

November
2015

The Record

vol.672

進化を続けるライブ・コンサート市場
今年度「J-Music LAB」事業について



®

RIAJ
Recording Industry Association of Japan

Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
進化を続けるライブ・コンサート市場.....	3
特報	
当協会 斉藤会長・明治学院大学寄附講座 にて講義	9
「オーディオ・ホームシアター展 2015」開催 国立国会図書館「SP 盤のデジタル化音源」を ブースにて紹介	9
著作権啓発映像「未来の音楽のために」作成 ...	10
インターンシップ実習生受け入れ.....	10
今年度「J-Music LAB」事業について	11
ヒットの裏側	12
Monthly Production Report	13
GOLD DISC	14

9/19

「ホンモノ・ニセモノ展示」開催

9月19日、東京都中央区の教育センターにおいて「ホンモノ・ニセモノ展示」が開催された。この展示は、東京都中央区教育委員会からの依頼を受けて、公益社団法人発明協会が幹事を務める国際知的財産保護フォーラム（IIPPF）第4プロジェクトが、IIPPFメンバー各社および関係機関の協力を得て実施しているものである。当協会はIIPPFメンバーとして、音楽CD・DVDの真正品と模倣品の提供を行った。

中央区では、毎年9月に中央区児童・生徒発明くふう展を開催しており、「ホンモノ・ニセモノ展示」はこれと併せて開催された。当日は約100名の来場者があった。

ホンモノ・ニセモノ展示では、ハンドバッグや時計、玩具等の真正品、模倣品・海賊版に関する展示説明を行った。来場者は、真正品と模倣品の見分け方や品質の違い等について、品物を手にとりて熱心に見比べを行っていた。



10/6

ベトナム著作権局職員ら来会

10月6日、世界知的所有権機関（WIPO）と文化庁が共同で実施する著作権集中管理団体研修の一環として、ベトナム著作権局および文化・スポーツ・観

光省の職員が来会し、当協会の集中管理事業や違法音楽配信への取り組みについての説明が行われた。

ベトナムでは現在、集中管理制度の効果的な運用や著作物の適切な保護促進について検討が行われている。今回の訪日は、日本における集中管理制度を学ぶために実施されたもので、ベトナム著作権局のヌグエン・ハン・グア著作権・著作権隣接権登録課課長ら6名が参加した。

著作権・契約部の越坂部チーフよりレコード製作者の権利に関する当協会の集中管理事業等の説明が行われた。参加者からは、集中管理業務以外にも徴収・分配の仕組み等について様々な質問が出され、意識の高さがうかがえる研修となった。



10/8

文化芸術推進フォーラム シンポジウム開催

10月8日、東京・千代田区の衆議院第二議員会館において、文化芸術振興議員連盟（会長：河村 建夫 衆議院議員）および文化芸術推進フォーラム（議長：野村 萬 能楽師／人間国宝）が主催するシンポジウム『実演芸術、劇場、映画の創造基盤をつくる』が開催された。

今回のシンポジウムは、文化芸術振興議員連盟の中に設けられた2つの研究会（芸術助成制度研究会／映画振興政策研究会）での議論を受けて、我が国の文化芸術政策の“かたち”についての次のような問題提起が行われた。



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

■ 国の文化芸術振興政策、主要な3つの政策手段

- 1) 国立劇場、美術館、博物館を設置運営する施策（6つの国立劇場群）
- 2) 国の政策的な必要性から実施する直接事業（子供の体験、芸術祭など）
- 3) 芸術団体、劇場、映画の組織やプロジェクト理念に基づく自主的な活動への助成

■ 3つの政策手段の構成が国の文化政策の“かたち”を形成する

我が国における助成の比重の低さ（文化庁予算に占める割合：実演芸術 6%、映画 0.5%）

シンポジウムは2部構成で行われ、第1部では、伊藤 信太郎氏（衆議院議員・文化芸術振興議員連盟事務局長）の進行の下、実演家・劇場関係者・映画製作者・映画監督らが登壇し、芸術活動への直接助成の意義について、それぞれの立場から意見を表明した。具体的には、実演芸術関係者からは「東京五輪に向けて豊かな文化プログラムの実現と実演芸術組織の基盤強化」が、劇場関係者からは「東京五輪に向け首都圏の劇場、ホールが消えてなくなる事態の深刻さや、芸術分野ごとの状況に対応した高度な実演芸術基盤の再構築」が提議された。そして、映画関係者からは「映画フィルム収集・保存の危機」等についての訴えがなされた。

第2部では、浮島 智子氏（衆議院議員・文化芸術振興議員連盟事務局長）の進行の下、芸術助成制度研究会／映画振興政策研究会に参加する国会議員5名が登壇し、第1部での問題提起や訴えについて、討論を行った。

第1部 登壇者（敬省略）

- 討論 西川 信廣（日本劇団協議会会長）
 小山 久美（日本パレエ団連盟常務理事）
 蔭山 陽太（ロームシアター支配人）
 華長 尚隆（日本映画製作者連盟事務局長）
 新藤 次郎（日本映画製作者協会代表理事）
 山本 起也（日本映画監督協会常務理事）
- 進行 伊藤 信太郎
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟事務局長）

第2部 登壇者（敬省略）

- 討論 逢沢 一郎
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟会員）
 古川 元久
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟会員）
 高木 美智代
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟会員）
 小熊 慎司
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟会員）
 辰巳 孝太郎
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟会員）
- 進行 浮島 智子
 （衆議院議員・文化芸術振興議員連盟事務局長次長）



RIAJ2015年10月度理事会議案

■ 審議事項

1. 新タスクフォースの設置について

■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件
 - (1) AAA 運営事務局「AAA (Act Against AIDS) 2015年度」後援名義使用および協賛金依頼
2. 平成27年度上半期重点施策および予算執行状況について
3. 法制委員会関係報告
 - (1) コミュニティ放送局訴訟（10/2）期日報告
 - (2) TPP 協定交渉の大筋合意について
4. 著作権保護・促進センター（CPPC）関係報告
 - (1) スマートフォンユーザー音楽聴取実態調査結果報告
5. 海外マーケティング委員会関係報告
 - (1) 第12回東京国際ミュージックマーケット（TIMM）報告
6. 広報関係報告
 - (1) 著作権啓発映像（リニューアル）作成について

●●●会員社のお知らせ●●●

■ 退会（10月31日付）

社名：エグジットチューンズ株式会社
 （準会員）

石坂 敬一 当協会元会長、旭日中綬章を受章

平成27年度の秋の叙勲において、当協会第20代会長の石坂敬一氏（会長在任期間：平成19年7月～平成23年5月）が旭日中綬章を受章した（11月3日付け）。これは、永年にわたるわが国レコード産業ならびに音楽文化の維持・発展に対する多大なる貢献が評価され、今回の受章となったものである。

石坂敬一氏は、昭和43年に東芝音楽工業（現・ユニバーサル ミュージック合同会社）に入社以来、日本のレコード産業の振興に数多くの功績を残した。

また当協会関係では、平成11年の理事就任以降副会長等の要職を歴任、平成19年からは会長として、日本の音楽文化の発展に尽力してきた。

特に、会長時代には、日本音楽の欧米やアジア諸国への積極的なライセンス促進を図るとともに、日本の伝統文化保存の観点から大正・昭和初期のSP盤レコードの保存と公開を積極的に推進した。さらに、インターネットでの適正な音楽の利用を促進するため、若年層等に対する著作権教育と著作権意識の啓発活動にも尽力した。

こうした功績が評価され、平成21年秋には藍綬褒章を受章した。

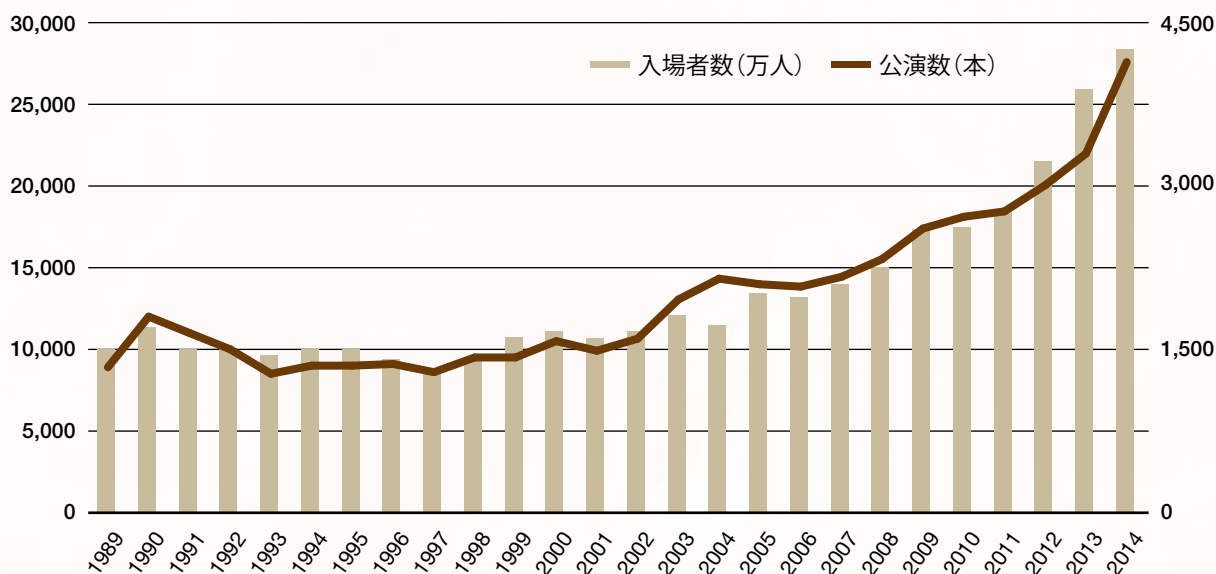
なお、当協会歴代会長の叙勲受賞は平成25年春の佐藤修氏以来となる。



進化を続けるライブ・コンサート市場

2014年は過去最高の動員数や公演数を記録したライブ・コンサート市場（一般社団法人コンサートプロモーターズ協会（ACPC）調査）。今号では、統計データを基に、また実際にライブ運営に携わる方にお話を伺い、市場の現状をレポートする。

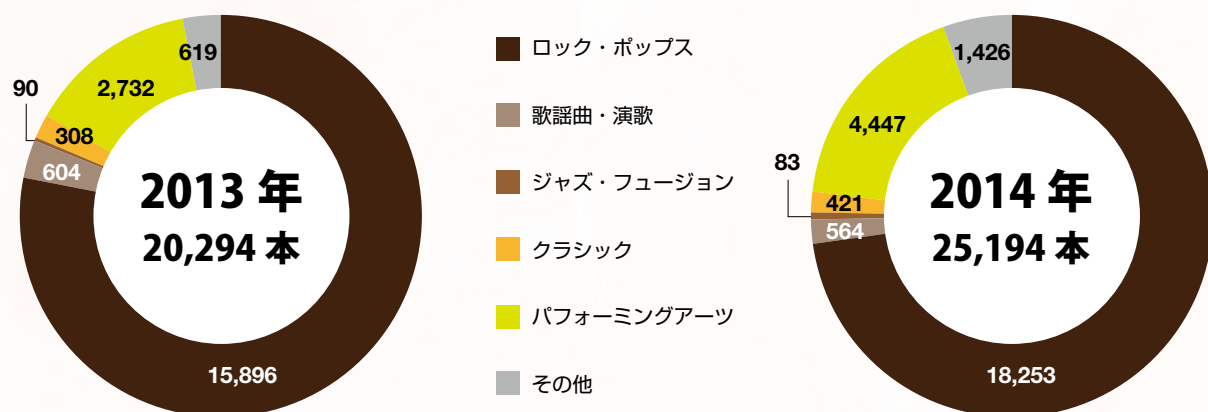
01. 公演数・入場者数の推移



出典：一般社団法人コンサートプロモーターズ協会（ACPC）ライブ市場調査データ

2014年のACPC正会員による公演数は、前年の21,978本より増加し（前年比125.5%）、27,581本となった。また、入場者数については前年の3,885万人より増加し、4,261万人という結果となった。いずれも調査開始の1989年以降で、過去最高の公演数・入場者数となっている。

02. ジャンル別公演数（国内アーティスト）の状況



パフォーミングアーツ…ミュージカル、バレエ、オペラ、レビューショー、伝統芸能、お笑い、演劇、舞踊、ダンス、フィギュアスケートなど
その他…握手会、トークイベント、展覧会、スポーツ、ゲーム大会など

出典：一般社団法人コンサートプロモーターズ協会（ACPC）ライブ市場調査データ

2014年と2013年のジャンル別公演数(国内アーティスト)を比較すると、2014年は「パフォーミングアーツ」ジャンルが約1.6倍増、「その他」ジャンルが約2倍以上の増加となり、興行内容の多様化がうかがえる。

03. 会場規模別公演数の推移 (2009年/2014年比較)

	スタジアム・アリーナ	ホール	ライブハウス	野外	その他※	計
2009年	886	8,272	7,453	303	477	17,391
	1.9倍	1.4倍	1.6倍	2.0倍	3.9倍	1.6倍
2014年	1,712	11,508	11,885	615	1,861	27,581

※イベントスペース、展示場、演芸場、スポーツ施設、ギャラリー、カフェなど

出典：一般社団法人コンサートプロモーターズ協会 (ACPC) ライブ市場調査データ

会場規模別では、どの規模の会場でも増加傾向が見られるが、特に「野外」「その他」の伸びが著しく、近年のフェスの盛り上がりや、ファンサービスイベント等の多様化が背景にうかがえる。

昨今の市場の活況の背景や、課題、展望などについて、**ACPC 今泉裕人** 事務局長より以下のコメントをいただいた。

1. ライブ・コンサート市場の活況の背景や要因は？

生の感動や一体感を求めるユーザーのニーズの変化、他業種のライブ事業参入による活性化、フェス文化の浸透、新たな市場の拡大 (K-Pop、アニソン、アイドル)、SNS でのプロモーションやロコミ効果、スマートフォンやタブレット端末の普及によってチケットやライブ情報へのアクセスが容易になったことなど、複合的な要因が考えられます。

2. 最近特に注視されているトピックは？

もっとも大きなものは会場不足の問題です。「2016年問題」等と昨今メディアで取り上げられていますが、2016年に限らず近年はずっと継続している問題でもあり、今後も建物の老朽化に伴う建替えや改修・閉鎖が続くことが見込まれます。会場不足は公演数の増加だけが原因ではなく、背景に公演の土日集中、大都市集中の傾向があります。その対策として、公演の土日集中を見直し、平日の公演を増やしていくことが求められています。また、チケットの不正転売を巡る問題も、対策が急務です。

3. 市場の今後の展開について、お聞かせください。

会場不足が解消されない限り、どこかで頭打ちになりますが、生の感動を求めるユーザーのニーズを満たすことができれば、市場は安定して推移していくはずで。

そのためにより良い環境づくりを、行政や自治体の連携も含めて進めるとともに、前述の平日開催や土日の公演時間を早めるなど、ユーザーのライフスタイルに合ったライブ、コンサートの開催形態の模索をしていきます。

INTERVIEW

01



2002年からスタートしたエイベックス・グループが毎年夏に行っているa-nationは、多数のアーティストが一堂に会し、幅広い年齢層の観客を集める一大イベントである。14年間の歳月を経て、規模を拡大し、大きく内容を変えながら成長を遂げてきた。運営に携わるエイベックス・ライブ・クリエイティブ株式会社・制作事業本部、第4制作事業部長の小川貴詩氏に、a-nationの成長プロセスを振り返っていただくとともに、その特徴、ビジネスとしての手ごたえなどについて語っていただいた。

ハイヒールで気軽に行ける、音楽のテーマパークを実現

エイベックス・ライブ・クリエイティブ株式会社
制作事業本部 第4制作事業部 事業部長

小川 貴詩 氏

◆ スタジアム規模のサーキット・スタイルで、右肩上がりの成長

2002年に立ち上げたa-nationは当初、一事務所のアーティストが一堂に会する、今までにないタイプの音楽フェスとなりました。当時、エイベックスの芸能プロダクション機能を持つ、株式会社アクシヴ（現・エイベックス・プランニング&デベロップメント株式会社）の社長を務めていた千葉龍平（現・エイベックス・グループ・ホールディングス株式会社、代表取締役副社長CSO）が提唱した、「音楽のテーマパーク」を作るという構想から始まったんです。アクシヴ所属のアーティストを結集し、いわば移動式の遊園地のように野外の会場で全国各地を巡るサーキット・スタイルを採用しました。背景には地方のファンの期待にも応えたい、という思いがありました。

初期は非常にタイトな日程で会場間を大移動し、スタッフが睡眠時間を削って対応することもありました。苦労は尽きませんでしたが、おかげさまでa-nationは右肩上がりで拡大していきました。5年目くらいからは、他事務所、他レーベルのアーティストの参加も得て、さらに規模が大きくなり、やがて約30万人の動員を誇るイベントへ成長しました。

8年目くらいから、イベントとして成長しすぎてしまい、そこまでの規模となると、これ以上の上積みが見えないという雰囲気が出てきました。スタッフ間でも今後どうしようかと模索し始める一方、a-nationの生みの親である千葉からも、固定化してきたので内容について検討してほしい、との言葉が出てきました。そこで10年目を迎えた節目に、大幅なリニューアルに踏み切りました。

◆ エイベックスの枠を越え、新しいカルチャーの創造をめざして

2012年の大リニューアルでは、a-nationのaを再定義しました。avexのaという枠を超えて、「artist and audiences all across asia」のコンセプトのもと、新たなカルチャーの創造にチャレンジするイベントをめざしました。カルチャーのカテゴリーとして〈MUSIC〉〈FOOD〉〈FASHION〉の3つを軸に、エンタテインメントのプラットフォームづくりを進めていこうと意図しました。

そして、いつの時代も若者文化の発信地である東京・渋谷をカルチャー創造の場にしようと考えました。今までのスタジアムのサーキットというスタイルから、渋谷周辺の代々木第一、第二体育館などの施設をまるまる10日間借り切り、「musicweek」として滞在型のイベントへと、ドラスティックに変更しました。aの再定義により、これまで以上に自社、他社の幅広いジャンルのアーティストに参加いただくことを考え、集まりやすさも意識しました。一方で、従来のa-nationの要素であるスタジアム・イベントも、東京と大阪で踏襲しました。

10年間の積み重ねをリセットしてまで、経験のないチャレンジを行ったためか、リニューアル初年度は他事務所のアーティストなどは様子見なところもあって、簡単に参加していただく状況になかったのは事実です。でもそこからまた積み上げて、賛同アーティストも増えました。近年では、およそ200アーティストが参加し、ジャンルもJ-POP、アニメ、アイドル、K-POP、アジア、ロック等々と広がり、非常にバラエティに富んだ構成のステージを展開できています。うまく脱皮できて新たなステージに入れたと思います。

◆ 先陣を切ってアジアのフェス市場を開拓

2014年には、a-nationを台湾・シンガポールへ広げました。aの再定義でアジアが入った一環として実現しました。同年にエイベックスがシンガポールに新拠点を設け、アジア市場でライブビジネスに注力したいという、グループの事業戦略も背景にはありました。アーティスト単体で、いきなり海外に行っても難しい。ブランドの確立されたa-nationが先陣を切って入ることにより、現地でのコネクションやビジネス・ノウハウを蓄積でき、それを突破口に市場を広げられると考えたんです。

以前と比べると、現地スタッフ・機材も充実し、インフラ面も飛躍的に向上しています。ただ海外は文化が大きく違い、特に告知方法やチケット販売などマーケティング周りはきめ細かい配慮が必要とされ、日本と同じやり方は通用しません。J-POPが受け入れられるか心配していたのですが、その良さはうまく伝えられたと思います。台湾に倅田來未、シンガポールに浜崎あゆみを連れて行き、現地のファン、メディアからも非常に好評を得ました。

◆ 今、幅広い層のファンを集めるイベントとして

連日違うジャンルで多彩なアーティストのステージが展開され、訪れるお客様が幅広い年齢層にわたるのも、

a-nationの特徴です。皆様を迎えるコミュニティ・エリア「a-nation island」も工夫を施して、目いっぱいお楽しみいただけるように作り込んでいます。夏場のフェスですから、熱中症対策にも十分に配慮しました。カルチャー創造の一環で、a-nation island内において、音楽以外の〈FOOD〉や〈FASHION〉の楽しいイベントも追求しています。〈FOOD〉では、去年は世界の食の祭典を催し、今年は女性向けの野外フードイベント「肉食女子博」を開催しました。〈FASHION〉では女性向けにヘアやネイルなどを無料でアレンジするアトラクションを設け、好評を博しています。協賛企業のブースやビアガーデン、物販コーナーもあり、ライブとともに楽しみいただいています。

a-nationは、イベント・プラットフォームとしてブランド化を図り、着実に進化してきました。当初からのコンセプトである「音楽のテーマパーク」にしっかりつながったものになり、また裏テーマで「ハイヒールで気軽に行ける都会型フェス」のスタイルも、a-nationの特徴としてぶれずに堅持してきました。いろいろ変遷のあったなか、アーティストとオーディエンスの出会い場所として、ようやく浸透してきたな、と手ごたえを感じています。来年は15周年ですが、さらに先を見据えてチャレンジしていきたいですね。(談)



INTERVIEW

02



株式会社ランティスでは2009年9月、富士急ハイランドで、10周年記念の野外フェスティバル「10th Anniversary Live ランティス祭り」を開催した。その後2014～15年に、15周年記念の国内4カ所、海外6都市を巡回する大規模なツアー企画として、国内の「15th Anniversary Live ランティス祭り 2014」、海外の「Anisong World Tour～Lantis Festival 2015～」を開催した。一連のライブイベントを開催する意義、効果などについて、同社の取締役でプロデュース3部兼宣伝販促部兼グローバル事業ゼネラルマネージャーを務める松村起代子氏に伺った。

皆で手づくり、 楽しさMAX「ランティス祭り」

株式会社ランティス 取締役
プロデュース3部 兼 宣伝販促部 兼 グローバル事業 ゼネラルマネージャー
松村 起代子 氏

◆ 怖いもの知らず、何でもやってみた

創立10周年（2009年）の2年前、仲間うちで「10周年記念祭はやりたいね」と話していたんです。やるなら野外フェス、との構想も当時からありましたが、経験はなく、どうしていいか手探り状態でした。そのときお世話になっている文化放送開発センターの方から、山梨県の富士急ハイランドを会場としてはどうか、と紹介を受けました。夏場にステージがオープンするコニファーフォレストを使える。これはいい、と「10th Anniversary Live ランティス祭り」のプロジェクトが動き出しました。初の野外フェスでしたから、株式会社富士急エンタープライズにイベントごと買い取っていただき、予算オーバー分は当社で負担する仕組みにしました。二日間のイベントを計画し、所属アーティストが全員出られるライブを目指しました。

なにしろ初の試みで、野外フェスのイロハも分からない。だからこそ怖いもの知らずで、何でもやりました。「ランティス弁当」やミネラルウォーター「ランティ水(すい)」を企画したり、富士急の協力で専用列車「ランティスExpress」を走らせたり…物販の仕切りもすべてスタッフ総出でやりました。その頃は社員も約30名に増えてはいましたが、創業時から流れる手づくり文化は継承され、今に至ります。社内を巻き込むうち「好きだから、電車の企画やります」と手を挙げるスタッフが出るなど、どんどん活性化していきました。

大規模な単独公演を行う所属アーティストも育っており、これまで培った経験値をステージ作りに活かすことができました。また、会社の違う舞台監督同士でチームを組み、共同でステージ演出を行うコラボレーションも実現しました。観客は男性、女性、大きな偏りなく、大勢のアニソンファ

ンの参加を得て、有り難いことでした。

ステージ最後には富士急ハイランドの計らいで、花火が打ち上げられるのですが、騒音問題もあり時間が決められていました。途中、押して曲を減らすことも考えましたが、舞台監督チームの尽力で、一曲も減らさず花火を迎えられました。天候も、小雨程度でおおむね良好で、助かりました。不安いっぱいプロジェクトが始まったけれど、皆が一致団結して、涙、涙のフィナーレ。深い感動が心に刻まれ、苦労が吹き飛びました。

フェスを経て、ファンの皆様に「ランティスは面白い」と印象を持っていただけたようで、社のブランドイメージの向上に大きく貢献しました。スタッフの結束も強まり、アーティストも経験値を高め、かけたコスト以上の効果は確実にありました。

◆ イベントが人を育てる

15周年を記念し、昨年開催した「15th Anniversary Live ランティス祭り 2014」は、日本各地4カ所9公演のツアーになりました。当社は、2012年から仙台市で、東北に元気を届ける「みちのくアニソンフェス」を開催していました。このフェスを経て名古屋出身の関係者から、「東海でもアニソンのフェスをやりたい」という要望が寄せられ、「ランティス祭り」に組み込み、開催地区が広がっていったのです。

東海が三重県・ナガシマスパーランド、関西が大阪府・万博記念公園、関東が東京・潮風公園を会場とし、東北は仙台市ゼビオアリーナ仙台を会場に「みちのくアニソンフェス」の紐付けイベントとして開催しました。東北以外はすべて野

外フェスでしたが、ステージを他社との共有で使わせていただくことができ、助かりました。

台風時期にあたり、野外フェスのリスクとなる天候問題には気を使いました。保険も充実させた上で、雷雨が心配された東海公演では帯同してもらった気象予報士の的確な指示を都度いただきました。結果、公演時間は少し短縮されたものの、無事にフェスを開催でき、お客様のテンションも最高潮でした。ステージ上で私が「いくぞー」と開催の声をかけ、激しく盛り上がったことが忘れられません。

社員は50名を超えましたが、一人ひとりに担当を必ず付けて、物販も飲食も自分たちで企画し、ますます手づくり感が増しました。回を重ねて、結束力もより高まりました。あえて管理畑の社員がグッズ担当をしたり、販促の社員を飲食分野に振り分ける中で、各自のいつもと違う側面が見られて、人材育成面でも非常に役立ちましたね。イベントの流動的な状況に対応して判断力が磨かれ、リーダーの素質のある人も見えてくる。ファンの皆様に喜ばれるイベントであるのはもちろんですが、社内にも刺激を与える取り組みになりました。

◆ 海外ファンに本物を届けたい

今年に入り、15周年祭の一環として、海外ツアー「Anisong World Tour ~ Lantis Festival 2015 ~」を実施しました。

バンダイナムコグループは海外展開を重要テーマとし、当社も海外でフェスをやりたい意向がありました。2008年にJAM Project*のワールドツアーに取り組んだ後、本格フェスを要望する海外ファンの声が耳に入るようになりました。

そうした中、株式会社アミューズと海外業務提携を結び、体制が整備され、今回のツアーフェスを羽ばたかせることができましたのです。

米国ラスベガス、アジア圏では香港、シンガポール、ソウル、上海、台北の各都市を回る大きなツアーとなりました。海外のアニメファンが日本語で完璧に歌いこなす姿を見ると、震えるような感動を覚えます。アニソンを通して日本語を学ぶ人も多く、流暢に話し、他愛ないギャグでも笑ってくれる。すごいことだと思う一方で、しっかりした内容を毎回提供しなければと責任も感じます。

ラスベガスのフェスは、米国のOTAKONとのタイアップで開催しました。米国で成功したイベントと組み、ファンに本物のアニソンを届け、ヒットにつなげる狙いがあります。米国ではまだ露出が少ないアーティストの曲を聴いたファンから「日本のアニソンってすごいな」という反応があり、良いプロモーションになりました。こうしたタイアップは、事業展開のキーとして力を入れていく考えです。

海外では事前準備に苦労します。アミューズとの提携でスムーズになりましたが、機材準備には気を遣います。ビザの取得も大変ですね。

今後はこれら周年祭に加え、ランティスのカラーを出したフェスにチャレンジし、国内から海外まで本物の楽しさをより多くの方へ届けていきたいと思っています。(談)

*JAM Project (Japan Animationsong Makers Project) : ランティス所属アーティストのグループプロジェクト。現メンバーは、影山ヒロノブ、遠藤正明、きただにひろし、奥井雅美、福山芳樹。世界に誇る日本のアニメーションに見合う主題歌創りを心がけ、国内外での公演活動に取り組む。



特報

Special Report

当協会 斉藤会長・明治学院大学寄附講座にて講義

10月6日、東京都港区の明治学院大学で開講された、当協会主催の寄附講座「クリエイティブビジネスと著作権」において、当協会 斉藤会長が「レコード産業の構図と現状」をテーマに講義を行った。

講義では、日本のレコード産業の歴史や、国内外の市場規模、状況の説明に加え、レコード会社業務について現役レコード会社社員が登場する映像を上映。レコード産業の直面する課題や展望、当協会の施策について事例を踏まえながら紹介した。当日は400名超の生徒が出席し、熱心に講義に耳を傾けた。

質疑応答では、「音楽業界で求められる人材像」「定額制音楽配信サービスの今後の展開」など多数の質問が寄せられ、レコード業界の動向やマーケットに関する関心の高さがうかがえた。



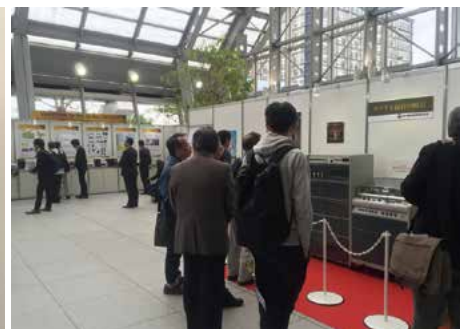
「オーディオ・ホームシアター展 2015」開催 国立国会図書館「SP盤のデジタル化音源」をブースにて紹介

10月16日から18日の3日間、一般社団法人日本オーディオ協会（JAS）主催、当協会などの後援による「オーディオ・ホームシアター展 2015」が東京・台場の「TIME（タイム）24」 TOKYO INFORMART EXPRESS24にて開催された。今年度は、「ハイレゾ発表一周年」をテーマに掲げ、出展社数は92社、来場者は3日間で約19,300人となった。

当協会は、国立国会図書館のデジタル資料である歴史的音源を公開している専用ページ、「れきおん」サイト（<http://reki.on.dl.ndl.go.jp/>）の紹介を目的として、本イベントにブースを出展した。「れきおん」サイトで公開されている音源は、1900年頃から1950年代までに生産されたSP盤の貴重なもの。これらを後世に残すため、当協会を含む音楽関係団体は音源をデジタル化し、2013年までに国立国会図書館に納品してきた。現在、約48,700音源のメタデータと、保護期間切れの約1,400音源が公開されている。

「古（いにしえ）の音を聴いてみよう」と題したブース内には、「れきおん」サイトに公開中の音源試聴コーナーが設けられた他、実物のSP盤の展示も行われた。

来場者の多くはオーディオファン。「れきおん」サイトを紹介するリーフレットに掲載された「おすすめ公開音源」一覧も参考にしながら、来場者自身が実演家や楽曲名を入力して音源を検索の様子が見られた。本ブースを通じて初めて「れきおん」サイトの存在を知ったという来場者も多く、今回の出展で、当協会を含む音楽関係団体が行ってきた、SP盤のデジタル化アーカイブ事業の文化的な意義を周知することができた。



特報

Special Report

著作権啓発映像「未来の音楽のために」作成

当協会では、若年層を対象に「音楽創造のサイクル」を守ることの大切さを伝え、著作権意識の向上を目的とした著作権啓発映像をリニューアル作成した。主に会員社および当協会が実施する中高生の職場訪問時に教材として使用される。

映像は、[著作権解説編][レコード会社業務紹介編]の2つのパートで構成される。

[著作権解説編]

中学校の吹奏楽部を訪れたOBが、部員たちに音楽創造のサイクル(HAPPY MUSIC CYCLE)の仕組みを説き明かす。著作権を守ることが未来の音楽を守ることにつながるというポイントを、著作権の基礎知識や著作権法で違法とされる行為等とあわせて教えていく。

[レコード会社業務紹介編]

A&R、レコーディング・エンジニア、音楽配信、宣伝、営業といったレコード会社の主な業務を、現役レコード会社社員が出演し紹介する。音楽がリスナーの手元に届くまでには様々なスタッフが携わり、アーティストの想いを形にするために力を尽くしているということを視聴者に訴求する。

著作権啓発映像「未来の音楽のために」ワンシーン



インターンシップ実習生受け入れ

8月17日から21日の期間、当協会はインターンシップ実習生の受け入れを行った。今回で7回目となるインターンシップ受け入れは、レコード産業および当協会事業への理解促進を目的として、立教大学の依頼により実施されたものである。1週間の実習を終えた、立教大学社会学部メディア社会学科3年の眞鍋 遼さんよりコメントをいただいた。

私は大学ではバンドサークルに所属しており、これまでずっと音楽に親しんできました。そんな私にとって、日本レコード協会を訪れることができるというのはまたとない機会であり、インターンシップへの参加を希望いたしました。

今は音楽フェス全盛の時代で、私の周りにもライブへ頻繁に足を運ぶ人が少なくありません。確かに、迫力や会場の一体感は生演奏でしか味わえないものであり、お祭りのような非日常の体験の魅力も十分に理解できます。

しかし、私自身はむしろ、レコード(再生音楽)に対して強い思い入れを持っています。嬉しい時や悲しい時に、自分の気分に合わせて好きな曲を聴くという行為が、自分の生活を豊かにしているように思うのです。私にとって音楽は日常に寄り添うものであってほしいし、きちんとした録音物がリスナーの手元に届くことが音楽業界にとって重要だと考えています。

日本レコード協会はまさに、レコードが流通することを守り、促進する活動を行っています。今回、職員の方々のお話を伺ったことで、レコード協会の多岐にわたる活動への理解が深まりました。普通にリスナーとして過ごしているうちは、レコード協会がこういった仕事を行っているか意識することはあまり無いかもしれませんが、しかし、そんな地道な活動が確実にレコード産業を守っているのだということを感じ取ることができました。

音楽業界を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。厳しい側面もありますが、これからも良い音楽が私たちの元に届く環境が守られていくことを願っています。また私自身も、今回の経験をこれからの人生に役立てていきたいと思っています。5日間お世話になりました。

特報 Special Report

今年度「J-Music LAB」事業について

当協会は、2013年度スタートした海外向け日本音楽プロモーション事業「J-Music LAB（ジェイ・ミュージックラボ）」を、今年度も継続・強化して展開する。第一弾はタイ・バンコクで11月に、第二弾は台湾・台北で来年1月に実施する。

① タイ／バンコク開催 J POP Signature × J-Music LAB2015 in Bangkok

- 【主催】 日本貿易振興機構（JETRO）、一般社団法人日本レコード協会（RIAJ）
- 【協力】 一般財団法人音楽産業・文化振興財団（PROMIC）、WakuWakuJapan ほか
- 【期間】 2015年11月7日（土）
- 【場所】 タイ・バンコク市 Novotel Bangkok on Siam Square B1 floor
- 【実施事業】 ライセンス促進を目的とした商談会およびショーケースライブ
- 【出演アーティスト】



赤マルダッシュ☆



牧野由依



ChouCho

【イベントオフィシャルサイト】

J POP Signature (Facebook) <https://www.facebook.com/jpopsig>

J-Music LAB (Facebook) <https://www.facebook.com/jmusiclab>

なお、本イベントは「クールジャパン」と「ビジット・ジャパン」を推進する「JAPAN WEEKEND」の一環として、経済産業省・MANGA Festival 実行委員会が主催の「MANGA Festival in Thailand」と訪日旅行の促進を図るため観光庁・日本政府観光局（JNTO）が主催の「Visit Japan FIT travel fair 2015 winter」と、同エリア内で同時開催というオールジャパン体制で行われる。

② 台湾／台北開催 J-Music LAB2016 in Taipei (予定)

- 【主催】 一般社団法人日本レコード協会（RIAJ）
- 【協力】 一般財団法人音楽産業・文化振興財団（PROMIC）、WakuWakuJapan ほか
- 【期間】 2016年1月15日（金）・16日（土）・17日（日）
- 【場所】 台湾・台北市 華山 1914 文創園區 Legacy 伝音楽展演空間区（ショーケースライブ）ほか
- 【実施事業】 ライセンス促進を目的とした商談会 / 高音質（ハイレゾ）音源の試聴会 / ショーケースライブ / 日本音楽を紹介する等ブース展示
- 【ライブ出演アーティスト】 後日公表予定

【イベントオフィシャルサイト】

J-Music LAB (Facebook) <https://www.facebook.com/jmusiclab>

※本事業は「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開促進事業補助金（J-LOP+）」の補助を受けております。

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。

“いい曲”を支える、 具体イメージと緻密なディテール

木村 敏彦 (きむら・としひこ) 氏
有限会社ユークリッド・エージェンシー 代表取締役 会長



❖ エレベータと澁澤龍彦

キティレコードに入社した僕は当初、総務部門に配属されました。業界の仕組みを日々学びつつ、一年近く経ったある日。昼休みに買った澁澤龍彦の新刊を片手に、社のエレベータに乗っていた時のことです。同乗していた制作の石谷仁さんが、声をかけてきました。「何読んでるの?」その場は他愛ない話で終わりましたが、後で石谷さんから呼ばれ、制作をやらぬかとお誘いをいただきました。びっくりしたものの、二つ返事で石谷さんのアシスタントになりました。石谷さんも澁澤が好きで、声をかけてくださったそうです。澁澤の本を持ち、エレベータで石谷さんと乗り合わせた。運命的な出来事に導かれました。

石谷さんは当時、久保田利伸のチーフマネージャー兼プロデューサーでした。楽曲重視のキティズムで、アーティストに日々の楽曲作りを課すのですが、その進め方が大変勉強になりました。抽象的な指示ではなく、リズム等のヒントを具体的に出して、うまく促していく。僕は自作するアーティストとの仕事が多いのですが、当時の経験が役立っています。彼らにいい曲を作ってもらうのが僕の一番大事な仕事であり、そのベースはキティで築かれました。

❖ 「10セントの^{ゆめ}小宇宙」の彼方

その後、僕は徳間ジャパンに移籍し、LINDBERGに出会います。当時、正直に言うと会社はあまり力を入れていませんでしたが、僕は彼らのライブを聴いてぐっと来るものを感じたんです。先輩に頼んで替わってもらい、僕が担当になりました。会社の扱いは小さいままでしたが、ライブやセカンドアルバム制作に励みました。この頃「10セントの^{ゆめ}小宇宙」という曲ができました。辛くても逃げずに前進する姿が描かれたこの曲が、LINDBERGのテーマだと直感し、バンドの進む方向がはっきり見えました。

その後、皆でハイエースに乗って神戸ヘツアーに出た時、フジテレビから一報が入りました。ドラマ主題歌の楽曲の打診が来て、期限3日でプレゼンすることになりました。ハイエースの他メンバーを尻目に、作曲を担当するギターの平川達也と新幹線に飛び乗ってフジテレビまで行きました。そこで受けたオーダーは「スピード感があって、元気が

あって、切ない曲」というものでした。翌日、平川は2曲上げ、うち1曲が素晴らしい出来でした。大急ぎで音源を用意し、3日後のプレゼンに臨みました。〈一押しは後から〉の鉄則により、いい方を2曲目にプレゼンして採用に至りました。それがヒットした「今すぐ Kiss Me」です。切羽詰った状況でよくぞ書いてくれた、奇跡だなと思います。

❖ 一発屋で終わらせない

岡本真夜は、売れた後が大変でした。デビュー曲「TOMORROW」は、ドラマのタイアップのタイミングもよく、シングル200万枚の大ヒットになりました。その後、二作目のシングルも営業や宣伝から「TOMORROWのような曲」を要望されました。でも彼女本来の持ち味はそこではない。「TOMORROW」系の二作目はクオリティも前曲ほどではなく、売上も落ちました。このままでは典型的な一発屋になる、この系統はもうやめようと考えました。

その頃、歌詞はまだでしたが、楽曲パワーが圧倒的なバラードができました。岡本真夜は女性の共感が得られるアーティストだという思いがありました。別れた、死別したじゃないインパクトが歌詞にほしい。そこで曲の主人公を21歳・新橋で働くOLと設定した、ディテールに凝ったストーリーを彼女に提示しました。憧れの先輩と親友が親しく歩く姿を目撃して…。友人に裏切られ、恋も破れた女性の心象を描いた歌詞ができ、「Alone」が誕生しました。

ところが社内は宣伝も営業も大反対。「岡本真夜のイメージが壊れる。」「この曲じゃタイアップが付かない。」僕はそんな社内の声をシャットアウトし、宣伝プランを必死で考え、全国のFMの巡回とカラオケの活用を中心に据えました。カラオケに置くチラシでは、岡本真夜とデュエットできるイベントを企画。相手役の募集を告知し、課題曲の1曲に「Alone」を入れ、カラオケでの歌唱を促しました。リリース当初は数字が出なかったものの、二カ月後にはトップ10入りしました。売上はシングル50万枚程度でしたが、収録アルバムは以前の倍の100万枚ほどまで行きました。「TOMORROW」では楽曲のファンが多かったけれど、「Alone」で岡本真夜のファンになってくれる人が増えた。しかも女性ファンが増え、それがアルバムの売れ行きに反映され、同時にライブの動員も倍になりました。今までで一番いい仕事をしたと思っています。(談)

担当アーティスト

LINDBERG、岡本真夜、露崎春女、千聖、松田博之、ゴールデンボンバーほか多数

Monthly Production Report

2015年9月度レコード生産実績

9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100%の1,610万枚・巻、金額で同106%の182億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比101%の1,310万枚・巻、金額で同107%の141億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比99%の300万枚・巻、金額で同102%の41億円となっている。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

		9月実績						2015年1月～2015年9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	232%	2	0	219%	26	0	125%	15	0	109%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	291%	0	0	287%
	計	3	0	232%	2	0	219%	26	0	126%	15	0	110%
12cmCD シングル	邦	4,359	33	120%	3,531	25	128%	42,836	34	106%	32,066	24	108%
	洋	6	0	179%	6	0	221%	42	0	7%	21	0	5%
	計	4,365	33	120%	3,536	25	128%	42,877	34	105%	32,086	24	106%
シングル 計	邦	4,363	33	120%	3,533	25	128%	42,861	34	106%	32,081	24	108%
	洋	6	0	179%	6	0	221%	42	0	7%	21	0	5%
	計	4,369	33	120%	3,539	25	128%	42,903	34	105%	32,102	24	106%
12cmCD アルバム	邦	5,963	46	93%	8,153	58	104%	64,674	51	107%	85,816	63	104%
	洋	2,611	20	95%	2,211	16	91%	17,034	14	73%	15,795	12	73%
	計	8,574	65	93%	10,364	73	101%	81,709	65	97%	101,611	75	98%
CD計	邦	10,325	79	102%	11,686	83	111%	107,536	85	106%	117,896	87	105%
	洋	2,617	20	95%	2,217	16	91%	17,077	14	72%	15,816	12	72%
	計	12,943	99	101%	13,903	98	107%	124,612	99	100%	133,713	99	99%
アナログ ディスク	邦	29	0	108%	49	0	125%	282	0	260%	483	0	259%
	洋	29	0	243%	64	0	325%	193	0	144%	336	0	145%
	計	58	0	150%	113	1	192%	475	0	196%	819	1	196%
カセット テープ	邦	76	1	63%	74	1	67%	642	1	76%	547	0	78%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	158%	0	0	118%
	計	76	1	63%	74	1	67%	643	1	76%	548	0	78%
その他	邦	14	0	78%	18	0	121%	122	0	74%	178	0	87%
	洋	9	0	68%	17	0	58%	134	0	94%	292	0	93%
	計	23	0	74%	35	0	79%	256	0	83%	470	0	91%
合計	邦	10,445	80	102%	11,827	84	110%	108,582	86	106%	119,104	88	105%
	洋	2,655	20	96%	2,298	16	93%	17,404	14	72%	16,446	12	73%
	計	13,100	100	101%	14,125	100	107%	125,986	100	100%	135,549	100	100%

● 音楽ビデオ

		9月実績						2015年1月～2015年9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	2,474	82	96%	2,680	66	102%	31,579	80	96%	32,389	65	91%
	洋	69	2	49%	91	2	60%	791	2	59%	972	2	66%
	計	2,543	85	94%	2,771	68	100%	32,370	82	94%	33,362	67	90%
ブルーレイ ディスク	邦	439	15	141%	1,272	31	108%	7,037	18	160%	16,181	32	131%
	洋	21	1	147%	38	1	93%	161	0	143%	324	1	99%
	計	460	15	141%	1,310	32	108%	7,198	18	159%	16,505	33	130%
テープ・その他	邦	1	0	-	1	0	-	2	0	112%	3	0	104%
	洋	2,914	97	101%	3,952	97	104%	38,617	98	103%	48,573	97	101%
	計	3,004	100	99%	4,082	100	102%	39,569	100	102%	49,869	100	100%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

		9月実績						2015年1月～2015年9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		13,100	81	101%	14,125	78	107%	125,986	76	100%	135,549	73	100%
音楽ビデオ計		3,004	19	99%	4,082	22	102%	39,569	24	102%	49,869	27	100%
合計	邦	13,358	83	102%	15,780	87	109%	147,199	89	106%	167,677	90	104%
	洋	2,746	17	94%	2,428	13	91%	18,356	11	72%	17,742	10	73%
	計	16,104	100	100%	18,207	100	106%	165,555	100	100%	185,419	100	100%

● ビデオレコード（含音楽ビデオ）

		9月実績						2015年1月～2015年9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		4,947	71	86%	7,759	58	90%	53,673	75	91%	71,903	60	83%
ブルーレイディスク		1,985	29	119%	5,696	42	122%	18,152	25	115%	47,200	40	109%
テープ・その他		1	0	1967%	1	0	821%	2	0	110%	4	0	99%
合計		6,933	100	93%	13,456	100	102%	71,827	100	96%	119,107	100	92%

● オーディオ/ビデオレコード合計

		9月実績						2015年1月～2015年9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		13,100	65	101%	14,125	51	107%	125,986	64	100%	135,549	53	100%
ビデオレコード計		6,933	35	93%	13,456	49	102%	71,827	36	96%	119,107	47	92%
合計		20,033	100	98%	27,581	100	104%	197,813	100	99%	254,656	100	96%

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

	ダブル・プラチナ	愛を叫べ	嵐	2015.09.20	ジェイ・ストーム
邦楽	プラチナ	Unfair World	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.09.02	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	ゴールド	会いたかった	AKB48	2006.10.25	ソニー・ミュージックレーベルズ (SMEレコーズ)
		Moonlight walker	A. B. C-Z	2015.09.30	ポニーキャニオン
		ALL FOR YOU	GENERATIONS from EXILE TRIBE	2015.09.16	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		Otherside / 愛が止まるまでは	SMAP	2015.09.09	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
		イッチャって♪ ヤッチャって♪	SUPER☆GIRLS	2015.08.19	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
		SOS / プレゼント	SEKAI NO OWARI	2015.09.25	トイズファクトリー
		お岩木山	三山 ひろし	2015.02.11	日本クラウン

アルバム

邦楽	ゴールド	AAA 10th ANNIVERSARY BEST	AAA	2015.09.16	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

ミリオン	Rising Sun	EXILE	2011.09.14	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	愛のうた	倅田 来未	2007.09.06	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
トリプル・プラチナ	ブルーバード	いきものがかり	2008.07.09	ソニー・ミュージックレーベルズ (EPIC レコードジャパン)
	花	ORANGE RANGE	2004.10.06	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)
	花火	三代目 J Soul Brothers	2012.08.01	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	R.Y.U.S.E.I.	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2014.06.25	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
プラチナ	夢を味方に	絢香	2009.04.15	ワーナーミュージック・ジャパン
	君がくれた夏	家入 レオ	2015.08.17	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	Can You Keep A Secret?	宇多田 ヒカル	2004.11.19	ユニバーサル ミュージック
	come again	m-flo	2002.06.01	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ
	冬物語	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2013.10.30	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
	ゴールド	また出逢えたなら ... duet with HanaH	KG	2010.10.13
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
長く短い祭		椎名 林檎	2015.07.10	ユニバーサル ミュージック
アイアイのうた〜僕とキミと僕等の日々〜		C&K	2013.01.16	ユニバーサル ミュージック
うれし涙		SPICY CHOCOLATE	2014.07.02	ユニバーサル ミュージック
ANTI-HERO		SEKAI NO OWARI	2015.08.05	トイズファクトリー
くるりくるり		ナナムジカ	2006.02.01	ワーナーミュージック・ジャパン
トリセツ		西野 カナ	2015.09.09	ソニー・ミュージックレーベルズ (SMEレコーズ)
SUN	星野 源	2015.05.27	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント	

洋楽

プラチナ	アイ・リアリー・ライク・ユー	カーリー・レイ・ジェブセン	2015.03.02	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	バイ・ザ・ウェイ	レッド・ホット・チリ・ペッパーズ	2006.04.01	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

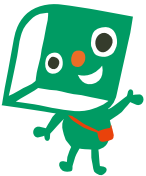
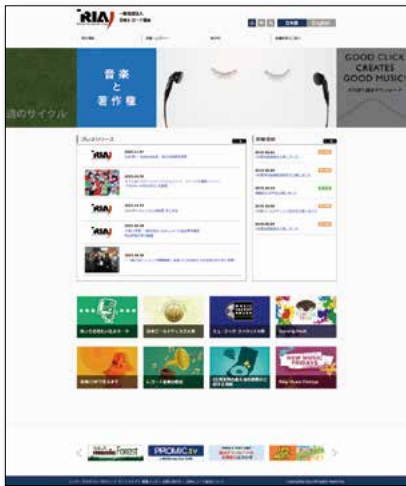
基準単位: 音楽ソフト・枚、配信・DL (ダウンロード数)
 ※着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰
 ※※「着うた®」は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です
 ※※※3ミリオン以降、100万毎に認定

協会からのお知らせ

11月4日、当協会のウェブサイト进行全面リニューアルいたしました。是非ご活用ください。

<http://www.riaj.or.jp/>

<http://www.riaj.or.jp/e/>（英語版トップページ）



エルマーキャラクター
エルマーくん

THE RECORD No.672 2015年11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11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 株式会社エフビーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

年々日本に浸透していくハロウィン。その盛り上がりは顕著で、ついに今年はバレンタイン市場を追い抜いたそうです。ライブやフェスの非日常感と、仮装の相性は抜群と常々感じますが、まさにハロウィンは格好のイベントではないでしょうか。ライブ・フェスにあわせてファッション、時にはコスプレを楽しむ人々を、SNSでよく見かけるようになりました。とはいえ、仕事終わりに駆け付けたのであろう、スーツ姿でヘッドバンギングする人々の姿も好きな光景です。(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。