



The

*The
R
e
c
o
r
d*

2016
9
september

VOL.682

| 新たなファン獲得のために～演歌・歌謡曲シーンの現在
| 米・サンフランシスコにて J-POP SUMMIT 2016 開催



Monthly News Digest

Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
新たなファン獲得のために ～演歌・歌謡曲シーンの現在	3
特報	
米・サンフランシスコにて J-POP SUMMIT 2016 開催.....	10
ヒットの裏側	11
Data File.....	12
Monthly Production Report	13
GOLD DISC	14

7/27・28 子ども霞が関見学デー開催

7月27日・28日、東京・霞が関の中央官庁にて、「子ども霞が関見学デー」が開催された。「子ども霞が関見学デー」は、文部科学省をはじめとした26府省庁等が連携して、業務説明や省内見学などを提供するイベントである。親子のふれあいを深め、子どもたちが夏休みに広く社会を知る体験活動の機会とするとともに、府省庁等の施策に対する理解を深めてもらうことを目的として、平成12年度から行っている。さらに日本全国の機関で、職場見学などの体験イベントを夏休み期間中に実施している。

旧文部省庁舎の講堂では、『夏休み子ども体験教室』として、自然環境や

科学に関する学習、さらに茶道やプログラミング、防災ラジオ製作、マジックなど多種多様な体験プログラムが開催され、多くの親子で賑わった。

「子ども霞が関見学デー」の2日間の参加者数は、子ども、引率者を含め約36,000名に上った。当協会は、文部科学省で開催された著作権普及と不正商品撲滅に関するイベントに協力。エルマークPRパンフレットやエルマーくんノベルティなどの提供を行った。



「第23回日本プロ音楽録音賞2016」開催決定

一般社団法人日本オーディオ協会、一般社団法人日本音楽スタジオ協会、日本ミキサー協会、一般社団法人演奏家権利処理合同機構および当協会の5団体が主催する「第23回日本プロ音楽録音賞2016」の開催が決定した。

同賞は、音づくりを通じて音楽とオーディオ文化の向上に努める、録音エンジニアの感性と技術を評価し、音楽制作および録音に対する一般ユーザーの認識を高めることにより、音楽とオーディオ産業のソフト分野における一層の技術の向上ならびに録音エンジニアの地位の確立を目指すものである。

日本国内において企画され、2015年9月1日から2016年8月31日までの間に初めて発売、または公に放送・配信された音楽録音作品が審査の対象となる。

<応募作品の分類および授賞区分>

CD部門 (いずれもCD)

クラシック、ジャズ、フュージョン、ポップス、歌謡曲

ハイレゾリューション部門 (いずれもSACD、DVD、BD & ノンパッケージ作品)

2chステレオ：ジャンルを問わず マルチchサラウンド

放送部門

2chステレオ (ラジオ番組：AM、FM、衛星放送/有線放送/テレビ番組：地上波、衛星放送) マルチchサラウンド (テレビ番組：地上波、衛星放送)

ベストフォーマー賞

CD部門、ハイレゾリューション部門の全応募作品よりベストフォーマーを選定

新人賞

CD部門、ハイレゾリューション部門の全応募作品より選定 (ただし、応募時年齢35歳までのミキシング・エンジニアによる作品を対象とする)

日本プロ音楽録音賞に関する情報は、以下URLを参照。

日本音楽スタジオ協会 <http://www.japrs.or.jp/index.html>



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

不正商品対策協議会 設立 30 周年 模倣品・海賊版撲滅キャンペーン開始

当協会が加盟する不正商品対策協議会（ACA）は、この度、創立 30 周年を迎え、消費者の皆様へ知的財産の保護と不正商品の排除を一層アピールしていくために、「模倣品・海賊版撲滅キャンペーン」を 8 月 7 日～ 12 月 19 日の期間に開催する。ACA は 1986 年 8 月 7 日、不正商品問題で共通の立場に置かれている団体が一堂に会し、知的財産の保護と不正商品の排除に寄与することを目的に警察庁の全面支援のもとに設立された。詳細は以下、キャンペーンサイトを参照。

URL: <http://aca-30th-campaign.net/>

●●● 当協会事務局人事 ●●●

■ 異動（9 月 1 日付）

楠本 靖

著作権・契約部部長 兼 著作権保護・促進センター（CPPC）センター長
（前：著作権・契約部部長 兼 著作権保護・促進センター（CPPC）担当部長）

■ 退社（8 月 31 日付 出向契約終了）

吉田 勝如

著作権保護・促進センター（CPPC）センター長

「2016 年度 レコード寄贈事業」実施 8,702 枚の CD を全国 330 力所に寄贈 熊本臨時災害 FM 局等にて贈呈式を実施

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、「2016 年度 レコード寄贈事業」を実施し、全国 330 力所の施設等へ 8,702 枚の音楽 CD を寄贈した。

当事業は、福祉厚生・療養施設の方々に「音楽によって明るい生活を送っていただきたい」という思いのもと 1963 年にスタートして以降、毎年実施しているもの。老人ホーム、児童福祉施設などの全国福祉厚生・療養施設に加え、2011 年からは東日本大震災被災地の臨時災害 FM 局、図書館等にも音楽 CD を寄贈している。今年度は前述の施設に加え、音楽を通じた復興支援を願い、熊本地震被災地域の臨時災害 FM 局に対しても音楽 CD の寄贈を行った。

2016 年度レコード寄贈事業 寄贈先	
全国母子生活支援施設	220 力所
（東日本大震災被災地）臨時災害 FM 局	5 力所
（東日本大震災被災地）図書館	101 力所
（熊本地震被災地）臨時災害 FM 局	3 力所
その他	1 力所
計	330 力所

また、8 月 30 日および 31 日に、熊本県天草市出身の歌手・原田悠里さんとともに熊本地震被災地域の臨時災害 FM 局 3 局を慰問し、寄贈 CD（各局 200 枚）の目録贈呈式を実施した。

県内でも被害の大きかった御船町、益城町、それぞれの避難所ではミニライブを開催し、原田さん自身のヒット曲「木曾路の女」「津軽の花」など心を込めた歌声とともに、故郷のみなさんにエールを送った。



みふねざいがいエフエム

左より（RIAJ）畑陽一郎 理事・事務局長、原田悠里さん、御船町総務課 吉本敏治 課長、企画財政課 藤本龍巳 課長、企画財政課 細木芙美 氏
御船町町内には防災行政無線がないため、刻々と変化する災害情報を地域に発信しようと開局された。



熊本シティエフエム

（中央）松本富士男 代表取締役社長
4月30日の臨時災害放送局閉局時は市民から「よくやった」の聲が寄せられた。



ましきざいがいエフエム

（中央）益城町総務課 森田茂 課長
いまだ地震の爪痕が随所に残る益城町で、地域に寄り添う情報を発信。ミニライブでは、原田さんはアンコールの歓声と拍手に「私にできることは歌で皆さんを励ますこと」と応えた。

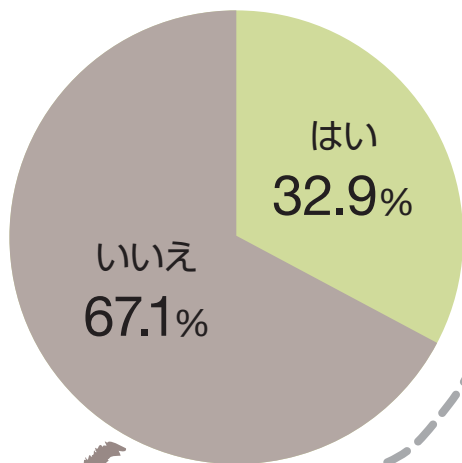
当協会は、レコード寄贈事業により、多くの方々がさらに音楽を楽しんでいただける機会が増えていくこと、寄贈音楽 CD が放送を通じて復興の一助となることを願い、今後も事業を継続していく。

新たなファン獲得のために ～演歌・歌謡曲シーンの現在

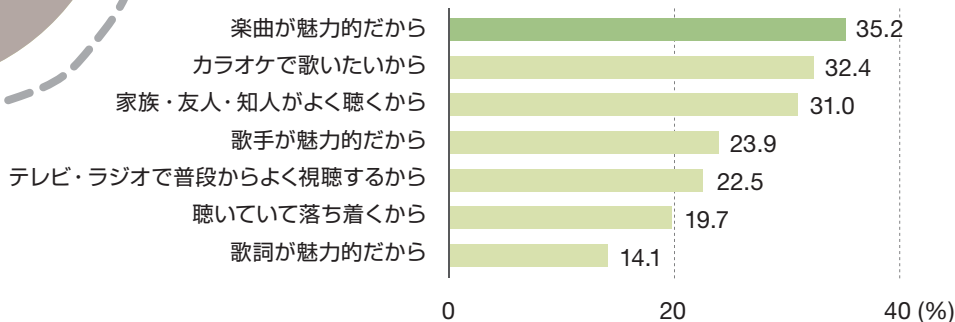
近年、若手演歌・歌謡曲歌手の活躍により、歌手の層が厚くなっている一方、聴き手となる新たなファンをどう作っていくかが課題となっている。本号では、新たな趣向の演歌・歌謡曲番組を手がける制作者の狙いや、演歌・歌謡曲プロモーションに関する各レコード会社の取り組みにフォーカスし、その可能性を探る。

約 200人の10~40代に聞きました
演歌・歌謡曲に関する声

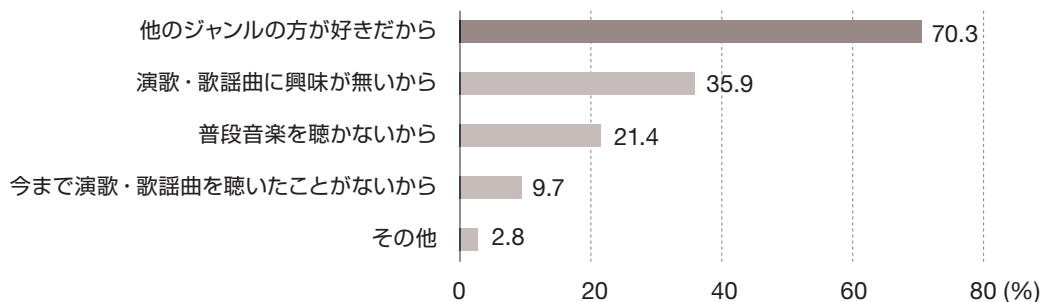
Q. 演歌・歌謡曲を
普段よく聴きますか？



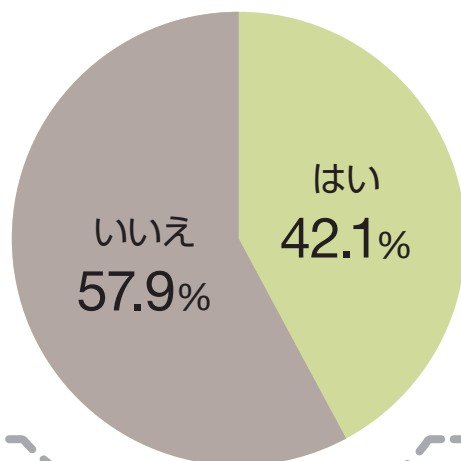
「はい」と回答した人の理由（選択式：3つまで）



「いいえ」と回答した人の理由（選択式：3つまで）



Q. カラオケ等で
演歌・歌謡曲を歌うことが
ありますか？



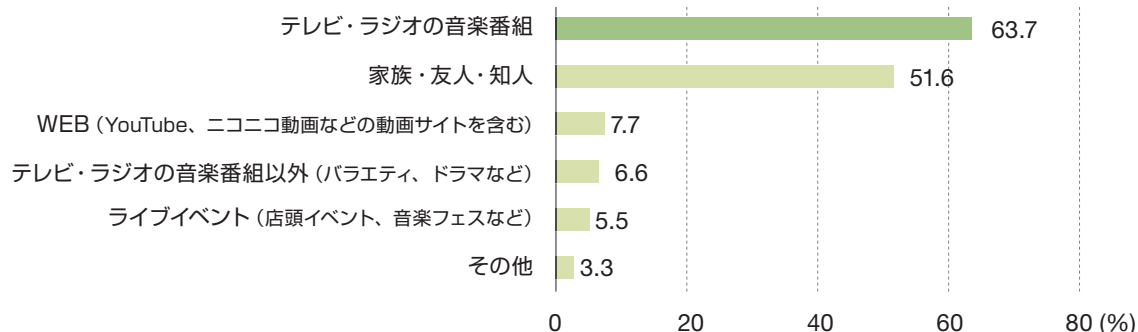
▶ カラオケで歌う曲 (自由回答)

- 1位 19pt 津軽海峡・冬景色／石川さゆり
- 2位 6pt 天城越え／石川さゆり
- 3位 4pt まつり／北島三郎
- 3位 4pt 時の流れに身をまかせ／テレサ・テン

こんな回答も……

- 「ひとり酒／伍代夏子」(女性・19歳・埼玉県)
- 「北の漁場／北島三郎」(男性・26歳・茨城県)
- 「孤愁人／森昌子」(女性・32歳・香川県)

▶ その曲を知ったきっかけ (選択式：3つまで)



調査概要

「演歌・歌謡曲に関するアンケート」

対象：全国15歳以上～49歳以下の男女
期間：2016.7.19 (火)～7.21 (木)

サンプル数：216サンプル
手法：インターネット調査

機関：株式会社マクロミル

制作陣に
聞く!

Interview 1

CS「歌謡ポップスチャンネル」では、若手男性演歌・歌謡曲の歌手が出演するトーク主体の番組「演歌男子。」を放映し、視聴者から人気を博している。番組の出来た背景や狙い、反響や今後の展開などについて、生みの親の石田翼氏に伺った。

演歌男子の素の魅力を、 世代を越えて届けたい

株式会社 IMAGICA TV
放送事業局 CS編成制作部
「演歌男子。」プロデューサー
石田 翼 氏



きっかけは、私の広報・宣伝の担当時代に遡ります。若手演歌歌手の方々と接するうちに、歌唱力はもちろんですが、歌やファンへの熱い想い、礼儀正しさ、上品さなど、彼らの人間性にすっかり魅せられたんです。しかし当時は、歌謡ポップスチャンネルといえども若手の出演機会は限られ、彼らの魅力を伝える場に乏しい状況でした。自分と同世代以下の若い人たちにも、彼らの素の魅力を知ってもらえたら。そんな思いから番組を企画し、親しみやすい「演歌男子。」のタイトルを決め、実現にこぎつけました。社内では疑問視する声もありましたが、実際に彼らの熱心なファン層やライブの熱狂を見せると、皆が驚き、納得してもらえました。

私が魅力を感じたように、視聴者の方にも歌手の素顔を知ってもらいたくて、トーク主体の形式からスタートしました。台本はあるようでなく、アドリブを大事にしています。彼らの新鮮な一面をご覧いただけ、視聴者の反応もいいですね。出演者も回を重ねるごとにトークが上達し、いい意味で思いがけない面が表になるようになりました。従来の番組では乏しかった、同世代との共演機会は出演者にも好評で、チームワークも生まれています。

ファン層は、8～9割が女性です。なかには10～20代や、3世代で支持いただくケースもあります。ファン層拡大という当

初の狙いが、どこまで達成できているかは未知数ですが、着実な広がりを見せているという手ごたえはありますね。Twitterなど、SNSも予想以上に反響があります。歌の実力は折り紙つきですから、人間性から興味を持ってもらい、歌もしっかり楽しんでもらえれば、ファンも定着していくと期待しています。

一方、音楽関係者の方々からの感触も良く、レコード店やレーベルほか多くの方々から応援していただき、各所でコラボレーションが生まれています。私と同様に、若手演歌・歌謡曲の歌手たちの魅力をよく知る女性担当者も多く、皆で盛り上げていこうと、日々知恵を出し合っています。番組発のライブも、ファンからの要望もあって年々ホールの規模が大きくなっています。

番組は第3期に入りましたが、常に視聴者に新鮮な面白さをご提供できるように、工夫を欠かすことなく取り組んでいます。たとえばニコファーレにて、今までにないシチュエーションでの公開パフォーマンスもやりました。また、ポスター付きの書籍など、ビジュアル要素も生かして、盛り上げを図っています。歌も増やしたい反面、トークが少なくなるのも困りますので、バランスには悩みますね。ライブも東京以外の地域でできるようにしていければいいのですが。一過性のブームで終わらず、演歌・歌謡曲分野を幅広く後押しする長寿番組にしていきたいと思っています。



歌謡ポップスチャンネル「大鵬薬品スペシャル」演歌男子。3」
<http://www.kayopops.jp/enkaboy/>
第2・第4金曜日 18時～18時30分



「演歌男子。3」(5月放送)



「演歌男子。フェスティバル2016」
8月に開催したライブの様子を9/22(木)
20時～22時に放送!

Interview 2

日本放送協会（NHK）では、公開収録による音楽バラエティ「五木先生の 歌う！SHOW学校」を本年4月から放送し、若手演歌歌手、J-POPアーティスト、お笑い芸人を交えたユニークな構成で話題を呼んでいる。番組制作に携わるチーフ・プロデューサーの小池明久氏に、番組の狙いと魅力、視聴者からの反響、今後の抱負を語っていただいた。

お茶の間で親しまれる歌を、 歌い継いでいくために

日本放送協会
制作局 第2制作センター エンターテインメント番組部
チーフ・プロデューサー

小池 明久氏



幅広い世代で楽しんでもらう歌謡番組を作りたい。「五木先生の 歌う！SHOW学校」の生まれた背景には、その思いがあります。演歌・歌謡曲には歌い継がれてきた名曲がありますが、若者が興味を持つ機会がなければ、せっかくの歌が断絶してしまう。そこで、少しでもお茶の間で親しまれる歌を取り戻そうと考えたのです。ちょうど五木ひろしさんがご自身の座長公演で、若手歌手に歌を教える企画をやっておられました。一方、NHK-FMで「演歌の綺羅星」という若手演歌歌手の素の魅力を引き出す、トーク&歌番組もやっていました。これらをうまく合体させた番組を作ろう、という着想から始まったのです。

こうして2015年10月に単発の特別番組として放送したところ、大変好評で、多くの世代から演歌・歌謡曲番組では異例の数の問い合わせをいただきました。反響の大きさをから定時番組でやろうと話が進み、2016年4月から改めてスタートしたのです。NHKの伝統的な公開派遣番組として、さまざまな地域で公開収録を行っています。これは山内恵介、三山ひろしといった人気若手歌手を地方の皆様にも見ていただきたいという思いもあります。

番組では、五木さんが先生役となり、若手演歌歌手、J-POPアーティスト、お笑い芸人を生徒役として、懐かしいメロディから最近の歌までを皆で歌いながら、音楽の楽しさを伝える内容になっています。

特に「五木先生」に対して、大きな反響があります。「五木さんってこんなに面白い方だったんですね」と。「歌が大好き！」な五木さんの、自由人かつエンタテイナーぶり、毎回全力投球な姿が大好評です。さらに五木さんは、アドリブで出演者の面白さをどんどん引き出していきます。「入院中の母が徐々に大笑いしていました」といったお便りもいただき、有難く思います。

「伝説の先輩に学ぶ」コーナーでは、美空ひばりさんやクレイジー・キャッツといった往年のスターを、五木さんがご自身の経験で語る、リアルな歴史を知る機会も設けています。加えて、五木さんが幼少から聴いてきた古い歌もカバーするなど、歌謡史に光を当て厚みを持たせる企画としています。若手が古い歌を歌うと非常に新鮮で、まったく別の趣があって掘り起こしになっている気がしますね。ゲストはバラエティに富んだ、ぜひたくなメンバー構成に努め、また、内容面では一見軽くてもまじめな作りを心掛けています。

視聴者の声を見ると、複数の世代にわたってご覧くださいるケースも目立ちます。今後なるべく視聴者層を拡大し、多くの世代が楽しめる間口の広さを追求していこうと思っています。NHKならではの公開収録のよさを生かし、「五木先生」のアドリブ全開で駆け抜ける番組にしていきたいですね。



NHK「五木先生の 歌う！SHOW学校」 <http://www4.nhk.or.jp/utashow/>
総合テレビ 土曜日（不定期） 18時10分～18時44分
ラジオ第一 最終水曜日 20時05分～21時30分



レーベルに
聞く!

演歌・歌謡曲のアーティスト・プロモーションの近況、ファン層拡大に向けての新たな施策や今後の展開について、レコード会社3社の担当者に語っていただいた。

アーティストを軸にした展開で 「コロムビアレコード」ファンを増やす

日本コロムビア株式会社 A&C本部 レーベル事業部 コロムビアレコード・ビジネスユニット
サブユニットリーダー 植村 健 氏



自主興行公演の強化

パッケージ、音楽配信いずれも先行きが不透明な中、弊社の演歌・歌謡曲部門では独自イベントに力を入れています。その1つが、2014年4月より主催している「コロムビア マンスリー歌謡ライブ」です。「木曜けやきで逢いましょう」と題した同ライブは、毎月1回木曜日に、東京・代々木上原の「けやきホール」で開催しています。次回で28回目を迎えますが、「木曜日には、けやきホール」が着実に認知され、固定ファンが付き大変盛況です。毎回アンケートを実施し、良かった点や要望など、来場者の生の声を得る機会を設け、次回の構成や演出内容に反映させています。また、アンケート回答者の情報を顧客リストとしてまとめ、コンサート・イベント情報を案内しているほか、マンスリー歌謡ライブでは「スタンプカード」を設けています。スタンプを集めてチケット割引サービスが受けられるといった施策で、個別のアーティストファンではなく「コロムビアレコード」ファンのさらなる増加を狙っています。

アーティストを軸とした360度ビジネス

また、弊社の演歌・歌謡曲部門では、約20年振りにマネジメント機能を持ち、その第1弾アーティストとして走 裕介を迎えました。今年の4月には走の新ファンクラブ「DERESUKE倶楽部」も発足し、キックオフイベントを開催しました。また、新たな試みとして、走のファンクラブやイベント等におけるグッズ制作・販売にも力を入れています。ペンライト、タオルといった定番アイテムに加え、キャンディー等お菓子のノベルティー企画・販売も始めました。コンサートの記念やお土産として、お客様にご好評をいただいています。

SNSや動画配信でユーザーの間口を広げる

現在、「コロムビアレコード」のアカウントで公式Facebook、Twitterを開設し、ほぼ毎日、最新情報を発信しています。2012年末の開設当初は、アカウント名を「コロムビア演歌・歌謡」としていましたが、より幅広い宣伝・拡散を行い、ファンの裾野を広げるという意味で改名しました。SNSは即時性が重要ですから、きめ細かな情報出しを心掛けることで、イベントへの誘導効果や海外からの反響が得られています。また、コロムビアオフィシャルのYouTubeチャンネルにて、BS12で放送中の「平成歌謡塾2」のスピノフ動画を公開する等、視聴者の入り口を広げるよう努めています。

今後の展開

今後も引き続き、「コロムビアレコード」全体のファンを増やすべく、「マンスリー歌謡ライブ」「コロムビアうたまつり2016」といった自主イベントに注力します。また、アーティスト自身の個性やスタイルにあわせた、多方面にわたるビジネス展開に取り組む等、360度ビジネスの一層の強化を進めます。一方で、昨今若手の演歌歌手が台頭していますので、弊社も若手アーティストを積極的にアピールし、若年層ファン獲得に繋がりたいですね。

今年は八代亜紀さんが名うてのロック・ミュージシャンの皆さんとブルース・バンドを組み、フジ・ロック・フェスティバルをはじめとしたロック・フェスに出演し、大きな話題を集めました。こうした若年層に認知される場への露出機会も増やしていくよう努めます。



走 裕介

コロムビアマンスリー歌謡ライブ公式サイト

<http://columbia.jp/monthlykayo/>

コロムビアレコード 公式SNSアカウント

https://twitter.com/columbia_label

<https://www.facebook.com/Columbia.Enka.Kayokyoku>

YouTubeオフィシャルチャンネル

<https://www.youtube.com/user/ColumbiaMusicJp>

ファンの間口を広げる活動で、市場拡大を

株式会社 テイチクエンタテインメント

左：制作本部 テイチクレコード制作部
A&Rグループ 塩田 なおこ 氏



右：宣伝本部 宣伝部
WEB宣伝グループ 佐藤 由結 氏



中央：こぶしまる

「演歌の星」からやってきた、演歌が大好きな宇宙人。演歌の魅力をたくさんの人に伝えるために、日々けなげに頑張っている。
2016年4月 テイチクミュージック 所属。公式サイト：<http://www.teichiku.co.jp/teichiku/kobushimaru/>

「こぶしまる」がもたらすもの

塩田 地上波の歌番組も減り、特に演歌・歌謡曲の若手歌手は露出度が高まらない悩みから、打開策を常に模索していました。こうした中、昨年、北山たけしを交えての打ち合わせで「ゆるキャラ・こぶしまる」のアイデアが飛び出しました。その場で北山本人からイメージが提案され、2月の北山バースデーライブで名前を募集、3月の新曲『かたくりの花』リリース時にお披露目しました。以降、じわじわと認知度を高めてきました。こぶしまるをフックに畑違いのバラエティ番組にも声がかかり、イベントに家族連れが集まるなど、さまざまな層の方に北山の歌を聴いてもらう機会が増えました。

佐藤 他企業・異業種とのコミュニケーションも広がる予想外の展開も出てきました。例えば近隣の洋菓子店、コロパンさんのゆるキャラ「原宿みっころ」と交流を行ったり、渋谷区主催のイベントや、ゆるキャラグランプリなどにも参加し、その模様をブログやTwitterなどWEBで情報発信しています。

塩田 今年から活動範囲を北山応援隊長に限らず、弊社の演歌・歌謡曲宣伝キャラクターとしての役割も担うことになり、良い盛り上げ役になっています。

コラボやWEB活用で新たなファン層を開拓

塩田 演歌・歌謡曲の活性化には、従来の活動を越えた展開も重要です。例えば石川さゆりは、他ジャンルと積極的にコラボを行っています。やはり演歌・歌謡曲歌手は歌やパフォーマンスの実力があり、触れるきっかけさえあれば、ジャンルには興味のない人も「すごいな」と言ってくださる。島津亜矢はNHK紅白歌合戦出演を機に、宝塚歌劇団OGの姿月あさとさんはじめ、多方面から声がかかり活動領域を広げています。面白いところでは、サンリオさんとのご縁でキティちゃんと天童よしみがコラボし、グッズ展開やピューロランドでのイベント参加を行っています。また、7月には天童全面プロデュースによるコラボカラオケ

ルームがオープンしました^(※)。弊社歌手とJOYSOUNDのコラボルームは石原裕次郎、BEGIN、前川清に続いて4件目。JOYSOUND店頭では、演歌・歌謡曲の情報紙なども配布しています。こうした、エクシングの持つネットワークと、弊社のコンテンツ力のシナジー効果も発揮していきたいです。



※天童よしみ×JOYSOUND コラボルーム（銀座二丁目店）

佐藤 WEB広報面でも、ファン層拡大へ向け試行錯誤しています。お笑い芸人・アナログタロウさんが新曲を紹介するCMや、浪曲師・演歌歌手の二刀流で活動する菊地まどかが、浪曲の魅力を初心者にも分かりやすく解説する映像などを展開しています。演歌・歌謡曲サイト「こぶしdeネット」(<http://www.teichiku.co.jp/teichiku/>)のアクセス数も伸びており、引き続きコンテンツ充実にも努めていく考えです。

塩田 海外市場も視野に入れています。例えば、三田りょうはキルギス共和国との友好歌『風の旅人』を歌い、同国で一番有名な日本人歌手としてYouTubeで100万回以上の再生数を誇ります。同国独立記念ライブでは、人口の1割にあたる約5万人を集めました。その後も毎年継続してイベントに呼ばれ、動員を伸ばしています。こうした例もあり、日本の演歌・歌謡曲はもっと世界へ発信できると思っています。チャンスは無量大。WEBもうまく活用して取り組みたいですね。

アーティストの持つ、 オンリーワンの魅力をお届けしていくために

日本クラウン株式会社 制作宣伝本部 CWプロモーション部

プロモーター 新宮 崇志 氏



弊社は、北島三郎という大看板に次ぐ人材の育成が課題です。今年で芸道55周年を迎えた北島は歌謡界でも唯一無二の存在。今後も大いに盛り上げていくのはもちろんですが、若手では昨年、三山ひろしが花開き、NHK紅白歌合戦に出場を果たしました。さらに、三山とともにCS歌謡ポップスチャンネルの『演歌男子。』にも出演している純烈、松尾雄史、川上大輔ら若手男性歌手が活躍の場を増やす一方、川野夏美、西田あい、羽山みずきといった若手女性歌手も出てきて、将来に期待できる状況が生まれつつあります。

こうしたなか、弊社では「アーティストを好きになってもらう」アプローチでのプロモーションに力を入れています。本人を好きになってもらえれば、商品をご購入いただく道が広がり、効果が大きい。そのために、アーティストの持つ他にはない特技や経歴などをうまく生かしていこうとしています。というのも、演歌・歌謡曲の歌手は、幼いころから歌の修業に明け暮れたような人ばかりで、歌が上手いのは当たり前。しかし、露出を図る上では、人柄を分かってもらえるような他の引き出しが必要になるのです。

たとえば三山は、まじめで清潔感があり、謙虚な努力家。周囲の人間に、皆で支えたい、と思わせるような素晴らしい人柄です。彼のことを知れば、きっと好きになってもらえるという確信がありました。とはいえ、従来の方法では演歌ファンの間だけの認知に留まってしまう。より広く、一般に知名度を高めるには、歌番組に加え、ワイドショーや情報番組などに積極的な売り込みを図ることが必要でした。そこで、彼の特技の「けん玉」を生かそうと考えました。やるからには中途半端ではいけないと、元・全日本チャンピオンの下で特訓して技術の向上を図り、満を持して披露。その後、露出が増えていきました。イロモノ的と思われるかもしれませんが、歌の実力が確固としてありますから、変な方向へいくことは決してない。けん玉検定3段と2級指導員資格も取得し、オンリーワンの価値にさらに磨きをかけました。特技を入口に露出が増えた結果、歌はもちろん、トークもうまく、ショーマンシップもある三山の実力が、多くの人に知られプレイクを果たしました。

そのほか特技を生かしたプロモーションに、川野夏美の「似顔絵」があります。共演者を描かせていただいた絵をブログにアップしたり、店頭キャンペーンでお客様を描くサービスを行ったりして、認知度を高めてきました。これも中途半端ではないスキルを持っているからこそできることです。

経歴の面白さや、さまざまな特色を持った歌手の一例を以下に挙げたいと思います。

- 羽山みずき（元・山形県 出羽三山神社の巫女）
- 純烈（戦隊ヒーロー、プロレス界や相撲界出身と多彩なメンバーが集結）
- 竹村こすえ（元・10tトラック運転手で、3人の子を持つシングルマザー）
- 西田あい（約3年の留学経験を持ち英語が堪能）
- 野村未奈（音楽レクリエーション専門員の資格取得。昭和歌謡にあわせた健康体操の普及にも奔走）
- 成世昌平（実は落研出身。高校時代には桂米朝師匠に弟子入り志願したことも）
- 北川大介（ゴルフで米国留学を経験。レッスプロとして働いた経歴も）
- 大江裕（バラエティ番組出身、トークの対応能力もピカイチ）

羽山は縁起の良いイメージを持たれ、お祭りなどによく呼ばれますし、純烈は戦隊ヒーロー時代からのファンなど演歌・歌謡曲ジャンルへ新たなファン層を呼び込んでいます。

今後は、北島三郎、鳥羽一郎ら演歌の王道を行く実力者の売り方を継承しつつ、キム・ヨンジャ、和田青児といった業界屈指の超実力派アーティストの露出拡大、花咲ゆき美や桜井くみ子などの30代歌手の底上げ、津吹みゆなど今風のルックスを持った若手の成長を促していきます。加えて、従来のカラオケファンにアピールする活動や、純烈のような特別なキャラクターの育成等を進めていく考えです。さらにここ数年は、YouTubeに公式チャンネルを設けていますが、動画の質を高め、見て面白く、楽しいコンテンツ作りに励んでいます。複合的な取り組みで、アーティストの魅力をどんどん発信していければと思っています。



特技のけん玉を手にする三山ひろし



北島三郎の似顔絵を持つ川野夏美

米・サンフランシスコにて J-POP SUMMIT 2016 開催

7月22日から24日の3日間、米・サンフランシスコにて「J-POP SUMMIT 2016」が開催された。「J-POP SUMMIT」は今回で8回目を迎えるジャパン・ポップカルチャー・イベント。昨年から、フォートメイソン・センターにメイン会場を移転、リージェンシー・ボールルームやNew People シネマ等の近隣会場も利用し、音楽、ファッション、映画、アニメ、アート、ゲーム、フード、テクノロジー、IT、トラベル等の見本市／ライブショーケース／上映会が行われた。期間中の来場者は20,000人超に上り、多くのアメリカのジャパン・カルチャー・ファンが日本文化に親しんだ。なお当協会は、「J-POP SUMMIT」の趣旨に賛同し、一般財団法人音楽産業・文化振興財団（PROMIC）と連携して協賛・後援を行っている。



7月22日には市内のコンサートホール、リージェンシー・ボールルームで3度目のワールドツアー中のきゃりーぱみゅぱみゅ（ワーナーミュージック）がソロライブを行い、コスプレ衣装等で来場した大勢の現地のファン達を大いに盛り上げた。

7月23日と24日には、フォートメイソン・センターにて見本市およびさまざまなジャパン・カルチャー展示会・ライブショーケースが行われた。水曜日のカンパネラ（ワーナーミュージック）、GARNiDELiA（ソニーミュージック）、Silent Siren（ドリーミュージック）をはじめ、6組のアーティストがライブパフォーマンスを行った。各アーティストは2日間にわたり、精力的にサインや握手を行う等して、現地ファンとの交流を深めた。ほか、タレントのミッツ・マングローブ氏が審査員を務めるドラッグクイーンコンテスト、NHKワールドの番組「Dining With the Chef」のキャストで料理人の齊藤辰夫氏とタレントの早見優氏による、日本料理のデモンストレーション等も実施された。また、昨年はユニオンスクエアで行われた日本酒イベント「Sake Summit」が、本年フォートメイソン・センター内で行われたほか、隣接する GALLERY 308 では2日間にわたり、最新のITを紹介するショーケース／パネルが行われた。

出演日本アーティスト（敬称略・50音順）

- GARNiDELiA ○ きゃりーぱみゅぱみゅ（オープニング・ナイト） ○ Silent Siren ○ 水曜日のカンパネラ
- 東京パフォーマンスドール ○ YANAKIKU ○ WORLD ORDER 他



GARNiDELiA

©SME Records



Silent Siren

©Kiyoshi Morihara



水曜日のカンパネラ

©Kevin Frates



東京パフォーマンスドール

©J-POP SUMMIT



YANAKIKU

©Kevin Frates



WORLD ORDER

©SAM

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。

一流に学んで昇華させた、ヒットづくりのエッセンス

牧村 憲一氏

音楽プロデューサー、music is music [InterFM] パーソナリティ、「音学校」主宰



❖ イントロは命

音楽制作に携わって初のヒット曲は、かぐや姫の『神田川』。アレンジの木田高介さんと共に、現場を担当しました。アルバム制作時、2枚目のシングルカットの話が出て『神田川』を選びました。シングルはイントロ勝負。木田さんとヴァイオリンを入れようと意見が一致し、はちみつばいの武川さん呼びました。ワンテイクで見事にOKでした。制作中からうまくいく予感はありませんでしたが、パチンコ店から曲が流れているのを聴いて、ヒットしたんだとしみじみ。イントロの重要性を実感しました。

❖ 冷や汗と苦労のあとに

1981年の11月、親交のあった資生堂の宣伝担当者から突然呼び出されました。春のキャンペーンソングでかなり悩んでいる様子でした。「次期は“ルージュマジック”がテーマ、牧村さんならどうする?」「男も化粧する時代だし、化粧した男性が歌うとか」「たとえば?」「坂本龍一さんと忌野清志郎さん」当時、坂本さんとは仕事上で付き合いがあり、清志郎さんと組み合わせたら面白いと頭に浮かびました。ただ、これはあくまでも思いつき。アーティストとしてのスタンスも、レコード会社も違うから実現は難しい。ところが担当者はすっかりその気に。結局「ダメもとで」と説き伏せられました。

アーティストからは良い返事を得たとはいえ、2人が会うまでの調整に実に1カ月も要しました。始まってしまえば相性も良く、リハーサルはうまくいきました。しかし難題が出ます。曲名を『いけないルージュマジック』にしたい、通らなかつたら降りるとアーティストサイドから注文が出ました。真剣かつどこか嬉しそうに2人を前に、私も少し意地になりました。制作宣伝の決定権を持つ資生堂の専務にお会いし、必死の説明というか、『いけない』という言葉が女子高生に流行していると出まかせや、『い・け・ない』とナカグロを入れて、マイナスイメージを和らげるなど言いつつ。今思えば大人の対応で、了承していただきました。坂本さんと清志郎さんが「どうだった?」と嬉しそうに聞いてくるから、「通るに決まってるじゃない」と言うと、2人とも拍子抜けしていました(笑)。

録音はもっともっと良くしようと、なかなか完成しませんでした。“ルージュマジック”とすぐ歌い出すと何か足りないかと坂本さんは言うので、『春咲小紅』の冒頭の“ホラ”は後づけでしたよね、と水を向けてみました。坂本さんが清志郎さんに何か歌ってと言うと、すぐ“ベイビーベイビー”と応えました。この曲はこれで決まったと思いましたね。

幾つもの難題を乗り越えた曲だから、1位になって欲しかった。第1週から40万枚のセールスで1位になりました。時がたってからもあの壮絶な日々は忘れません(笑)。

❖ 世界観をつなぐ声

私はヒット・ミュージックの流行り廃りが、約10年単位でスパイラルのように巡っていくのを目撃してきました。流行りもの二匹目のどぜうではなく、次の音楽シーンのイメージが浮かんでも、それを体現するアーティストにすぐには出会えない。諦めず温めておくと、わずかなチャンスを逃さずつかめるものです。竹内まりやさんとの出会いがそうでした。川原伸司さん⁽ⁱ⁾の紹介で、杉真理さんのバックで歌うライブ音源をカセット・テープで聴き、音質は最悪ながら求めていた声だとすぐ分かりました。

まりやさんの3枚のアルバムのプロデュースに関わりましたが、『不思議なピーチパイ』が特に印象的です。作曲は加藤和彦さん、歌詞は安井かずみさん。歌入れの際、留学経験もあり英語の得意なまりやさんは、“グッドタイミング”の音の乗せ方に違和感を覚えたんです。でも、立ち会っていた安井さんは「このままで」と譲らない。安井さんは、和製ポップスの方法論を持っていた。そのままいきました。一緒に制作していた仲間は今でも納得できないと言いますが、キャリアあるプロのこだわりは一理あると学びました。

若い頃、私は「いい曲を作るけど売れないね」と説教されました。それが悔しくて、一流のプロの方々から学んだことを自分の体に染み込ませ、ヒットづくりに昇華させました。イントロを大事にすること、プロの意見を傾聴すること。すごい人たちにまれて緊張の連続でしたが、それは代え難い私の財産です。

(i) 2016年8月号「ヒットの裏側」第28回

担当したヒット曲

『神田川』(かぐや姫)、『大阪で生まれた女』(BORO)、『い・け・ないルージュマジック』(坂本龍一×忌野清志郎)、『不思議なピーチパイ』(竹内まりや)、『恋とマシンガン』(フリッパーズ・ギター)ほか

2016年第2四半期（4月～6月）および上半期有料音楽配信売上実績について

2016年第2四半期は、数量で前年同期比87%の3,944万9,000ダウンロード、金額で前年同期比113%の129億4,300万円となった。この結果、2016年度上半期の累計では、数量で前年比87%の8,105万2,000ダウンロード、金額で前年比112%の256億6,200万円となった。

(数量:千回/金額:百万円)

	形態	2016年第2四半期（4月～6月）		累 計	
		数 量	前年同期比	金 額	前年同期比
	Master ringtones	1,589	73%	149	76%
	Ringback tones	9,488	85%	643	85%
シングルトラック	PC・スマートフォン	25,140	91%	4,066	93%
	フィーチャーフォン	924	58%	240	59%
	小計	26,064	89%	4,306	90%
アルバム	PC・スマートフォン	1,918	89%	2,226	97%
	フィーチャーフォン	0	-	0	-
	小計	1,918	89%	2,226	97%
音楽ビデオ	PC・スマートフォン	357	81%	102	84%
	フィーチャーフォン	34	54%	11	57%
	小計	390	78%	113	80%
サブスクリプション	PC・スマートフォン			4,995	185%
	フィーチャーフォン			1	80%
	小計			4,996	185%
その他	その他のデジタル音楽コンテンツ			510	94%
合計		39,449	87%	12,943	113%

(数量:千回/金額:百万円)

	形態	2016年1月～2016年6月		累 計	
		数 量	前年同期比	金 額	前年同期比
	Master ringtones	3,359	72%	313	75%
	Ringback tones	19,394	84%	1,314	84%
シングルトラック	PC・スマートフォン	51,461	92%	8,294	93%
	フィーチャーフォン	1,980	58%	515	59%
	小計	53,440	90%	8,809	90%
アルバム	PC・スマートフォン	4,025	91%	4,621	98%
	フィーチャーフォン	0	-	0	-
	小計	4,025	91%	4,621	98%
音楽ビデオ	PC・スマートフォン	763	80%	217	83%
	フィーチャーフォン	71	54%	24	56%
	小計	834	77%	241	79%
サブスクリプション	PC・スマートフォン			9,333	185%
	フィーチャーフォン			2	103%
	小計			9,335	185%
その他	その他のデジタル音楽コンテンツ			1,029	102%
総合計		81,052	87%	25,662	112%

注：数量…ダウンロード回数

Monthly Production Report

2016年7月度レコード生産実績

7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73%の1,581万枚・巻、金額で同76%の168億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比77%の1,269万枚・巻、金額で同84%の134億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比60%の312万枚・巻、金額で同57%の35億円となっている。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

		7月実績						2016年1月～2016年7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	3	0	177%	2	0	190%	31	0	151%	21	0	180%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	150%	0	0	146%
	計	3	0	177%	2	0	190%	31	0	151%	21	0	180%
12cmCD シングル	邦	4,419	35	81%	3,532	26	85%	29,840	33	90%	22,961	23	94%
	洋	3	0	89%	2	0	101%	114	0	320%	42	0	285%
	計	4,422	35	81%	3,534	26	85%	29,955	33	90%	23,003	23	94%
シングル 計	邦	4,421	35	81%	3,534	26	85%	29,871	33	90%	22,982	23	94%
	洋	3	0	89%	2	0	101%	115	0	319%	42	0	284%
	計	4,424	35	81%	3,536	26	85%	29,986	33	90%	23,024	23	94%
12cmCD アルバム	邦	6,630	52	72%	8,135	61	82%	49,118	54	93%	65,678	65	92%
	洋	1,476	12	94%	1,451	11	88%	11,615	13	89%	10,960	11	90%
	計	8,106	64	75%	9,586	72	83%	60,734	66	92%	76,638	76	92%
CD 計	邦	11,052	87	75%	11,669	87	83%	78,990	86	92%	88,660	88	93%
	洋	1,479	12	94%	1,453	11	88%	11,730	13	90%	11,002	11	90%
	計	12,530	99	77%	13,122	98	84%	90,719	99	92%	99,663	99	92%
アナログ ディスク	邦	52	0	118%	84	1	119%	195	0	95%	395	0	111%
	洋	22	0	69%	34	0	62%	197	0	135%	329	0	132%
	計	74	1	97%	118	1	94%	392	0	111%	723	1	120%
カセット テープ	邦	55	0	99%	56	0	120%	454	0	89%	397	0	93%
	洋	1	0	1098%	1	0	929%	2	0	496%	2	0	490%
	計	56	0	100%	57	0	121%	456	0	90%	399	0	93%
その他	邦	12	0	67%	19	0	86%	83	0	82%	146	0	96%
	洋	19	0	242%	45	0	256%	111	0	100%	218	0	90%
	計	32	0	120%	64	0	161%	195	0	91%	364	0	92%
合計	邦	11,171	88	76%	11,828	89	83%	79,722	87	92%	89,598	89	93%
	洋	1,521	12	94%	1,533	11	89%	12,040	13	91%	11,551	11	91%
	計	12,691	100	77%	13,361	100	84%	91,762	100	92%	101,149	100	93%

● 音楽ビデオ

		7月実績						2016年1月～2016年7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	2,701	87	73%	2,279	66	64%	24,296	81	92%	25,038	64	91%
	洋	39	1	51%	68	2	87%	411	1	63%	556	1	69%
	計	2,740	88	72%	2,346	68	64%	24,707	82	91%	25,595	65	91%
ブルーレイ ディスク	邦	366	12	27%	1,081	31	44%	5,348	18	87%	13,199	34	96%
	洋	11	0	114%	43	1	177%	108	0	100%	326	1	135%
	計	376	12	27%	1,124	32	46%	5,456	18	87%	13,525	35	97%
テープ・その他	邦	0	0	82%	0	0	119%	1	0	71%	1	0	71%
	洋	3,066	98	60%	3,359	97	56%	29,644	98	91%	38,239	98	93%
	計	50	2	58%	111	3	109%	519	2	68%	882	2	84%
合計	邦	3,116	100	60%	3,470	100	57%	30,163	100	91%	39,121	100	93%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

		7月実績						2016年1月～2016年7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		12,691	80	77%	13,361	79	84%	91,762	75	92%	101,149	72	93%
音楽ビデオ計		3,116	20	60%	3,470	21	57%	30,163	25	91%	39,121	28	93%
合計	邦	14,237	90	72%	15,187	90	75%	109,367	90	92%	127,837	91	93%
	洋	1,571	10	92%	1,644	10	90%	12,559	10	89%	12,433	9	90%
	計	15,808	100	73%	16,831	100	76%	121,926	100	91%	140,270	100	93%

● ビデオレコード（含音楽ビデオ）

		7月実績						2016年1月～2016年7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		6,128	83	101%	6,443	60	87%	48,517	76	113%	54,811	57	95%
ブルーレイディスク		1,251	17	56%	4,323	40	87%	15,418	24	114%	40,668	43	114%
テープ・その他		0	0	132%	0	0	182%	1	0	78%	2	0	82%
合計		7,379	100	89%	10,766	100	87%	63,936	100	113%	95,481	100	102%

● オーディオ/ビデオレコード合計

		7月実績						2016年1月～2016年7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		12,691	63	77%	13,361	55	84%	91,762	59	92%	101,149	51	93%
ビデオレコード計		7,379	37	89%	10,766	45	87%	63,936	41	113%	95,481	49	102%
合計		20,070	100	81%	24,127	100	85%	155,698	100	99%	196,630	100	97%

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。

音楽ソフト

シングル

邦楽

トリプル・プラチナ	裸足でSummer	乃木坂46	2016.07.27	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	罪と夏	関ジャニ∞	2016.07.06	ジェイ・ストーム(インフィニティ・レコーズ)
ゴールド	YEAH !! YEAH !! YEAH !!	EXILE THE SECOND	2016.07.13	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	薔薇と太陽	KinKi Kids	2016.07.20	ジャニーズ・エンタテイメント
	人生は素晴らしい	ジャニーズWEST	2016.07.27	ジャニーズ・エンタテイメント
	恋を知らない君へ	NEWS	2016.07.13	ジャニーズ・エンタテイメント
	Soup	藤原 さくら	2016.06.08	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	HEART to HEART !	μ's	2015.10.28	ランティス

アルバム

邦楽

プラチナ	DREAMS COME TRUE THE ウラBEST ! 私だけのドリカム	DREAMS COME TRUE	2016.07.07	ユニバーサル ミュージック
	Just LOVE	西野 カナ	2016.07.13	ソニー・ミュージックレーベルズ(SMEレコーズ)
	DEAR.	Hey! Say! JUMP	2016.07.27	ジェイ・ストーム
ゴールド	醒めない	スピッツ	2016.07.27	ユニバーサル ミュージック
	Walkure Attack !	ワルキューレ	2016.07.06	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント

※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	魂のルフラン	高橋 洋子	2007.07.11	キングレコード
ダブル・プラチナ	365日の紙飛行機	AKB48	2015.12.09	キングレコード
プラチナ	名前のない怪物	EGOIST	2012.11.28	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)
	メリッサ	ボルノグラフィティ	2007.11.21	ソニー・ミュージックレーベルズ(SMEレコーズ)
ゴールド	ウォーアイニー	高橋 瞳 × BEAT CRUSADERS	2009.09.02	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)
	Have a nice day	西野 カナ	2016.07.13	ソニー・ミュージックレーベルズ(SMEレコーズ)
	魔法って言っていかな?	平井 堅	2016.06.03	ソニー・ミュージックレーベルズ(アリオラジャパン)
	Soup	藤原 さくら	2016.05.16	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	好きよ 好きよ 好きよ	藤原 さくら	2016.05.23	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	THE DAY	ボルノグラフィティ	2016.05.15	ソニー・ミュージックレーベルズ(SMEレコーズ)

洋楽

ゴールド	SEX ON THE BEACH	SPANKERS	2010.02.10	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
------	------------------	----------	------------	-----------------------

アルバム

洋楽

ゴールド	My Everything	アリアナ・グランデ	2014.04.07	ユニバーサル ミュージック
------	---------------	-----------	------------	---------------

※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

当協会が参加する文化芸術推進フォーラムでは、2020年の東京オリンピック・パラリンピックを、文化の価値を中心に据えた社会づくりを進める上での契機とし、「五輪の年には文化省」創設を目指す活動を推進しています。詳細は以下の公式サイトをご覧ください。

みんなの声で、文化省をつくろう。TO 2020

URL: <http://ac-forum.jp/to2020/>



エルマークキャラクター

エルマーくん

THE RECORD No.682 2016年9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 原 康晴

発行日 2016年9月20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

熱戦が繰り広げられたリオオリンピック・パラリンピック。数々の名場面はもちろん、フラッグハンドオーバーセレモニーも記憶に残るものでした。光るフレームと共に繰り広げられたダンス、モダンな音楽、映像には前回の東京五輪のグラフィックデザインを手がけた、亀倉雄策氏へのオマージュを感じました。空中に浮かび上がる各競技のアニメーションを前に、AR/VRの進化が4年後の観戦スタイルにどんな変化をもたらしているのか、非常に楽しみです。(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 (URL: <http://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください。