

探し物はここにある - Have Fun Diggin' -



[www.soundfinder.jp](http://www.soundfinder.jp)

日本最大級の音楽専門ショッピングモール

## サウンドファインダーの紹介



The logo for matchfinder, with the word "matchfinder" in a lowercase, orange, sans-serif font. The letter "i" in "finder" has a stylized black and white graphic above it resembling a matchstick or a musical note.

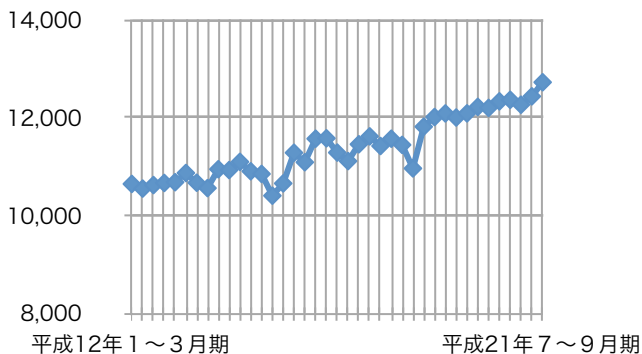
株式会社マッチファインダー  
東京都北区西ヶ原4-5-2  
03-5961-4607  
[sound@matchfinder.jp](mailto:sound@matchfinder.jp)  
[www.matchfinder.jp](http://www.matchfinder.jp)

2010年9月15日発行

# はじめに

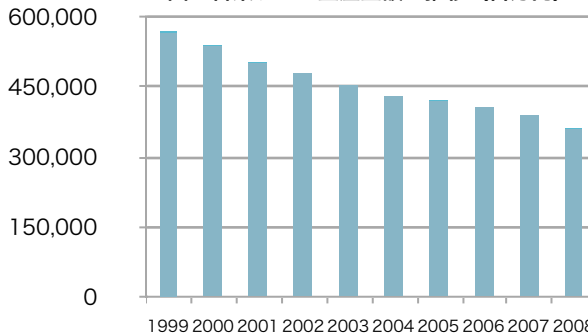
景気低迷にも関わらず、余暇や娯楽に対する意欲は高く、関連支出も増加しています（図1）。しかしながら、国内の音楽ソフト市場が縮小傾向にあり（図2）、音楽ソフトを取り扱う店舗にとって、新たな販売機会の確保が急務となっています。また、多様化するリスナーの嗜好に対応するためにカタログは年々増え続け、従来の媒体や物理的な店舗だけでは、情報発信また販売のチャンネルとして十分に対応できなくなっています。

図1 教養娯楽関連支出の推移 (円)



※ 総務省「家計調査」のデータをもとに作成（季節調整済実質値を使用）。

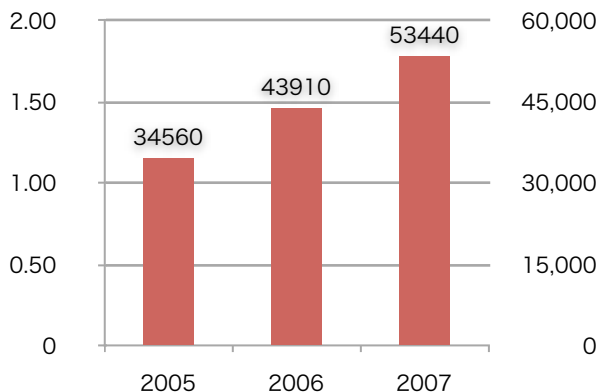
図2 音楽ソフト生産金額の推移 (百万円)



※ 日本レコード協会のデータをもとに作成。

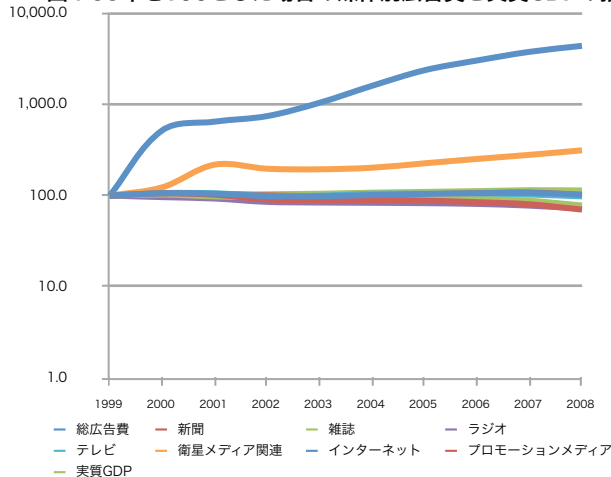
一方、情報発信や販売チャンネルとして、インターネットの影響力は増大しています（図3、図4）。しかし、ウェブサイトの運営は一筋縄では行きません。初期コスト（ウェブサイトの開発費用など）や運用コスト（サイトの運営に関わる人件費、ハードウェアやネットワークの維持費など）など多くの費用が必要となるほか、維持するための労力やノウハウが必要になります。

図3 日本におけるBtoC-EC市場規模の推移 (億円)



※ 経済産業省「平成19年度我が国のIT活用に関する調査研究事業報告書」のデータをもとに作成。

図4 99年を100とした場合の媒体別広告費と実質GDPの推移



※ 電通「日本の広告費」をもとに作成。

**サウンドファインダーはCDやレコードなど音楽ソフトを取り扱うショップに、インターネットにおける簡単で効果的な販売手段を提供します。**

# 日本初の音楽専門ショッピングモール

## サウンドファインダー www.soundfinder.jp



マッチファインダーの使命は”Best Match for Best Life”です。サウンドファインダーは、”すばらしい音楽（Sound）との出会い（Match）の場（Finder）”を提供するため、2005年11月にサービスを開始しました。アナログレコードを中心とした音楽関連商品を扱い、日本最大規模の音楽専門ショッピングモールとなっています。

2010年6月時点の登録会員数は約15,000人、参加ショップは47店舗、登録アイテム数は約50万点にのぼります。月間のユニークユーザは4万人、ページビューは40万ページビューです。熱心な音楽ファンが集まるサイトとなっています。

サウンドファインダーは2010年3月にリニューアルしました。サイト構造の最適化による検索エンジン対策強化し、検索性を向上させ、またCDやレコード以外の商材取扱、海外対応を可能にしました。

サウンドファインダーは”SOUND FINDER = SOUND HUB”をキーワードに、上質の音楽とそれにまつわる情報や商材を集めた”こだわり”の音楽ポータルサイトを目指して活動を続けています。音楽ファンとアーティストや音楽レーベル、ショップを結びつけるハブになりたいと考えています。

# サウンドファインダーが選ばれる理由

## 理由その1: 簡単

- ・パソコンとインターネット接続環境さえあれば、すぐに始められます。
- ・販売する作品のリストデータは、一括アップロードが可能です。
- ・CDやレコード以外のアイテムの取り扱いも可能です。
- ・海外向けの販売も可能です。

## 理由その2: 安い

- ・月額利用料は14,800円※1から（参考 R社 19,500円/月から、Y社 20,790円/月から）。
- ・クレジットカード、銀行振込、代引、ペイパルなど、様々な支払い方法を選べます
- ・ゆうパックを特別料金（全国一律500円）※2で利用できます※3。
  - ※1 別途、販売額に対する販売手数料（2%から10%）も必要となります。
  - ※2 北海道、九州、沖縄からの荷物は600円になります。
  - ※3 配送できる商品の大きさに制約があります。

## 理由その3: 効果的

- ・サウンドファインダーのユーザはコアな音楽ファンばかりです。購入意欲の高いコアな音楽ファンにアプローチすることができます。
- ・自社サイトの売上増加効果も期待できます。サウンドファインダーへの加入が店舗の認知度向上、自社サイトへの誘導へ繋がり、売上の増加が期待できます（サウンドファインダー加入後、サウンドファインダー以外の売上も30%増になったケースもあります）。

参考 サウンドファインダー参加ショップ「STEREO RECORDS」様のサイトにおける実績

	サウンドファインダー 経由	検索エンジン経由	全体
直帰率	17.31%	60%	59.72%
平均サイト滞在時間	5:25分	3:15分	3:42分
平均ページビュー	12.36ページ	4.54ページ	5.14ページ

### 直帰率

ウェブサイトに訪問した人が、入口となった最初の1ページ目だけを見て、サイト内の他のページに移動せずにサイトから離脱した率です。

### 平均サイト滞在時間

ウェブサイトに訪問した人が、そのサイトに何分滞在したか表すデータです。

### 平均ページビュー

ウェブサイトに訪問した人が、何ページ見て離脱したか表したデータです。

### STEREO RECORDS WEBマーケティング担当 松島様のコメント

「上記（「STEREO RECORDS」様のサイトにおける実績）のデータから、サウンドファインダーからのアクセスは投資対効果が高く、特に認知度の低いサイトでは非常に効果的なPRになる事がわかります。ウェブでの広告手法はブログ、メルマガ、コンテンツマッチ/キーワードマッチ広告等、様々な方法がありますが、レコード好きのお客様が沢山集まるショッピングモールからのアクセスの殆どは「レコードが欲しい」と思っている人のアクセスです。その点、他のアクセスよりROIが格段に高く、非常に効果的と言えます。サウンドファインダーで売上があり、更に、広告効果も期待できるのでお勧め致します。」

# 参加ショップの声 その1

## だるまや（東京都）オーナー萩原様



サウンドファインダーは世界に通用するレコードショップのポータルサイトになって欲しい。

池袋随一の在庫量を誇るだるまや。今回はオープンから現在まで、萩原様が感じているレコード販売の現状についてお話をお伺いしました。

### >>お店のオープンはいつごろですか？

95年の4月にオープンしました。この頃のレコードショップはすべてのお店が繁盛し



た時期だったと思います。どんなジャンルのレコードでも売れていた時期でしたが、池袋にはレコードショップがなかったこともあり、池袋に足を運んでもらうために雑誌に広告を出したり、委託品や自分のレコードなども放出し、品揃えを充実させるなどいろいろと努力をしました。

事業資金をそれほど用意していたわけではないので、オープン当初は月々の支払などを工面するのが大変なこともありましたが、徐々にお

客さんも増えていきました。98年頃に広い店舗に移転をしたのですが、商品を沢山並べることができるということにはうれしかったですね。お店を作るうえで参考にしたのはアメリカのレコードショップでした。

買い付けに行ったときに、ところ狭しとレコードがどっさりあるのを見ると、自分でもこのようなわくわくするお店を作りたいなとあこがれました。

### >>売上についてはいかがでしょうか？

店頭販売のピークは2年ほど前で、それからは減少傾向にあります。ただ、それを補うような形で催事やホームページ、サウンドファインダーでの売上があり、全体の売上は順調に伸びている状況です。お客さんの生活サイクルが変わってきたこと、インターネットの環境整備が以前に増して進んだことなどから、今後は通販の売上を伸ばすほうが可能性があると思います。お客さんがYAHOO!やGoogleなどの検索エンジンで欲しいレコードを検索し通販で購入したり、お店に連絡したり、来店したりするというのがこれからのお客様像なのではないでしょうか？

## >>インターネットについてどのようにお考えですか？

インターネットで商売をしなければならないと考えるショップは確実に増えていると思いますが、どうしたらよいのか？というところで、具体的にすることができないショップもあると思います。インターネットの技術はどんどん変化していくので、これを一人で考えるのはとても大変なことです。サウンドファインダーはそのような状況の中、時代の要請のようなところがあり、うまく合致したと思います。3年ほど前にサウンドファインダーがあったとしても、ここまでレコードショップが参加してくれることはなかったと思います。



サウンドファインダーをうまく活用すれば、効果が見えづらい広告宣伝ができると思います。これは参加してみてわかったことなのですが、参加する前には想像ができませんでした。YAHOO!やGoogleに次いで、多くのお客様を誘導できます。お店はこれからもずっとやっていきたいと思いますが、お店の形態は考えないとダメですね。インターネットで情報を収集して来店する人や電話で問合せする人が多くなってきている現状を目の当たりにして、出店したことは今後を考える上でよい経験になりました。

## >>サウンドファインダーに対する印象は？

サウンドファインダーは参加されているショップのことを考えて運営している印象を持ちます。サウンドファインダーの売上だけを考えているわけではなく、今後のことを考えながら仕事をされている点が評価できます。お店の現状を考え、お店と一緒に大きくなっていきましょうというところが共感できるところです。サウンドファインダーに参加することで売上が上がるということは当然のことですが、それに加え、何でも相談できるということは僕にとって一番うれしいことでした。



今後サウンドファインダーに期待することは、日本の有名レコードショップがこれだけ集まっているので、世界で通用するレコードショップのポータルサイトとして頑張りたいです。今後サウンドファインダーが海外対応をすることによってどこまで海外での認知度を獲得できるかということがポイントになると思いますが、成功すれば多くの売上を参加ショップは得ることができると思います。

# 参加ショップの声 その2

## レイドバック（山梨県）オーナー高杉様



もっと多くのショップに参加して欲しい。そうすれば今以上に売上が伸びると思う。

山梨県甲府市に2000年にオープンし、今年で8年目を迎えるレイドバックは県下唯一のレコードショップです。オーナーの高杉氏にお話をお伺いしました。

### >>レコード販売についての現状をお聞かせください



私は元々甲府にあったレコードショップでバイヤーの仕事をしていたのですが、そこのお店で培ったノウハウを元に自分でお店を開きました。オープン当初は甲府もクラブミュージックブームの真っ只中で、Hip HopやR&Bなどのレコードが売れていました。ところが、2003年をピークにクラブ系のレコード全般のセールスが激減しました。売り場の占有率としては現在と変化はないのですが、売上の大半を占めていただけに落ち込み

方は激しかった。そんな状況でも、甲府市内のクラブやライブハウスが減少することはなかったため、音楽に対する欲求はお客さんの中で変化はなかったように思いますが、レコードというメディアに対してお客さんの変化があったように思います。

### >>具体的にはどのようなことですか？

レコードというメディアを考えたときにいくつか特徴的な部分があると思います。ひとつはレコードはコレクターやDJのためのメディアになってきている、つまり一般的なものではないということ。二つ目にレコードはぜいたく品であるということです。金銭的な意味でなく、精神的に。レコードを楽しむためには精神的に余裕がないと聴けないと思うんです。CDの場合は手軽に楽しめるのですが、レコードの場合、針や盤面をクリーニングしたりしなければ、良い音で楽しむことができないし、A面とB面をひっくり返さなければならないということもあります。音を楽しむという点では他のメディアに比べてレコードの音質が圧倒的に良いですが、CDの他、ダウンロードサービスなど手軽に音楽が楽しめる時代になってきましたからね。



## >>サウンドファインダーへの出店のきっかけは？

2006年に店頭販売の売上が一段と落ち込み、どうしようかと考えた時にサウンドファインダーに出店することを決めました。Yahoo!オークションでも良かったのですが、サウンドファインダーは営業がしっかりしているということが出店のポイントでした。電話でいろいろとお話をしてみるとレコードショップのことをよく理解し、システムを作り、プロモーションをされている印象を持ちました。



## >>出店された印象は？

ヒップホップ系のショップが多数参加されているので、見た目の印象としてはクラブ系レコードの集合サイトという印象でした。しかし、確かにそういった商品のほうがアクセス数は多いのですが、実際注文があるのは古いロックやジャズ、歌謡曲などが多い。その辺ではやはり幅広い層の方がご覧になっているなど、インターネットの影響の大きさを改めて感じました。この手のジャンルは個人的に元々好きなのですが、今まで店頭では弱点となっていた部分なので、サウンドファインダーで売上を伸ばしたいですし、実際可能性を感じています。更に新品の仕入れにも良い影響があります。

## >>具体的にはどのようなことですか？



今までは店頭で販売しづらかった重量盤などのロック、ジャズ、ソウルの新品再発盤をサウンドファインダーに出品したところ、よく売れているんです。クラブミュージックの売上減のために仕入れが減り、卸業者の発送ロットを満たすのが難しくなっていたのですが、最近はそのあたりの商品の回転が良くなり、仕入れる枚数も増えたので、タイミングよくレコードを入荷し、販売することができるようになり、機会ロスが減ったと

思います。

## >>今後サウンドファインダーに期待することは？

もっと多くのレコードショップが参加してもらうように頑張りたいと思います。そうすれば、閲覧者がよりいっそう増えるので、今以上に売上も伸びて行くと思います。お店の課題としてはまだ店頭と並んでいない在庫を整理して、早くお店にある在庫をすべて出していきたくて考えています。

# サウンドファインダーへのお問い合わせ先

株式会社マッチファインダー

代表取締役 新川 宰久（しんかわ ただひさ）

〒114-0024 東京都 北区西ヶ原4-5-2

Tel 03-5961-4607

Fax 03-5961-4608

メール [sound@matchfinder.jp](mailto:sound@matchfinder.jp)

サウンドファインダー URL [www.soundfinder.jp](http://www.soundfinder.jp)

サウンドファインダーブログ URL [blog.soundfinder.jp](http://blog.soundfinder.jp)

マッチファインダー企業サイト URL [www.matchfinder.jp](http://www.matchfinder.jp)

探し物はここにある - Have Fun Diggin' -



[www.soundfinder.jp](http://www.soundfinder.jp)