

The Record

2009-07 Vol.596



特集

音楽需要拡大に向けた業界の取り組み



社団法人 日本レコード協会



Contents

Monthly News Digest	1
特集	
音楽需要拡大に向けた業界の取り組み	3
特報	
「違法な音楽ファイル等のダウンロードの違法化」に関する 著作権法の一部を改正する法律案の国会通過にあたって	8
PICK UP	9
Monthly Production Report	12
GOLD DISC	13
Message & Opinion	14

6/03

石坂会長、 香港Music Matters 2009にて キーノートスピーチを行う

6月3日、グランドハイアットホテル香港で開催された「Music Matters 2009」において、当協会石坂会長は、アジアからのゲストとしては初めてとなるオープニングのキーノートスピーチを行った。今後のレコード産業の取り組むべき課題として、「強いレパートリー」「スーパースター」の必要性を訴え、「いい音楽を作ていきましょう」と聴衆にポジティブなメッセージを送り、参加者から大きな拍手を受けた。

スピーチの詳細については、11ページに掲載。

6/12

「違法な音楽ファイル等の ダウンロードの違法化」に関する 著作権法の一部を改正する 法律案 国会通過

6月12日、参議院本会議において著作権法の一部を改正する法律案が可決、成立した。この中には、「著作権者等の許諾を得ずにインターネット上にアップロードされた音楽や映像をダウンロードすることを私的使用目的であっても違法とする」著作権法第30条の改正が含まれている。

詳細については、8ページに掲載。

6/23

第20回RIAJセミナー 「近時の人事労務における 留意点について」



6月23日、東京都港区のコンフォートにおいて、第20回RIAJセミナー「近時の人事労務における留意点について」が開催された。

今回のセミナーでは、弁護士の三上安雄先生を講師に招き、人事・法務担当者を対象に人事労務における留意点、①解雇に関する問題、②労働時間管理、③メンタルヘルスに関する問題、について講義が行われた。

6/24

「改正著作権法に関する 説明会」開催

6月24日、東京都港区のコンフォートにおいて、当協会は「改正著作権法に関する説明会」を開催した。



このエールマークは、
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(社)日本レコード協会の
登録商標です

本説明会は、6月12日に改正案が国会を通過したことを受け、文化庁長官官房著作権課 黒沼一郎課長補佐を講師に招き、会員社の法務担当者等約80名の参加を得て開催されたものである。

当日は黒沼課長補佐より今回の改正内容の詳細について説明が行われ、質疑応答では「違法なインターネット配信による音楽・映像を違法であると知りながらダウンロードする行為を私的使用目的でも権利侵害とする」著作権法第30条1項3号に関する質問などが寄せられ、今回の改正内容への関心の高さがうかがえた。

今回の法改正の内容については文部科学省ホームページに掲載している。

http://www.mext.go.jp/b_menu/houan/an/171/1251917.htm

6/25

慶應義塾大学寄付講座 公開講座を実施

6月25日、当協会の慶應義塾大学寄付講座「クリエイティブ産業研究Ⅰ」では、公開講座を実施した。

今回の公開講座は、工業デザイン界を牽引する金沢美術工芸大学名誉教授 平野拓夫氏、大阪大学大学院教授 川崎和男氏、金沢21世紀美術館特任館長 蓼 豊氏を講師に招き、「デザイン」をテーマに講義が展開された。

詳細については、8月号に掲載予定。

海賊版・偽ブランド撲滅キャンペーン “買わない!持たない!許さない!” 海賊版・偽ブランド” 『ほんと?ホント!フェアin福岡』 開催概要

期日 2009年7月18日(土)～19日(日)
10時～17時
会場 イオンモール福岡ルクル
イーストコート(福岡県 糟屋郡 粕屋町)
主催 不正商品対策協議会(ACA)

<正会員8団体>

(社)日本映画製作者連盟、(社)日本映像ソフト協会、(社)日本音楽著作権協会、日本国際映画著作権協会、日本商品化権協会、(社)日本レコード協会、ビジネス ソフトウェア アライアンス、一般社団法人ユニオン・デ・ファブリカン 東京

<協賛会員5団体>

(社)コンピュータソフトウェア著作権協会、日本弁理士会、LVJグループ(株)、シャネル(株)、エルメスジャパン(株)

後援 警察庁、福岡県警察本部、福岡県

協力 (株)モリサワ

内容 ■海賊版・偽ブランド撲滅キャンペーン
隊長 任命式

タレント・高田課長がキャンペーンの隊長となって、海賊版・偽ブランド撲滅を宣言します。

■クイズで納得!ホンモノニセモノ
○×クイズ大会

来場された皆さまに○×クイズにより、不正商品についての知識を学んでいただきます。

■ホンモノニセモノ比較展示

CDやDVD、偽ブランド、ゲーム・おもちゃ等、いろいろなホンモノニセモノを展示します。

■かりゆしミニコンサート

さわやかなアコースティックサウンドで幅広い人気を得ている3人組が登場します。

不正商品対策協議会ホームページ
<http://www.aca.gr.jp/>

●●●当協会事務局人事●●●

■委嘱(7月1日付)

顧問 佐藤 修
(株式会社ポニーキャニオン 取締役会長)
※歴史的音盤アーカイブ推進協議会(HIRAC)代表幹事に就任

■昇格(6月1日付)

渡部 智子
広報部課長補佐(広報部係長)

2009年6月会議メモ

6/ 3	マーケティング委員会
6/ 9	法制委員会
6/10	広報委員会
6/11	レコード倫理審査会
6/12	情報・技術委員会
6/17	海外市場拡大委員会
6/19	執行委員会
6/26	理事会
	予算委員会

音楽需要拡大に向けた業界の取り組み

CDショップ店員が選ぶ、「売りたい」「聞かせたい」作品NO.1
CDショップ大賞がスタート

第1回 CDショップ大賞授賞式開催

日本の音楽業界に、新しい個性的な音楽賞が誕生した。本年よりスタートしたCDショップ大賞である。同賞は、1月1日から12月31日までの1年間にリリースされた邦楽CDアルバム全作品のなかから、CDショップ店員の投票によって選出したアルバムを顕彰するというものだ。対象作品はメジャー、インディーズの区別はなく、全国のCDショップ店員一人ひとりが「心から売りたい」「お客さまに絶対聴いていただきたい」という心の声に従うことが、投票の基準とされている。

昨年、音楽をCDショップの現場から盛り上げていきたいという想いから、「全日本CDショップ店員組合」が立ち上げられ、CDショップ店員の横のつながりを活かし、独自イベントとして構想されてきた。組織づくりから投票の枠組みの設定、実際の投票と賞の選定、そして授賞式に至るまで、規模の大小を問わず全国各地にあるCDショップの店員たちが主体的に参加して作り上げた、まさに手づくりの賞となっている。その記念すべき第1回の授賞式が開催された。

PVにショップ店員のコメントを添えて受賞作品を紹介

第1回CDショップ大賞授賞式は5月12日、東京のHMV渋谷のイベントスペースで行われた。会場には取材記者に加え、多くの音楽業界関係者が訪れ、満員の盛況となった。実行委員を務めるCDショップ店員は、各々の仕事現場でのユニフォームで参加し、フレンドリーで寛いだ雰囲気醸成を醸すなか、授賞式が始まった。

冒頭で、実行委員長の行達也氏(下北沢mona records店主)から、同賞の背景や概要の説明があった後、「本日ついに記念すべき第1回CDショップ大賞の発表が行われます」との宣言が行われ、受賞作品の紹介に移った。

はじめに大賞、準大賞を除く入賞7作品が紹介された。ステージ上のディスプレイにPV(プロモーションビデオ)が流されるのと同時に受賞作品、アーティストが発表され、続いて投票したショップ店員のイチ押しコメントが紹介されていく。曲や演奏、声質などの素晴らしさを驚きとともに称える感想に、さすが聴きこんだショップ店員ならではのこだわりが伝わり、印象的であった。引き続き準大賞2作品が発



表された。準大賞は大橋トリオの「THIS IS MUSIC」とPerfumeの「GAME」。まず、Perfumeの代理人として登壇した(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ宣伝部長、古米浩平氏に記念品が贈呈され、古米氏からはPerfumeの感謝の言葉を記した色紙が読み上げられた。そして次には大橋トリオさん本人が登場。記念品の贈呈を受けた後に「どこの馬の骨かわからないこの僕に、素敵な賞をいただき、とても感動しております」と素直に喜びを語った。

音楽・レコード産業界では、CDをはじめとするパッケージ製品の市場活性化策を含め、音楽需要拡大へ向けて、業界横断的な数々の施策が構想されてきた。そして業界全体で連携したスキームを構築しつつ、その実施に努めている。今回の特集では、ここ最近のそうした取り組みのなかから、CDショップ大賞と音楽需要拡大フォーラムの開催に焦点をあて紹介していく。

何が飛び出すかわからない、ワクワクした雰囲気のなかで大賞を発表



店舗展開の様子 (HMV渋谷店)

大賞の発表に先立ち、VTRで全国のショップ店員からの受賞作品に対するコメントがいくつか紹介された。いかにもワクワクした雰囲気が盛り上がったところで、栄えある第1回CDショップ大賞作品として、相対性理論の「シフォン主義」

が発表された。店舗に飾るPOPディスプレイをあしらったステージに、グループの代理人としてディストリビューターのバウンディ(株)レーベルリレーション部部長、蒲生徹氏が登壇。メディアに一切登場しないメンバーからのメッセージが代読され、驚きつつも喜びと感謝を表し、「相対性理論より、愛を込めて」と締めくくったメンバーの声を伝えた。蒲生氏に受賞の記念品が贈られ、拍手のうちに授賞式が終わった。

受賞作品

■ 大賞

「シフォン主義」 相対性理論

■ 準大賞

「THIS IS MUSIC」 大橋トリオ

「GAME」 Perfume

■ 入賞作品 (50音順)

「HEART STATION」 宇多田ヒカル

「HeartY」 HY

「ホニャララ」 SAKEROCK

「Superfly」 Superfly

「ALRIGHT」 秦基博

「floating pupa」 pupa

「SUPERMARKET FANTASY」 Mr. Children

トーク・セッションで語られたCDショップ大賞の背景や今後への意欲

授賞式後、フォト・セッションをはさんで、実行委員によるトーク・セッションが行われた。参加者は行達也氏のほか、横尾裕也氏(新星堂大和鶴間店)、大畑亨氏(フタバ図書GIGA天神店)。CDショップ大賞のプロデューサーも務める「風とロック」代表、箭内道彦氏の司会により、楽屋裏の雰囲気で進められていく。受賞作品の魅力や選定結果の講評にはじまり、賞の生まれた背景やこの賞をきっかけにした市場活性化への期待が語られた。



需要拡大コンソーシアム、“Music Forum '09”を開催

需要拡大コンソーシアム主催、経済産業省が後援する“Music Forum '09”が、5月28日、東京ウィメンズプラザホールにて開催された。需要拡大コンソーシアムは、音楽業界の活性化、音楽パッケージの需要創造、拡大を目的として、当協会石坂敬一会長を含めた音楽関係団体の代表者や一部企業の関係者が集まった会合である。昨年7月より3回の会合を経て議論を取りまとめている。今回はこれまでの一連の取り組みの集大成を図り、明確なビジョンを業界全体として打ち出していこうという意図のもと、「競創&共進～音楽需要拡大へのビジョン」をテーマにフォーラム形式で行われ、会場には、多くの音楽産業の関係者が参集した。

はじめに当協会石坂会長が、世界のレコード産業の現状を踏まえつつ、需要拡大コンソーシアムの活動概況を取りまとめた講演を行った。続いて、経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課の村上敬亮課長より、音楽産業の現状分析をベースにこれからのビジネスモデルのあり方を探求した研究の報告が、特別講演として行われた。

2つの講演を通じて、音楽需要拡大へ向けた課題や大きな方向性が整理され、フォーラム出席者への共有が図られた後、音楽評論家の富澤一誠氏をモデレーターとしてコンソーシアムメンバーによるパネルディスカッション「音楽需要拡大へのビジョン」が始まり、熱い議論が展開された。ここでは各講演およびパネルディスカッションの内容をダイジェストでお届けする。（なお、詳細については ORICON BiZ 7/20号にて紹介予定）

講演

「需要拡大コンソーシアムの活動状況」概要

社団法人日本レコード協会会長 石坂敬一

2008年の世界のレコード産業は前年比約9%減の17,613百万米ドル。うちパッケージは約15%の減少となった。国別ではアメリカの不振が目立ち、パッケージで約31%の減少。日本は比較的健闘し、ドルベースのトータルで微増、パッケージも3,215百万米ドルを確保して、初のパッケージ世界一となった。しかしこれは、アメリカの落ち込みと円高の影響によるもので一概に喜べない。

円ベースでは日本も98年をピークに下降に転じ、パッケージの減少が続いてきた。02年から音楽配信等が加わり、合計の実績でここ数年は微増で推移してきた。しかし昨年はトータルで3%ダウン(4,522億円)、今年も悪化し、1月～4月のパッケージ実績は対前年同期比で二桁のマイナスとさらに厳しい。急成長を遂げた音楽配信市場の伸び率も鈍化し、フィジカルの落ち込みをデジタルで補う一種の方程式も崩壊の危機にある。ソフト全体の8割を占めるパッケージの底上げは急務である。

需要拡大コンソーシアムは逆境下で音楽ソフト需要

の下降に歯止めをかけ、再び上昇へ向かう目標を掲げて活発に

議論してきた。パッケージでは大人向け市場の開拓が重要であるとの認識が深まってきたが、この分野で成功例も生まれている。この市場は富澤一誠氏の言葉を借り、エイジフリー・ミュージックマーケットと呼ぶ。40～64歳のエルダー層は今や若者人口の1.6倍の規模に膨らんだ。パッケージにこだわりと愛着を持つこの層の1割の人にアルバムを一枚購入してもらえれば428万枚、約90～100億円の需要になる。ライブ、作品づくりから店頭まで一貫したエイジフリー・ミュージックマーケットチェーンを業界全体で作る必要がある。

デジタルの台頭とパッケージの減衰を超克する新しい戦略も必要である。棲み分けと共生の両面展開で窮状を打破したい。ここでいう棲み分けとは、年代別にデジタル、パッケージとそれぞれに適したアプローチをすること、共生とはモバイルでのヒットに始まり、最終的にパッケージでの大ヒットへ展開していくことである。



海外市場の拡大も重要な要素である。例えば、日本の売上1億円の中堅バンドはアメリカの国際的な中堅バンド基準では売上6～8億円のポテンシャルを持つ。最近では政府の支援を得て海外への活動が活性化しつつあり、アニメなどのタイアップも広がり、海外のトップアーティストがJ-POPをカバーすることも多い。日本の音楽産業が国

際化へパラダイムシフトすることで、投資も活発化し、日本から国際的なスーパースターが生まれる可能性は前よりも出てきている。

このフォーラムをきっかけにし、音楽ソフトの需要が拡大することを祈念する。

特別講演

「音楽産業のビジネスモデル研究」概要

経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 村上敬亮課長

音楽の製作サイドではヒット作の減少が見て取れる。停滞していた新譜数は復調傾向にあり、トレンドの分散、嗜好の細分化が起きていると見られる。リスナー動向に目を向けると、若年層では気に入った曲を繰り返し聴くより、流行曲を次々に聴きたいという傾向がある。流通面ではメディア別でCDが減少する一方、音楽配信などは健闘し、流通チャネルの多様化が進展している。販売の選択肢が増えたことなどにより、CD小売店舗が厳しい変化の波をかぶっている。かつてCDショップで音楽を教えられた身としては心が痛い。そのなかで明るい話題は、コンサート売上の伸びである。

CDが減少する一方、他媒体はそれなりに伸びている。カラオケを除けば、この5年間の音楽関連市場自体は縮んでいないという数字もある。しかし音楽関連市場が減っていないといわれても、業界現場の実感は苦しい。そこにギャップがあるが、これは音楽業界で収益を上げる仕組みが、パッケージ売上に依存するというベースが出来上がっていることが背景にある。逆に、業界全体に利益還元できる仕組みが、パッケージ以外に整っていないともいえる。この状況は音楽産業だけではなく、コンテンツ業界全体の課題である。流通のオプションが急激に増えると、どうしても既存の柱メディアが落ち込んでしまう。全体の市場がよくても、収益を配分する仕組みが整わず、結果的にそこで活動する企業なり、人なりの存立が脅かさ

れるのである。

嗜好の多様化が進めば、すべてのトレンドを特定メディアで追いかけることはできない。そこではコンテンツの売上をどこで最大化するかで考え直すことも必要になろう。そうすれば新たなメディア戦略も見え、結果としてwin-winのビジネスになる。逆に今まで通り、特定メディアや売上ルートの価値にこだわると、縮小均衡が待っているかもしれない。

少子化のなかで若年層が音楽消費の軸を担うというパターンは変化し、販路の転換は避けられない。そのなかでエイジフリー・ミュージックマーケットは可処分所得の多い層へアプローチし、しかも幅広い価値のあるコンテンツが存在するため、売上の最大化を導く可能性を秘めている。

別の課題は、コンテンツの価値をコントロールしてビジネスを成功に導くビジネス・プロデューサーがあまり見当たらないこと。そういう人と、いいものを創る意味でのクリエイティブ・プロデューサーとで資質は違うと思う。流通メディアが増えて販売展開を仕掛けるビジネスを考えれば、コンテンツの価値最大化にコミットするビジネス・プロデューサーの存在は不可欠であろう。そういう人を日本全体でどう増やしていくかを考えていくことも課題の一つである。



「音楽需要拡大へのビジョン」抜粋

過去3回の議論を踏まえつつ、CDパッケージ低迷の検証と対応策、エイジフリー・ミュージックマーケットの拡大、パッケージの高付加価値化、スーパースターの出現する環境づくりといったさまざまなテーマについて、各パネリストの立脚点から多角的な議論が進められた。CDパッケージ低迷の要因とこれからの方策、ビジョンに絞って個々の意見を紹介する。



パネラー：（社）日本レコード協会 石坂敬一会長
（社）日本音楽事業者協会 尾木徹会長
（社）音楽制作者連盟 大石征裕理事長

日本レコード商業組合 田中義雄理事長
全国レコード卸同業会 飯原博会長
経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 村上敬亮課長

モデレーター：音楽評論家 富澤一誠氏

● 大石

制作の立場からいくと、メロディー、コード進行、リズムの取り方といった制作現場でのこだわりが薄れていると感じる。今後はより練りこんでいく作業が必要だと思う。ユーザーが喜ぶなら、音楽の周辺商品を活用してもいい。

● 尾木

こんなに伸びなくなった背景に油断があったと思う。ビジネスの原点に戻り、「競創&共進」ではなく、「競争と狂信」でもよいから、心を尽くしてモノづくりに取り組まなければならない。また、そこへ行けばロックも演歌もアニメソングもライブで聴けるという「ライブコンプレックス」も一つのあり方だ。ライブとCDのシナジー効果が活きるのではないか。

● 石坂

日本は、あれもこれも追求する和の文化。ほかがどうあれCDは維持すべき。先に掲げた「共生と棲み分け」の新しいビジネスモデルでエイジフリー・ミュージックマーケットの成長とデジタル市場の伸長の両輪を機能させたい。一方「歌は世につれ、世は歌につれ」というが、いい歌ができないのも問題だ。もっといい歌があれば、突き抜ける。また過去の素晴らしい作品の再活性化、海外市場の積極開拓なども狙うべきだ。

● 田中

CDは本来、非常に高付加価値で日本の音楽文化創造サイクルの基点になっている。これ以上減ると日本の音楽文化をリ

ニューアルするパワーがなくなっていく。レコード業界でCDへのこだわりが叫ばれるが、ニューリリースはCDを先に売り、配信を時差で供給するといった有効性の高い方策を提案したい。

● 飯原

CD販売は好況の時期が長すぎて、顧客を増やす努力が少し欠けていたと思う。ではどうするか。村上課長のお話にもあったが、CDショップが本当に勉強すれば顧客はついていく。小売ビジネスの原点は商品知識をベースにしたコミュニケーションだから、お客さんの顔と好みと名前を覚え対応することが必要だ。

● 村上

今の消費者は好きなものに対するこだわりが足りないとも思う。ものへのこだわりがあれば、持ちたくなる。逆に音楽産業がそういうニーズを吸い上げ損ねているのかも知れない。

● 富澤

市場が6,000億円に到達した分析がきちんとできていないと感じる。良かったころの背景をしっかりと把握して、悪い現状の分析を行い、これからの活性化策につなげていくべきだろう。

※敬称略

Music Jacket Gallery 2009を開催

4月末から6月末にかけて、「音楽ジャケットだらけのアート展」 Music Jacket Gallery 2009が、福岡、名古屋、大阪、東京、札幌の各都市を巡回して行われた。本イベントは、MJG & epa合同プロジェクト主催、当協会と(株)金羊社が後援している。Love & PeaceをテーマにしたCDアート・コレクション、若いクリエイターを応援する第9回「epa」ジャケットコンテスト入賞作品などのほか、第1回CDショップ大賞受賞作品も展示された。音楽ジャケットの芸術性を広く知らせ、著名アーティストらをゲストに加えたスペシャルトークイベントも開催して、需要拡大を側面から盛り上げるイベントとなっている。

なお、金羊社は主に音楽ジャケットの制作・印刷などを手がけており、本社では、植村和紀氏の協力のもと、期間ごとのテーマに沿った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/>)



金羊社での常設展示



東京での展示の様子

特 報

Special Report

「違法な音楽ファイル等のダウンロードの違法化」に関する著作権法の一部を改正する法律案の国会通過にあたって

6月12日、参議院本会議において著作権法の一部を改正する法律案が可決、成立した。この中には、著作権者等の許諾を得ずにインターネット上にアップロードされた音楽や映像をダウンロードすることを私的使用目的であっても違法とする、著作権法第30条の改正が含まれている。

当協会は、関係団体との協力の下、インターネット上の音楽ビジネスの健全な発展のためにインターネット上の違法送信からの複製を私的複製の許容範囲から除外することが必要であることを訴え続けてきた。

ここに、「違法な音楽ファイル等のダウンロードの違法化」に関する著作権法の一部を改正する法律案が可決、成立したことを歓迎し、感謝の意を表した石坂会長のコメントを紹介する。

石坂会長コメント

このほど、「違法な音楽ファイル等のダウンロードの違法化」に関する著作権法の一部を改正する法律案が可決、成立し、来年1月から施行されることとなりました。これもひとえに、関係各位のご理解とご支援の賜物と感謝申し上げます。

今後も当協会は、違法な音楽ファイル等の流通を撲滅するための諸活動を継続してまいりますとともに、改正法の趣旨を国民に広く理解いただくための広報活動に努めていく所存です。

また、この著作権法第30条の改正に尽力された文化庁長官官房著作権課 山下和茂課長より、本改正法についてご寄稿をいただいたので、ここに紹介する。



著作権法第30条の改正と協会への期待

文化庁長官官房著作権課長 山下和茂

今国会に提出していた著作権法の一部を改正する法律案が全会一致で可決・成立し、6月19日に公布されました。今回の改正は、デジタル化・ネットワーク化に伴う諸

課題の解決等を目的としており、現行法制定(昭和45年)以降における累次の改正の中では、最大規模の改正となりました。

改正事項は多岐に渡りますが、特に本誌を購読している皆さまに御理解・御協力をいただきたい事項が、いわゆる「違法ダウンロード(違法なインターネット配信を違法と知りながら録音又は録画する行為)」を、私的複製に関する例外規定(第30条)から除外した改正です。これは、インターネットにおける違法複製物の蔓延を抑止するため、「知財立国」を標榜する我が国が先進各国と足並みを揃えて実施する措置であるのみならず、今や日本の基軸産業となった文化産業(コンテンツビジネス)の成長を後押しする観点からも、極めて重要な意義を

有するものです。

この改正事項については、審議会での検討段階からインターネットや携帯端末のユーザー(若者)の大きな関心を集め、国会でもさまざまな議論がありました。その結果、運用上のユーザーへの留意、改正内容の周知・徹底、「適法配信識別マーク(エル・マーク)」の普及促進、適法配信事業者における適切な価格設定などに関し、衆・参両院で附帯決議が行われています。

とりわけ、改正内容の周知・徹底については、ユーザーを対象とした広報・啓発も含め、官民一体となった取り組みが求められており、文化庁と関係団体は、これから大いに汗をかかなくてはならない立場です。この点、レコード協会の一層の御尽力を期待する次第です。

今回の改正を契機として、コンテンツ利用に関するルールと秩序がインターネットの世界にも確立され、良質な作品が適切な価格で提供されるとともに、そこでの利益が権利者へ適正に還元されるようになることを心から願っております。

今後、当協会では、2010年1月1日の改正法(著作権法第30条)施行に向け、改正の趣旨を十分に周知するための広報活動等の取り組みを文化庁、関係団体および当協会会員社等と連携して行っていく。

PICK UP

一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA) 記者会見開催

6月19日、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)は、東京都千代田区のアルカディア市ヶ谷において、記者会見を開催した。本会見は、高井英幸会長(東宝(株))、後藤健郎専務理事兼CJマーク委員長((社)日本映像ソフト協会理事)、永野行雄常務理事が出席し、2008年度の活動実績および今後の施策が報告された。以下に、報告内容を紹介する。



1. 一般社団法人化による体制強化

2002年8月、経済産業省、文化庁などの呼びかけにより日本の著作権関係団体やコンテンツ事業者が積極的に海外での事業展開を図るとともに、海外における海賊版対策に講じることを目的に、任意団体としてコンテンツ海外流通促進機構(CODA)が設立された。

昨今のデジタル・ネットワークの進展に伴い、深刻化しているのがインターネット上での権利侵害、中でもUGCサイト(User-Generated Content/動画共有サイト等)やファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害の増加である。これら社会環境の変化による新たな侵害に迅速に対応すること、そしてこれまでの事業を継続し組織基盤を強化することを目的に、2009年4月1日に一般社団法人として登記するに至った。これにより、新たに10名の理事に就任いただき、事務局にも専従スタッフを配置するなど、より強固な体制を作り、諸事業を実施する。

今後は、これまでの事業の継続的な運営と、社団法人化による対外的な面での信頼性向上や、関係省庁との連携強化等による官民の橋渡し役となり、設立時の目的である、海外での日本コンテンツの流通促進に寄与するべくその役目を果たしていく。

2. 中国におけるインターネット侵害への新たな対応

インターネットの発展により、著作権侵害も自国のみならず国境を越えて行われている。日本のコンテンツでも音楽、映画、出版、ゲームソフト、放送番組等が多大な被害を受けている。放送番組を例に挙げると、TVシリーズのドラマやアニメが、日本で放映されてから数時間後には、中国語や英語等の字幕が付された上で世界各国のUGCサイトにアップロードされてしまうのが実態

である。これら状況に、権利者は削除依頼の対応を行う等の実績を積み上げているが、中国のUGCサイトにおいては、対応が万全とは言い難い状況にある。

本年CODAでは、米国の権利者団体と「侵害対策に関する覚書(MOU)」を6月16日付で締結し、中国におけるインターネット上の侵害について連携して対応することを合意した。また、これまでのマンパワーに頼った対策から、機械化・自動化した対策の導入に向けて、コンテンツ自動認識技術の検証・精査を実施するなどして、検討を進めていく。

3. 海賊版の押収数537万枚に



正規版、海賊版の比較展示がおこなわれた。

CODAでは、2008年度も、中国、香港、台湾を対象に現地政府取締機関と共同で日本コンテンツのエンフォースメントを継続し、DVD等82万枚を押収した。この結果、エンフォースメントを開始した2005年1月から2009年3月までの海賊版押収数は、累計537万枚に達した。また、2008年度初の取り組みとして、韓国において2008年1月～2月に現地取締機関と共同で摘発活動を実施し、摘発件数25件、逮捕者15名、押収海賊版10,111枚の成果をあげた。

これらのエンフォースメント活動と併せて、文化庁の支援の下、現地取締担当官に対する摘発協力や関係構築を目的としたトレーニングセミナーを2008年度は中国を中心とした7都市で開催し、延べ577名の担当官が参加した。

一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA) 概要

■ 構成

音楽、映像、アニメ、書籍、ゲーム等のコンテンツ製作・流通者、業界団体及び著作権関係団体を構成員とし、随時参加が可能。

- ・会長：(社)日本映像ソフト協会会長 高井 英幸(東宝株式会社 代表取締役社長)
- ・企画委員会委員長：(社)日本レコード協会業務担当部長 阿部 秀男
- ・CODA専務理事 兼 CJマーク委員会委員長：(社)日本映像ソフト協会理事・事務局長 後藤 健郎
- ・法制度委員会委員長：(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント 契約グループ本部長 高嶋 裕彦
- ・会員数：18団体、48社
- ・関係省庁：文化庁、経済産業省
- ・事務局：〒102-0082 東京都千代田区一番町23番地3 日本生命一番町ビルLB TEL：03-3512-3906

■ 活動概要

我が国コンテンツの海外での流通促進を目的とし、海外における海賊版対策を講じる。各種海賊版対策に関する広報や会員間の情報交換のほか、国内外のコンテンツ関連団体・企業、取締機関、弁護士等専門家を講師に招いてセミナーを開催。個別活動としては、CJマークを利用した共同権利行使(CJマーク委員会活動)、海外の著作権関連法制度の検証(法制度委員会活動)などを実施。また、海外の知的財産侵害問題の解決を図るため、日本の産業界が業種横断的に集まって組織されている国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)の活動に参加し、中国政府(中国国家版權局)への意見具申などを行う。

PICK UP

北京日本音楽情報センター(JAMIC)開設10周年によせて

2009年5月24日、(財)音楽産業・文化振興財団(PROMIC)が北京で運営する日本音楽情報センター(JAMIC)は10周年を迎えた。この機会に朱根全所長の感謝の意を表したコメントが寄せられたので紹介する。



10年前の1999年5月24日、日本音楽情報センターは北京に開設されました。JAMICは音楽を通して、日中両国の音楽ファンおよび音楽産業界の相互理解と中国の青少年の日本に対する理解を深め、両国の文化交流および友好の発展に大きく貢献してきました。この10年間、多大なご支援、ご協力をいただきました社団法人私的録音補償金管理協会をはじめとする関係者の皆さまには心より御礼申し上げます。

JAMIC10年間の軌跡

10年前の中国は、ちょうどCDが普及し始めたばかりでした。設立当時JAMICはただの点でしかなく、この点をいかに線にし、面にまで広げるかが、私にとって最大の課題でした。イベントと著作権の啓蒙活動を地道に行い、ネットワークを広げ、2006年1月には、国際交流基金の協力により、ラジオ番組「音楽新幹線」が中国の7つのラジオ局でオンエアしはじめ、日本のポップスを紹介すると同時に、日本文化、ファッション、イメージなど多岐にわたるポップカルチャー情報を公共放送で伝えることができるようになりました。「音楽新幹線」は毎週2回2話を放送しており、1回50分の間に選りすぐられた10曲が紹介されます。新しいスタイルのラジオ番組ということで大きな人気を呼び、ポップス界、ラジオ業界関係者の幅広い注目を浴び、高く評価されています。現在では、「音楽新幹線」は全国27のFM局で放送され、カバー人口は数億人にもなり、2009年3月には、西安地区の週末ラジオ番組の中で視聴率1位を獲得するという快挙を達成しています。さらに、日系企業協賛のもとスタートした日本の音楽と文化を紹介するラジオ番組—2005年10月開始の「広州の東京流行音楽」、2007年1月開始「北京の東京音楽広場」—にもJAMICは契約、制作協力等で大きく関わることができました。

設立当時10年前の中国では、日本との文化交流関係のイベントはほとんどなく、最初の大きなイベントとして実施されたのは2000年8月にJJディスコで行われた「日本ファン大集合」でした。我々の予想を大きく裏切り、日本人アーティストのビデオ上映と日本のインディーズバンド出演を見ようと日本音楽好きの中国の若者が2,000人も会場に集まり、現場は熱気であふれ、大変な盛り上がりを見せました。これを機に、「日本ファン大集合」と類似したイベントをJAMICは毎年行っています。このようなイベントを行うことにより、中国において、たくさんの日本音楽、そして日本文化のファンを育むことができ、日本の外務省や日本大使

館など多くの機関から注目をいただくことになりました。

JAMICは充実した設備、また完全無料のサービスで、たくさんのJ-POP好きな若者を魅了してきました。現在の会員数は13,000人となり、JAMICではこれらの会員の連絡先と携帯番号をデータベース化しており、日本と関係のあるイベントの際は、チラシを送るだけでなく、メールでも情報を届け、多くの若者を招集しています。この10年間で国際交流基金、日本大使館、中日友好協会等多くの団体がJAMICの会員システムを利用して、イベントを開催しました。

中国での著作権意識の普及に向けて

10年前の中国では、一般の人々は音楽産業、音楽著作権というようなものをほとんど知らず、著作権に対する意識はまだ冷やかなものでした。JAMICは会員に著作権の知識を普及するために、「音楽と著作権基本知識Q&A」と題した小冊子をまとめ、会員に「正規版のCDを買い、音楽を正しく楽しもう!」と呼びかけました。さまざまな広報活動により、音楽著作権知識の普及に大きな成果を上げました。JAMIC会員は音楽著作権を保護することの大切さを認識し、家族や同級生に訴求し、伝達する役目を果たしています。

また2000年4月、2001年12月、2003年3月に「中国音楽産業および音楽著作権保護調査報告」、「2000年中国音楽産業調査報告書」、「中国音楽・映像業界現状調査報告」を編さんしました。この調査報告は中日両国の音楽業界の交流強化、中国音楽業界の発展および著作権意識の創設に大きな役割を果たし、今後も意義を持ち続けると思われます。



この10年間サポートをいただけたことにより、当時想像もできなかったネットワークが広がり、日中の音楽文化と音楽産業の交流の礎を築けたと考えます。

過去10年間築き上げた基礎の上に今後の10年でより大きな文化と産業の花が開くよう、ご理解とサポートをいただければ幸いです。日々の活動は小さな一歩ですが10年、20年継続することにより、日中両国だけでなく世界の産業と文化に対しても貢献ができると考え、志を高く活動するためのご助言、ご意見、そして継続の機会をいただければうれしく思います。

PICK UP

当協会石坂会長 香港「Music Matters 2009」キーノート・スピーチを行う

6月3日、香港にて開催された「Music Matters 2009」において、当協会石坂会長はオープニングでキーノート・スピーチを行った。Music Mattersは本年度で4回目を迎えるアジア最大の音楽カンファレンスで、音楽配信ビジネスに関するセミナーやパネルディスカッションなどを中心に、ショーケースライブ

等も行われた。今年度は6月2日から4日にかけて開催され、アジアをはじめとする世界各国の音楽関係者、通信事業者、技術企業などから400名以上が参加した。石坂会長はキーノート・スピーチでポジティブなメッセージを聴衆に送り、会場は大きな拍手に包まれた。以下にスピーチの概要を紹介する。

日本のパッケージ市場の現状

日本はアメリカに次ぐ世界第2位の規模を誇る音楽ソフト市場ですが、2008年はパッケージ単独でアメリカを抜き世界第1位になりました。この10年来、全世界の音楽ソフト市場が不況に陥り回復の兆しを見出せない中、日本の市場は底を打ち、2005年からわずかながらも前年比増を連続して達成し、2008年も前年実績クリアと見込んでいました。しかし、世界的な経済不況のおり、残念ながら日本も年末の売り上げが伸び悩み、デジタルとパッケージの合計で前年比3%減という結果となりました。



現在の困難な時代に打ち勝つRIAJの二つのビジネス戦略

このような困難な現状に打ち勝つため、RIAJは、レコード会社とともに2つのビジネス戦略を打ち出しています。それは、「デジタルとパッケージの共生戦略」と「棲み分け戦略」です。この二つの「対」となる積極的な戦略により、我々は日本のパッケージ市場のさらなる発展を狙っていきます。

日本には、古いものを新しいものにうまく統合し共存させていく文化があり、「デジタルとパッケージの共生」は可能と考えています。我々は、デジタルでは若者にターゲットを置いた音楽を提供しシングル・ヒットや新人育成を狙い、パッケージでは40歳以上のエルダー層向けの音楽をアルバム中心に提供するという「棲み分け戦略」をとることにより、「共生」を実現しようとしています。

まず、デジタルについては、携帯向け音楽配信の積極戦略が功を奏していると言えます。日本の若者は、日々の生活の多くの時間を携帯に依存して過ごしており、それをデジタル音楽のプラットフォームにすることをレコード会社がキャリアに提案し、ビジネスとして共同開発したのが「着うた」「着うたフル」です。レコード会社は「レーベルモバイル社」(現・レコチョク)を設立し、自らビジネスを行っている他、デジタルとの相乗効果によるシングル・ヒットを狙うため、CD発売前の機動的なプロモーションを「着うた」等の先行配信で実施しています。

一方、パッケージ独自の需要拡大施策については、40歳以上の「エルダー・マーケット」の開発を主軸に展開しています。40歳以上の「エルダー・マーケット」向けの音楽を、我々は「エイジフリー・

ミュージック」と名づけました。彼らは、「音楽は良い音で聞きたい」「好きなアーティストのCDは手元においておきたい」と望む層であり、彼らと同世代のアーティストによる心にしみるような音楽を制作し、提供していきたいと考えています。この半年間、オリコンのアルバムチャートのベスト10を見ると、40歳以上のアーティストの作品が増える傾向にあり、過半数に達する週もあります。

ビジネスの阻害要因—違法配信への対策

諸外国と同様、日本も違法な音楽配信問題に苦慮しています。特に、携帯向けの掲示板サイト上の違法な音楽のやり取りが顕著で、RIAJの調査では、有料音楽配信の実績をはるかに上回る違法音楽配信の利用実態があることがわかっています。正規の音楽ビジネスを守るため、日本レコード協会では違法対策を最重要課題として取り上げ、違法ファイルの削除要請、警察との協力による刑事摘発、法改正、技術的対策、啓発キャンペーン、「エルマーク」の普及などの施策の他、小中高生に対する著作権教育の充実などに取り組んでいます。

これからのレコード産業

レコード産業活性化の3要素として、私は、「新フォーマット」「新しいジャンルの創出」「スーパースターの出現」が必要と考えます。今の時代は、90年代までの時代とは異なり、グレート・アーティストが出にくい時代ですが、レコード会社は、組織的なA&Rの強化を行い、新人の発掘・育成、よい音楽の制作力の強化にまい進すべきです。

90年代までの事業モデルはパッケージのミリオン・ヒットを期待できるアーティストに依存していました。一つのミリオン・ヒットは、今では、10万枚以上のアルバムと50万以上の「着うたフル」ダウンロードを売るアーティスト5人分と同等です。このようなアーティストを5組持つことができれば、レコード会社は次のシングル・ヒット作りや新人発掘に資金をつぎ込むことができます。このビジネスにおいては、前に述べたように、デジタルを有効に活用しつつ、パッケージとの相乗効果をねらっていくことが極めて重要となります。レコード会社がいい音楽を作る基盤を失えば、音楽産業と音楽文化は総体としてどんどん衰退していきます。皆さん、市場状況は困難ですが、もっと熱く音楽を語り、いい音楽を作っていきましょう。

Monthly Production Report

2009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85%の2,029万枚・巻、金額で同83%の225億円となりました。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比85%の1,655万枚・巻、金額で同86%の195億円、音楽ビデオが、数量で前年同月比87%の374万枚・巻、金額で同66%の31億円となっています。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻／金額:百万円)

			5月実績						2009年1月～2009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 ン グ ル	8cmCD	邦	4	0	14%	3	0	12%	37	0	34%	20	0	32%
		洋	0	0	-	0	0	-	3	0	10%	1	0	16%
		計	4	0	14%	3	0	12%	40	0	29%	20	0	31%
	12cmCD	邦	4,341	26	98%	3,178	16	91%	19,091	22	88%	14,703	15	90%
		洋	47	0	87%	18	0	71%	144	0	51%	76	0	82%
		計	4,388	27	98%	3,196	16	91%	19,235	23	88%	14,778	15	90%
	小計	邦	4,346	26	97%	3,180	16	91%	19,127	22	88%	14,722	15	90%
		洋	47	0	87%	18	0	71%	147	0	47%	76	0	80%
		計	4,392	27	97%	3,199	16	91%	19,274	23	87%	14,799	15	90%
12cmCD アルバム	邦	8,125	49	89%	11,470	59	93%	46,717	55	91%	62,893	63	85%	
	洋	3,649	22	67%	4,478	23	71%	17,059	20	75%	20,499	21	79%	
	計	11,774	71	81%	15,948	82	85%	63,777	75	86%	83,392	83	84%	
CD 合計	邦	12,471	75	92%	14,650	75	92%	65,845	77	90%	77,615	78	86%	
	洋	3,696	22	68%	4,496	23	71%	17,206	20	75%	20,575	21	79%	
	計	16,167	98	85%	19,146	98	86%	83,051	98	86%	98,190	98	85%	
アナログ ディスク	邦	0	0	0%	0	0	0%	29	0	50%	51	0	62%	
	洋	1	0	7%	2	0	5%	14	0	43%	19	0	30%	
	計	1	0	6%	2	0	4%	43	0	48%	70	0	48%	
カセット テープ	邦	330	2	86%	281	1	85%	1,815	2	90%	1,365	1	82%	
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	0%	0	0	0%	
	計	330	2	86%	281	1	85%	1,815	2	90%	1,365	1	82%	
その他	邦	39	0	131%	29	0	51%	110	0	86%	147	0	65%	
	洋	15	0	140%	22	0	108%	77	0	164%	154	0	156%	
	計	54	0	134%	51	0	66%	187	0	107%	301	0	93%	
合 計	邦	12,840	78	91%	14,960	77	92%	67,799	80	90%	79,178	79	86%	
	洋	3,712	22	67%	4,520	23	71%	17,297	20	75%	20,747	21	80%	
	計	16,552	100	85%	19,480	100	86%	85,096	100	87%	99,926	100	85%	

● 音楽ビデオ

		5月実績						2009年1月～2009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	3,390	91	90%	2,571	84	64%	21,711	93	102%	23,337	91	85%
	洋	338	9	67%	462	15	75%	1,505	6	91%	2,031	8	79%
	計	3,727	100	87%	3,034	99	66%	23,216	100	101%	25,368	99	84%
テープ・LDその他		9	0	48%	30	1	153%	114	0	234%	318	1	294%
合 計	邦	3,398	91	90%	2,600	85	65%	21,817	94	102%	23,630	92	85%
	洋	338	9	67%	464	15	76%	1,514	6	91%	2,056	8	79%
	計	3,736	100	87%	3,064	100	66%	23,330	100	101%	25,686	100	85%

● 音楽ソフト(オーディオ／音楽ビデオ合計)

	5月実績						2009年1月～2009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	16,552	82	85%	19,480	86	86%	85,096	78	87%	99,926	80	85%
音楽ビデオ	3,736	18	87%	3,064	14	66%	23,330	22	101%	25,686	20	85%
合 計	20,288	100	85%	22,544	100	83%	108,426	100	89%	125,611	100	85%

● ビデオ(含音楽ビデオ)

	5月実績						2009年1月～2009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	6,645	97	98%	10,665	94	92%	41,780	98	107%	72,008	96	95%
テープ・LDその他	174	3	686%	660	6	1405%	773	2	651%	3,145	4	817%
合 計	6,818	100	100%	11,325	100	97%	42,554	100	109%	75,154	100	98%

● オーディオ／ビデオ合計

	5月実績						2009年1月～2009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	16,552	71	85%	19,480	63	86%	85,096	67	87%	99,926	57	85%
ビデオ	6,818	29	100%	11,325	37	97%	42,554	33	109%	75,154	43	98%
合 計	23,371	100	89%	30,805	100	90%	127,650	100	93%	175,079	100	90%

備考 1. 上記実績は、会員会社「58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

● プラチナ

What's Love?	JUJU	2009.3.4	AI
湘南乃風 〜JOKER〜	湘南乃風	2009.4.8	TF
つるのうた	つるの剛士	2009.4.22	PC

● ゴールド

Trash We'd Love	the HIATUS	2009.5.27	FL
Ken's Bar II	平井 堅	2009.5.27	DF
10周年記念 〜オリジナルベストセレクション〜	水森かおり	2005.11.30	TJC

シングル

● プラチナ

恋のABO	NEWS	2009.4.29	JE
-------	------	-----------	----

● ゴールド

Love Forever	加藤ミリヤ×清水翔太	2009.5.13	SR
遥か	GReeeeN	2009.5.27	UM
I am xxx	GLAY	2009.5.25	EMI
Don't say "lazy"	桜高軽音部 [平沢唯・秋山澪・田井中律・琴吹紬 (CV: 豊崎愛生、日笠陽子、佐藤聡美、 寿美菜子)]	2009.4.22	PC
Cagayake! GIRLS	桜高軽音部 [平沢唯・秋山澪・田井中律・琴吹紬 (CV: 豊崎愛生、日笠陽子、佐藤聡美、 寿美菜子)]	2009.4.22	PC
嘘	シド	2009.4.29	KS
明日がくるなら	JUJU	2009.4.29	AI
化身	福山雅治	2009.5.20	UM
安芸の宮島	水森かおり	2009.4.1	TJC
逢いたい	ゆず	2009.4.22	SN

ビデオ

● ゴールド

Perfume「BUDOUKaaaaaanaN!!!!!!」	Perfume	2009.4.22	TJC
--------------------------------	---------	-----------	-----

洋楽

アルバム

● ゴールド

リラプス	エミネム	2009.5.20	UM
21世紀のブレイクダウン	グリーン・デイ	2009.5.15	WJ

※日付は発売日

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

歩み	GReeeeN	2009.1.1	UM
明日がくるなら	JUJU with JAY'ED	2009.4.1	AI
ひまわり	遊助	2009.2.13	SR

● トリプル・プラチナ

Love Forever	加藤ミリヤ×清水翔太	2009.4.12	SR
刹那	GReeeeN	2009.2.2	UM

● ダブル・プラチナ

Someday	EXILE	2009.3.18	AMI
遥か	GReeeeN	2009.4.14	UM

「着うたフル®」

邦楽

● トリプル・プラチナ

明日がくるなら	JUJU with JAY'ED	2009.4.22	AI
---------	------------------	-----------	----

● プラチナ

Someday	EXILE	2009.3.18	AMI
おしゃれ番長 feat. ソイソース	ORANGE RANGE	2008.11.12	SR
Love Forever	加藤ミリヤ×清水翔太	2009.5.13	SR
遥か	GReeeeN	2009.5.20	UM
願い feat. YU-A(Foxxy misQ)	童子-T	2008.12.25	UM
やさしいキスをして	DREAMS COME TRUE	2006.10.25	UM

● ゴールド

アフターダーク	ASIAN KUNG-FU GENERATION	2007.11.7	KS
ふたり	いきものがかり	2009.5.20	ES
よっしゃあ漢唄	角田信朗	2009.3.4	K
Journey through the Decade	Gackt	2009.3.25	AMI

情熱の代償

君想い

バイバイ

モノクロのキス

嘘

涙のムコウ

楓

君といたい feat. 傳田真央

M

Share The World

レイニー ブルー

Over Load

君に会いたくなるから

sakura

集結の園へ

ワンルーム・ディスコ

GO!!!

Garden

For You

GIRL NEXT DOOR

GReeeeN

里田まい with 合田兄妹

シド

シド

ステレオポニー

スピッツ

SPHERE

つるの剛士

東方神起

徳永英明

中島美嘉

西野カナ

NIRGILIS

林原めぐみ

Perfume

FLOW

May J.

lecca

洋楽

● ゴールド

カム・バック・トゥ・ミー	Utada	2009.3.14	UM
リッスン	ビヨンセ	2007.1.31	SI
オネスティ	ビリー・ジョエル	2006.7.12	SI
スリラー	マイケル・ジャクソン	2004.11.4	SI

PC配信(シングル)

邦楽

● ゴールド

刹那	GReeeeN	2009.3.11	UM
----	---------	-----------	----

※日付は配信開始日

CDを売るためには ＜Age Free Music＞の開拓が必要！

Message & Opinion



音楽評論家 富澤一誠

＜ミュージック・フォーラム'09＞のモデレーターを務め終えて実感したことがあります。

パッケージの落ちこみを早急にカバーするためにはエルダー層を真剣に開拓しなければならないということです。40歳以上64歳までの人口はなんと4,280万人、ここがいわゆるエルダー・マーケットと呼ばれるところですが、このマーケットをターゲットにして本気で大人が聴ける“大人の音楽”を提供すること、これがポイントです。昨今、＜演歌・歌謡曲＞系、＜J-POP＞系という大きくふたつのジャンルに分けられないニュー・ジャンルが生まれつつあります。

秋川雅史の「千の風になって」、すぎもとまさと「吾亦紅」、秋元順子の「愛のままで…」、樋口了一の「手紙～親愛なる子供たちへ～」などです。これらの特徴はいずれもエルダー層がCDを買っているということです。私は彼らのような大人の歌を歌える実力派アーティストを＜Age Free Artist (エイジフリー・アーティスト)＞と呼んでいます。年齢なんか関係ありません。アーティストは実力が全てなんです。そんな意味もこめて＜エイジフリー・アーティスト＞です。そして彼らが作り出す“成熟した大人の歌”を＜Age Free Music (エイジフリー・ミュージック)＞と名づけました。

私を含めて＜シニア＞と呼ばれることに抵抗感を持つ人が多いのは事実ですが、だからこそ「年齢なんて関係ない」と思っている“エイジフリー”な人たちが増えているのです。私は58歳になりますが、「年齢なんて関係ない」と思っています。まさにエイジフリーです。そんな＜エイジフリー世代＞が求めているのが＜エイジフリー・ミュージック＞なのです。エイジフリー世代が好んで聴く＜大人の音楽・エイジフリー・ミュージック＞こそCDを売るキラー・コンテンツである、と私は確信しています。

CDを買う漁場は従来のヤング・マーケットから40歳以上のエイジフリー・マーケットに移ってしまったのです。この現実を正確に認識して、次の一手をどう打つか？に勝負はかかっているのです。それが＜ミュージック・フォーラム'09＞を終えての偽らざる感想です。

編集後記

「違法な音楽ファイル等からのダウンロードの違法化」に関する著作権法の一部を改正する法律案が5月12日に衆議院本会議で、6月12日に参議院本会議で可決し、成立しました。2010年1月1日より、施行となります。この改正には、たくさんの方々の理解と支援をいただき、心より感謝しております。

今後、本改正法の周知徹底を目指し、より一層、広報活動に尽力していきます。

(T)

協会からのお知らせ

不正商品対策協議会(ACA)は、2009年7月18・19日の2日間にわたり、海賊版・偽ブランド撲滅キャンペーン『ほんと?ホント!フェアin福岡』を開催致します。

今回のイベントは、“福岡から不正商品を排除しよう”の趣旨のもと、「買わない!持たない!許さない!海賊版・偽ブランド」をテーマに、福岡県糟屋郡粕屋町のイオンモール福岡ルクル・イーストコートに特設会場を設け、不正商品に関するクイズやホンモノ・ニセモノの比較展示などを通じて広く一般消費者の皆さまに啓発活動を実施します。

詳細は3ページをご覧ください。



<http://www.mamo-on.jp>



THE RECORD No.596 2009年7月号
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 生野 秀年
発行日 2009年7月10日
発行人 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

