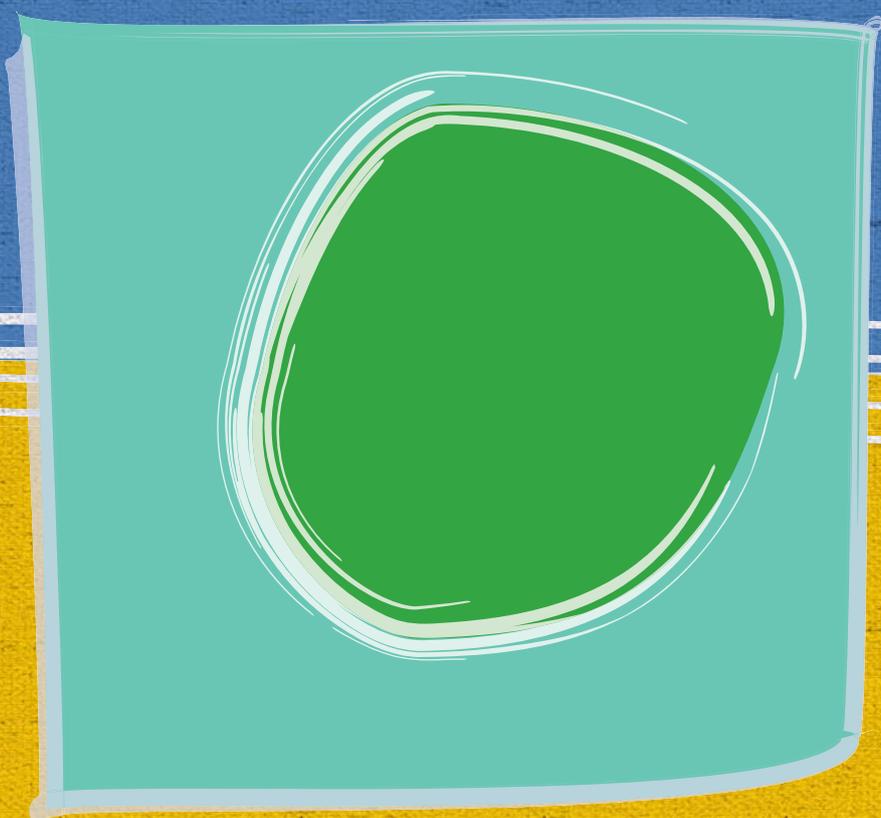


2010  
07 Vol.608

# The Record



著作権啓発機会の拡大  
—“出張授業”という新たなアプローチ



一般社団法人 日本レコード協会



## Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
著作権啓発機会の拡大.....	3
特報	
東京アジア・ミュージックマーケットの成果と 第7回東京国際ミュージックマーケットへの展望.....	8
Music Jacket Gallery2010を 全国5都市で開催.....	11
私の一枚.....	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISK.....	14

## 5/31

### 海賊版音楽DVDを販売目的で 所持していた被疑者を逮捕

5月31日、愛知県警察本部および西尾警察署・刈谷警察署は、インターネットオークションを利用して、権利者に無断で複製した海賊版音楽DVDを販売する目的で所持していたとして、愛知県海部郡在住の55歳の男性を著作権法違反の容疑で逮捕した。

この事件は、被疑者が、(株)キューンレコードおよびエイベックス・エンタテインメント(株)が権利を有する市販の音楽DVDを無断で複製し、インターネットオークションで販売する目的で所持していたものである。

## 6/04

### 「着うたフル®」 有料音楽配信チャート データ提供協力配信事業者を追加

当協会は、毎週金曜日、携帯電話向け有料音楽配信「着うたフル®」のダウンロード数実績に基づくウィークリーチャートを公表しているが、この度、データ提供を協力する配信事業者に新たに(株)ICJを加え、6月4日公表分よりデータ提供協力配信事業者を17社と拡大した。

このチャートは、レコード会社、音楽プロダクションおよび音楽出版社等の行う有料音楽配信の実績データを、配信事業者から直接当協会に報告いただき作成しており、毎週金曜日に「着うたフル®」有料音楽配信チャート(通称：レコ協チャート)として公表している。

#### データ提供協力配信事業者

<新規に協力いただく配信事業者：2010年  
6月4日公表分よりデータ提供開始>  
株式会社ICJ

<既に協力いただいている16社>

株式会社エムティーアイ  
株式会社ドワンゴ  
ミュウモ(エイベックス・マーケティング株式会社)  
株式会社レコチョコ  
株式会社レーベルゲート  
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社  
株式会社ハドソン  
株式会社oricon ME  
株式会社コナミデジタルエンタテインメント  
株式会社ヤマハミュージックメディア  
株式会社第一興商  
株式会社メディアドゥ  
株式会社スコップ・ミュージック  
株式会社デジマース  
株式会社ミュージックエアポート  
アクセルマーク株式会社

(当協会 受付順)



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

## 「守ろう大切な音楽を♪」 キャンペーン2010 スタート

当協会は、7月1日より、「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン2010をスタートした。

本キャンペーンは昨年度より実施しているもので、若年層の著作権遵守意識の向上と、音楽創造のサイクルを守ることの重要性を認識してもらうことを目的としている。

本年度は小学生から大学生までのグループを対象とし、「守ろう大切な音楽を♪」をテーマに写真、ポスター、キャラクターを募集し、これらの制作を通じて、著作権を身近に感じ、音楽を大切にすることの意識が向上することを期待する。今回応募資格を小学生から大学生に拡大したことにより、広い啓発効果が得られることを期待する。

なお、キャンペーン特設サイトでは、昨年度キャラクター部門グランプリを受賞した香川県立高松工芸高等学校1年デザイン科の「守りタイ」がメインモチーフとして登場している。

実施概要は以下の通り

- 名称 「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン2010
- 主催 一般社団法人日本レコード協会
- 募集部門 写真・ポスター・イメージキャラクターデザイン
- テーマ 「守ろう大切な音楽を♪」
- 応募資格 小学生～大学生（4名以上のグループ単位）
- 募集期間 7月1日（木）～9月30日（木）
- 応募方法 作品の郵送、またはキャンペーンサイトからエントリー
- 審査委員長 一般社団法人日本レコード協会会長 石坂敬一
- 発表 2010年11/15（月）発表（予定）
- 表彰 部門ごとにグランプリ、準グランプリを授与  
副賞として、賞金（グランプリ30万円、準グランプリ10万円）  
相当の希望賞品をグループ活動支援として贈呈
- 後援 文化庁
- 問合せ先 日本レコード協会広報部（専用TEL 03-6406-0519）  
mamo-on@riaj.or.jp
- 応募先 「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン事務局  
〒107-0061東京都港区北青山2-12-16北青山吉川ビル11F  
一般社団法人日本レコード協会内  
campaign\_2010@riaj.or.jp
- 特設サイトURL

パソコン

<http://www.riaj.or.jp/mamo-on2010/campaign/>

携帯

<http://www.rom-m.jp/mamo-on2010/>



## ●●●会員社のお知らせ●●●

### ■ 移転（6月21日付）

社名：株式会社ホリデージャパン（賛助会員）  
新住所：〒105-0012 港区芝大門1-5-12  
芝大門松本ビル6F  
電話：03-3433-3933  
FAX：03-3433-3903（変更なし）

### ■ 退会（6月30日付）

社名：株式会社ブレイブ（賛助会員）

## RIAJ2010年6月度理事会議案

### ■ 審議事項

1. 送信可能化使用料分配に関するMPAとの覚書締結について

### ■ 報告事項

1. 法制委員会関係報告
  - (1) SARVH 関係報告
  - (2) 権利制限の一般規定に関する意見書提出について
2. マーケティング委員会関係報告
  - (1) 「CD ショップ大賞」第2回決算報告および第3回実施について
3. 広報委員会関係報告
  - (1) 「守ろう大切な音楽を♪キャンペーン2010」実施について
4. その他報告
  - (1) JMG 関係報告
  - (2) 報酬検討委員会設置について
  - (3) NTT グループの企業CMについて

# 著作権啓発機会の拡大 —“出張授業”という新たなアプローチ

著作権教育・啓発活動において、キャンペーンでの訴求とともに、学校教育の中で若い世代に直接働きかける活動は、大変重要な取り組みとなっている。情報モラル教育として、学校で著作権をテーマに含む授業が行われる一方で、レコード会社各社や当協会でも、中学・高校生を対象とする職場訪問プログラムなどを通じて著作権啓発機会の拡大に取り組んできた。また昨年度より、職場訪問リレーションを構築し、会員社がスケジュールの都合等で対応困難な場合に、その訪問依頼を事務局で取り次ぎ、受け入れ可能な会員社へ斡旋する仕組みを導入した。積極的に職場訪問の対応に努め、2009年度は全体で約500校4,900名の生徒を受け入れてきた。職場訪問に対応する会員社の担当者からも、直接生徒に音楽産業や著作権の話をすることによって、高い訴求効果を感じているとの声があがっている。

ここでは、職場訪問リレーションにより、修学旅行生の受け入れに特に力を入れるようになった会員社担当者からのコメントを紹介する。

## キングレコード株式会社

キングレコードでは昨年12月より修学旅行生の職場訪問受け入れを実施しております。学生と接して感じたのは、年代から考えれば当然というべきなのかも知れませんがレコード盤の存在を知らない学生がいること、さらにはCDすらも遠い存在と感じている学生がいることには軽いショックを受けました。一方、普段接することの少ないローティーンの利用者の生の声が聞けると

いう意味では会社にとっても非常に有意義な機会であるとも思っております。また見学については、音楽業界に興味のある学生がほとんどのため、「著作権」「違法ダウンロード」といった単語には耳馴染みがあるようですが、著作権保護という観点での理解はまだ薄いという印象です。「ハッピーミュージックサイクル」については、改めてその意義に気づいてくれている実感はあり、この

訪問受け入れについての意義は十分にあると感じております。今後の課題としては、限られた見学時間の中で見学者の要望と啓発活動を両立することであり、今後も継続した実施とプログラムの充実を図っていきたいと考えております。

人事総務部 五郎丸洋介

## 株式会社テイチクエンタテインメント

当社では平成16年より例年、5～6校の職場訪問を受け入れております。通常業務の範疇では（特に当社の商品構成では）なかなか接することができない中高生の皆さんとの、直接の交流ができる貴重な機会であるという認識を持って、説明などはできるだけ制作・宣伝・営業販促・営業の各現場担当者に任せております。「修学旅行」の一環としての“職場訪問”なので、「日本の音楽を知る」「働くことの大切さを知る」「東京に集う一流に学ぼう！」など、テーマはさまざまですが、どの学校も単なる「レコード

会社への訪問」ではなく、目的を持って来られます。そこで、当社では予め担任もしくは学年主任の先生と連絡を取り合い、「質問状」を作ってもらっています。質問状に沿った説明をすることで、より深く音楽業界に興味を持ってもらっているのではないかと思います。

現在は音楽をさまざまな手段で簡単に手に入れられる為、若年層における音楽の価値観が相当低くなってきていますが、実際に現場担当から説明を受け、音楽制作の内情を知ってもらうと、一様に「これからはもっ

と大切に音楽を聴こうと思う」というような感想をよく頂けます。

今後の課題は、将来の音楽の作り手や将来の音楽ユーザー作りを目指して、業界内の一致した取り組みとして、協会加盟全社の協力で若年層に広く門戸を開放し、業界内の事情を認知してもらうことが業界発展に向けての第一歩になるのではないかと思います。

人事総務部 大塚良

## ユニバーサル ミュージック合同会社

ユニバーサル ミュージックでは、それまで漫然と受け入れていた修学旅行生の職場訪問を、2008年より若年層に対する著作権啓発活動の一環として位置づけ、経営企画室でプログラムの企画・運営を行っています。現在全国の中高生を年間約100名受け入れており、レコード会社の仕事や当社の特徴、音楽ソフトができるまでの過程などを映像やパワーポイントを駆使し、分かり易く説明しています。

とはいえ一方的な講義にはならないよう、

また修学旅行という人生の記憶に残る旅の一頁として少しでも驚きや感動を味わってもらえるよう、他部署とも連携し工夫を凝らしています。これから発売される新曲をいち早く試聴してもらったり、マスタリングルームでコンソールの前に座り、アーティストが届けたい音と携帯音楽プレイヤーなどで再生される音を聴き比べてもらうなど、「参加」・「発見」できる時間を設けるようにしています。

その後、御礼状と共に「僕も夢を与える音

楽の仕事がしたくなりました」や、「音楽を大事に聴きたいと思います」などの感想をいただくことも多く、地道ながらも意義深い活動だと感じています。他方、一般的な中高生がどのような音楽を、いつ、どのようにして楽しんでいるかを知る良い機会にもなっており、今後は今まで以上にマーケティングにも活かしていければと思っています。

経営企画室 広報マネージャー 万波宏司

そのような状況のなか最近“出張授業”という新しいアプローチが注目されている。

(株) ソニー・ミュージックエンタテインメント (SME) とNPO法人企業教育研究会 (ACE) は、「わたしたちの音楽と著作権—音楽に関わる仕事を知ろう—」というテーマで、企業スタッフと教育のプロフェッショナルが連携して作り上げた教育プログラムを、出張授業のかたちで学校現場に届けるプロジェクトを推進している。今回の特集では、実際の出張授業を誌上でレポートするとともに、SMEで出張授業を担当する広報チームの石丸理佐子さん、ACE理事長を務める千葉大学教育学部の藤川大祐教授に伺った、取り組みの背景やねらいについてのコメントを紹介する。

## 誌上レポート

### 出張授業「わたしたちの音楽と著作権—音楽に関わる仕事を知ろう—」

今回、授業が実施されたのは、東京都新宿区立西早稲田中学校。2年生の4クラス147名が、SME石丸理佐子さん、ACE関谷紳吾さんの2人による授業に臨んだ。2時限にわたる授業の概要を、時系列で追った。

#### 13:30 頃

授業が行われたのは、正面に大スクリーンを設けた体育館。始業前から各クラスの生徒たちが、椅子を抱え、筆記用具を携えて集まってくる。始業を告げるチャイムが鳴るなか、同校の山本一幸先生の促しで生徒たちはきれいに整列し、ざわめきが静まっていく。「身近なレコード会社の仕事、著作権について学ぶ」ことを、山本先生が伝える。

関谷さん、石丸さんがそれぞれ自己紹介を行い、レコードとレコード会社の仕事にフォーカスした第一部がスタート。関谷さんが節目の進行役を担い、石丸さんがゲスト的に応えるスタイルで進められていく。導入は3分弱にまとめられたVTRによる会社紹介だ。早速、正面の大スクリーンに注目が集まる。続いて、レコードとは何か、という基本が紹介される。生徒たちになじみの薄いLP盤を実際に見せながら、蓄音機の発明からSP、LP、CD、音楽配信と音楽メディアの移り変わりを迎える。

#### 13:45 頃

続いてレコード会社の仕事の紹介に移行。まず、ある架空のアーティストのデビューまでの流れを事例に、レコード会社の仕事内容を役割ごとに押さえた当協会のVTRが、ダイジェストで流される。A&R、ジャケットデザイナー、営業、プロモーター、配信担当など音楽ビジネスに携わるさまざまな人たちが紹介される。生徒の集中力を削がないよう、本来のVTRの長さよりも短くコンパクトにした点が特徴的だ。

#### 13:55 頃

今度はSME所属アーティストの西野カナを事例として、彼女のデビュー前後とアーティストとしての成長、CDができるまでのプロセスなどが紹介されていく。身近なアーティストの話題に触れ、生徒たちの集中も高まっている様子だ。



## 14:05 頃

第一部の話が終わると質問用紙が配られ、約15分間SMEへ聞きたいことを記入する時間が設けられた後、5分間の休憩に入る。

## 14:25 頃

再びチャイムとともに第二部がスタート。休憩時間のぞわめきも山本先生の巧みな導入で、すぐに収まる。次のテーマは著作権だ。音楽業界を揺るがす深刻な問題が「違法音楽配信」であることに注意を促し、携帯サイトなどでの違法配信の実態を図版でわかりやすく解説。さらにHAPPY MUSIC CYCLEが脅かされ、新しい音楽が創造されなくなる危険が語られた。

## 14:35 頃

次は「著作権クイズ」である。クイズの構成は生徒たちの能動的な参加を促す仕掛けがなされていて、「友達に頼まれてCDをコピーしてあげる」、「自分でコピーしたCD-Rを自分の車で聞く」といったケースが違法か、違法でないかを答えるというもの。ここには著作権法改正で制定された違法サイトから

のダウンロード違法化についての質問も含まれている。

答え合わせを終えて著作権の話は終了。エルマークについての解説と認知への呼びかけを行い、内容のまとめで話を終える。

## 14:50 頃

質疑応答の時間に入る。「CDの曲の順番はどう決めるの?」「ヒットしそうな曲とそうでない曲をどう見分ける?」「オーディションで受かるのは何人くらい?」「音楽業界で働くのに音楽の才能は必要?」「レコード会社で働くのに資格や条件はある?」…第一部の終わりに生徒たちを書いてもらった多彩な質問に石丸さんが答えていく。

その後、授業についてのアンケートに答えてもらい、記念品のエルマークのマスクが配布された。最後に、生徒代表が「音楽にどんな人が関わっているのか、音楽を聴く上で大切な著作権はどういうものか、詳しく知ることができました」とお礼の言葉を述べ、終業となった。

要所に配した、生徒を授業に集中させる工夫とともに、質問やクイズを楽しみながらこなす生徒たちの積極的な姿が印象的であった。



### 生徒のアンケートより

- 自分達がいつも気軽に聞いている音楽にはたくさんの人との関わりがあると知って驚きました。音楽の違法ダウンロードが正規のものより多くとても驚いたので、これからは気をつけようと思います。
- 今日配られた紙を見て、Lime Wireは使ってはいけないことがわかりました。エルマークというのは初めて知りました。
- 著作権の重要性がよくわかりました。これからは著作権の違法をしないようにしたいです。音楽会社にも興味が出てきたので、今度もっと調べてみたいと思いました。
- 音楽の「ダウンロード」でも違法や違反をしているところが結構あるので、気をつけたほうがいいと思った。音楽に関する「法律」は、かなり厳しく細かいことがわかった。

出張授業を終えたSMEの石丸理佐子さんに、このプロジェクトをスタートした背景やねらい、手ごたえについて語っていただいた。

## 若い世代に、より音楽を身近に感じていただくために

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント  
経営企画グループ 広報チーム  
石丸理佐子氏

### 体験学習の新しいかたちを模索した

「会社訪問プログラム」で修学旅行生の受け入れを継続し、一通りのことができるようになった昨年、違うアプローチを模索し始めました。その過程で、グループ会社の(株)ソニー・コンピュータエンタテインメント(SCE)で行う出張授業に出会いました。昨年の秋、実際に授業を見学させてもらったとき、興味の多様な生徒へ向けて、こちらから出向いて情報を届けることに魅力を感じました。

個人的な話ですが、中高生時代数学が苦手だった私は、代数や幾何学が将来何の役に立つのか疑問に思ったこともありました。でもたとえば、その科目が社会のどういう局面で役立つかを知れば、もっと興味を持ち、世界が広がったかも知れません。学習の押し付けではなく、こうした職場学習の体験プログラムを通して社会のしくみに触れてもらう、自分の可能性を広げてもらうきっかけになるんじゃないかと考えたのです。もちろん音楽の制作現場を知ってもらうことにより、中学生、高校生世代に、より音楽に愛着を持ってもらえるという期待もありました。そこでSCEと共同でプロジェクトを推進するACEに話を持ちかけて、中高生を対象とした授業を、一緒に作ることになりました。

### 教育のプロフェッショナルとともに作り上げていく

ACEとの授業作りは、刺激的な作業でした。企業からの視点に偏らず、教育のプロフェッショナルの方々から意見をいただくことでバランスのよいプログラム作りができたことや、本格的にスタートさせる前に試験的な授業を実際に学校で行なわせてもらい、生徒のリアルな反応を見ながらブラッシュアップさせることができたことなど、授業の組み立てを考えていくのは、本当に新鮮で楽しい作業でした。

ACEによる提案はさまざまで、授業で使用している日本レコード協会で作成したVTRを、全編ではなく短く編集した形で流すことで生徒の集中力を持続させることや、一方的になりがちな解説も、作業や質問を入れて能動性を引き出すような工夫があったりしました。また、「西野カナ」など実際のアーティストの具体例を挙



げることで生徒たちの好奇心をくすぐったりなど、生徒を飽きさせないアイデアが満載でした。また「リスナー」を「聴き手」、「工場に納品」を「工場へ届ける」といったように、普段仕事で使っている言葉をわかりやすく置き換えたり、生徒たちになじみのないものを避けるなど、細かい修正も加えられました。

### 初の授業を終えて

今回の授業には、パイロット授業や千葉大学で行った模擬授業で準備を重ねて臨みました。集中して聞いてもらえないのではないかと不安もありましたが、皆よく聞いてくれましたし、休憩時間では生徒とたくさん話すことができ、興味深かったです。他愛ない話ですが、音楽に興味を持ってきているなどわかる話題が多く、嬉しかったですね。今回の授業を踏まえて、現状に満足することはなく生徒の反応を見ながら、ACEとともにいろんなことを伝えられるように努めていきたいと思います。

### 会社訪問と出張授業、双方の利点を活かす

「会社訪問プログラム」は、首都圏以外全国の修学旅行生の訪問が多く、30名前後の規模で行います。出張授業は1回に学年全員を集めた100名以上の大規模なものとなることが多く、地域的には首都圏エリアをカバーします。「会社訪問プログラム」でも、著作権やエルマークの話を入れませんが、少人数だからこそできるグループワークに重きを置いています。一方、出張授業の場合は、著作権やエルマークを深く集中的に学んでもらうプログラムにしました。強化したいポイントでもありますし、可能性を感じています。また修学旅行生は初めての会社を訪問する緊張感がありますが、出張授業はホームでの寛いだ空気の中で学んでもらえることから、まったく雰囲気は違います。

中学・高校時代は、音楽から大きな影響を受ける時期です。方法論、ターゲットはそれぞれ違いますが、大切なのは生徒に届くこと。出張授業、会社訪問プログラム双方の利点を活かして、音楽をより身近に楽しいもの、大切なものと感じてもらえるようにしたいと思っています。(談)

出張授業のプログラム構成、実施を推進するNPO法人企業教育研究会（ACE）の理事長を務める千葉大学教育学部の藤川大祐教授に、ACEの取り組みや出張授業「わたしたちの音楽と著作権—音楽に関わる仕事を知ろう—」について伺った。

## 出張授業は、音楽や青少年に よい環境が作られていく きっかけになる

千葉大学教育学部教授  
NPO法人企業教育研究会理事長  
藤川大祐氏

### 民間企業の力を借りた 新しい授業づくりを推進

社会が変化すれば、新しい教育内容が求められますが、学校現場ですぐさまそういう授業を実施できる態勢になっていないのが現状です。社会の変化に相応しい、新しい授業をどう提供するか。私の研究室の学生たちの問題意識をきっかけに、企業の力を借りて新しい授業づくりに取り組むNPO法人企業教育研究会（ACE）が誕生しました。2003年に認証を受けて以来7年間、活動しています。

学生にとっては、企業と学校を結ぶ稀有な経験を通じて研究を深め、大きく成長する機会も得る、企業はCSRの一環として教育への貢献ができる、学校は新しい質の高い授業の提供を受ける、と三者三様のメリットがあります。これまで金融や携帯電話、理科教育、食育、メディアリテラシーなどを題材にした授業を作り、出張授業で提供してきました。

### 音楽へのこだわりから音楽と 著作権を学ぶ授業へ

「情報教育」、最近では中でも「情報モラル教育」といわれる領域がありますが、そこで取り扱うインターネット、携帯電話関連の問題で今非常に深刻なのが著作権侵害です。特に音楽は、児童・生徒に親しみのあるコンテンツですが、違法にアップロードされたデータをダウンロードし、結果的にあまり意識することなく著作権侵害に手を染めてしまうことが、当たり前になってきた。情報モラルの観点からこれは非常によくない状況です。何とかしなければ、という意識がありました。また私自身、J-POPが好きで音楽にはこだわりもあって、機会があれば音楽と著作権のテーマを取り上げたいと考えていました。

ソニー・グループとは科学教育やゲームを通じた著作権教育などで協力しており、その縁で今回、(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント（SME）からのお話を受けたのです。まさに渡りに船で、「わたしたちの音楽と著作権—音楽に関わる仕事を知ろう—」のプログラムづくりを一緒にやらせていただくことになりました。



### 「誰もが教育に貢献する社会」を目標に、 お互いに学び合う

授業は学生スタッフを中心に構成しますが、まず学生が学ばなければなりません。月例研究会にSMEのスタッフに来ていただき、レコード会社の仕組み、背景を学んでいきました。その後こちらからSMEに、遠慮なく大胆なお願いをし、SMEからもできる範囲で最大のよいものを出していただき、ディスカッションしてプログラムを作っていました。授業の進行には独特の教育ノウハウが必要とされるため、学校の先生やACEのスタッフが行うこととし、ゲストとして企業の方、今回はSMEスタッフに参加してもらい、Team Teachingとして複数での授業を行う体制を組んでいます。

今後は、高校の放送部などの力を借りて、高校生が演じるビデオ教材の開発などにも取り組み、より完成度を高めた授業へバージョンアップを図りたいと考えています。

今回のプロジェクトを含め、企業の方との交流が学生の成長により影響を与えています。教育学部の学生は、卒業後もなかなか外部の社会に触れる機会が持てませんが、このように企業の方々に鍛えていただくことが、本当にためになり、教育現場にも新しい風をもたらすでしょう。私たちのビジョンは、学びを通して社会をつないでいくこと。地域社会、産業社会、いろいろありますが、「誰もが教育に貢献する社会」を目標に、お互いに学び合いながらよいものを作っていきます。

音楽は非常に大事な産業です。音楽を聴いて元気づけられ、多くのことを学ぶ人もいます。特に青少年にとっては大切です。ところが、インターネットが普及して便利になった社会状況が、音楽産業には難しい局面をもたらしました。ここを何とか乗り越えて、音楽と社会状況がよい方向へ転じるように願っています。そのために教育の場でできることもあります。今まで音楽産業と教育はかなり距離がありましたが、少し近づいただけでも音楽や青少年によい環境が作られていくと思います。そのきっかけになれば、嬉しいですね。（談）

## 東京アジア・ミュージックマーケットの成果と 第7回東京国際ミュージックマーケットへの展望

日本の音楽産業において、海外市場への進出は主要テーマの一つであり、その中で、「東京アジア・ミュージックマーケット (TAM)」は、重要な役割を果たしてきた。その成果は第6回までの成約実績を見ても明らかである。さらに、TAMでは一昨年よりアジアだけでなく、欧米も対象として開催しており、欧米の占める比重は今後益々拡大していくと思われる。そこで、今年度より「東京国際ミュージックマーケット (TIMM)」と名称を改め、欧米をはじめ、世界各国に向けての音楽産業振興イベントとして開催する。また、日本の音楽コンテンツを海外の音楽関係者に紹介する目的だけでなく、海外の優れた音楽コンテンツを日本および世界の音楽関係者に紹介し、世界の音楽関係者が一堂に集う国際音楽見本市に進化することを目指す。

ここでは、会員社の海外担当者の話を交え、これまでのTAMを振り返り、第7回東京国際ミュージックマーケットの展望を探る。

### 2007～2009年TAM商談後の成約実績

	2007	2008	2009 (3月時点)	備考
CDパッケージ	26	51	247	契約タイトル数
音楽配信	0	3	138	契約件数
イベント・ライブ	0	15	29	開催都市数
その他	0	0	8	完成品輸出等
合計	26	69	422	

### 「第7回 東京国際ミュージックマーケット」イベント開催概要 (予定)

- ◆ 日程 2010年10月25日(月)～28日(木)
- ◆ 会場 品川プリンスホテル (レセプション、セミナー)  
ステラボール(商談会、ライブ)
- ◆ スケジュール案



10/25 (月)	19:00～21:00	レセプション	@品川プリンスホテル
10/26 (火)	11:00～17:00	商談会	@ステラボール ※昨年まで実施していた「プレゼンテーション」は行わない。代わりに、来日前からTIMMサイト上で各社のプレゼン映像を視聴できるようにする。また、商談会会場内にも国内外、各社のプレゼン映像をまとめて視聴できるようプレゼンルームを設営する。
10/27 (水)	10:30～12:00	ビジネスセミナー	@品川プリンスホテル ※欧米市場に焦点をあてたセミナーの開催
	12:00～18:00	商談会	@ステラボール
10/28 (木)	14:30～16:30	ビジネスセミナー	@品川プリンスホテル
	18:00～20:00	アニメソングライブ	@ステラボール ※海外で人気の高いアニメソングでBtoBtoCによるライブの開催

これまで東京アジア・ミュージックマーケットを活用し、確実に成果をあげてきた(株)テイチクエンタテインメントの日澤氏より、海外での事業展開とTAMでの成果についてお話を伺った。

## 海外市場参入をスムーズにしたTAMネットワーク

当社は80年近い歴史を持っていますが、元来、純国産メーカーで海外支店も海外部門もありません。社内でも海外事業の展開などほとんど考えていなかったと思われるのですが、私が2004年に韓国のイ・ビョンホンのアルバムをライセンスしたことから韓国とのビジネスが多くなり、「好きこそものの…」と言うことで、私が違うセクションとの兼務でアジアの海外交渉の窓口を担当することになりました。弊社の海外業務は私の担当で正式にスタートしましたが、まったくアプローチ方法がわからない。暗中模索の状況が続いていました。

まずは横のつながりを作ろうと、PROMIC(財団法人音楽産業・文化振興財団)の方を介して、音楽業界で海外ビジネスに関わる方々をご紹介いただきました。その縁から日本レコード協会に設置された海外市場拡大委員会のメンバーになる道が開けました。そしてTAMの機能を十分に活用した海外ビジネスへとつながっていきます。当社の海外ビジネスは、日本の音楽業界の連携、協力体制と有効なマーケティングの場となったTAMのネットワークに育てていただいたと感謝しています。

## 絞り込んで大きな成果をあげた6th TAM

毎年TAMに出ささせていただき、海外の方との面識も広がっていきました。最初は1タイトルから始まって、少しずつビジネスを拡大できたと思います。そのプロセスを経て、昨年の6th TAMでは大きな成果をあげることができました。以前は4、5アーティストを幅広くプレゼンテーションしていましたが、去年は沖縄県・宮古島出身の下地勇と、腐男塾という男装の女の子7人組の2アーティストに絞り込み、両者ともにより引き合いを得て、順調なビジネス展開が図られています。下地勇は、7枚のアルバムの全タイトルを台湾でライセンスできたうえ、中米公演も昨年12月に敢行しています。彼は宮古島の方言で歌うのですが、このミヤクーフツという方言は、宮古島独特のものであるために、宮古島以外の人は歌詞の内容はすぐにはわからない。でも声や音楽の質、

ルックスのトータルで訴えられる。言葉が通じなくても気持ちを押し出せるアーティストですから海外へもそのまま持っていけるわけです。この6月には台湾での2DAYSのライブ、2タイトルのリリースも行いました。

一方、腐男塾はアメリカで音楽配信され、台湾、香港、シンガポールでも現地盤が7月にニューリリースされます。7月末からの香港ACGというアニメ・ゲーム系の大イベントにも、日本代表の一員として出場が決まっています。

こうした多様な展開にはTAMで知り合った方々との密接な連携が活かされています。ベースが何もなかったぶん、人とのつながりがすべてでした。海外市場拡大委員会のメンバーは、ある意味私の同僚、上司であり、TAMのネットワーク、横のつながりはビジネス上の大きな財産です。



株式会社テイチクエンタテインメント  
営業企画室 海外マーケット担当  
日澤清美氏

## TIMMへの期待と取り組みたいこと

2010年のTIMMになってからは海外の方からもインアウトでプレゼンテーションを受けることになります。Webサイトを使った事前活動もより重要性を増してきます。なるべく無機質にならないように努め、アーティストの生の雰囲気、体温を伝えられるようにしたい。また制作スタッフにも積極参加を促し、海外ビジネスの熱さを実感してもらいたいと思っています。それが、次の世界に出るアーティストにもつながると思いますから。日本の音楽が、アニメソングやビジュアル系だけでなく、心の琴線を震わせられるようなアーティストも含めて、どんどん海外市場で受け入れられたいですね。

今年もよりよい人とのつながりを築けたらと期待しています。  
(談)

経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 信谷和重課長より、第7回東京国際ミュージックマーケットへの期待について、寄稿をいただいたのでここで紹介する。

「東京アジア・ミュージックマーケット (TAM)」は、今年から名称を変更し、「東京国際ミュージックマーケット (TIMM)」に生まれ変わります。六本木ヒルズにおいてマーケティングカンファレンスとして開始された東京アジア・ミュージックマーケットは、代官山、恵比寿、品川と東京の地において展開され、第4回からは「JAPAN 国際コンテンツフェスティバル (コフェスタ)」のもと、経済産業省の委託事業として実施されています。第7回目を迎える本年は10月25日から28日までの4日間にわたり、品川プリンスホテルにおいて開催されます。

昨年は、69名の海外招聘者を迎え、日本のレコード会社、プロダクション22社がプレゼンテーション、商談会を行いました。ライセンス成約状況は、本年3月時点において、パッケージ247件、配信138件、イベント・興行29件と合計で400件を超え、昨年度の69件を大きく上回るものとなっております。これは、日本側から多くのレコード会社やプロダクションがプレゼンテーションや商談会に参加し、多様性や網羅性を確保したALL Japanに近い体制でビジネスマッチングが行えたこと、日本の音楽の情報源としてTAMやそのサイトが海外の音楽関係者の間で認知され、事前調査の場として役割を果たし始めていること、マンガ、アニメ、ゲームなどともに日本の音楽のイメージが海外の音楽関係者の中にも形成されつつあることなどが、大きく進展した成果ができたことの要因かと考えられます。

今年は、そのプラスの方向性をさらに伸ばすために、いくつかの工夫を行います。まず、日本の音楽やアーティストを海外の音楽関係者に紹介するだけでなく、海外の音楽などを日本、および海外の音楽関係者に紹介することを予定しており、TIMMの場が世界の音楽関係者が集うハブとして発展できるようにその一歩を踏み出します。また、今年は会場でのプレゼンテーション

は行わずに、TIMMサイト上で出展者によるビデオプレゼンテーションを行います。サイト上でプレゼンテーションが展開されることによって、デジタル技術を利用した効果的な表現により楽曲やアーティストの魅力が一層強く明瞭に

伝えられることや、長期間にわたる情報発信とコミュニケーションが商談会実施前に可能となることなどが期待されます。TIMMサイトでは他の音楽関係サイトとのリンクも積極的に行い、音楽関係情報の集約化を図ります。さらに、毎年好評のビジネスセミナーやアニメソングライブも予定されており、特にビジネスセミナーにおいては、欧米の音楽市場からタイムリーなテーマを選択し、日本の音楽の海外進出に資するものとなるようにします。

このように、名称だけでなく、方向性や内容も新たなものに挑戦をする今年のTIMMが世界の音楽関係者が一同に集う国際音楽見本市へのファーストステップとなることを期待し、より大きな展開となることを楽しみにしたいと思っています。



経済産業省 商務情報政策局  
文化情報関連産業課  
課長 信谷和重氏

## Music Jacket Gallery 2010を全国5都市で開催

音楽ジャケットだらけのアート展、Music Jacket Gallery 2010は、本年4月末から6月末にかけて、福岡、名古屋、大阪、東京、札幌の各都市を巡回して開催された。本イベントは、多くのユーザーの方々に音楽ジャケットの楽しさ、素晴らしさを“来て・見て・聞いて・触って”体感し、音楽とジャケットの結びつきを感じてもらうことを目的に、MJG & epa 合同プロジェクトが主催する入場無料の展示会であり、当協会と（株）金羊社が後援、会員社および音楽関連企業（※）が協賛している。

「音楽の面白さはアート・ジャケットなくしては語れない…」をテーマに最近約一年間のレコード各社CDジャケット・アートコレクションに加え、60年代からのアート系LPジャケット、懐かしい昭和歌謡曲のレコード・ジャケットのコレクション、さらには新進クリエイターによる未来型ジャケットコレクションなどが多彩に展示された。入口には、見開き3mの世界一大きい「超デカジャケット」も設置され、ひときわ目を惹いた。

会場内にはこのほか、若いクリエイターを応援する「epa」ジャケットコンテスト入賞作品やCDショップ大賞受賞作品の展示とともに、高品質CD聞き比べ試聴コーナー、音楽ジャケットメイキングストーリー展示コーナーなどが設けられ、盛りだくさんの内容で、訪れた人たちを楽しませた。

なお主に音楽ジャケットの制作・印刷を手がける金羊社では本社社屋で、Music Jacket Gallery 常設展示を行っている。

（ミュージックジャケットギャラリー常設展 <http://www.kinyosha.co.jp/mjg/>）

※（株）EMI ミュージック・ジャパン、エイベックス・エンタテインメント（株）、キングレコード（株）、（株）ソニー・ミュージックエンタテインメント、T&M クリエイティブ（株）、（株）プラスチックアーツ、（株）ポニーキャニオン、ユニバーサル ミュージック合同会社（五十音順）



### スペシャルトークイベント「公開CDジャケット・デザイン会議」がヒートアップ!

東京開催期間中の5月26日（水）には、アート & 映像ディレクターの信藤三雄氏と音楽プロデューサーの松任谷正隆氏によるスペシャルトークイベントが、新宿・紀伊國屋サザンシアターにて行われた。「公開CDジャケット・デザイン会議」として、ユーミンの次回ニューアルバムのジャケット・デザインをどう創るか、松任谷氏と信藤氏が行うビジュアル・ミーティングを公開した。

多くのユーミンファンも駆けつけ、注目のなかりラックスした雰囲気スタート。これまでのジャケット作品や製作過程が二人から紹介され、松任谷氏より「ジャケットとアルバム制作はリンクしている」と語られた後に、新アルバムのデザイン会議へ移行。組み込まれる2曲を皆で視聴し、松任谷氏が“ポップレス”というテーマを提示、そこを切り口に感性豊かな会話が繰り広げられる。信藤氏がデザインを考える時間を質疑応答にあてると、会場は徐々にヒートアップ。松任谷氏に数々の要望が寄せられ、「デジタル配信の時代でも、ジャケットを含めたパッケージ・アルバムのストーリー性をファンは求める」「PVなども特典活用して」といった声が上がった。パッケージへの期待の多さに、松任谷氏も驚く。その後会議に戻り、一般参加のデザイナーの卵たちのアイデアも含め、デザイン案が出揃って、皆で鑑賞。デザイン現場の空気に触れた約2時間は、あっという間に過ぎた。

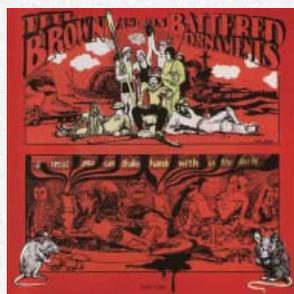


# 私の一枚



佐藤智則

一般社団法人 日本レコード協会 理事  
(日本クラウン株式会社 代表取締役社長)



## ● 「a meal you can shake hands with in the dark」

(PETE BROWN & HIS BATTERED ORNAMENTS)

「好きなアルバムを一枚」という原稿依頼に私は正直悩んでしまいました。たった1枚をといわれても人生を変えた音楽はたくさんあるのに・・・と。そんな時レコード・コレクターズに寄稿されていた石坂レコード協会会長の記

事がヒントを与えてくれました。それは70年日本発売当時300枚しか売れなかったアルバムの話です。

ビートルズは私が小4の時に日本でデビュー。それ以来ストーンズ、フー、キンクス、ゼム、ヤードバズ等などロックに嵌まってしまった小学生は、時間差はあるものの66年衝撃のデビューを飾ったクリームにブルースとサイケに彩られたオーガニズムを感じてしまいました。

しかし、物語はそこでは終わりません。メンバーのエリック・クラプトン、ジャック・ブルース、ジンジャー・ベーカーの歴史をたどり始めるとそこには夢にまで出てくる「スウインギング・ロンドン」があるのです。

私が大学のサークルの連絡帳で名乗っていたニックネームは「JON」、コロシアムのジョン・ハイズマン。当時理解できなかったファンキーなリズムをやさしく教えてくれたのはグラハム・ボンド・オーガニゼーションの「グリーン・オニオン」というMC5のカバー。

そう、そこにはクリーム・ファミリーとも呼べる基盤があったのです。ジャックもジンジャーもグラハム・ボンドや当時若手のジャズ・ミュージシャンの登竜門ニュー・ジャズ・オーケストラの主要メンバー。クラプトンもご存知ジョン・メイオール＆ブルースプレーカーズのメンバーでしたが、上記のアーティスト達も出入りしていたことは有名です。

前段が長くなりましたが、そんなクリームの主要ヒット曲の作詞をしていたのがピート・ブラウン。彼が当時21歳のクリス・スペディングというギタリストを引き連れ、プロデューサーにコロシアムのディック・ヘクストール＝スミスを迎えて作った「PETE BROWN & HIS BATTERED ORNAMENTS/ a meal you can shake hands with in the dark」という69年8月発売（英国発売時）のアルバムでした。これが日本で300枚しか売れなかった作品です。翌月に発売になったクリーム解散後ジャックのソロアルバム「Songs For Tailor」も似たようなメンバーで作られています。確かに当時両方とも在庫が無く仙台のレコード店に注文で取り寄せた記憶があります。

目玉はクリームの名曲「THE POLITICIAN」（12分の大作）をピートがポエトリー・リーディングもしながら歌っていることです。歴史的な名盤とは呼べないでしょうが、ジャズやブルースを実験的にアバンギャルドに仕上げた意欲作で、彼の詩を訳詩してサークル内で発表した記憶があります。幸い保存されること無く記憶の彼方にとんでしまっています。

60年代初頭から70年にかけてのブリティッシュ・ミュージックシーンは陰に陽に素晴らしいものがあつたことを証明する作品のひとつです。

# Monthly Production Report

## 2010年5月度レコード生産実績

5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）生産実績は、数量で前年同月比88%の1,781万枚・巻、金額で同86%の193億円となりました。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比90%の1,496万枚・巻、金額で同81%の159億円、音楽ビデオが、数量で前年同月比76%の286万枚・巻、金額で同114%の35億円となっています。

### ● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

			5月実績						2010年1月～2010年5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
シ	8cmCD	邦	4	0	91%	2	0	79%	24	0	66%	13	0	63%
		洋	0	0	-	0	0	-	0	0	7%	0	0	26%
		計	4	0	91%	2	0	79%	24	0	62%	13	0	62%
ン	12cmCD	邦	5,069	34	117%	4,677	29	147%	18,310	23	96%	14,151	16	96%
		洋	24	0	52%	13	0	72%	70	0	48%	50	0	66%
		計	5,094	34	116%	4,690	30	147%	18,380	23	96%	14,201	17	96%
ル	小計	邦	5,073	34	117%	4,679	30	147%	18,335	23	96%	14,164	16	96%
		洋	24	0	52%	13	0	72%	70	0	48%	50	0	66%
		計	5,098	34	116%	4,692	30	147%	18,404	23	95%	14,214	17	96%
12cmCD アルバム	邦	5,950	40	73%	7,699	49	67%	43,683	55	94%	55,298	64	88%	
	洋	3,661	24	100%	3,239	20	72%	15,611	20	92%	15,061	18	73%	
	計	9,610	64	82%	10,938	69	69%	59,295	75	93%	70,358	82	84%	
CD 合計	邦	11,023	74	88%	12,378	78	84%	62,018	78	94%	69,462	81	89%	
	洋	3,685	25	100%	3,252	21	72%	15,681	20	91%	15,111	18	73%	
	計	14,708	98	91%	15,631	99	82%	77,699	98	94%	84,573	99	86%	
アナログ ディスク	邦	1	0	-	1	0	-	22	0	75%	41	0	80%	
	洋	14	0	1040%	25	0	1239%	18	0	125%	32	0	169%	
	計	15	0	1088%	26	0	1285%	39	0	92%	73	0	104%	
カセット テープ	邦	211	1	64%	161	1	58%	1,289	2	71%	1,031	1	76%	
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-	
	計	211	1	64%	161	1	58%	1,289	2	71%	1,031	1	76%	
その他	邦	14	0	34%	24	0	83%	66	0	60%	72	0	49%	
	洋	11	0	76%	14	0	63%	78	0	101%	100	0	65%	
	計	25	0	46%	38	0	74%	144	0	77%	172	0	57%	
合計	邦	11,248	75	88%	12,565	79	84%	63,395	80	94%	70,605	82	89%	
	洋	3,710	25	100%	3,291	21	73%	15,777	20	91%	15,243	18	73%	
	計	14,958	100	90%	15,856	100	81%	79,172	100	93%	85,848	100	86%	

### ● 音楽ビデオ

			5月実績						2010年1月～2010年5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	2,453	86	72%	3,057	88	119%	16,300	90	75%	19,564	90	84%	
	洋	383	13	113%	346	10	75%	1,727	10	115%	1,624	7	80%	
	計	2,835	99	76%	3,404	97	112%	18,028	99	78%	21,188	98	84%	
テープ・その他			20	1	227%	88	3	290%	134	1	117%	488	2	153%
合計	邦	2,468	86	73%	3,130	90	120%	16,389	90	75%	19,891	92	84%	
	洋	388	14	115%	361	10	78%	1,772	10	117%	1,784	8	87%	
	計	2,855	100	76%	3,491	100	114%	18,162	100	78%	21,676	100	84%	

### ● 音楽ソフト（オーディオ／音楽ビデオ合計）

			5月実績						2010年1月～2010年5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			14,958	84	90%	15,856	82	81%	79,172	81	93%	85,848	80	86%
音楽ビデオ			2,855	16	76%	3,491	18	114%	18,162	19	78%	21,676	20	84%
合計			17,813	100	88%	19,348	100	86%	97,333	100	90%	107,524	100	86%

### ● ビデオ（含音楽ビデオ）

			5月実績						2010年1月～2010年5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			5,783	89	87%	11,074	79	104%	35,409	93	85%	60,313	86	84%
テープ・その他			715	11	412%	2,871	21	435%	2,611	7	338%	9,494	14	302%
合計			6,499	100	95%	13,945	100	123%	38,020	100	89%	69,806	100	93%

### ● オーディオ／ビデオ合計

			5月実績						2010年1月～2010年5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			14,958	70	90%	15,856	53	81%	79,172	68	93%	85,848	55	86%
ビデオ			6,499	30	95%	13,945	47	123%	38,020	32	89%	69,806	45	93%
合計			21,457	100	92%	29,801	100	97%	117,192	100	92%	155,655	100	89%

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

##### ● ミリオン

VOCALIST	徳永英明	2005.09.14	UM
----------	------	------------	----

##### ● ダブル・プラチナ

VOCALIST 4	徳永英明	2010.04.20	UM
------------	------	------------	----

##### ● プラチナ

RADWIMPS3 ~無人島に持っていき忘れた一枚~	RADWIMPS	2006.02.15	EMI
----------------------------	----------	------------	-----

ONE PIECE MEMORIAL BEST	V.A.	2010.03.17	AMI
-------------------------	------	------------	-----

##### ● ゴールド

KODA KUMI DRIVING HIT'S	倅田来未	2009.03.25	AMI
-------------------------	------	------------	-----

### シングル

##### ● ゴールド

ありがとう	いきものがかり	2010.05.05	ES
-------	---------	------------	----

帰りたくなったよ	いきものがかり	2008.04.16	ES
----------	---------	------------	----

XIAH	XIAH junsu	2010.05.26	AMI
------	------------	------------	-----

会いたくて会いたくて	西野カナ	2010.05.19	SE
------------	------	------------	----

Best Friend	西野カナ	2010.02.24	SE
-------------	------	------------	----

My Soul, Your Beats ! / Brave Song	Lia / 多田 葵	2010.05.26	VA/SV
------------------------------------	------------	------------	-------

### ビデオ

##### ● ゴールド

Koda Kumi Live Tour 2009 ~ TRICK ~	倅田来未	2009.10.21	AMI
------------------------------------	------	------------	-----

TOHOSHINKI VIDEO CLIP COLLECTION - THE ONE -	東方神起	2010.03.17	AMI
----------------------------------------------	------	------------	-----

2nd LIVE TOUR 2007 ~ Five in the Black ~	東方神起	2007.09.26	AMI
------------------------------------------	------	------------	-----

Mr.Children DOME TOUR 2009	Mr.Children	2010.05.10	TF
----------------------------	-------------	------------	----

~ SUPERMARKT FANTASY ~ IN TOKYO DOME	Mr.Children	2010.05.10	TF
--------------------------------------	-------------	------------	----

※日付は発売日

### 認定基準一覧

音楽ソフト(邦・洋、アルバム・シングル・音楽ビデオ)、音楽配信(着うた®, 着うたフル®, パソコンダウンロードシングル・アルバム)共通

名称	略号	基準
ゴールド	G	10万以上
プラチナ	P	25万以上
ダブル・プラチナ	PP	50万以上
トリプル・プラチナ	PPP	75万以上
ミリオン	M	100万以上
2ミリオン	2M	200万以上
3ミリオン	3M	300万以上

以降、100万毎に賞を設定

基準単位：音楽ソフト・枚、配信・DL(ダウンロード)

※着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰

※AMI：エイベックス・マーケティング / C：コロムビアミュージックエンタテインメント / CR：日本クラウン / EMI：EMIミュージック・ジャパン / ES：EPICレコードジャパン / KS：キューンレコード / PC：ポニーキャニオン / SE：エスエムイーレコーズ / VA/SV：ビジュアルアーツ/アニプレックス / TF：トイズファクトリー / UM：ユニバーサルミュージック

## 有料音楽配信(「着うた®」他)

※「着うた®」「着うたフル®」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。

### 「着うた®」

#### 邦楽

##### ● ミリオン

Ring a Ding Dong	木村カエラ	2010.05.26	C
------------------	-------	------------	---

##### ● トリプル・プラチナ

Dear...	西野カナ	2009.11.11	SE
---------	------	------------	----

会いたくて会いたくて	西野カナ	2010.04.21	SE
------------	------	------------	----

##### ● ダブル・プラチナ

また君に恋してる	坂本冬美	2008.11.12	EMI
----------	------	------------	-----

メリッサ	ボルノグラフィティ	2003.09.26	SE
------	-----------	------------	----

### 「着うたフル®」

#### 邦楽

##### ● ダブル・プラチナ

また君に恋してる	坂本冬美	2008.11.12	EMI
----------	------	------------	-----

##### ● プラチナ

Don't say "lazy"	桜高軽音部 [平沢唯・秋山澪・田井中律・ 琴吹紘(CV:豊崎愛生、日笠陽子、 佐藤聡美、寿美菜子)]	2009.04.22	PC
------------------	-------------------------------------------------------------	------------	----

さよならをキミに... feat.Spontania	Tiara	2009.08.04	CR
----------------------------	-------	------------	----

会いたくて会いたくて	西野カナ	2010.05.12	SE
------------	------	------------	----

大丈夫	ヒルクライム	2010.04.14	UM
-----	--------	------------	----

ふたりごと	RADWIMPS	2006.05.17	EMI
-------	----------	------------	-----

##### ● ゴールド

FAKE feat. 安室奈美恵	AI	2010.03.16	UM
------------------	----	------------	----

ソラニン	アジアノ・カンファー・ジェネレーション	2010.03.31	KS
------	---------------------	------------	----

ありがとう	いきものがかり	2010.05.12	ES
愛してる	INFINITY 16 welcomez 若旦那	2010.04.12	UM
やさしい気持ち	CHARA	2007.01.24	ES
バクチ・ダンサー	DOES	2010.04.14	KS
タカラモノ~この声なくなるまで~	ナオト・インティライミ	2010.05.05	UM
ONE WAY LOVE	西野カナ	2010.03.03	SE
まなざし	Honey L Days	2010.05.19	AMI
GO! GO! MANIAC	放課後ティータイム	2010.04.28	PC
風をさがして	矢口真里とストローハット	2010.01.13	AMI
星屑サンセット	YUKI	2007.08.08	ES
TSUBOMI feat. 九州男	lecca	2010.04.28	AMI

### 洋楽

##### ● ゴールド

テレフォン feat. ビヨンセ	レディー・ガガ	2009.11.25	UM
------------------	---------	------------	----

バッド・ロマンス	レディー・ガガ	2009.10.28	UM
----------	---------	------------	----

ボーン・トゥ・ラヴ・ユー	QUEEN	2007.05.16	EMI
--------------	-------	------------	-----

### PC 配信(シングル)

#### 邦楽

##### ● ダブル・プラチナ

Butterfly	木村カエラ	2009.06.01	C
-----------	-------	------------	---

##### ● プラチナ

LIFE	キマグレン	2008.05.14	UM
------	-------	------------	----

### 洋楽

##### ● ゴールド

ポーカール・フェイス	レディー・ガガ	2009.05.20	UM
------------	---------	------------	----

※日付は配信開始日

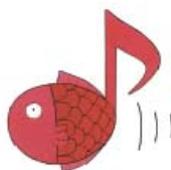
## 協会からのお知らせ

当協会は、7月1日より、「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン2010をスタートしました。本キャンペーンは、若年層の著作権遵守意識の向上と、音楽創造のサイクルの重要性を認識してもらうことを目的とし、小学生から大学生までのグループを対象に、「守ろう大切な音楽を♪」をテーマとした写真、ポスター、キャラクターを募集します。詳しくは本誌2ページをご覧ください。



パソコン <http://www.riaj.or.jp/mamo-on2010/campaign/>  
携帯 <http://www.rom-m.jp/mamo-on2010/>

Respect  
our MUSIC



「守ろう大切な音楽を♪」キャンペーン  
キャラクター部門グランプリ受賞作品  
守りタイ

THE RECORD No.608 2010年7月号  
一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 石坂 敬一  
編集人 水村 雅博  
発行日 2010年7月10日  
発行 一般社団法人 日本レコード協会  
〒107-0061 東京都港区北青山2-12-16 北青山吉川ビル11F  
TEL. 03-6406-0510 (代) FAX. 03-6406-0520 (代)  
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

日本中が湧いたWORLD CUP日本代表戦。この号が出る頃には、優勝国が決定していますが、日本代表の健闘には、多くの感動を与えられました。今号では、著作権啓発機会の拡大ということで、著作権啓発における学生へのアプローチを紹介しています。生徒と接する中で「感動や希望を与える音楽の仕事がしたい」という言葉を耳にすることがあります。暗いニュースが多い中、ひたむきに戦う日本代表選手を応援したり、生徒達の純粋な夢に触れたり、清々しい気持ちになれる出来事が続きました。これからも、数多くの感動できる瞬間に立ち会うことができたら幸せです。

■ 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下さい。