

Contents

Contents

THE RECORD……2003. 5 No. 522

- 私的録音補償金と今後の課題
 (社)私的録音補償金管理協会
 専務理事・事務局長 高比良 昭夫 --- 2
- 2002年度「音楽メディアユーザー実態調査」実施 -- 3
- 平成15年度事業計画----- 8
- 2002年世界音楽売上----- 10
- Information ----- 12
 オンラインストレージサービスを悪用した著作権
 侵害を摘発／B P I 音楽ダウンロード実態調査／
 レンタルレコード委員会、二次使用料委員会を新
 たに設置
- GOLD ALBUM 他 認定作品 ----- 13
- 統計資料 ----- 14
- レコード生産実績 ----- 15

2002年度「音楽メディアユーザー実態調査」実施

当協会では、2002年度「音楽メディアユーザー実態調査」を実施し、報告書としてとりまとめました。本報告書は、音楽CD購入者の実態を把握すると共に、その背景にあるユーザーの意識や関連ハード、インターネット等の環境変化を明らかにすることを目的としています。

今回の調査項目及びポイントは以下のとおりです。

1. 音楽CDの購入実態

音楽CDの購入率（アルバム・シングル、新品・中古）、利用率（レンタル）、音楽CDの購入枚数（アルバム・シングル）、性・年代別の推定マーケットシェア、音楽CD購入の動機

【ポイント】

- ・過去半年間における音楽CDの購入率は58%である
- ・アルバムでは大学生、専門学校生が、シングルでは高校生がメイン顧客である
- ・音楽マーケットにおける中高年層のシェアは増加傾向にある
- ・店内BGM、試聴機等、店頭が購入動機に大きく影響している

2. 音楽に対する意識

音楽を楽しむ意識、現在よく聴くジャンル、現在のCDについて思うこと

【ポイント】

- ・音楽に対する関心は依然として根強い
- ・日本のポップスは幅広い世代に浸透、他ジャンルは性・年代でファン層が大きく変化
- ・現在の音楽CDについて、アーティストへの支持は高いが、楽曲評価については意見が分かれる

3. コピーコントロールCD (CCCD) の認知及び支持率

CCCDの認知、評価

【ポイント】

- ・コピーコントロールCDの認知は過半数に達する
- ・コピーコントロールCDの支持は60%近くを占める

4. AV機器の保有実態

自宅に保有するAV機器、CD-R機器

【ポイント】

- ・携帯電話、コンポ型ステレオはほぼ8割の所有率で飽和点に達しつつある

- ・CD-R機器保有者は前年比1.5倍、前々年比2.5倍

5. インターネットの普及実態

インターネット利用の有無、インターネットの音楽利用、有料音楽配信サービスの認知

【ポイント】

- ・インターネットは老若男女問わず幅広い世代に普及しつつある
- ・音楽試聴目的のインターネット利用は主に男子高校生～社会人中心
- ・有料音楽配信の認知度は4割以上、利用率は未だ6%と低いが前年の3倍の伸び

【調査設計】

調査対象者：12～55才男女（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(1,000サンプル)

調査方法：質問紙による面接留置き自記入式

調査日時：2002年10月7日（月）～21日（月）

■サンプル設計

	計	男性	女性
中学生	168	84	84
高校生	168	84	84
大学生	166	83	83
20代	166	83	83
30代	166	83	83
40～55才	166	83	83
合計	1000	500	500

*20代は学生含まず

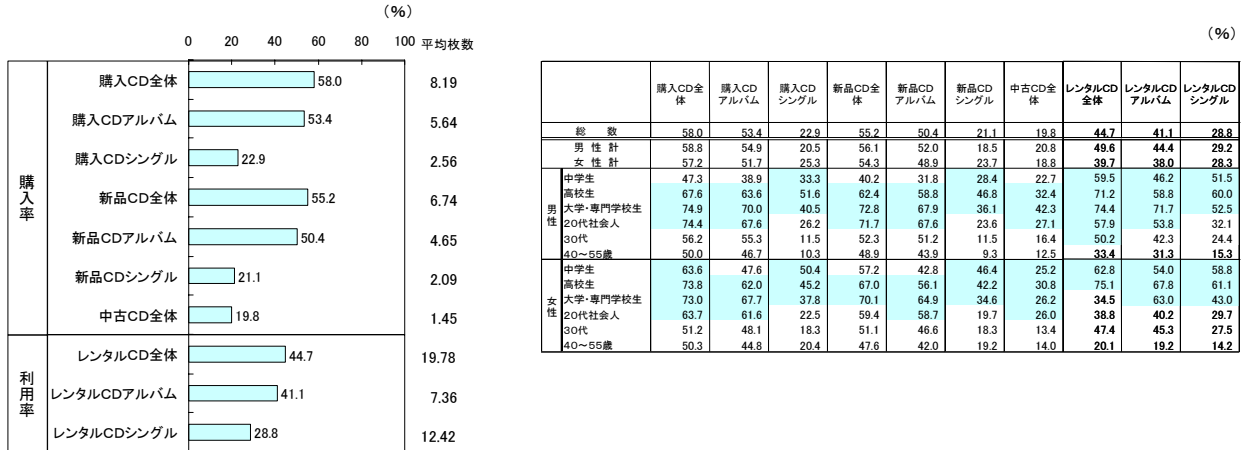
※ウェイトバック集計について：

本調査では、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ています。

次頁以降から、本調査の要点をご紹介します。本報告書を手ご希望の方は、当協会ホームページ（URL：<http://www.riaj.or.jp/>）からダウンロード頂くか、当協会広報部までお問い合わせください。

1. CD購入実態 過去半年間のCD購入率/利用率

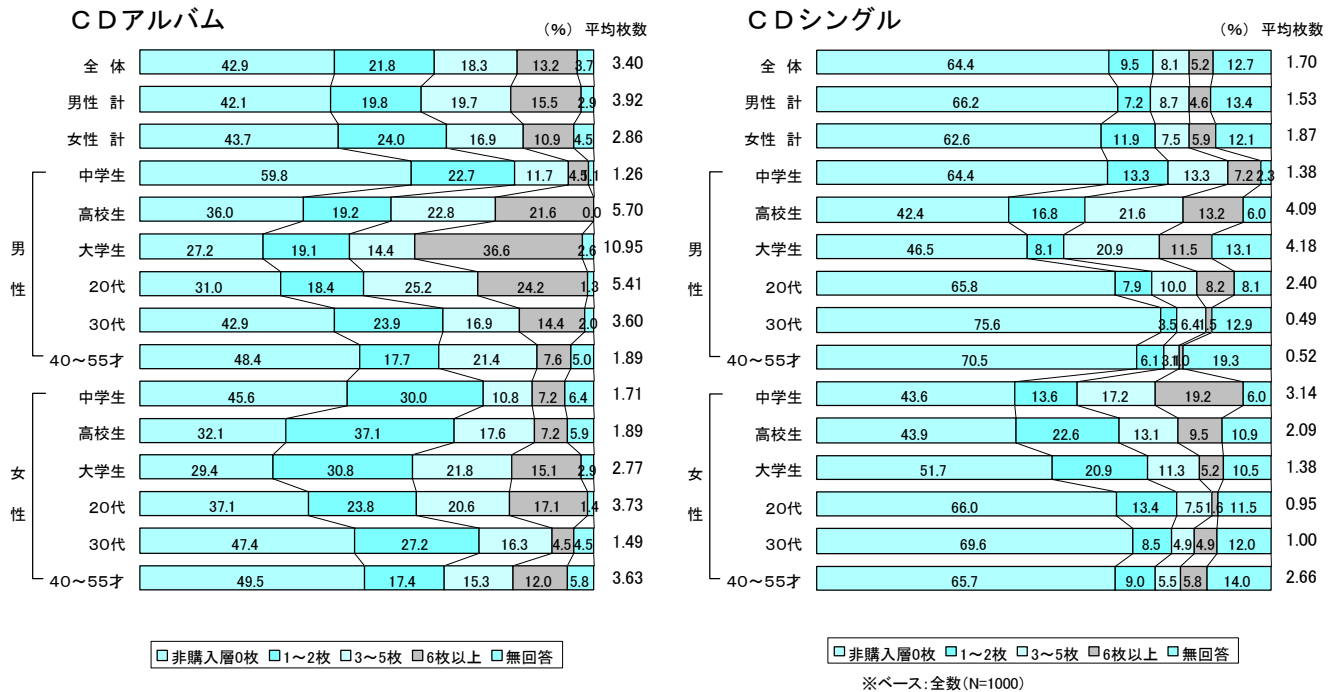
- ▶過去半年間におけるCD全体の購入率は、58%であり、新品CD全体が55.2%、中古CD全体が19.8%である。
- ▶CDアルバムに限ってみると、同購入率は53.4%と全体の購入率よりも5ポイント弱低いだけなのに対し、CDシングルの場合は、22.9%と全体の半分以下の購入率である。



※購入率と利用率は全数(N=1000)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

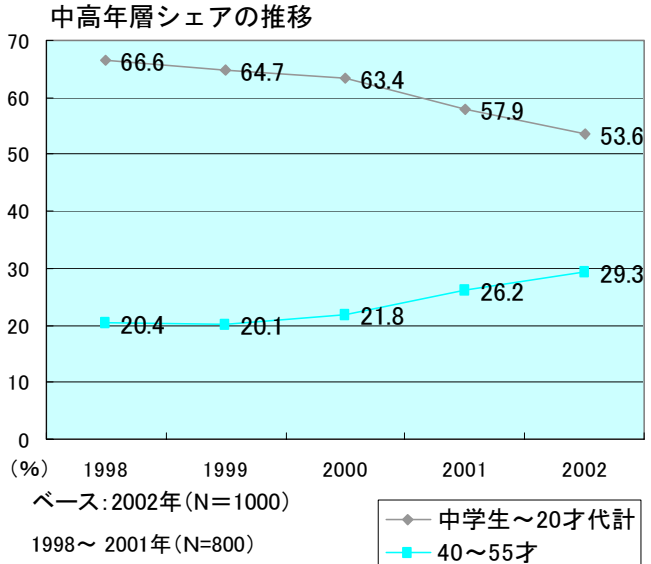
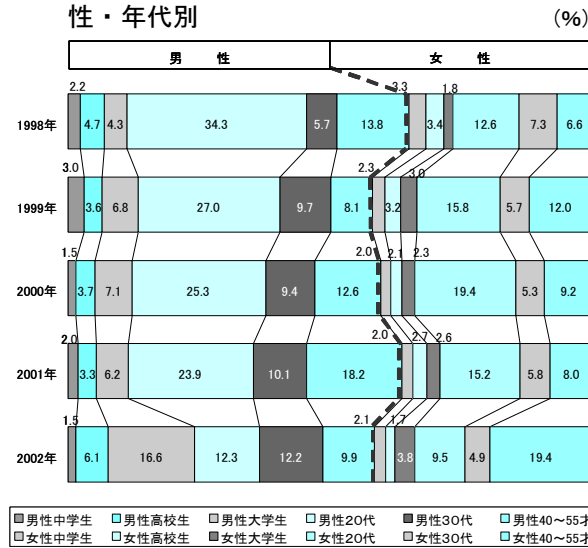
2. CD購入実態 過去半年間のCD購入枚数

- ▶アルバム市場のメイン顧客は、大学生・専門学校生である。
- ▶大学生・専門学校生をピークに、購入経験者が漸減するという市場構造になっている。
- ▶シングル市場のメイン顧客は、高校生である。ただし、男女別に見ると、男子のピークが高校生であるのに対し、女子の場合は中学生が既にピークになっている。



3. 推定マーケットシェア

- CDのマーケットシェア全体で見ると、概ね若年層のシェアが相対的に低下傾向にあり、逆に40代以降の中高年齢層のシェアが増加しつつある。
- 若年層は依然としてCD購入層の中心であるが、若年人口層が減少しているため、シェアが相対的に低下している。



★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才・1000サンプルの調査設計である点にご留意下さい。

4. CD購入の動機

- Q. あなたが、現在までにCDを買うとき、「きっかけになった物・事」は何ですか。以下の選択肢のうち、あてはまると思うものを上位3つまでお答え下さい。(3つまで○)
- ◆特に女性でテレビからの認知が購買行動に結びついている傾向が強い。
 - ◆男性の20代以上では、ラジオがCD購入のきっかけになっている。
 - ◆音楽専門雑誌をあげているのは、男性の大学・専門学校生、20代社会人が多い。
 - ◆店頭での試聴機で聴いてからCDを購入するのは、男女ともに大学・専門学校生、20代社会人である。
 - ◆男性40~55歳は店頭が購入きっかけであることが多い。この世代は他メディアで音楽情報を得ることが少なく、入店後購入商品を決定する人が多い。

性・年代別

ベース: 全数(N=1000) (%)

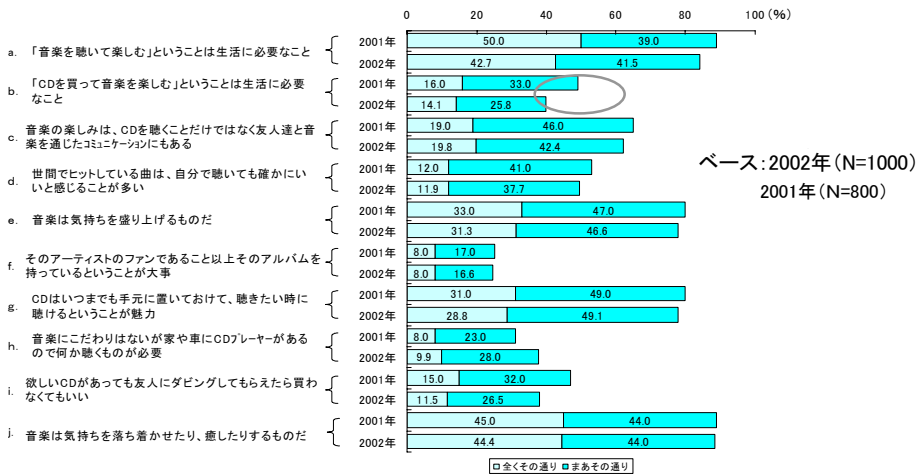
性・年代別	テレビCMを見て	テレビ番組(音楽番組等)を見て	ラジオで聴いて	新聞で見ている	音楽専門雑誌で見ている	音楽専門雑誌以外の雑誌で見ている	店頭で現物を見て	店頭での試聴機で聴いて	CD店で流れているBGM、BGMVで聴いて	店頭ポスターや案内を見て	CD店にあるフリーペーパーを見て	電車やバスの吊り広告	インターネットで見ている	iモード等の携帯電話サービス	その他
総数	41.9	54.9	31.7	4.9	9.5	4.9	23.7	11.9	16.4	7.0	2.1	2.4	6.7	1.6	10.3
男性計	38.2	49.7	35.9	5.4	12.0	4.3	26.3	11.5	17.6	7.4	2.4	2.4	6.8	1.5	8.8
女性計	45.7	60.2	27.4	4.4	7.0	5.4	21.0	12.4	15.2	6.6	1.8	2.3	6.6	1.6	11.8
男性	中学生	41.7	63.3	9.5	1.1	5.7	2.3	16.7	8.3	22.3	11.7	7.2	2.3	3.8	4.9
	高校生	55.6	68.8	24.0	2.4	18.0	2.4	18.0	8.4	22.8	12.0	7.2	3.6	9.6	4.8
	大学・専門学校生	43.6	49.1	20.1	0.0	26.1	9.1	25.8	26.6	17.8	7.0	2.9	3.7	2.6	1.3
	20代社会人	49.4	51.6	41.5	3.1	14.4	6.6	21.5	23.7	20.3	3.1	4.4	1.3	10.2	2.6
	30代	41.3	48.7	37.4	7.5	8.9	5.5	26.3	9.5	19.9	8.4	2.0	2.5	11.9	1.5
	40~55歳	26.4	43.8	43.9	8.0	9.2	2.2	31.8	4.5	13.3	7.0	0.0	2.4	3.3	0.0
女性	中学生	54.8	75.6	16.8	0.0	7.2	8.4	19.2	2.4	14.4	8.4	2.4	0.0	6.4	4.8
	高校生	54.8	66.5	17.6	1.4	11.8	5.9	20.4	14.5	19.0	7.2	3.6	3.6	5.0	5.9
	大学・専門学校生	53.5	61.0	21.8	0.0	10.5	6.7	22.4	20.3	24.7	8.1	1.5	0.0	5.2	2.3
	20代社会人	49.8	63.1	31.9	3.7	5.1	8.1	27.3	21.5	12.3	6.5	3.7	3.0	5.1	4.5
	30代	54.1	63.6	31.5	2.2	2.2	6.0	20.5	10.3	20.1	7.8	1.1	0.0	3.6	0.0
	40~55歳	34.2	53.0	27.8	8.3	8.9	2.9	18.5	9.0	10.8	5.1	1.1	4.3	9.6	0.0

全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

5. 音楽に対する意識

- 音楽を楽しむ意識自体は依然として根強い。
- 「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の利便性についても、約78%の対象者が認めており、その機能自体は評価されている。
- 他方、「CDを買って音楽を楽しむということは生活に必要なこと」としている対象者は減少傾向にあり、CDを購入し、保有することには必ずしもこだわらない生活者が、若干ではあるが増加傾向にあることが窺える。

	全くその通り	まあその通り	どちらともいえない	あまりその通りでない	その通りではない
「音楽を聴いて楽しむ」ということは生活に必要なこと	42.7	41.5	12.0	1.5	1.8
「CDを買って音楽を楽しむ」ということは生活に必要なこと	14.1	25.8	41.5	10.8	7.1
音楽の楽しみは、CDを聴くことだけでなく友人達と音楽を通じたコミュニケーションにもある	19.8	42.4	27.1	6.4	3.1
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	11.9	37.7	32.9	11.0	5.9
音楽は気持ちを盛り上げるものだ	31.3	46.6	17.7	2.3	0.7
そのアーティストのファンである以上そのアルバムを持っていることが大事	8.0	16.6	40.2	19.2	15.4
CDはいつまでも手元に置いておけて、聴きたい時に聴けるということが魅力	28.8	49.1	15.7	3.6	2.1
音楽にこだわりのないが家や車にCDプレーヤーがあるので何か聴くものが必要	9.9	28.0	31.1	18.1	11.9
欲しいCDがあっても友人にダビングしてもらえたら買わなくてもいい	11.5	26.5	34.6	14.3	12.4
音楽は気持ちを落ち着かせたり、癒したりするものだ	44.4	44.0	9.6	0.5	1.0



6. 現在よく聴くジャンル

Q. 現在あなたがよく聴いているジャンルはどれですか。(いくつでも○)

性・年代別

ベース:全数(N=1000) (%)

	演歌	日本のポップス	ニューミュージック	日本のロック	海外のポップス	海外のロック	ソウル・R&B	ダンスミュージック(ディスコ・ハウス・テクノ)	ラップ・ヒップホップ	ジャズ・フュージョン	レゲエ	クラシック	映画音楽	アニメ音楽	ゲーム音楽	カラオケ	インディーズ	その他	無回答
総数	12.1	67.8	38.8	20.5	31.1	19.0	17.9	10.3	11.8	11.3	4.2	20.7	21.9	13.6	5.2	8.6	6.6	5.0	0.9
男性計	11.6	64.6	37.4	24.7	29.2	25.5	19.2	9.4	11.5	14.5	5.1	16.6	18.3	10.5	5.6	5.4	6.9	4.1	1.5
女性計	12.7	71.1	40.2	16.3	33.0	12.4	16.5	11.2	12.1	8.1	3.2	24.9	25.6	16.7	4.9	11.9	6.3	5.9	0.4
中学生	2.3	60.6	38.3	25.0	9.5	13.3	2.3	4.9	20.1	1.1	4.9	8.3	15.5	33.3	25.0	8.3	2.3	3.8	2.3
高校生	1.2	67.6	30.0	34.8	20.4	18.0	12.0	8.4	24.0	4.8	4.8	7.2	8.4	12.0	16.8	12.0	13.2	6.0	4.8
大学・専門学校生	0.8	76.0	28.2	53.8	29.2	49.1	23.8	10.4	31.1	16.7	11.7	8.6	20.4	12.8	10.7	7.6	28.7	1.6	1.3
20代社会人	4.4	67.4	43.7	24.2	29.2	25.3	35.6	22.1	24.2	11.9	8.4	10.5	18.9	8.4	7.4	3.9	6.6	0.0	0.0
30代	8.4	64.6	37.8	29.9	32.3	35.4	17.9	11.5	4.9	13.5	3.5	19.4	16.9	12.9	2.0	4.0	6.4	4.4	1.1
40~55歳	23.0	60.6	38.0	12.2	32.5	17.0	16.0	3.6	1.0	19.8	3.1	22.9	20.5	5.0	0.0	4.7	1.2	6.1	1.6
中学生	1.2	81.6	36.8	11.6	20.8	5.6	4.8	6.8	21.2	1.2	0.0	10.8	16.8	32.8	17.2	16.8	10.4	3.6	0.0
高校生	2.3	84.6	37.1	29.9	38.0	10.9	15.4	10.9	29.9	1.4	3.6	17.6	24.0	17.6	14.5	24.9	16.7	1.4	0.0
大学・専門学校生	0.0	84.3	29.9	32.8	46.5	24.7	29.4	13.4	21.8	7.6	13.4	16.6	33.7	8.1	5.2	12.8	26.5	1.5	0.0
20代社会人	0.0	73.7	35.4	24.0	35.8	26.3	30.5	12.8	12.8	10.3	3.0	13.4	14.2	8.9	0.8	3.1	5.9	3.7	0.0
30代	3.8	73.8	47.4	13.8	22.2	8.1	15.6	9.6	7.1	10.6	3.8	26.2	31.5	30.4	0.0	11.2	0.0	7.4	0.0
40~55歳	30.2	61.3	41.7	9.1	36.0	7.1	9.9	11.7	7.9	8.0	1.0	34.9	27.3	11.2	5.9	13.1	2.9	8.0	1.0

特にファンの多いセグメント

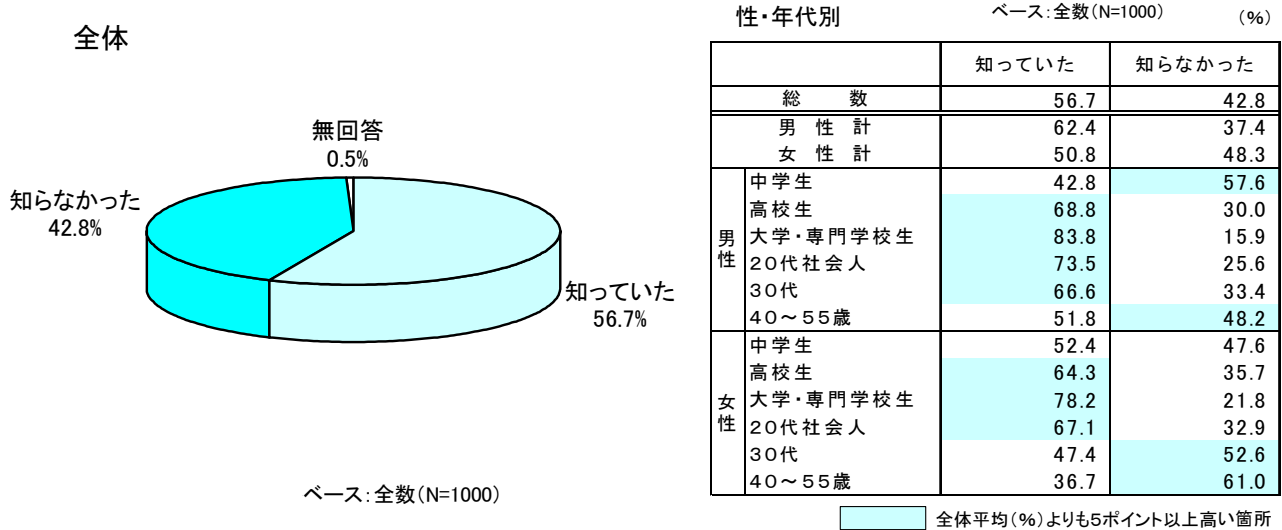
全体平均(%)よりも5ポイント以上高い箇所

- ◆ 演歌: 40~55歳
- ◆ 日本のポップス: 全体男性<女性
- ◆ ニューミュージック: 女性30代以上
- ◆ 日本のロック: 高校生~大学生
- ◆ 海外ポップス: 女子高生~大学生
- ◆ 海外ロック: 大学生~20代社会人、30代男性
- ◆ ソウル・R&B: 大学生~20代社会人
- ◆ ダンスミュージック: 男性20代社会人
- ◆ ラップ・ヒップホップ: 中学生~大学生、男性20代社会人
- ◆ ジャズ: 男性大学生以上、女性20代以上
- ◆ レゲエ: 大学生~男性20代社会人
- ◆ クラシック: 女性30代以上
- ◆ 映画音楽: 女性30代以上
- ◆ アニメ音楽: 中学生
- ◆ ゲーム音楽: 中学生~大学生
- ◆ カラオケ: 女子中学生~女子高校生
- ◆ インディーズ: 高校生~大学生

7. コピーコントロールCDの認知

Q. あなたはコピーコントロールCDがあることを、ご存知でしたか。(〇は1つ)

◆コピーコントロールCD(CCCD)が発売されて7カ月が経過した時点での調査であるが、認知率は56.7%と過半数に達している。世代別に見ると男女とも高校生、大学・専門学校生、20代社会人の間で広く認知されつつある。



8. コピーコントロールCDの支持率

- ▶コピーコントロールCDに関しては、賛成・消極的賛成が60%近くに達し、概ね理解を得ている。あわせて、著作権保護の重要性、不正コピー問題に対する理解者も拡がりつつある。
- ▶ただし、若年層を中心に依然として約20%の反対者があり、引き続きコピーコントロールCDの普及促進と啓発活動が重要。

コピーコントロールCDについて

ベース: 全数(N=1000) (%)

	賛成する	積極的に賛成しないが仕方ないことだと思う	どちらかといえば反対	反対する	よくわからない	その他	
総数	13.2	45.3	11.3	8.4	20.7	0.6	
男性計	16.1	44.2	12.6	11.0	15.4	0.4	
女性計	10.2	46.4	9.9	5.8	26.1	0.8	
男性	中学生	9.5	23.9	13.3	15.5	37.1	0.0
	高校生	16.8	36.0	7.2	18.0	19.2	0.0
	大学・専門学校生	12.0	45.2	12.3	22.5	6.8	1.3
	20代社会人	4.8	52.6	15.0	16.0	10.5	0.0
	30代	20.4	38.9	15.9	8.9	14.9	1.1
40~55歳	20.6	48.8	10.3	5.0	15.4	0.0	
女性	中学生	16.8	28.4	11.2	6.0	37.6	0.0
	高校生	15.4	41.6	8.1	10.9	22.6	1.4
	大学・専門学校生	11.9	43.6	16.6	15.1	12.8	0.0
	20代社会人	14.2	49.7	12.6	5.8	16.2	1.6
	30代	12.0	49.5	11.4	4.9	22.2	0.0
40~55歳	5.0	47.8	6.2	3.3	34.5	1.1	

コピーコントロールCD評価の理由

ベース: 全数(N=1000)

(%)

	著作権者の権利を保護するのは法治国家として当然の義務だから	コピーの氾濫はアーティストの利益や音楽産業を衰退させることになるから	不正にコピーする人が絶えないから	CDを購入している人と、コピーをする人との間に不公平が生じてしまうから	MDIにダビングできれば特許に問題ないから	オリジナル(マザー)CDを編集・作成できないのは困るから	個人で楽しむためにコピーをするのはかまわないから	わざわざ買うまでもないと思うCDをコピーで済ませたいから	コピーをすることによって、安上がりCDを手に入れたいから	一部の再生機器では聴くことができないから	
総数	30.6	30.0	29.9	15.1	11.7	9.6	21.2	18.7	12.2	3.6	
男性計	32.5	32.2	29.3	15.0	10.2	12.4	22.1	20.1	12.1	4.5	
女性計	28.7	27.7	30.5	15.1	13.2	6.6	20.3	17.3	12.2	2.7	
男性	中学生	16.7	14.0	15.5	15.5	10.6	7.2	13.3	27.3	25.0	7.2
	高校生	22.8	24.0	30.0	19.2	13.2	16.8	21.6	26.4	21.6	9.6
	大学・専門学校生	21.9	28.7	30.8	13.1	21.1	21.1	29.0	27.9	15.1	5.5
	20代社会人	23.2	31.9	29.8	15.3	15.8	20.0	23.9	16.5	13.2	2.3
	30代	31.3	27.4	26.3	25.9	7.5	13.0	23.9	19.3	4.4	3.5
40~55歳	44.5	40.8	32.8	8.0	5.9	6.6	20.1	17.4	11.3	4.5	
女性	中学生	22.0	14.4	33.6	17.6	18.0	9.6	15.2	12.4	7.6	7.6
	高校生	19.0	24.0	33.5	22.6	22.6	7.2	20.4	20.4	15.4	5.9
	大学・専門学校生	25.6	33.1	28.5	16.6	20.3	15.1	30.8	18.6	15.7	7.6
	20代社会人	29.6	35.0	27.9	14.6	17.9	8.3	19.2	28.8	17.6	1.4
	30代	31.1	27.5	37.4	18.1	16.6	5.3	20.5	19.9	8.1	2.2
40~55歳	30.3	26.3	27.0	11.7	5.0	4.1	19.1	10.8	11.5	1.1	

平成15年度 事業計画

当協会の平成15年度事業計画がまとまりましたので、ご報告いたします。

平成15年度は昨年度よりの“RIAJ21プロジェクト”の指針に則り、「産業基盤を強固にする年」と位置付け、立法、セキュア化、啓発、エンフォースメントをキーワードとして、以下の重点項目を推進します。

併せてレコード製作者を代表する指定団体として将来に向けたシステム環境の整備を進めます。

【重点施策項目】

1. 立法化への対策

①輸入権の創設

政府レベルの施策と連動し、日本の音楽のアジア諸国への流通をさらに促進するため、原盤ライセンスにより現地で製造・発売された日本のレコードが還流し、廉価で販売されることによる国内市場の被害を防止するため、「レコードの輸入権」の創設に向けて、関係省庁の協力を仰ぐとともに、関係団体等の理解を求めていく。

②放送権の創設

録音前提の放送に対する「レコードの放送権」（許諾権）の創設に向けて、関係省庁の協力を仰ぐとともに、平成14年度から開始された放送事業者団体との協議を進め、関係団体等の理解を求めていく。

③保護期間の延長

米国、EUを中心とした著作物の保護期間延長の流れの中で、ネットワーク時代における国際的なハーモナイゼーションの必要性の観点から、IFPI（国際レコード産業連盟）、RIAA（アメリカレコード協会）、ならびに国内の音楽関係団体と連携し、また関係省庁の協力を仰ぎ、レコード保護期間の延長を求めていく。

④私的録音補償金制度の改正

現行の録音専用機器およびメディアを対象とした私的録音補償金制度に対し、データ用CD-R

による大量の録音実態が出現していることから、当該録音の現状に則した私的録音補償金制度に改正を求めていく。

2. 権利保護技術の導入支援

①複製制御技術導入

拡大するレコードの違法利用や過度な複製を防止する為、メディアのセキュア化を更に推進する。特にCCCD、DVDミュージック等について、ハード業界と連携し、これら円滑な市場導入支援を行う。

②コンテンツIDの検証

音楽関係団体・放送事業者団体が総務省の支援を受け平成14年度に実施した、コンテンツIDの有効性に関する実証実験の結果を踏まえ、さらにこれを進めコンテンツIDを組み込んだ放送用音源の配信の検証を行う。

3. 広報活動

①著作権知識や意識の普及・啓発に関するキャンペーン・広告等

違法複製および違法アップロード等の防止を目指し、音楽関係団体と協力し、マスメディアの支援を得て著作権知識や意識の普及・啓発を行い、併せて、セキュアメディア（CCCD、DVDミュージック等）に対する理解を高めるためのキャンペーンや広告等を実施する。

②著作権教育

著作権に対する理解を深めるため、生徒・先生を含め教育現場における著作権教育を、政府・自治体と連携、著作権関連団体と協力しながら推進する。

4. 違法対策

①ネット上の違法利用対策

- i. 企業、学校、公的機関等のネットワークを利用した違法アップロードに対して、ネットワーク管理者に違法防止協力を要請する。また、インターネットサービスプロバイダーに対し、プロバイダー責任制限法に基づく協力要請を行い、違法利用排除のための対策を講ずる。
- ii. ネット上の違法行為者に対し、調査・警告活動を行い、特に悪質な違法行為者には法的手段を講ずる。

②違法録音物対策

海賊盤、見本盤販売、カラオケ教室等の違法録音、調査・警告活動を行い、悪質行為者に対しては法的手段を講ずる。

5. データベース化とEDI（電子データ交換）の推進

会員社との電子データ交換の準備が整い当年度から運用を開始する。下期からは全社がJASRACへのEDI申請に完全移行する。このための支援・運用態勢を確立する。

また、JASRAC、CPRA、当協会が進めている音楽情報データベース（Music J-CIS）について、データベースサーバ運用を会員社からのEDIデータを連結することで音楽団体との連携を更に強化する。

6. 再販制度の弾力運用

良質で幅広い音楽を提供できる流通環境を今後も引き続き構築するため、再販制度が必要であり、ユーザーサービスの観点に立った弾力的な運用と、より円滑な流通基盤整備の推進に取り組んで行く。

【運営体制】

- 総会
- 理事会
- 執行委員会
- 法制委員会
- 情報・技術委員会
- 広報委員会
- マーケティング委員会

【事業活動】

[1] レコードの普及に関すること

1. 日本ゴールドディスク大賞の発表と顕彰
2. ゴールド・アルバム他の認定と表彰
3. “音楽ギフトカード”の普及への協力
4. “Music J-CIS”(Music Japan Copyright Information Service)の構成団体としての音楽権利情報データベースの構築とユーザーへのサービス提供
5. アジア諸国における音楽文化交流の発展と拡大

[2] レコードに関する調査研究および統計に関すること

1. 各種業界統計の作成と発表
2. 音楽に関する消費者実態調査の実施

[3] 録音による芸術文化の保存に関すること

1. 文化庁芸術祭への協力
2. 日本プロ音楽録音賞の主催

[4] 著作権・著作隣接権等に関すること

1. レコード製作者の権利擁護のための法律改正運動を推進
2. 著作権の知識や意識の普及・啓発に関する諸活動
3. 違法対策の為の諸活動
4. IFPI、RIAA、他のレコード産業団体との協力・情報交換、及びWIPO（国際知的所有機関）等への活動協力

[5] レコードに関する出版物の刊行

1. 出版物の刊行
2. 協会ホームページ

[6] レコード製作者に係る商業用レコードの二次使用料に関する権利行使の受任、総額の取り決めならびに徴収及び分配

[7] レコード製作者に係る商業用レコードの公衆への貸与に係る報酬等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収及び分配

[8] 私的録音録画補償金に関する権利行使団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者に係る当該補償金の分配

[9] その他

1. レコード倫理審査会の開催
2. 業界規格（RIS）の制定と改正
3. “ISRC”(International Standard Recording Code)の管理機関としての活動
4. その他当協会の事業目的を達成する為の必要な諸施策の実施

2002年世界音楽売上

4月9日、IFPIは2002年の世界音楽売上を発表しました。

2002年の世界音楽売上は、金額で対前年比7%減の320億USドル、数量で8%減の30億枚(巻)となりました。

フォーマット別では、前年同期比でCDアルバムが6%、CDシングルが16%、カセットテープが36%減少し、オーディオフォーマット全体では金額で8%のマイナスとなりました。

今回から項目に追加された音楽ビデオは、前年同期比40%増となったDVDに牽引され、全体で9%の伸長となりました。

CD売上が大幅に減少した原因としては、①インターネット上の違法配信とCD-Rコピー、②エンターテインメント産業における個人消費獲得の競争激化、③経済への先行き不安、の3点が主な理由と考えられます。

世界的動向

1. オンライン音楽サービスの始動

2002年は、合法オンライン音楽サービスが大きく進展した年となりました。アメリカ以外でも多くの合法配信サービスが開始されており、オンラインあるいは無線メディアによるデジタル音楽配信は、今後、音楽販売チャンネルのひとつとして重要になると考えられます。IFPIでは、2003年からオンライン販売についても調査を開始する予定です。

2. 国内レパートリー

1992年から2000年には、国内レパートリーの売上は毎年1%ずつ増加していましたが、2001年からは、この傾向が鈍化しはじめました。しかし、フランスでは、中高年層を中心とした国内レパートリーの好調に支えられ、2002年も売上を伸ばしました。

3. トップアーティストの売上減少

2002年には国際的アーティストの強力新譜が数多く発売されましたが、90年代の売上を大きく下回る結果となりました。特に、アメリカ、日本、イギリス、ドイツ、カナダ、イタリアといった主要マーケットでこの傾向が顕著に見られました。

4. オンライン販売

パッケージ商品のオンライン販売は、豊富な品揃えと割引サービスに支えられ、2002年も堅調な伸びを示しました。アルバム売上全体におけるオンライン販売の割合は、イギリスで6% (前年同期4%)、ドイツで9% (同6%) となりました。

5. 音楽ビデオ

DVDプレーヤーの普及拡大と新譜リリースの急増を背景に、音楽ビデオ売上は大幅に増加しました。2002年に5大メジャーレコード会社から発売されたDVDタイトル数は1,300を超えています。

音楽ビデオ売上は数量で12%増となっていますが、これはVHSの42%減をDVDの58%増で補った数字と置き換えることができます。

DVDの伸長は世界的傾向であり、今後、DVDフォーマットによる音楽ビデオの売上は、音楽売上全体の中でさらにその割合を増すものと予測されます。

6. SACDとDVDオーディオ

2002年には、多くのレコード会社が新譜をCDだけでなく、SACDやDVDオーディオでも発売する等、SACDとDVDオーディオにとって大きな前進の1年となりました。

SACDとDVDオーディオの年間売上はそれぞれ100万枚に達したばかりですが、この数字は、リリース数の増加、新譜CDとの価格調整、ユニバーサル・プレーヤーを含む再生機器の普及といった環境が整備されるにつれ、さらに伸びると考えられます。

また、長期的には、SACDやDVDオーディオ対応のカー・オーディオやポータブル・プレーヤーの普及も見込まれます。



各国のレコード売上 (2002年)

国名	シングル (百万枚)	LP (百万枚)	テープ (百万巻)	CD (百万枚)	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 (万人)
						数量	金額(現地通貨)		
アメリカ	8.4	1.7	32.4	803.3	12,325.7	-10.2%	-8.1%	43.10	28,596.2
日本	77.1	2.2	4.6	228.9	4,593.3	-10.2%	-9.9%	36.09	12,729.1
イギリス	52.5	2.2	1.9	221.6	2,859.4	-1.0%	-2.5%	48.02	5,954.2
フランス	40.5	0.5	5.0	130.4	1,989.7	2.5%	3.5%	33.47	5,945.3
ドイツ	39.2	1.0	21.8	178.2	1,988.0	-4.0%	-10.3%	24.24	8,200.7
カナダ	0.6	-	1.1	57.0	587.9	-6.3%	-9.7%	19.11	3,075.7
イタリア	3.6	0.1	4.0	44.7	554.7	8.6%	0.5%	9.65	5,750.3
スペイン	2.2	0.01	2.4	61.7	542.3	-18.5%	-15.9%	13.58	3,992.1
オーストラリア	11.9	0.03	0.6	49.2	499.9	-5.9%	-8.9%	25.85	1,933.8
メキシコ	0.6	0.02	2.9	51.1	445.5	-4.4%	-18.6%	4.44	10,036.8
オランダ	3.6	0.2	0.1	27.9	397.6	-14.1%	-13.2%	24.96	1,593.0
ブラジル	0.1	-	-	79.5	354.0	1.6%	3.6%	2.05	17,255.9
スウェーデン	4.0	0.1	0.3	26.4	281.9	-0.4%	-6.7%	31.91	883.3
ロシア	0.3	0.1	95.0	18.2	257.2	1.5%	24.0%	1.78	14,466.4
ノルウェー	1.2	-	0.1	15.1	254.0	12.4%	4.3%	56.60	448.8
スイス	3.0	0.2	0.9	21.3	253.2	1.7%	-2.5%	35.31	717.0
オーストリア	2.1	0.1	0.2	14.5	245.2	-9.8%	-7.9%	30.37	807.5
ベルギー	6.2	0.04	0.04	17.8	225.3	-9.0%	-8.2%	21.95	1,026.4
韓国	0.1	-	7.1	21.4	216.1	-31.4%	-21.2%	4.59	4,706.9
インド	-	-	162.5	8.6	172.3	-14.5%	-22.6%	0.17	102,509.6
デンマーク	0.6	0.01	0.03	11.8	167.2	-18.7%	-15.8%	31.35	533.3
台湾	0.6	-	0.2	16.6	143.9	-7.4%	-13.8%	6.42	2,240.6
ポルトガル	0.3	-	2.2	12.5	138.3	-1.7%	3.7%	13.78	1,003.3
アイルランド	2.0	0.01	0.2	8.0	122.5	-7.4%	-7.8%	31.89	384.1
トルコ	-	-	23.4	4.5	121.2	-7.3%	8.1%	1.79	6,763.2
フィンランド	0.6	0.01	0.1	9.8	111.0	-10.2%	-7.5%	21.44	517.8
南アフリカ	0.9	-	5.9	11.6	110.6	4.9%	12.2%	2.53	4,379.2
中国	-	-	43.0	18.0	93.6	14.7%	11.6%	0.07	127,627.0
香港	0.2	0.001	-	10.0	89.7	0.3%	-7.1%	13.34	672.5
ニュージーランド	0.7	0.003	0.2	7.6	87.6	-2.4%	-3.8%	23.00	380.8
ポーランド	0.2	0.003	4.2	9.5	84.5	-44.5%	-27.5%	2.19	3,857.7
タイ	-	-	19.3	9.7	83.8	-18.7%	-11.8%	1.32	6,358.4
ギリシャ	1.1	0.01	0.2	7.0	80.3	4.4%	7.0%	7.56	1,062.3
コロンビア	0.01	0.003	0.1	7.7	66.1	-24.5%	-27.4%	1.54	4,280.3
インドネシア	-	-	32.0	1.8	64.6	-32.8%	-18.0%	0.30	21,484.0
シンガポール	0.1	-	0.001	5.2	46.7	9.2%	4.3%	11.37	410.8
ハンガリー	0.3	0.001	1.8	3.0	45.7	-16.2%	-19.1%	4.61	991.7
チリ	0.02	-	1.1	5.9	40.3	22.5%	3.7%	2.62	1,540.2
イスラエル	-	-	0.1	3.5	37.2	-12.2%	-10.6%	6.03	617.2
チェコ	0.01	-	1.2	3.6	34.9	-26.4%	-20.0%	3.40	1,026.0
マレーシア	0.01	-	3.6	2.2	32.8	-24.2%	-20.8%	1.45	2,263.3
サウジアラビア	-	-	7.3	0.4	31.0	-30.2%	-39.2%	1.47	2,102.8
ウクライナ	0.1	-	14.0	3.0	31.0	-	-	0.63	4,911.2
アラブ首長国連邦	-	-	3.7	1.1	29.5	-4.0%	-5.9%	11.12	265.4
中央アメリカ	-	-	0.1	3.0	28.2	-6.6%	9.1%	0.76	3,711.2
フィリピン	0.03	-	2.8	2.8	27.3	-25.5%	-16.1%	0.35	7,713.1
アルゼンチン	0.1	-	0.6	5.5	27.2	-45.1%	-23.4%	0.73	3,748.8
エジプト	-	-	11.5	0.1	25.7	-23.6%	4.7%	0.37	6,908.0
ルーマニア	-	-	12.4	3.8	24.3	-	-	1.09	2,238.8
ベネズエラ	0.002	-	0.001	2.1	15.9	-59.4%	-49.5%	0.65	2,463.2
その他(調整)	0.218	-0.051	-47.172	-14.7	-104.9			-0.44	24,049.4
合計	265.3	8.5	487.0	2,253.4	30,980.9			6.49	477,134.6

(注) 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2002年の平均レート(1ドル=125.4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。

オンラインストレージサービスを悪用した著作権侵害を摘発

インターネットを使ったデジタルデータの保管・公開サービスである「オンラインストレージサービス」を悪用して、市販の音楽CDから作成されたMP3形式の音楽ファイルを権利者に無断で複製し、サーバー上で公衆に送信できる（送信可能な）状態にしていたとして、京都府警ハイテク犯罪対策室と堀川署は2003年4月10日、新宿区在住の男性A（18歳）の自宅を著作権法違反（公衆送信権及び送信可能化権の侵害）の疑いで家宅捜索し、同日、Aを逮捕したことを発表しました。

また、同署では、同サービスを同様に悪用してゲームソフトを権利者に無断で複製し、公衆に送信できる（送信可能な）状態にしていた栃木県小山市在住の派遣社員男性B（31歳）を、著作権法違反（公衆送信権の侵害）の疑いで逮捕し、京都府検察庁に送検したこと、Bはすでに略式命令を受けていることを明らかにしました。

Aは、2002年9月ごろから、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社が運営するオンラインストレージサービス「シェアステージ」等を悪用して、数十タイトルの市販の音楽CDの音源をMP3形式ファイルに変換して当該サーバに蔵置し、不特定多数のインターネット利用者を募ってグループを形成した上で、参加者に対して送信できる状態にしていた。

これに対し、著作権を管理する（社）日本音楽著作権協会（JASRAC）及び当協会会員社のエイベックス株式会社及び会員関連会社の株式会社デフスターレコーズが刑事告訴を行い、これに基づき堀川署が捜査を進め、今回の逮捕に至ったものです。

なお、今回の告訴対象となった楽曲は、エイベックス社の浜崎あゆみ「Voyage」、デフスターレコーズ社の平井堅「大きな古時計」の2曲でしたが、提供楽曲の中に同じく当協会会員社の株式会社ポニーキャニオンのFLAME「Remind」も確認されていたため、別途告訴されました。

今回の事件に限らず、インターネット上の新しい技術やサービスを悪用した著作権・著作隣接権の侵害行為が後を絶ちません。（社）コンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）、JASRAC、当協会の3団体は、さまざまな機会を通じて広報・啓発活動を展開し、著作権ルールの普及に努めていくと共に、このような権利侵害には、法的措置を含むあらゆる手段・方法を通じて、断固たる姿勢で対応していく所存です。

BPI、イギリスの音楽ダウンロード実態調査を公表

4月28日、BPI（英国レコード協会）は、イギリス国内における音楽ダウンロードの状況について、初めて調査結果を公表しました。

主な調査結果は次の通りです。

- イギリス国内で、約500万人がインターネットから音楽のダウンロードを行った。

- 1人当たりの平均ダウンロード曲数は19曲。
- イギリス国内だけで1年間にダウンロードされる曲数は、10億曲以上に相当する。
- ダウンロードを行ったことがあると回答した人の2/3が月平均4.2枚のCD-Rコピーを行っている。
- イギリス国内で1年間に、250万人が合計1億2,600万枚のCD-Rコピーを作成していると推定される。

今回の調査は、BPI、英国映画協会などが、1,440人のインターネット・ユーザーと1,000人のダウンロード経験者のサンプルを対象に実施したもので、これまでに行われた同様の調査としては最も大規模なものです。

この調査結果について、BPIのJamieson会長は、「今回の調査は有料サイト（レコード会社運営による無料サイトを含む）や違法サイトなど、すべてのダウンロード・サービスを対象としているが、その大半は違法サイトからのものであるとの現状を反映している。しかし、これは同時に、CD発売以来の音楽産業の転機にきたことを示すものでもある」とコメントしています。

（BPIプレスリリース 2003.4.28）

レンタルレコード委員会、二次使用料委員会を新たに設置

4月度理事会において、従来の4委員会（法制、情報・技術、広報、マーケティング）に加え、「レンタルレコード委員会」（委員長：佐藤修理事（PC）、副委員長：笠原壮夫執行委員（AVT））及び「二次使用料委員会」（委員長：佐藤修理事（PC）、副委員長：吉澤正宣執行委員（TE））を新しく設置することが承認されました。

2003年4月会議メモ（主なもの）

- 4・2 マーケティング委員会
- 4・7 情報・技術委員会
- 4・8 法制委員会
- 4・10 広報委員会
- レコード倫理審査会

- 4・14 情報・技術委員会
- 4・18 執行委員会
- 4・23 Techno-Legal Forum
- 4・25 理事会

GOLD ALBUM 他認定作品

2003年 3 月度

アルバム(22作品)

< 邦楽 >

■クワドラプル・プラチナ

A BALLADS/浜崎あゆみ/
2003.03.12(AVT)



■プラチナ

Many Pieces/Every Little Thing/2003.03.19(AVT)

■ゴールド

FINAL FANTASY X オリジナルサウンドトラック/植松伸夫/
2001.08.01(SS)

HIGH NUMBERS/東京スカパラダイスオーケストラ/
2003.03.05(AVT)

MOB SQUAD/Dragon Ash, 麻波 25, SOURCE/
2003.03.19(V)

Miracle/MINMI/2003.03.19(V)

The Best of L'Arc-en-Ciel 1994-1998/L'Arc-en-Ciel/
2003.03.19(KS)

The Best of L'Arc-en-Ciel 1998-2000/L'Arc-en-Ciel/
2003.03.19(KS)

すみれ/ゆず/2003.03.19(SN)

No.5/モーニング娘。/2003.03.26(EP)

elements/day after tomorrow/2003.03.26(AVT)

< 洋楽 >

■ダブル・プラチナ

t.A.T.u./t.A.T.u./2003.03.05(UJ)

■プラチナ

ノラ・ジョーンズ/ノラ・ジョーンズ/2002.04.11(TO)

ダズ・ディス・ルック・インフェクテッド?/SUM41/
2002.11.25(UJ)

ONE LOVE/BLUE/2003.01.16(TO)

■ゴールド

映画「コヨーテ・アグリー」サントラ盤/リアン・ライムス/
2000.12.01(C)

シンプル・プラン/シンプル・プラン/2002.06.12(WJ)

SUPER EUROBEAT VOL.130/V.A./2002.08.16(AVT)

THE MUSIC/THE MUSIC/2002.08.19(TO)

JADE/SWEETBOX/2002.09.26(AVT)

アンダー・コンストラクション/ミッシェル・エリオット/2002.11.27(WJ)

メテオラ/リンキン・パーク/2003.03.26(WJ)

シングル(8作品)

< 邦楽 >

■クワドラプル・プラチナ

世界に一つだけの花/SMAP/
2003.03.05(V)



■プラチナ

IT'S SHOWTIME!!/B'z/2003.03.26(BM)

■ゴールド

白雲の城/あの娘は行っちゃった/氷川きよし/2003.02.19(C)

Always/光永亮太/2003.02.19(PC)

Time after time~花舞う街で~/倉木麻衣/2003.03.05(GZ)

real Emotion/1000の言葉/倅田来未/2003.03.05(AVT)

ロストマン/Sailing day/BUMP OF CHICKEN/2003.03.12(TF)

君が追いかけた夢/Gackt/2003.03.19(CR)

※AI：ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ/AR：アンティノスレコード/AVT：エイベックス/BG：ビーグラムレコーズ/BM：バーミリオ
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/CT：カッティング・エッジ/DF：デフスター
レコーズ/EI：エピックレコーズ・インターナショナル/EP：ゼティマ/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/K：キングレコード/KS：キューンレコード/MH：ソニー・ミュージックハウ
ス/MU：ドリーミュージック/PAR：プライエイド・レコーズ/PC：ポニーキャニオン/PB：ポリグラム/PI：パイオニア LDC/P0：ポリドール/PS：ポ
リスター/PZ：ピザ・オブ・デス・レコーズ/RR：ロードランナー・ジャパン/SI：ソニーレコーズ・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/SS：ソニー・ミュージックディストリビューション/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/TRI：トライエム/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/VAP：パップ/V2：
ヴィッツレコーズ・ジャパン/WJ：ワーナーミュージック・ジャパン/ZA：ツァインレコーズ/ZJ：ゾンバ・レコーズ・ジャパン

ゴールド
アルバム他
認定基準枚数
一覧

[邦楽]	略号	最低正味出荷枚数	
		アルバム	シングル
ゴールド	G	累計200,000以上	
プラチナ	P	400,000	
ダブル・プラチナ	PP	800,000	
ミリオン	M	1,000,000	
トリプル・プラチナ	PPP	1,200,000	
クワドラプル・プラチナ	PPPP	1,600,000	
2ミリオン	2M	2,000,000	

[洋楽]	略号	最低正味出荷枚数	
		アルバム	シングル
ゴールド	G	累計100,000枚以上	50,000
プラチナ	P	200,000	100,000
ダブル・プラチナ	PP	400,000	200,000
トリプル・プラチナ	PPP	600,000	300,000
クワドラプル・プラチナ	PPPP	800,000	400,000
ミリオン	M	1,000,000	

*ミリオン以上は100万枚単位で認定が上がりします。

*2ミリオン以上は100万枚単位で認定が上がりします。

オーディオディスクレコードの輸出入状況

本号は、アナログディスクとCDの輸出入実績（最近5年間）と2002年の国別輸出入実績を紹介します。
資料：財務省関税局「日本貿易統計」（通関実績）

表1 アナログディスクとCDの輸出入実績

西 暦	輸 出				輸 入			
	枚 数(千枚)		金 額(百万円)		枚 数(千枚)		金 額(百万円)	
	アナログディスク	C D	アナログディスク	C D	アナログディスク	C D	アナログディスク	C D
1998	235	6,759	62	3,864	8,336	49,113	5,326	29,583
1999	267	5,155	30	3,997	9,248	48,172	4,962	23,990
2000	24	2,838	19	3,350	9,321	57,327	4,754	23,071
2001	22	4,580	13	2,916	9,030	59,340	5,049	25,110
2002	48	3,811	32	2,896	7,729	62,491	4,654	24,197

表2 アナログディスクとCDの国別輸出入実績（2002年）

数量：千枚、金額：百万円、（ ）内は対前年比

国 名	輸 出			輸 入			
	アナログディスク	C D	計	アナログディスク	C D	計	
アメリカ	数量	11 (721)	2,001 (264)	2,012 (265)	4,569 (83)	11,085 (116)	15,654 (104)
	金額	7 (336)	1,225 (112)	1,231 (112)	2,765 (91)	8,357 (101)	11,122 (98)
イギリス	数量	5 (142)	69 (93)	74 (95)	1,985 (87)	5,417 (111)	7,402 (103)
	金額	7 (177)	78 (75)	84 (78)	1,321 (93)	4,056 (108)	5,377 (104)
ドイツ	数量	7 (134)	384 (424)	390 (409)	417 (96)	7,846 (103)	8,263 (103)
	金額	3 (127)	138 (199)	141 (197)	241 (101)	4,061 (90)	4,302 (91)
オランダ	数量	1 -	39 (22)	40 (22)	48 (77)	1,704 (90)	1,752 (90)
	金額	- -	66 (53)	66 (53)	33 (91)	640 (62)	673 (63)
フランス	数量	2 (73)	61 (62)	64 (63)	139 (90)	883 (118)	1,021 (113)
	金額	1 (74)	102 (78)	103 (78)	89 (90)	644 (126)	733 (120)
イタリア	数量	- -	11 (61)	11 (61)	126 (83)	564 (93)	690 (91)
	金額	- -	20 (95)	20 (95)	77 (90)	294 (114)	371 (108)
オーストリア	数量	- -	8 (93)	8 (93)	5 (693)	640 (153)	645 (154)
	金額	- -	11 (85)	11 (85)	3 (664)	382 (150)	385 (151)
韓 国	数量	9 -	68 (137)	76 (154)	2 (158)	6,277 (140)	6,279 (140)
	金額	1 -	142 (145)	143 (145)	- -	497 (166)	497 (166)
台 湾	数量	11 (264)	311 (92)	322 (94)	- -	7,746 (69)	7,746 (69)
	金額	5 (203)	230 (77)	235 (78)	- -	1,062 (70)	1,062 (70)
香 港	数量	1 -	613 (22)	614 (22)	3 -	8,739 (154)	8,742 (154)
	金額	- -	583 (110)	583 (110)	- -	1,096 (115)	1,097 (115)
シンガポール	数量	- -	89 (96)	89 (96)	1 -	6,338 (105)	6,338 (105)
	金額	- -	126 (67)	126 (67)	- -	917 (87)	917 (88)
中 国	数量	- -	2 (25)	2 (26)	- -	944 (84)	944 (84)
	金額	7 -	11 (61)	18 (99)	- -	240 (292)	240 (292)
マレーシア	数量	- -	20 (129)	20 (101)	- -	114 (50)	114 (50)
	金額	- -	29 (61)	29 (60)	- -	39 (24)	39 (24)
タ イ	数量	- -	70 (1983)	70 (1983)	- -	193 (85)	193 (85)
	金額	- -	27 (143)	27 (143)	- -	173 (84)	173 (84)
チェコ	数量	- -	- -	- -	196 (99)	776 (53)	972 (58)
	金額	- -	1 -	1 -	47 (117)	71 (98)	118 (105)
カナダ	数量	1 -	15 (126)	16 (133)	15 (60)	638 (63)	653 (63)
	金額	1 -	24 (128)	25 (133)	6 (75)	654 (60)	660 (60)
ブラジル	数量	- -	2 (201)	2 (201)	2 (84)	523 (87)	524 (87)
	金額	- -	5 (283)	5 (283)	1 (105)	413 (85)	414 (85)
オーストラリア	数量	- -	7 (31)	7 (31)	3 (230)	176 (66)	179 (67)
	金額	- -	7 (29)	7 (29)	1 (65)	104 (59)	105 (59)
そ の 他	数量	1 -	40 (61)	40 (62)	220 (97)	1,888 (158)	2,108 (149)
	金額	- -	72 (62)	73 (63)	69 (97)	498 (115)	566 (112)
合 計	数量	48 (221)	3,811 (83)	3,859 (84)	7,729 (86)	62,491 (105)	70,220 (103)
	金額	32 (253)	2,896 (99)	2,928 (100)	4,654 (92)	24,197 (96)	28,851 (96)

(注) 1. 輸出入実績は、委託加工品(OEM)を含む。
2. CD輸入実績のうち、レコード会社が外国契約から直接輸入した数量は、約23%と推定される。
3. 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。

2003年3月レコード生産実績

社団法人 日本レコード協会

数量：千枚・巻

単位

金額：百万円

表1. オーディオレコード

	3月実績							2003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	8cm CD	邦	649	2	87	272	1	70	1,348	2	52	686	1	55
		洋	1	0	11	1	0	51	2	0	14	1	0	23
		計	650	2	86	272	1	70	1,350	2	52	687	1	55
	12cm CD	邦	7,288	23	126	5,294	13	119	16,604	21	82	12,294	12	79
		洋	78	0	60	66	0	70	211	0	64	175	0	65
		計	7,366	23	125	5,360	13	118	16,815	21	82	12,468	12	79
小計	邦	7,937	25	122	5,566	13	115	17,952	22	79	12,980	12	77	
	洋	79	0	57	67	0	70	213	0	62	176	0	64	
	計	8,016	25	121	5,632	13	114	18,165	23	78	13,155	13	77	
12cm CD アルバム	邦	16,885	52	87	26,843	64	86	41,939	52	89	64,667	62	88	
	洋	6,113	19	95	8,627	21	94	17,329	22	102	24,471	23	104	
	計	22,999	71	89	35,470	84	88	59,269	74	93	89,138	85	92	
CD 合計	邦	24,822	77	96	32,408	77	90	59,891	74	86	77,647	74	86	
	洋	6,193	19	94	8,694	21	94	17,542	22	101	24,646	23	103	
	計	31,015	96	95	41,102	98	91	77,434	96	89	102,293	98	90	
アナログ ディスク	邦	46	0	71	61	0	95	99	0	53	115	0	54	
	洋	1	0	9	1	0	8	15	0	56	15	0	56	
	計	48	0	60	63	0	78	114	0	53	131	0	54	
カセット テープ	邦	1,126	3	90	898	2	92	3,021	4	90	2,482	2	95	
	洋	1	0	25	1	0	25	10	0	86	7	0	82	
	計	1,127	4	90	898	2	92	3,031	4	90	2,489	2	95	
総合計	邦	25,995	81	95	33,367	79	90	63,011	78	86	80,244	76	86	
	洋	6,195	19	94	8,696	21	94	17,567	22	101	24,669	24	103	
	計	32,190	100	95	42,063	100	91	80,578	100	89	104,913	100	90	

表2. ビデオレコード

	3月実績						2003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	10,066	89	269	16,732	79	209	21,367	87	224	36,725	75	197
LD・その他	164	1	75	243	1	49	435	2	80	636	1	65
テープ	1,064	9	89	4,253	20	95	2,713	11	90	11,377	23	100
合計	11,294	100	219	21,229	100	163	24,514	100	188	48,738	100	157

表3. オーディオ/ビデオ合計

	3月実績						2003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	32,190	74	95	42,063	66	91	80,578	77	89	104,913	68	90
ビデオ	11,294	26	219	21,229	34	163	24,514	23	188	48,738	32	157
合計	43,484	100	111	63,292	100	106	105,093	100	101	153,651	100	104

<参考>表4. 複合型CD (CD-G、CD-I、CD-ROMなど)

	3月実績						2003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
邦盤	11,697	100	95	1,506	100	103	28,260	100	83	3,575	100	93
洋盤	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	11,697	100	95	1,506	100	103	28,260	100	83	3,575	100	93

備考 1. 本年実績は、会員会社「24社」の集計である。当会員会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。

THE RECORD 2003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 2003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

URL:<http://www.riaj.or.jp/>

Respect Our Music