

June
2015

The Record

vol.667

2014 年世界の音楽産業

「ミュージック・ジャケット大賞2015」受賞作品決定!



®

RIAJ
Recording Industry Association of Japan

Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
2014年世界の音楽産業.....	3
特報	
「ミュージック・ジャケット大賞 2015」 受賞作品決定！.....	9
「芸術体験ひろば」にてCPRA、ACCSが 「親子で対決!?著作権クイズラリー」を実施....	10
JIMCA、「世界的著作権の日」の 記念上映会開催.....	10
ヒットの裏側.....	11
Data File.....	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISC.....	14

4/17

音楽文化振興議員懇談会総会 開催、甘利明氏が新会長就任

4月17日、東京都千代田区の自由民主党本部において、自民党有志議員による音楽文化振興議員懇談会の総会が、音楽関係団体代表らの参加を得て開催された。当懇談会は、音楽文化の振興を目的に1997年6月に設立されたものである。

冒頭、島村 宜伸会長の挨拶の後、役員改選について以下のとおり承認された。

名誉顧問 島村 宜伸 (会長・前)
会長 甘利 明 (衆)
幹事長 今村 雅弘 (衆)
事務局長 小淵 優子 (衆)

続いて、音楽関係団体側が、音楽産業の課題やテーマを述べた後、意見交換が行われた。当協会からは斉藤会長、北川副会長、重村副会長、依田顧問、田口専務理事、高杉常務理事および事務局が出席。斉藤会長の挨拶の後、重村副会長が日本音楽の海外展開について、当該事業の重要性を述べた。

総会出席議員 (敬称略・順不同)
甘利 明、渡海 紀三朗、今村 雅弘、
竹本 直一、小淵 優子、島田 佳和、
神田 憲次、小坂 憲次、三原 じゅん
子、若林 健太



4/24

業界紙懇談会開催

4月24日、当協会は、東京都千代田区の霞山会館において業界紙懇談会を開催した。冒頭、当協会斉藤会長より平成27年度のスタートに当たって、今年度の方針が述べられた。その後、田口専務理事より平成27年度事業計画の詳細説明が、ならびに高杉常務理事より重点施策に関する説明が行われた。

今回の業界紙懇談会には12紙15名の記者にご出席いただき、ハイレゾ商品の動向や昨今のアナログレコードブームに関する質疑応答、意見交換がなされた。



5/6・7

IFPI国際演奏権委員会開催

5月6日、7日の2日間、イギリス・ロンドンにおいてIFPI(国際レコード産業連盟)国際演奏権委員会会議(Global Performance Rights Committee Meeting)が開催され、当協会著作権・契約部の楠本部長と稲垣部員が出席した。

この会議は、レコード使用料(放送・演奏・ネット送信など)の徴収・分配に関する諸課題を検討する場として毎年開催されており、世界各国のレコード使用料徴収団体や、メジャーレーベ



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

ルの担当責任者など約110名が参加した。

1日目は、IFPI事務局から2014年度の全世界徴収実績と今後の徴収予測等が報告された。その後、2015年度の重点課題やより多くの使用料を確保するための諸施策について活発な意見交換がなされたほか、オーストラリアのレコード使用料管理団体から著作権者と同等の使用料獲得に向けた諸施策についてプレゼンテーションが行われた。

続く2日目は、演奏使用料の徴収機会拡大を中心に多面的な検討が行われた。また、オーストラリアとカナダのレコード使用料管理団体から、イン

ターネット配信使用料に関して、それぞれ裁判状況(Au)と立法動向(Ca)について報告がなされ、アメリカおよびイタリアのレコード使用料管理団体からは、インターネットラジオ(US)と放送(It)の2014年度徴収実績等についてプレゼンテーションが行われた。さらに、全世界共通データベース構想の検討状況が報告された。



サンフランシスコの日本ポップカルチャー見本市「J-POP SUMMIT 2015」・ライブ出演アーティスト第一弾決定!

サンフランシスコにて2015年8月7日から9日にかけて行われる、日本のポップカルチャー見本市「J-POP SUMMIT 2015」への出演アーティスト第一弾として、**藍井エイル**、**Gacharic Spin**の2組が決定した。

今回の出演アーティストの選定に当たっては、「J-POP SUMMIT」ディレクターの吉田猛氏が2014年秋に行われた、東京国際ミュージック・マーケット(TIMM)を訪れた際、一般財団法人音楽産業・文化振興財団(PROMIC)に連携を依頼、TIMM出展社他に呼び掛けを行ったことが契機となった。吉田氏は「この度、**藍井エイルさん**と**Gacharic Spinさん**とご一緒させていただくことになり光栄です。日本の音楽をサンフランシスコから世界に発信させていただき、人々の記憶に残るイベントを創っていききたいと思っております」とコメントを寄せている。

「J-POP SUMMIT」は、2009年夏に米国サンフランシスコにて立ち上がり、以後、多岐に渡る日本の最新ポップカルチャーを全米・全世界へ紹介する見本市へと成長を遂げた。昨年は、ユニオンスクエアでの音楽ライブ、サンフランシスコ日本映画祭、B級グルメや日本酒をPRするイベントなどの様々な企画で賑わい、2日間で過去最高となる12万人の来場者を記録している。

7回目を迎える2015年の音楽ライブは、フォートメイソン・センター内特別ステージ(収容人数5,000人)で開催予定。その他、ファッションショー、J-POPファン参加型のダンスや歌、コスプレなどのコンテスト、伝統文化関連イベント、ゲームイベントなどを実施。さらに出展社PRブースを設置し、全米の日本ファンにJ-POPカルチャーを強力にアピールする。

当協会は、「J-POP SUMMIT 2015」の趣旨に賛同し、協賛・後援を行っている。

【J-POP SUMMIT 2015】

主催：J-POP SUMMIT実行委員会

協賛・後援：一般財団法人音楽産業・文化振興財団(PROMIC)、一般社団法人日本レコード協会

協力：株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント、JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント株式会社

日時：2015年8月7日(金)～9日(日) 会場：Fort Mason Center, San Francisco, USA

第一弾出演アーティスト：藍井エイル、Gacharic Spin URL：<http://www.j-pop.com>



RIAJ2015年5月度理事会議案

■ 審議事項

1. 平成26年度事業報告書(案)の件
2. 平成26年度決算報告書(案)の件
3. 定時総会開催の件

■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件
 - (1) 電子情報技術産業協会「CEATEC JAPAN 2015」協賛名義依頼
2. 法制委員会関係報告
 - (1) 「知的財産推進計画2015」の策定に向けた意見募集について
 - (2) 自民党知財戦略調査会報告
 - (3) コミュニティ放送局からの訴訟報告
3. マーケティング委員会関係報告
 - (1) 「ミュージック・ジャケット大賞2015」実施結果について
 - (2) 「第8回CDショップ大賞2016」実施計画について
4. 海外マーケティング委員会関係報告
 - (1) 2015年度海外展開施策計画案/検討状況報告
 - (2) 自民党/クールジャパン戦略推進特命委員会でのヒアリングについて

●●●会員社のお知らせ●●●

■ 代表者変更(4月1日付)

社名：株式会社コナミデジタルエンタテインメント(準会員)

代表：(新)代表取締役社長 早川 英樹
(前)代表取締役社長 田中 富美明

■ 代表者変更(4月1日付)

社名：株式会社エイフォース・エンタテインメント(賛助会員)

代表：(新)代表取締役社長 佐藤 勝
(前)代表取締役社長 水谷 直

■ 移転(5月1日付)

社名：NPP DEVELOP 株式会社(賛助会員)

新住所：〒101-0044 東京都千代田区
鍛冶町1-9-5 第二大河内ビル3階

新電話番号：03-5298-5180

新FAX番号：03-3526-5120

2014年世界の音楽産業

IFPI（国際レコード産業連盟）は、年次レポートの「Recording Industry in Numbers 2015」を発行した。2014年の世界の音楽産業の概況を、ダイジェストで紹介する。

世界音楽売上実績

2014年の全世界音楽売上（パッケージ売上、有料音楽配信売上、演奏権（使用料）収入、シンクロ収入の合計）は**150億USドル**となり、前年比0.4%減となった。有料音楽配信売上は、サブスクリプションサービス売上が39.0%増、広告型ストーリーミング売上が38.6%増という急成長に牽引され前年比6.9%増となったが、パッケージ売上（8.1%減）と有料音楽配信売上のうちダウンロード売上（8.0%減）の減少の影響を埋め合わせるには至らなかった。

2014年は、有料音楽配信売上が初めてパッケージ売上に肩を並べたという、一つの重要な節目を迎えた年だった。有料音楽配信売上とパッケージ売上は、どちらも全世界音楽売上の46%を占める結果となった。

● 世界音楽売上（2013年 - 2014年）

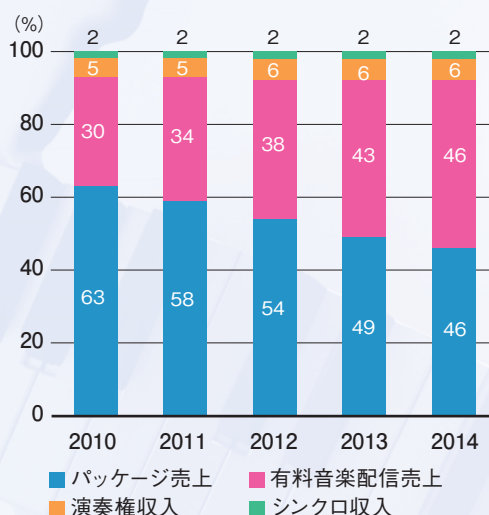
金額：百万USドル

	2013年	2014年	前年比
パッケージ売上	7,419	6,819	▲8.1%
有料音楽配信売上	6,412	6,852	6.9%
演奏権収入	876	948	8.3%
シンクロ収入	320	347	8.4%
合計	15,027	14,966	▲0.4%

出典：IFPI「Recording Industry In Numbers 2015」

世界最大の音楽市場である**アメリカ**は、全世界音楽売上の33%のシェアを占め、2014年は前年比2.1%増となった。なかでも急激な売上の伸長を見せたのがサブスクリプションサービスである。一方、ダウンロードおよびパッケージの売上はいずれも減少した。

● 世界音楽売上 — 収入シェアの推移（金額）



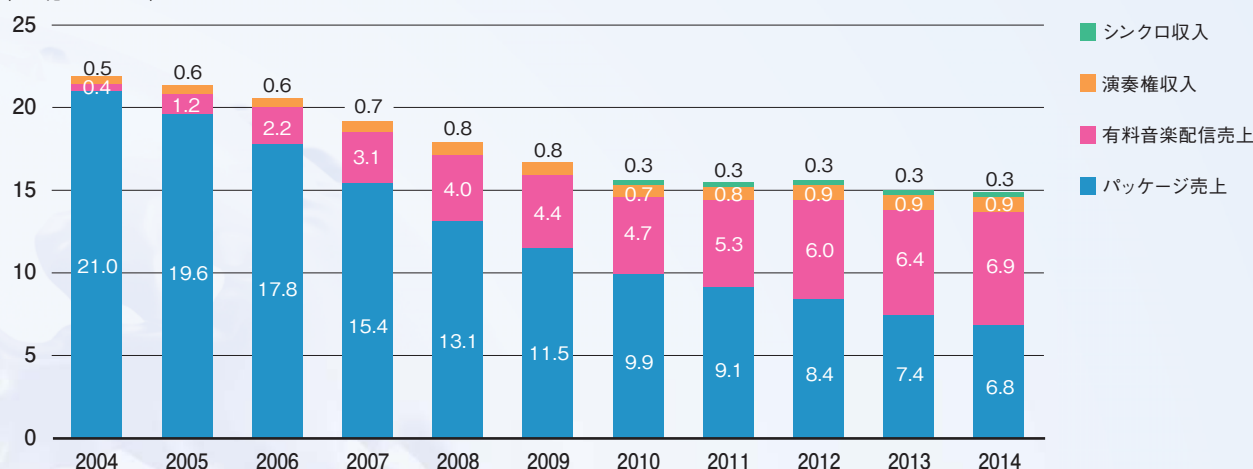
出典：IFPI「Recording Industry In Numbers 2015」

世界第2位の市場である**日本**では、過去5年間で初めて有料音楽配信売上がプラス成長となった。その要因となったのはサブスクリプションサービスの伸長であり、有料音楽配信売上が4.9%押し上げた。全体の売上は5.5%減少したが、2013年の16.7%減と比べると、その落込みはかなり緩やかとなった。

世界第3位の市場である**ドイツ**の売上は1.9%増と、その展望は明るい。パッケージ売上は他の先進国より堅調で、ドイツ市場全体の70%のシェアを占める。サブスクリプションサービス（86.8%増）も消費者の人気を集めるようになった。また、売上上位10カ国のうち、前年比19.2%増と最も力強い伸びを見せたのが**韓国**であった。

● 世界音楽売上推移（金額）

(10億 US ドル)



出典：IFPI [Recording Industry In Numbers 2015]

● 2014年 世界音楽売上 TOP20

※ 2013年、2014年ともに2014年レートで換算（1USドル=105.87円）

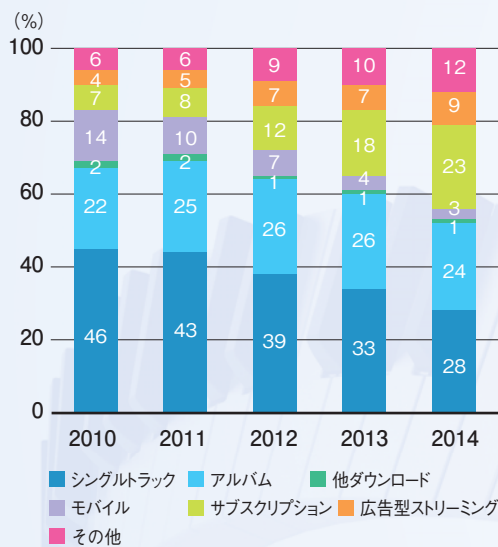
順位	国名	卸価格ベース			収入シェア			
		USドル (百万)	現地通貨(百万)	対前年比	パッケージ売上	有料音楽 配信売上	演奏権 収入	シンクロ 収入
1	アメリカ	4,898.3	4,898.3	2.1%	26%	71%	0%	4%
2	日本	2,627.9	278,211.1	▲5.5%	78%	17%	3%	1%
3	ドイツ	1,404.8	1,053.6	1.9%	70%	22%	7%	1%
4	イギリス	1,334.6	814.1	▲2.8%	41%	45%	12%	2%
5	フランス	842.8	632.1	▲3.4%	57%	27%	13%	3%
6	オーストラリア	376.1	417.5	▲6.8%	32%	56%	9%	2%
7	カナダ	342.5	376.8	▲11.3%	38%	53%	6%	2%
8	韓国	265.8	280,651.9	19.2%	38%	58%	3%	1%
9	ブラジル	246.5	581.6	2.0%	41%	37%	21%	1%
10	イタリア	235.2	176.4	▲4.1%	51%	33%	13%	3%
11	オランダ	204.8	153.6	2.1%	45%	38%	16%	1%
12	スウェーデン	189.4	1,299.4	1.3%	15%	73%	10%	2%
13	スペイン	181.1	135.8	15.2%	47%	35%	17%	1%
14	メキシコ	130.3	1,734.0	▲1.4%	41%	53%	4%	2%
15	ノルウェー	119.9	756.6	0.1%	14%	72%	12%	2%
16	オーストリア	114.9	86.2	▲2.7%	65%	22%	13%	1%
17	ベルギー	111.2	83.4	▲5.8%	49%	28%	22%	0%
18	スイス	108.2	99.6	▲8.1%	52%	38%	9%	0%
19	中国	105.2	646.8	5.6%	12%	87%	0%	1%
20	インド	100.2	6,113.9	▲10.1%	31%	58%	8%	3%
世界合計		14,966	-	▲0.4%	46%	46%	6%	2%

出典：IFPI [Recording Industry In Numbers 2015]

ポートフォリオ・ビジネス

全世界の有料音楽配信売上は前年比6.9%増の68億5,000万USドルで、音楽売上全体の46%を占める結果となった（2013年は43%）。特徴的なのが、主要な収益源であるダウンロードをストリーミングが猛追している点である。少なくとも37カ国でストリーミングがダウンロードを上回る売上となり、全世界の有料音楽配信売上の32%をストリーミングが占めるに至った。これは前年比7%の増加である。また、有料音楽配信売上が売上全体の50%以上を占める国は、2013年時点で11カ国であったが、2014年にはさらに9カ国増加している。

● 有料音楽配信売上 - (フォーマット別シェア) 推移



出典：IFPI [Recording Industry In Numbers 2015]

サブスクリプションサービスの2014年売上は39.0%増を記録。有料音楽配信売上の23%（15億7,000万USドル）を占め、配信の発展を牽引する重要な成長要因となった。現在、サブスクリプションサービスの利用者は、全世界で4,100万人と推定される。ちなみに2010年にデータを初めて収集した時点での利用者は800万人、2013年の時点では2,800万人であった。

広告型ストリーミング売上は38.6%増加し、2013年の成長率（16.6%）を大きく上回った。これは、YouTubeなどのプラットフォームの利用が急激に拡大したことを反映している。YouTubeだけで約10億人のユーザーがおり、そのコンテンツの大部分を音楽関連が占めている。広告型ストリーミングは、有料音楽配信売上の9%、全世界音楽売上の4%を占めるまでとなった。

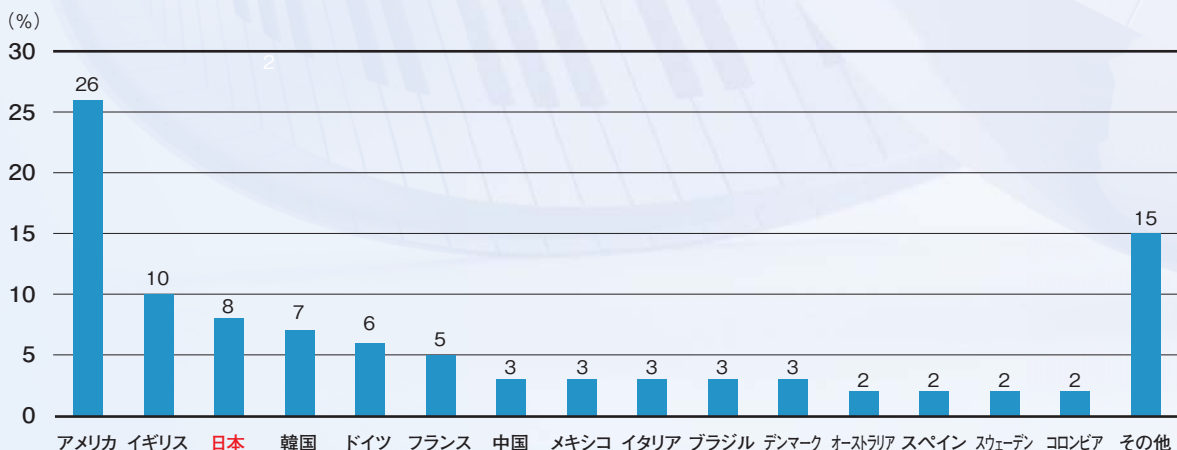
● 有料音楽配信売上 - (フォーマット別金額) 推移

(百万USドル)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
シングルトラック	2,183	2,306	2,322	2,138	1,904
アルバム	1,036	1,358	1,573	1,690	1,619
他ダウンロード	99	96	70	59	54
モバイル	654	528	394	260	213
サブスクリプション	319	446	727	1,130	1,570
広告型ストリーミング	172	274	397	462	641
その他	287	335	522	673	850
全世界	4,750	5,343	6,004	6,412	6,852

出典：IFPI [Recording Industry In Numbers 2015]

● ストリーミング（サブスクリプションおよび広告型ストリーミング）成長率トップ15カ国



出典：IFPI [Recording Industry In Numbers 2015]

ダウンロードは依然として有料音楽配信売上の52%と大きなシェアを占めるが、売上は前年比8.0%減となった（2013年は前年比2.0%減）。うち、シングルトラックは10.9%減少し、アルバムも4.2%減少した。一部の新興国を除き、ほぼ全ての国でダウンロード売上が減少している。こうした世界的な下落傾向は、技術変化、その他のエンターテインメント商品との競争、ダウンロードからストリーミングへの消費者の移行といった多様な要因によって引き起こされた。

2014年、一つの重要な節目を迎えたことに、パッケージ売上が初めて音楽売上の半分以上を占めたことが挙げられる。

とはいえ、国によってその事情は様々である。オーストリア、フランス、ドイツ、日本、ポーランドおよび南アフリカなどの国では、パッケージ市場が堅調なシェアを維持している。アナログレコードは依然としてニッチ商品で売上全体の2%を占めるに過ぎないが、復刻商品などが相次いだ結果、前年比54.7%増となった。

演奏権（使用料）収入は8.3%増加し、9億5,000万USドルに達した。これは全世界音楽売上の6%にあたる。また、シンクロナイズド収入は、2013年が3.1%減となったのに対し、2014年は前年比8.4%増に転じた。

ストリーミング：新たな段階へ

全世界で急速な拡大が数年間続いた後、ストリーミング部門の統合が始まった。2015年の焦点は、一部の大手による市場獲得競争だろう。その一つが、2014年の年末にかけてアメリカとその他6カ国で開始したYouTubeのサブスクリプションサービスMusic Keyである。AppleもBeatsを30億USドルで買収し、2014年5月にストリーミング市場に参入した。Beatsは

現在アメリカ国内のみでサービスを提供している。2015年、AppleはBeats MusicをiOSに搭載し、ストリーミングサービスを全世界で展開、数百万ものiPhoneユーザーを射程に入れる予定である。こうした大規模なサービスは、ストリーミングの進化を担う影響力の強いプレイヤーとして、全世界のユーザーを捉えたと予想される。

スマートフォン普及と通信会社との提携が成長を牽引

二つの大きな要因がサブスクリプションとストリーミングの成長を後押しした。一つは、スマートフォンの普及である。eMarketer.comの調査によれば、2014年に世界のスマートフォン普及率は25.1%上昇し、ユーザーは17億6,000万人、実に世界人口の24.5%に達したと推定される。2018年までにはユーザーが27億3,000万人（世界人口の36.5%）に増えると調査会社は予想している。つまり、まだまだ伸びしろがあるということである。

もう一つの成長要因は、ストリーミングサービスの利用料金を、ユーザーの通話・通信料金と合算し支払いができるような形で、大手通信会社がサービスを拡大したことである。こうした提携が成果を上げれば、単なるサービス提供にとどまらず、通信会社のマーケティング力を使って音楽商品売り込むことも可能になる。さらに、パキスタンでTelenorとWIMPが発表した提携など、これまでほとんど収益事業化に着手していなかった新興市場でも契約が結ばれ始めている。

一般市場にサブスクリプションを拡大

ストリーミングでは、有料サービスに成長可能性が大きく残されている。グローバル市場調査会社Ipsosの2015年度調査によれば、対象13カ国で回答者の35%が、2015年1月までの半年間に無料音楽ストリーミングを利用していた。これに対し、有料サブスクリプションサービスを利用した回答者は16%にとどまった。無料・有料サービスの使用状況は国によって大きく異なるが、プレミアム料金を支払うユーザーが多い国も存在する。Ipsosの調査結果によれば、有料ストリーミングの比率が最も高いのは韓国（42%）とスウェーデン（40%）

である。ドイツでは回答者の16%が有料サービスを利用。アメリカとイギリスでは15%で、日本ではわずか6%である。

サブスクリプションを一般の市場に深く浸透させる方法はいくつか考えられる。例えば、「バンドリング提携による通話・通信料金とサービス料金の一体化の推進」、「ユーザーへ有料サービスの価値を提案」、「無料プランとプレミアムプランに代わる多様なプラン」、「value gapなど法的課題への対処」などである。

踏みとどまるCD市場

CD売上は長い間衰退の一途を辿り、2014年のパッケージ売上は8.1%減となったが、CDが直ちに消滅すると予想する者は少ない。CDとアナログレコードを含むパッケージ売上の減少に歯止めがかかり、2013年の12.1%減より改善された。オーストリア、ドイツおよび韓国など一部の国では、パッケージ売上の減少が平均を大きく下回っている。また、アルゼンチンのほかラテンアメリカのいくつかの国では市場が拡大した。

オーストリア、フランス、ドイツ、日本、ポーランドおよび南アフリカなど数カ国では、パッケージ売上のシェアが依然として高い。Ipsosの調査では、回答者の24%が「好きな音楽の聴取方法はパッケージ」と答えた。日本では46%とかなり高くなっている。

とりわけ、パッケージ商品が最も強く根付いた国の一つとして挙げられるのがドイツである。CDは今なおドイツ市場の売上の62%を占め、ここ数年の市場の安定に貢献している。CDは向こう数年間、有料音楽配信と共存し得ると業界関係者は考えている。

多くの国では近年、CD小売店が減少している。最近の代表的な事例としては、アメリカの大手ディスカウントストア・Targetが、2015年1月にカナダから完全撤退したことが挙げられる。

しかし、必ずしも全ての国で小売店が苦戦しているわけではない。ブラジルのチェーン・Lojas Americanosは店舗数を800から1,200に増やす計画である。同社幹部は、小売店がパッケージの売上を支えてきたと考えている。

一過性ではなかったアナログレコードの復活

●世界アナログレコード売上推移（1997年 - 2014年）



出典：IFPI [Recording Industry In Numbers 2015]

アナログレコードは依然として比較的ニッチな商品であり、2014年全世界音楽売上の2%を占めるに過ぎない。しかし、アートワークと良い音質が支持され、この数年間でアナログレコードは大きな復活を遂げた。2006年には310万枚にとどまっていた販売枚数が2014年は2,300万枚に増加した。

アメリカでは2014年にアナログレコードの売上が52.8%増加したが、依然としてアルバム売上の16%を占めるに過ぎない。ビルボードの2014年9月調査によると、アメリカ最大のアナログレコード小売店はAmazonで、市場シェアは12.3%であった。以下、Urban OutfittersとHastings Entertainmentがこれに続く。

イギリスでは、2014年にレコードの年間販売枚数が200万

枚を突破した。2014年のLP最多売上はアークティック・モンキーズの「AM」で、このほかジャック・ホワイト、オアシス、ロイヤル・ブラッド、レッド・ツェッペリンらがトップ5にランクインしている。

イタリアでは、2014年にLPレコード販売枚数が76.5%伸び、アルバム総販売枚数の5%を占めるに至った。カナダでは昨年はアナログレコード販売枚数が71%増加し、40万枚を突破した。チャート集計開始以来の最高記録という（ニールセン・ミュージック・カナダ調べ）。ニュージーランドでは、2014年のレコード販売枚数が前年比122.7%以上に。チェコ共和国では、2013年はパッケージ市場で0%だったアナログレコードが、2014年には6%まで売上シェアを伸ばした。

アナログレコードファンにとって一つの問題は、生産手段が限られているために国によっては価格が上昇したことである。ブラジル国内には、最近建て直されたレコード工場が一方所あるのみで、アナログレコードのアルバム1枚の価格が70USドルにも達している。ブラジルのレコード会社は、2015年にアナログレコード市場を拡大する計画を進めている。

「Record Store Day」や「Secret 7」などのキャンペーンもアナログレコードの復活に一役買っている。2007年に始まった「Record Store Day」は、アーティスト、ファン、レコードレーベルと、全世界の数千のレコード店が集結する催しで、特別公演やサイン会が開かれるほか、1回限りのスペシャルリリースも用意される。

● 2014年 アナログレコード売上トップ 10 カ国

(百万 US ドル)

	国名	売上
1	アメリカ	181.6
2	ドイツ	34.0
3	イギリス	31.7
4	日本	16.3
5	オランダ	14.1
6	フランス	12.2
7	カナダ	9.2
8	イタリア	6.2
9	オーストラリア	6.0
10	スウェーデン	3.7

出典：IFPI「Recording Industry In Numbers 2015」

アジア市場

2014年、アジア全体の音楽売上は前年の13.9%減より改善し、前年比3.6%減となった。有料音楽配信売上は9.5%増加したが、パッケージ売上の8.4%減を埋め合わせるには至らなかった。アジア市場において、依然として日本は大きな存在感を示しており、日本はアジア全体の79%にも及ぶ市場規模を有している。日本を除くアジアの音楽売上は3.9%増加し、7億110万USドルに達した。この伸長を牽引した一つの要因は、売上を33.3%伸ばしたサブスクリプションサービスである。演奏権（使用料）収入は、日本を含むアジア全体で0.7%の増加となった。

インドネシアでは2014年に著作権法が改正され新たな権利が確保されたことから、今後もさらなる伸びが期待される。サブスクリプションサービスは、通信会社との提携により幅広いユーザーを掴んだ。タイアップの成功例として、タイでのDeezerとDTACの提携、フィリピンでのSpotifyとGlobe Telecomが挙げられる。ストリーミングの利点を消費者に伝えるため、マーケティングキャンペーンへの投資を増やす必要があるというのが音楽業界関係者の共通の認識である。

日本の売上は5.5%減少したが、市場が16.7%縮小した2013年よりは改善が見られる。中心はパッケージ売上で、78%のシェアを占める。人気のティーンエイジバンドのキャンペーンが効果を上げたこともあり、CD売上は他の国よりも堅調であるが、パッケージ全体の売上は前年比8.1%の減少となった。有料音楽配信売上は、2013年に23.3%の減少を喫した後、ここ数年で初めて4.9%の増加に転じた。日本がついに、フィーチャーフォンからスマートフォンへ移行し始めたことに伴う変化である。サブスクリプションサービスは前年比156.6%と大幅な伸びを見せたが、も

ともとの販売規模が小さいため、売上は8,240万USドルにとどまる。サービス加入へのハードルが低いlightmium（ライトミアム）モデルを多数実験することによって、さらなる成長を促したいところである。

韓国は現在もアジア第2位の音楽市場で、売上を19.2%伸ばした。成長の一因は、現地サブスクリプションサービスの成功である。

中国とインドは、今も非常に大きな可能性を秘めた市場だが、どちらもまだ国の規模に見合った音楽売上は達成していない。中国の音楽売上は前年比5.6%増となった。一方、インドは10.1%減となった。これは、モバイル向けの売上が落ち込み、サブスクリプションサービスと広告型サービスの売上増加をもってしても、その穴を埋めることができなかったためである。また、ダウンロード売上は24.8%減となった。

有料音楽配信ビジネスの大きな特徴は、音楽市場が確立していない新興国へもアクセスを切り開けることである。アジアでは、その一例としてカンボジア、インドネシア、ベトナムを挙げることができる。

インドネシアでは、モバイル向けの売上が引き続き堅調に伸びた（前年比129.0%）。各社は新サービスの試験導入を実施している。例えば、ソニー・ミュージックエンタテインメントは、ソニー製スマートフォンでユーザーに楽曲を配信する独自のサービスJiveを開始した。

カンボジアでは、ユニバーサルミュージックが通信サービスプロバイダSmart Axiataと戦略的マーケティング提携契約を結んだ。レコード会社の商品を第三者に販売することに加え、通信サービスプロバイダ自身が運営する音楽サービスで、レコード会社の持つカタログを活用することを視野に入れている。

特報 Special Report

「ミュージック・ジャケット大賞 2015」受賞作品決定！
- 好きな音楽があるように、好きな音楽ジャケットもきっとある！ -



Music Jacket Promotion Committee が主催する「ミュージック・ジャケット大賞 2015」は特設サイトおよび特設会場において一般投票を実施し、この度、受賞作品を決定した。

2014年4月1日～12月31日の期間中に当協会会員社が発売した、洋楽を含む国内制作の音楽CDを対象として募集したエントリー作品より選出された栄えある受賞作品を、コメントとともに紹介する。

大賞 椎名林檎『逆輸入 ～港湾局～』 TYCT-69017 (ユニバーサル ミュージック)

2014/5/27 発売

Art Direction & Design: 木村豊 (Central67)

一大賞を頂戴してー

我々の作品を取り上げてくださりありがとうございます。しかも大賞だなんてほんとうにもったいなく、光栄です。そちらへ伺って、よろこびを直接お伝えしたかったです。毎度打合せ時よりおもしろおかしく取り組んでおります。ますます全身全霊、半笑いのまま制作して参りたいです。今後ともどうぞ鞭撻のほどよろしく願いいたします。

椎名林檎

ART DIRECTOR & DESIGNER :
木村豊 (Central67)

まったくもって大賞をいただけるとは思ってもしなかったのがビックリしました。ありがとうございます。タイトルである「逆輸入」を受け、「コンテナ埠頭で撮影したい」というデザイナーに「じゃあ花魁の格好をしたい」と答えるミュージシャンあつての大賞だと思っています。毎回無茶な撮影につき合っていたたく椎名さん、スタッフの皆様に感謝いたします。



準大賞 Aimer『誰か、海を。EP』 DFCL-2079 (ソニー・ミュージックレーベルズ)

2014/9/3 発売

Art Direction : 松田剛 (quia)

ARTIST : Aimer

「ミュージック・ジャケット大賞 2015」準大賞、本当にありがとうございます。この「誰か、海を。」のCDジャケットは、スタッフさん総出となって、やっとの思いで“宙を飛んで”撮りました。そんな一枚がこうした賞をいただけたこと、なおさらうれしく感じています。

撮影に関わってくださった全てのスタッフのみなさん、投票してくださったみなさんに、感謝のきもちでいっぱいです。

これからも、アートワークもふくめて、聴く人の心を掻き立てられるような作品を届けていきたいです。本当にありがとうございます。

ART DIRECTOR : 松田剛 (quia)

深い海の底に漂うアーティストと、そこに差す一筋の光を表現するために、天井にプールを創ったり、試行錯誤を重ねてこのジャケットができました。多くの人の心の深いところまで届くようなジャケットになったらうれしいです。

この世界と一緒に創ってくれたアーティスト、スタッフの方々と喜びと共有したいと思います！この度は、本当にありがとうございました。



準大賞 ピンク・フロイド『永遠 (TOWA)』 SICP-4442～3 (ソニー・ミュージックレーベルズ) 2014/11/19 発売

Art Direction & Design: Stylorouge

DIRECTOR : 白木哲也 (株式会社ソニー・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 マーケティング 2部)

ジャケットをアートの域まで引き上げ、アートワークは作品の一部であることを教えてくれ、我々の想像力を掻き立て続けてきてくれたピンク・フロイド、そして、そのデザインを手がけたヒプノシス (Hypnosis)。そんなピンク・フロイドの20年振りの新作、かつラスト作となった『永遠 (TOWA)』でこの受賞させていただいたことは象徴的であり、意義あることと思います。『永遠 (TOWA)』の神秘的なアートワークを手掛けたのは、ヒプノシスで数多くの傑作アートワークを亡きストーム・トーガソンとともに作り上げたオーブリー・パウエル (クリエイティブ・ディレクター) とデザイン集団 Stylorouge。そして雲の「川」に漕ぎ出してゆく男の力強いイメージのコンセプトは、若干18歳の若きデジタル・アーティスト、アハメッド・エマッド・エルディンによるものです。「イメージを見た瞬間、ピンク・フロイド的な共鳴を覚えた。謎めいていて、自由に解釈ができる」とオーブリーが語るこのアートワークも永遠に語り継がれ、伝説となっていくことでしょう。



Art Direction: 田中秀幸 (フレームグラフィックス) Design: 阿部なな子 (フレームグラフィックス)

(※一次審査において最も得票数の多い作品に授賞)

ART DIRECTOR: 田中秀幸 (フレームグラフィックス)

世代的にレコード、CD ジャケットには思い入れがあるので、デザイナーとしてとても嬉しいです。今回の作品に限らず、音楽をデザインすることは本当に楽しいです。ありがとうございます。



特報 Special Report

「芸術体験ひろば」にて CPRA、ACCS が「親子で対決！？著作権クイズラリー」を実施

5月5日、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会・実演家著作隣接権センター (CPRA) は、一般社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会 (ACCS) の協力の下、東京都新宿区の芸能花伝舎にて「親子で対決！？著作権クイズラリー」を実施した。

クイズラリーは、毎年5月5日に公益社団法人日本芸能実演家団体協議会 (芸団協) と新宿区の主催で開催される子供向けイベント「芸術体験ひろば」の一環として、昨年より実施されているプログラムである。小学2年生以上の子供とその保護者を対象として、クイズを通じて、著作権制度やルールの周知並びに実演や創作行為の重要性を理解してもらう企画であり、当協会もエルマーくんノベルティなどの資料提供を行った。

会場のあちこちに隠されたクイズを親子で探し出し解答して回るクイズラリー終了後には、親子別の解説会が行われ、違法ダウンロードや肖像権などに関する知っておくべきルールの説明がなされた。当日は約100人が参加し、子供から大人まで興味深く取り組む多くの姿が見られた。



特報 Special Report

JIMCA、「世界知的所有権の日」の記念上映会開催

4月24日、日本国際映画著作権協会 (JIMCA) は4月26日の「世界知的所有権の日」記念として、米国大使館および当協会の後援を得て上映会を実施した。「世界知的所有権の日」は2000年に世界知的所有権機関 WIPO によって制定された記念日であり、JIMCA は知的財産保護の重要性について広く周知する機会として上映会を実施している。今回のイベントでは、本年度アカデミー作品賞ほか多数の映画賞に輝いたアレハンドロ・ゴンサレス・イニャリトゥ監督の「バードマン あるいは (無理がもたらす予期せぬ奇跡)」を TOHO シネマズ新宿にて上映した。

なお、今回の後援に際し、当協会からはエルマーくんノベルティ、「STOP! 違法ダウンロード」啓発チラシなどの資料提供を行った。また、当協会畑理事・事務局長より、「音楽は重要な知的財産権の一つであり、また、映画の中でも重要な役割を担っています。音楽産業は映画産業とともに発展し続けていくために、WIPO が掲げるテーマ「立ち上がり、音楽のために」に共感し、引き続き知的財産権の保護・推進に努めてまいります。」とコメントを寄せた。

「世界知的所有権の日」は今年で15年目。JIMCA では知的財産保護の大切さを広く周知する機会として、今後も上映会を継続していく予定である。



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。



最高のクオリティを、あきらめない

重実 博（しげみ・ひろし）氏

当時の役職・東芝 EMI、ファンハウス 制作ディレクター

❖ 稲妻の走った稲垣潤一の声 — 覚悟を決めてデビューに臨む

元来ミュージシャンや、バンドのマネージャーとして活動していた僕が、大好きな洋楽への憧れをかたちにしたいと東芝 EMI に制作ディレクターとして入社したのは、'76年のことでした。それから数年、鳴かず飛ばすの僕は自信過剰の鼻を折られ「才能ないのかな」と自問する日々でした。そんなある日、上司の新田和長さんから「これ、どうだ？」と渡されたデモテープを聴いてみたくです。全身に稲妻が走りまわりました。それが稲垣潤一との出会いです。僕の人生の中で大変な出会いだと直感しました。「この声を売れなければ、辞めよう」—覚悟を決め、彼のデビューに臨みました。

僕のポリシーは、クオリティの高さの追求。最高のボーカル、最高の楽曲、最高の詞…それらをうまく組み合わせれば、最高の作品ができると信じていました。そんな信念のもと、動き出した稲垣のデビュー曲づくり。こだわり抜いた結果、依頼した候補曲は 100 曲に積み上がり、不採用の作家に謝るのが日課になったほどです。最終的に、オフコースの松尾一彦さんの曲を選びました。アレンジャーは井上鑑さんに決めたのですが、詞のあてがなかった。迷う中、運よくマーティ・パリンのソロアルバムのライナーに記された一篇の詩が、これだ！と方向性を決めてくれました。描かれていた情景は、都会の中の青年の孤独。筆者は湯川れい子さんでした。湯川さんにも稲垣を気に入ってもらい「雨のリグレット」が完成。夜のヒットスタジオ出演などを経て、急カーブでヒットへ向かっていきました。

デビュー当時、放送局で「本人が作っていない？じゃ歌謡曲だね」「27 歳？遅すぎだ、売れるわけないよ」などの言葉が投げ掛けられました。その頃はシンガーソングライターが作るのがニューミュージック、作家に依頼して作るのは歌謡曲と分ける風潮が業界にありました。そんな風潮を不思議だと感じながらも、ひたすらクオリティを追求した結果、稲垣はニューミュージックの匂いを持つ歌手として新領域を拓いたと思います。今で言うユニットの走りですね。

続いて会社からは大ヒットを作るよう促され、筒美京平さんを勧められました。僕には恐れ多い方でしたが、事務所にお邪魔し、

稲垣のテープを聴いていただきました。筒美さんが「F # の音の響きがいいね」と気に入って下さったのを今も覚えています。そして筒美さんの作曲、秋元康さんの作詞で、ヒット曲「ドラマティック・レイン」ができました。筒美さんは作曲家であり、音楽プロデューサーでもあるマルチな方。たくさん学ばせていただき、僕は勝手に師匠だと思っています。

❖ 作り手のこだわりがこもった曲 — 心に残るヒットへのワクワク感

稲垣のデビュー 10 年目の夏。TBS ドラマ「ホームワーク」の企画に携わる秋元さんから、電話がありました。同ドラマの主題歌のコンペに参加しないかという誘いです。二つ返事で参加を決め、ドラマのゼロ稿を入手して曲づくりに入りました。手持ちの三井誠さんの曲のサビがよかったのですが、納得できない部分もあった。急ぎよ来てもらった三井さんと会議室にこもり、二人でギターを抱え擦り合わせました。大急ぎで曲は完成したものの、夏休みで稲垣は郷里の仙台に帰っていたんです。慌てて仙台で現地録音の手はずを整え、僕は新幹線でスタジオ入り。そこに秋元さんからワンコーラス分の詞が FAX で届き、すぐ録音。最終の新幹線で帰京すると、そのまま TBS へ直行し、デモテープをその夜のうちに届けました。翌日、ドラマのプロデューサーから「これでいきます」と電話があり大喜び。後の大ヒット「クリスマスキャロルの頃には」が歩みを始めました。

曲づくりでは筒美さんから学んだノウハウを駆使し、全部に頑張りすぎないように心掛けました。印象的なサビをより際立たせるため、他の部分の引き算に気を遣っています。作詞では秋元さんの意見により、余分な反省や展望といった説明的な内容を削ぎ落としました。内容はドラマを見ればわかる。それより聴いた人が主人公になれる情景描写を活かしたわけです。

スタジオの録音が終わって僕が OK を出した時のこと。ミキサーの吉田保さんが振り向いてにっこり一言「これ、行くと思いますよ」。スタッフからわっと拍手が湧き、スタジオがワクワク感で満たされました。僕の求めていた憧れに一步近づき、手応えを感じて嬉しかったですね。（談）

担当アーティスト

稲垣潤一、小林明子

2015年第1四半期（1月～3月）有料音楽配信売上実績

2015年第1四半期は、数量で前年同期比94%の4,756万5,000ダウンロード、金額で前年同期比105%の114億6,500万円となった。
 内訳では、シングルトラックが、数量で前年同期比102%の3,044万1,000ダウンロード、金額で前年同期比96%の50億4,300万円、アルバムが、数量で前年同期比111%の225万3,000ダウンロード、金額で前年同期比113%の24億3,200万円となった。

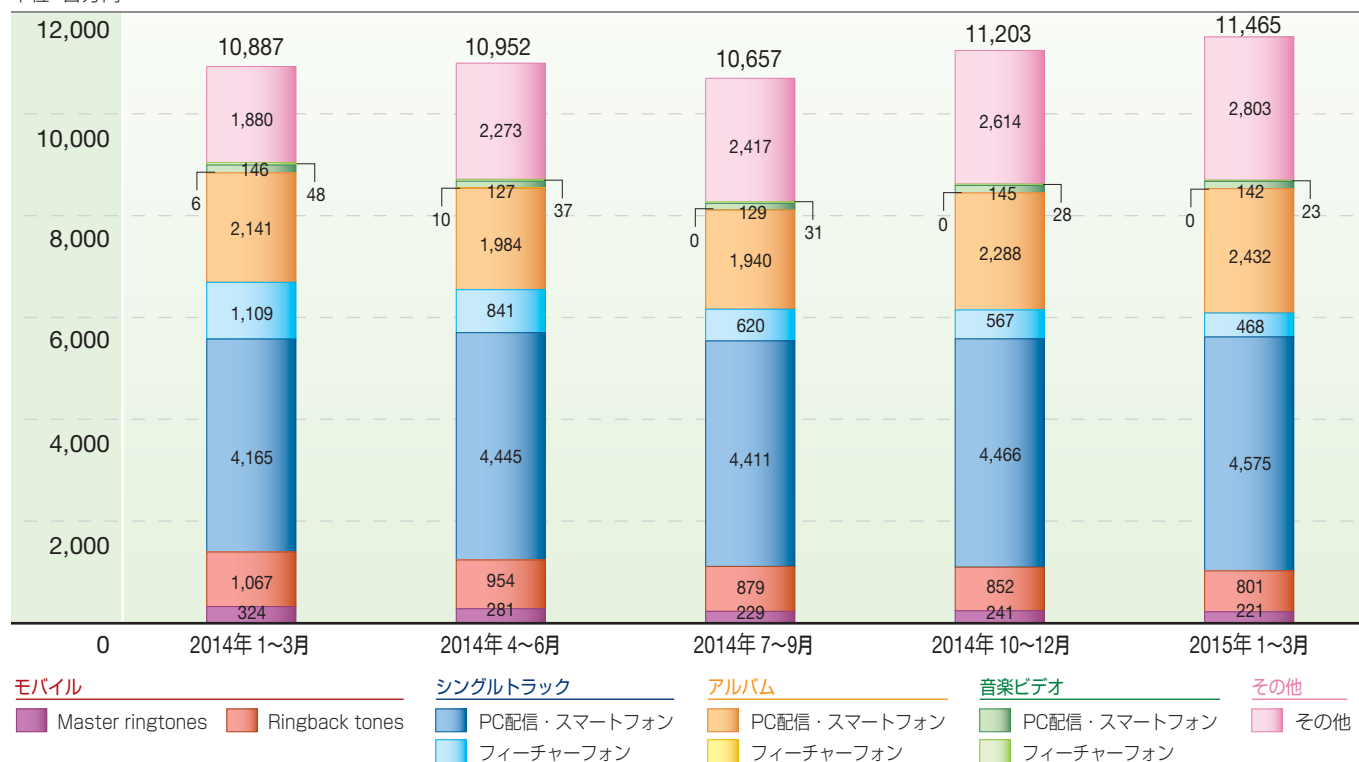
(数量：千回/金額：百万円)

形態	2015年1月～2015年3月 累計				
	数量	前年同期比	金額	前年同期比	
Master ringtones	2,486	67%	221	68%	
Ringback tones	11,804	83%	801	75%	
シングルトラック	PC配信・スマートフォン	28,605	111%	4,575	110%
	フィーチャーフォン	1,836	44%	468	42%
	小計	30,441	102%	5,043	96%
アルバム	PC配信・スマートフォン	2,253	112%	2,432	114%
	フィーチャーフォン	0	0%	0	0%
	小計	2,253	111%	2,432	113%
音楽ビデオ	PC配信・スマートフォン	511	96%	142	97%
	フィーチャーフォン	70	51%	23	47%
	小計	581	87%	164	85%
その他	サブスクリプション（PC配信・スマートフォン）			2,339	150%
	サブスクリプション（フィーチャーフォン）			1	52%
	その他（その他のデジタル音楽コンテンツ）			463	146%
	小計	0	-	2,803	149%
総合計	47,565	94%	11,465	105%	

注：数量・・・ダウンロード回数

● 有料音楽配信四半期毎金額推移

単位：百万円



Monthly Production Report

2015年4月度レコード生産実績

4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129%の1,960万枚・巻、金額で同132%の224億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比120%の1,319万枚・巻、金額で同113%の132億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比153%の642万枚・巻、金額で同175%の92億円となっている。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

			4月実績						2015年1月～2015年4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	3	0	221%	2	0	193%	14	0	202%	8	0	169%
		洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	3333%	0	0	2267%
		計	3	0	221%	2	0	192%	14	0	204%	8	0	170%
ン	12cmCD	邦	4,871	37	133%	3,685	28	140%	17,932	32	106%	13,179	21	104%
		洋	2	0	80%	1	0	63%	29	0	17%	10	0	14%
		計	4,873	37	133%	3,686	28	140%	17,961	32	105%	13,189	21	103%
ル	小計	邦	4,874	37	133%	3,687	28	140%	17,946	32	106%	13,187	21	104%
		洋	2	0	80%	1	0	63%	29	0	17%	10	0	14%
		計	4,876	37	133%	3,688	28	140%	17,975	32	105%	13,197	21	103%
12cmCD アルバム	邦	6,102	46	128%	7,532	57	115%	30,419	54	109%	42,157	67	109%	
	洋	2,052	16	86%	1,794	14	74%	7,743	14	78%	7,075	11	81%	
	計	8,154	62	114%	9,325	71	104%	38,161	67	101%	49,231	78	104%	
CD 合計	邦	10,975	83	130%	11,218	85	123%	48,364	85	108%	55,343	88	107%	
	洋	2,054	16	85%	1,795	14	74%	7,772	14	77%	7,085	11	81%	
	計	13,030	99	120%	13,013	98	112%	56,136	99	102%	62,428	99	104%	
アナログ ディスク	邦	31	0	402%	46	0	431%	118	0	350%	205	0	272%	
	洋	32	0	210%	53	0	323%	76	0	225%	124	0	295%	
	計	64	0	275%	100	1	366%	194	0	288%	329	1	281%	
カセット テープ	邦	66	1	56%	55	0	61%	321	1	77%	263	0	79%	
	洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
	計	66	1	56%	55	0	61%	321	1	77%	263	0	79%	
その他	邦	11	0	83%	16	0	85%	43	0	49%	64	0	55%	
	洋	16	0	104%	32	0	90%	68	0	85%	158	0	90%	
	計	27	0	94%	48	0	88%	111	0	66%	222	0	76%	
合計	邦	11,084	84	129%	11,336	86	122%	48,847	86	108%	55,875	88	107%	
	洋	2,103	16	86%	1,881	14	76%	7,916	14	77%	7,367	12	82%	
	計	13,187	100	120%	13,217	100	113%	56,763	100	102%	63,241	100	104%	

● 音楽ビデオ

			4月実績						2015年1月～2015年4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	5,036	78	138%	6,082	66	151%	17,911	80	118%	19,252	66	110%	
	洋	71	1	75%	106	1	84%	385	2	69%	515	2	75%	
	計	5,107	80	136%	6,188	68	149%	18,296	82	116%	19,768	68	109%	
Blu-ray Disc	邦	1,302	20	309%	2,933	32	281%	3,949	18	175%	9,036	31	136%	
	洋	7	0	80%	29	0	107%	53	0	88%	156	1	93%	
	計	1,309	20	304%	2,962	32	276%	4,002	18	173%	9,192	32	135%	
テープ・その他		0	0	103%	0	0	104%	1	0	139%	2	0	110%	
合計	邦	6,338	99	155%	9,014	99	177%	21,861	98	125%	28,290	98	117%	
	洋	79	1	76%	135	1	88%	437	2	71%	671	2	78%	
	計	6,417	100	153%	9,150	100	175%	22,299	100	123%	28,961	100	116%	

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

			4月実績						2015年1月～2015年4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			13,187	67	120%	13,217	59	113%	56,763	72	102%	63,241	69	104%
音楽ビデオ			6,417	33	153%	9,150	41	175%	22,299	28	123%	28,961	31	116%
合計	邦		17,422	89	138%	20,350	91	142%	70,708	89	113%	84,164	91	110%
	洋		2,181	11	86%	2,016	9	77%	8,353	11	77%	8,038	9	81%
	計		19,603	100	129%	22,366	100	132%	79,062	100	107%	92,202	100	107%

● ビデオ（含音楽ビデオ）

			4月実績						2015年1月～2015年4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			7,257	74	110%	10,161	61	106%	28,198	76	102%	39,132	63	92%
テープ・その他			2,577	26	151%	6,528	39	160%	8,719	24	115%	23,426	37	120%
合計			9,834	100	119%	16,689	100	122%	36,918	100	105%	62,558	100	101%

● オーディオ/ビデオ合計

			4月実績						2015年1月～2015年4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			13,187	57	120%	13,217	44	113%	56,763	61	102%	63,241	50	104%
ビデオ			9,834	43	119%	16,689	56	122%	36,918	39	105%	62,558	50	101%
合計			23,021	100	119%	29,906	100	118%	93,681	100	103%	125,799	100	102%

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	プラチナ	Perfume ~ Complete Best ~	Perfume	2006.08.02	徳間ジャパンコミュニケーションズ
	ゴールド	パリピポ	ジャニーズWEST	2015.04.22	ジャニーズ・エンタテイメント
		元気ですか	中島 みゆき	2006.06.14	ヤマハミュージックコミュニケーションズ
		[化物語] 音楽全集 Songs&Soundtracks	化物語	2011.12.21	アニプレックス
		Journey of a Songwriter ~旅するソングライター	浜田 省吾	2015.04.29	ソニー・ミュージックレーベルズ (SMEレコーズ)
		魂リク	福山 雅治	2015.04.08	ユニバーサル ミュージック
		ONENESS	miwa	2015.04.08	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)
ボカロ三昧	和楽器バンド	2014.04.23	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ		
シングル	プラチナ	12秒	HKT48	2015.04.22	ユニバーサル ミュージック
	ゴールド	starting over	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.04.15	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		STORM RIDERS feat.SLASH	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.04.22	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Hello,world! / コロニー	BUMP OF CHICKEN	2015.04.22	トイズファクトリー
		Chau# / 我 I Need You	Hey! Say! JUMP	2015.04.29	ジェイ・ストーム
		青春小僧が泣いている / 夕暮れは雨上がり / イマココカラ	モーニング娘。'15	2015.04.15	アップフロントワークス (ゼティマ)
ビデオ	ダブル・プラチナ	ARASHI BLAST in Hawaii	嵐	2015.04.15	ジェイ・ストーム
プラチナ	関ジャニズム Live TOUR 2014>>2015	関ジャニ∞	2015.04.29	ジェイ・ストーム (インフィニティ・レコーズ)	
ゴールド	KAT-TUN LIVE TOUR 2014 come Here	KAT-TUN	2015.04.22	ジェイ・ストーム	
	BIGBANG JAPAN DOME TOUR 2014 ~ 2015 "X"	BIGBANG	2015.03.25	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ	
洋楽					
アルバム	ダブル・プラチナ	ランダム・アクセス・メモリーズ	ダフト・パンク	2013.05.22	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)
		V	マルーン5	2014.09.03	ユニバーサル ミュージック

※日付は発売日

有料音楽配信

「シングルトラック」					
邦楽					
トリプル・プラチナ	Darling	西野 カナ		2014.08.13	ソニー・ミュージックレーベルズ (SMEレコーズ)
ダブル・プラチナ	奇跡を望むなら...	JUJU		2006.11.22	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)
	タマシイレボリューション	Superfly		2010.06.18	ワーナーミュージック・ジャパン
プラチナ	ハルウタ	いきものがかり		2012.04.01	ソニー・ミュージックレーベルズ (EPIC レコードジャパン)
	長い間	Kiroro		2004.11.12	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	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
	好き	西野 カナ		2014.10.15	ソニー・ミュージックレーベルズ (SMEレコーズ)
	化身	福山 雅治		2009.05.20	ユニバーサル ミュージック
	楽園ベイビー	RIP SLYME		2005.08.31	ワーナーミュージック・ジャパン
ゴールド	Heavenly Star	元氣口ケッツ		2007.05.23	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	愛情	小柳 ゆき		2008.07.30	ワーナーミュージック・ジャパン
	サヨナラノバサ ~ the end of triangle サヨナラノバサ ~アイモ~放課後オーバーフロウ	シェリル・ノーム starring May'n / ランカ・リー=中島 愛		2011.10.19	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	No cry No more	AAA		2011.06.22	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	愛がたどつく場所	DREAMS COME TRUE		2012.02.08	ユニバーサル ミュージック
	SAVIOR OF SONG (feat.MY FIRST STORY)	ナノ feat.MY FIRST STORY		2013.10.23	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	愛唄~ since 2007 ~	whiteeeen		2015.03.11	ユニバーサル ミュージック
	さよならの向う側	山口 百恵		2010.01.17	ソニー・ミュージックダイレクト
洋楽					
プラチナ	今夜はロウ☆ロウ☆ロウ	フロー・ライダー		2008.01.30	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
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

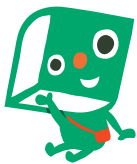
一般財団法人音楽産業・文化振興財団 (PROMIC) では、日本アーティストを幅広く海外に紹介するための情報発信拠点として、ポータル・サイト「PROMIC.TV」を公開しています。同サイト上では、YouTubeのチャンネルを通じ、英語圏向けの音楽情報番組「J-POP NEWS」を制作し、発信しています。



また、海外でライブやプロモーション活動を行う日本アーティストの情報をTwitter、Facebook等SNSで随時紹介し、現地における活動のバックアップを行っています。

5月、イギリス・ブライトンで開催された音楽見本市「The Great Escape」でのアーティストのパフォーマンスの様様もご覧いただけます。ぜひ、ご注目ください。

PROMIC.TV (<http://promic.tv/>)



エルマーキャラクター
エルマーくん

THE RECORD No.667 2015年6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6月10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

日本全国でフェスが行われていた4～5月。さらにフェス＝音楽だけとは限らず、“肉”や“ビール”など、心惹かれる数々のワードが……。確かに、昨今の猛烈に暑い夏と比べると、格好の季節かもしれません。すぐに梅雨や夏が来ると思えば、風薫る新緑の季節を味わえるのは、ほんのわずかな期間。思う存分、爽やかな風を感じたいものです。(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/>) のお問い合わせページよりお寄せください。