



The
Record

2016
5
may

VOL.678

| 広がり続けるアナログレコード
| 第6回香港アジアン・ポップ・ミュージック・フェスティバル 開催

Monthly News Digest

Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
広がり続けるアナログレコード	3
特報	
第68回 RIAJ セミナー	
「新入社員合同研修会・懇親会」開催	9
第6回香港アジアン-	
ポップ・ミュージック・フェスティバル 開催	11
ヒットの裏側	12
Monthly Production Report	13
GOLD DISC	14

3/18-19・22 宮崎市福祉施設および東日本 大震災被災地へ音楽CDを寄贈

3月18日、当協会は認定NPO法人ラブ&ハーモニー基金の協力の下、宮崎県宮崎市内近郊の福祉施設4カ所に音楽CD100枚を寄贈した。3月18日・19日の2日間、村上三絃道さんによる慰問ライブが宮崎市内4カ所の福祉施設で催され、あわせて同ライブ内で音楽CDの贈呈が行われた。施設利用者ならびに施設職員関係者など合計400名が参加した同ライブは、会場内が合唱となる大盛況で幕を閉じた。



また3月22日に当協会は、同基金の協力の下、東日本大震災の被災地である宮城県亘理郡・柴田郡などの小学校ほか5カ所に、音楽CD125枚を寄贈した。当日は、総額100万円相当の音楽用品を寄贈した同基金の関係者が、地元出身の歌手・水戸真奈美さんとともに現地を訪れ、目録贈呈式を行った。



当協会は、レコード寄贈事業により多くの方々がさらに音楽を楽しんでいただける機会が増えていくことを願い、今後も事業を継続していく。

3/22 MyIPO来会

3月22日、マレーシア知的財産公社(MyIPO)のNoor Aliff 著作権課課長補佐、Mohd Syaufiq 著作権課課長補佐の2名が来会した。

マレーシアでは現在、著作権等集中管理制度に関する条文改正に向けた検討が行われており、今回の訪日は、日本における集中管理制度の情報収集、意見交換のためのスタディビジットとして行われた。

当日は著作権・契約部の苅部契約担当課長、越坂部課長補佐より当協会の集中管理事業について説明が行われ、活発な質疑応答が交わされた。

3/23-27 「ホンモノ?ニセモノ?君は わかるかな?」模倣品展示

3月23日～27日の期間、東京都千代田区の科学技術館にて「第74回全日本学生児童発明くふう展」が開催され、同会場内の併催で「ホンモノ?ニセモノ?君はわかるかな?」と題した真正品、模倣品、海賊版などに関する展示説明が行われた。

この展示は、公益社団法人発明協会が幹事を務める国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)第4プロジェクトが、IIPPFメンバー各社および関係機関の協力を得て実施しているものであり、当協会はIIPPFメンバーとして、音楽CD・DVDの真正品と模倣品の提供を行った。

「全日本学生児童発明くふう展」は、子どもたちにモノづくりを通じて創作の喜びや発明くふうの楽しさを知ってもらい、その創造力を育てることを目的に毎年開催されている。「ホンモノ?ニセモノ?君はわかるかな?」はこれにあわせて開催



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

され、音楽CD・DVDをはじめ、ハンドバッグやTシャツ、玩具等の真正品、模倣品、海賊版に関する展示説明を行った。

当日は、親子連れ、学生など約4,000名が訪れ、ホンモノ・ニセモノを熱心に見比べる様子が多数見られ、大盛況の展示会となった。



「Music Jacket Gallery 2016」開催中

5月13日～22日の期間、Music Jacket Promotion Committee*が主催する「Music Jacket Gallery 2016」が、新宿高島屋にて開催中である。本イベントは、音楽パッケージ商品にまつわる関係企業・団体が連携して実施する「音楽パッケージ大展示会」であり、音楽ファンやクリエイターに向け、日本の音楽文化の豊かさ、楽しさを発信する内容となっている。

【開催概要】

日程：5月13日(金)～5月22日(日) 10:00～20:00
※最終日は17:00終了
会場：新宿高島屋1階 JR口 特設会場 (渋谷区千駄ヶ谷5-24-2)
入場料：無料
公式サイト：<http://musicjacket.jp/>
Twitter：[@musicjacket](https://twitter.com/musicjacket)
Facebook：<https://www.facebook.com/musicjacket/>
Instagram：<https://www.instagram.com/musicjacket/>
主催：Music Jacket Promotion Committee
共催：新宿高島屋
協賛：一般社団法人 日本音楽出版社協会／一般社団法人 日本音楽制作者連盟
後援：経済産業省



※ 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。「ミュージック・ジャケット大賞」と「Music Jacket Gallery」の運営組織を一体化し、音楽パッケージの魅力のひとつであるミュージックジャケットの素晴らしさを多角的な施策によって訴求しています。

【構成企業および団体】

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 DADC ジャパン／株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーションズ／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

RIAJ2016年4月度理事会議案

■ 審議事項

1. PROMIC「J-POP SUMMIT 2016」協賛金支出および名義使用依頼について
2. 「平成28年熊本地震」義援金支出について

■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件
 - (1) CDV-J「CDVJ ショップコンテスト2016」後援依頼
 - (2) 日本民謡協会「第29回日本民謡フェスティバル2016」協賛依頼
2. 法制委員会関係報告
 - (1) コミュニティ放送局訴訟報告
 - (2) 海外番販 原盤権処理実証実験終了後の対応について
 - (3) 知財戦略本部 検証・評価・企画委員会(4/18)報告
3. マーケティング委員会関係報告
 - (1) レンタル問題協議会報告
 - (2) 「ミュージック・ジャケット大賞2016」二次審査実施結果について
4. 海外マーケティング委員会関係報告
 - (1) 香港アジアン・ポップ・ミュージック・フェスティバル報告
5. 広報関係報告
 - (1) 2015年度職場訪問・出張授業対応実績報告
6. その他報告
 - (1) デジタル市場活性化検討 TF 報告

当協会 斉藤正明会長、藍綬褒章を受章

平成28年度の春の叙勲において、当協会第22代会長の斉藤正明氏が藍綬褒章を受章しました(4月29日付け)。これは、永年にわたるわが国レコード産業ならびに音楽文化の維持・発展に対する多大なる貢献が評価され、今回の受章となったものです。

斉藤正明氏は、昭和45年に東芝音楽工業(現・ユニバーサルミュージック合同会社)に入社以来、日本のレコード産業の振興に数多くの功績を残してきました。

また当協会関係では、平成10年の理事就任以降副会長等の要職を歴任、平成25年からは会長として、日本の音楽文化の発展に尽力されています。

こうした功績が評価され、このたびの受章につながったものと思われます。

なお、当協会歴代会長の藍綬褒章受章は平成21年秋の石坂敬一氏以来となります。



広がり続けるアナログレコード

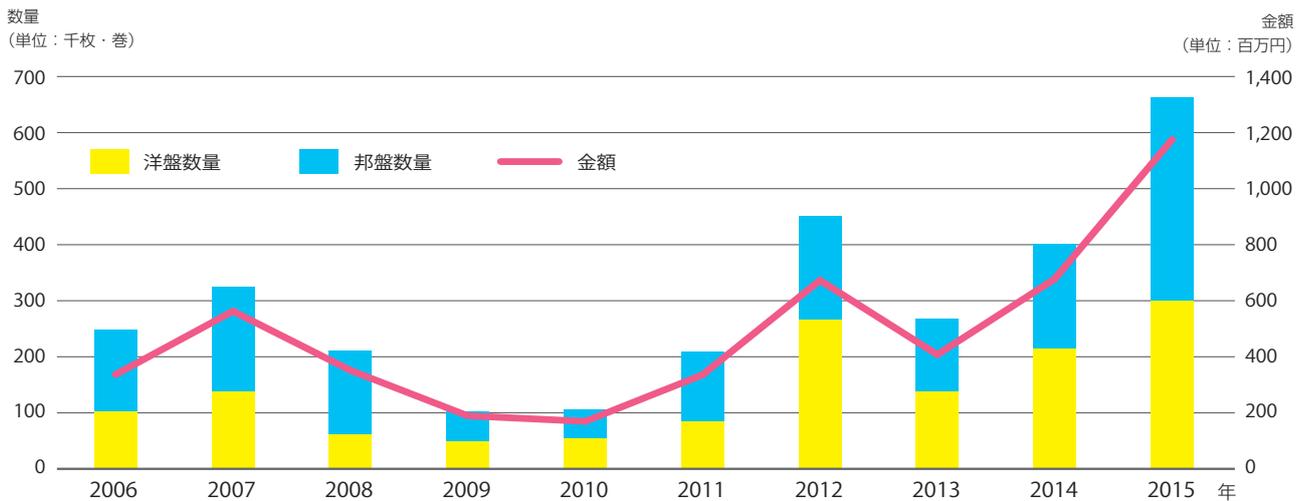


2013年11月号本紙特集「アナログレコード再び」では、デジタル時代の中、全世界的にアナログレコード市場が復活している状況を踏まえた上で、今なお真摯にアナログレコードと向き合う作り手たちの想いに迫った。あれから数年。現在、アナログレコードは一過性のブームに留まることなく、なおじわじわと伸長を続けている。

昨年2015年の日本の生産金額は、14年ぶりに10億円台を突破。2008年からスタートした「Record Store Day」などがシーンのムーブメントを牽引し、世界トップの売上を誇るアメリカでは昨年アルバムが4億1,600万ドルの売上を記録。これは1988年に次ぐ金額となった（The Recording Industry Association of America (RIAA) 調べ）。アメリカの音楽マーケティング会社MusicWatchの調査によると、アメリカのレコード購入者の半数が25歳以下であるという結果が出ている。支持する理由として、音質やアートワークなどさまざまな要因は考えられるが、デジタルネイティブ世代が音を聴く手間を含め、まったく新たなメディアとしてアナログレコードを捉えている現状がうかがわれ、興味深い。

本号では、カジュアルユーザーへも裾野が広がり始めたシーンを探るべく、アナログレコードの魅力をさまざまな形で発信する人々に話を伺った。

アナログディスク 日本の生産実績過去10年間の推移（当協会調べ）



2015年アナログレコード売上数トップ10カ国

順位	国	売上数 (百万枚、巻)
1	アメリカ	16.9
2	イギリス	2.6
3	ドイツ	2.1
4	オランダ	1.5
5	カナダ	1.3
6	日本	1.2
7	フランス	0.8
8	ノルウェー	0.6
9	イタリア	0.5
10	スペイン	0.4

2015年、アナログレコードの売上が世界トップとなったアメリカでは、LP/EP（アルバム）の数量が前年比28%増の1億6千9百万枚、金額が32%増の4億1,600万ドルとなった。

また、シングルレコードの数量が前年比4%増の5百万枚、金額が2%増の610万ドルとなった。

パッケージ全体に占めるアナログレコードの売上金額シェアは、約2割を占めている。

（RIAA調べ）

（出典：IFPI GLOBAL MUSIC REPORT 2016）



TOKYO FM (80.0MHz) では、2015年10月より、毎週土曜日18時30分～18時55分に「東洋化成 アナログ・ガラパゴス」を放送している。TOKYO FM渋谷スペイン坂スタジオから生放送で、リスナーにアナログレコードの楽しさを発信する番組である。担当プロデューサーの竹井孝一郎氏と、番組パーソナリティを務める瀬戸真矢氏に、番組のねらい、放送開始から半年経っての手応えやリスナーからの反響、今後の展開などについて伺った。

INTERVIEW 1

若い世代に アナログレコードの 楽しさを伝えたい

株式会社エフエム東京
編成制作局 編成制作部 兼 アース&ヒューマンコンシャス事務局
竹井孝一郎氏 (右)
TOKYO FM
東洋化成 アナログ・ガラパゴス パーソナリティ
瀬戸真矢氏 (左)



「ガラパゴス」に込められた思い

—番組はどのようなきっかけで誕生したのでしょうか。

竹井 昨年8月ごろ、日本で唯一、レコード盤を生産する東洋化成株式会社様からオファーがありました。ワールドワイドでレコードが伸びている現状を踏まえ、改めてレコードの良さを紹介する番組を作りたい。その意向を受けてのスタートでした。同社の萩原克治社長の思いを汲んで、タイトルは「アナログ・ガラパゴス」となり、2015年10月から土曜日・18時30分～18時55分の枠での放送が決まりました。「ガラパゴス」には、レコードが音楽文化のなかで貴重な価値の高いものとして生き残ってきたという、前向きなメッセージが込められています。

多くの方に親しまれるように、TOKYO FM渋谷スペイン坂スタジオでの公開生放送で、シンプルにレコードをどんどんかけるスタイルとしました。番組では、20～30代の若い人たちにレコードの良さを訴えたいと思い、同世代でバンド、アーティスト活動経験もある瀬戸真矢さんにパーソナリティを務めていただくことになりました。

瀬戸 私はこの番組がラジオパーソナリティとしてのデビューとなります。親が洋楽好きで、レコードもプレイヤーも実家にあり、間接的に聴いた体験はあったのですが、自分から聴くことはなかったんです。右も左も分からずスタートしましたが、それが逆に良かったですね。レコード体験がまさならリスナーと同じ目線で、針を落とす体験にワクワクし、その音に「わあ、すごい」と感動できて、本当にいい形で出会えました。自分でもまずは手軽なオールインワンのプレイヤーを買って聴き始め、今ではすっかりはまっています。もっといい音で聴きたい、レアな盤を掘り当てたいという欲も出てきました。

番組は曲中心で構成し、毎週、私が探してきたレコードを軸にディレクターと面白い流れを考え、いろんな曲を散りばめています。

普段レコードを探すのは、場所柄、渋谷のHMVやレコファンが多いですが、吉祥寺、高円寺、神保町のお店にも足を運びます。でも同じ店に通うより、いろんな店で出会を楽しみたいので、初めて訪問する場所では、散歩がてらその場所にあるレコード店を探しに行ったりします。

アナログレコードは世代を越えて

アナログレコードは世代を越えて

—リスナーの反響はいかがですか。

瀬戸 当初のリスナーは40代以上の、既にレコードに親しんでいた方が多く、若い方には「どんな番組なんだろう?」という戸惑いもあったと思います。でも、スタジオ近辺に来た高校生や大学生が番組を聴いてTwitterでメッセージを下さったりするうちに浸透し、今では年齢層もだいぶ広がりました。

THE BAWDIES、シンリズム、tofubeatsほか、レコード好きな若手アーティストをきっかけに聴くようになったという

若い世代のリスナーも多くいらっしゃいます。意外ですが20～30代より、高校生がレコードを楽しんでいます。今までにない新ツールという感覚で聴くようです。そんな若年層のためにアニソンをレコード縛りで聴く回も設けました。

竹井 10代のリスナーは、ラジオ自体がスマートフォンで聴く新メディアという認識です。音楽の世界を広げるのに有効なラジオを通して、レコードの素晴らしさを感じてもらえたらと思います。

温かみのある音、ジャケットの楽しみなど、コミュニケーションツールとしてレコードの持つ良さを引き出したい。スペイン坂スタジオは瀬戸さんの部屋。友だち同士で集まって、レコードを聴きながらワイワイ楽しむ部屋のイメージなんです。スタジオには、自分のレコードをかけてほしいとリクエストを持参して下さる方もいらっしゃいます。

一方で若年層と40～50代以上の世代との懸け橋になることも目指しています。たとえば親子でレコードを楽しんでもらいたい。実際、20代の女性リスナーから「父のレコードコレクションを借りて聴いています」といったメールもいただいています。レコードが、世代を越えたコミュニケーションツールになったらいいなと思います。

瀬戸 私も同じで、番組をきっかけに両親、特に父との会話が増えました。「家にどんなレコードがあったの？」から始まって、古い洋楽で父のレコメンドをもらったこともあります。

— レコードが親子の会話を弾ませたわけですね。番組にも、そんな瀬戸さんの背景がにじみ出しましょう。

瀬戸 そうですね。番組では昔の曲と最近の若いアーティストの曲とをうまくリンクさせる構成も心がけています。若い人には昔の曲を、年配の方には若いアーティストをそれぞれ紹介し、楽しみの幅を広げていただければと思っています。

竹井 レコードコレクター、アーティスト、DJなどをゲストに迎え、音楽とトークを楽しむ企画も不定期に設けています。これまでにピーター・バラカンさん、ティ・トウワさん、沖野修也さん、FPMの田中知之さん、中塚武さんらにご出演いただきました。最近アイドルのアナログ盤リリースも結構ありますが、その実績からAKB48の武藤十夢さんも来ていただきました。

瀬戸 ほかに「遊びにきたい」と要望されるアーティストがいらっしゃいますので、楽しみにしてください。

竹井 4月からは第2期として、イベントも交えていく考えです。大きなスペースでレコードのいい音を聴き、リスナーと交流できるものを企画したいですね。7月の「京都レコード祭り」、11月3日の「レコードの日」などとの連携にも取り組んでいきます。

瀬戸 私自身、友人宅などでレコードを聴きながらゆったり過ごす時間を楽しんでいます。ゲストも幅を広げて、ライトにレコードを楽しむ人に出迎えていただき、カジュアルにレコードを楽しむ良さを伝えたい。

でも多くの方から「レコードの聴き方が分からない」と言われます。気軽に楽しめますよ、と伝える一方、実際に針を落とす体験をしてもらうなど普及企画もやりたいですね。



東洋化成アナログ・ガラパゴス

TOKYO FM (80.0MHz)

毎週土曜日 18時30分～18時55分

パーソナリティ：瀬戸真矢

番組公式サイト：<http://www.tfm.co.jp/galapagos/>





ユニバーサル ミュージックは、エレクトロニクスブランドのamadana株式会社とのコラボレーションにより、オールインワンのレコード・プレイヤー、SIBRECO (読み: シブレコ) (Speaker Inbuilt Record Player) を発売し、Amadana Musicブランドで展開している。ファッション性と手軽さの2つの価値を追求し、これまでアナログレコードになじみの薄かった若年層を中心とした浸透を図っている。仕掛け人の一人、ユニバーサル ミュージックの大原浩氏に、開発のきっかけや経緯、SIBRECOの名の由来、ユーザーからの反響と手応えなどについて語っていただいた。

INTERVIEW 2

SIBRECO

日常に取り入れたい
レコード・プレイヤーを
求めて

ユニバーサル ミュージック合同会社
ユニバーサル ミュージック&プランズ
ゼネラルマネージャー
大原浩氏



プレイヤーづくりでamadanaと共同

2014年末頃に、外部の方も交えた会議の席でアナログレコードに関する打ち合わせをしていました。その時「せっかくレコードを作っても、プレイヤーがないと普及しないよね」という話題から、カッコいいプレイヤーを作りたいね、という話に広がったんです。弊社はハードづくりの経験がないので、メーカーと組まないといけない。そこでデザインを重視したモノづくりを推進するamadanaの名が挙がりました。同社の熊本浩志社長がDJをやっていたらいいのですが、弊社に個人的につながりがあったスタッフがあり、レコードがお好きなことも聞きました。

私自身もamadana製品のファンでしたし、きっとamadanaならばデザインと機能が両立したプレイヤーを実現できると確信しました。年明けに熊本社長にお会いしてご快諾いただき、プロジェクトが動き出しました。海外市場でレコードの売上が伸び、しかも若年層が成長を支えているという動向は社内にも浸透していたため、市場環境的にも弊社でハードを作る後押しになりました。

こだわったデザインと価格、機能のバランス

特にこだわったのはデザイン性です。インテリアとして違和感なく、部屋に置きたいと思うようなスタイリッシュさを追求しました。また、初心者が手軽に聴けるような価格を抑え、まずは一台あれば済むオールインワンタイプを目指しました。レコードの普及に一役買うプレイヤーであることを最重要視し、デザインと機能のバランスを図ったわけです。熊本社長はよく「音マニアと音

楽マニアは似て非なるもの」とおっしゃいますが、音マニアのオーディオへのこだわりは際限がありません。機能を追求すればコストも青天井となり、目指す価格帯での提供も不可能になります。私たちのターゲットは、音マニアではなく音楽マニア、音楽ファンです。まずレコードを聴いて楽しんでもらうことが大切でした。

どちらもプレイヤーを造るにあたって先入観がなく、自由な発想があってベストマッチだったと思います。前脚の部分にスピーカーが入っているんです。常識からは邪道かもしれませんが、ターンテーブルの面のシンプルさ、木目の美しさが際立ちます。このデザインを実現するまでには苦労しました。針の振動を拾いやすいため、ノイズ対策が重要です。ノイズを遮断する素材の検討から形状まで試行錯誤の連続で、スタジオエンジニアも巻き込んで、難しい作業になりました。その大変さをひっくるめて、開発に携わった関係者は皆、楽しんで取り組んでいましたね。

クラウドファンディングの実績、
そしてSIBRECOに込められた思い

このプロジェクトのスタートは、クラウドファンディングの手法を取り入れました。株式会社サイバーエージェントが運営する「Makuake」で、プロジェクト支援金という形で希望者を募って予約販売する購入型のスタイルを採用しました。弊社としても初の試みで不安もありましたが、こちらも驚くほどの購入希望者が集まりました。

デザインがほぼ固まった2015年8月に支援を募り、初日に7時間で目標の150万円を達成。最終的には約1カ月半の募集期間

で約900名の賛同者を得て、1,500万円弱の資金が集まりました。レコードへの関心が高いこと、スタイリッシュで使いやすいプレイヤーへのニーズがあることが確信に変わりました。

一方、SIBRECOの名は、Speaker Inbuilt Record Playerを略称にしたものですが、渋谷の地名と掛けてあります。SIBRECOは海外にも広げていきたいと思っていますが、「渋谷から世界へ」の願いが込められているのです。

音楽が溶け込むライフスタイルのために

Amadana MusicではSIBRECO第1弾を2015年12月に発売し、その後、初のアーティストコラボレーション商品として、The Rolling Stonesの限定モデルを展開しました。今後もいくつか企画を考えています。

SIBRECOの購入者は30~40代を中心に幅広い年齢層に広がっています。販売店などからはレコード自体は持っているものの、プレイヤーを持っていなかった方の購入が多いと聞いています。親子で見に来て、色々なプレイヤーを見比べた結果、中高生のお子さんが気に入って購入を後押しするケースもありました。

そこでは親御さんがお子さんにレコードの聴き方、扱い方をレクチャーするなど、親子のコミュニケーションにSIBRECOが役買う、嬉しい光景も見られました。

自宅でリラックスする時間など、SIBRECOがレコードのある日常をより豊かに楽しむきっかけの一つになったらと思います。Amadana Musicブランド自体は、アナログプレイヤーにこだわらず、音楽が溶け込むライフスタイル全体を射程と考えています。取り組みたいことは色々あるので……夢は広がります。衣食住と音楽が溶け合う多様なモノを開発し、届けていきたいと思っています。



SIBRECOの特徴

- 正面脚注部に、40mmフルレンジスピーカーを2基搭載
余計な配線や接続の必要はなく、電源を入れてレコードをセットすればすぐに音楽が楽しめる。
- デジタル変換可能なUSB端子と、アナログ出力可能なRCA端子搭載
- シンプルなインターフェース
ダイヤル1つで音量調整可能。また、回転数の異なる全てのレコードにも、切り替えスイッチで再生対応。

Amadana Music公式サイト
<http://www.universal-music.co.jp/amadana-music/>



RECORD STORE DAY™

APRIL 16, 2016

1day
レポート



サニーデイ・サービス
曾我部 恵一 氏

4月16日、アナログレコードの祭典「RECORD STORE DAY」*が、全国200以上の店舗で開催された。この日にあわせた限定盤やグッズ、イベント等を求め、多くのレコードファンが祭典を楽しんだ。

※RECORD STORE DAY (レコードストアデイ) とは?

2008年にアメリカでスタートし、現在は全世界へと広がっている、アナログレコードを手にする面白さや音楽の楽しさを共有する年に一度の祭典。毎年4月の第3土曜日にあわせ、店頭でしか買えない限定盤やグッズのリリース、イベントなどが企画される。

RECORD STORE DAYでは毎年、本企画に賛同・認知に協力するアーティストをアンバサダーとして迎えており、日本では2014年にASIAN KUNG-FU GENERATIONの後藤正文氏が、2015年にTHE BAWDIESのROY氏が就任。そして2016年は、自らレコードレーベルを主催するサニーデイ・サービスの曾我部恵一氏が就任している。

RECORD STORE DAY JAPAN公式サイト <http://www.recordstoreday.jp/>

渋谷の「HMV record shop」には、開店前から150人以上の人々が行列を成した。開店と同時に、お目当ての限定盤を手にする姿や、棚を「掘る」人で混雑した。レジを待つ人々の列は、開店から1時間近く経っても絶えず、「〇〇が入荷しました!」という声が頻繁に店内に響いていた。



正午に差し掛かり、「タワーレコード 渋谷店」では、既に完売してしまった商品も多く、レコードを求める客足は少し落ち着いた様子。店頭で並べられたアンバサダー・曾我部恵一氏のイラストがデザインされた限定のトートバッグや、今年のレコードストアデイを記念しDisneyとコラボしたレコードプレイヤー等に、興味を示す人が多く見受けられた。



USER's VOICE

昔CD・レコードショップでアルバイトをしていたこともあり、10年ほど前からレコードを聴くようになりました。好きなアーティストの限定盤がリリースされるので、今年初めてレコードストアデイに足を運びましたがこんなに賑わっているとは。レコードは趣のある音やジャケットの大きさに魅力を感じます。

(30代女性)



レコード世代ではありませんが、しばらくCD等を聴いていたので遠ざかっていました。4~5年前から好きなアーティストがレコードでリリースを行うのをきっかけに、プレイヤーも買い直して再開しました。限定盤が出るのと、記念イベントの引換券がもらえるので、今日は店頭で足を運びました。レコードは聴くのにあえて少し手間がかかるところ、アートワークが魅力ですね。

(40代女性2人組)



バイト先の先輩がDJをやっていたのがきっかけで、レコードに興味を持ちました。実は今日がレコードストアデイと知らずに来てしまったので、混雑に驚きました。いくつか中古盤を買いましたが、限定のターンテーブルも可愛くて気に入ってます。CDや配信も聴きますが、レコードを家で聴く時が一番落ち着きます。

(20代男性)



第68回 RIAJ セミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催

4月8日、東京都港区の共同通信会館会議室において、当協会会員社の新入社員を対象とする RIAJ セミナーが開催された。約 80 名が参加した第一部の研修会では、冒頭、当協会 畑理事から挨拶が行われ、「今日の研修会・懇親会で得たつながりを、今後にぜひ生かして欲しい」とメッセージが送られた。

続いて、広報部 見世部員による「レコード業界について」、著作権・契約部 江頭部員による「レコードに関する著作権の基礎知識」ならびに同部 宮島部員による「違法対策について」をテーマとした講義が行われ、各セッションの質疑応答では積極的な質問が飛び交った。

研修会終了後の懇親会では、希望に満ちた新人を前に、当協会 斉藤会長より激励の言葉とともに乾杯の挨拶がなされた。その後、各社ごとの自己紹介を兼ねた個性溢れるスピーチ・パフォーマンスが行われた。最後に徳間ジャパンコミュニケーションズ 管理本部 総務部 川村恭史部長より熱いエールと一本締めが行われ、閉会となった。



日本コロムビア株式会社



株式会社 JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント



キングレコード株式会社



ユニバーサル ミュージック合同会社



日本クラウン株式会社



株式会社徳間ジャパンコミュニケーションズ



株式会社ポニーキャニオン



株式会社ワーナーミュージック・ジャパン



エイバックス・グループホールディングス株式会社



株式会社ランティス



株式会社ジャニーズ・エンタテインメント



株式会社スペースシャワーネットワーク



日本レコード協会

合同研修会を終えた新入社員に対し、アンケートを行った。回答の一部を紹介する。

レコード業界（会社）への志望動機

- 曲を作ったり、バンドで演奏したりする中で、自分がこれまで届けてもらった「好きな曲・エンタメ」を自分の手で制作し、届けていきたいと思ったから。
- アジアのエンタテインメントを変えたかったから。
- レコード業界（会社）は映画・アニメなど新しい事業に手を伸ばしている所が多く面白そうだったから。
- 東京オリンピックに向けて、世界にアピールできる日本の音楽を制作したい。

研修会感想

1. レコード業界について

- レコード業界の展望について、改めて考える機会になった。アメリカのビジネスモデルが日本では踏襲できないように感じた。また、日本の音楽の輸出をする際のモデルも別で考えねばならないと思った。
- CDが売れない時代だとよく聞くので、日本のパッケージが他国と比べてかなり売れているのに驚いた。日本では配信はまだ普及していないのだと思ったが、今後変わっていくと思った。
- アナログレコード売上が1位のアメリカにおいて、アパレルショップにレコードを置いているという話が大変興味深かった。日本でも最近そういったお店が増えている気がするが、ファッションと音楽の関係性を深く考えてみたいと思った。
- これまでの歴史や海外比較を交えながら分かりやすく教えていただけて良かった。中でも国ごとの文化や生活によって音楽を聴く媒体が異なったりする傾向は驚いた。こういったデータをもとに、仕事にも生かせたらと思っている。

2. レコードに関する著作権の基礎知識

- 著作権・著作隣接権そのものについて分かりやすい説明でRIAJとJASRACの違いもよく分かった。TPPなどの国際情勢は学生時代、少し他人事だったので、今後はこういったことについても勉強し、さまざまなことにアンテナを立てて生活・仕事をしていきたい。
- 著作権制度にまつわる細かい権利の動きを理解する助けとなった。特にJASRACの役割は理解していなかったところが多く、昨年エイベックスが権利団体を立ち上げた事の重大さが分かった。
- 微妙な言葉の違いや業務内容についてしっかり理解することができた。私たちの仕事が、国際情勢からの影響も受けることを知り、緊張感をもっと持ちたいと思った。
- 著作権というと、昨今よく目にする機会の増えた言葉であるように思うが、我々レコード会社により関連があるのは著作隣接権という権利であることを学んだ。また、その著作隣接権等の権利に関し、RIAJがどのような形で我々レコード会社と関わっているのかという事の詳細を学ぶことができた。

3. 違法対策について

- 違法ダウンロードに関しては、意識して自ら関わらないように心がけていたが、改めて自分が音楽業界に関わる者として絶対しないと誓うと同時に、音楽を提供する側としても今後避けられない件だと思った。多くの人にアーティストや作家への尊敬の念を持ってもらいたいと共に、そう思ってもらえるように努めたいと思った。
- 曖昧だった違法アップロードの原因や音楽が無料で聴ける状況の原因を知ることができ、これからの音楽市場を取り戻す仕組み作りがこれから最重要だと感じた。
- そもそも違法であるか、ないか、を分からず利用している若年層も多いように感じていた。なので、教育活動も必要なのではないかと思う。違法アップロード・ダウンロードの与える影響について理解が深まった。
- スマートフォンアプリによる無料視聴が当たり前となるなか、どのようにこちら側から働きかけることができるか考えるきっかけとなった。アプリとYouTubeの広告収入の仕組みは勉強になった。

その他

- 他社の同期と交流の機会を設けていただき本当に嬉しく思います。
- 私たちレコード会社の職員が最も気を付けていかなければならない範囲のお話が多く、非常に身の引き締まる思いがしました。
- レコード会社の置かれている現状、それを打破するためにどうすべきなのかを改めて考える良い機会だと思いました。
- ユーザーにより簡単に届けるためには無料視聴は有効なものだが、それにあたり自分たちがどのようにして収益を上げ、新しいものを使い続けられるか、工夫が必要だと感じた。

第6回香港アジアン・ポップ・ミュージック・フェスティバル 開催



3月18日、「第6回香港アジアン・ポップ・ミュージック・フェスティバル (HKAMF)」が開催された。HKAMFは国際レコード産業連盟 (IFPI) 香港グループが主催し、香港政府の助成を受け、「Music in One Asia (音楽でアジアを一つに)」をテーマに、東アジア8カ国・地域 (日本・中国・韓国・台湾・香港・マレーシア・シンガポール・タイ) が参加するかたちで毎年実施されており、当協会も本イベントの趣旨に賛同、協力を行っている。HKAMFは「エンターテインメント・エキスポ 香港」の核となるイベントの一つとして2011年に初開催され、今回で6回目を迎えた。毎年、各国・地域を代表する新人アーティスト・有名アーティストが参加しており、香港の人気音楽イベントとして認知されている。

HKAMFでは、アジア全域で活躍する新人アーティストの発掘を目的とし、各国・地域の新人アーティストが参加するコンテストが実施される。また、各国・地域を代表する有名アーティストもゲストに迎え、パフォーマンスを披露する構成となっている。

日本からは、北海道出身の女性シンガーの **MILLEA** (株式会社ドリーミュージック・) が新人コンテストに出場。有名アーティストとして、積極的に海外での活動を行っている **w-inds.** (株式会社ポニーキャニオン) が招かれたほか、昨年新人コンテストに出場し、見事「スーパーノーバ賞」「ベストヴォーカルパフォーマンス賞」「ベストステージパフォーマンス賞」の3冠に輝いた **GILLE** も特別招待された。また、ソングライター・プロデューサーの Jeff Miyahara が、新人コンテストの日本代表審査員を務めた。

ライブイベント前日の3月17日夕方、香港のマスコミ向けの記者会見が香港コンベンション&エキシビションセンター (HKCEC) で行われた。記者会見には各国新人アーティスト8組・ゲストアーティスト9組、スペシャル・ゲストアーティスト2組、および審査員8名が一堂に会し、主催者の挨拶やアーティストへのインタビューが行われた。

イベント当日の18日、HKCECのホールで華やかにHKAMFが開催された。**w-inds.** は、約6,000人の観衆の前でパフォーマンスを披露。10年を超える海外キャリアを見せつける貫録のパフォーマンスで、オーディエンスから当日最も大きな歓声と拍手を受けていた。

新人コンテストでは、**MILLEA** が鮮やかな絞りの着物生地ドレスで登場。セカンドシングル『ドレミ』を明るく優しく歌い上げ、「天使の声」と評されていた。

さらに、今回特別招待された **GILLE** は、2014年度「スーパーノーバ賞」受賞者である香港のアーティスト J.ARIE (雷琛瑜) とキャロル・キングの名曲『君の友だち』のデュエットを披露した。

なお、フェスティバルの様子は、niconico にて5月にライブストリームの予定。

【8カ国・地域からの新人アーティスト】

日本: MILLEA
中国: Power Powder (大粉樂隊)
韓国: LU:KUS
マレーシア: Nicole (賴淞鳳)
シンガポール: Gentle Bones
タイ: Fivera
台湾: Eli Hsieh (謝震廷)
香港: Sheldon Lo (羅孝勇)

【ゲストアーティスト】

日本: w-inds.
中国: Zhang Lei (張磊), Ding Ding (丁)
韓国: AOA
マレーシア: Shila Amzah (茜拉)
シンガポール: Kelly Poon (潘嘉麗)
タイ: Vanatsaya Viseskul (朗嘎拉姆)
台湾: F.I.R. (飛兒樂團)
香港: Andy Hui (許志安)

【特別ゲストアーティスト】

日本: GILLE
香港: J.ARIE (雷琛瑜)

【審査員】

日本: Jeff Miyahara
中国: Zhou Lushan (卓麓山)
韓国: Kim Chang Hoon (金昌勳)
マレーシア: Kuan Chi Yuan (管啟源)
シンガポール: George Leong (梁伯君)
タイ: Wongwid Wannasriyapong
台湾: Jamie Hsueh (薛忠銘)
香港: Kenny Bee (鍾鎮濤)



海外初舞台を踏んだMILLEA



w-inds.は貫録のパフォーマンスを披露



J.ARIE (右) とのデュエットで会場を湧かせたGILLE (左)

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。

攻めの姿勢でヒットを生み出せ

鈴木 竜馬氏

株式会社ワーナーミュージック・ジャパン

執行役員 邦楽第1クリエイティブルーム本部長 unBORDE レーベルヘッド



❖ 新たなプロモーションスタイルを構築し、現在につなげる

'99年にワーナーに営業として入社した僕が、A&R デビューしたのは'04年。制作としては約10年という短いキャリアです。僥越ながらその中でお話しするとすれば、僕の得意技は広告を活用したヒット作りにあります。

自分を形成したという点で、RIP SLYME と BONNIE PINK という2組のアーティストとの出会いは非常に大きいですね。RIP SLYME は田辺エージェンシーというしっかりしたマネジメントの支えにより、メディアを精査した上で露出を考えることができましたし、本人たちの姿を見せずに楽曲を使う、といったチャレンジも可能でした。何よりアーティストの持つ時代感とセンスの良さが、多くの広告クリエイターの感性にマッチしたのだと思います。'07年の7月発売『熱帯夜』は、彼らの最大のヒットシングル『楽園ベイビー』の対となる楽曲の世界観で、新たなヒットになりました。きっかけとなったのはCoke + iTunes キャンペーンのタイアップ。僕はこの経験で広告のポテンシャルを知りました。

また、当時のBONNIE PINK は弊社に移籍後、第二期プロジェクトとしてどう売り出しているか、という局面にありました。そんな中で、資生堂「ANESSA」のCMソングとして起用された『A Perfect Sky』のヒットは大きな転機となりました。

2組に共通するのは、既に一定のキャリアを築いたアーティストだったこと。彼らが再びヒットを生み出すには、これまでと別の切り口が必要になる。そんな中で、タイアップは新しい風としてうまくはまり、相乗効果をもたらすことができました。例えば、ボーカル力のあるアーティストはカバーといった切り口もあるかもしれない。けれど、自分は音楽に加えビジュアルを大切にしたいという思いがあったため、広告という手法を突き詰めることになりました。

とはいえ、タイアップ自体は待っていても、いくらでも話が飛び込んできます。しかし世に数多の広告がある中で、抜きんでは攻めの姿勢が必要です。広告はクライアントの意思が大きく関与する、いわば水物ですから、単に楽曲をはめこむだけで良しとするのではなく、「こんなCMがやりたい」「あのクリエイ

ターと一緒に作りたい」とビジョンとイニシアティブを持って関わるのが重要です。それを可能にするために、TVやラジオ等のメディアに対する姿勢と同等の熱量で、広告会社との関係構築を行っています。さらに、一度得たつながりを、一期一会で終わらせないことも意識しています。気付けば最近の広告を手がけているのは、まだ駆け出しの頃から付き合ってきたクリエイターばかり。タイアップもヒットも、もちろん運という面は大きい。しかし運を縁に変え、後々の仕事にしっかりとつなげていくことの重要性は、チームのスタッフに伝え続けてきました。その結果、僕が2組のアーティストで培った手法を、現在は各担当A&Rが理解し、新人アーティストの育成段階から取り入れています。

若い制作マンには、「こんなものを作りたい、売りたい」と、明確な意思を持って、ポジティブに攻めてほしいですね。結果的に売れなくても、その経験は大きな糧となります。評価が下がるのを恐れて、受け身になってしまうのが一番よくない。僕は女性も積極的に登用しており、実際に高橋優、chay、きゃりーぱみゅぱみゅらは女性A&Rが担当しています。なぜなら彼女たちはヒットに貪欲で、臆さないから。われわれ男子も雑念を捨てて頑張ろうぜ、とエールを送りたいですね。

❖ レーベル「unBORDE」5周年を迎えて

3月に所属アーティスト12組の参加によるunBORDE all starsで『Feel』を発表しました。12組ともなると非常に大変ですが、アーティストもスタッフも、チーム一丸となって真剣な遊びに取り組んでくれました。さらに4月10日には幕張メッセでレーベル5周年記念イベントを実施しました。これらの企画の根底には、厳しい話ばかりになりがちな業界に対してポジティブなメッセージを発信したかったことや、このご時世に音楽を愛してくれるファンへの感謝を伝えたいという思いがあります。そんな思いをコカ・コーラさんにお話したところ、春からのキャンペーンとタッグを組む形でイベントに協賛いただくことになりました。

広告がしっかりと世の中に広がり、相乗効果で音楽も浸透していく。これまでやってきた自分の方程式が、まさに試される時だと思っています。(談)

担当アーティスト

RIP SLYME、BONNIE PINK、きゃりーぱみゅぱみゅ、神聖かまってちゃん、ゲスの極み乙女。ほか多数

Monthly Production Report

2016年3月度レコード生産実績

3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 112%の2,359 万枚・巻、金額で同 109%の253 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 111%の1,784 万枚・巻、金額で同 109%の194 億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比 114%の575 万枚・巻、金額で同 110%の60 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)

		3月実績						2016年1月～2016年3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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
8cmCD シングル	邦	4	0	80%	3	0	144%	16	0	157%	11	0	201%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	200%	0	0	193%
	計	4	0	80%	3	0	144%	16	0	158%	11	0	201%
12cmCD シングル	邦	5,255	29	108%	3,800	20	100%	11,701	29	90%	8,612	19	91%
	洋	67	0	675%	8	0	138%	79	0	295%	17	0	190%
	計	5,322	30	110%	3,808	20	100%	11,780	29	90%	8,629	19	91%
シングル 計	邦	5,258	29	108%	3,803	20	100%	11,717	29	90%	8,623	19	91%
	洋	67	0	675%	8	0	138%	80	0	295%	17	0	191%
	計	5,325	30	110%	3,811	20	100%	11,796	29	90%	8,640	19	91%
12cmCD アルバム	邦	10,604	59	118%	13,816	71	115%	23,245	57	96%	32,214	70	93%
	洋	1,752	10	89%	1,530	8	92%	4,955	12	87%	4,444	10	84%
	計	12,356	69	113%	15,346	79	112%	28,200	70	94%	36,658	80	92%
CD 計	邦	15,863	89	114%	17,619	91	111%	34,962	86	94%	40,837	89	93%
	洋	1,819	10	91%	1,538	8	92%	5,035	12	88%	4,461	10	84%
	計	17,682	99	112%	19,157	99	110%	39,997	99	93%	45,298	99	92%
アナログ ディスク	邦	12	0	27%	29	0	41%	56	0	64%	152	0	96%
	洋	27	0	147%	43	0	133%	78	0	179%	130	0	184%
	計	39	0	61%	72	0	70%	134	0	103%	283	1	123%
カセット テープ	邦	91	1	126%	79	0	135%	227	1	89%	195	0	94%
	洋	0	0	-	0	0	-	1	0	-	1	0	-
	計	91	1	126%	79	0	135%	228	1	89%	196	0	94%
その他	邦	10	0	95%	18	0	99%	31	0	94%	51	0	107%
	洋	14	0	85%	31	0	77%	43	0	83%	85	0	68%
	計	24	0	89%	49	0	84%	74	0	87%	136	0	79%
合計	邦	15,976	90	114%	17,746	92	111%	35,276	87	93%	41,236	90	93%
	洋	1,860	10	92%	1,611	8	93%	5,156	13	89%	4,677	10	85%
	計	17,836	100	111%	19,357	100	109%	40,432	100	93%	45,913	100	92%

● 音楽ビデオ

		3月実績						2016年1月～2016年3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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
DVD	邦	4,715	82	112%	3,842	64	104%	12,256	79	95%	13,798	67	105%
	洋	41	1	51%	48	1	35%	184	1	59%	250	1	61%
	計	4,756	83	110%	3,891	65	101%	12,440	81	94%	14,047	68	103%
ブルーレイ ディスク	邦	986	17	141%	2,060	35	136%	2,934	19	111%	6,334	31	104%
	洋	7	0	20%	16	0	17%	58	0	128%	155	1	122%
	計	993	17	135%	2,075	35	129%	2,992	19	111%	6,489	32	104%
テープ・その他	邦	0	0	65%	1	0	60%	0	0	65%	1	0	60%
	洋	5,701	99	116%	5,903	99	113%	15,190	98	98%	20,133	98	104%
	計	48	1	41%	64	1	28%	242	2	68%	405	2	76%
合計	邦	5,701	99	116%	5,903	99	113%	15,190	98	98%	20,133	98	104%
	洋	48	1	41%	64	1	28%	242	2	68%	405	2	76%
	計	5,749	100	114%	5,967	100	110%	15,432	100	97%	20,537	100	104%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

		3月実績						2016年1月～2016年3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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオレコード計		17,836	76	111%	19,357	76	109%	40,432	72	93%	45,913	69	92%
音楽ビデオ計		5,749	24	114%	5,967	24	110%	15,432	28	97%	20,537	31	104%
合計	邦	21,677	92	115%	23,649	93	112%	50,466	90	95%	61,368	92	96%
	洋	1,908	8	89%	1,675	7	85%	5,398	10	87%	5,082	8	84%
	計	23,585	100	112%	25,324	100	109%	55,864	100	94%	66,450	100	95%

● ビデオレコード（含音楽ビデオ）

		3月実績						2016年1月～2016年3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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
DVD		9,188	81	124%	9,335	63	94%	22,009	71	105%	27,954	57	96%
ブルーレイディスク		2,163	19	101%	5,394	37	95%	9,112	29	148%	20,712	43	123%
テープ・その他		0	0	67%	1	0	65%	1	0	67%	1	0	61%
合計		11,351	100	119%	14,730	100	94%	31,121	100	115%	48,667	100	106%

● オーディオ/ビデオレコード合計

		3月実績						2016年1月～2016年3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	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
オーディオレコード計		17,836	61	111%	19,357	57	109%	40,432	57	93%	45,913	49	92%
ビデオレコード計		11,351	39	119%	14,730	43	94%	31,121	43	115%	48,667	51	106%
合計		29,187	100	114%	34,087	100	102%	71,553	100	101%	94,579	100	99%

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。
 3. 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。
 4. 音楽ビデオ、およびビデオレコードのその他は LD、HD DVD の合計。

音楽ソフト

シングル

邦楽	ミليون	君はメロディー	AKB48	2016.03.09	キングレコード
	トリプル・プラチナ	ハルジオンが咲く頃	乃木坂46	2016.03.23	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)
	プラチナ	チキンLINE	SKE48	2016.03.30	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Gravity	Kis-My-Ft2	2016.03.16	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	ゴールド	UNLOCK	KAT-TUN	2016.03.02	ジェイ・ストーム
		RUN - Japanese Ver. -	防弾少年団	2016.03.15	ポニーキャニオン
		MOMENT RING	μ's	2016.03.02	ランティス

アルバム

邦楽	ミليون	松任谷由実 40周年記念ベストアルバム 日本の恋と、ユーミンと。	松任谷 由実	2012.11.20	ユニバーサル ミュージック
	トリプル・プラチナ	THE JSB LEGACY	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2016.03.30	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	プラチナ	越いきものばかり〜てんねん記念メンバーズ	いきものがかり	2016.03.15	ソニー・ミュージックレーベルズ(EPICレコードジャパン)
		KAT-TUN 10TH ANNIVERSARY BEST "10ks!"	KAT-TUN	2016.03.22	ジェイ・ストーム
	ゴールド	SPEEDSTER	GENERATIONS from EXILE TRIBE	2016.03.02	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		QUARTETTO	NEWS	2016.03.09	ジャニーズ・エンタテイメント
		コントラスト	秦 基博	2007.09.26	ソニー・ミュージックレーベルズ(アリオラジャパン)

ビデオ

邦楽	プラチナ	さよならセッション	せんセッションズ	2016.03.23	ジェイ・ストーム
	ゴールド	namie amuro LIVEGENIC 2015-2016	安室 奈美恵	2016.03.02	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Mr.Children Stadium Tour 2015 未完	Mr.Children	2016.03.16	トイズファクトリー

※日付は発売日

有料音楽配信

シングルトラック

邦楽

ミليون	クリスマスソング	back number	2015.11.18	ユニバーサル ミュージック
トリプル・プラチナ	海の声	浦島太郎(桐谷健太)	2015.12.02	ユニバーサル ミュージック
ダブル・プラチナ	明日への扉	I WiSH	2004.02.23	ソニー・ミュージックダイレクト
	花は桜 君は美し	いきものがかり	2008.01.30	ソニー・ミュージックレーベルズ(EPICレコードジャパン)
	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)
プラチナ	花束	back number	2011.06.15	ユニバーサル ミュージック
	ヒロイン	back number	2015.01.21	ユニバーサル ミュージック
	みんながみんな英雄	AI	2016.01.18	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	長く短い祭	椎名 林檎	2015.07.10	ユニバーサル ミュージック
	Girl A	[Alexandros]	2015.10.21	ユニバーサル ミュージック
	All Alone With You	EGOIST	2013.02.27	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)
	Fallen	EGOIST	2014.11.19	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)
	スイミー	Every Little Thing	2006.08.09	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	このまま2人で duet with Lisa Halim	KG	2011.02.23	ユニバーサル ミュージック
	starting over	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.04.15	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	さあ	SURFACE	2010.02.14	ユニバーサル ミュージック
	春の歌	スピッツ	2006.03.15	ユニバーサル ミュージック
	明日への手紙(ドラマバージョン)	手嶌 葵	2016.02.10	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	君と。	ハジ→	2015.03.18	ユニバーサル ミュージック
	恋	back number	2012.03.07	ユニバーサル ミュージック
	夜明けの BEAT	フジファブリック	2010.07.21	ソニー・ミュージックレーベルズ(ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ)
ONLY YOU	BOØWY	2005.12.24	ユニバーサル ミュージック	

洋楽

プラチナ	プロブレム feat. イギー・アゼリア	アリアナ・グランデ	2014.06.04	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	Stay With Me	サム・スミス	2015.01.21	ユニバーサル ミュージック
	ホワット・ドウ・ユー・ミン?	ジャスティン・ビーバー	2015.09.09	ユニバーサル ミュージック

※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ليون	2ミليون
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
 ※※※3ミليون以降、100万毎に認定

協会からのお知らせ

当協会は、「日本のレコード産業2016」および同冊子の英語版である「RIAJ YEARBOOK 2016」を発行いたしました。本誌は2015年のレコード産業の概要を網羅したA4版24ページの小冊子で、レコードの生産実績、有料音楽配信売上、新譜・カタログ数、ミリオン認定などの情報を幅広く掲載しています。本誌のPDF版については、当協会ホームページ (<http://www.riaj.or.jp/>) をご覧ください。



エルマークキャラクター
エルマーくん

THE RECORD No.678 2016年5月号
一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 齊藤 正明
編集人 田口 幸太郎
発行日 2016年5月17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 株式会社エフビーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

4月14日以降に発生した、熊本・大分県を中心とする地震により被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。さまざまな被災地支援の形がある中で、いわゆる「自粛モード」に賛否両論はありますが、「こんな時だから、楽しいことや美しいものを見聞きするとほっとする」という被災者の方の言葉に、はっとしました。今すぐではなくとも、今後の道のりの中で傷ついた心を癒し、勇気づける音楽が求められる局面があるのではないのでしょうか。まずは被災地の皆様に心穏やかな日々が一日でも早く戻ることを祈りながら、今必要とされる支援を続け、寄り添っていきたいと思います。(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 (URL: <http://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください。