拡大事業の柱として、夏、冬2回のキャンペーンを中心に積極的に展開されてきましたQ盤キャンペーンは、おかげさまで、ユーザーの間に広く認知・定着してまいりました。そこで、今年度は、さらにQ盤の永続化に繋げるべく、年間キャンペーンとして、次の各施策を実施することになりました。以下にその施策を列記致します。

- (1) 広告(雑誌)の年間展開
週刊誌等への月1回のレギュラー
出稿。
 - (2) 『Q盤ニュース』(仮題)の年間
2回(6・9月)の発行
A4判、8頁中綴程度の冊子。
 - (3) Q盤ロゴによるプレゼント・キャンペーンの実施(年間)
 - (4) コーナーの常設(期間限定でない
通常什器によるコーナーの設置)
店の確立
 - (5) Q盤コーナー設置店用ステッカー、
店頭用ポップの作成。
 - (5) 年末年始期に店頭用Q盤チラシ作
成並びに広告の充実
- CDサイズのジャンル別チラシの
作成。

平成7年度著作権研修会開催

去る3月29日(金)、文化庁著作権課国際著作権室室長である岡本薫氏を講師としてお招きし、当協会大会議室において、最近の国際著作権関係の動向に関する研修会を開催しました。

3時間弱に亘る講演の中で、
1. 「デジタル化、ネットワーク化」に関する国際的検討とその結果
2. 「ベルヌ条約議定書」・「実演家とレコード製作者の保護に関する新文書」採択に向けての国際的検討
3. 米国によるWTO提訴の背景と展開

というテーマで、現在の環境、検討状況に関する興味深い講演となりました。

その中で、著作物及び関係権利対象物の情報がデジタル化され、ネットワークを通じて国際的に流通することに対応するための検討が必要であることに言及され、WIPO(世界知的所有権機関)における検討状況が報告されました。

WIPOでの検討の中で、デジタル関連については、権利を保護する

ための「技術的手段」、及び、「著作権管理情報」の正確な伝送等の問題が取り上げられています。

また、TRIPSによるレコードの保護の遡及問題については、橋本総理大臣の意向に従い、文化庁は、今秋開催される予定の国会に著作権法改正案を提出するための準備を進め、先進諸国との調和を図っていくことが報告されました。



望月和夫氏 勲三等瑞宝章 乙骨 剛氏 藍綬褒章 受章

平成8年春の叙勲において、日本コロムビア株式会社の望月和夫氏が勲三等瑞宝章を、東芝EMI株式会社の乙骨剛氏が藍綬褒章を、それぞれ受章されました。

望月氏は、日本コロムビア株式会社の経営者として、乙骨氏は、東芝EMI株式会社の経営者として、それぞれ、数多くの功績を築かれました。

また、両氏は、長年当協会の要職に就き、多方面に亘り、業界発展のためにご尽力されました。さらに、望月氏は昭和63年、平成2年、乙骨氏は平成4、6年、当協会の会長として、レコード業界のトップとして、業界の発展に貢献しました。

このような音楽文化に対する多大な貢献が今回の受章につながったことと思います。

この度の受章は、レコード業界にとっても大変名誉なことであり、心からお慶び申し上げます。

なお、両氏への受章伝達式は、5月9日に東京・国立劇場、5月15日に東京・如水会館に於いて、それぞれ行われました。

■通産省 平成8年工業統計調査広報用ポスターの公募について

通産省の工業統計調査の広報用ポスターの一般公募が、今年も行われています。

工業統計調査は、我が国の製造業の実態を明らかにすることを目的として、全国の製造業を営む事業者を対象に、毎年12月31日現在で実施しており、調査結果は、国や地方自治体の様々な施策の重要な基礎資料として用いられる等、幅広く利用されています。

応募期間は、平成8年4月22日～6月25日(当日消印有効)です。奮ってご参加下さい。詳細は広報室までお問い合わせ下さい。

■経済企画庁 消費者月間について

現在、経済企画庁では、5月の「消費者月間」中に、消費者啓発の積極的推進に努めており、今年も、「活かそう情報、くらしの中へ」を統一テーマとして、各種関連事業等を実施しています。詳細は広報室までお問い合わせ下さい。

■レコード協会組織変更について
業務部に企画課と業務課を置く。

(4月1日付)

日本レコード協会ヒットチャートデータによるランキング

平成8年3月度(96年2月21日~96年3月20日)のヒットチャートデータがまとまりました。これによる各ランクの5位までは次のとおりです。

順位	タイトル	アーティスト	発売元
■邦楽・洋楽合同シングル 5位			
1.	ミエナイカラ ~INVISIBLE ONE~/MUVE	B'z	(BM)
2.	I'm Proud	華原朋美	(PI)
3.	Don't wanna cry	安室奈美恵	(AVT)
4.	ミッドナイト・シャッフル	近藤真彦	(SME)
5.	ああ	大黒摩季	(BG)
■洋楽シングル 5位			
1.	I'll DO IT ~愛のバトワ~	NAHKI & ダイアナ・キング	(SME)
2.	トップ・オブ・ザ・ワールド	カーペンターズ	(PO)
3.	アイ・ワズ・ボーン・トゥ・ラヴ・ユー	クイーン	(TO)
4.	イエー・イエー・イエー (テル・ミー・ベイビー)	シャンブー	(TO)
5.	ドゥビ・ドゥビ	ミー・アンド・マイ	(TO)
■邦楽・洋楽合同アルバム 5位			
1.	King & Queen	布袋寅泰	(TO)
2.	SINGLES COLLECTION+6	WANDS	(BG)
3.	SMAP 008~TACOMAX	SMAP	(V)
4.	ROAD OUT 'TRACKS	浜田省吾	(SME)
5.	青春の輝き~ ベスト・オブ・カーペンターズ	カーペンターズ	(PO)
■クラシックアルバム 5位			
1.	夜明けのうた	鮫島有美子	(C)
2.	SERI~武満徹ポップスソングス	石川セリ	(C)
3.	アダージョ:カラヤンII	ヘルベルト・フォン・カラヤン指揮 /ベルリンP.O	(PO)
4.	アダージョ・パッサ	オムニバス	(PO)
5.	グレイト・アーティスト・ミート・ ウエスト・サイド・ストーリー	オムニバス	(BV)
■洋楽アルバム 5位			
1.	青春の輝き~ ベスト・オブ・カーペンターズ	カーペンターズ	(PO)
2.	ザ・ビートルズ・アンソロジー2	ザ・ビートルズ	(EW)
3.	FALLING INTO YOU	セリーヌ・ディオン	(SME)
4.	マーキュリー・フォーリング	ステイニング	(PO)
5.	タイム・オブ・ジ・オウス	ハロウィン	(V)

*日本コロムビア(C)/ビクターエンタテインメント(V)/キングレコード(K)/テイチク(TE)/ポリドール(PO)/東芝EMI(TO)/日本クラウン(CR)/徳間ジャパンコミュニケーションズ(TJC)/ソニー・ミュージックエンタテインメント(SME)/マーキュリー・ミュージックエンタテインメント(MME)/ポニーキャニオン(PC)/ワーナーミュージック・ジャパン(WJ)/アポロン(AP)/フォーライフレコード(F)/バップ(VAP)/トーラスレコード(TA)/ポリスター(PS)/アルファミュージック(AL)/キティエンタープライズ(KT)/ファンハウス(FUN)/イーストウエスト・ジャパン(EW)/BMGビクター(BV)/NECアベニュー(NA)/メルダック(ME)/TDKコア(TDK)/メディアレモラス(MR)/トイズ・ファクトリー(TF)/バンダイ(BC)/バイオニアLDC(P)/MCAビクター(MV)/ロックイットレコード(RO)/エイベックス・ディー・ディー(AVT)/ツインレコーズ(ZA)/ルームスレコーズ(BM)/ビーグラムレコーズ(BG)/ワン・アップ・ミュージック(EP)

3月度「ゴールド・アルバム」他認定作品

3月度のゴールド・アルバム他が次のとおり認定されました。

■アルバム(21作品)

【邦楽】

◆ダブル・プラチナ

King & Queen/布袋寅泰(TO)
バンザイ/ウルフルズ(TO)

◆プラチナ

SMAP 008~TACOMAX/SMAP (V)
ROAD OUT "TRACKS"/浜田省吾 (SME)
LOOKING BACK/小田和正 (FUN)
BEAT out/GLAY (PO)
Persona/浜田麻理 (MV)
SINGLES COLLECTION+6/WANDS (BG)

◆ゴールド

H2O/米米CLUB (SME)
Pureness/岡本真夜 (TJC)
Truth/PAMELAH (C)
THE LIVE³/trf (AVT)

【洋楽】

◆プラチナ

ザ・ビートルズ・アンソロジー2
/ザ・ビートルズ (TO)
ドゥビ・ドゥビ/ミー・アンド・マイ (TO)

◆ゴールド

FALLING INTO YOU
/セリーヌ・ディオン (SME)
ベスト・オブ・スイング・アウト・シスター
/スイング・アウト・シスター (MME)
スキヤット天国(パラダイス)
/スキヤットマン・ジョン (BV)
ベスト・オブ・タイムス~グレイテスト・ヒッツ
/ダリル・ホール&ジョン・オーツ (BV)
フォレスト/ジョージ・ウインストン (BV)
ベスト・オブ・TAKE 6/TAKE 6 (WJ)
タイム・オブ・ジ・オウス/ハロウィン (V)

■シングル(25作品)

【邦楽】

◆2ミリオン

愛のままにわがままに 僕は君だけを傷つけない
/B'z (BM)

◆トリプル・プラチナ

ミエナイカラ~INVISIBLE ONE~/B'z (BM)
空も飛べるはず/スピッツ (PO)

◆ダブル・プラチナ

そばかす/JUDY AND MARY (SME)
Make-up Shadow/井上陽水 (FL)
Don't wanna cry/安室奈美恵 (AVT)
I'm Proud 華原朋美 (PI)

◆プラチナ

ミッドナイト・シャッフル/近藤真彦 (SME)
グロリアス/GLAY (PO)
FOREVER/岡本真夜 (TJC)
LOVE NEVER DIES/THE ALFEE (PC)
幸せになりたい/内田有紀 (K)
プライマル/ORIGINAL LOVE (PC)
DAHLIA/X JAPAN (EW)
ああ/大黒摩季 (BG)
DAN DAN 心魅かれてく
/FIELD OF VIEW (ZA)
メイド・イン・ジャパン/V 6 (AVT)

◆ゴールド

JAM/THE YELLOW MONKEY (C)
SEE YOU/黒夢 (TO)
バンザイ~好きでよかった~/ウルフルズ (TO)
カントリーロード/本名陽子 (TJC)
WORST CRIME/Blind To My Heart
/WANDS (BG)
Sexy/hitomi (AVT)

【洋楽】

◆プラチナ

I'll DO IT
/NAHKI & ダイアナ・キング (SME)

◆ゴールド

オールウェイズ・ラヴ・ユー/TAKE 6 (WJ)

世界の話題

■仏レコード協会、価格規制を要求 バリ

仏レコード協会(SNEP)が政府と議会に小売価格に関するロビー活動を行っています。

卸価格より安く商品を販売する小売店に対する政府の規制案とSNEPの動向が一致しました。

政府案には生鮮食料品しかありませんが、価格問題はSNEPが政府と徹底的に議論したにも拘らず成果が現れなかった問題であったので、同団体は議員へ直接的なロビー活動を開始しました。

SNEPの要求は、定価販売ではなく、レコード会社が卸価格を決定し、小売業者と交渉するという現行制度の柔軟性を保つてます。SNEPによれば、本制度はレコードの原価や原価割れ価格での販売防止に必要で、欧州規制とも共存できるとしています。

提案の法案に違反した小売店は、法廷で罰金を科せられます。

同国のレコードの55%以上は郊外型量販店で販売されています。SNEPが提案した制度は少数のタイトルしか扱わず、客寄せに安売りレコードを使う量販店での価格の格差を減らすことになると、レコード会社は考えています。

SNEPは、スーパーの豆と同様にレコードが扱われたら、フランス音楽の増産やラジオでの放送時間の規制の努力も水泡に帰すと言っています。

SNEPは、「議会がレコードの規制に合意する保証はないが、現在

の小売規制の範囲内でこの提案を議論する余地は残されている。我々はレコードは文化であると主張したい。適正価格で販売しなくてはヒット・レコードを制作することはできない」と言っています。
(’96.4.6 ビルボード)

■エンハンスドCDの今後

音楽業界全体にとって大きな挑戦であるエンハンスドCDについての論争は過去の音楽論争を連想させます。

MTVのお陰で音楽の音声と視覚面が結合しました。MTVが従来の音楽を変えることを最初誰も予測できなかったように、このCDの将来を判断するのは時期尚早です。

その売上は少ないようですが、多くの会社で予測を上回る売上を示しています。実際、第一世代のこのCDは、消費者や小売業者に新しいメディアを紹介する偉業を成し遂げました。

各社は独自のエンハンスドCD戦略を展開しています。マルチメディアへの投資費用を通常のCD価格に加えている製品と、通常のCDと同じ価格の製品があります。

同CDのセールス・ポイントであるマルチメディアのコンテンツ(音楽の注釈、歌詞、相互性のある要素)と音楽は、既に一般に馴染みのある物です。内容は媒体と共に発達しています。

ある調査会社によると、アメリカの世帯のCD-ROM所有率は、1994年7月で6%、1996年1月で15

%に増えています(1か月で150%増)。また、アメリカのパソコン所有家庭の27%が過去2年間に最初のパソコンを購入し、2台以上のパソコンを持つ家庭は28%に上昇しました。

別の調査では、1994年に860万台だった家庭に設置されたコンピューターの台数は、5年後に3,320万台になると予測しています。

消費者が限られた時間をコンピューターを使用して過ごしたいという欲求をレコード業界は、既に感じています。

欠点としては、エンハンスドCDと通常CDをパッケージで見分けが難しいことと、コンピューターでのアクセスに抵抗を感じる消費者がいることが挙げられます。

レコード業界はコンピューターのハードとソフト産業は製品共存のため協力してきましたが、これは次第になくなるでしょう。

特に、新進アーティストは、自らを音楽家であると同時にマルチメディア・アーティストとして位置付けています。このメディアの新しい娯楽性を活用できるアーティストは、興味をそそる新分野、創造性の表現方法とファンと互いにアクセスできる手軽な方法を見出しました。業界がこの分野をリードしなければ、アーティストが業界を後押しするでしょう。

音楽と芸術を次の段階に導くために、音楽業界は未来に向け積極的に取り組むべきです。

(’96.3.30 ビルボード)

会議メモ (主なもの)

(4月1日～4月30日)

- 4・1 法制部会
- 4・2 GD幹事会
- 4・2 Q盤プロジェクト
- 4・3 新商品対応プロジェクト
- 4・5 再販プロジェクト
- 4・9 営業部会

- 4・10 レコード制作基準倫理委員会
- 4・10 宣伝部会
- 4・10 著作権部会
- 4・11 資材専門部会
- 4・16 新商品対応プロジェクト
- 4・17 業務委員会
- 4・18 ISRCDBプロジェクト
- 4・19 著作権部会
- 4・23 技術委員会
- 4・23 ビデオ部会
- 4・23 情報システム部会
- 4・23 Q盤プロジェクト
- 4・25 洋楽宣伝専門部会
- 4・25 JASRAC委員会
- 4・26 GD幹事会
- 4・26 理事会
- 4・30 廃盤セールプロジェクト

1996年 3月レコード生産実績

数量：千枚・巻

単位

金額：百万円

表1. オーディオディスク

	3月 実績						1996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	
C	邦洋計	9,463	25	100	6,075	13	102	40,264	39	118	25,875	21	122
	邦洋計	268	1	94	189	0	135	924	1	95	511	0	129
	計	9,731	26	100	6,263	13	103	41,188	40	118	26,386	21	122
D	邦洋計	18,326	49	129	28,381	59	116	39,808	38	110	63,945	52	102
	邦洋計	9,614	25	127	13,775	28	119	22,596	22	108	32,792	27	104
	計	27,940	74	128	42,157	87	117	62,404	60	109	96,737	78	103
D	邦洋計	27,790	74	118	34,456	71	113	80,072	77	114	89,819	73	107
	邦洋計	9,882	26	125	13,964	29	119	23,520	23	107	33,303	27	104
	計	37,672	100	120	48,420	100	115	103,592	100	112	123,123	100	106
アログ	邦洋計	49	0	355	77	0	326	79	0	153	116	0	120
	邦洋計	11	0	31	16	0	21	39	0	55	63	0	43
	計	60	0	119	93	0	93	118	0	96	179	0	73
合計	邦洋計	27,838	74	118	34,533	71	113	80,150	77	114	89,936	73	107
	邦洋計	9,894	26	125	13,980	29	118	23,560	23	107	33,367	27	104
	計	37,732	100	120	48,513	100	115	103,710	100	112	123,302	100	106

表2. オーディオテープ

	3月 実績						1996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	
カセット	邦洋計	2,017	99	95	1,590	98	99	5,671	99	97	4,562	99	99
	邦洋計	28	1	126	32	2	129	55	1	58	67	1	71
	計	2,045	100	95	1,622	100	99	5,725	100	96	4,628	100	98
カートリッジ	邦洋計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	邦洋計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	邦洋計	2,017	99	95	1,590	98	99	5,671	99	97	4,562	99	99
	邦洋計	28	1	126	32	2	129	55	1	58	67	1	71
	計	2,045	100	95	1,622	100	99	5,725	100	96	4,628	100	98

表3. 複合型CD (CDグラフィックス、CD-I、CD-ROMなど)

	3月 実績						1996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
邦洋計	8,775	100	252	2,565	100	117	21,353	100	265	6,430	98	135
洋盤計	7	0	30	9	0	22	39	0	88	121	2	123
合計	8,782	100	250	2,574	100	115	21,392	100	264	6,551	100	134

表4. ビデオレコード

	3月 実績						1996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
ディスク	1,191	36	87	3,801	32	92	3,183	37	92	9,229	34	86
テープ	2,161	64	120	8,112	68	116	5,423	63	112	17,954	66	92
合計	3,352	100	106	11,913	100	107	8,607	100	104	27,183	100	90

表5. オーディオ/ビデオ/AV複合型レコード合計

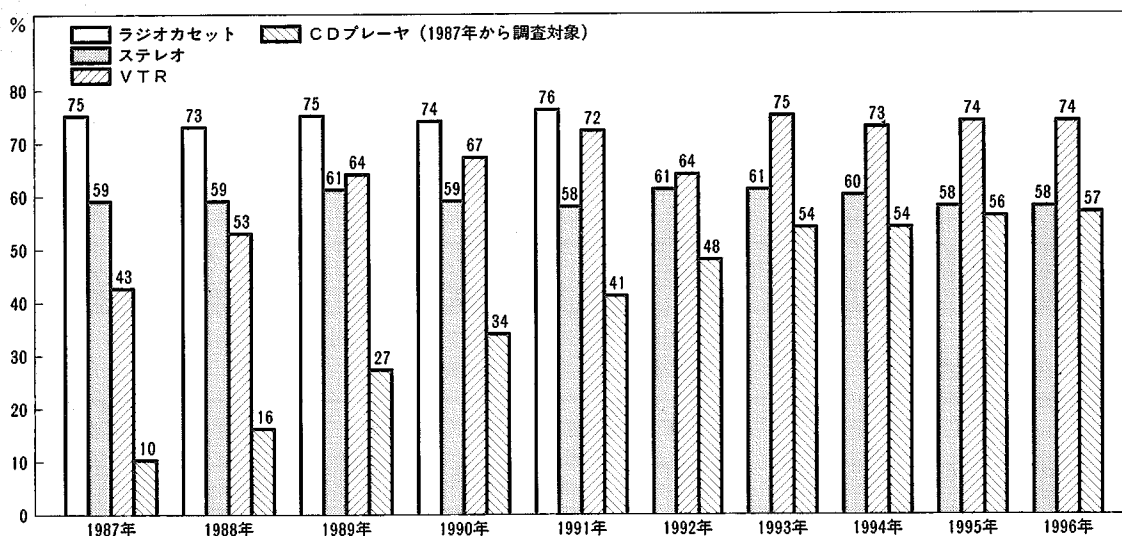
	3月 実績						1996年(1月~3月) 累計					
	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオ	39,777	77	118	50,136	78	114	109,435	78	111	127,930	79	106
複合型CD	8,782	17	250	2,574	4	115	21,392	15	264	6,551	4	134
ビデオ	3,352	6	106	11,913	18	107	8,607	6	104	27,183	17	90
合計	51,911	100	129	64,622	100	113	139,434	100	122	161,664	100	104

備考 1. 本年実績は、会員会社「30社」の集計である。
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。

耐久消費財の保有状況

本号は、経済企画庁が毎年3月に全国の普通世帯を対象に行っている「消費動向調査」から、レコード産業に関連のある耐久消費財を中心に、その保有状況を紹介します。

ラジオカセット、ステレオ、VTR、CDプレーヤの普及率推移



(注) 経済企画庁「消費動向予測調査」より。ラジオカセットは92年以降調査なし。

地域別主要耐久消費財の保有状況 (1996年3月末現在)

単位: %, 台

地域		ステレオ	V T R	C D プレーヤ	ビデオ ディスク プレーヤ	カラオケ 装置	カラー テレビ	ピアノ	電子鍵盤 楽器
全 国	普及率	58.2	73.8	56.8	15.8	13.4	99.1	22.0	15.5
	保有数	82.2	104.4	72.1	18.4	14.5	215.2	22.5	16.5
北海道 ／東北	普及率	60.0	72.7	50.0	13.8	14.8	98.9	15.1	16.8
	保有数	79.2	98.0	63.5	15.7	15.9	198.9	15.9	17.9
関 東	普及率	63.0	77.9	64.4	17.8	10.8	99.4	23.4	17.7
	保有数	94.2	110.0	84.7	20.6	11.8	210.5	23.7	19.2
北陸 ／甲信越	普及率	61.2	71.9	57.7	17.4	15.0	99.3	21.8	15.6
	保有数	86.9	110.9	72.8	19.6	17.0	244.2	22.3	16.6
東 海	普及率	56.9	73.8	55.3	12.5	15.1	99.1	26.0	16.7
	保有数	83.5	107.2	72.6	14.4	16.3	232.1	26.8	17.9
近 畿	普及率	55.9	72.8	55.2	17.4	8.2	99.3	23.9	12.8
	保有数	77.6	105.4	69.2	19.9	8.6	212.1	24.3	13.5
中国 ／四国	普及率	55.4	73.4	55.2	15.3	19.8	98.7	23.8	14.7
	保有数	76.2	104.0	67.8	19.7	21.6	234.8	24.0	15.7
九州 ／沖縄	普及率	50.5	68.6	51.4	14.2	14.3	99.0	18.5	12.1
	保有数	66.3	90.7	60.9	15.6	15.2	190.0	19.6	12.5

(注) 経済企画庁「消費動向予測調査」より。保有数は100世帯当たりの保有台数。