

訴 状

平成18年11月17日

東京地方裁判所民事部 御中

当事者の表示 別紙当事者目録記載のとおり

〒100-6312 東京都千代田区丸の内二丁目4番1号 丸ビル12階1201区

(送達場所) 卓照綜合法律事務所

TEL 03-3214-5551 FAX 03-3213-6582

原告訴訟代理人弁護士 赤 井 文



同 笹 浪 恒



同 船 崎 隆



同 (担当) 笹 浪 雅



同 岡 崎 秀



同 竹 内 英 一



同 山 本 裕



同 横 田 高



同 藤 川 和



同 村 山 栄



同 永 井 和



同 (担当)

中 島 秀



同

川 義 郎



同

波 光



同

布 井 要 太



同

小 西 武 彦



同

山 田 弘 一 郎



同 (担当)

高 村 健



同

齊 藤 貴



損害賠償請求事件

訴訟物の価額 50, ~~200~~, 000円

ちょう用印紙額 173, 000円

## 請 求 の 趣 旨

- 1 被告は、原告に対し、金50,000,000円及びこれに対する平成18年3月18日から支払い済みに至るまで年5分の割合による金員を支払え
  - 2 被告は、原告に対し、別紙1記載のと通りの謝罪広告を訴外株式会社インフォバーン発行の雑誌「サイゾー」に別紙2記載のと通りの条件で1回記載せよ
  - 3 訴訟費用は被告の負担とする
- との判決ならびに第1項につき仮執行の宣言を求める。

## 請 求 の 原 因

### 第1 当事者

- 1 原告は、音楽市場調査、音楽の楽曲のデータベース事業、インターネットメディア事業、携帯電話向けコンテンツ提供事業、出版事業等を業とする株式会社である。
- 2 被告は、朝日新聞社に勤務した後独立し、ポピュラー音楽、ジャーナリズム論等の分野で評論活動を展開するジャーナリストであり、「『朝日』ともあろうものが」「Jポップとは何か」等の著書を有する。

### 第2 被告による名誉毀損行為

- 1(1) 訴外株式会社インフォバーン（以下、「訴外インフォバーン」という）は、月刊紙「サイゾー」を発行する出版社であり、同誌2006年4月号51頁に「ジャニーズは超VIP待遇！？事務所とオリコンの蜜月関係」なる記事（以下、「本件記事」という）を掲載した。

本件記事は、著名な芸能プロダクションである訴外ジャニーズ事務所に  
よるメディア操作疑惑について論じた内容であるが、その中で特に同事務  
所と原告との関係について相当の紙幅を割いて触れている。

(2) 被告は、本件記事に、以下に引用するコメント（以下、「本件コメント」という）を寄せた。

「日本には、オリコンしかヒットチャートが存在しなかったため、その統計学的な正確さが過大評価されがちです。まず第一に長く、オリコンは予約枚数もカウントに入れている。予約だけ入れておいて後で解約するカラ予約が入っている可能性が高いのです。『オリコン初登場1位』などという文言は、その後の宣伝に使えます。『オリコンの数字はある程度操作が可能だ』というレコード会社員の話も複数聞いたことがあります。そもそもオリコンは不思議な団体で、『オリコン独自の統計手法だ』と言い張ってその方法をほとんど明らかにしないんですよ。ふつうの統計調査は、その手法を細かく公開して、その信憑性に疑問が挟む余地がないことを強調するのが当たり前です。それをしないで公開されたデータは、統計学的な信用度が低いと自分で言っているようなものです。」（甲第1号証）。

(3) そして、平成18年3月18日頃から約1ヶ月間にわたって、被告は訴外インフォバーンをして、同社の販売網を通じて本件記事を掲載する「サイゾー」を全国各地に頒布せしめ、その結果、本件記事を不特定多数の者の目に触れる状態に置いた。

- 2 また、被告は、訴外朝日新聞社発行にかかる週刊誌「AERA」2003年2月3日号・78頁にも、「オリコン独占去った後、チャートはどう読む？」なる記事を寄稿し、その中で、『『オリコンの数字はある程度操作ができる』という噂はこれまでもありました。』と述べている（甲第2号証）。
- 3 被告が月刊紙「サイゾー」に寄せた本件コメントは、原告が雑誌、ウェブサイト等で提供する音楽ヒットチャートが、あたかも予約枚数も売上カウントに入れており、そのことで予約だけ入れておいて後で解約するというカラ予約も売上カウントに含まれてしまうという統計手法上の不備を指摘し、実際にも「カラ予約」が行なわれている「可能性が高い」と断定してその正確

性に疑問を投げかけたものであり、さらに、『オリコンの数字はある程度操作が可能だ』というレコード会社員の話も複数聞いたことがあります。」などという原告がその数字を操作しているかのような指摘をすることによって、原告が提供する音楽ヒットチャートの数字の統計学的な信用度が低いとの印象を読む者に対し植え付けている。

しかし、原告が予約枚数も売上カウントに入れているとの指摘は全く事実と反しているばかりか、原告は音楽ヒットチャートの集計方法の概略を、自身のウェブサイト上で公開しているのであり、その統計手法を明らかにしていないとする被告の指摘は全く事実と反している（甲第3号証）。

このように、原告は、被告によって、統計学的正確さと中立性ないし客観性が生命線ともいえる原告の音楽ヒットチャートの信用性を著しく毀損され、ひいては原告の名誉・社会的信用も著しく毀損されたものである。

- 4 なお、被告は、『オリコンの数字はある程度操作が可能だ』というレコード会社員の話も複数聞いたことがあります。」などとして、第三者からの噂ないし風評を引用しているが、その場合であっても読む者をして、その内容たる事実が実在するとの印象を与えるのであるから、名誉毀損が成立することは明らかであり、これは裁判実務上も定着している（最決昭和43年1月18日）。

### 第3 原告の損害

- 1 原告は、その主要事業である音楽市場調査の一貫として、他の同業他社に先駆けて、その社名を冠した音楽ヒットチャート誌である雑誌「Original Confidence」や「oricon style」、ウェブサイト「ORICON STYLE」等にて音楽ヒットチャートを発表し、当該分野における先駆的な役割を担ってきた。

原告が発表する音楽ヒットチャートは、当該分野の「老舗」として、

社会的に高い信用・信頼を獲得し現在に至っており、それ故に、当該ヒットチャート上位に作品名を連ねることが、作詞・作曲家、演奏家等にとって高い社会的評価を獲得することともなっている。

- 2 しかし、被告は本件コメントにおいて、原告が発表する音楽ヒットチャートについて、あたかも同社が予約枚数も売上カウントに入れること等によって、その数字を操作しているかのような虚偽の事実を指摘し、結論として、当該ヒットチャートの数字の統計学的な信用度が低いと指摘している。
- 3 言うまでもなく、音楽ヒットチャートの生命線はその数字の正確性にあるところ、被告が本件記事に寄せた本件コメント及びそれと同趣旨の「AERA」誌上のコメントは、それを読み聞きした者をして、原告が提供する音楽ヒットチャートの数字の統計学的な信用度が低いとの印象を植え付けている。

上記のとおり原告は、我が国において他に先駆けて音楽ヒットチャートを確立・浸透させ、その信用力及び影響力を基盤とする事業を展開してきた「老舗」的企業である。実際、原告の提供する音楽ヒットチャート上の順位が、国内におけるポップス系楽曲の人気度をはかる第一の指標として広く受け入れられ利用されていることは周知の事実であるところ、原告が築き上げてきたこうした高い社会的評価に対して、被告の上記行為が与える直接・間接の損害は決して過小評価することはできない。

他方、被告は、前述のとおりポップス音楽に限られない多分野で活発な評論活動を行うフリージャーナリストであり、近年は、岩波新書の一冊として「Jポップとは何か―巨大化する音楽産業」（2005年、岩波書店）、及び、『朝日』ともあろうものが。（2005年、徳間書店）という告発的ノンフィクション作品を相次いで上梓するとともに、前後して講演会やセミナー等で講演等を行っており、注目度ないし社会的露出度のことに高い存在であり、その発言の社会的影響力は決して小さくない。

原告は、連結売上高56億9,366万円、連結経常利益5億9,020

万円（いずれも2005年度）を挙げる企業であり、音楽ヒットチャート関連事業は、その中核をなすものである。また、近年、原告は、長年にわたって培ってきた音楽ヒットチャートの手法を音楽分野以外の他事業にも応用するビジネスモデルを開拓しつつあるところ、被告の上記行為による原告の統計手法に向けられた根拠なき中傷は、音楽ヒットチャートのみにとどまらず、原告の展開するこうした事業全体にも重大な損害を生じさせるものである。

以上を考慮するならば、被告の不法行為により原告に生ずる全損害額は、名誉回復処分として請求の趣旨第2項記載の謝罪広告を併せ行うべきことを勘案しても、5,000万円を下らないと言ふべきである。

#### 第4 結論

よって、原告は、被告に対し、民法709条に基づき、慰謝料5,000万円及びこれに対する不法行為後の平成18年3月18日から支払済みまで年5分の割合による遅延損害金の支払を求めるとともに、民法723条に基づき、請求の趣旨第2項記載の謝罪広告の掲載を求める。

#### 証 拠 方 法

- 1 甲第1号証 「サイゾー」2006年4月号
- 2 甲第2号証 「AERA」2003年2月3日号
- 3 甲第3号証 オリコンの音楽ソフトチャートについて

#### 附 属 書 類

- 1 訴状副本 1通
- 2 訴訟委任状 1通
- 3 甲号証写し 各1通
- 4 資格証明書 1通

## 当 事 者 目 録

〒106-0032 東京都港区六本木6-8-10 STEP六本木西3F  
 原 告 オリコン株式会社  
 代表者代表取締役 小 池 恒

〒100-6312 東京都千代田区丸の内二丁目4番1号丸ビル12階1201区  
 (送達場所) 卓照綜合法律事務所 TEL 03-3214-5551 FAX 03-3213-6582

|            |   |   |    |   |
|------------|---|---|----|---|
| 原告訴訟代理人弁護士 | 赤 | 井 | 文  | 彌 |
| 同          | 笹 | 浪 | 恒  | 弘 |
| 同          | 船 | 崎 | 隆  | 夫 |
| 同          | 笹 | 浪 | 雅  | 義 |
| 同          | 岡 | 崎 | 秀  | 也 |
| 同          | 竹 | 内 | 英一 | 郎 |
| 同          | 山 | 本 | 裕  | 子 |
| 同          | 横 | 田 | 高  | 人 |
| 同          | 藤 | 川 | 和  | 之 |
| 同          | 村 | 山 | 栄  | 治 |
| 同          | 永 | 井 | 和  | 之 |
| 同          | 中 | 島 | 秀  | 二 |
| 同          | 川 |   | 義  | 郎 |
| 同          | 波 | 光 |    | 巖 |
| 同          | 布 | 井 | 要太 | 郎 |
| 同          | 小 | 西 | 武  | 彦 |
| 同          | 山 | 田 | 弘一 | 郎 |



同 高 村 健 一  
同 齊 藤 貴 一

〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-22-7 道玄坂ピア4F  
株式会社インフォバーン雑誌編集部  
サイゾー編集部 気付

被 告 鳥 賀 陽 弘 道

(別紙1)

謝 罪 広 告

私は、月刊「サイゾー」2006年4月号51頁掲載の、「ジャニーズは超VIP待遇！？事務所とオリコンの蜜月関係」なる記事内に、原告であるオリコン株式会社（東京都港区六本木6-8-10 STEP六本木西3F）が、雑誌「Original Confidence」、「oricon style」、ウェブサイト「ORICON STYLE」等で発表する音楽ヒットチャートについて、その数字の統計学的な信用度が低いとの印象を与えかねない内容のコメントを寄せました。

しかし、上記コメントは正当な根拠を欠き事実と反したものでした。

私のコメントにより、同社の名誉・社会的信用を著しく毀損し多大のご迷惑をおかけしましたことを、ここに深くお詫び申し上げます。

鳥 賀 陽 弘 道

(別紙2)

掲 載 条 件

掲載場所

月刊誌「サイゾー」

字 格

12ポイント

体 裁

横書き、2段抜きとし、かつ全体を枠線で囲む

ヒット曲のウソ

初登場第一位の低上げ底か!?  
「ジャニーズ事務所とオリコンの蜜月関係」は超VIP待遇?

編集部 | 文  
words by Cyzo

約30年にわたって人気を維持し続けているジャニーズ事務所。だが、その人気は、巧みなメディア操作にあるという。特にオリコンのランキングについては、どんな疑惑がつきまわっている……。

右ページのヲリキ座談会でも言及されているように、強気な交渉で、テレビ界でのライバル蹴落としに成功してきたジャニーズ事務所。また、雑誌メディアにおいては、アイドル誌は言うに及ばず、「抱かれない男ランキング」で木村拓哉が毎年一位を獲得する「anan」(マガジンハウス)など女性誌との蜜月関係も有名だ。

さらにある疑惑が囁かれているのが、オリコンとの関係である。ジャニーズスタレートの新曲は、発売されるたびに上位にランキングされるが、実際の売り上げと、かなりの乖離があるのではないかとというのが、通説である(オリコン側は、この事実を否定)。

『ポップとは何か』(岩波新書)、『ポップの心象風景』(文春新書)などの著書・烏賀陽弘道氏は、『日本

には、長くオリコンしかヒットチャートが存在しなかったため、その統計学的な正確さが過大評価されがちです。まず第一に、オリコンは予約枚数もカウントに入れている。予約だけ入れておいて後で解約するカラ予約が入っている可能性が高いのです。『オリコン初登場1位』などという文言は、その後の宣伝に使えます。『オリコンの数字はある程度操作が可能だ』というレコード会社社員の話も複数聞いたことがあります。

そもそもオリコンは不思議な団体で、『オリコン独自の統計手法だ』と言い張ってその方法をほとんど明らかにしないんですよ。ふつうの統計調査は、その手法を細かく公開して、その信頼性に疑問が挟む余地がないことを強調するのが当たり前です。それをしないで公開されたデータは、統計学的な信用度が低いと自分で言

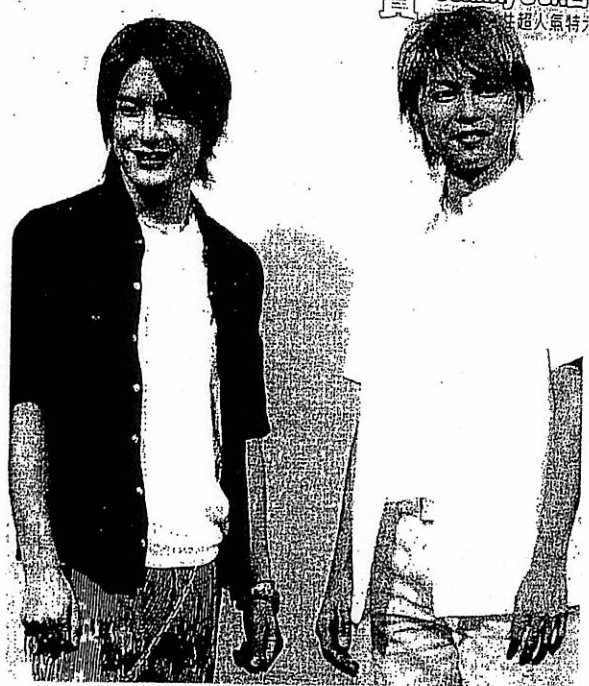
っているようなものです」と語る。試しに、06年2月の、オリコンチャートとPOSデータで集計を取っているサウンドスキャンを例に、ジャニーズスタレートの週間ランキングを比較してみた。2月7-13日の週では、タッキー&翼の「VENUS」(週間販売枚数45954枚)は、オリコンシングルチャート2位だが、2月6-12日の週のサウンドスキャンでは15位(週間販売枚数13573枚)とふるわない。そのほか、TOKIO「Mr.Traveling Man」の順位もそれぞれ、オリコン初登場第一位(2月14-20日)、サウンドスキャン第31位(2月13-19日)と、大きく異なる。確かに他の所属事務所のアーティストと比較して順位に差があるようだ。

ジャニーズ事務所は、メディアの評価を作為的に高めることで、「ジャニーズスタレートの人気がある」「カッコいい」売れている」というイメージを周到に用意しているように見える。このような刷り込み戦略の成

功が、長きにわたって人気を維持してきた秘訣かもしれない。ただ、気になる点といえば、ジャニーズと蜜月関係にあるメディアが、オールドメディア化しつつある点だ。同事務所のネット嫌いは周知の事実だし、『ディスクの売り上げ枚数』人気の指標』という常識は終わつつあります。音楽を運ぶメディアがディス

クからネットに大幅に移行し始めているため、着メロや通信カラオケ、ダウンロード販売といった数を見なければ、本当の意味での人気はわからなくなってきた。『烏賀陽氏』という指摘も耳にする。ジャニーズの凋落がはじまるのか、更なる栄華を築き上げるのか、今後の成り行きに注視していきたい。

賞 Johnny's Sure 超人気特賞



オリコンでは次々とスマッシュヒットを記録しているタッキーだが……。

pre-orders

# オリコン独占去った後 チャートはどう読む?

出版本部 鳥賀陽弘道

**わ**

が国で最大の影響力を持つヒットチャートといえば「オリコン」でしょう。新聞やテレビもニュースに引用しますし、音楽業界の皆さんも「オリコン1位を目指すぞう」などとおっしゃるが、影響力が大きいわりに、データの信頼性を問う声は今まで出てこなかった。07年の創設以来、レコード会社が発表する「出荷数」ではなく「店頭売り上げ」をカウントする組織がほかになかったからです。現在、カウント対象店は2万4千だとオリコンは公表しています。ただ「オリコンの数字はあ



例えば、昨年12月に発売された浜崎あゆみのアルバム「RINBOW」の1週目の売り上げ推計は、サウンドスキャンでは約74万枚なのに、オリコンでは約102万枚と、なんと28万枚弱ものズレがあります。オリコンの集計対象はPOS1500店、ファクス集計500店とコンビニが2万2千店。サウンドスキャンはPOSのみ1300店。サウンドスキャンのチャートは「ミュージックフリーク」([http://www.accommy.com/music\\_freak/](http://www.accommy.com/music_freak/))でも閲覧可能。

この「オリコン独占体制」を崩したのが、95年に米國からやってきた「サウンドスキャン」です。その情報源は、レジ横のバーコード読みとり機が集計した「POSデータ」なにもせ実際にレジでカネが支払われたCDの数だけを、そのチェーン店と契約のうえ、ホストコンピュータから取得してカウントする。さらには大統領選挙の出口調査から生まれたこのシステム、一店でも買い占めと思しき不自然な数字が集計されると、警告マークが出て自動的に統計から除外してしまう。人為的な操作が入り込むすき間がないのです。米國の音楽チャート誌「ビルボード」は81年からこのデータを使っています。

サウンドスキャンとの比較で初めて、オリコンには独特の「癖」があることがわかりました。例えばサウンドスキャンジャパンによりまずと、浜崎あゆみ、桑田佳祐、田中などレコード会社の看板スターがアルバムを発売すると、第1週のオリコンでの数字はなぜがサウンドスキャンより高めに出る。2週目から降下し、たいたい2週間の総売上数でPOSデータと合致するのだそう。1週目のオリコン売上数はレコード会社が宣伝材料に使いますから、なんだか動かしにくいものになります。オリコン側は聞いたが「マーケットイング方法、協力店数や対象店の違いではないか」「対策費による影響は一切ない」と一蹴されました。

**実**

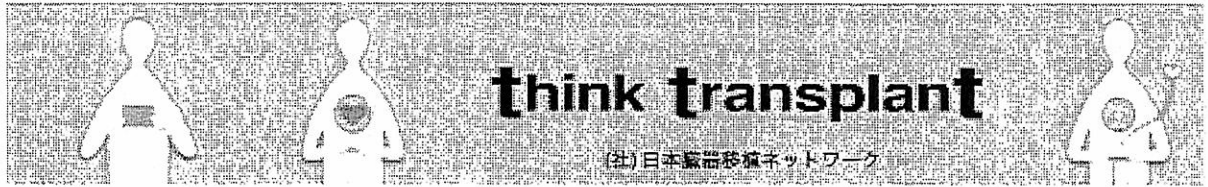
はサウンドスキャンの親会社は、傘下にレコード会社を抱える日本ビクター。そう、かつては甘めの数字で満足していたレコード会社も、今やサウンドスキャンを無視できなくなった。08年をピークにCDの売り上げが急落する昨今、甘めのチャートではじいたCDを出荷したあげく、膨大な返品の手を抱えることになったからです。限られた売り場にとの商品を手入れるべきを悩ませるCD店もまたしかり。

photo 編集部・外山俊樹 (左) 映像本部・藤原正真 (右)



ゲーム RSS

WEB全体 サイト内 ブログ アーティスト CDタイトル ネット配信曲 タイプ...



|      |      |        |        |       |       |       |      |      |        |   |
|------|------|--------|--------|-------|-------|-------|------|------|--------|---|
| シングル | アルバム | 洋楽アルバム | インディーズ | DVD総合 | DVD音楽 | DVD映画 | 書籍総合 | 劇場映画 | ドラマ満足度 | C |
|------|------|--------|--------|-------|-------|-------|------|------|--------|---|

ランキング オリコンの音楽ソフト(シングル、アルバム)チャートについて

[PR]習い事人気NO.1の英語を楽に上達させる！

現在地:ホーム>ランキング>オリコンの音楽ソフト(シン...

週間セールスチャートについて

音楽ソフトを販売している全国約2902店の小売店(CDショップ、各専門店、レンタルや書籍等を扱う複合店、家電量販店など)の店頭における実売調査結果を中心に、インターネット通販やコンサート会場等での売上調査も行ない、全国の週間売上推定数を算出したものです。

デイリーチャートについて

1日ごとにデータ集計を行っている全国約2200店におけるPOS売上データやインターネット通販での売上データをもとに作成したチャートです。一方、週間チャート作成は、これ以外の調査店による売上データも加えて行うため、デイリーチャートの1週間の合計が週間チャートになる訳ではありません。

合算などについて

シングル、アルバムとも、CDだけでなく、カセットテープ、アナログレコードなどの売上も調査しています。そして、弊社が定めた基準にもとづき、同一タイトルで同一商品とみなせるものに関しては、メディアの違いを問わず合算して集計を行っています。また同一タイトルで、DVDなどの特典付き限定仕様盤などと通常盤がそれぞれ発売される場合には、基準に則し合算集計を行うケースがあります。なお、アルバムチャートは03年12月から輸入盤の売上を加算しています。

調査店について

調査店に関するご質問は、下記(調査協力店一覧)記載内容以上の詳細についてはお答えできませんのでご了承ください。なお、売上データ提供にご協力いただいている調査店では、各店舗のご意志により調査店シールを公表していただいています。



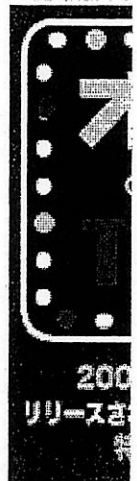
調査協力店一覧

協力店の皆様、オリコンチャートへのご支援ありがとうございます。  
チャートは下記の各店のご協力により集計されております。  
なお、調査協力店のご都合により、掲載されていない店舗もございます。

ア アカツキレコード、赤羽美声堂、あきたや楽器店、浅草ヨーロー堂、旭レコード、アトムレコード(神奈川)、アニメイト、Amazon.co.jp、イケヤ、石井楽器、石丸電気、イトウMC、イトーヨーカドー、井村楽器、インディスク、ヴァージンメガストア、WAVE、ウエスト、ウッドペッカー、梅田ナカイ楽器、AVスポットフジ、HMV、エコー、恵比須堂、MMP、エラート、エルパパ、大森楽器、音の店いわしや、音楽館清水屋、おんがく舎、音楽堂(愛知)、音楽堂(青森)、音楽堂(神奈川)、音楽堂(東京)、音楽文化堂、音響堂、音曲堂 他

カ 学習館、カシワヤ楽器、カメレオンレコード、川下本店、キクヤ、紀伊國屋書店、玉音堂、玉光堂、琴光堂、久米楽器、GROOVE!、グルグル、ゲーマーズ、コグレレコード、後藤楽器、五番街、 commons 他

サ サウンドコスモ、サウンドシアターフィール、サウンドショップすばる(東京)、サウンドファースト、サクラ書店、さくらや、サトウプレザンス、サンコー京都高島屋サンリツ、サンメディア藤ヶ丘店、



- ニュース
- 1 夏ドラ
- 2 小雪
- 3 今週0
- 4 秋のD
- 5 ひと目

- ランキング
- シングル
- 洋楽アル
- インディ
- 演歌
- アニメ
- トラックス
- カラオケ
- 満足度(シ
- DVD音楽
- 劇場映画

J-book、自主盤倶楽部、CDショップ大蕃、JEUGIA、十字屋CROSS、上新電機ディスクピア、新星堂、鈴木楽器、鈴木商事、鈴木屋、スター楽器、スーパーレコード、すみや、セキネ楽器店、ソフトインサカキ 他

タ 六十、DYNA DISK、TIME BOMB、高良レコード、タダヤ、タマル、タワーレコード、テヤマ、津田演奏堂、TSUTAYA(カルチュア・コンビニエンス・クラブ)、ディスクステーション、Disc&Tape Hanamata、ディスクステーションAWA、デュークショップ高知、デュークショップ高松、ディスクスペースアラオ、DEAD ONE、ディスクユニオン、帝都無線、デオデオ、照屋楽器、照屋時計店、天地堂、天盛堂、電波堂、トーチクミュージック、東京堂、トミヤマレコード、とらのあな 他

ナ 中川商店、中村屋、NACK5 TOWN、ニッポー、ネオ・ウイング、NOIZ、濃尾商会 他

ハ ハイラインレコード、長谷川レコード、蜂屋、ハマヤレコード、明屋書店、ビッグオレンジ、ピッコロ、姫路ミヤコ、姫路レコード、広島楽器センター、普久原楽器、フクロヤ、ブックバーン、フミレコード、プラザサントリア、Brand X、ブリッジ、文化センター白揚、文化堂楽器店、文化堂サンロード、文教堂書店、文真堂書店、平安堂、平和堂、平和堂楽器店、ベスト電器LIMB、ペットサウンド、ペーパームーン、ペンギン堂、細川レコード店 他

マ 毎日舎レコード、前橋アツミレコード、マジカルスクエア、松木屋、マナハウス音楽館、まるいレコード、マルゼン楽器、ミズキレコード、三井屋楽器店、ミノヤ、ミモリ、宮内オリエント商会、ミヤコ、ミヤコ音楽堂、ミヤコ銀座、ミヤコ藤、宮田レコード、ミュージックエトウ、ミュージックショップ国原、MSジャック、ミュージック・ステーション・エラート、MUSIC STORE dan、music street Xd、ミュージックプラザインドウ、ミュージックライブラリー、三好屋、ムトウ楽器店、村定楽器、ムラヤマレコード、名盤堂、名豊ミュージック 他

ヤ ヤジマレコード、ヤマダ電機、ヤマチク、ヤマト楽器店、ヤマハミュージック、山野楽器、ヤングレコード、遊ING、吉崎レコード、ヨシダ楽器 他

ラ LIKE AN EDISON、ラインレコード、ラオックス、ラッキーマウス、RISKY DRUG STORE、リズムレコード(大分)、リズムレコード(徳島)、リッスン一言、レコードショップセブン、レコードショップニ光 他

ワ 和国屋、ワタナベ楽器店、WonderGOO 他

※50音順

注: 以上は2006年5月末日現在の内容で、状況の変化により変更される場合があります。

## ランキング販売についてのお問い合わせ先

オリコンでは、ランキングを有料販売致しております。シングル、アルバム、DVDソフトなどの、デイリー、週間、月間、年間、歴代チャートや、曲ごとの累積売上枚数、推移表、また、洋楽、演歌などのジャンル別のチャートなど、各種データを作成・販売しております。

また、個人向け情報サービスと致しまして、「you大樹」を用意しております。個人の方はこちらのサービスをご利用下さい。尚、ランキングを個人サイト等で掲載することは固く禁じております。詳しくは下記のご注意をご覧下さい。

お問い合わせは、弊社企画ST部までお願いいたします。

※尚、ランキング販売以外のお問い合わせについては、回答できない場合もございますので、予めご了承下さい。

[+ 企画ST部](#)

### 【オリコンランキングご利用上のご注意】

オリコンランキング(売上枚数のデータ等、オリコンのあらゆるデータ、チャート)の著作権その他の権利はオリコンに帰属しております。WEBサイト(PC、ブログ、携帯電話等)や電子メール、雑誌等の紙媒体等、いかなるメディアにおきましても、オリコンランキングを掲載するといった行為は固く禁じております。

## 年間チャート集計期間変更のお知らせ

オリコンでは、2006年度より年間チャートの集計期間を変更させていただきます。これまで年間チャートを発表する際に、各年度、前年の12月初週日付チャートより、当年の11月最終週日付チャートまでを1

書籍(書籍)  
ドラマ期待  
CM好感度  
CMタイアップ  
ゲーム(週)  
ショウ2/3

関連リンク

[TOP](#)

[検索](#)

[お知らせ](#)

[メール](#)

長澤まさ

SEED

年としてまいりました。当年度の週間チャートを年内に取りまとめ、年末に年間チャートを発表するという目的のもとに行ってきましたが、集計、出版の速達化が進んだ事、11月最終週日付後にも当年を代表する作品が数多くリリースされる事などを考慮し、2006年度より12月第3週日付チャートまでを当年度とさせていただきます。

なお2006年度は移行年度となりますので、年度の開始週は12月初週日付チャートである12月5日付チャートとし、年間55週(年末年始の合算2週を含む54回発表)となりますが、2007年度以降は12月第4週日付スタートで、12月第3週日付終了の52週(年末年始の合算2週を含む51回発表)とさせていただきます。

**ランキング** [シングル/アルバム](#) [洋楽\(アルバム\)](#) [インディーズ\(シングル/アルバム\)](#) [演歌](#) [アニメ](#) [トラックスチャー](#)  
[NINKI度\(シングル/アルバム\)](#) [WEB通販](#) [作詞家](#) [作曲家](#) [プロデューサー](#) [SINGLE\(English\)](#) [ALBUM\(](#)  
[DVD音楽/総合/映画/DVDアニメ](#) [劇場映画\(日本/US\)](#)  
[書籍\(書籍総合/雑誌総合/コミック/文庫/新書/児童書/趣味実用/一般文芸/理工書/ビジネス書\)](#) [ド](#)  
[CM好感度\(高校生/F1F2層\)](#) [CMタイアップ曲\(高校生/F1F2層\)](#)  
[視聴率\(報道/教育・教養/音楽/ドラマ/アニメ/映画/スポーツ/娯楽番組\)](#)  
[デジタル機器・製品\(パソコンデスクトップ/パソコンノート/携帯オーディオプレーヤー/DVD・HDDレコー](#)  
[デジタルビデオカメラ/薄型テレビ/サラウンドシステム/PDA\(携帯端末\)\)](#) [欲しいモノランキング](#)  
[ゲームソフトランキングTOP20\(週間/月間\)](#)  
[機種別ゲームソフト販売本数TOP10\(プレイステーション2/ニンテンドーDS\)](#)  
[週間パソコンゲームソフトランキングTOP20](#)

|                      |                      |                        |                        |                       |                       |                       |                      |                      |                        |                     |
|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------|
| <a href="#">シングル</a> | <a href="#">アルバム</a> | <a href="#">洋楽アルバム</a> | <a href="#">インディーズ</a> | <a href="#">DVD総合</a> | <a href="#">DVD音楽</a> | <a href="#">DVD映画</a> | <a href="#">書籍総合</a> | <a href="#">劇場映画</a> | <a href="#">ドラマ満足度</a> | <a href="#">C</a>   |
| <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>    | <a href="#">   </a>    | <a href="#">   </a>   | <a href="#">   </a>   | <a href="#">   </a>   | <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>    | <a href="#">   </a> |
| <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>    | <a href="#">   </a>    | <a href="#">   </a>   | <a href="#">   </a>   | <a href="#">   </a>   | <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>  | <a href="#">   </a>    | <a href="#">   </a> |

[会社概要](#) | [オリコン出版物](#) | [当サイトについて](#) | [個人情報保護方針](#) | [お問い合わせ](#) | [リンク集](#) | [サイトマップ](#) | [スタッ](#)