

August
2015

The Record

vol.669

カラオケ市場のいま

「第12回東京国際ミュージック・マーケット」開催決定



®

RIAJ
Recording Industry Association of Japan

Contents

Monthly News Digest.....	1
特集 カラオケ市場のいま.....	3
特報 「第12回東京国際ミュージック・マーケット」 開催決定.....	9
「知的財産推進計画2015」が決定.....	10
ヒットの裏側.....	11
Data File.....	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISC.....	14

6/23

第64回RIAJセミナー開催

6月23日、当協会の会議室において、第64回RIAJセミナーが開催された。今回のセミナーは、中村社会保険労務パートナーズ代表 中村俊之氏を講師に招き、①「マイナンバー制度について」②「労働法等の法改正の動向について」をテーマに実施。当日は、会員社のHRM、法務部門などを中心に38名が参加した。

講演では、本年10月以降国民全員に通知され、来年1月から社会保障・税・災害対策の行政手続きで必要になる予定のマイナンバー（個人番号）制度の説明が行われた。また、派遣法、高度プロフェッショナル職、月60時間を超える時間外労働の場合の割増賃金、改正労働契約法（有期雇用の無期化）といった法改正の動向についても説明が行われた。参加者からは、「業界の事例で紹介されたので、自社としての具体的対応を考えることができた」といった意見が寄せられた。



6/26

定時総会・第484回理事会開催

6月26日、東京都千代田区の霞山会館において、当協会は定時総会および第484回理事会を開催した。当日は平成26年度の事業報告および決算

報告などが審議、承認された（事業報告書の詳細は、7月号3～6ページ「平成26年度事業報告」に掲載）。

7/13・16

貸レシステム移行説明会開催

7月13日、16日、当協会会議室にて貸レ使用料徴収のための新システム移行説明会が開催された。

当日は著作権・契約部より、会員社報告担当者に向けて新システムの概要、使用方法について説明がなされた。



このエルマークは、レコード会社・映像製作会社が提供するコンテンツを示す一般社団法人日本レコード協会の登録商標です

「70's バイブレーション! YOKOHAMA」～真夏の横浜、赤レンガ倉庫に 70年代ニッポンの音楽とポップカルチャーが蘇る。～ 開催中

70'sバイブレーション横浜実行委員会が主催する、展覧会「70'sバイブレーション! YOKOHAMA」が、横浜赤レンガ倉庫1号館にて開催中である。この展覧会は、音楽とアートワークを中心に、映画、演劇、文学、雑誌、ファッションそして街など、時代を超えて大きな足跡を残す、1970年代の日本のポップカルチャーを総括した内容となっている。当協会は、Music Jacket Promotion Committee*として本展覧会に協力、出展を行っている。



[会場] 横浜赤レンガ倉庫1号館
 [期間] 2015年8月1日(土)～2015年9月13日(日)
 [当日料金] <一般>1,200円 <高校・大学>700円 (中学生以下は無料)
 [主催] 70'sバイブレーション横浜実行委員会
 [共催] 横浜赤レンガ倉庫1号館 (公益財団法人横浜市芸術文化振興財団)
 [後援] 横浜市文化観光局/Dance Dance Dance @ YOKOHAMA 2015
 パートナー事業/神奈川新聞社
 詳細は、公式サイトを参照のこと。http://www.momm.jp/70/

*「Music Jacket Promotion Committee (MJPC)」とは
 ミュージックジャケット文化の継承と発展を目指すことを目的に、音楽パッケージ商品にまつわる関係企業・団体が連携して、2014年に設立。構成企業および団体は下記のとおり。
 株式会社一九堂印刷所/株式会社金羊社/株式会社JVCケンウッド・クリエイティブメディア/株式会社ジャパン・スリーブ/株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーションズ/株式会社ソニーDADC ジャパン/東洋化成株式会社/メモリーテック株式会社 (50音順) 一般社団法人日本レコード協会

「第8回CD ショップ大賞 2016」 ～行かなきゃ 会えない 音がある。～ 一次ノミネート作品発表

CDショップ大賞実行委員会は「第8回CDショップ大賞2016」一次ノミネート作品を発表した。「行かなきゃ 会えない 音がある。」のスローガンのもと、全国のCDショップ店員の目利き・耳利きによって、真に売りたい! 聴かせたい! 作品を選出するCDショップ大賞。年間2回に分けてノミネート作品を投票・発表し、全ノミネート作品から最終投票によって大賞作品を選出する。このたび、2015年1月1日～6月30日に発売された邦楽オリジナルアルバム(ベスト盤を除く)を対象とする一次ノミネート10作品が選出された。



「第8回CDショップ大賞2016」一次(前期)ノミネート10作品

	アーティスト名	作品名	品番	発売日
1	[Alexandros]	ALXD	UPCH-2036	2015/06/17
2	大原櫻子	HAPPY	VICL-64342	2015/03/25
3	KANA-BOON	TIME	KSCL-2635	2015/01/21
4	KEYTALK	HOT!	VICL-64355	2015/05/20
5	SAKEROCK	SAYONARA	DDCK-1042	2015/04/08
6	cero	Obscure Ride	DDCK-1043	2015/05/27
7	でんぱ組.inc	WWDD	TFCC-86505	2015/02/18
8	never young beach	YASHINOKI HOUSE	ROMAN-002	2015/05/13
9	04 Limited Sazabys	CAVU	COCP-39047	2015/04/01
10	ONE OK ROCK	35xxv	AZCS-1041	2015/02/11

二次ノミネート作品は、本年12月31日までに発売された作品を対象に投票を行い選出、2016年年明けに発表予定。その後、一次・二次のノミネート作品に対し最終投票を実施し、各賞を選出する。大賞および各賞の発表ならびに授賞式は2016年3月を予定。

詳細は、全日本CDショップ店員組合サイト (http://www.cdshop-kumiai.jp/) を参照。

RIAJ2015年7月度理事会議案

■ 審議事項

1. スマートフォンユーザーの音楽視聴実態調査に係る予備費(500万円)支出について
2. 民放テレビサイマルに関する送信可能化権の集中管理事業化について
3. 著作権啓発映像の刷新に係る予備費(200万円)支出について
4. Coming Next 2016 開催概要案について
5. 2015年度海外展開施策について

■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件
 - (1) 日本オーディオ協会「オーディオ・ホームシアター展 2015」後援名義使用依頼
 - (2) 日本プロ音楽録音賞運営委員会「第22回日本プロ音楽録音賞」主催名義使用依頼
 - (3) PROMIC「Japan Content Showcase 2015」開催に伴う後援名義使用依頼
2. 平成27年度第1四半期重点施策および予算執行状況について
3. 法制委員会関係報告
 - (1) コミュニティ放送局との訴訟経過報告
4. マーケティング委員会関係報告
 - (1) レンタル問題協議会における交渉の進捗について
5. 海外マーケティング委員会関係報告
 - (1) 東京国際ミュージック・マーケット開催概要について



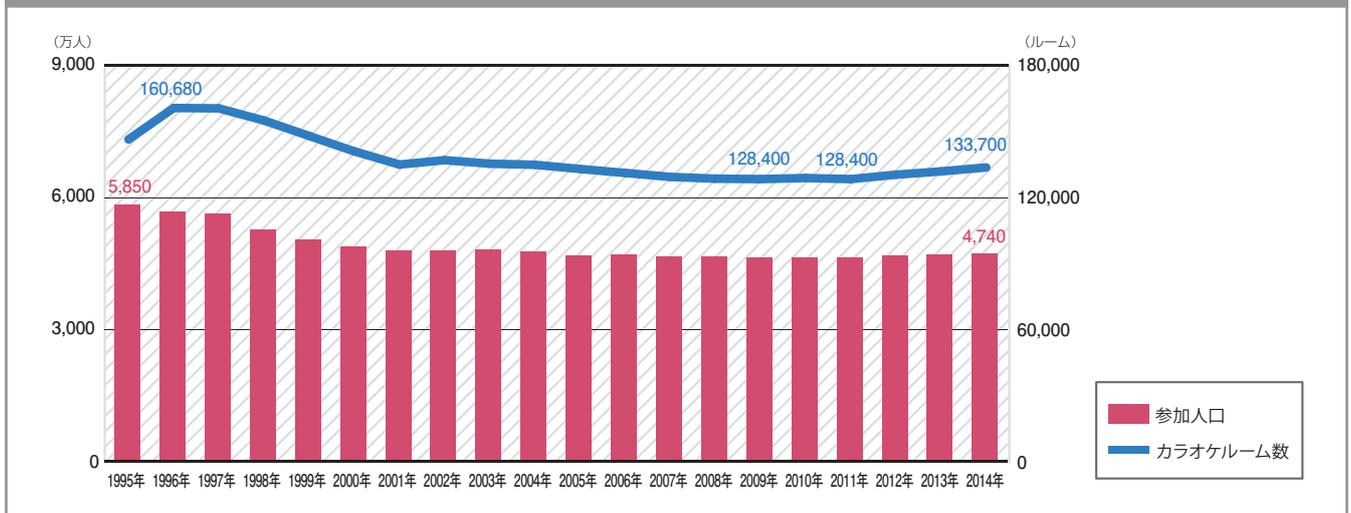
カラオケ市場のいま

カラオケの原型といわれる、マイク入力付きの小型ジュークボックスが誕生した 1960 年代。その後の 8トラックやレーザーディスクの時代を経て、現在は大容量のデータが高速に活用できる、通信カラオケが主流となった。また、カラオケボックスの普及も大きく寄与し、誕生から 50 年余り経った現在、カラオケは完全に日本の国民的な娯楽として定着している。さらに日本のみならず、「KARAOKE」とそのまの呼称で、海外へ羽ばたく一つの文化となっている。

人々の「歌いたい」という飽くなき欲求を満たす娯楽として、あるいは情報を伝えるメディアの一つとして、進化を続けるカラオケ。今号では、そんなカラオケ市場の現在をレポートする。



01 カラオケ参加人口とカラオケボックスルーム数の推移

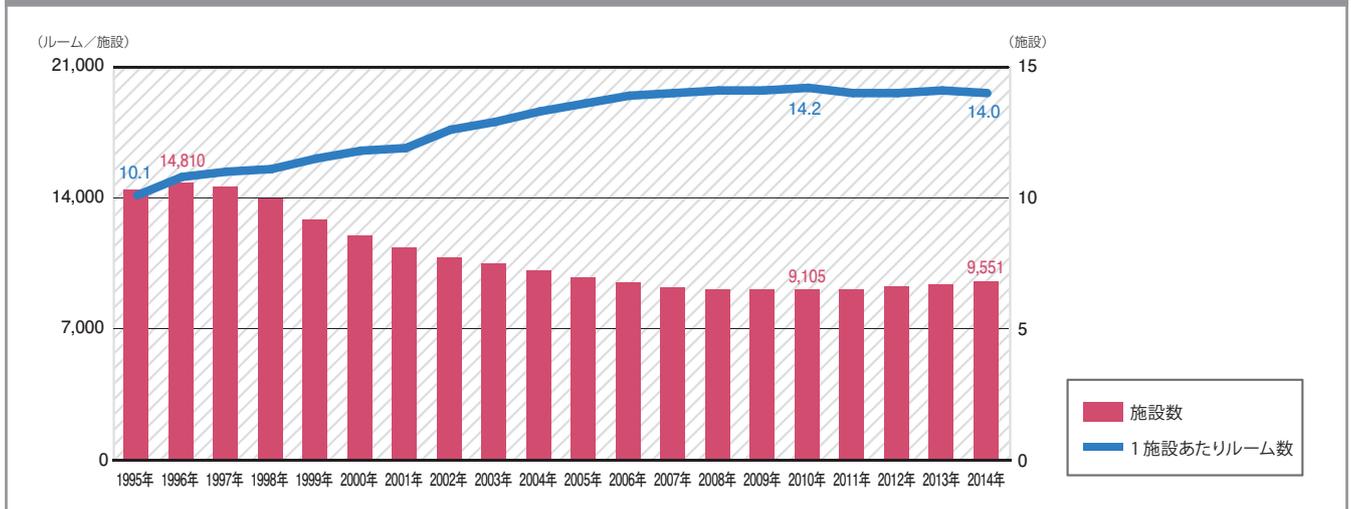


出典：一般社団法人全国カラオケ事業者協会「カラオケ白書 2015」

2014 年度のカラオケ参加人口（推計）は、前年度の 4,710 万人から微増し、4,740 万人という結果となった。カラオケボックスルーム数についても、前年度の 131,900 ルームから 133,700 ルームに増加している。



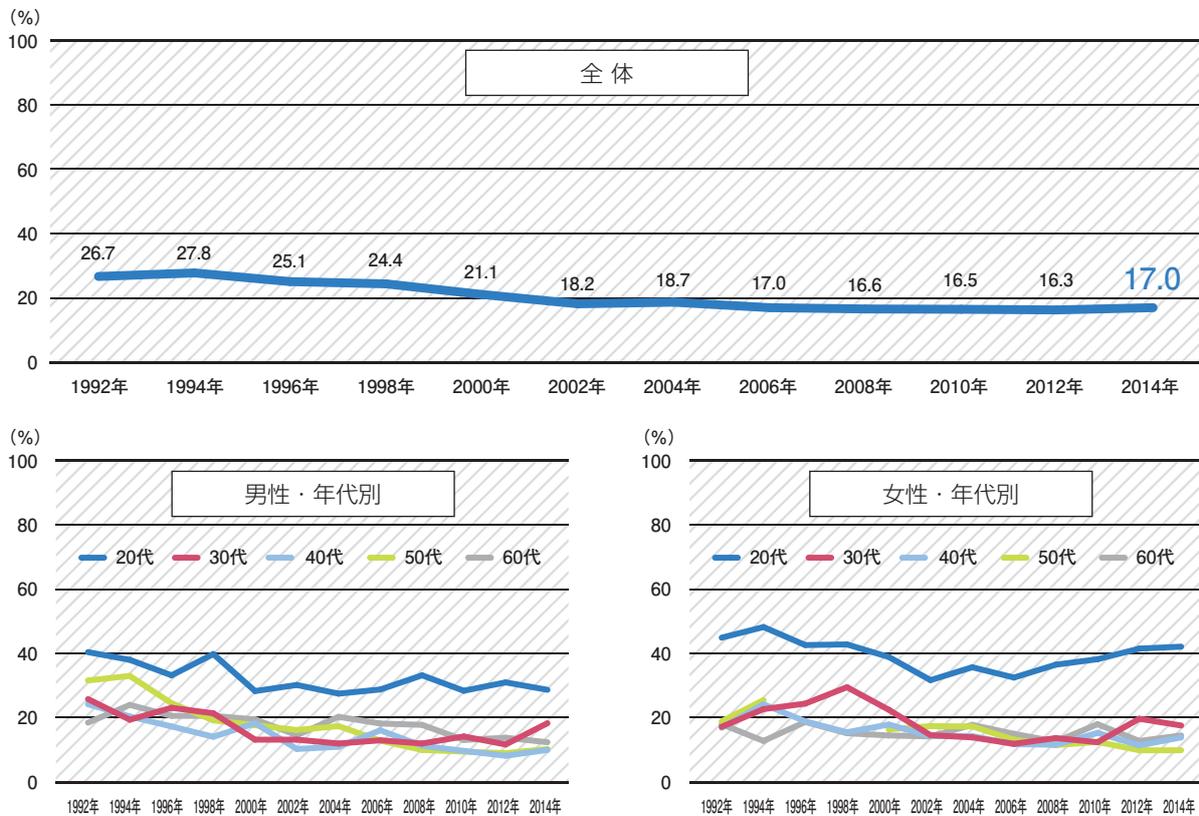
02 カラオケボックス施設数と 1 施設あたりの平均ルーム数の推移



出典：一般社団法人全国カラオケ事業者協会「カラオケ白書 2015」

2014 年度のカラオケボックスの施設数は、前年度より 188 施設増え、9,551 施設となった。また、1 施設あたりのルーム数は平均 14.0 と昨年より 0.1 ポイント減ったものの、近年は横ばい傾向にある。

03 「よくするスポーツや趣味」に、「カラオケ」と回答した人



出典：博報堂生活総合研究所「『生活定点』調査」

「よくするスポーツや趣味は何ですか？」という質問に対し、「カラオケ」と回答した人の割合は、2014年で17.0%となった。前回調査（2012年）の16.3%よりやや上昇している。性・年代別では、女性20代が最も高く、全体より約25ポイント高い42.1%となった。逆に最も低い結果となったのが、女性50代で、全体より約4ポイント低い9.9%であった。

04 2015年上半期 カラオケリクエスト楽曲ランキング

■ 2014年以降にリリースされた作品

○ 第一興商 DAM (調査期間: 2015年1月1日~6月30日)

順位	タイトル	歌手名
1	R.Y.U.S.E.I.	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE
2	ひまわりの約束	秦基博
3	Dragon Night	SEKAI NO OWARI
4	糸	中島みゆき
5	Let It Go ~ありのまままで~	松たか子
6	Darling	西野カナ
7	あったかいんだからぁ♪	クマムシ
8	Story	AI
9	奏(かなで)	スキマスイッチ
10	ハナミズキ	一青窈

○ エクシング JOYSOUND および UGA (調査期間: 2015年1月1日~5月31日)

順位	タイトル	歌手名
1	Dragon Night	SEKAI NO OWARI
2	Let It Go ~ありのまままで~	松たか子
3	ひまわりの約束	秦基博
4	R.Y.U.S.E.I.	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE
5	Darling	西野カナ
6	あったかいんだからぁ♪	クマムシ
7	糸	中島みゆき
8	ハナミズキ	一青窈
9	残酷な天使のテーゼ	高橋洋子
10	ようかい体操第一	Dream5

昨年話題となった映画『アナと雪の女王』『STAND BY ME ドラえもん』やアニメ『妖怪ウォッチ』のテーマソングがランクイン。お笑いコンビ・クマムシの『あったかいんだからぁ♪』はトップ10内では唯一2015年リリースの作品であり、勢いを見せつけた。なお、トップ10のうち、2014年以前にリリースされた作品は全て初リリースより10年以上が経過しており、長くカラオケファンに愛されている1曲といえる。

カラオケの原点を見据え、 ライブ感あふれるシステムを構築

株式会社第一興商
取締役 兼 執行役員 制作本部長 兼 編成企画部長
渡邊 泰人 氏



カラオケがアーティストを身近にする

カラオケは、ヒット曲があってこそ成立するビジネスです。弊社は創業当初よりこの考え方にに基づき、資本関係にかかわらずレコード会社各社と等距離でお付き合いしてきました。弊社としては、カラオケをヒットづくりのプロモーションの場として活用いただきたいと考えています。カラオケユーザーにどんどん情報発信して、ヒットが生まれる土壌を作り、カラオケ産業、レコード産業、そしてカラオケ・音楽ユーザーの皆様がそれぞれメリットを享受する、Win-Winの関係を築いていきたい。さらに言えば、カラオケからヒットが生まれる状況を目指しています。

その観点から弊社は、本年2月15日に日本レコード協会が主催した「Coming Next 2015」に賛同しています。次世代のアーティストにフィーチャーした同イベントは、まさにやらなければならないものだと考えました。カラオケユーザーは、本人映像やライブ映像などを通じて、アーティストとカラオケを一緒に楽しみたいという思いが強くなっています。アーティスト側もまた、カラオケをファンとのコミュニケーションの場として使いたいニーズがあり、ファン参加のシークレット・カラオケパーティが喜ばれるイベントとして行われることもあります。カラオケがアーティストを身近にするという視点で、音楽産業を積極的に応援し連携を深めながら、多様なサービスを展開していきたいですね。

進化するカラオケシステム、変わらない原点

アーティスト・ライブ志向の機器開発により、弊社は本年4月、最新鋭の業務用通信カラオケシステム「LIVE DAM STADIUM」を投入しました。文字通り、ライブ感に焦点を当て、圧倒的な迫力と臨場感を実現。またデュアルモニターでメイン、サブの異なる2つの映像を出力でき、フレキシブルな空間づくりを導きます。

機能面では、テレビ番組で人気の「精密採点DX」をグレードアップした「精密採点DX-G」を導入、人が聴いてうまいと感じるテクニック面に加点されるようにして、歌う楽しみを向上させました。このほか2人のデュエット総合得点に加え相性度まで分析する「精密採点DXデュエット」、ミッションに皆でチャレンジするバラエティゲームなど魅力的なコンテンツを盛り込みました。また往年の人気ドラマ「西部警察」「スクール☆ウォーズ」等のカラオケ映像化、有名アーティストの本人映像&ライブ音声を楽しめるサービス、自分の歌声を加工できるサービスなど、新コンテンツも拡充しています。

テープ、レーザーディスク時代から遥かな進化を遂げてきたカラオケですが、人のきずなを導く場という原点は変わりません。家族三代が集い、楽しめる場がカラオケです。高齢者向けの事業を展開する過程で、カラオケをきっかけに高齢者が集まって楽しむ場が形成されるのを多く目にしてきました。たとえば福岡市では自治体と連携し、カラオケボックスを介護教室の場として提供する取り組みをスタートし、大変好評をいただいています。同事例のように、今後は、多様な事業体とともに、カラオケの可能性を広げる取り組みも求めていく考えです。(談)

ユーザー同士を結び、 多彩に楽しんでもらうサービスを提案

株式会社エクシング
マーケティング統括部長 エグゼクティブプロデューサー
高木 司 氏



高木部長（写真中央右）とマーケティング統括部宣伝広報 G の皆さん

カラオケの楽しみを広げる、 ハイクオリティな機器・サービス

近年カラオケでは、ユーザーが思い思いに楽しみ、そのスタイルも多様化しています。弊社は常々、こうしたユーザーの期待に応える機器・サービスの充実を図ってきました。たとえば2006年に開設した会員サービス「うたスキ」は、動画投稿やバーチャル・デュエットなど、ユーザーを結び多様な機能を展開し、1,050万人以上の登録者を数えるまでに成長。会員同士でデュエットしたことをきっかけに意気投合し、結婚に至ったケースもあります。また、カラオケボックスに新たな価値を提供するため、楽器が演奏できる対応機器の導入や店舗展開も着実に進めてきました。

そしてこの夏、弊社は業務用通信カラオケシステムの最上位機種「JOYSOUND MAX」を投入しました。基本コンセプトは「好きな曲を好きなように全力で歌おう!」。曲数で業界ナンバーワンの約25万5千曲をカバーしつつ、カラオケの基本スペックのクオリティ向上を徹底しました。その一つが音質へのこだわりです。ドイツのMAGIX SOFTWARE社と共同開発チームを組み、2年がかりでハイクオリティのカラオケ専用音源「X-Leben」を開発しました。ピアノの微妙な余韻まで再現するなど、電子音に近かったカラオケの音のイメージを覆して、生演奏に限りなく近い音になったと自信を持っています。また、音声合成技術により、ほとんどの日本語楽曲にお手本となるボーカルと一緒に歌える歌唱サポート機能「ボーカルアシスト」を搭載。個人の歌唱データから最適なキーを分析・表示する「マイキー」機能をあわせて活用することで、新曲にも挑戦しやすく

なり、カラオケのレパートリーが広がります。楽器演奏を支援する機能も一層強化し、ギター、ベース、ドラムを同時に接続、個別にエフェクトを設定することも可能となるなど、本格的なバンド演奏にも対応できるようになりました。このほかにも多彩な採点機能、スマートフォンとの連携強化など、カラオケをふんだんに楽しんでもらうため、最新の成果を盛り込みました。

さらに、業界初の試みとしてスタートしたのが、ユーザー自身が自作曲を無料でカラオケ配信できる「うたスキミュージックポスト」。一般の方はもちろん、全国で活躍するアイドルやインディーズバンドの皆さんの発表の場の一つとして活用させていただきたいと考えています。

音楽好きな人へ訴求し、還元する仕組みづくり

一方で、レコード各社との連携も重要なテーマです。弊社は、「うたスキ」サービスから得られるデータを活用し、レコード各社のプロモーションをバックアップするとともに、ユーザーが楽しむための情報サービスや特典サービスにつなげる活動を強化しています。新人アーティストのMVを配信し、視聴や歌唱で特典ポイントを獲得できるサービスなど、ユーザーに還元する仕組みも構築しています。このほか外国人旅行者へのサービス、音楽以外の他業種とのコラボレーションも含め、新しい分野でのビジネスの広がりを模索しています。

カラオケの魅力は音楽を通じたコミュニケーション。カラオケで仲間やパートナーと出会い、歌でつながることができる。弊社のサービスが、自由に歌を楽しむ支えになったらうれしいですね。(談)

JOYSOUND 品川港南口店

SHOP DATA

住 所：東京都港区港南 2-5-12 (受付 1F)
営業時間：(日～木・祝) 12:00～翌 5:00
(金・土・祝前) 12:00～翌 6:00
TEL：03-5495-7064



多彩なコンセプトルームを有し、クロマキー合成の動画撮影からドラム練習までできる一大カラオケ店

品川駅港南口から徒歩 4 分の立地にある、大きな看板が目を引く 7 階建てのビル。2 階にはライブ会場をはじめ、あらゆるシーンに対応するイベントスペース「J-SQUARE」も設置。全 72 室のルームには VIP ルームやレディースルーム、ONKYO とコラボしたハイレゾ音源体感ルーム、Gibson ギター演奏ルームなど、多彩なコンセプトルームがそろそろ。ギターやドラム、ベース等の楽器レンタルも実施しており、手ぶらで来ても楽器練習が可能。

POINT



まだ一般にサービスしていない最新技術（クロマキー合成）で映像を背景に動画撮影ができる世界唯一のルーム



1. ONKYO とコラボしたハイレゾ音源体感ルーム。フカフカのソファでゆったり聴くことができる。
2. ユニークなひな壇ソファルーム。色々なアイデアで面白い使い方ができそう。
3. 憧れの Gibson ギターを、光るステージで演奏ができるルーム。
(※ Gibson ギターのレンタル料は別途必要)

STAFF INTERVIEW

Q. おすすめのプランなどを教えてください。

片岡 平日お昼は比較的空いていますし、フリータイムの活用が非常にお得です。
小野 大人数で楽しめるおつまみプレートはお勧めですね。
ポテカラコンボ（フライドポテト&鶏の唐揚げ）は定番人気メニューです。

Q. ご自身がカラオケでよく歌う曲は？

片岡 絢香さんが好きなのですが、特に「夢を味方に」は歌うとスッキリする一曲です。
小野 最近は C-ute、モーニング娘。'14 の比較的新しい曲が好きです。

Q. メッセージを一言。

小野 新機種の機能をぜひ、お試しいただきたいです。多彩なルームをご用意してお待ちしています！
片岡 JOYSOUND ならではの楽しさを、ぜひ体感しにいらしてください！



片岡 沙樹さん・小野 篤史さん

USER'S VOICE

カラオケは月 1～2 回ペースですね。今日は友人家族と一緒に来ましたが、1 人カラオケも行きますよ！目的はストレス発散です。よく歌う曲は堀江由衣さんの「インモラリスト」です。



カラオケに行くのは年 2～3 回くらいですので、今日は久々に来ました。十八番といえるものは特に無いのですが、MISIA さんの曲は好きですね。



カラオケ
ボックス
レポートカラオケ ビッグエコー
秋葉原駅前店

SHOP DATA

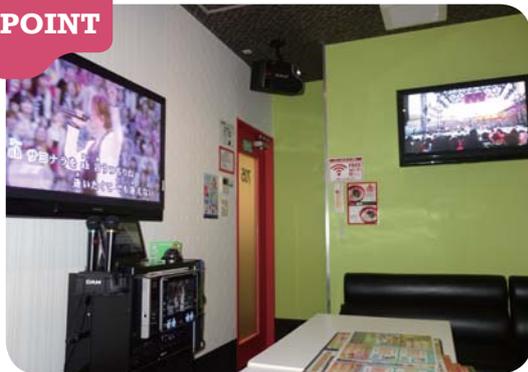
住 所：東京都千代田区神田佐久間町 1-16
ダイニングスクエア秋葉原6～9F (受付 7F)
営業時間：(日～木・土・祝) 11:00～翌 5:00
(金・祝前) 11:00～翌 6:00
TEL：03-5209-3373



充実のコンセプトルームやインバウンド対応、学割や1人カラオケ割引も! きめ細かいサービスが嬉しい。

JR 秋葉原駅の昭和通り口から、歩いてすぐ。6Fには大人数に対応できるパーティールームを備える。インバウンド対応が非常に充実しているのも特徴で、英・中・韓の3言語が表示された看板や表示が、外観、内装の各所に据えられている。利用方法や料金プラン、機器操作を分かりやすく説明するのはもちろん、コスプレ衣装のレンタルや、無料 Wi-Fi サービス、外国人向け日本食メニュー等を提供する。

POINT



最新機器「LIVE DAM STADIUM」の迫力ある音が歌う楽しさを最大限に引き出す。デュアルモニターではそれぞれ異なる映像も楽しめる。



1. 外国人にはなじみのない日本のカラオケボックスの料金体系を、より分かりやすく紹介している。
2. 無料 Wi-Fi、インスタントカメラでの記念撮影をセットしたコスプレ衣装レンタルサービスなど、快適に過ごせるような様々なサービスが充実。
3. 店内のあらゆるところに、外国人観光客にも分かりやすい表示がなされている。英語版受付表も用意。

STAFF INTERVIEW

Q. おすすめのプランなどを教えてください。

3時間歌い放題 (ルーム料金無料) で美味しいお食事付きの「パーティーコース」は、お一人様 2,000円 (税抜) と非常にお得です。お食事の内容も、前菜からメイン、デザート等6品とボリュームもあり、ファミリー向けや女子会向けのメニューも選べます (3日前までに要予約・3名から)。さらに16時までのご利用開始で、割引料金になります。

Q. ご自身がカラオケでよく歌う曲は?

秋葉原っぽい回答ですが (笑)、テレビアニメ「マクロスF」の挿入歌、ランカ・リー (中島愛さん) の『星間飛行』です。

Q. メッセージを一言。

“感動する接客”をモットーに、日々お客様をお迎えしております。ぜひお越しください!



インタビューにお答えくださった遠藤 麻希さん (右) とスタッフの皆さん

USER'S VOICE

月1回程度、ストレス解消のためや、自分一人の時間が持たいたい時に来ます。十八番は久保田早紀さんの『異邦人』です。



日本は今回が初の旅行です。村上春樹や吉本ばなな、メアリー・ノトンなどの文学をきっかけに、日本文化に興味を持ちました。カラオケに来たのも日本文化を体験したかったから。メキシコにもフランスにも、日本のような個室タイプのカラオケはほとんど無いのでとても新鮮でした!



「第12回東京国際ミュージック・マーケット」開催決定



10月20日から22日の3日間、ホテルグランパシフィック LE DAIBA にて「第12回東京国際ミュージック・マーケット」(12thTIMM)の開催が決定した。昨年に引き続き、今年度もコンテンツの垣根を越えた国際見本市「Japan Content Showcase 2015」にて、TIFFCOM 2015 Marketplace for film & TV in Asia、東京国際アニメ祭 2015 秋 (TIAF) と共同で開催される。

「Japan Contents Showcase」は、全世界から日本のコンテンツを求めて、1,000人以上のバイヤーやメディアが訪れる国際的なマーケットである。なお、12th TIMMの連携イベントのいずれかの日程に、**SEKAI NO OWARI**の出演が決定した。詳細はTIMM オフィシャル・サイトにて情報公開を予定。

第12回東京国際ミュージック・マーケット (12th TIMM)

◆ 日程：2015年10月20日(火)～22日(木) 9:30-18:30 (22日のみ 9:30-17:30)

◆ 会場：ホテルグランパシフィック LE DAIBA (東京都港区 台場2-6-1)

Japan Content Showcaseオフィシャル・サイト www.jcs.tokyo

TIMMオフィシャル・サイト www.timm.go.jp

◆ 主催：経済産業省、公益財団法人ユニジャパン、一般財団法人音楽産業・文化振興財団、一般社団法人日本動画協会

【SEKAI NO OWARI】

2010年、突如音楽シーンに現れた4人組バンド「SEKAI NO OWARI」。同年4月1stアルバム「EARTH」をリリース後、2011年8月にTOY'S FACTORYよりメジャーデビュー。

2013年5月1日、「映画クレヨンしんちゃん バカうまっ! B級グルメサバイバル!!」主題歌「RPG」をリリース。

2014年、全国9箇所15公演20万人動員の全国アリーナツアーを完遂。また、同年8月には、初の映画作品「TOKYO FANTASY」の公開。10月には、富士急ハイランドにて、「TOKYO FANTASY」と名付けた、6万人規模の野外ワンマンライブを開催。

圧倒的なポップセンスとキャッチーな存在感、テーマパークの様な世界観溢れるライブ演出で、子供から大人まで幅広いリスナーにアプローチ、「セカオワ現象」とも呼ばれる加速度的なスピード感で認知を拡大した。

そして、2015年1月14日には、待望のニューアルバム「Tree」をリリース。また、同年7月18日、19日には日本最大規模の会場日産スタジアムにて、「Twilight City」と銘打った14万人動員のライブを発表し、チケットは即日SOLD OUT。加えて、原作が世界的な人気を誇る「進撃の巨人」の夏公開実写版映画の主題歌を担当。

凄まじいスピードで進化を遂げながら、音楽シーンを席卷している新世代の才能である。

オフィシャル・ホームページ：<http://sekainoowari.jp/>



「知的財産推進計画 2015」が決定

6月19日、首相官邸で知的財産戦略本部会合が開催され、「知的財産推進計画 2015」が決定された。

知財本部の下に設置された、検証・評価・企画委員会における審議を通じ、ビジョン実現のための毎年度の行動計画として策定されるのが「知的財産推進計画」である。

「知的財産推進計画 2015」の全体構成は、重点3本柱を第1部として、それ以外の重要8施策を第2部として、今後取り組むべき施策を盛り込んでいる。

以下に、全体構成の紹介および、レコード業界に特に関連性が高い事項について、内容を抜粋した。

第1部：重点3本柱

①地方における知財活用の推進

②知財紛争処理システムの活性化

③コンテンツ及び周辺産業との一体的な海外展開の推進

既存コンテンツの現地化（ローカライズ）支援、権利処理の一層の迅速化・効率化、海外でのプロモーション支援、国際見本市等の開催支援、海外の日本ファンとの連携、海外の権利処理団体の育成支援など

第2部：重要8施策

①世界最速・最高品質の審査体制の実現

②新たな職務発明制度の導入と営業秘密保護の強化

③国際標準化・認証への取組

④産学官連携機能の強化

⑤デジタル・ネットワークの発達に対応した法制度等の基盤整備

権利処理の円滑化に向けた集中管理の促進、持続的なコンテンツの再生産（クリエイターへの適切な対価還元）につなげるための環境整備、新しい産業の創出環境の形成に向けた制度等の検討、インターネットにおけるコンテンツの自由な利用の促進など

⑥アーカイブの利活用促進に向けた整備の加速化

⑦国際的な知的財産の保護及び協力の推進

正規版コンテンツの流通拡大と海賊版対策、インターネットを通じた知財侵害への対応など

⑧知財人材の戦略的な育成・活用

「知的財産推進計画 2015」本文は、以下参照。

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titek2/kettei/chizaikeikaku20150619.pdf>

多くの人を魅了したヒット曲は、どのように世に送り出されたのか。音楽人の苦闘が織り込まれた『ヒットの裏側』をリレー形式でひも解いていく。



アイドル・ポップのニュー・ロード

田村 充義 (たむら・みつよし) 氏
株式会社田村制作所 代表取締役

❁ 悩んでもしかたがないー思い切って、好きにやろうと決意した

僕はビクターには、普通に試験を受けて入社しました。ディレクター志望でしたが、工場研修や地方営業所でのセールスなどを経て、制作に入ったのは入社2年3カ月目のことでした。当時の制作は小澤栄三部長*1を筆頭に、ポップスの黄金時代を作り上げてきた強者ぞろい。次々にヒットを飛ばす先輩たちを間近にして、新人の僕にはビクターの得意なアイドル・ポップの王道は歩ませてもらえないと思いました。最初の担当は「東京ニュー・ウェイヴ」というパンク系のオムニバス・アルバム。その後はプラス・ロックのスペクトラムや、中学生のテクノ・グループ、コスミック・インベンションを担当し、多少は認められるようになります。スペクトラムは3年で解散しますが、彼らのアルバム制作で出会った山田邦子を担当して、結構好き勝手にやっていました。飯田久彦さん*2から小泉今日子の担当を命じられたのは、その頃です。彼女はすでにデビューして一年経っていました。実績のある先輩ディレクターが担当して、トップ10内のヒットもあり、アイドルの五番手グループには入っている。アイドル・ポップの王道も知らない若造の僕でいいのかな、とかなり深く悩みましたね。先輩が敷いてきた路線を継続してやっていくべきかどうか、考えてもよくわからない。結局、結果が出なければ切られる世界。もし切られるにしても、自分で納得して「面白い」と思ったことをやらなければ、後悔する。当時は、アイドルの寿命は7年というのが常識でした。スペクトラムが3年で解散したとき、ファンの子に泣かれてショックを受けた経験もあって、限りある時間ならば思い切ってやるしかない、好きにやろうと決意しました。

❁ キャッチコピーを身に纏い、多彩な才能が開花していった

100人デビューして10人も残らないほどの確率で、皆と同じでは売れない。そこで、まずは目立つことを考えました。制作の前提として、僕は「作品は時代と共にある」との考え

を持っています。時代をいろんな角度から見て、新味があって面白いことをやるよう心掛けました。

時は80年代、コピーライターの糸井重里さんらが大活躍し、キャッチコピーの時代という様相でした。親交のあった糸井さんが「日刊アルバイトニュース」のCMに一瞬映るカワイイ少女の役を探していることを知り、小泉今日子を推して起用に至りました。これは彼女との初仕事です。この仕事をきっかけにコピーの時代を改めて実感し、彼女が目立つには遊び心のあるキャッチコピーで存在感を明らかにするのがいいと考えました。担当一曲目の「まっ赤な女の子」以降、初期の作品タイトルは、ほぼ小泉今日子のキャッチコピーとなり、インパクトあるイメージを纏っています。作詞家に最初にコピーを出してもらい、会社の黒板にいろんな組み合わせを書いて、どれが面白いかが協議しながら、タイトル、歌詞と振り分けるようなこともやりました。こうして「渚のはいから人魚」などが生まれました。ですが、これはあくまで上に行くための作戦。トップに立つとそれだけでは持ちません。アーティストは3つほど違う作品パターンがないと厳しい。インパクトある作品だけではなく、オーソドックスな作品などとバランスを取りながら、飽きさせない変化を付けていきました。

そのうちに彼女自身の存在感が際立ち、歌だけではなく、CMの女王にもなり、ほかに映画・ドラマ・文筆業とマルチな分野で才能が開花していきました。皆さんに面白がっていただいて、そこから道が拓けて別のスタイルができ、世界が広がる流れができました。映画をやるときは、関連した歌づくりもやってみたり、彼女のパブリック・イメージをどう活用するか戦略を立ててチャレンジしていきました。秋元康さんと筒美京平さんのコンビで、それぞれ詞先、曲先で作ってもらうという試みもやりました。詞先の作品は「なんてたってアイドル」、曲先の作品はアルバムに入れた「U・BU」です。85年頃からは、井上ヨシマサ、野村義男、藤原ヒロシ、近田春夫、小林武史、菅野よう子らといった新たな才能たちとも作品づくりを進め、90年代にはトップ・アイドルに。ライバルがいっぱいで辛い時期もありましたが、時代や常識と戦いながら、継続的に存在感を示していったと思います。(談)

*1… 2015年2月号「ヒットの裏側」第10回 *2… 2014年6月号「ヒットの裏側」第2回

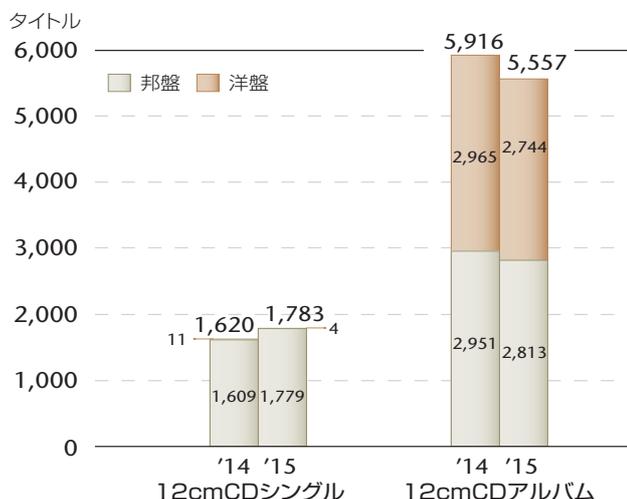
担当アーティスト

小泉今日子、山田邦子、とんねるず、嘉門達夫、広瀬香美、藤原ヒロシ、SMAP、ポルノグラフィティ、坂本真綾、May'n、上戸彩、植村花菜など多数

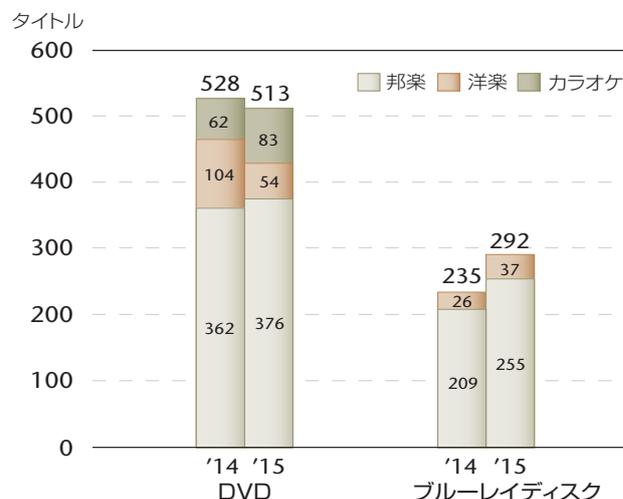
2015年上半期新譜タイトル数

2015年（平成27年）上半期（1～6月）販売の新譜タイトル数がまとまった。オーディオは、合計で前年同期比98%の7,544タイトルとなった。また、音楽ビデオについては、合計で前年同期比106%の805タイトルとなった。なお、4年前より集計を開始したブルーレイディスク（音楽）については対前年比124%の292タイトルであった。

● オーディオレコード新譜数



● 音楽ビデオ新譜数



● オーディオレコードジャンル別新譜数

タイトル

ジャンル	8cmCD	12cmCD			アナログ	カセット		合計	
		シングル	アルバム	計		シングル	アルバム		
邦盤	演歌	0	313	154	467	0	120	2	589
	歌謡曲	0	751	904	1,655	18	2	1	1,676
	ポップス	0	433	1,065	1,498	44	0	0	1,542
	ニューミュージック	0	1,497	2,123	3,620	62	122	3	3,807
邦盤	小計	0	1,779 (111%)	2,123 (95%)	4,592 (101%)	62 (413%)	129 (88%)	5 (42%)	4,788 (101%)
	軽音楽	0	2	125	127	0	0	0	127
	民謡・純邦楽	0	6	48	54	0	7	2	63
	教育・教材・童謡・童話	0	0	119	119	0	0	0	119
	アニメーション	0	260	243	503	0	0	0	503
	クラシック	0	9	60	69	0	0	0	69
	カラオケ	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	0	5	95	100	0	0	0	100
邦盤計	0 (-)	1,779 (111%)	2,813 (95%)	4,592 (101%)	62 (413%)	129 (88%)	5 (42%)	4,788 (101%)	
洋盤	ロック・ダンス	0	3	885	888	5	0	0	893
	ポップス	0	0	484	484	0	0	0	484
	ジャズ・フュージョン	0	1	370	371	0	0	1	372
	ポピュラーソング	0	0	57	57	2	0	0	59
	映画音楽	0	0	18	18	0	0	0	18
	その他	0	4	1,814	1,818	7	0	1	1,826
洋盤計	0 (-)	4 (36%)	2,744 (93%)	2,748 (92%)	7 (88%)	0 (-)	1 (-)	2,756 (92%)	
合計	0 (-)	1,783 (110%)	5,557 (94%)	7,340 (97%)	69 (300%)	129 (88%)	6 (50%)	7,544 (98%)	

() 内は対前年比

● 音楽ビデオジャンル別新譜数

タイトル

ジャンル	DVD	ブルーレイディスク	合計
邦楽	376	255	631
洋楽	54	37	91
カラオケ	83	0	83
合計	513 (97%)	292 (124%)	805 (106%)

() 内は対前年比

Monthly Production Report

2015年6月度レコード生産実績

6月度の音楽ソフト（オーディオレコード・音楽ビデオの合計）の生産実績は、数量で前年同月比85%の1,569万枚・巻、金額で同93%の182億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比86%の1,279万枚・巻、金額で同88%の142億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比78%の290万枚・巻、金額で同116%の41億円となっている。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

			6月実績						2015年1月～2015年6月累計					
			数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
シ	8cmCD	邦	3	0	125%	1	0	80%	19	0	187%	11	0	155%
		洋	0	0	-	0	0	-	0	0	6667%	0	0	4533%
		計	3	0	125%	1	0	80%	19	0	189%	11	0	157%
ン	12cmCD	邦	3,572	28	99%	2,782	20	117%	27,639	33	106%	20,276	22	107%
		洋	0	0	0%	0	0	0%	32	0	6%	13	0	4%
		計	3,573	28	92%	2,782	20	105%	27,671	33	104%	20,289	22	105%
グ	小計	邦	3,575	28	99%	2,783	20	117%	27,658	33	106%	20,287	22	107%
		洋	0	0	0%	0	0	0%	33	0	6%	13	0	4%
		計	3,575	28	92%	2,783	20	105%	27,690	33	104%	20,299	22	105%
ル	12cmCD アルバム	邦	7,197	56	86%	9,369	66	87%	43,702	52	104%	61,279	66	106%
		洋	1,855	15	75%	1,770	12	68%	11,407	14	70%	10,544	11	68%
		計	9,052	71	84%	11,139	79	84%	55,109	66	94%	71,823	77	98%
CD 合計	邦	10,772	84	90%	12,152	86	93%	71,360	85	105%	81,566	87	107%	
	洋	1,855	15	67%	1,770	13	61%	11,439	14	68%	10,557	11	67%	
	計	12,627	99	86%	13,922	98	87%	82,799	99	97%	92,123	99	100%	
アナログ ディスク	邦	32	0	638%	60	0	1141%	162	0	235%	284	0	221%	
	洋	22	0	139%	43	0	212%	114	0	185%	193	0	241%	
	計	53	0	261%	103	1	403%	276	0	211%	477	1	228%	
カセット テープ	邦	66	1	96%	60	0	105%	453	1	80%	380	0	83%	
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	136%	0	0	96%	
	計	66	1	97%	61	0	106%	454	1	80%	380	0	83%	
その他	邦	24	0	223%	35	0	265%	83	0	68%	130	0	82%	
	洋	16	0	82%	37	0	100%	103	0	94%	226	0	95%	
	計	40	0	132%	73	1	143%	187	0	80%	355	0	90%	
合計	邦	10,894	85	91%	12,308	87	94%	72,058	86	104%	82,359	88	107%	
	洋	1,893	15	67%	1,851	13	63%	11,657	14	68%	10,976	12	68%	
	計	12,786	100	86%	14,159	100	88%	83,715	100	97%	93,335	100	100%	

● 音楽ビデオ

			6月実績						2015年1月～2015年6月累計					
			数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
DVD	邦	2,240	77	70%	2,273	56	89%	22,636	81	99%	23,790	66	94%	
	洋	81	3	42%	108	3	63%	577	2	62%	727	2	69%	
	計	2,320	80	68%	2,380	58	87%	23,212	83	98%	24,517	68	93%	
Blu-ray Disc	邦	565	19	189%	1,658	41	220%	4,795	17	152%	11,337	31	127%	
	洋	17	1	299%	31	1	215%	98	0	122%	217	1	99%	
	計	582	20	191%	1,689	42	220%	4,894	17	151%	11,555	32	126%	
テープ・その他	邦	0	0	85%	0	0	92%	1	0	73%	2	0	67%	
	洋	2,805	97	80%	3,931	97	119%	27,432	98	106%	35,130	97	103%	
	計	97	3	50%	138	3	75%	675	2	67%	944	3	74%	
合計	邦	2,902	100	78%	4,070	100	116%	28,107	100	104%	36,074	100	102%	
	洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
	計	2,902	100	78%	4,070	100	116%	28,107	100	104%	36,074	100	102%	

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

			6月実績						2015年1月～2015年6月累計					
			数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
オーディオ			12,786	82	86%	14,159	78	88%	83,715	75	97%	93,335	72	100%
音楽ビデオ			2,902	18	78%	4,070	22	116%	28,107	25	104%	36,074	28	102%
合計	邦		13,699	87	88%	16,239	89	99%	99,490	89	105%	117,488	91	105%
	洋		1,990	13	66%	1,989	11	63%	12,332	11	68%	11,920	9	69%
	計		15,689	100	85%	18,228	100	93%	111,822	100	99%	129,408	100	100%

● ビデオ（含音楽ビデオ）

			6月実績						2015年1月～2015年6月累計					
			数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
DVD			4,405	72	75%	5,973	56	79%	36,786	76	92%	50,264	62	85%
テープ・その他			1,706	28	129%	4,757	44	91%	11,347	24	111%	30,634	38	107%
合計			6,111	100	85%	10,731	100	84%	48,133	100	96%	80,899	100	92%

● オーディオ/ビデオ合計

			6月実績						2015年1月～2015年6月累計					
			数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
オーディオ			12,786	68	86%	14,159	57	88%	83,715	63	97%	93,335	54	100%
ビデオ			6,111	32	85%	10,731	43	84%	48,133	37	96%	80,899	46	92%
合計			18,897	100	86%	24,890	100	86%	131,848	100	97%	174,233	100	96%

備考 1.本年実績は、会員会社の集計である。当会員社が受託した非会員社からの販売委託分を含む
2.単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある
※オーディオレコードのその他は SACD、DVD オーディオ、DVD ミュージック、MD の合計

音楽ソフト

邦 楽					
アルバム	ダブル・プラチナ	REFLECTION	Mr.Children	2015.06.04	トイズファクトリー
	プラチナ	_genic	安室 奈美恵	2015.06.10	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	ゴールド	C、Dですと!?	GReeeeN	2015.06.24	ユニバーサル ミュージック
		THE BEST!	ナオト・インティライミ	2015.06.10	ユニバーサル ミュージック
		blues	back number	2012.11.21	ユニバーサル ミュージック
	JUMPing CAR	Hey! Say! JUMP	2015.06.24	ジェイ・ストーム	
シングル	ゴールド	強く 強く 強く	関ジャニ∞	2015.06.03	ジェイ・ストーム (インフィニティ・レコーズ)
		チュムチュム	NEWS	2015.06.24	ジャニーズ・エンタテイメント
		RED	B'z	2015.06.10	ビーイング
ビデオ	ゴールド	INTERACTIVE/SHOW ME UR MONSTER	堂本 光一	2015.06.10	ジャニーズ・エンタテイメント

※日付は発売日

有料音楽配信

「シングルトラック」					
邦 楽					
ダブル・プラチナ	ロビンソン	スピッツ	2006.03.25	ユニバーサル ミュージック	
	プラチナ	私以外私じゃないの	ゲスの極み乙女。	2015.04.22	ワーナーミュージック・ジャパン
		もしも運命の人がいるのなら	西野 カナ	2015.04.29	ソニー・ミュージックレーベルズ (SME レコーズ)
		ミラクル	miwa	2013.04.24	ソニー・ミュージックレーベルズ (ソニー・ミュージックレコーズ)
		雨のち晴レルヤ	ゆず	2013.09.30	セーニャ・アンド・カンパニー
日々	吉田山田	2013.12.18	ポニーキャニオン		
ゴールド	Say the word	安室 奈美恵	2002.06.01	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ	
	泣けてくる	ウルフルズ	2007.06.20	ワーナーミュージック・ジャパン	
	ミチシルベ ～ a road home ～	ORANGE RANGE	2004.02.13	ソニー・ミュージックレーベルズ (ソニー・ミュージックレコーズ)	
	LOST	GLORY HILL	2012.05.16	ワーナーミュージック・ジャパン	
	Merry Christmas Mr. Lawrence	坂本 龍一	2005.09.01	ワーナーミュージック・ジャパン	
	太陽と花	高橋 優	2014.05.02	ワーナーミュージック・ジャパン	
	Reason	玉置 成実	2004.11.10	ソニー・ミュージックレーベルズ (ソニー・ミュージックレコーズ)	
	白金ディスコ	偽物語	2012.08.22	アニプレックス	
	思い出せなくなるその日まで	back number	2011.10.05	ユニバーサル ミュージック	
	さよなら大好きな人	花*花	2009.04.01	ワーナーミュージック・ジャパン	
	Seven Deadly Sins	MAN WITH A MISSION	2015.02.11	ソニー・ミュージックレーベルズ (ソニー・ミュージックレコーズ)	
	シュガーソングとビターステップ	UNISON SQUARE GARDEN	2015.05.27	トイズファクトリー	

洋 楽					
ダブル・プラチナ	リヴ・ホワイル・ウィアー・ヤング	ワン・ダイレクション	2012.10.03	ソニー・ミュージックレーベルズ (ソニー・ミュージックジャパンインターナショナル)	
ゴールド	アイ・リアリー・ライク・ユー	カーリー・レイ・ジェブセン	2015.03.02	ユニバーサル ミュージック	
	フォー・ミニッツ (feat. ジャスティン・ティンバーレイク・アンド・ティンバランド)	マドンナ	2008.04.02	ワーナーミュージック・ジャパン	
	トゥ・ビー・ウィズ・ユー	MR. BIG	2004.12.01	ワーナーミュージック・ジャパン	

※日付は配信開始日

認定基準一覧 音楽ソフト (アルバム・シングル・音楽ビデオ)、音楽配信 (着うた®、シングルトラック・アルバム) 共通

名称	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ミリオン	2ミリオン
基準	10万以上	25万以上	50万以上	75万以上	100万以上	200万以上

基準単位: 音楽ソフト・枚、配信・DL (ダウンロード数)
 ※着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰
 ※※「着うた®」は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です

協会からのお知らせ

今年もコンテンツの垣根を越えた国際見本市「Japan Content Showcase」として、東京国際ミュージック・マーケット (TIMM) が、TIFFCOM 2015 Marketplace for film & TV in Asia、東京国際アニメ祭 2015秋 (TIAF) と10月20日から22日の間、統合開催されます。

「Japan Content Showcase 2015」の詳細は随時、以下ページをご確認ください。

「Japan Content Showcase 2015」公式サイト
<http://www.jcs.tokyo/ja/> (日本語)



エルマークキャラクター
エルマーくん

THE RECORD No.669 2015年8月号
一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 斉藤 正明
編集人 田口 幸太郎
発行日 2015年8月10日
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館9F
TEL. 03-5575-1301 (代) FAX. 03-5575-1313
URL: <http://www.riaj.or.jp/>

制作協力 株式会社エフピーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

今回は、ソフト・ハード面ともに、日進月歩の進化を遂げるカラオケを特集しました。カラオケボックスでは“文学を通じて日本のカルチャーに興味を持ち、その文化体験の一つとしてカラオケにやって来た”という、海外からのお客様との出会いが。初めての日本のカラオケは非常に興味深かったとのことでしたが、よく行っている私にとっても、最新カラオケ事情は新鮮な驚きに満ちていました。(M)

■ 当機関誌へのご意見・ご感想がございましたら、当協会公式サイト (<http://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください。