

販売施策イベントに基づく売上の集計ルールについて（訂正版）

平成 29 年 2 月 6 日

オリコン株式会社

弊社は、オリコンランキングの集計方法に関して、平成 29 年 1 月 20 日、「販売施策イベントに基づく売上のランキングへの反映について」を公表いたしましたが、その後も幾つかお問い合わせをいただきましたので、重ねて販売施策イベントにおける売上の加算制御について弊社の方針をご説明いたします。

昨年 9 月 5 日付集計分から、より厳格な統一ルールに基づいて集計しております。具体的には、商品形態数にかかわらず、イベント参加の購入者数×2 枚を上限としています。また、発売前の 3 か月以内に開催されたイベントについては、仮に 1 日に 5 イベント行われた場合も 5 回分をすべて加算しており、100 回を優に超えるイベント報告もすべて集計の対象となっております。

それ以前は、ランキング全体への影響が軽微であるとの判断から、施策内容や商品形態数なども考慮して、販促イベントによる売上報告については積極的に反映してまいりました。CD の売上が減少傾向にある中で、販促施策やファンサービスの拡充は、企業努力の一環であり、確実に音楽産業の活性化につながっていると思われま

しかし、販促イベントの売上枚数、実施回数、施策内容などが多様化および肥大化するに従い、ランキング全体に与える影響が看過できなくなったと判断いたしました。さらには、ランキングが過量な競争を煽ってはならないと考え、それまで一部の売上の影響が大きいアーティストに採用してきた厳格な基準を、全体にも適用する統一ルールといたしました。

ご参考までに、最近行われている一部の販促施策を幾つか例示するとともに、弊社ランキングへの加算の考え方をご説明いたします。

（ケース 1.）

多くの構成メンバーからなるアーティストの同一楽曲で、ジャケット写真のみが異なる商品群（以下、「同内容盤 CD」といいます。）が制作され、メンバー全員分の同内容盤 CD を購入すると、個別サイン会やメンバー全員との撮影会などに参加できる特典が付きま

す。1 人購入毎の報告はメンバー全員分の枚数として届きますが、この場合は、購入者数×2 枚を上限として加算いたします。

(ケース 2.)

初回限定盤 CD または通常盤 CD と、メンバー各員分の同内容盤 CD の中から合計 4 枚を購入すると、指定メンバーやメンバー全員との動画撮影会に参加できる応募券がつきます。ただし、あくまで応募券のため、実際には抽選に当選しないと該当イベントに参加できないケースも含まれています。1 人購入毎の報告は 4 枚分として届きますが、この場合は、購入者数×1 枚として加算いたします。またこのようなケースで、さらに過量な販売が確認された場合は、加算対象外といたします。

(ケース 3.)

同内容盤 CD に、個別握手会への参加券が、ランダムに封入されています。ただし、開封されるまで誰との握手会に参加できるか分からないため、希望するメンバーとの参加券が当たるまで、同一購入者が大量の枚数を購入する事例が多数報告されています。この場合は、購入者数×1 枚として加算いたします。またこのようなケースで、さらに過量な販売が確認された場合は、加算対象外といたします。

※また、これらのケースでは、1 作品の全体売上において、イベント売上の報告数が数万枚となる一方、市販売上は 100 枚程度といった事例も数多く見られます。

なお、購入者数を把握するにあたっては、一部アーティストには、企業会計上の内部統制ルールに基づく運用を行っている上場企業子会社等から、購入ログデータ等を提供していただくをお願いしており、このようなデータの提供ができない環境にある場合、イベント会場への来場者数および購入者数、購入内訳等の詳細データをご提供いただくことによって、出来る限り正確性・公平性を期しています。

以上