

音楽 CD 売り上げ低下の要因は何か

2003年1月9日

慶應義塾大学文学部 図書館・情報学専攻3年

澤田真由子

馬飼野友梨

山田亜希子

目次

．研究の目的

．音楽 CD の現状

A．音楽 CD の売り上げ

1．アメリカの場合

2．日本の場合

B．CD-R/RW の売り上げ

．レコード業界の提示する要因と対策

A．レコード業界の提示する要因

B．現在なされている対策

C．レコード業界に対する意見

．他の要因の分析

A．アメリカの場合

B．日本の場合

1．レンタル CD、中古 CD

2．携帯電話支出

3．音楽鑑賞時間

4．アーティスト、楽曲

．結論と考察

A．音楽 CD の売り上げ低下の要因

B．音楽 CD の今後

. 研究の目的

ここ数年、音楽 CD の売り上げが低下してきていると言われている。まず、それが本当であることを確認し、日本だけでなく世界的な傾向はどうかを把握するために、アメリカと日本における音楽 CD の現状を調査する。そして現状を踏まえて、その背景にはどのような原因があるのかを考えてみたい。レコード業界は、音楽 CD の売り上げ低下の現象をどのように捉えているのだろうか。その主張は本当に正しいのだろうか。そこで他にも影響を及ぼしている可能性のある要因を分析し、実証していくことが本研究の目的である。さらに、今後は音楽 CD の売り上げが回復する見込みはあるのか、そうだとすればどのような改善策が必要であるかを合わせて考察していくことにする。

・音楽 CD の現状

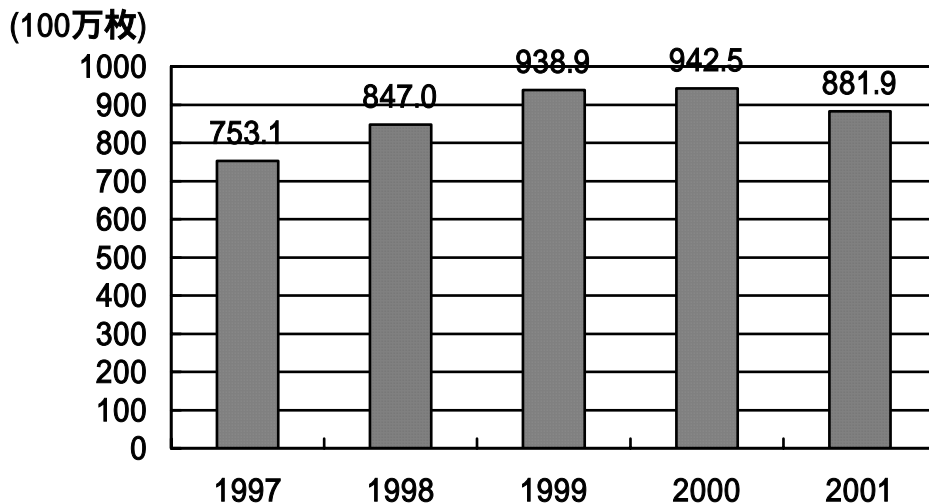
A . 音楽 CD の売り上げ

1 . アメリカの場合

まず、例としてアメリカにおける音楽 CD 売り上げに関する現状を挙げる。アメリカレコード協会 (RIAA) が発表している『2001 Year End Manufacturers Shipment & Value Report』¹⁾によると、アメリカでは、ここ最近音楽 CD の生産枚数が急激に落ち込んでいる。アルバム CD では 1999 年から 2000 年にかけて増加しているが、2001 年には減少している (第 1 図)。そしてシングル CD では 1997 年までは増加しているがそれ以降減少し、特に 2000 年・2001 年では前年と比べ大幅な減少となっている (第 2 図)。特にシングル CD の生産実績の落ち込みが激しくなっていることがわかる。

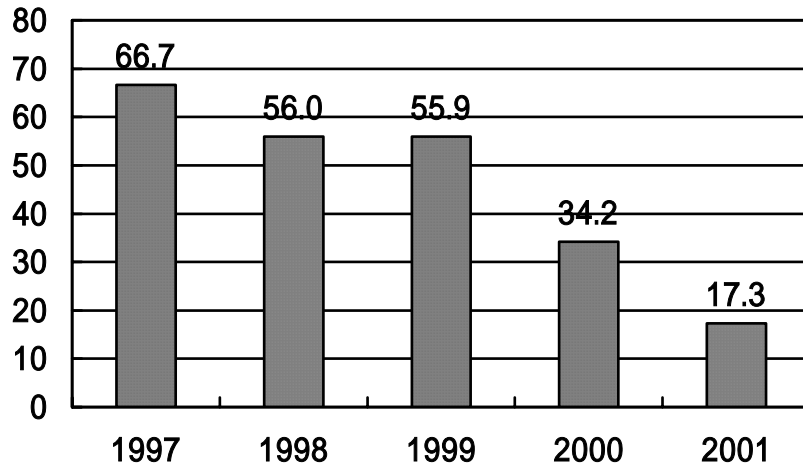
そして音楽ソフト全体を見ると 1999 年までは前年を上回る実績であるが、それ以降 2000 年・2001 年では前年を下回る結果となっている。こういったことからアメリカにおける音楽 CD 売り上げは 1999 年前後を境に落ち込んでいるとみられる。

(RIAA 2001 Year End Manufacturers Shipment & Value Report より)



第 1 図 アメリカにおけるアルバム CD の売り上げ推移

(100万枚)

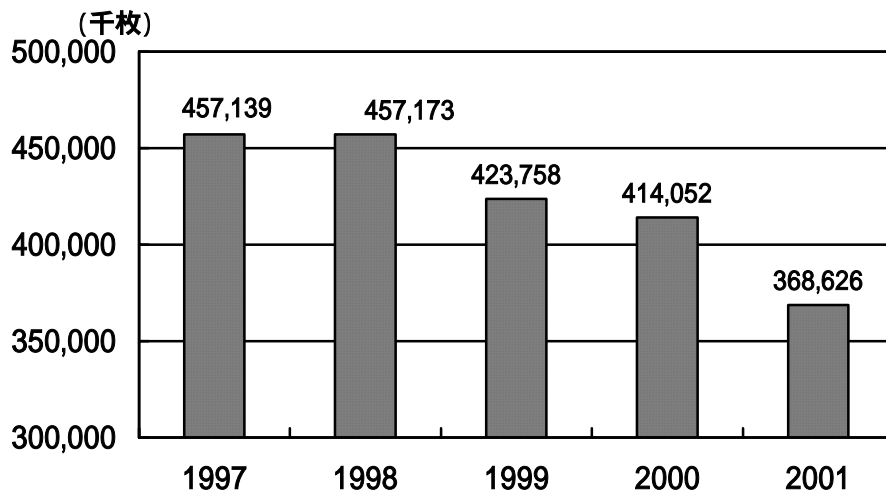


(RIAA 2001 Year End Manufacturers Shipment & Value Report より)

第2図 アメリカにおけるシングルCDの売り上げ推移

2. 日本の場合

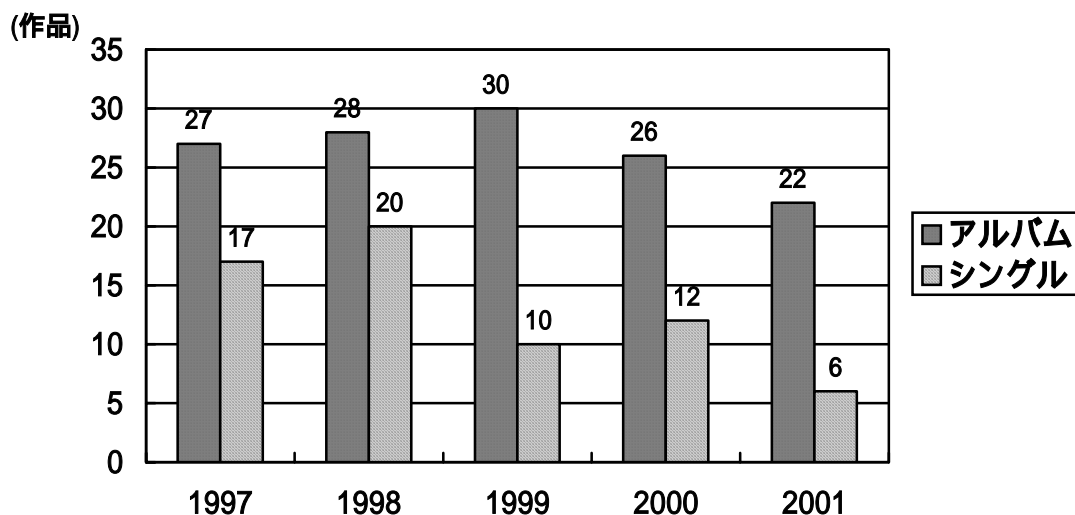
日本における音楽CD売り上げの現状を挙げる。日本でもアメリカと同じく音楽CDの生産実績が減少している(第3図)。日本レコード協会(RIAJ)が発表している年間CD生産数²⁾によると、1998年までは前年に比べ実績が上がっている。ところが、1999年には前年比減少に転じ、2001年に至るまで3年連続で減少している。



(日本レコード協会 生産実績より)

第3図 日本における音楽CD生産実績の推移

ミリオンセラー・ダブルミリオンセラーなどの作品の数も減少している。音楽 CD の売り上げが最も多かった 1998 年にはアルバム CD 28 作品、シングル CD 20 作品がミリオンセラー以上の実績を残した。しかし 2001 年にはアルバム CD 22 作品、シングル CD 6 作品のみがそれに該当し、明らかに減少していることがわかる（第 4 図）。



(日本レコード協会 生産実績より)

第 4 図 日本におけるミリオンセラー作品数実績

2002 年にはさらに減少し、上半期までのミリオンセラーはアルバム CD が 5 枚のみ、シングル CD は 0 枚に終わった³⁾。7 月末に発売された、浜崎あゆみの「H」というシングルがようやく 2002 年初のミリオンセラーとなっている。以上のことから、日本の音楽 CD の売り上げは全体的に 1998 年前後を境に急激に落ち込んでいるとみられる。

B. CD-R/RW の売り上げ

一方で CD-R/RW の売り上げは、アメリカに限らず全世界で上昇している。個人録音のメディアとしても使われているが、海賊版 CD として多く流通していることが大きな原因として挙げられる。海賊版 CD とは、違法に複製され、販売される音楽 CD または CD-R のことである。国際レコード産業連盟 (IFPI) によると、2001 年に全世界で販売された海賊版 CD は、前年比 48% 増で過去最悪の 9 億 5000 万枚、金額でいうと前年比 2% 増の 43 億ドルに達した⁴⁾。これは全 CD

販売の 28%を海賊版が占めていることになる。このうちの 5 億枚は CD で、残りの 4 億 5000 万枚 は CD-R を使って作成されたものである⁴⁾。海賊版 CD-R の枚数は、前年の 1 億 6500 万枚から約 3 倍に急増している⁴⁾。海賊版 CD が多く流通している地域は、中国、ロシア、ブラジル、インドネシア、メキシコなどで、多い所では音楽 CD の 60 ~ 90%が海賊版と言われている⁴⁾。特に海賊版 CD-R が広く出回っているのは南米、北米、南欧などである⁵⁾。CD-R は安価で、パソコンを使って短時間で音楽を複製することができるので、今後もますます世界規模で普及していく可能性がある。

．レコード業界の提示する要因と対策

A．レコード業界の提示する要因

音楽 CD の売り上げ低下について、レコード業界などでは「CD-R/RW へのコピーが原因である」との姿勢を見せている。日本レコード協会が 2002 年の 6 月から 7 月にかけて、中学生から 55 歳までの一般生活者 1000 人に対して行った調査⁶⁾では、音楽 CD のコピーに利用された CD-R/RW は半年間でおよそ 1 億 1800 万枚であると推定されている。このことから音楽 CD の CD-R/RW コピーは年間で約 2 億 3600 万枚と推計され、国内で一般に流通する CD-R/RW の約 48%が音楽コピーの目的で使用されているとしている。また、音楽 CD から CD-R/RW への録音をしたことがあると答えた人のうち、45%が友人・知人などに配る「違法コピー」の経験があるとしている⁶⁾。

B．現在なされている対策

このようなコピーに対応する手段として、現在、コピーコントロール CD や低価格 CD が発売されている。

コピーコントロール CD (CCCD) は、音楽 CD のデータに特殊な信号を加え、パソコンのハードディスク、CD-R/RW、MP3 形式のファイルへの複製を防ぐ目的で作られた。日本では 2002 年 3 月、エイベックスがコピーコントロール技術を採用した CD を初めて発売し、他のレコード会社もそれに続いている。

また、価格の面で消費者に訴えかけるものとして、低価格 CD を実験的に発売しているレコード会社もある。シングル CD は通常 1000 円くらいだが、2002 年 2 月に、アイドルグループ嵐のシングルが「1 コイン CD」をキャッチフレーズに 500 円で発売された³⁾。それに引き続き東芝 EMI は、インターネット上でダウンロード配信される音楽が一曲 350 円であることを意識して、300 円のシングル CD の販売を試みた³⁾。

C．レコード業界に対する意見

こういったレコード業界の動向に対して、異論を唱える動きもある。

上に挙げた「音楽コンテンツ個人録音及びそれに関わる CD-R 等の利用実態調査」のような日本レコード協会が行っている各種調査では、調査対象として設定された年齢層が中学生から 55 歳までとなっている。「2000 年国勢調査から数字

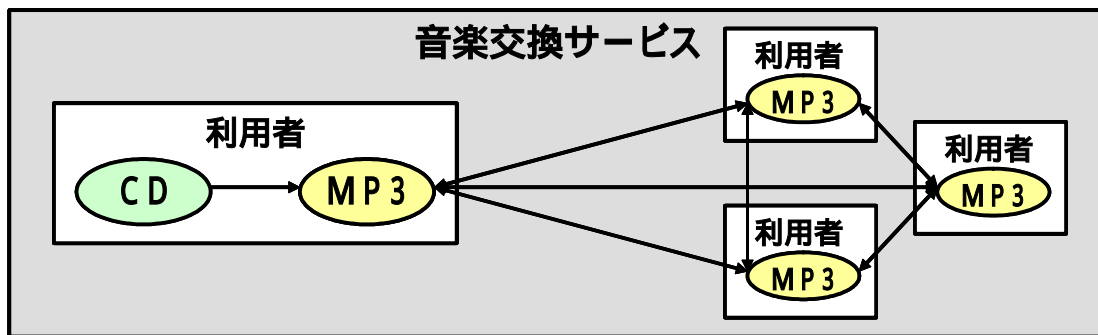
を拾うと、56歳以上人口は3697万人で29%もあり、56歳以上70歳までに限っても18%に達する。これを商売の検討対象から外してしまう。そのくせ本文では『40～55才の中高年層の推定マーケットシェアが【21.8% 26.2%】と前年に続いて伸長』『資力のある現在の50代は若い時代に音楽鑑賞の楽しさを経験している世代であり、子離れに伴って音楽を聴く時間が持てるようになってきている』⁷⁾と分析している⁸⁾。つまりレコード協会は自らの分析と矛盾する調査を行っていることとなる。また、調査対象とされた地域については、「音楽コンテンツ個人録音及びそれに関わるCD-R等の利用実態調査」では「首都圏エリア(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)・中京エリア(愛知県、岐阜県、三重県)・京阪神エリア(大阪府、京都府、兵庫県、奈良県)」といった比較的発展した地域となっている。このようなことからレコード協会が導き出した推測値が信頼できるものであるか疑問が残る。

こうした意見もあることから、私達は音楽CDの売り上げ低下の原因は、レコード業界側が指摘するCD-R/RWへのコピーだけではないと考えた。そこで、他にどのような要因が考えられるか、アメリカと日本の場合においてそれぞれ考察していく。

・他の要因の分析

A. アメリカの場合

アメリカでの CD 売り上げ低下の最大の要因は、インターネット上での無料の音楽ファイル交換サービスの利用であると考えられる。このサービスでは、音楽ファイルの交換は MP3 というファイル形式で行われる。MP3 作成ソフトをインターネットからダウンロードすれば、誰でも簡単に CD の音楽データを MP3 に変換することが可能である。こうして作成した MP3 ファイルを音楽ファイル交換サービスに流通させ、共有することで、ネットワークにつながれた利用者同士が直接データを検索し、ダウンロードできるようになるのである。このような技術はピア・ツー・ピア (P2P) と呼ばれる (第 5 図)。



第 5 図 P2P 技術の仕組み

P2P は、一つのサーバーにデータや計算処理を集中させるわけではなく、接続されたパソコン同士がデータや計算を分担する、分散処理技術である⁹⁾。特定の中央サーバーを介在しないため、たとえサービスの事業者が活動を停止しても、ネットワークは活動を継続し、さらに拡大していく可能性さえある。例として、この P2P 技術を用いたアメリカのナップスターは、1999 年 12 月にアメリカレコード協会から提訴され、2000 年 7 月 26 日に米国連邦地方裁判所から著作権侵害を認定された結果¹⁰⁾、2001 年 7 月にサービスを停止した⁹⁾。しかし利用者は、ファストトラック、オーディオギャラクシー、アイメッシュ、グヌーテラといった他の類似サービスへと「場」を乗り換えただけで、音楽ファイルのダウンロードは止めなかったのである。この四つのシステムで交換された音楽ファイル数は、2001 年 8 月時点で合計 30 億 5000 万にも上り、ナップスターのピーク時を上回った⁹⁾。

また、ナップスターの利用者だけで合計 7000 万人に達していたと推定されており¹¹⁾、その多くは無料でダウンロードする行為を違法だとは認識していない。2000 年 7 月に米国 PC データオンラインが発表した調査によると、「ナップスターのファンの 60%が、行為が違法だと判定されても音楽のダウンロードを続ける」¹²⁾と主張しているのである。この結果からも分かるように、利用者には、音楽 CD は購入しなくても無料で聴ける、という意識が根付いてしまったように思われる。さらに、ブロードバンドなどの普及により通信速度が速くなったこと、パソコンのハードディスクの大容量化により音楽ファイルを保存できるスペースが増加したことなど、技術の発展がこのサービスに適した環境を築いてしまったことも重なり、CD の売り上げ低下に大きく影響を及ぼしていると考えられる。

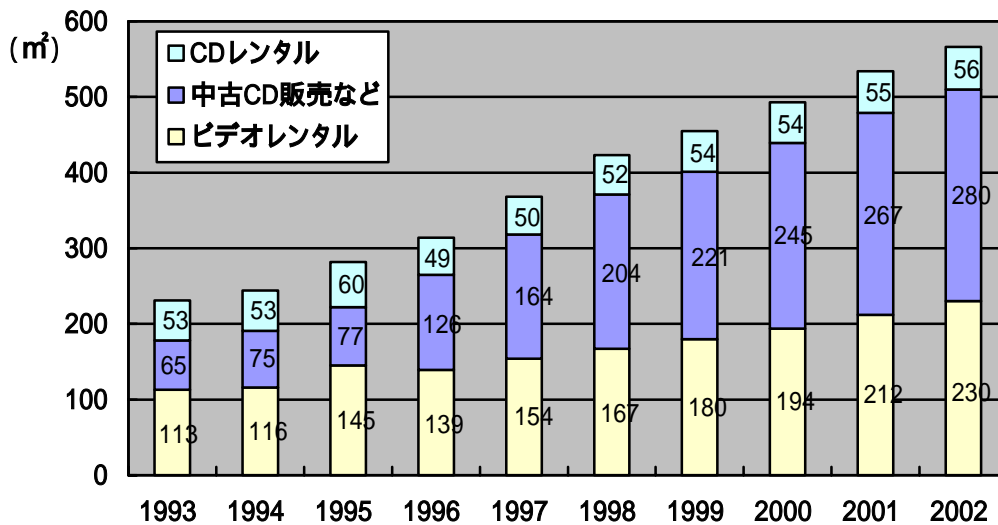
B. 日本の場合

日本でも、音楽ファイル交換サービスは原因の一つとして考えられるだろう。有限会社日本 MMO が、2001 年 11 月に日本初のファイルログという無料音楽ファイル交換サービスの運営を試みたことも事実である。2002 年 1 月 29 日に日本レコード協会や日本音楽著作権協会 (JASRAC) から提訴され、2002 年 4 月 16 日以降はサービスを停止する¹³⁾という、ナップスターと同様の結果になってしまったわけだが、利用者が他の無料サービスに移り、ダウンロードを続けている可能性も十分に考えられる。

しかし、日本の場合は他にも CD の売り上げ低下に影響している要因があると考えられる。それらを分析していくことにする。

1. レンタル CD、中古 CD

まず、レンタル CD や中古 CD の利用者が増加しているという点が挙げられる。CD レンタル店の現状を見ると、営業店舗数は 2002 年には 3,617 店で、前年比 2.4%減である¹⁴⁾。しかし減少の傾向にある営業店舗数とは逆に、1990 年代以降、店舗面積の拡大が続いている(第 6 図)。2002 年の 1 店舗の平均面積は 566 m²と、前年比 6%増である。面積拡大の理由は、中古 CD 販売やビデオ・DVD レンタルなどを兼業する、ツタヤのような大型複合店が増加しているからである。中古 CD 販売を兼業している CD レンタル店は 2002 年に 3,488 店舗あり、総店舗数の 96.4%にあたる¹⁵⁾。これは中古 CD を購入する機会の増加にもつながる。



(日本レコード協会『2002年度CDレンタル店実態調査』より)

第6図 CDレンタル店の1店舗平均面積

また、1店舗あたりのレンタルCDの平均在庫数も、昨年と比較すると全体的に増加している(第1表)。特に12cmマキシシングルは前年比11%増、中古CDのアルバムとシングルの合計在庫枚数も前年比9%増と、大幅に増加していることが分かる。つまり、それだけレンタルCDや中古CDのニーズがあるということだろう。

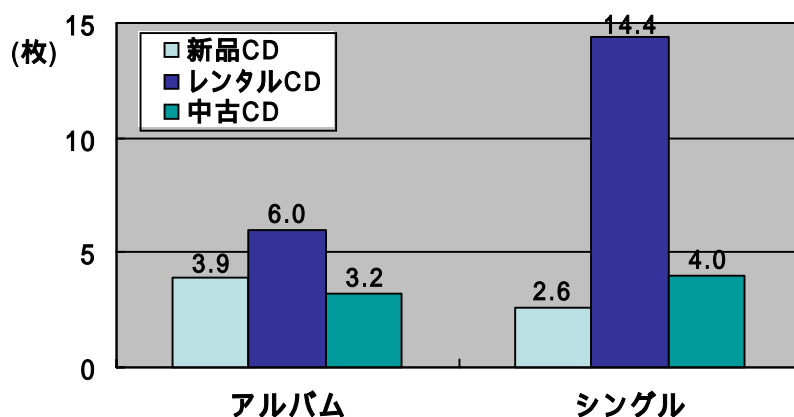
第1表 CDレンタル店の1店舗平均在庫数

	CDアルバム (邦盤)	CDアルバム (洋盤)	12cm CDシングル	中古CD
2002年	3,834枚	2,209枚	2,085枚	1,507枚
2001年	3,636枚	2,115枚	1,880枚	1,386枚
前年比	5%増	4%増	11%増	9%増

(日本レコード協会『2002年CDレンタル店全店調査』より)

それでは、実際に一人が購入または利用するCDの枚数はどのくらいなのだろうか。日本レコード協会が2002年に実施した調査⁶⁾によると、半年間での一人あたりのCDの購入または利用枚数は、アルバムとシングルともにレンタルCD

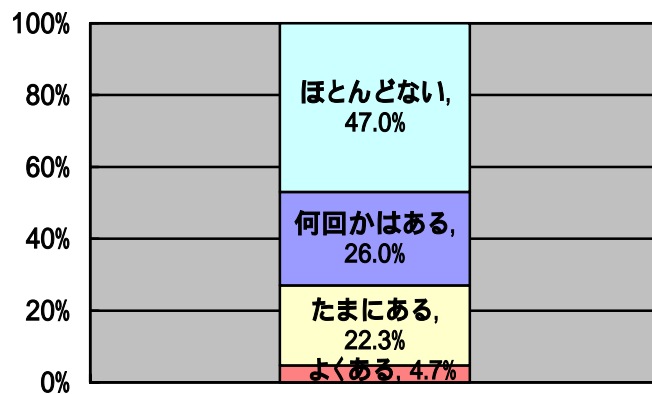
が最も多いことが分かった(第7図)。特にシングルにおいては、レンタルCDの利用枚数が14.4枚と極めて多く、中古CDも4枚と新品CDの購入枚数の2.6枚を上回っている。このことから、特にシングルは購入せず、レンタルCDや中古CDを活用する傾向があると言える。



(日本レコード協会『音楽ソフト購入枚数・利用枚数』より)

第7図 半年間のCD購入・利用枚数<一人平均>

さらに、レンタルと購入の間には関連性があるのかを調べてみた。OngakuNET.comが2001年に電子メールで実施した調査¹⁶⁾で、レンタルしたCDが気に入りその後新品を購入した経験の有無を調べた結果、購入経験の多い人は4.7%と少なく、ほとんどないという人が約半数の47.0%を占めた(第8図)。このようにレンタルから購入につながる可能性は低く、レンタルCDの利用が、CD売り上げ低下の要因となっていることは十分考えられる。



(OngakuNET.com『レンタルCDに関するアンケート』より)

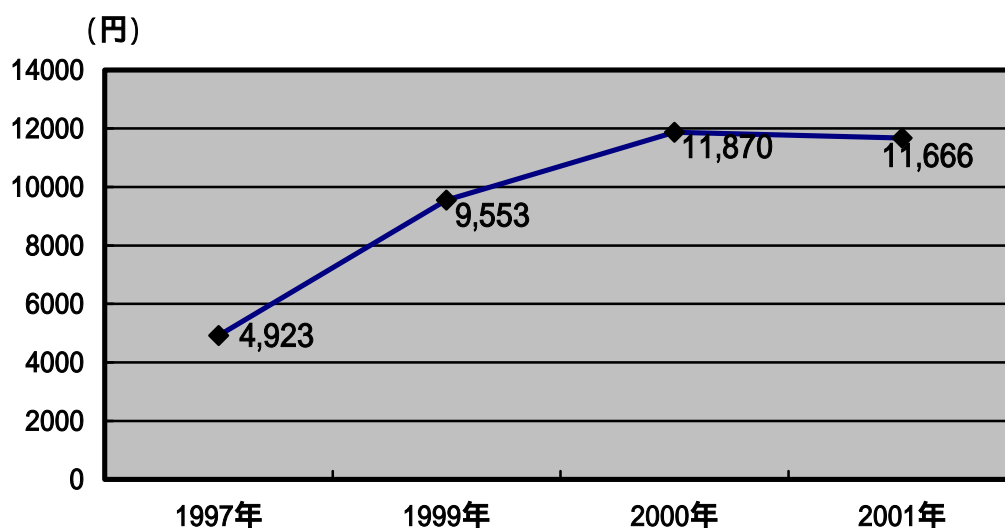
第8図 レンタル後のCD購入経験

また日本レコード協会によると、新品 CD を入手しても録音した後、CD を中古 CD 店へ売却する行為が増えているということである。実際、中古 CD の買い取りを行っている CD レンタル店は 2002 年には 588 店舗あり、前年の 450 店舗から急増している¹⁵⁾。これが中古 CD 販売を促進することとなり、2001 年の中古 CD の推定売り上げ枚数は、新品 CD 販売枚数の 21.5%に相当する、約 7440 万枚に上った¹⁷⁾。このようにレンタル CD や中古 CD の利用が増加しているのは、そもそも新品 CD の価格が高いということを示唆しているのではないだろうか。

2. 携帯電話支出

次に、携帯電話の普及も CD の売り上げに影響を及ぼしていると考えられる。現在、携帯電話の普及は急速に進んでおり、私たちが生活する上で欠かせないものとなっている。世界インターネット利用白書によると、「携帯電話（PHS を含む）を利用している人は、2001 年 11 月現在、全体の 61.4%に達して」おり、「その 1 年前の 55.0%に比べ 6.4 ポイントほど増加している」という。

また、この普及率と同様に、携帯電話の毎月の支払い金額も、年々増加傾向にある（第 9 図）。



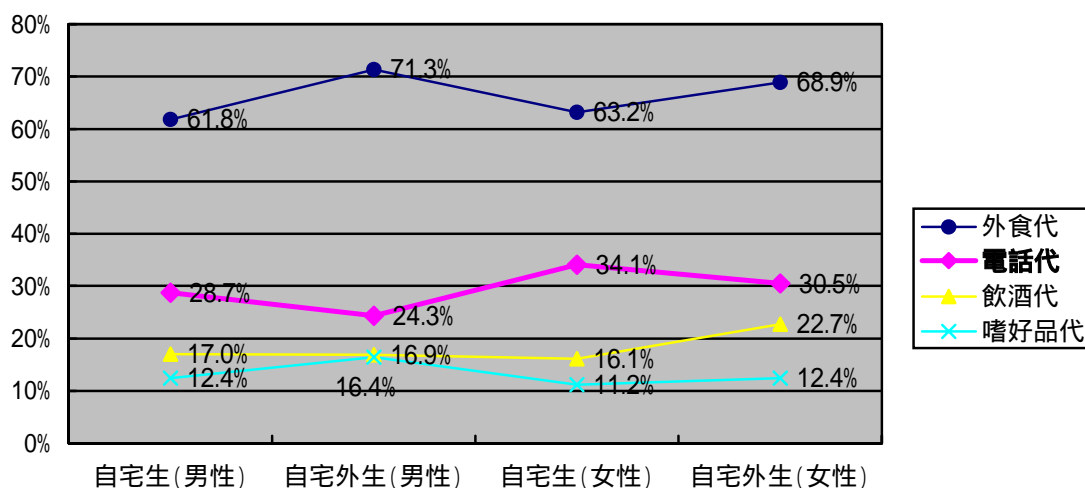
(電通『情報メディア白書2002』情報支出分析 より)

第 9 図 携帯電話月間支払い金額の推移

このデータによると、1997 年では、4 千円台だったが、1997 年には 9 千円台まで上昇し、2000 年には遂に 1 万円を超えている。この金額は、若者、特に携

携帯電話利用率が高いと考えられる大学生にとっても大きな負担になるだろう。

では、実際にどのくらいの人が携帯電話代に負担を感じているのだろうか。それを明らかにするために、大学生が日常生活で節約したいと感じている支出を調べてみた（第10図）。これによると、節約したい支出のうち、性別や自宅生、自宅外生を問わず電話代が外食費に次いで2番目となっていた。



(全国大学生生活協同組合連合会「学生の消費生活に関する実態調査」
2000年10月実施より)

第10図 大学生の消費意向 節約したい支出の割合

以上のことから、電話代は日常生活の支出の中で占める割合がかなり大きく、支出の負担を感じている人は多く存在することが分かった。

しかし、今や携帯電話は日常生活の必需品となっているので、節約することは難しい。そのために、他の支出を節約しようという動きが出てきたのではないだろうか。そして、こうした動きがCDの売り上げ低下へとつながっているのではないだろうか。よって、携帯電話の支出の負担が大きいためにCDを買う余裕がなくなってしまったということが考えられる。

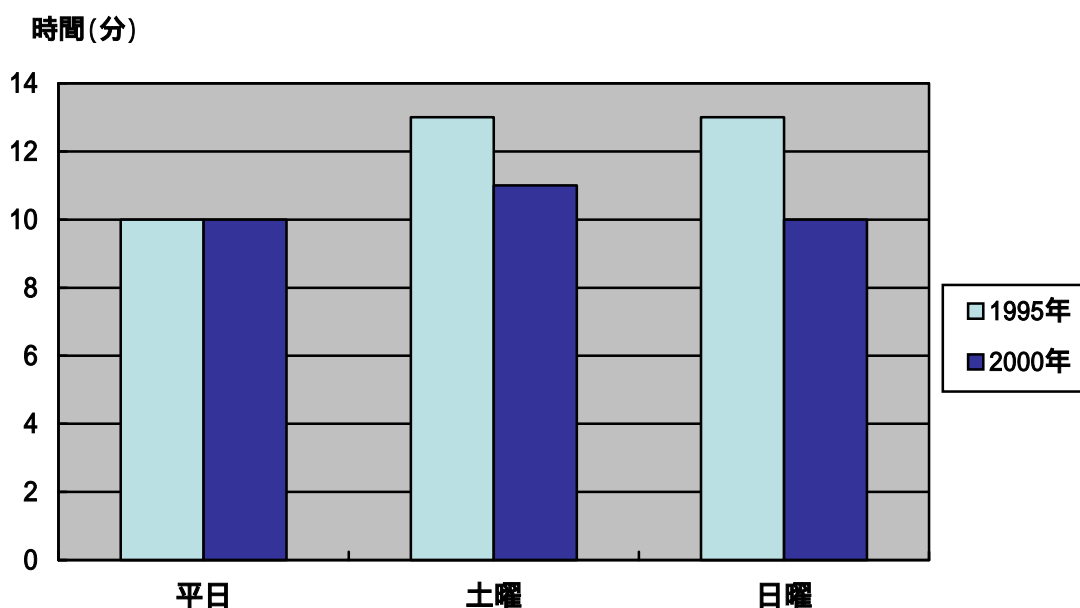
3. 音楽鑑賞時間

第三に、日常生活で音楽を聴くことが少なくなったということが原因として挙げられる（第11図）。国民が1日あたりにCD・テープを聴く時間は、1995年と2000年を比較してみると、平日はあまり変化が見られなかったものの、土曜日と日曜日は明らかに減少していることが分かる。

また、日本MMOの松田道人社長は、最近では「iモードの普及により、電車の

中でウォークマンでCDを聞いていたのが、ウォークマンを聞かなくてiモードをやるようになってしまったこと¹⁸⁾や、「車でカーステレオを聞いていたのが、カーナビの普及によりテレビを見るようになったこと」¹⁸⁾などが原因だと述べている。

以上のことから、日常生活で音楽を聴く時間が減ったために、CD を買う必要性がなくなったということが言える。



(NHK放送文化研究所『国民生活時間調査報告書』各年度版より)

第11図 1日当たりのCD・テープ聴取時間の推移<国民全体・総平均>

4. アーティスト、楽曲

さらに考えられることとして、アーティストや楽曲に関連した原因が挙げられる(第2表)。第2表のアンケートは、2002年5月31日から6月6日までの期間2,639人の読者に対して行われたものである。これによると、CDを購入しなくなった理由として「欲しいCDが無いから」が最も多く663人で、全体の64%を占めている。

第2表 CDの購入枚数が減った理由

理由	人数	比率
欲しいCDが無いから	663人	64%
自由に使えるお金が減ったから	281人	27%
レンタルCDを利用するから	234人	22%
インターネット配信を利用するから	53人	5%
その他	182人	17%

(株式会社インプレス impress Watch Headline より)

では、なぜ欲しいと思えるCDが無くなったのだろうか。その背景には、レコード会社の体制の問題が関係していると考えられる。

日経BP社のサイトで、フリーライターの島川言成氏は次のように述べている。

現在、エイベックスなどの大手レコード会社は、1~2ヶ月に1枚といったような非常に短いサイクルで主力アーティストのCDを発売している。

そのようなレコード会社の多くは、「タイアップCM・ドラマ・アニメ・雑誌などメディアミックスで大量露出して、アーティストブランドを人工的に作りあげて」¹⁹⁾ しまっているという。レコード会社側は、様々なメディアを介して出来るだけ多くアーティストと楽曲に触れさせ、「イメージを人工的に定着させ」¹⁹⁾ することでCDを売ろうとしているのである。

さらに、最近ではエイベックスを始め様々なレコード会社から新人アーティストが次々と出ている。これによりアーティストの数は、以前より確実に増加している。一般的にはアーティストが多くなればそれだけCDの売り上げも伸びると思われるがちである。しかし、この「アーティストの増加」が逆にCDの売り上げの低下に拍車をかけているのではないだろうか。

新しいアーティストが増えるということは、必ずしも良い曲が増えるということにはならない。確かに、多くのアーティストが存在すれば音楽の幅は広がるかもしれない。しかし、アーティストが増えれば増えるほど、レコード会社側はアーティスト個々人の育成や宣伝などが十分に行き届かず、疎かになってしまうのではないだろうか。そうなると、当然強い個性、音楽性などの魅力を持ったアーティスト、楽曲がなくなってしまう。そして、結局質の低下したCDばかりが乱発され、欲しいCDが無くなってしまおうと考えられる。

島川氏は、この現状を指摘し、アーティストや楽曲が「ファーストフード化」していると表現した。CD は大量生産して多く出回っているが、中身が無くつまらないものだということの例えとして使っている。

このような実態から考えてみると、最近のレコード業界は CD を売ることばかり考えて、アーティストや楽曲自体の魅力を引き出そうとしていないという印象を持たざるを得ない。この状態ではアーティスト・楽曲の質が低下し、CD が売れなくなるのも当然である。

以上のように、アーティスト・楽曲自体の問題が CD の売り上げ低下に影響を及ぼしていると言うことができる。そして、それはレコード業界の体制が大きく関連しているということが明らかになった。

・結論と考察

A．音楽 CD の売り上げ低下の要因

以上のような様々な文献調査を行った結果、アメリカにおいても日本においても、数々の原因によって音楽 CD の売り上げが低下しているということが分かった。レコード業界は CD-R/RW メディアへのコピーが原因だとしているが、それ以外に無料の音楽ファイル交換サービス、レンタル CD や中古 CD の利用、携帯電話への支出、音楽の鑑賞時間の減少、魅力的なアーティストや楽曲の減少などの要因が深く関与している可能性が高いのである。つまり、コピーコントロール CD を投入すれば解決できるというわけではなく、複雑な問題に拡大しているといえる。

B．音楽 CD の今後

このような複雑な状況の中で、今後音楽 CD の売り上げは回復するのだろうか。それは、個人とレコード業界の意識次第だと考える。

レンタル CD や中古 CD の利用、携帯電話への支出、音楽鑑賞時間に関しては、CD に費やす金銭的・時間的な余裕がないために、CD の購入を抑えることが余儀なくされている部分もあるため、今後も生活パターンが変わらなければこれらの要因がなくなることは難しいだろう。しかし、音楽ファイル交換サービスにおいては、個人の責任のもとに行っている行為である。まずは音楽ファイルの違法コピーを減らしていくことが、CD の売り上げ上昇につながると考える。しかし今回の文献調査で明らかになったのは、いかに利用者が、音楽ファイルのダウンロードが違法行為にあたるということを認識していないかということだ。これは、個人が注意して意識を高めることで、ダウンロード数の減少につながるのではないか。また、サービスの運営側も、音楽ファイルを有料で提供するなどして、少しでも違法ファイルの流通を抑えるべきである。実際、無料サービスを停止したナップスターは、ドイツのベルテルスマン社と提携し、有料サービスとして再開することになっている⁹⁾。

次に、魅力的なアーティストや楽曲の減少については、レコード業界の意識の問題である。これは、日本だけでなくアメリカなどのレコード業界でも同様のことが言えると思うが、慢性的な CD の売り上げ低下の現状を生み出している原因を、CD-R/RW の利用者の責任にするのではなく、レコード業界の現在の体制そ

のものでもあることを認識しなくてはならない。一過性のアイドル的なものや、歌詞に意味が込められていないような楽曲を乱発するのではなく、消費者のターゲットを限定せずに、誰の心にも響くようなアーティストの発掘、育成、そして楽曲の作成をしていかなければ、いくらコピーコントロールCDを生産してもCDの売り上げは上昇しないのではないだろうか。レコード会社側はこのことを認め、少しでも早く実行に移すべきである。まさに量よりも質の高さを追求すべきなのだ。

今こそ、音楽の生産と流通のメカニズムを見直し改善していくために、音楽の生産者と消費者の意識改革が求められる時期に来ていると考える。

引用文献

- 1) 2001 Year End Manufacturers Shipment & Value Report (アメリカレコード協会)
<http://www.riaa.com/pdf/2001yearendmanufacturersshipmentandvaluereport.pdf> <2002-12-28>
- 2) 日本のレコード産業 2002 (日本レコード協会)
http://www.riaj.or.jp/doc/yearbook/RIAJ2002J_1.pdf <2002-10-22>
- 3) ネットから新曲コピー...上半期、100 万枚シングルなし : 協会各社、防御に躍起 . 毎日新聞 . p.6 (2002-10-07)
- 4) 海賊版音楽 CD、昨年は 5 割増、CD-R は 3 倍増 : IFPI 調査 . 日経産業新聞 . p.2 (2002-06-13)
- 5) 海賊版音楽 CD、販売量が大幅
http://www.zdnet.co.jp/news/0206/12/nebt_03.html <2003-01-03>
- 6) 音楽コンテンツ個人録音及びそれに関わる CD-R 等の利用実態調査報告書 (日本レコード協会)
http://www.riaj.or.jp/softuser/pdf/kojin_fukusei.pdf <2002-10-22>
- 7) 2001 年度音楽パッケージソフトユーザー白書 (日本レコード協会)
<http://www.riaj.or.jp/softuser/pdf/softuser.pdf> <2002-1-04>
- 8) 団藤保晴の「インターネットで読み解く！」第 127 回「音楽産業は自滅の道を転がる」
<http://dandoweb.com/> <2002-12-15>
- 9) 西山守 . 海外のメディア事情 : 米国 . 情報メディア白書 . Vol.2002 , p.230-231 (2002)

1 0) ナップスターに業務停止命令

<http://www.hotwired.co.jp/news/news/Business/story/20000817106.html>

< 2003-01-03 >

1 1) ネットの音楽無料交換、P2P、新興勢力続々：利用者数千万人、レコード
業界苦慮．日経産業新聞．p.11 (2001-09-05)

1 2) 音楽ファンは無料ダウンロードをやめない

<http://japan.cnet.com/News/2000/Item/000728-4.html> < 2002-12-15 >

1 3) ファイルローグ一時停止へ、東京地裁が差し止め命令

<http://pcweb.mycom.co.jp/news/2002/04/09/18.html> < 2003-01-04 >

1 4) 2002 年度 CD レンタル店実態調査 (日本レコード協会)

<http://www.riaj.or.jp/rental/2002.html> < 2003-01-05 >

1 5) 日本レコード協会．2002 年 CD レンタル店全店調査報告書．

1 6) レンタル CD に関するアンケート

<http://www.ongakunet.com/research/enq0023/answer7.asp> < 2003-01-05 >

1 7) 日本レコード産業からの提言 (日本レコード協会会長 富塚勇)

http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki/dai2/s_06.pdf < 2003-01-05 >

1 8) ファイルローグは合法的なサービスをやっているつもりです

<http://www.watch.impress.co.jp/internet/www/article/2002/0220/mmo.htm>

< 2003-01-04 >

1 9) SmallBiz 島川言成の IT アキバ斬り：第 52 回 コピー防止策で CD 売り
上げは回復するのか？

<http://smallbiz.nikkeibp.co.jp/members/SERIES/20021026/102175>

< 2003-01-04 >