

## ■ 일본 형태별 음반 판매량 추이(2006~2010)

(단위: 백만 장)

구분		2006	2007	2008	2009	2010	연평균성장률
오프라인 음반	CD	197.5	176.5	165.4	125	114.5	-12.7%
	뮤직 비디오	18.9	17.3	17.1	19	17.5	-1.9%
	기타	65.8	59.8	49.8	45.2	44.9	-9.1%
디지털 음반	싱글 트랙	-	-	180.4	185.4	182.5	0.6%
	디지털 앨범	-	-	2.2	2.6	2.9	14.8%

\*뮤직비디오에는 DVD와 VHS가 포함됨. 기타는 싱글, 레코드판, 카세트와 같은 매체가 해당되며 싱글 트랙은 온라인 트랙 판매만 해당됨.

※출처: IFPI (2011) 재구성

- 형태별 음반시장을 구분해보면, 오프라인 음반으로서 CD(Compact Disc), 뮤직비디오(DVD, VHS포함), 기타(싱글, LP, 카세트테이프 등)가 있으며 디지털 음반은 싱글트랙과 디지털 앨범으로 구분됨
- 2010년 일본의 오프라인 음반은 총 1억 7,690만 장이 판매되었는데 이 가운데 CD가 1억 1,450만 장(64.7%), 뮤직비디오 1,750만 장(9.9%), 기타는 4,490만 장(25.4%)이 판매되었음
- 한편, 대표적인 음반 매체인 CD의 판매량은 2006년에 비해 2010년이 대폭 감소한 수준(CAGR: -12.7%)이며 뮤직비디오도 같은 기간 1.9% 감소한 반면 디지털 앨범은 2008년 대비 2010년이 14.8% 증가하였음