October
2015

The Record

vol.671

才能発掘の現場から～オーディション～

2015 年度 CD レンタル店実態調査

Recording Industry Association of Japan

Monthly News Digest

Contents

Monthly News Digest..... 1

特 集
才能発掘の現場から ～オーディション～..... 4

特 報
2015 年度 CD レンタル店実態調査..... 9

平成 27 年度 一般社団法人日本レコード協会
寄附講座 明治学院大学で開講 11

ヒットの裏側 12

Monthly Production Report 13

GOLD DISC 14

8/20・24
統計・認定システム移行説明会開催

8 月 20 日、24 日、当協会会議室にて、統計（生産実績・正味出荷実績・新譜数・有料音楽配信売上）および認定（ゴールドディスク認定・有料音楽配信認定）の新システム移行説明会が開催された。

当日は、会員社の報告および申請担当者を対象に、企画部マーケティング・グループより新システムの概要、使用方法について説明が行われた。

8/26・27
IFPIアジア・太平洋地域会議開催

8 月 26 日、27 日、香港の Regal Hong Kong Hotel フォーラム 1 にて、IFPI（国際レコード産業連盟）アジア・太平洋地域会議が開催され、当協会からは畑理事、著作権・契約部江頭部員、企画部マーケティング・グループ松下部員が出席した。

本会議は、IFPI アジア地域事務所が毎年主催しており、アジア・太平洋地域 12 カ国の IFPI 支部およびレコード使用料徴収団体、ならびに IFPI ロンドン本部、IFPI アジア地域事務所から 46 名が参加した。会議では、オンライン上の違法対策や調査統計、広報活動、法制度、レコード使用料徴収分配等のテーマについてグローバルの状況と課題が共有され、アジア各国の抱える諸課題についても検討がなされた。

1 日目は、オンライン上の違法対策を主なテーマとし、IFPI ロンドン本部による国際レベルの違法対策の概況が説明された他、アジア各国における違法ファイルの削除要請、スマートフォンアプリ対策、サイトブロッキングの実施状況等について情報共有された。日本からは、違法利用を助長するおそれのある有害なスマートフォンアプリへの対策等を説明した。また、全世界で新譜発売日を金曜日に統一する取り組み（「NEW MUSIC FRIDAYS」）の各国実施状況も報告された。

2 日目には、法制度上の課題やレコード使用料徴収分配等について報告が行われた。法制面では、レコード製作者の正当な対価確保に向けた施策や、一部アジアの国々におけるいわゆる「フェアユース」に関する議論について意見交換がなされた。日本からは私的録音・録画補償金制度の概要とこれまでの経緯、現在の状況等を説明した。

なお、1 日目の会議終了後には IFPI アジア地域事務所主催によるレセプションパーティーが開催され、参加者は各国独自の市場状況等に関する情報交換を行った。

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

第 12 回東京国際ミュージックマーケット開催

第 12 回東京国際ミュージック・マーケット（12th TIMM）が、2015 年 10 月 20 日～ 22 日の 3 日間、開催される。昨年に引き続き、コンテンツの垣根を越えた国際規模のコンテンツマーケット「Japan Content Showcase 2015」（音楽「TIMM」、映像「TIFFCOM」、アニメ「TIAF」との合同マーケット）として、ホテルグランパシフィック LE DAIBA にて統合開催となる。

日程：2015 年 10 月 20 日（火）～ 22 日（木）
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）
　　Zepp DiverCity TOKYO（東京都江東区青海 1-1-10 ダイバーシティ東京プラザ）

◆ 12th TIMM スケジュール　http://www.timm.go.jp/jp

会 場	10/20（火）	10/21（水）	10/22（木）
ホテルグランパシフィック LE DAIBA B1F	9:30 ～ 18:30　個別商談会　※ 22 日（木）のみ 9:30 ～ 17:30		
	ビジネスセミナー		
	10:00 ～ 11:00 **日本の音楽輸出における戦略とは** モデレーター：ロブ・シュワルツ（ビルボード誌 東京支部長）	10:00 ～ 11:00 **日本市場においての、音楽ストリーミング・サービスの今後の展望とは** モデレーター：ジェイ・コウガミ（デジタル音楽ジャーナリスト）	10:00 ～ 11:00 **SyncSummit 2015 @ TIMM ～ J-Music LAB Seminar** モデレーター：Mark Frieser（SyncSummit CEO）
	11:30 ～ 12:30 **世界に広がるジャパンカルチャーイベントとジャパンコンテンツ戦略** モデレーター：中川悠介（アソビシステム㈱ 代表取締役社長）	11:30 ～ 12:30 **世界のアニメコンベンションが抱える現在の問題と今後の進むべき道とは** モデレーター：井上俊次（㈱ランティス 代表取締役社長）	11:15 ～ 12:00 **“MPAJ 共催 ” 日本及びアジアのマーケット・レビュー及び海外からの著作権使用料の徴収について**
			12:15 ～ 13:15 **“MPAJ 共催セミナー ” 韓国・台湾・日本における作家同士による楽曲の共同制作（Co-Write）及び楽曲採用に至る経緯について** モデレーター：ジョニー・トンプソン（㈱日音 取締役）
	14:30 ～ 17:30　ショーケースライブ		
Zepp DiverCity TOKYO	TIMM 連携ライブ		
	SEKAI NO OWARI at TIMM 18:30 開場・19:30 開演	SCANDAL | androp at TIMM 18:00 開場・19:00 開演	OLDCODEX at TIMM 17:30 開場・18:30 開演

◆ 主催
経済産業省（METI）
公益財団法人ユニジャパン（UNIJAPAN）
一般財団法人 音楽産業・文化振興財団（PROMIC）
一般社団法人 日本動画協会（AJA）

※当協会は「Japan Content Showcase 2015」を後援しています。

RIAJ2015 年 9 月度理事会議案

審議事項

1. マルチメディア特別会費の計算方法の変更について

報告事項

1. 法制委員会関係報告
   （1）コミュニティ放送局訴訟（8/25）期日報告
   （2）民放連「シェアラジオ」構想への対応について
   （3）馬術大会におけるレコード利用への対応について
   （4）自民党知的財産戦略調査会コンテンツ小委員会における議論の中間まとめについて

2. 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

3. 海外マーケティング委員会関係報告
   （1）J-MusicLAB2015 開催／進捗報告

4. 広報関係報告
   （1）明治学院大学寄附講座「クリエイティブビジネスと著作権」開講

5. その他報告
   （1）予算委員会の体制と進め方について

●●●会員社のお知らせ ●●●

■ 移転

社　名：株式会社 SDR
新住所：〒150-0021　東京都渋谷区恵比寿西2-3-12 恵比寿オークビレッジ6階

社　名：エグジットチューンズ株式会社
新住所：〒 105-0001　東京都港区虎ノ門 2-7-10 虎ノ門ニューファッションビル3階
新電話番号：03-4520-9819
新FAX番号：03-6368-6637

■ 電話番号変更

社　名：株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ
新電話番号：03-3515-5050

第 53 回レコード寄贈事業実施　8,560 枚の CD を全国 280 カ所に寄贈

「けせんぬまさいがいエフエム」「南相馬ひばりエフエム」にて贈呈式を実施

当協会は、社会福祉法人全国社会福祉協議会ならびに日本図書館協会の協力のもと、「第 53 回レコード寄贈事業」を実施し、全国 280 カ所の施設等へ、8,560 枚の音楽 CD を寄贈した。

当事業は、福祉厚生、療養施設（老人ホーム、心身障害者、児童福祉施設等）の人々が音楽によって明るい生活を送られることを願い、全国の福祉施設等へ音楽 CD を寄贈するもので、1963 年より継続している。今年度で 53 回目の実施となり、延べ 2 万以上の施設へ累計約 100 万枚（巻）の音楽 CD 等の寄贈を行ってきた。

また、2011 年からは東日本大震災の被災地に対しても、音楽を通じた復興支援を願い、臨時災害エフエム局を中心に寄贈を実施している。

今年度は 2011 年より開始した東日本大震災の被災地への支援が 5 年目を迎えるに際して、寄贈先の臨時災害 FM 局を代表し「けせんぬまさいがいエフエム」「南相馬ひばりエフエム」の 2 カ所で、レコード寄贈贈呈式を執り行った。

贈呈式の模様

■ けせんぬまさいがいエフエム（8 月 25 日・気仙沼市役所 応接室）

気仙沼出身・在住のシンガーソングライター熊谷育美さんからは「*自身も被災し、壊滅状態の気仙沼の町を見て歌えない日々が長く続き、実際に震災後はパタリと音楽が町から消えていた事を思い出しました。そんな中、いち早く FM 局を立ち上げ市民の心に寄り添う音楽を発信し続けてくれた FM 局には頭がさがる思いです。子供たちが夢を持てるよう、文化を通じて気仙沼が、より力強く復興に向かうことを願います*」といった言葉が述べられた後、当協会を代表して CD 目録ならびに自身の CD を贈呈した。

引き続き、菅原茂気仙沼市長より「*震災から 12 日で FM 局を開局し、当初は災害関連情報を流し続けておりました。その後日常生活を取り戻す中、コンテンツを増やすのに重要な要素が音楽であり、毎年寄贈いただく CD はリスナーのバラエティに富んだリクエストに応える上でも、大変役立っています。被災地に共感を得られる音楽を流してゆく事が FM 局の使命です*」との謝辞が述べられた。最後に、けせんぬまさいがいエフエムの運営に携わる NPO 法人気仙沼まちづくりセンターの昆野龍紀理事長より「*被災の翌日、防災無線で市長から『頑張ろう』という呼び掛けが流れ言葉の力を感じました。その後、手書きのライフライン情報の張り紙に黒山の人だかりがあったり、市民からの同じ問い合せに何百回も対応する市役所の方々の状況を見て、情報発信元となる FM 局を立ち上げました。困難な状況のもと、毎年 CD を寄贈いただき大変感謝いたします。*」との言葉を頂き、終了した。

左から、NPO 法人気仙沼まちづくりセンター
昆野龍紀理事長、菅原茂気仙沼市長、
熊谷育美さん、当協会高杉健二常務理事

■ 南相馬ひばりエフエム（8 月 25 日・南相馬市役所 議員控室）

福島県出身の歌手、門倉有希さんの「*震災後、地元である福島では復興支援のコンサートを度々行ってきましたが、こちらの南相馬へも避難所の慰問をさせていただいたご縁があります。関係者の皆様の日々の尽力で復興は進んでいますが、被害は大きく、まだ完全とは言い難い状況です。これからも『福島を忘れないで』という思いを込め、全国各地で歌を歌っていきたいと思います。*」といった言葉に続き、CD 目録ならびに自身の CD の贈呈がなされた。

引き続き、南相馬ひばりエフエムの今野聡チーフディレクターが「*震災の直後は、音楽は選曲に気を遣いながら放送の合間にかける、というものでした。それが次第に、リスナーから様々な曲のリクエストが寄せられるようになりました。ラジオはリスナーとのコミュニケーションが不可欠です。限られた予算のため音源の調達に苦慮する中、リスナーのリクエストに応えたいという局の思いを、こうした形で支援いただけることを心強く感じています。寄贈いただく商品は新譜を中心にカバーいただき、中には思いがけない選曲があったりと、毎年、寄贈商品を開ける時が楽しみです。こうした多様な音楽を活かして、幅広い番組制作をできればと思っています。*」との謝辞が述べられた。また、パーソナリティの沢田貞夫さんからはしみじみと「ありがとうございました」という一言を頂き、終了した。

左から、ひばりエフエムのパーソナリティの
沢田貞夫さん、今野聡チーフディレクター、
門倉有希さん、パーソナリティの吉野よう子さん

当協会はレコード寄贈事業により、多くの方々が更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。

お寄せいただいた、たくさんの心のこもったお礼状

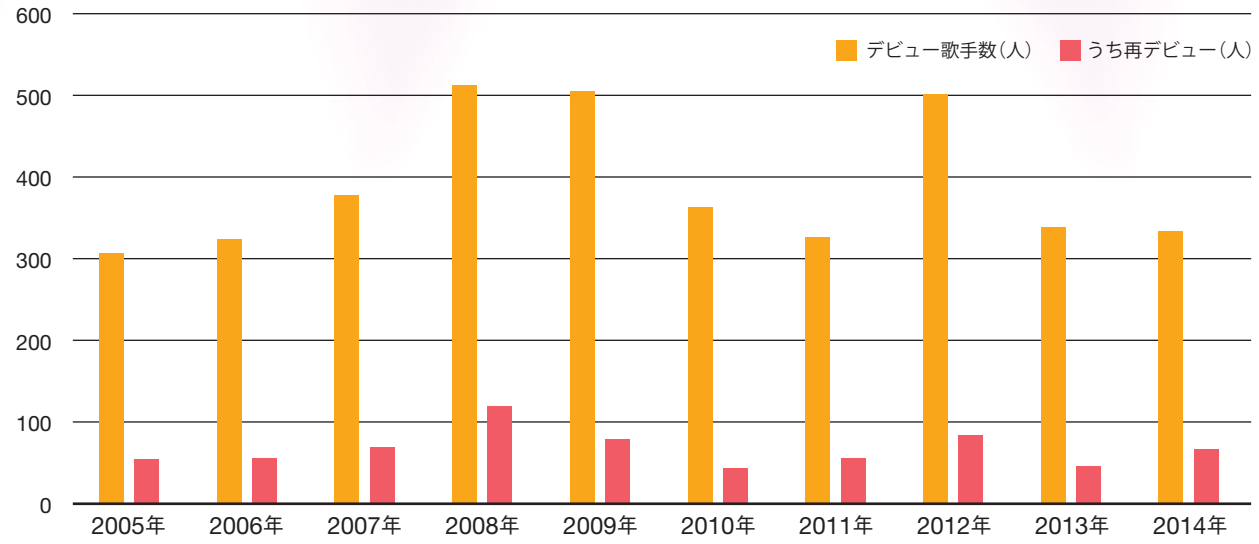
*1 社会福祉法人全国社会福祉協議会のご協力により対象の福祉厚生、療養施設を選定
*2 日本図書館協会震災対策委員会にご協力を頂き、東日本大震災被災 3 県の公立図書館に加え、同県内の公民館図書室、仮設住宅の図書コーナー、学校図書館を対象に希望館を募集

才能発掘の現場から ～オーディション～

新たな才能の発掘は、レコード会社にとって不変の命題である。しかしその手法は、技術の発展や様々なプラットフォームの出現により多様化している。また、人材の獲得はその後の育成と一体であり、大きなコストと労力、中・長期的なビジョンが不可欠である。

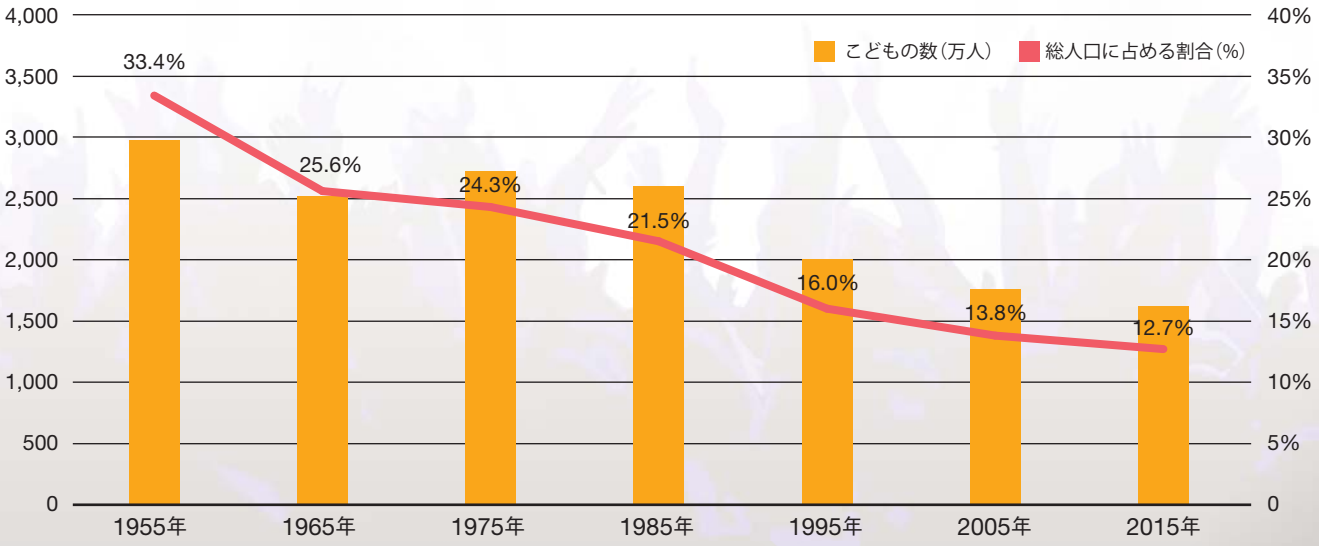
当協会会員社のデビュー歌手数の推移（図 1）を一見すると、ここ数年、大きな変動は見られない。しかし、取り巻く環境は刻々と変化している。SNS 等の自己表現の場の増加に伴い、“有名になるため”の方法は一通りではなくなった。少子高齢化・人口減少の進展に歯止めがかからなければ、いずれその影響も避けられないであろう。こうした中、いかに人材を獲得し、育成していくか。今回は「**オーディション**」という方法で、新たな才能発掘の最前線に携わる方々にお話を伺った。

図 1：デビュー歌手数の推移



出典：RIAJ 統計（RIAJ 加盟会員社の報告により集計）
グループは 1 組を 1 名と計算

図 2：こどもの数（15 歳未満人口）および総人口に占める割合の推移



出典：「国勢調査」による人口および「人口推計」による人口
2015 年は 4 月 1 日現在、その他は 10 月 1 日現在

ソニー･ミュージックエンタテインメント（SME）では、およそ1年半前、オールジャンルでスターを見出していくため、オーディションを含めた新人発掘についても対象を幅広く拡大する方向へと舵を切った。SMEのオーディションを全般的に担当するSDグループでは現在、多種多様なテーマでのオーディションを常時並行して開催している。SDグループ本部長の林真也氏に、SMEのオーディションの変化の背景、最近の動向や実績などについて語っていただいた。

多彩なシーンで、次世代スターを生み出していくために

株式会社ソニー･ミュージックエンタテインメント　SDグループ　本部長　林 真也 氏

サウンド・ディベロップメントからスター・ディベロップメントへ

当社は、サウンド･ディベロップメント（SD：Sound Development）のコンセプトのもと、40年近くオーディション等の様々な新人発掘を継続してきましたが、近年、音楽産業の事業環境が厳しくなる中、引き続き主軸を音楽に置きながらも、さらなるエンタテインメントの多様なコンテンツを事業に取り入れる姿勢を打ち出しています。SDグループもその成長戦略を支えるために、SDのSをStarと見なし、これからはスター･ディベロップメントのコンセプトでいこうとなり、ここ1、2年で活動の幅を大きく広げてきました。音楽アーティストに加え、俳優、モデル、マンガ･イラスト･ゲーム等のクリエイター、エンタテイナー他、あらゆる分野の才能の発掘を求められるようになりました。その結果、オーディションで取り扱うジャンルも幅広くなり、テーマも形態も多様化しています。

SDグループのスタッフは約30名。基本的には皆で、世の中に目配りしつつ、各レーベルやSMA（ソニー・ミュージックアーティスツ）からの要望を取り入れながら、どういう人を発掘しようか、そのためにはどんな切り口で行こうか、いつもアイデア出しを行って企画を組み立てています。常時、5つ、6つのオーディションが並行して進む感じですね。また各レーベルやSMAの意向に直接関わらない、例えばゲームクリエイターなどの新しいビジネス領域の才能の発掘にも取り組んでいます。

最近のオーディション事情と実績から

最近は、オーディションの告知も応募もほぼインターネット主体になっています。ここのところルックスの良い、歌の上手な男の子のニーズが非常に高いのですが、なかなか両方兼ね備えた男子は稀少です。全体的に女子の応募は多く、結構出会えるのですが、男子となると年に1、2人出会えるかどうかです。

ソニー・ミュージックレーベルズ（SML）からは、バンドに力を入れたいという要望もあります。最近はレコーディング、CD制作のハードルが低くなり、それができるということだけをメリットにしたオーディションではなかなか集まってくれません。そこで最近「**グランプリ、いきなり米国フェス出演オーディション**」として、米国のSouth by SouthwestのJapan Nightへの出場権をかけたオーディションを行いました。現在審査中ですが、今までに応募してこなかったようなバンドも集まり、盛り上がっています。

歌唱のオーディションに選ばれなかった男子も含め、優れたルックスの人材を集めて劇団「**番町ボーイズ**」を作り、そこから展開する活動もやっています。この秋には草月ホールにて公演も行います。SMAや社内の評判も良く、それぞれのメンバーは各媒体でも活躍し始めています。

オーディションは、基本的に事務所に所属していない条件で、まっさらな人を求めます。オーディションのリピーターも多く、その方々から選ばれることもありますが、やはり

初めての方の可能性を見たい。最近ではボーカリスト発掘のため「SINGIN' JAPAN・Premiere Vocal Audition」プロジェクトをやりました。全国88カ所に審査会場を設けるというスタイルで、志望者を訪ねてスタッフが五島列島や石垣島まで行きました。北海道でも数カ所は巡りましたね。この企画も背景には、できるだけ初めての方に出会いたいという強い思いがあります。

またネットを使った新しいオーディションとして昨年、「LINEオーディション」を実施しました。当社がLINEを使ったビジネスを模索していた時、偶然LINE側ではオーディションシステムを開発し、使い道を探っていたところで、その両者のニーズが一致して実現したものです。LINEユーザーなら誰でも参加できるというハードルの低さから、12万5,094人もの応募者を集めました。2歳の子の写真を送ってくる親御さんもいましたね。選考はスタッフを7チームほどに分けて、皆でやりました。本気度に濃淡があり、個々のレベル差も大きいオーディションとなり、本当に大変でした。今は無事に終わり、ホッとしています。

一方、ワタナベエンターテイメントとのコラボレーションで数回開催した「最強歌少女オーディション」では、9歳〜14歳の、歌に自信のある子だけを対象に募集しています。応募者は少ないのですが本気度の高い人材が集まり、ハイレベルです。このオーディションからは、「Little Glee Monster」のメンバーも選ばれています。

このほか近年の実績としては、「KANA-BOON」もオーディションから出ていますし、「欅坂46」のオーディションにも関わっています。

新領域では、同人誌即売会などを巡る専門スタッフの発掘活動から「真空管ドールコレクション」というユニークなキャラクターを見出し、そのクリエイターと契約を結んでいます。現在、カードゲーム化して売出し中ですが、独自の世界観を活かして、ゲームアプリに展開しようとしています。非常に面白く、期待しています

また最近、SDグループが取り組み始めた活動に、特待生制度があります。オーディションを通じて、その場では決まらなかったけれど惜しい人材もたくさんいました。年齢に満たなかったり、荒削りだったり。今まで結果が出なければ、そこで関係が切れていましたが、やはりもったいない。そこで数年後を見据えた育成活動として、特待生制度を設けたんです。特待生は交通費やレッスン料を全額無料にして、常時20〜30名ほど在籍しています。3カ月1クールの発表会でチェックし、継続かどうかを判断する仕組みです。導入1年目で、結果が目に見えるのはまだ先のことですが、それを楽しみに取り組んでいます。

地方色を大事にしたTVオーディション

テレビを活用したオーディションでは、地方発・男性のエンタテイナーの発掘に取り組み、FBS福岡放送から「10神(てんじん)アクター」を送り出しました。主に舞台を中心に、歌も踊りもありつつ、バラエティ番組などで活動し実績を積んでいます。10月からは、福岡だけではなく、九州の他地域にも放送範囲が拡大しますので、まずは九州ナンバーワンのエンタテイナーの発掘をめざします。

この取り組みを好例に今、北海道の男子限定で、クリエイティブオフィスキューと組んでSTV札幌テレビ放送による「アオタガイ学園」というオーディションをスタートさせました。こちらは北海道を舞台に、新たなエンタテイナーの創出をめざしています。

各種オーディションは、どんな人材に育ってほしいかというゴールを意識した上で、適材適所に送り出せるようにしています。今後さまざまなコラボも活用しながら、広がるエンタメの各ジャンルに多種多様のアプローチをかけ、スター発掘に努めていく考えです。（談）

日本コロムビアでは今夏、同社初の本格的なアイドルオーディション「**コロムビアアイドルオーディション2015**」を開催した。オーディションの仕掛け人である同社ディレクターの貝塚翔太朗氏に、新企画が誕生した経緯から、そのねらいや特徴、現況、今後の展開などについて語っていただいた。

アイドルの新たなムーブメントをめざして

日本コロムビア株式会社
A&C本部 レーベル事業部 A&C第2・ビジネスユニット ディレクター 貝塚 翔太朗 氏

インディーズシーンで活動するライブアイドルたちの壮大なフィールドで

このオーディションを構想したきっかけは、およそ2年前に遡ります。私は当時、親会社である株式会社フェイスに出向していました。東京・南青山の社屋1階には、イベントスペース“FutureSEVEN”があります。稼働率アップの施策として、私がイベンターさんの協力を仰ぎながら、インディーズ系中心のアイドルイベントを開始しました。それが結構いい感触で、新しいビジネス・プラットフォームの着想が生まれたのです。

「音楽産業の新たな活路として、レーベル主導型の新しいアイドル・ムーブメントを作ろう。」

今はアイドル戦国時代といわれて久しく、まさに群雄割拠の状況です。メジャー、インディーズが入り乱れて非常に活気がある。アイドルの現場に身を置くと、そのフィールドの広がりに驚きます。地下アイドル、さらには地底アイドルと自ら称する子たちがいて、大きなインディーズのマーケットやアイドル文化が形成されています。インディーズやメジャーの垣根が無くなってきたと言われる一方で、多くの地下・地底アイドルと自称する子らにとっては、メジャーデビューは今なお、一つの大きな目標となっているんです。

アイドルは概ね事務所に所属し、事務所主導で、音楽活動や演劇活動、またバラエティ活動などに取り組むのが主流です。そこにレーベル主導の流れも持ち込みたいと考えました。アイドル志望者、アイドルファンの様々なニーズがある中で、音楽レーベルから魅力あるソリューションを届けられるんじゃないかと考えたんです。アイドル志望者にとって、CDの発売は今なお大きなモチベーションになっています。そこを当社の強みにしてアイドル志望者に訴え、テイストの合う子に来てもらいたい。デビューまでのプロセスの段階から、ファンの方と一緒になって盛り上げてもらい、アイドルとしての地位を確立していきたい。ある程度軌道に乗った後、事務所を交えた提携ビジネスの拡大へつなげていくといった流れです。

とはいえ、105年という歴史の中でも、当社はここまで大規模なアイドルのオーディションを行ったことがありません。まったく新しい試みですから、会社としては慎重でした。今年に入り吉田眞市社長はじめ経営陣と何度も意見交換を行いました。紆余曲折ありましたが、それを経てビジョンをより明確にし、ビジネス化へのプランニングを固めることができ、今年の7月からの実施にこぎ着けました。

見出していく喜びを作り出す

オーディションの募集期間は7月6日から8月31日までとし、9月に第一次審査（書類選考）を実施します。その後、10月、11月の第二次、第三次審査を経て12月に合格者を決定します。2016年春にはお披露目を行い、年末頃に当社からメジャーデビューを予定しています。

当社ウェブサイトのほか、第一興商「DAM★とも」のオーディション情報、白夜書房の「月刊Audition」誌とそのウェブ版などを応募の窓口としました。応募総数は順調に推移し、400名ほどになっています。応募者の中には既に地下アイドルやご当地アイドルとして活動している方も見られます。

活動のビジョンですが、まずは大体5人くらい、4人から7人の幅の小グループで始め、メンバーチェンジを経て新陳代謝しながらも長続きできるものにしていきたいと思っています。当初は当社直属でケアし、プロジェクトの拡大状況に応じて事務所との提携も進めていきたい。その時はメンバー一人ひとりを、それぞれ異なる事務所にお任せするのではなく、できれば一事務所で引き受けていただくのが理想です。

アイドルの将来性を考えると、やはり我々にないノウハウを持つ事務所のバックアップは重要です。我々は、事務所の助けになるアイドルの発掘・育成の流れを作り、お互いにWin-Winの関係を築ければ最高ですね。まずは私たちが第一の篩(ふるい)になって、アイドルの原石を見出し、テイストが合えば当社でデビューに持って行く。その一方で、当社には合わないけれども、他で道が開けそうな子は他のレーベルや事務所に橋渡しをする、というスタイルも出てくるでしょう。そうやって今回のオーディションが、10年後、20年後に業界でも信頼される、レーベル主催のアイドルの登竜門として定着していくのが理想です。

またファンに対しては、「ガチ感」といいますか、運営が作り込むのではない、リアルなアイドルの現場を見ていただけるようにし、アイドルとファンとの共感を大事にしたいと思っています。そこで、今回のオーディションでは、DeNAグループのSHOWROOM株式会社とのコラボにより、審査の模様を編集なしで生配信する予定です。また、デビュー候補者には、拙(つたな)くても自分で作詞してもらうなど、掛け値なしのアイドルの生のメッセージをファンに伝えていこうと計画しています。衣装や、ジャケットデザイン、グループ名、また新たに立ち上げるレーベル名に至るまで、メンバー自身で考えてもらい、そうして作り上げていきたい。歌詞を作るプロセスなども、ニコニコ動画で生配信し、視聴者参加型で作り込むような取り組みを考えています。この方法は、既に当社の他のアイドルで実施して、非常に好評でした。

このほか、楽曲についてはフェイスが運営する作家コンペのシステム「ARTISTCROWD」で一般公募し、作家の発掘・育成をすることもねらいとしています。

アイドルファンの世界は独特で、ファンがアイドルを見出すことに大きな価値が置かれます。私たちは、ファンの目線に沿い、アイドルを見出していく喜びをお届けしていきたい。そのためにもアイドルのリアルを等身大の形で伝えることを、しっかり追求していきます。握手会のイベントなども、「あっち向いてホイ」のような他愛のない遊びであっても、ファンが最大限に楽しめるものを取り入れ、小さな遊園地のような場を作っていければいいですね。

「伸びたら面白い子」に出会いたい

審査においては、現段階での歌やダンスの上手・下手には、まったくこだわりません。それよりも「この子が伸びたら面白いだろうな」と思えるかどうかを重要視します。未完成でもポテンシャルの高い子がいい。たとえば、デビュー前の下積みの時期、一生懸命にレッスンに励む姿を撮影して、それを将来特典映像として流した時などに、ファンに共感を持ってもらえるかどうかが重要な要素です。ファンの「見出す喜び」を、喚起するような子に出会いたい。

アイドルが、かわいくて、なおかつしっかり歌って踊れることをめざすのは当然のことです。その上での付加価値も評価したい。「デザインセンスがある」「服飾科で勉強している」といったクリエイティブな上積みのある子を評価して、ユニットの中に取り込んでいきたいですね。当社のオーディションが、いわばアイドル界のAO入試のような感覚で捉えられてもいいと考えています。

アイドルブームが少しでも長く続くことに寄与し、またブームが衰退しても、また新たなアイドルの活躍の芽が出た時に、いち早くアイドルシーンをリードできるよう、このチャレンジにしっかり取り組んでいきたいと思います。（談）

特 報 Special Report

2015年度CDレンタル店実態調査

当協会では、全国のCDレンタル店の実態調査（当協会調査員による訪店調査）を毎年実施しており、同調査は今年で32回目となる。

調査方式は店舗規模・業態を勘案したサンプル調査により、今年は全国925店（全店2,370店：2015年6月末現在）の訪店調査を行った。

CDレンタル店の店舗数と店舗面積

CDレンタルの店舗数は、1989年末の6,213店をピークに減少傾向にあり、今年は前年比7.9%減の2,370店となった。（図-1）

一方、店舗面積は前年比1.3%増の856平方メートルとなった。内訳は、CDレンタルが78平方メートル、DVDレンタルが318平方メートル、その他が461平方メートルである。（図-2）

また、CDやDVDのレンタル以外のサービスでは、ここ最近、書籍・コミックのレンタル・販売の兼業が増加傾向にある。

レンタル用CDの在庫状況

レンタル用CDの在庫状況は、アルバムを中心に引き続き増加傾向にある。シングルの1店舗当たりの平均在庫数は、1,142枚と前年比0.7%の増加、アルバムの平均在庫数は、18,708枚と前年比8.0%の増加となり、その結果、1店舗当たりのレンタルCD平均在庫数は、前年比7.5%増の19,850枚となっている。(図-3(a))

一方、調査店の合計を営業店数に換算して算出した総在庫数は、営業店舗数の減少の影響で、シングルで前年比7.4%減の2,706,929枚、アルバムで前年比0.5%減の44,337,291枚、シングル・アルバムの合計では、47,044,221枚と前年比1.0%減の減少となった。(図-3(b))

なお、CDの在庫規模による店舗数分布をみると、在庫数15,000枚以上の在庫店は、前年の58.3%から前年比5.9%増の64.2%となり、大型在庫店の比率が一層高まっている。(図-3(c))

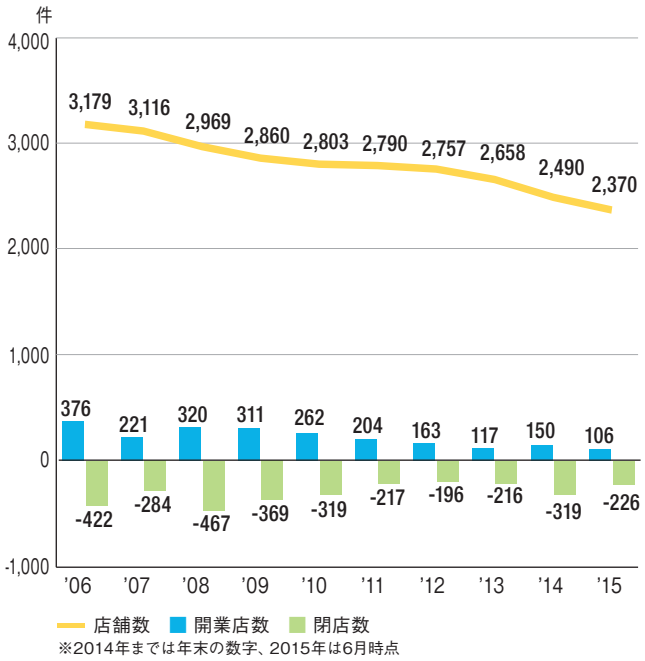
レンタル用ビデオの在庫状況

レンタル用ビデオの在庫数は、DVDは引き続き在庫数が増加し、前年比5.7%増の53,266枚となった。また、ブルーレイは在庫率が初めて100.0%に達し、在庫数は、前年比19.8%増の1,576枚となった。一方、ビデオテープの在庫率は更に減少し、前年の3.4%から2.1%となり、平均在庫数も前年比97.6%の289枚となった。(図-4)

調査概要

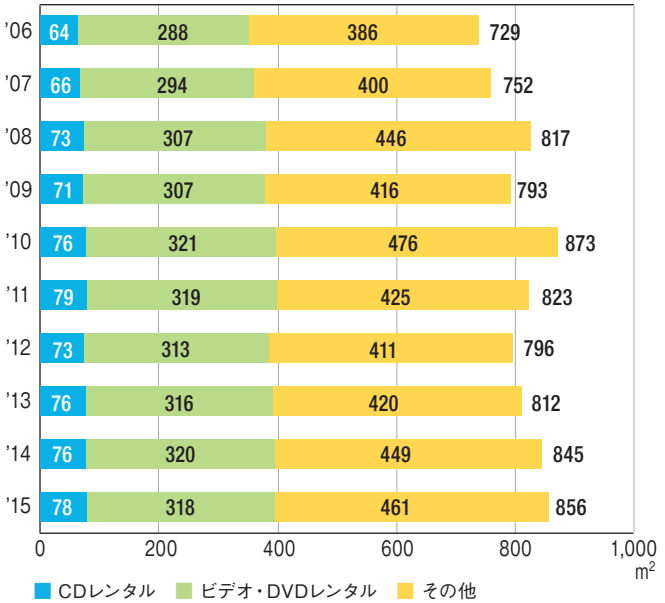
- 調査期間：2015年4～6月
- 調査方法：対象店舗への訪店調査
- 調査店数：925店
- 調　　査：日本レコード協会企画部調査室
- 留意事項：サンプル調査のため、在庫総数は調査結果を基に全店規模を推計した

■ 図-1：CDレンタル店舗数と開業・閉店の推移



※2014年までは年末の数字、2015年は6月時点

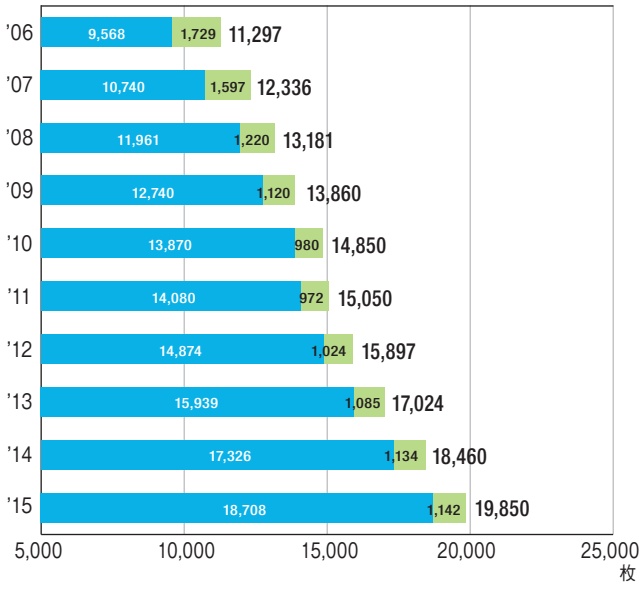
■ 図-2：店舗面積（1店舗平均）



※2006年以前は全店調査、2007年以降はサンプル調査

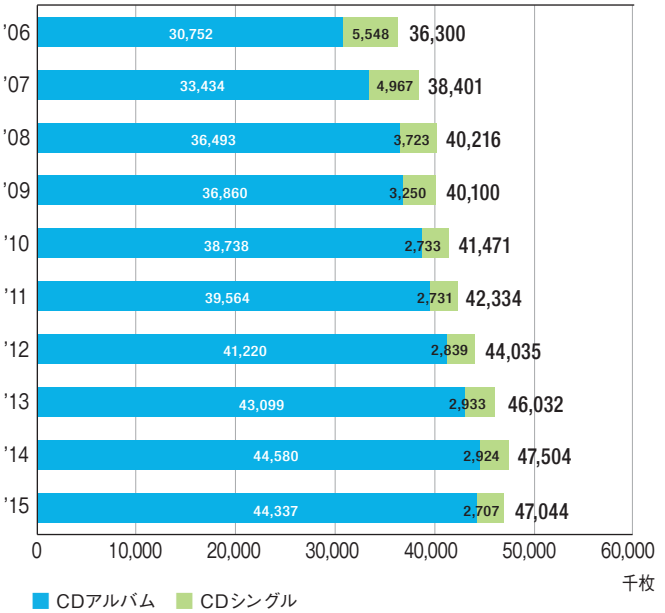
■ 図-3：CD在庫状況

(a) 1店舗平均在庫数



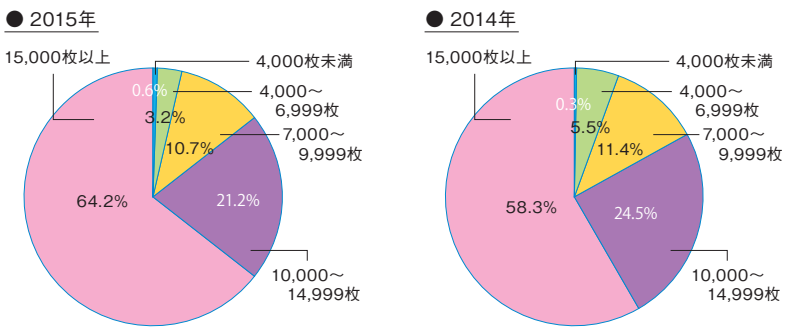
※2006年以前は全店調査、2007年以降はサンプル調査

(b) 総在庫数



※総在庫数は、1店舗平均×営業店数で推計
※2006年以前は全店調査、2007年以降はサンプル調査

(c) CD在庫規模別の店舗数分布状況



■ 図-4：ビデオ在庫状況

	2015年		2014年		平均在庫数前年比
	在庫率(%)	平均在庫数(枚)	在庫率(%)	平均在庫数(枚)	
ビデオテープ	2	289	3	296	98%
DVD	100	53,266	100	50,383	106%
ブルーレイ	100	1,576	99	1,315	120%

※平均在庫数は在庫店の平均

特 報 Special Report

平成 27 年度 一般社団法人日本レコード協会寄附講座 明治学院大学で開講

当協会は、9 月 22 日より「平成 27 年度 一般社団法人日本レコード協会寄附講座」を明治学院大学において開講した。

同講座は、次代を担う学生のクリエイティブビジネスに対する関心を高め、知的財産・著作権制度の重要性を理解してもらうことを目的として、1992 年より開始した。これまでにあわせて 6 大学で講座の寄附を行っており、明治学院大学での開講は昨年度に引き続き、2 年目となる。

本講座は、文学部芸術学科の 3-4 年生を中心に、文学部他学科・社会学部・経済学部・法学部・法科大学院などの学部学科生が対象。

音楽をはじめ、放送や出版などクリエイティブ産業の具体的なビジネスの内容や、それらを支える法制度（著作権）について、毎回、各界の第一線で活躍するゲスト講師による講義形式で授業を行う。

（特設サイト URL）http://www.mg-geika.net/endowed/index.html

平成 27 年度　明治学院大学「クリエイティブビジネスと著作権」講義シラバス（予定）

	月 日	テーマ	講　師
1	9 月 22 日	オリエンテーション	明治学院大学文学部芸術学科　名誉教授　樋口 隆一 明治学院大学文学部芸術学科　教授　古川 柳子
2	9 月 29 日	著作権制度の概要	明治学院大学大学院 法と経営学研究科　教授　飯田 浩司
3	10 月 6 日	レコード産業の構図と現状	一般社団法人日本レコード協会　会長　斉藤 正明
4	10 月 13 日	動画配信ビジネス	HJ ホールディングス合同会社　職務執行者社長　船越 雅史
5	10 月 20 日	音楽配信ビジネス	株式会社レコチョク　代表取締役社長　加藤 裕一
6	10 月 27 日	プロダクションビジネス	一般社団法人日本音楽事業者協会　会長　堀 義貴
7	11 月 10 日	カラオケビジネス	株式会社第一興商 執行役員　営業統括本部 エルダー事業開発部長　戸塚 圭介
8	11 月 17 日	アニメと音楽のコラボレーション	株式会社ランティス　代表取締役社長　井上 俊次
9	11 月 24 日	ライブ・コンサートビジネス	エイベックス・グループ・ホールディングス株式会社　特別顧問　北谷 賢司
10	12 月 1 日	広告ビジネス	株式会社博報堂ケトル　執行役員　プロデューサー　原 利彦
11	12 月 8 日	放送ビジネス	日本放送協会　編成局　コンテンツ開発センター　チーフ・プロデューサー　浜野 高宏
12	12 月 15 日	映画ビジネス	東宝株式会社　映像本部　映画調整部　契約管理室　室長　小野田 光
13	12 月 22 日	コンテンツをめぐる紛争	染井・前田・中川法律事務所　弁護士　前田 哲男
14	1 月 5 日	日本のコンテンツビジネス戦略	経済産業省　文化情報関連産業課（メディア・コンテンツ課）
15	1 月 12 日	出版ビジネス	株式会社講談社　デジタル・国際ビジネス局　局長　吉羽 治 株式会社講談社　デジタル・国際ビジネス局　担当部長　古賀 義章

＊火曜 4 時限（15:05 ～ 16:35）実施

日本レコード協会寄附講座

日本レコード協会は、創立 50 周年事業の一環として、1992 年より寄附講座を開設した。これまでの実施内容は以下のとおり。

大学名	実施年	講座名	担当教員
青山学院大学	1992 年～ 2002 年	レコードと法　他	半田 正夫　教授
早稲田大学	1992 年～ 1994 年	著作権法と技術メディアの発展　他	土井 輝生　教授
	2004 年～ 2007 年	コンテンツビジネスと著作権	鎌田 薫　教授 高林 龍　教授
慶應義塾大学	2007 年～ 2009 年	クリエイティブ産業研究Ⅰ・Ⅱ	美山 良夫　教授
立教大学	2008 年～ 2010 年	音楽ビジネスと法	砂川 浩慶　准教授
横浜国立大学	2011 年～ 2013 年	コンテンツビジネスと法	川瀬 真　教授
明治学院大学	2014 年～	クリエイティブビジネスと著作権	樋口 隆一　教授 飯田 浩司　教授 古川 柳子　教授

第18回

ヒットの裏側

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。

日本の原風景と美しい言葉にこだわって

塩崎 喬（しおざき・たかし）氏
当時の役職：ワーナー・パイオニア株式会社　ディレクター・プロデューサー

原点は、ザ・ピーナッツと飛騨の高山

大学卒業後、渡辺プロダクションに入社した私は、ザ·ピーナッツを担当する幸運に恵まれました。私の知る限り、彼女たちを超える歌手はいまだにいないと思っています。ザ·ピーナッツから得た経験は計り知れません。また、「シャボン玉ホリデー」「ザ·ヒットパレード」等の番組を担当する中で、秋元近史·すぎやまこういちさんといった名プロデューサーから、クリエイティブの楽しさと素晴らしさを学びました。これが数年後、ワーナー·パイオニアのディレクターとして活動する上で、どれほど役立ったことか。

「声」と「言葉」にこだわり抜く

当時のディレクターは大きく２つのタイプに分かれていました。全面的にノーチェックで作家に任せるタイプが半分。残りの半分は、自分のやりたいテーマを作家にぶつけて曲作りをするタイプです。私はといえば、極端な後者でした。こだわりを貫くために無理難題を言うこともしばしばで、作家からすれば、不遜なディレクターに映ったことでしょう。歌手にも相当厳しかったと思います。今思えば、「もう少しソフトなやり方もあったのでは」という反省も多々ありますが、不思議と後悔はありません。それは、自分の価値観にこだわって、結果が出た時の喜びがすべてを解決してくれると信じていたからです。周囲から雑音が聞こえても、「知る人ぞ知る」の考えで、自分流を貫きました。

制作の上で、私が特にこだわったのは「声」と「言葉」でした。「声」を例にすると、小柳ルミ子や狩人は良声でしたが、個人的にハスキーボイス系の声に、より魅力を感じていました。ざらついた、個性的な声は制作意欲を喚起してくれる。幼い頃、母がラジオから流れて来る歌声を聴いて、「この人、一声千両ね」と言ったことを、何故かよく覚えています。「一声千両」とは、その字のとおり、千両ほどの価値がある声のこと。私はまさに、そんな歌い手を追い求めていました。この声でどんなテーマを歌わせようか、というワクワクした思いが常にありました。

そして「言葉」についてですが、私が手がけた曲には日本の原風景や旅情をテーマにしたものが多くあります。『わたしの城下町』『瀬戸の花嫁』『北国行きで』『石狩挽歌』『あずさ２号』。そして、『ジョニィへの伝言』は無国籍ですが、私の中では土の匂いのするフォスターをイメージにした曲です。これは、自然いっぱいの飛騨高山で過ごした少年時代の思い出がその原点となったのかもしれません。いつからか「国鉄ディレクター」と呼ばれ、実際に（旧）国鉄から感謝状を頂いたことも、私のささやかな誇りです。

そして、何よりも貴重な出会いとなったのが、さだまさし（グレープ）です。旅先の長崎放送で聴いた、彼らのデモテープが出会いのきっかけでした。彼の歌が紡ぎ出す光景は、爽やかな、せせらぎを思わせる、まさに日本の原風景そのもの。また、言葉の美しさと響きにも魅了されました。今でも私にとって、さだまさしは格別の存在です。

現役ディレクターの皆さんに向けて

少し気恥ずかしい話ですが、当時自分自身や後輩によく「ヒット曲で日本列島を震撼させろ!」と檄を飛ばしました。ヒット曲作りは、金山（きんざん）を掘り当てるようなものです。いい意味での山っ気と気概が必要です。

しかし、いつからかレコード会社には、「バジェット」と「リクープ」という単語が飛び交うようになりました。限られた予算で確実な回収を求められる中では、むやみにリスクのある勝負は難しい。こうした空気が、ディレクターたちの鋭さや色気を殺ぐ要因になっている気がします。

最後に、阿久悠さんの名言、「歌の値打ちは時代にある」をご紹介して締めくくりとします。願わくば、時代を代表する、そして人々の思い出に残る作品を世に出してもらいたいと思います。また、レコード会社には、若いディレクターたちをバックアップする環境をぜひ整えてほしいですね。（談）

担当アーティスト

小柳ルミ子、ペドロ&カプリシャス（髙橋真梨子）、朱里エイコ、北原ミレイ、狩人、いずみたくシンガーズ、西島三重子、辺見マリ、平山三紀、さだまさし（グレープ）発掘プロデュース　など多数

2015年8月度レコード生産実績

8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89%の1,604万枚・巻、金額で同80%の158億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比93%の1,276万枚・巻、金額で同81%の122億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比77%の328万枚・巻、金額で同76%の36億円となっている。

● オーディオレコード

（数量:千枚・巻/金額:百万円）

		8月実績						2015年1月～2015年8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	2	0	29%	1	0	30%	22	0	117%	13	0	100%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	291%	0	0	287%
	計	2	0	31%	1	0	32%	22	0	118%	13	0	101%
12cmCDシングル	邦	5,371	42	103%	4,113	34	106%	38,476	34	105%	28,535	24	106%
	洋	0	0	0%	0	0	0%	36	0	6%	15	0	4%
	計	5,371	42	103%	4,113	34	105%	38,512	34	104%	28,550	24	104%
シングル計	邦	5,373	42	103%	4,114	34	105%	38,499	34	105%	28,548	24	106%
	洋	0	0	1%	0	0	0%	36	0	6%	15	0	4%
	計	5,373	42	102%	4,114	34	105%	38,535	34	104%	28,563	24	104%
12cmCDアルバム	邦	5,808	46	91%	6,463	53	72%	58,711	52	108%	77,662	64	104%
	洋	1,442	11	76%	1,399	11	76%	14,423	13	71%	13,584	11	71%
	計	7,249	57	88%	7,861	65	73%	73,135	65	98%	91,246	75	97%
CD計	邦	11,180	88	97%	10,577	87	82%	97,210	86	107%	106,210	87	104%
	洋	1,442	11	74%	1,399	11	75%	14,459	13	69%	13,599	11	69%
	計	12,622	99	93%	11,976	98	81%	111,669	99	100%	119,809	99	99%
アナログディスク	邦	48	0	574%	79	1	652%	253	0	310%	434	0	294%
	洋	18	0	38%	24	0	22%	164	0	134%	272	0	128%
	計	65	1	119%	103	1	84%	417	0	205%	706	1	196%
カセットテープ	邦	57	0	77%	47	0	77%	566	1	78%	473	0	80%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	158%	0	0	118%
	計	57	0	77%	47	0	77%	566	1	78%	473	0	80%
その他	邦	6	0	49%	8	0	42%	108	0	74%	160	0	84%
	洋	13	0	173%	32	0	211%	125	0	96%	275	0	97%
	計	19	0	97%	40	0	115%	233	0	84%	435	0	92%
合計	邦	11,291	88	97%	10,711	88	83%	98,137	87	107%	107,277	88	104%
	洋	1,473	12	74%	1,455	12	73%	14,748	13	69%	14,147	12	70%
	計	12,764	100	93%	12,166	100	81%	112,885	100	100%	121,424	100	99%

● 音楽ビデオ

		8月実績						2015年1月～2015年8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	2,745	84	72%	2,342	65	63%	29,105	80	96%	29,710	65	90%
	洋	68	2	35%	77	2	44%	722	2	60%	881	2	67%
	計	2,814	86	70%	2,419	67	62%	29,827	82	94%	30,591	67	89%
ブルーレイディスク	邦	431	13	165%	1,143	32	143%	6,598	18	161%	14,909	33	133%
	洋	32	1	291%	44	1	88%	140	0	143%	286	1	100%
	計	463	14	170%	1,187	33	140%	6,738	18	161%	15,195	33	132%
テープ・その他	計	0	0	0%	0	0	0%	1	0	69%	2	0	65%
合計	邦	3,176	97	78%	3,486	97	77%	35,703	98	103%	44,621	97	101%
	洋	101	3	49%	121	3	54%	862	2	66%	1,167	3	73%
	計	3,277	100	77%	3,606	100	76%	36,565	100	102%	45,788	100	100%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

		8月実績						2015年1月～2015年8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		12,764	80	93%	12,166	77	81%	112,885	76	100%	121,424	73	99%
音楽ビデオ計		3,277	20	77%	3,606	23	76%	36,565	24	102%	45,788	27	100%
合計	邦	14,468	90	92%	14,197	90	81%	133,840	90	106%	151,898	91	103%
	洋	1,574	10	71%	1,575	10	71%	15,610	10	69%	15,314	9	70%
	計	16,041	100	89%	15,772	100	80%	149,451	100	100%	167,212	100	99%

● ビデオレコード（含音楽ビデオ）

	8月実績						2015年1月～2015年8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	5,872	69	84%	6,472	52	69%	48,726	75	92%	64,144	61	82%
ブルーレイディスク	2,586	31	175%	5,926	48	155%	16,167	25	115%	41,504	39	107%
テープ・その他	0	0	74%	0	0	121%	1	0	74%	3	0	72%
合計	8,458	100	100%	12,398	100	94%	64,894	100	97%	105,651	100	91%

● オーディオ/ビデオレコード合計

	8月実績						2015年1月～2015年8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	12,764	60	93%	12,166	50	81%	112,885	63	100%	121,424	53	99%
ビデオレコード計	8,458	40	100%	12,398	50	94%	64,894	37	97%	105,651	47	91%
合計	21,222	100	96%	24,564	100	87%	177,780	100	99%	227,075	100	95%

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。

GOLD DISC

2015年8月度

音楽ソフト

シングル

邦楽	ミリオン	ハロウィン・ナイト	AKB48	2015.08.26	キングレコード
	ダブル・プラチナ	前のめり	SKE48	2015.08.12	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	プラチナ	前向きスクリーム！	関ジャニ∞	2015.08.05	ジェイ・ストーム（インフィニティ・レコーズ）
		I am a HERO	福山 雅治	2015.08.19	ユニバーサル ミュージック
	ゴールド	24karats GOLD SOUL	EXILE	2015.08.19	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Hard Knock Days	GENERATIONS from EXILE TRIBE	2015.08.12	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Oh my wish ！／スカッとMy Heart ／今すぐ飛び込む勇気	モーニング娘。'15	2015.08.19	アップフロントワークス（ゼティマ）

アルバム

邦楽	ミリオン	PLANET SEVEN	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.01.28	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	ゴールド	シングルコレクション<1986 ～ 1991>	徳永 英明	2003.02.27	ユニバーサル ミュージック
洋楽	プラチナ	アップ・オール・ナイト	ワン・ダイレクション	2012.08.08	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）

ビデオ

邦楽	ゴールド	東方神起 LIVE TOUR 2015 WITH	東方神起	2015.08.19	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ

※日付は発売日

有料音楽配信

シングルトラック

邦 楽

2ミリオン	Ti Amo	EXILE	2008.09.10	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
ミリオン	I Wish For You	EXILE	2010.10.06	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
ダブル・プラチナ	FANTASTIC BABY	BIGBANG	2012.03.28	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
プラチナ	紅 (シングルヴァージョン)	X JAPAN	2007.12.12	ソニー・ミュージックダイレクト
	虹	コブクロ	2009.04.15	ワーナーミュージック・ジャパン
ゴールド	RE：I AM	Aimer（エメ）	2013.03.27	ソニー・ミュージックレーベルズ（SME レコーズ）
	夢をあきらめないで	岡村 孝子	2001.06.20	ソニー・ミュージックダイレクト
	初恋	奥 華子	2010.03.10	ポニーキャニオン
	ばらの花	くるり	2001.01.24	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	ロマンスがありあまる	ゲスの極み乙女。	2015.06.17	ワーナーミュージック・ジャパン
	Summer Madness	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.07.08	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	PLAYBACK	JUJU	2015.07.08	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）
	Rollin' Days	Superfly	2011.05.18	ワーナーミュージック・ジャパン
	Sunny Day Sunday	センチメンタル・バス	2004.02.26	ソニー・ミュージックダイレクト
	あー夏休み	TUBE	2004.02.26	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）
	爆走夢歌	Diggy ー MO'	2008.12.03	ソニー・ミュージックレーベルズ（SME レコーズ）
	Life goes on	Dragon Ash	2009.06.10	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	いつかきっと	ナオト・インティライミ	2015.04.01	ユニバーサル ミュージック
	ありがとう Forever. . .	西内 まりや	2015.05.06	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	SISTER	back number	2015.05.27	ユニバーサル ミュージック
	database feat. TAKUMA（10-FEET）	MAN WITH A MISSION	2013.10.09	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）

洋 楽

ゴールド	キス・ミー	シックスペンス・ノン・ザ・リッチャー	2005.09.14	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
※※※3ミリオン以降、100万毎に認定

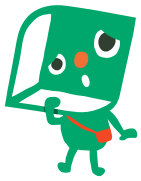
協会からのお知らせ

10月20日から22日の3日間、コンテンツの垣根を越えた国際見本市「Japan Content Showcase 2015」が開催されます。今年で4回目の開催となる「Japan Content Showcase」は、映像・音楽・アニメーションの国際見本市を集約し、コンテンツの垣根を越えたアジアを代表するコンテンツマーケットです。東京国際ミュージックマーケット（TIMM）、TIFFCOM 2015 Marketplace for film & TV in Asia、東京国際アニメ祭2015秋（TIAF）との合同マーケットとして、開催されます。

「Japan Content Showcase 2015」ならびに「TIMM」の詳細は随時、以下ページをご確認下さい。

Japan Content Showcase 2015
公式サイト　http://www.jcs.tokyo/ja/

東京国際ミュージックマーケット（TIMM）
公式サイト　http://www.timm.go.jp/jp/



エルマークキャラクター
エルマーくん

THE RECORD No.671　2015年10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10月19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

最近話題の、最小限な身の回りのモノで暮らす「ミニマリスト」。ときめくか否かの判断基準で片づけを行う近藤麻理恵さんの著書は、もはや日本のみならず世界的にブームとなっていますが、モノといかに付き合っていくかは文明に生きる人間の宿命とも言えます。
モノを減らすことは防災の観点からも必要かもしれないなどと思っていた矢先、ついにアナログプレーヤーを注文してしまいました。ミニマリストへの道は険しそうです。（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（http://www.riaj.or.jp/）のお問い合せページよりお寄せください。