

May
2015

The Record

vol.666

若手社員座談会「作り出せ、私たちの未来のヒット」
第5回香港アジア・ポップミュージックフェスティバル
(HKAMF) 開催



®

RIAJ
Recording Industry Association of Japan

Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
若手社員座談会 「作り出せ、私たちの未来のヒット」.....	3
特報	
「ミュージック・ジャケット大賞 2015」 一般投票実施	7
RIAJ・JAS と山野楽器銀座本店で 第 11 回音のサロンを開催	8
第 62 回 RIAJ セミナー 「新人社員合同研修会・懇親会」開催.....	9
第 5 回香港アジア・ポップミュージック フェスティバル (HKAMF) 開催.....	11
ヒットの裏側	12
Monthly Production Report	13
GOLD DISC	14

3/21

ACA、日本橋ストリート フェスタ2015にブース出展

3月21日、大阪市の日本橋筋商店街にて開催された「第11回日本橋ストリートフェスタ2015」に、当協会が加盟する不正商品対策協議会(ACA)が「許さない! 偽ブランド・海賊版・違法ダウンロードPRブース」を設置し、来場者への啓発活動を実施した。

「日本橋ストリートフェスタ」(以下、ストフェス)は、ものづくりやポップカルチャーの集積地である日本橋エリアおよび周辺地域のPR、大阪経済の活性化を目的としたもの。当日は日本橋筋商店街に面した周辺道路が歩行者天国となり、沿道でパレードやステージが多数開催される大阪の春の一大イベントである。第11回となる今回は、来場者が25万人にも上り、大盛況となった。

このたびACAは、海賊版ソフトなどの撲滅に取り組む日本橋商店街とタイアップを行い、ストフェス内にPRブースを設置。本物・偽物を当てるクイズを実施し、クイズ参加者全員に限定ノベルティを配布した。またオリジナルコスプレを着用したコンパニオンとの撮影会を実施するなど、約3,000名の来場者に対し効果的な啓発を行った。



3/25

ACA総会開催

3月25日、東京都千代田区の大手町サンケイプラザにおいて、当協会が加盟する不正商品対策協議会(ACA)の第30期定時総会が開催された。総会では、2014年度事業報告および決算報告、今期の役員・顧問の選任ならびに2015年度事業計画および収支予算が承認された。



3/27

臨時総会開催

3月27日、当協会は臨時総会を開催し、2015年度事業計画書案および収支予算書案が承認された(事業計画の詳細は、先月号にて掲載済み)。



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

著作権保護・促進センター (CPPC) 2014年度削除要請実績

当協会の違法対策専任組織である「著作権保護・促進センター(CPPC=Copyright Protection and Promotion Center)」は、このたび昨年度1年間の違法音楽ファイル等の削除要請実績を取りまとめた。



2014年度にCPPCが行った削除要請件数は、**92万3,563件**で、前年比113%の増加となった。当協会は今後も、違法ダウンロードの温床となる違法アップロード行為を撲滅するため、国内外問わずインターネット上に蔓延する違法音楽配信へ、積極的に対策を講じていく。

イギリスの音楽見本市「ザ・グレート・エスケイプ」にてジャパン・ショーケース・ライブ「JAPAN RISING」今年も開催



一般財団法人音楽産業・文化振興財団 (PROMIC) は、2015年5月14日から16日にかけてイギリスで開催される音楽見本市「ザ・グレート・エスケイプ」において、ショーケースライブ「JAPAN RISING」を実施する。

「ザ・グレート・エスケイプ」はロンドン近郊の都市ブライトンで行われ、2006年の立ち上げより全世界から高い評価を受けているミュージック・マーケット。世界各国から選りすぐられた400アーティストが、ブライトン市内の35のクラブでその腕を競う。

今年で2回目の開催となる「JAPAN RISING」には、2014年の東京国際ミュージック・マーケットにも出演し、このライブと同時にヨーロッパ・リリースを行う**パスピエ**、今年のSXSWに出演、フランスやアジア各国での公演経験もある**moumoon**、ヨーロッパを中心に世界で活躍し、環境音や日常音などを録音・編集し楽曲を構築するサウンド・クリエイター、**YOSI HORIKAWA**、シューゲイズポップを奏でる4人組、**taffy**の4組が出演する。

当協会は、「JAPAN RISING」の趣旨に賛同し、協賛・後援を行っている。

[JAPAN RISING showcase at THE GREAT ESCAPE]

主催：一般財団法人音楽産業・文化振興財団 (PROMIC)

協賛・後援：一般社団法人日本レコード協会

協力：ワーナーミュージック・ジャパン株式会社、エイベックス・マネジメント株式会社

日時：2015年5月16日 (土) 13:00～

会場：Queens Hotel (イギリス・ブライトン)

出演アーティスト：taffy、パスピエ、moumoon、YOSI HORIKAWA

さらに、パスピエとmoumoonは5月13日 (水) にロンドンのクラブ・The Pipelineでキックオフのショーを実施。

URL：<http://greatestescapefestival.com/>

RIAJ2015年5月度理事会議案

■ 審議事項

1. レンタル問題協議会における交渉の今後の方向性について
2. PROMIC「JAPAN RISING (The Great Escape)」「J-POP SUMMIT」協賛および名義使用依頼

■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件
 - (1) MPA「MIDEM / JAPAN STAND 2015」後援および助成金依頼
 - (2) CDV-JAPAN「ショップコンテスト 2015」後援依頼
 - (3) 内閣府「平成27年度『青少年の非行・被害防止全国強調月間』」協賛依頼
 - (4) 日本民謡協会「第28回日本民謡フェスティバル 2015」協賛依頼
2. 法制委員会関係報告
 - (1) コミュニティ放送局からの訴訟提起の件
 - (2) 総務省・海外番販実証実験について
 - (3) MPAとの貸し使用料精算分配協議について
 - (4) 私的録画補償金管理協会 (SARVH) の解散について
3. マーケティング委員会関係報告
 - (1) 連奏型試験機の導入支援に関する需要拡大施策予備費からの支出について
4. その他
 - (1) 音楽文化振興議員懇談会総会 (4/17) 報告
 - (2) 使用料分配の年間スケジュールについて
 - (3) 武蔵野市美術大学からのレコード・ジャケット画像使用依頼について

●●●当協会役員人事●●●

■ 新任 (4月10日付)

[理事]

吉田 眞市

日本コロムビア株式会社 代表取締役社長

■ 新任 (4月1日付)

[顧問]

原 康晴

日本コロムビア株式会社 取締役副会長

■ 退任 (3月31日付)

[理事]

原 康晴

日本コロムビア株式会社 代表取締役社長

若手社員座談会

「作り出せ、私たちの未来のヒット」

Round-table
talk !!

今月号では、勤続3～5年目のレコード会社若手社員をお招きし、座談会を実施。入社前後に感じたギャップ、現在の仕事のやりがいや苦勞、働く中で見えてきた今後の課題から将来の目標までを、熱く語っていただいた。



川崎 たみ子 氏

ユニバーサル ミュージック合同会社
インターナショナル制作編成本部
2011年EMIミュージック・ジャパン入社。
宣伝部を経て、洋楽部門でA&Rを担当。



関根 幸奈 氏

日本クラウン株式会社
制作宣伝本部 プロモーション部
2013年入社。J-POPの宣伝担当。



谷田部 和美 氏

エイベックス・ピクチャーズ株式会社
映像制作部 映像制作課
2011年入社。
人事部門を経て、映像制作に転じる。



“作る側” の魅力

レコード会社に入ろうと思ったきっかけと、現在の仕事についてお聞かせください。

川崎 小さい頃からピアノや打楽器をやってきて、ミュージシャン志望だったんです。思春期をアメリカで過ごし、当地で音楽大学を目指したんですが911テロの影響で帰国しました。日本では大学に通う傍ら、レコード店でアルバイトしたり、バンド活動に励んだり音楽漬けの生活でした。店舗アルバイトを通じて、自分のものではなくても音楽を広める仕事っていいなと思いました。在米時代から洋楽が好きで聴いていたんですが、日本のチャートは洋楽が少ない。素晴らしい洋楽を聴かないで死んでいくのは日本人にとって残念なこと。洋楽の制作に携わり、オリコンのトップ10に送り出したいと思ってレコード会社を志望したところ、好きなアーティストが多かったEMIに入社できました。

谷田部 「いい洋楽を聴かすには死ねない」、いきなり名言が出ましたね（笑）。

川崎 当初一年ほど洋楽の宣伝でラジオとCS放送を担当した後、制作に移りA&Rとして洋楽の国内盤を制作する仕事に携わっています。

関根 制作への異動時期が早いんですね。大抜擢じゃないですか。

川崎 たまたまポストが空いたんです。宣伝も好きで未練もありましたが、この時を逃すといつ制作に移れるかわからないと思い決断しました。

谷田部 私は音楽の縁ではなくて、中学時代に深田恭子とウォンビンが共演した日韓ドラマ「フレンズ」を見たことがきっかけです。ウォンビンのかっこよさに惹かれ、また韓国の文化に興味を持つようになったんです。

川崎 ウォンビン、かっこいいですよ。私も大好きです（笑）。

谷田部 その後ヨン様に代表される韓流ブームを経て韓国にハマり、東方神起ほか韓流スターの動向にも詳しくなり

ました。韓国の大学を卒業後、韓国の音楽や映像コンテンツを日本に紹介する仕事に携わりたいと思っていたところ、エイベックスの事業を知りました。ここしかないという感じで受け、採用に至りました。人事部門をしばらく経験してから、念願の韓流の映像作品を買い付ける部門に配属がかない2年経ちました。ウォンビンにはまだ逢えていないんですが…。

関根 楽しみは後に…。モチベーション上がりますよね(笑)。私は、高校時代はバンドでギターを弾き、大学ではヒップホップダンスを始めて、ずっとエンタテインメントに関わっていたんです。でも自分はプレイヤー向きじゃないと分かって、コンテンツを生む方が向いていると思い就職活動を始めました。レコード会社の採

用時期は遅く、他業種も受けていた私は先にレコード会社以外で内定を頂きました。決断を迫られ迷っていた頃、とあるフェスを観に行き、ずっと大好きな歌手がゴンドラで回っているところで目が合ったんです。その瞬間、ビビッときました。自分はこっち側だ、作る側で仕事しようと決意して、見通しのない状態でレコード会社を受けました。日本クラウンの面接では、珍しいですが面接官の自己紹介もあり、温かい会社だなという印象を受けました。リラックス出来て、社長の前で思い切ってやった一発ギャグも受け晴れて採用となりました。以後、J-POPの宣伝を担当しています。

谷田部 ライブは本当にいいですね。あの瞬間に、私も頑張ろうって思えます。



良きライバルの仲間たち

入 社後に驚いたことや、会社のアピールポイントをご紹介いただけますか。

川崎 合併には驚きました。EMIの社風が好きで慣れていたので、戸惑いもありましたね。EMIはどちらかというと音楽愛だけで生きているタイプの人が多くて、アーティストもじっくり育成する雰囲気がありました。ユニバーサルはパワーがあって新しいことにチャレンジする色合いが濃く、正直なところ最初は馴染めなかったんです。でも社員は皆いい人ばかり。逆にここで、自分がないものを吸収しようと思い直しました。今は染まってきたのかな。

谷田部 例えばアクセサリーの金属音を響かせながら^{かっほ}茶髪の男性がいるとか、「エイベックスは派手」と、聞いていた“THE ギョーカイ”のイメージ通りのところもあります。一方で数字や実績に細かい、堅実な考え方が浸透しているので驚かされました。

関根 弊社は面接のイメージ通りでした。社員数100名ほどなので、皆の顔も仕事の内容も分かる。少人数制のいいところはありますね。アーティスト一人ひとりを大事にする気風もあります。デビューしたての新人とも、関わるスタッフ皆で食事会を催し、現場との風通しを良くしています。「皆で売っていくぞ」感があります。

川崎 うらやましい。弊社はアーティストが多いので、どうしてもリリースのタイミングに集中することが多くなりがちです。

良い点としては、一度方針が決まったら、部門を越えて一致団結するところ。その団結力、パワーはすごいと思います。

谷田部 弊社もビッグ・アーティストに集中する傾向はあります。

川崎 エイベックスさんは、常に先駆的なイメージもありますよね。

谷田部 今はデジタルとライブをキーに事業を育てようとしています。一つのコンテンツを360度でビジネス展開し、広げる点に力を入れています。

関根 360度展開を目指すという点では弊社も同じですね。

川崎 業界全体がそう動いていると思います。

谷田部 弊社の良さは、一つのコンテンツを多方面に広げているところ。映像編集等の専門職以外は、業務のローテーションも頻繁で、2、3年で動く。音楽に限らず、エンタテインメント全体に関わって仕事をしたい人には嬉しい職場だと思います。

関根 刺激的ですね。宣伝担当もエイベックスの方は独特の雰囲気があるってすぐ分かります。

谷田部 女子は倅田来未と浜崎あゆみで育ったギャル系が多いんですよ(笑)。



川崎 私が宣伝担当だったときに知り合ったエイベックスの方もそうでした。宣伝は会社を越えた横のつながりがあります。

関根 他社の方々とすごく関わりますよね。知り合いが増えるし、本当はライバルですが情報交換しながら助け合いもある。

川崎 皆一緒に集まって、サークルみたいなノリでプロモーションやブッキングをやったりしていました。

谷田部 新人の頃は自分の仕事で精いっぱいでありあまり周囲を見ませんが、人脈を得る意味でもそういうつながりは大事にしたい。今になるとそう思います。

関根 業界内の転職が多いのもビックリポイントですよ。

川崎 弊社も各社からの転職組が多くて、新卒からの人は少ない。キャラの濃い人が集まっています。

関根 以前の会社の上司の引き合いで来る人も多いですね。弊社にもユニバーサルさんからの人が結構います。同業他社と一番バチバチ火花を散らさない業種じゃないでしょうか。ライバルだけど同期だよ、という感じ。他業種の友人に話すと非常に不思議がられます。



一番のテーマはヒットを作ること

今の仕事で苦勞、工夫している点や、今後のテーマをお聞かせください。

関根 ヒットを作らなきゃいけないね。

谷田部 そうですよ。何かとつながりがないと、広がりも生まれません。

関根 過去のカatalogばかりクローズアップされるんじゃないかと、最新のヒットチャートにもパワーがあるところを見せたい。

川崎 最近のヒットが少ないからカラオケでも昔の歌が歌われています。

谷田部 カラオケで思い出しました。「妖怪ウォッチ」は弊社のビッグ・コンテンツに育ったんですが、当初あんなに伸びるとは誰も思っていなかったんです。でも一つヒットが出ると、皆一丸になって雰囲気も良くなります。モチベーションも上がり、いいアイデアもどんどん出てくる。ヒットを生むのは大変ですが、出れば好循環します。

関根 分かります。いい風が吹きますよね。

谷田部 私の手がける韓流コンテンツは、昨年あたりからガー

ンと落ちています。そんな中で、従来の放送やパッケージ化を経て、との流れではなく、配信を先行したりと工夫しています。すると反応も良いですね。工夫しないと売れなくなってきた。「売れないのはしょうがない」じゃなくてどうするかが求められますね。新人アーティストの育成も同じ状況ではないでしょうか。

関根 弊社は育ったアーティストが他社に移籍してしまうことがあるのが難しいところです。海外展開したいというニーズが多く、円満な移籍なんですけれども、弊社はドメスティックな企業で、国内、特に北島三郎はじめ演歌が強い。演歌好きには天国ですね。

川崎 演歌、詳しいんですか？

関根 一時期、演歌の担当もやりました。すごく温かみがあって独特です。愛情にあふれた世界だなと思いました。

川崎 グローバル市場だと、各国の市場ニーズのギャップが難しいですね。ケイティ・ペリーを担当していますが、アメリカ等で200万枚売れても日本では頑張っても15万枚。どうしてもっと売れないんだと本社から言われます。でも日本の洋楽シェアが落ちている中で、欧米と同様に売るのは難しい。私はサム・スミスも担当していますが、苦勞しましたね。非常に良いアルバムを出して、世界で売れて部内

でも評判が良かった。でも日本で売るのは難しいだろうな、担当になりませんように、と祈っていた矢先に担当になりました（笑）。ロック好きの私にとって、ジャンルもあまり馴染みがない。どうやったら売れるのか毎日考えてもアイデアが浮かばない。そんな中、「担当が好きにならないでどうする、会いに行け」と上司から背中を押されてロンドンまで会いに行きました。結果、ライブで見たら良すぎて泣いちゃったんです。本人もすごく良い人で俄然やる気が出ました。グラミー受賞を予想した来日プランなどで、何とか少しはブレイクできたかな、と思っています。イギリスでは彼のような実力派アーティストがどんどん生まれている。日本に広めるのは難しいことが多く、市場の差を見極めた展開には苦勞が付きまといますね。また、今はロンドン、ロサンゼルス、ニューヨークの海外拠点と連携していますが、時差がある中でビジネスを回す難しさもあります。でも、大変ですが楽しい職場でもあります。

谷田部 市場のギャップは私も感じます。日本と韓国で流行っているもののギャップがあると導入が難しい。日本の韓流ファンには圧倒的にラブコメが求められるんですが、韓国ではなぜか今は二重人格ものブーム（笑）。かといって新作を待つ韓流ファンに対し、何も持っていないという選択肢はないので悩みどころです。

関根 私が思うギャップは、音楽業界での盛り上がりとユーザーの盛り上がりの差ですね。これは全レコード会社に共通する悩みじゃないでしょうか。私も川崎さんもそうですが、業界ではコアな音楽ファンが多数派ですよ。特に制作はこだわりを持った人が多い。担当者が気に入って社内でもこれ良いねとなって、いざ出してみたところ思ったほど反応が得られないケースがある。

川崎 私は音楽に関係のない友人が知っているかどうか、その反応を指針にしています。

関根 その反応が良ければヒットの兆しが見えますね。

川崎 邦楽の新人発掘部門に同期がいるんですが、セクショの違う私に、たまに見てほしいと言ってくる場合があります。すぐに良さは分からなくても、何か一つ光るものが見えた新人がうまく育つこともありますね。逆に、社内も業界のライターも一押しで準備した実力派が伸び悩むこともある。怖いですよ。

関根 音楽番組が減っているのも寂しいし、一般の視聴者にどれだけ見られているかも疑問があります。業界では

新人がMステに出ると盛り上がりますが、一般の方にはぴんとこない。そのギャップもある。

谷田部 業界の内部評価のままで計れなくなっていますよね。

音楽以外にエンタテインメントが分散する時代で、難しい環境にあるのでしょうか。

川崎 昨年からポップ・ロックバンド5 Seconds of Summerを担当しています。彼らが来日できない中で、中心ファン層の女子中高生をどう盛り上げるか考え、彼女たちの実態をいろいろ研究したんです。するとツイッターのアカウントを複数使い分け、頻繁に書き込みを行うことがわかってきました。そこでツイキャスを利用して、私とweb担当のイケメン男性スタッフで情報発信を始めました。反応も大きかったのですが、だからといってそう簡単には消費行動に結び付かないのが難しいところです。

関根 流行はその世代が作り、購買は40代以降というギャップですね。

谷田部 韓流の場合は、40代以降の女性が主な購買層になりますから銀座で韓流を語る会などを催します。凝った豪華なパッケージはいらない、こんなノベルティは使わないなど、こちらが想定していたものとは食い違うニーズが出て面白いですよ。SNSを駆使する方やブロガーも多く、時代の変化を感じます。

関根 SNSをビジネスに結び付けるのは大きな課題ですよ。

谷田部 未知の世界です。

川崎 自分と少ししか年齢が違わない下の世代でもまったく感覚が違いますから。もっと考えていきたいと思います。

最後に、皆さんの今後の目標を教えてください！



「ミュージック・ジャケット大賞 2015」一般投票実施

Music Jacket Promotion Committee*は、「ミュージック・ジャケット大賞 2015」を開催し、3月10日から4月8日にかけて、二次審査となる一般投票を実施した。

一般投票は、前述の日程で行われたWEBサイト (<http://mja.jp.com/>) での投票、また以下の特設会場に加え東京モード学園、日経カレッジセミナー内でも実施された。会場ではCDジャケットの現物を実際に手に取って眺めることができ、会場を訪れた音楽ファンは、音楽パッケージのアートワークの魅力に触れながら投票を行った。

大賞他受賞作品については、5月下旬に発表予定。



ミュージック・ジャケット大賞2015
投票スタート! 3.10 TUE 12:00 ~ 4.8 WED 17:00
<http://mja.jp.com/> 投票詳細はこちら



【特設会場投票】

- ① 湘南 T-SITE 1号館 2F 湘南ラウンジ ② 新屋モザイクモール港北店 STYLE'S COFFEE ③ なんば CITY 本館 B2F 時の広場



「Music Jacket Gallery 2015」開催

5月15日から24日にかけて、東京都渋谷区の新宿高島屋において、「Music Jacket Gallery 2015」が開催される。同展は、ミュージック・ジャケットの魅力をもとに音楽ファンをはじめとする多くの方々に伝え、ジャケットアートワーク文化の育成・発展とともに、音楽業界活性化のサポートを目的とする、音楽パッケージの展覧会である。2007年より全国巡回を開始し、今年で第9回を迎える。

今回の「ミュージック・ジャケット大賞 2015」の大賞候補 50 作品のジャケットをはじめ、日本の音楽文化の豊かさ、楽しさを伝える優れた CD やレコードの音楽パッケージの数々を展示するほか、「ミュージック・ジャケット大賞 2015」の受賞作品発表や各種イベントを実施予定。



開催概要

日程：2015年5月15日(金)～24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・入場無料

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

公式サイト：<http://musicjacket.jp/>

Twitter：@musicjacket

Facebook：<https://www.facebook.com/musicjacket>

概要：① 日本のジャケットデザイン史

② ジャケットデザイナーによるトークショー

③ CD&レコードのマニファクチュアリングプロセス

④ 洋楽レコード国内盤のジャケット/オビ

⑤ ミュージック・ジャケット大賞 2015 受賞作品発表

⑥ 豪華・特殊パッケージ 2014

⑦ 音楽 Blu-ray Disc 映像上映

*ミュージックジャケット文化の継承と発展を目指すことを目的に、音楽パッケージ商品にまつわる関係企業・団体が連携して、2014年に設立。構成企業および団体は以下の通り。

株式会社一九堂印刷所／株式会社金羊社／株式会社 JVC ケンウッド・クリエイティブメディア／株式会社ジャパン・スリーブ／株式会社ソニー・ミュージックコミュニケーションズ／株式会社ソニー DADC ジャパン／東洋化成株式会社／メモリーテック株式会社 (50音順)
一般社団法人日本レコード協会

RIAJ・JAS と山野楽器銀座本店で第 11 回音のサロンを開催 「ハイレゾを Blu-ray Disc Audio で楽しむ講座」をテーマに

3月20日、山野楽器銀座本店7階イベントスペース「Jam Spot」において「第11回音のサロン」を開催した。「音のサロン」は、「良質の音楽を良質の再生環境で楽しんでいただくライフスタイルの普及」を目指し、2012年より当協会と一般社団法人日本オーディオ協会（JAS）共催によりスタート。加えて、今年度からは「山野楽器銀座店」と「タワーレコード渋谷店」と共催し、好評を得ている。

今回は、昨今ますます話題を集める「ハイレゾ高音質」を手軽に楽しむことができる「Blu-ray Disc Audio」に着目。「ハイレゾを Blu-ray Disc Audio で楽しむ講座」をテーマに12時からの二部構成で開催し、のべ約150名が来場した。

第一部は入退場自由の Blu-ray Disc Audio 試聴イベントで、参加レコード会社の5社（株）カメラータ・トウキョウ、ナクソス・ジャパン（株）、（株）キングインターナショナル、（株）ハピネット、（株）スクウェア・エニックス）がそれぞれお勧めの作品をプレゼンする方式で進行した。CD との音の違いのポイントや、レコーディング時の裏話などの貴重な情報が次々と各社の担当者より披露され、ハイレゾ音源の聴きどころが存分に堪能できるイベントとなった。

第二部はオーディオ・ビジュアル専門家の麻倉怜士氏を迎え、ハイレゾの定義や Blu-ray Disc Audio の音の違いに関する解説後、対談形式で参加レコード会社5社の音源を試聴した。それぞれのパッケージメディアによる聴き比べでは、音の違いをはっきりと感ずることができ、会場内の観客もその違いを感じたのか、時折深くうなずきながら聴いている姿が印象的であった。

講座終了後には会場外で今回紹介した商品の即売会を実施した。Blu-ray Disc Audio の音質を体感した直後とあってか観客の反応も上々で、最後まで活況を呈していた。



■演奏タイトル：Blu-ray Disc Audio タイトル名／レコード会社 or 発売会社

- Symphonic Poem THE EARTH (QADS-1001) / (株) キュー・テック
- ヴィヴァルディ：協奏曲集《四季》他／イ・ムジチ合奏団 (PROC4010) / (株) ハピネット
- サン＝サーンス：交響曲 第3番「オルガン付き」他 (NBD-0045) / ナクソス・ジャパン (株)
- 驚異のデュオ (CMBD-80001) / (株) カメラータ・トウキョウ
- ラトル&ベルリン・フィル シューマン交響曲全集 (KKC-9083) / (株) キングインターナショナル

■使用機材

イベント会場

- (アナログ PL) ラックスマン：PD-171A
- (BDPL) オッポ：BDP-105DJP
- (カートリッジ) デノン：DL-103
- (AMP) ラックスマン：L-590AX
- (SP) クリプトン：KX-1000P (SP ボード)
- (ラック) ヤマハ：GTR-1000 × 2
- (電源ケーブル) クリプトン

会場外／試聴用機器

- <小型システム>
- BD-PL オッポ：BDP-103DJP
- システム クリプトン：KS-7HQ
- <ヘッドフォンシステム>
- BDPL デノン：DBT-3313UD
- ヘッドフォンアンブ ティアック：HA-501
- ヘッドフォン ティアック：beyerdynamic T1
- BDPL ヤマハ：BD-A1040
- ヘッドフォンアンブ トライオード：TRV-84HD Mark II
- ヘッドフォン フォステックス：TH900, TH600

第62回 RIAJ セミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催

4月3日、東京都港区の共同通信会館会議室において、当協会会員社新入社員を対象とする RIAJ セミナーが開催された。約70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、さらに広報部丹野課長による「レコード業界について」、著作権・契約部飛世課長補佐による「レコードに関する著作権の基礎知識」をテーマとした講義が行われた。

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。また、合間の歓談では、慣れない手つきでの名刺交換なども見られ、フレッシュな活気に満ちていた。最後に徳間ジャパンコミュニケーションズ福西哲也執行役員・管理本部総務部部長による中締めが行われ、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



株式会社ポニーキャニオン



株式会社バップ



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



株式会社ハッツ・アンリミテッド



株式会社スペースシャワーネットワーク



株式会社 SDR

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

- 昔から音楽が好きで、音楽の良さをより多くの方に知っていただきたいと思い志望した。不況といわれている今だからこそ、Mr.Children、サザンオールスターズ、B'zのようなスターを生み出し、音楽に恩返しをしたいと考えている。
- 幼い頃からピアノやギターを演奏するなど、プレイヤーとして音楽と関わってきた。そして、自然と自分に最も近いエンタテインメントである“音楽”を生涯の仕事にしたいと思い、また、その業界の中心であるレコード会社を志望した。
- 幼い頃からレコード業界で働くのが夢だった。自身の中で最も価値のあるものは何か？と考えた時に音楽以外に興味が無かったので必然的に志望した。
- 音楽が好きだから。性別・年齢・人種の壁を越えて、音楽は世界の共通言語だと思う。つまり、コミュニケーションをとるための手段だと思う。「音楽・Music」を通して人々の心を豊かにしたい。
- 昔から慣れ親しんだ音楽に携わる仕事がしたいと思ったから。5年後の東京オリンピックにおいて、音楽ディレクターとして働きたいと思い志望した。J-POPの制作の仕事に最も興味がある。
- 時代の流れや流行に合わせて日本の音楽業界の動きは変わっていくが、その中で、まだスポットが当たりきっていない日本の音楽を広める仕事をしたかったから。

研修会感想

1. レコード業界について

- どんどん市場は小さくなっているとは聞いていたが、1997年頃に比べ、半分ほどまで下がっているとは思わなかった。かなりショックだが、どんな状況であってもヒットを作り、アーティストを育成することがレコード会社の使命であるので、負けずに頑張っていきたい。
- 他業界に比べ移り変わりの早いレコード産業において、より柔軟な思考と迅速な対応の必要性を痛感した。ただ先人の真似をするだけでなく、新たなビジネスモデルの形成を担いたいと考えている。
- レコード業界の仕組みがよく分かった。会社同士が協力して業界を盛り上げないといけないと思った。
- 様々な進化を遂げてきたこの業界のこれからの発展が楽しみだ。また、ヒット作り、アーティスト育成に少しでも貢献したい。
- ヒットを作るというのはとても大変なことであると思うが、ヒットがないと、音楽というものは経済的にも人々の意識としても、生きていくのが難しいと思う。そんな中で、レコード会社がそのヒットのために力を尽くしているということを感じた。

2. レコードに関する著作権の基礎知識

- 違法対策は、次から次へ新たな抜け道が見つかるため、なかなか容易ではないということを改めて理解した。今日学んだ課題に留意し、来週から仕事に取り組みたい。
- 著作権は非常に複雑で難しいが、正しく理解することでライツ事業などビジネスチャンスも増えると思うので、しっかりと理解したい。
- 著作権を取り巻く法律はとても複雑で理解の難しいものであるため、資料と併せて説明していただき分かりやすかった。特に昨今多くなっている動画音楽配信サイトは、私が知っているものよりもはるかに多くのサイト数が列挙されており驚いた。
- 情報化かつグローバル化の流れに対応して、著作権に関する法整備等も、その都度しかれてきた歴史を理解した。ダウンロードの罰則化などが、今後も時代に合った、社会に対しても良いものなのか等、自分の頭でも考えながら職務にあたりたい。

その他

- 同じ業界で働く皆さんと、互いに競い合い、そして励まし合って世界に感動を届けていきたい。
- 削除要請の推移が非常に伸びている。今後、アーティストや作曲家などの権利を守るためにも、まずは自分の周りから徹底していきたい。
- 自社内で学ぶよりも、各社集まって学ぶ事で、業界としての意識を持つことができ、視野を大きく出来た気がする。ありがとうございました。
- 各レコード会社の人たちと同じ目標で学んでいるように感じられ、とてもよい経験だった。

第5回香港アジア・ポップミュージックフェスティバル (HKAMF) 開催



3月27日、「第5回香港アジア・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)が参加し実施された。当協会も本イベントの趣旨に賛同し、開催に協力している。この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年に初めて開催され、今回で5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、香港を代表する人気音楽イベントとして認知されている。

このイベントでは、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をゲストに迎え、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、宮崎県出身の女性シンガーの **GILLE** (ユニバーサル ミュージック合同会社) が新人コンテストに出場、有名アーティストとして **SEKAI NO OWARI** (株式会社トイズファクトリー) が招かれた。また、作詞・作曲家のヒロイズムが、新人コンテストの日本代表審査員を務めた。

3月26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 (以下、HKCEC) の別室で行われた。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7組および審査員7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。

翌27日、約8,000人を収容するHKCECのホールで華やかにHKAMFが開催された。ゲストアーティストのトップバッターとして出演した **SEKAI NO OWARI** は、6,000人の観衆の前でパフォーマンスを披露した。初めての香港での舞台とは思えない、際立った存在感で観客を魅了し、オーディエンスから大きな歓声と拍手を受けていた。

新人コンテストでは、日本代表の **GILLE** が第1ラウンドで「Place To Go」を、第2ラウンドで「フライングゲット」を熱唱し、見事**グランプリ (スーパーノバ賞)**を獲得した。さらに「**ベストヴォーカルパフォーマンス賞**」と「**ベストステージパフォーマンス賞**」も受賞し、堂々の3冠に輝いた。日本から出演したアーティストがHKAMFで同賞を獲得するのは今回が初めて。さらに、同コンテストで3冠を獲得したアーティストは過去に例がなく、こちらも史上初の快挙となった。なお、フェスティバルの様子は、スペースシャワーTVにて放映の予定。

◆【8カ国・地域の出演アーティスト】

① 新人アーティスト (8組)

日本: GILLE
中国: Koala Liu (劉思涵)
韓国: The Barberettes
マレーシア: POOVA
シンガポール: Reuby (陳世豪)
タイ: King Kong and the Chum
台湾: 孫盛希
香港: Jay Fung (馮允謙)

② ゲストアーティスト (7組)

日本: SEKAI NO OWARI
中国: 張碧晨・余楓
韓国: INFINITE
マレーシア: Victor Wong (品冠)
シンガポール: Derrick Hoh (何維健)
台湾: Mavis Fan+ A (范曉萱 + A)
香港: Raymond Lam (林峯)

計 15 組

③ 審査員

日本: ヒロイズム
中国: 譚天玄
韓国: Byoen SerngBok
マレーシア: Ong Lay Jin (王禮麟)
シンガポール: Dick Lee (李迪文)
タイ: Jirapan Ansvananda
台湾: YAO Chien (姚謙)
香港: Clarence Hui (許願)

◆放送スケジュール

スペースシャワーTV

放送日程:

5月16日(土) 21:00 ~ 21:30、

5月24日(日) 20:00 ~

※6月にリピート放送予定



初めての香港でのパフォーマンスながら、会場を大いに沸かせたSEKAI NO OWARI



見事、日本アーティスト初のグランプリ、コンテスト史上初となる3冠に輝いたGILLE。圧巻のパフォーマンスを見せた。

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。



三つ子の魂百まで

新田 和長（にった・かずなが）氏

当時の役職・東芝音楽工業株式会社 ディレクター、プロデューサー

❖ 魂に刻まれた行動原則

入社のきっかけは、ビートルズ、フォーククルセイダース、由紀さおりさん等を手がけ、飛ぶ鳥を落とす勢いの高嶋弘之さんからお誘いを頂いたことです。当時は輸出マーケティングというゼミに在籍し商社志望だったため、有難くも最初は丁重にお断りしました。すると「商社に入って何をやるんだ」と聞かれました。「カメラや車など国際競争力のある日本の商品を世界に輸出するんです」と答えたところ、「レコード会社に入って国際競争力のある音楽を制作し世界に輸出すればいいではないか」、と。更に「これからは姿かたちのない音楽や文化を輸出する時代が来る」という先見性のある一言に心打たれた私は、東芝音楽工業への入社を決意しました。

新入社員研修で当時の石坂範一郎専務が黒板に書かれたのはたった二つの言葉でした。レコード会社の財産は「人財」と「原盤」。今になっても変わらないどころか、時間を経て益々重みを増しています。

海外出張の際、あつらえられた英語の名刺にA&R departmentと書かれていました。価値のないArtistを何人持っても何の意味もありませんから、このAは突き詰めれば「スター」ということになります。RはRepertoire。即ち作品ですが、流行ってもいない作品を何万曲管理していても何の意味もありませんから、Rを突き詰めれば「ヒット」ということになります。つまり、レコード会社の使命はスターとヒットを作ること。この三つ子の魂は未だに消えずに残っています。ディレクターやプロデューサーはその為だけに生きているという習性もなかなか無くなりません。

❖ ヒットは団体競技

プロデューサーは無意識のうちに作品に自分を残します。それは自己顕示ではなく、作品作りに参加、関与するということです。役に立ちたいと願う心です。残酷ですが、自分の印を押せない人、役に立てない人は存在理由がない。でも、時には自分の気配を消すことも必要です。居ない方がいい時、新しい発想を期待している時、育てたい人達がいる時、プロジェクトが軌道に乗って若手

が伸びている時などに、自らの気配を消せるのもプロの要件だと思います。

ヒットは自分一人が作ったと思っていましたが、よく考えてみるとヒットは実に多くの人が、表舞台に出る人も裏方も、重なり合って作るもの、生まれるものだと思います。ヒットは団体競技です。レコード会社はアーティストを発掘する、育成する、という言い方をしますが、プロデューサーがアーティストに発掘された、育成された、と思うこともしばしばです。

私たちは頻りに徹夜のレコーディングをしました。朝5時、道路一つ隔てたスタジオで仕事が終わっても真っすぐ自宅に帰らず、制作部のデスクで時間をつぶしました。高宮昇社長よりも更に早く、毎朝7時30分に出社される加藤郁夫本部長に報告をしたかったからです。私たちは加藤本部長が好きだったので、何より本部長に誉めてもらうのが嬉しかったのです。いい組織にはこんな何とも言えない人間関係、空気があるものです。

生涯最長の徹夜記録を思い出します。1976年、「海 その愛」「ぼくの妹に」で復活した加山雄三さんが12月7日・8日の2日間、武道館公演を行った時のことです。公演を収録した2枚組のアルバムを、ファンの為にクリスマスに間に合わせて発売しようと考えました。収録から2週間で発売するなんて馬鹿も休み休み言えという話ですが、工場、営業、金羊社さんの協力のもと挑戦しました。武道館の中継車から戻ると、加山さんも自ら陣頭指揮を執る中、私とエンジニアの伊藤猛君はすぐにミックスに入り、丸3日間1秒も寝ないで音を完成させました。心臓に不整脈のようなものを感じ、点滴を打ってもらおうと2人して近所の赤坂病院に行きましたが、先生からは「早く家に帰って寝なさい」と叱られておしまいでした。そんな甲斐もあり、無事25日に発売となりました。

❖ 今の制作者たちへ

厳しい時代にヒットを作っている人達は大変だと思うし偉いと思う。願わくば、トレンドやデータに惑わされないで自分の感性と信念を貫いて欲しい。私たちは先輩達と闘いました。時代や流行の波には乗りもしたけれど、闘いもした。そして是非とも、日本の音楽を世界に広めてください。

担当アーティスト

赤い鳥、RCサクセション、稲垣潤一、オフコース、小田和正、甲斐バンド、加藤和彦、かまやつひろし、加山雄三、北山修、サディスティック・ミカ・バンド、チューリップ、寺尾聡、トワ・エ・モワ、長瀬剛、はしだのりひこクライマックス、ザ・ワイルドワンズなど多数

Monthly Production Report

2015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91%の2,105万枚・巻、金額で同79%の232億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比95%の1,601万枚・巻、金額で同85%の177億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比81%の504万枚・巻、金額で同64%の54億円となっている。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	3月実績						2015年1月～2015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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比		
シ	8cmCD	邦	5	0	247%	2	0	149%	10	0	197%	5	0	161%
		洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	5000%	0	0	3400%
		計	5	0	247%	2	0	148%	10	0	199%	5	0	163%
ン	12cmCD	邦	4,846	30	112%	3,802	21	104%	13,061	30	99%	9,494	19	94%
		洋	10	0	16%	6	0	15%	27	0	16%	9	0	13%
		計	4,856	30	110%	3,808	22	103%	13,088	30	98%	9,503	19	94%
ル	小計	邦	4,851	30	112%	3,804	21	104%	13,072	30	99%	9,500	19	94%
		洋	10	0	16%	6	0	15%	27	0	16%	9	0	13%
		計	4,861	30	111%	3,810	22	103%	13,099	30	98%	9,509	19	94%
12cmCD アルバム	邦	9,004	56	97%	12,024	68	84%	24,317	56	105%	34,625	69	107%	
	洋	1,979	12	64%	1,658	9	65%	5,691	13	75%	5,281	11	84%	
	計	10,983	69	89%	13,681	77	81%	30,008	69	98%	39,906	80	103%	
CD 合計	邦	13,855	87	102%	15,828	89	88%	37,389	86	103%	44,125	88	104%	
	洋	1,989	12	63%	1,663	9	64%	5,718	13	74%	5,290	11	83%	
	計	15,844	99	95%	17,491	99	85%	43,106	99	98%	49,415	99	101%	
アナログ ディスク	邦	45	0	407%	71	0	233%	87	0	335%	158	0	246%	
	洋	18	0	159%	32	0	198%	44	0	237%	71	0	278%	
	計	63	0	282%	104	1	221%	131	0	294%	229	0	255%	
カセット テープ	邦	72	0	68%	59	0	71%	255	1	86%	208	0	86%	
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-	
	計	72	0	68%	59	0	71%	255	1	86%	208	0	86%	
その他	邦	10	0	46%	18	0	62%	33	0	43%	48	0	49%	
	洋	17	0	76%	40	0	71%	52	0	81%	126	0	90%	
	計	27	0	61%	58	0	67%	84	0	61%	173	0	73%	
合 計	邦	13,983	87	102%	15,976	90	88%	37,763	87	103%	44,538	89	104%	
	洋	2,024	13	64%	1,735	10	65%	5,813	13	74%	5,486	11	84%	
	計	16,007	100	95%	17,712	100	85%	43,576	100	98%	50,025	100	101%	

● 音楽ビデオ

	3月実績						2015年1月～2015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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	
DVD	邦	4,224	84	82%	3,700	68	65%	12,875	81	111%	13,171	66	98%
	洋	82	2	38%	136	3	48%	313	2	68%	409	2	73%
	計	4,306	85	80%	3,836	70	65%	13,189	83	110%	13,580	69	97%
Blu-ray Disc	邦	698	14	92%	1,514	28	60%	2,647	17	145%	6,104	31	109%
	洋	35	1	88%	94	2	86%	45	0	89%	127	1	90%
	計	733	15	91%	1,607	30	62%	2,693	17	143%	6,230	31	108%
テープ・その他	1	0	690%	1	0	442%	1	0	147%	1	0	111%	
合 計	邦	4,923	98	83%	5,215	96	64%	15,523	98	116%	19,276	97	101%
	洋	117	2	46%	230	4	58%	359	2	70%	536	3	76%
	計	5,040	100	81%	5,445	100	64%	15,882	100	114%	19,811	100	100%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

	3月実績						2015年1月～2015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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比	
オーディオ	16,007	76	95%	17,712	76	85%	43,576	73	98%	50,025	72	101%	
音楽ビデオ	5,040	24	81%	5,445	24	64%	15,882	27	114%	19,811	28	100%	
合 計	邦	18,906	90	96%	21,191	92	80%	53,286	90	106%	63,814	91	103%
	洋	2,140	10	62%	1,965	8	64%	6,172	10	74%	6,022	9	83%
	計	21,046	100	91%	23,156	100	79%	59,458	100	102%	69,836	100	101%

● ビデオ（含音楽ビデオ）

	3月実績						2015年1月～2015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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
DVD	7,430	78	79%	9,942	64	69%	20,941	77	99%	28,971	63	88%
テープ・その他	2,140	22	84%	5,694	36	90%	6,142	23	105%	16,898	37	110%
合 計	9,570	100	80%	15,637	100	75%	27,084	100	101%	45,869	100	95%

● オーディオ/ビデオ合計

	3月実績						2015年1月～2015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	前年同月比	金額	構成比	前年同月比
オーディオ	16,007	63	95%	17,712	53	85%	43,576	62	98%	50,025	52	101%
ビデオ	9,570	37	80%	15,637	47	75%	27,084	38	101%	45,869	48	95%
合 計	25,577	100	89%	33,348	100	80%	70,660	100	99%	95,894	100	98%

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

音楽ソフト

邦楽					
アルバム	ダブル・プラチナ	葡萄	サザンオールスターズ	2015.03.31	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	プラチナ	19 -Road to AMAZING WORLD-	EXILE	2015.03.25	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		EPIC DAY	B'z	2015.03.04	ビーイング
		バトル アンド ロマンズ	ももいろクローバーZ	2011.07.27	キングレコード
	ゴールド	35xxxv	ONE OK ROCK	2015.02.11	A-Sketch
		魅力がすごいよ	ゲスの極み乙女。	2014.10.29	ワーナーミュージック・ジャパン
		Sexy Power3	Sexy Zone	2015.03.11	ポニーキャニオン
花時計		Flower	2015.03.04	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)	
シングル	ミリオン	Green Flash	AKB48	2015.03.04	キングレコード
	トリプル・プラチナ	Don't look back !	NMB48	2015.03.31	よしもとアール・アンド・シー (laugh out loud! records)
	ダブル・プラチナ	命は美しい	乃木坂46	2015.03.18	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	コケティッシュ渋滞中	SKE48	2015.03.31	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Kiss魂	Kis-My-Ft2	2015.03.25	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	ゴールド	KISS KISS KISS	KAT-TUN	2015.03.11	ジェイ・ストーム
		Your Number	SHINee	2015.03.11	ユニバーサル ミュージック
		やっちゃった!!	舞祭組	2015.03.08	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
青春賦		ももいろクローバーZ	2015.03.11	キングレコード	
ビデオ	ゴールド	EXILE TRIBE PERFECT YEAR LIVE TOUR TOWER OF WISH 2014 ~ THE REVOLUTION ~	EXILE TRIBE	2015.03.04	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		殺せんせーショングズ	せんせーショングズ	2015.02.25	ジェイ・ストーム
洋楽					
アルバム	ダブル・プラチナ	1989	テイラー・スウィフト	2014.10.29	ユニバーサル ミュージック

※日付は発売日

有料音楽配信

「着うた®」					
邦楽					
アルバム	ダブル・プラチナ	会いたかった	AKB48	2006.10.25	ソニー・ミュージックレーベルズ(デフスターレコーズ)

「シングルトラック」					
邦楽					

ダブル・プラチナ	ミリオン	恋するフォーチュンクッキー	AKB48	2013.08.21	キングレコード
	プラチナ	にじいろ	絢香	2014.04.28	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Happiness	シェネル	2014.10.29	ユニバーサル ミュージック
		君の知らない物語	supercell	2009.08.12	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)
ゴールド	Dragon Night	SEKAI NO OWARI	2014.10.22	トイズファクトリー	
	GO FOR IT !!	西野カナ	2012.07.18	ソニー・ミュージックレーベルズ(SMEレコーズ)	
	桜	河口恭吾	2004.11.12	ワーナーミュージック・ジャパン	
	GO!!!	FLOW	2006.11.15	ソニー・ミュージックレーベルズ(キューンミュージック)	
	どんなときも。	横原 敬之	2006.02.01	ワーナーミュージック・ジャパン	
	Driver's High	L'Arc ~ en ~ Ciel	2006.12.20	ソニー・ミュージックレーベルズ(キューンミュージック)	
	シャボン玉 Days	Aqua Timez	2006.04.05	ソニー・ミュージックレーベルズ(EPICレコードジャパン)	
	あなたを想う風	HY	2014.09.22	ユニバーサル ミュージック	
	心のプラカード	AKB48	2014.08.27	キングレコード	
	Baby I See You feat. VERBAL (m-flo)	加藤 ミリヤ	2010.07.28	ソニー・ミュージックレーベルズ(ソニー・ミュージックレコーズ)	
	シルエット	KANA-BOON	2014.11.26	ソニー・ミュージックレーベルズ(キューンミュージック)	
	heavenly blue	Kalafina	2014.07.16	ソニー・ミュージックレーベルズ(SMEレコーズ)	
	あったかいんだからあゝ	クマムシ	2015.01.21	ユニバーサル ミュージック	
	ダイヤモンド	コブクロ	2013.07.24	ワーナーミュージック・ジャパン	
	Eeny, meeny, miny, moe!	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	
	Distance	JUJU	2013.09.18	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)	
	Dancing On The Fire	Superfly	2009.11.18	ワーナーミュージック・ジャパン	
Wake up!	AAA	2014.07.02	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ		
ヒロイン	back number	2015.01.21	ユニバーサル ミュージック		
桜音	ピコ	2011.03.02	ソニー・ミュージックレーベルズ(キューンミュージック)		
君に出会えたから	miwa	2014.06.25	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)		
oath sign	LiSA	2011.11.16	アニプレックス		

※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
基準	10万以上	25万以上	50万以上	75万以上	100万以上

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

協会からのお知らせ

当協会は、「日本のレコード産業2015」および本誌の英語版「RIAJ Yearbook 2015」を発行いたしました。本誌は2014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、世界売上など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.666 2015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 2015年5月11日
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館9F
TEL. 03-5575-1301 (代) FAX. 03-5575-1313
URL: <http://www.riaj.or.jp/>

制作協力 株式会社エフピーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

例年より早く散ってしまった桜の後を継ぐように、街路樹のハナミズキがすがすがしく咲いています。就活生か新社会人か、まだ新しいスーツに身を包んだ人をよく見かける季節になりました。

さて、今月号では例年恒例の新入社員研修会・懇親会の模様をお伝えするとともに、若手社員の方をお招きして座談会を実施いたしました。前者からはフレッシュなパワーを感じ、後者からは仕事に情熱を持ち、イキイキと活躍する皆さんの姿に、取材を通じてこちらも元気をいただきました。(M)

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