

The Record 2019

vol.720

November 11



The Record 2019.11 vol.720

子どもたちを育む音楽 |

IFPI「Music Listening 2019」を発表 |

改訂 RIS 規格の発行 |

II

November

CONTENTS

1 Monthly News Digest

特集

3 子どもたちを育む音楽

特報

9 IFPI「Music Listening 2019」を
発表

11 改訂RIS規格の発行

12 私の一枚 season 2

13 Monthly Production Report

14 GOLD DISC

Monthly News Digest

9/21 Saturday

「ホンモノ・ニセモノ展示」開催

9月21日、東京都中央区立教育センターにて、「ホンモノ・ニセモノ展示」が開催された。

この展示は、消費者の知的財産への興味と理解を深めることを目的に、中央区教育委員会の依頼を受けて公益社団法人発明協会が関係団体・企業の協力を得て行っているものである。今回は、中央区で毎年9月に開催される「中央区児童生徒発明くふう展」と併催され、家族連れなど100名ほどが来場した。

当協会は、音楽CD・DVDの真正品と模倣品を提供し、ほかにも、ハンドバッグや衣類、時計、玩具、電子記録媒体等の真正品と模倣品・海賊版の比較展示や、模倣品対策について説明したパネルの展示が行われた。多くの来場者が、新製品と模倣品の見分け方や品質の違いについて、品物を手に取って興味深く比較していた。



10/10 Thursday

電気通信大学寄附講座にて 重村会長が講義

10月10日、東京都調布市の電気通信大学で開講された当協会寄附講座「情報化社会におけるクリエイティブビジネスと著作権」において、当協会 重村会長が「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、国内外の市場規模とその状況を説明。さらに、今後のレコード産業の課題や、当協会および会員社の施策について事例紹介を行った。当日は350名以上の学生が出席し、質疑応答では多くの手が挙がるなど、積極的に講義に参加する様子が見受けられた。



10/12 Saturday

ACA「ほんと?ホント!フェア in 福岡」開催

10月12日、福岡県糟屋郡のイオンモール福岡にて、当協会が加盟する不正商品対策協議会(ACA)主催の「ほんと?ホント!フェア in 福岡~海賊版は買わない!海賊版サイトは見ない!偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない!~」が開催された。

本イベントは、知的財産の保護と不正商品の排除を広く消費者に訴えかけることを目的としており、当協会はブランド品・ゲームソフトも並ぶ「ホンモノ・ニセモノ比較展示」において、音楽CD・DVDの真正品・模倣品の提供および著



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

著作権教育啓発用リーフレットの配布を行った。同イベントでは、ほかにも福岡県警察音楽隊によるミニコンサートや、タレントの福田愛依さんが出演した不正商品撲滅キャンペーン応援隊長任命式&ミニトークショーと〇×クイズ大会、バルーンアーティストのひねり屋ジャッキによるバルーン・アートショー、キャラクターとの撮影会など様々なプログラムが行われた。当日は約1,800人が来場し、盛況のうちに終了した。



IFPIとWINがレコード情報のゲートウェイサービス事業社の設立を発表

10月22日、国際レコード産業連盟(IFPI)とWIN※1は、全世界のレコード産業を代表して、レコード情報(音源メタデータ)を集約的に収集・提供するゲートウェイ事業社「Repertoire Data Exchange (RDx)」を共同で設立することを発表した。この取組みにより、レコード会社と各国のレコード集中管理団体(MLC)は、単一のソースを介して正しいレコード情報をデータ交換することが可能となり、徴収するレコード演奏使用料や放送二次使用料を適時に、正確に、かつ、効率的に権利者へ分配することが可能となる。レコード会社は、これまで様々な方法でMLCに個別にレコード情報を提供してきたが、RDxでは全世界のレコード権利者にあらゆるMLCが迅速かつ簡単にアクセス可能な標準フォーマット(DDEX※2 MLC)でレコード情報を登録する一元的なソースを提供し、レコード情報の品質向上を目指す。なお、本サービスは、厳正な審査を経て選定されたPPL(イギリスのレコード集中管理団体)に運営を委託する。

※1 Worldwide Independent Network (WIN)

インディーズレコード事業者団体をサポートする国際組織として2006年に設立。会員は、ABMI(ブラジル)、A2IM(アメリカ)、AIR(オーストラリア)、CIMA(カナダ)、IMCJ(日本)、IMICHILE(チリ)、IMNZ(ニュージーランド)、LIAK(韓国)、そして欧州を代表するIMPALAと、すべての大陸をカバーする。

※2 Digital Data EXchange (DDEX)

デジタル音源配信ビジネスやそのメタデータ等に関する電子フォーマットの国際標準化を目的に、メジャーレコードレーベルと大手音楽配信事業者等が2006年に共同で設立した非営利団体。

ブライダルに係る著作権・著作隣接権に関する説明会を全国で開催

当協会は、一般社団法人日本音楽著作権協会(JASRAC)、公益社団法人日本ブライダル文化振興協会(BIA)と共同で、7月から9月にかけて全国9都市でホテル、式場等結婚披露宴を行う施設とブライダルコンテンツ(結婚披露宴におけるBGM・プロフィールビデオ等の演出コンテンツや記録ビデオ)の制作事業者等を対象に、説明会を開催した。

説明会では、JASRAC複製部 江見部長、北沢課長、横田課長より、ブライダルコンテンツに関する取り組みの経緯、新使用料規程の内容、顧客への案内のために作成された資料の活用方法等について説明がなされた。当協会からは、著作権・契約部 楠本部長、分配・業務部 飛世課長より、音源使用のためのルールと運用方法、無許諾使用に対する解決事例等について説明を行った。各権利者団体からの説明に続いて、BIA佐々木事務局長より事業概要等の紹介がなされた後、質疑応答が行われた。

全国で800名を超える関係者が出席し、ブライダル業界の関心の高さが実感できる有意義な会となった。

▼説明会開催日程

開催日	開催地	会場
7月17日(水)	名古屋	名古屋東急ホテル
8月21日(水)	金沢	TKP金沢新幹線口会議室
8月22日(木)	大阪	ホテルモントレ大阪
8月26日(月)	東京	東洋大学 白山キャンパス1号館1階1102教室
9月3日(火)	広島	TKP広島本通駅前カンファレンスセンター
9月4日(水)	福岡	ホテルモントレ・スール福岡
9月11日(水)	札幌	ホテルモントレーデルhof札幌
9月12日(木)	仙台	ホテルモントレ仙台
9月25日(水)	那覇	沖縄県市町村自治会館



8/22大阪会場



8/26東京会場



9/12仙台会場

未来の音楽リスナー創出のために

子どもたちを育む音楽

人が生まれてから最初に触れるエンタメの一つに音楽がある。小学校の必修科目、中学校のダンスの授業…など音楽に触れる機会は多くあるが、義務教育が始まるよりも前から、音楽は人々の日常に寄り添ってきた。今号では「音楽×キッズ」をテーマに、NHKとキングレコードのインタビューをまじえて未来の音楽リスナーに向けた取り組みを紹介する。

interview 1

歌、体操、人形劇を柱とした総合教育エンターテインメント

『おかあさんといっしょ』から見える歌の力

1959年に放送が始まり、この秋60周年を迎えたNHK『おかあさんといっしょ』。子どもの頃に同番組を観ながら、母親と一緒に歌った記憶は多くの人々に残り、同番組から生まれた楽曲は、今では3世代にわたって楽しめるものとして歌い継がれている。ここでは、時代の変化に関わらず、親子の生活を豊かにしてきた同番組の在り方について、歌作りやアプローチを中心にNHKエデュケーショナル 子ども幼児部 シニアプロデューサー 中原美和氏に話を聞いた。

子どもの目線で一緒に歌い楽しむ

—「おかあさんといっしょ」は今年で60周年を迎えましたが、まず番組作りのコンセプトを教えてください。

NHKにはいくつかの幼児番組がありますが、『おかあさんといっしょ』は2歳から4歳児向けの教育エンターテインメントという位置づけです。情緒や表現、言葉をもとに心と体の発育を手助けしながら、親子の生活を豊かにすることを心がけて番組を作ってきました。2歳から4歳児は言葉や身体の面における発達段階の差が大きく出る時期で、考え方や物事のとらえ方も様々です。そこでその発達具合や趣向に考慮しながら、歌、体操、人形劇を柱にいろいろなコーナーを組み合わせ、総合的に楽しめる作り方をしています。歌でいえばバラエティに富んだものを提供して、いろいろな音楽に触れてほしいと考えています。



NHKエデュケーショナル
子ども幼児部 シニアプロデューサー
中原美和

—歌の提供の仕方、作り方について気をつけているポイントはどこでしょうか。

収録スタジオでは番組に参加する3歳児のお子さんと、昔から歌い継がれている童謡や、手遊びをしながら歌える歌と一緒に歌っています。

番組オリジナル曲の「月の歌」(こんげつとうた)では、みんなで遊びながら歌えるものから、じっ

くりと聴いて歌の世界を楽しむものまで、様々な楽曲を提供しています。J-POPなどでは作曲を先行するケースが多いかと思いますが、「月の歌」の場合は最初にテーマを決めて先に作詞から始める、いわゆる“詞先”で制作を進めるのが特徴です。相手が大人ではなく小さな子どもたちですから、子どもたちにとって新しい発見があるように、作詞家の方と細やかなところまで相談して丁寧に作り上げています。

—子どもに伝わりやすい言葉や音はありますか？

すべての子どもたちに通用するセオリーはありませんが、説明的な言葉を用いずに擬音を使うなど、楽しい雰囲気を伝えるための方法はあります。また、いとうせいこうさん作詞、ユザンさん作曲による10月の月の歌「てとととパタン」は、歌と打楽器(タブラ)だけで構成された、かつてない珍しいタイプ。大人はあの独特のリズムを難しく受け取ってしまいがちですが、子どもたちは打楽器の自然なサウンドを素直に楽しんでくれています。また、テレビ番組なので映像で歌を表現するための最適な方法についても常に考えています。

—どういったことを意識されているのでしょうか？

歌と同じで、映像においても説明しすぎないことですね。子どものとらえ方は千差万別。ワクワクするような映像や振り付けなどで、音楽の楽しみ方を増やしたいと思っています。

—子どもたちの想像力を掻き立てる伝え方が重要なんですね。

はい。歌のおにいさん、おねえさんにも言えることですが、大人は先生ではなく、子どもの目線に寄り添っています。そのため、教科書的な上手な歌ではなく、歌詞をイメージさせる歌い方や、情景が浮かぶような歌い方を目指しています。

歌には親子の生活を豊かにする力がある

—「月の歌」からは多くの流行歌が生まれましたが、「だんご3兄弟」のときはヒットの予感がありましたか。

「だんご3兄弟」はあくまで数ある「月の歌」の中の1曲であり、ヒットを狙ったものではありません。ですので、発表当初から反応は良かったのですが、特別扱いはしていませんでした。ただ、長く歌い継がれていく歌にしたいという思いがあって、それが結果的にヒットにつながったのではないのでしょうか。

—「おかあさんといっしょ」の歌は、「長く歌い継がれていく」ことがキーワードに思えます。

はい。今年の夏に60周年のスペシャル番組を放送したときに「自分が子どもの頃に聴いていた歌を、今、子どもと一緒に聴いていることがとても感慨深い」という感想を視聴者の方からいただきました。おじいさん、おばあさんも含めた3世代と一緒に歌えて、話題にできる歌があるのは、この番組の醍醐味。それは一つひとつの歌を大切に歌い継いできたからです。

— 情操教育の在り方や、SNSの普及で親子を取り巻く環境が変わっていくなか、「おかあさんといっしょ」が今も続き、支持されているのはなぜだと思われますか。

社会や時代が変わっても、常に子どものために丁寧に、真摯に作っていくことが、変わらずに受け継がれてきた番組の精神であり、それが今も求められている理由だと思います。長く続いていることによって、この番組で育った方がお母さんやお父さんとなり、お子さんと一緒に愛情を持って観てくださっています。それは番組に関わってくださるアーティストやクリエイターの方もしかり。そのような信頼関係が築けているのはいい相乗効果だと感じます。

そのほかにも、この番組はほぼ毎朝・毎夕決まった時間に放送されるので、親子の生活にすごく密着していることが特徴的です。ですから私たちは、番組を放



ファミリーコンサートの模様

送している時だけ楽しんでもらうのではなく、毎日の暮らしのなかで、いつでも親子で歌ってもらえるような、そして歌をきっかけに触れ合いが生まれるような、生活を豊かにする番組を目指してきました。また、テレビを飛び出して子どもたちが親御さんや同年齢の子どもと一緒に歌って踊る体験ができる「ファミリーコンサート」での“参加感”も大切にしてきました。

大げさな言い方かもしれませんが、子どもの頃に親子で楽しんだ歌は、その後の人生に残っていくものです。時代の変化に関わらず、歌には生活を豊かにする力があると思っています。これからも心の中に残るような曲を、番組を通して届けられたいと思っています。



『おかあさんといっしょ』 Eテレ 毎週月曜～土曜 午前8時～
※再放送 毎週月曜～金曜 午後4時20分～、毎週土曜 午後5時～

小休止

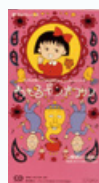
子ども向け楽曲 むかし～いま

1970年代～現在までに子どもたちの間で大ブームとなった楽曲の一部を紹介



♪「およげ!たいやきくん」 子門真人

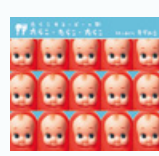
1975年12月、キャニオンレコード(現ポニーキャニオン)よりリリース。子ども向け番組『ひらけ!ポンキッキ』(フジテレビ)で放送され大ヒット、日本の最も売れたシングル・レコードとして2009年度版「ギネス世界記録2009」にも掲載。



©さくらプロダクション/
日本アニメーション

♪「おどるボンポコリン」 B.B.クィーンズ

1990年4月リリース。「ちびまる子ちゃん」作者のさくらももこ作詞、織田哲郎作曲で同アニメの初代EDテーマ(後にOPテーマ)として使用された。ゴールドディスク認定ではクワドラブル・プラチナ作品(正味出荷160枚以上)認定。



♪「たらこ・たらこ・たらこ」 キグルミ

2006年9月リリース。2004年放送開始のキュービー「あえるパスタソースたらこ」公式CMソングとして「た～らこ～た～らこ～♪」のメロディが耳から離れないと話題に。CD発売にあたり子役2人による「キグルミ」が結成された。



♪「ようかい体操第一」 Dream5

2014年4月リリース。ゲームを原作としたテレビアニメ『妖怪ウォッチ』の初代EDテーマとして、ラッキィ池田が手掛けたキャラクターたちの踊る振り付けと共に、子どもたちの間で大ブームとなった。



♪「マル・マル・モリ・モリ!」 薫と友樹、たまにムック。

2011年5月リリース。同年放送の人気ドラマ「マルモのおきて」に出演した芦田愛菜・鈴木福が、同役名でユニットを結成しパフォーマンスした。当協会有料音楽配信認定(シングルトラック)ではミリオン作品に認定。



♪「レット・イット・ゴー」 映画「アナと雪の女王」より

2013年(日本は2014年)公開のディズニーアニメ映画主題歌・挿入歌。日本では「レリゴー」とも呼ばれ親しまれた。当協会認定では、同楽曲収録のサウンドトラックアルバムおよび松たか子歌唱のシングルトラックがミリオン作品に認定。

※上記掲載作品の中には現在生産終了している商品がございますので予めご了承ください。

PICK UP!

<NHK>2020応援ソングプロジェクト Foorin「パプリカ」

2018年のリリースから一年経ち、今では子どもだけではなく幅広い年代が楽しめる曲に成長したFoorin「パプリカ」。同プロジェクトを実施するNHKに伺った。

—<NHK>2020応援ソングプロジェクトの目的は？

NHKでは、2018年7月から「<NHK>2020応援ソングプロジェクト」を行っています。「あしたにたねをまこう!」というキャッチコピーのもと、2020年とその先の未来に向けて頑張っているすべての人を応援していくプロジェクトです。

「パプリカ」は、そんな多くの人たちの夢を応援するプロジェクトの曲で、作詞作曲を担当したのは、いま絶大な支持を集めるミュージシャン・米津玄師さん。そして、この曲を歌うのは、オーディションで選ばれた5人の子どものユニット「Foorin」。誰でも楽しく踊れるダンスを考案したのが世界的なダンサー、辻本知彦さんと菅原小春さんです。



Foorin

多様な放送での展開を行っています。

番組に合わせてNHKオンラインのパプリカ特設ページで行っている、視聴者の方からのパプリカダンスの動画投稿募集や、「みんなの夢」を描いてもらうイラスト募集には、日本のみならず世界中からも参加していただいています。また、全国各地のNHKイベントでは、Foorinとパプリカを踊るステージで多くの子どもたちに歌と踊りを楽しんでいただいています。2018年度12か所、2019年度は14か所を予定しており、参加者数は延べ2万人以上となっています(2019年9月現在)。

放送を中心にネット・イベントの展開を組み合わせることで、いろんな楽しみ方を提示し、より多くの人に楽しんでもらえるコンテンツを提供していこうと進めています。

<NHK>2020応援ソングプロジェクトは、東京2020公認プログラムに認証されており、東京2020大会の機運醸成に貢献していきます。

—制作に至った背景について教えてください

2020年は日本にとって大きな節目であり、いろいろなものが変わる転換期と思われます。この機会に、公共メディアとして未来がより良く変わっていく後押しができないかと、このプロジェクトは始まりました。その主人公は、未来を作っていく子どもたち。彼らが思い思いに夢を抱き、その夢を日本全国の人が応援する、そんな機運が作れないかということで応援ソングを作ることになりました。

歌を通じて、みんなと楽しく体を動かし、いろんな人とつながり、前向きな気持ちになれるような取り組みを行いたい。そんな思いで、米津さんに歌を、辻本さんと菅原さんにダンスの制作をお願いしました。それぞれ、この歌が子どもたちから愛されるものにするためにはどうしたらいいのかを考え、創作していただきました。

また、子どもの発育研究をしている山梨大学の中村和彦先生にご協力いただき、子どもたちが安全に体を動かし、さらに運動機能を向上できるダンスになるよう監修をしていただきました。そうした皆さんの想いとセンスが結集して生まれたのが「パプリカ」です。

—子ども達が夢中になる理由や楽曲の魅力はどういったところにあるのでしょうか？

この「パプリカ」の歌とダンスを子どもたちに浸透させるために取り組んできたことが、大きく3つあります。

まず1つは、Eテレの夕方のゴールデンゾーン「おかあさんといっしょ」の後に、1分の放送枠を設け、月曜日から金曜日まで「パプリカ」ダンスを放送し続けました。たくさんある子ども番組と協力し、日替わりで人気のレギュラー出演陣が「パプリカ」を歌い踊ることで、広く子どもたちに知ってもらうことができました。

次に、視聴者の皆さんからダンス動画を募集し、あわせて、ダンスを覚えるための教則クリップや各番組の出演者が踊るバージョンをホームページやYouTubeのNHK公式チャンネルでどんどん配信しました。これでたくさんの子どもたちが踊りを覚え、映像を投稿してくれるようになりました。今でも全国から毎日たくさんの投稿をいただいています。



「パプリカ」
MVより

そして3つ目がFoorinと観客がいっしょに踊るイベントです。プロジェクトのスタート以来、全国各地に積極的に出かけ、毎回、会場の子どもたちをステージにあげて一緒に「パプリカ」ダンスを踊るイベントを開催してきました。観るショーではなく、観客もFoorinと同じステージを作るメンバーとして参加できるこのイベントは、毎回盛り上がり、大変ご好評をいただいております。Foorinもこうした直接お客様と触れ合うイベントがあることで、エンターテイナーとして大きく成長させていただいています。

一楽曲にまつわる子供達のエピソードや親御さん達からのご意見等について

Foorinの5人のメンバーは、この一年、全国のイベントで「パブリカ」を地元の子どもたちと一緒に歌い踊ってきました。その中で、どんどん歌と踊りが浸透していく客席の様子を目の当たりにし、自分たちが一生懸命にパフォーマンスすることで、みんなに笑顔が届けられることを実感しています。そして、自分たちにしかできない応援スタイルを確立し、今では会場の皆さんを一体にするほどのパフォーマンス力も身に付けてくれました。

会場に来てくださっている子どもたちの様子も変わってきています。去年、イベントを始めたばかりのころは、Foorinのメンバーが「サビの部分だけ一緒に踊ろう」とステージ上でお手本を見せたところを中心に、それも恥ずかしそうに踊っている子どもが多かったのですが、最近では、ダンスを最初から、しかも積極的に楽しそうに踊ってくれる子どもたちが増えてきていると実感しています。Foorinの行く先々で、笑顔の花が咲くのが本当に嬉しいです。

また、番組には「今度、運動会で踊ります」「お楽しみ会で披露します」など、毎日たくさんのメッセージをいただいています。その声を聴いていると、幼稚園や学校はもちろん、地域のお祭りや老人ホームのイベントなど、この歌を通じて、様々な方々がつながり、皆さんで楽しい時間を共有してくれていることが伝わってきます。

一今後の新たな展開や、楽曲の展望についてお聞かせください

今後の新たな取り組みについては、随時発表していきたいと思っています。より多くの人々と一緒に歌って踊れる工夫をさらに行っていきたいと思っています。乞うご期待を！

「パブリカ」

2018/8/13配信開始、2018/8/15CDリリース
 詞・曲・編 米津玄師／振付 辻本知彦、菅原小春／うた Foorin
 YouTubeのダンスミュージックビデオ再生回数は1億3千万回を突破（2019年10月21日現在）。
 当協会認定においては、シングルトラック配信がプラチナ、シングルCDがゴールドに認定されている。

PICK UP!



1961年4月に始まった5分間のミニ音楽番組『みんなのうた』は、放送開始から半世紀以上の間で1,300曲以上（2018年3月現在）もの彩り豊かな楽曲を紹介してきた。同番組について、NHKエンタープライズ エグゼクティブ・プロデューサー「みんなのうた」担当の関山 幹人氏に伺った。

一まずは番組のねらい、そして選曲の基準についてお聞かせください

「子どもも大人も一緒に口ずさめる音楽の広場」という番組コンセプトはそのまま、常に時代のスタンダードを発信することを目指し、選曲基準は「番組(NHK)からの委嘱」に限らせていただいています。

一新たな取り組みや転機となった出来事がありますでしょうか？

「みんなのうた」を映像の教科書として注目している若いクリエイターたちも多いことから、番組を映像の視点からよりアピール・ブランドアップしていこうと、2018年6月新曲より、公式ホームページ、テキストに映像作家のコメント・インタビューの掲載を始めましたが、好評を得ています。また、新しい視聴者に「みんなのうた」を発見・認知してもらうためには、話題性も不可欠。人気番組『チコちゃんに叱られる!』の黒いカラス・キョエに歌手デビューしてもらったり、『パブリカ』でFoorin、米津玄師さんに登場いただいたり、『みんなのうた』の定番スタイルにとらわれず、常に新しいカタチを提案しています。

一視聴者からは、どのような反響が寄せられているのでしょうか？

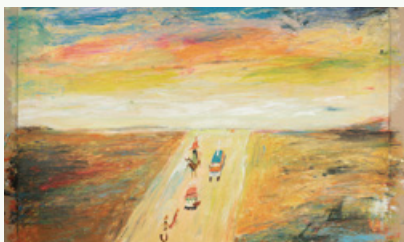
近年、想定外の自然災害が増え、不安や息苦しさを感ずる方も多いのでは、と思う中、あえて「wish～キボウ～」(うた：藤田麻衣子)や「大丈夫」(うた：ベリーグッドマン)という、直球とも言えるメッセージ性の強い楽曲を編成してみると、「心に寄り添ってくれている…背中を押してくれた…」という反響を多数いただきました。皆さんの様々な反応・温度感をフィードバックしながら、心に沁みる共感や、潤い、豊かさも提供できればと考えています。

一さいごに、今後の展開や抱負についてお聞かせください

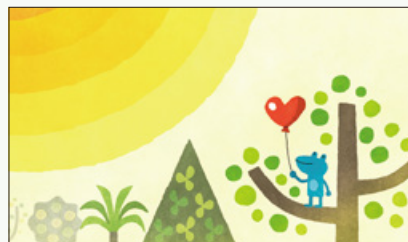
世代ごとに細分化が進む時代だからこそ、あえて「みんな」あらゆる世代がつながるような新しいスタンダードナンバーを生み出していければと思います。映像も歌も情報量があふれる今、視聴者の思いや想像力があってはじめて完成する、あえて余白を残すような楽曲を送り出すことが私個人としての理想です。



「大好きって意味だよ」うた：キョエ
 ©NHK / 城井 文 / 共同テレビ



「wish ～キボウ～」うた：藤田麻衣子
 ©NHK / 荒井良二



「大丈夫」うた：ベリーグッドマン
 ©NHK / (株)スリー・ディ

キングレコード「すく♪いく」レーベルが発信!

子育てに役立つ実用的なあそび歌

保育園や幼稚園の行事や子育て中のコミュニケーションなどで役に立つ、楽しくて実用的なあそび歌を展開するキングレコードのキッズレーベル「すく♪いく」。そのコンセプトや成功事例、バラエティに富んだホームページの運用法、童謡を守り伝えていく意義などを同レーベルの早野佳代子氏と渡辺有賀氏に聞いた。



子ども向けレーベル「すく♪いく」の立ち上げ

— 昭和6年の創業以来、童謡教養部門の歴史と伝統を守ってきたキングレコードは、時代に沿いながらたくさんの子どもの歌を世に送り出してきました。2011年に立ち上げた「すく♪いく」は、幼児教育の現場に年々浸透してきていますが、まずは立ち上げの経緯をお聞かせください。

早野：他社の子ども向けCDはテレビ番組やアニメのキャラクターに紐づいたものが多いのですが、弊社にはそういった柱になるものはありませんでした。そこで、自分たちでキャラクターとレーベルを作ろう！ということに。「スクール」「すくすく」「育児」といったキーワードを元にキッズ向けレーベル「すく♪いく」を立ち上げ、「すく」と「いく」をはじめとしたキャラクターたちが誕生しました。キャラクターを育てていくことが子ども向け楽曲の制作や販売に将来的につながればとも考えています。「すく♪いく」で取り扱う楽曲は、運動会やダンスをする際に幼稚園、保育園で使ってもらえる教材になるものや、手あそび歌など子育てのなかで流れる音楽。実際に先生やお母さん方に楽しんでもらって役に立つものを意識しています。

運動会のCDでは、佐藤弘道さん(ひろみちお兄さん)とあそび歌作家の谷口國博(たにぞう)さんのタッグによる『ひろみち&たにぞうの運動会!』シリーズを2007年から開始、毎年4月頃に発売しています。講習会も開催し、ひろみちさん、たにぞうさんが園の先生たちに直接ダンスの指導をされるのですが、たいへ



ん人気で「すく♪いく」の柱商品になっています。

— 「すく♪いく」が幼児教育現場のなかで親しまれ、役立っていることが伝わってきます。子どもや保護者に人気の歌の特徴はどのような点でしょうか。

早野：まずは曲名と歌詞です。例えば「はじめての炭酸」は想像力を掻き立てるフレーズが光っているので、曲を聴く前の段階から興味を持ってもらえます。鉄板の曲を挙げると「ぼくらは小さな海賊だ!」でしょうか。子どもは海賊のモチーフが好きですし、先生や保護者からも「バンダナを巻いて踊ったらかわいい!」といったように衣装をイメージしやすいと支持を得ています。お二人が、豊富な経験から導き出し、数多くのツボを押さえた魅力的な歌を毎年提供してくれるので、私たちはその歌の世界を伝えるために何ができるのかを常に考えています。



『ひろみち&たにぞうの運動会!』
ひろみち&たにぞう

YouTubeやLINE LIVE、SNSなどの取り組み

— 近年は育児にインターネット動画は欠かせないという声も聞かれますが、そこからヒットにつながった作品もあるそうですね。

渡辺：はい。ポップでキュートな歌とアニメが人気の姉妹ユニット東京ハイジは、CD&DVDのアルバム『東京ハイジ まいにちのこどもうた』が1万枚を超えるヒット作になりました。東京ハイジは自分たちの作品をYouTubeで配信しているのですが、フル配信すると売れないという定説をいい意味で壊してくれましたね。ラジオに出演したときの反響もとても大きかったです。

早野：動画共有サイトは振り付けを確認するのにとても便利ですが、幼稚園や保育園ではYouTubeを流して踊るわけではない

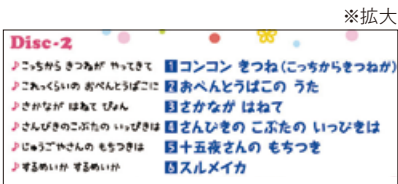


『まいにちのこどもうた』
東京ハイジ

ので、気に入っていただければCDを買ってもらえるんですね。その点がほかのジャンルのCDとの違いです。

渡辺：こうしたCDがヒットするということは、先生やお母さんたちが子どもとのコミュニケーションを豊かにしたいと思っていることの現れだと思います。それは昔から歌い継

がれてきた曲も、最近作られた曲も同様です。私たちが自身の子育て経験を通じて「これが必要とされているのに足りない」と感じたことを活かしながら試行錯誤してきました。例えば、歌詞の歌い出しが一目でわかるように工夫したCDは、「子どもが歌っている曲がわからない」と悩むお母さん方にとても喜ばれました。このように子ども向けの歌や商品は、企画力がすべてです。普段の暮らし、育児の現場からアイデアを集め、日々知恵を絞っています。



※拡大

CDジャケットの裏で歌い出しがわかるよう工夫されている

「～歌いだし順ですぐに見つかる!～
保育園・幼稚園・こども園で人気の
なかよし あそびうた ベスト」

—工夫を凝らした特集あり、YouTubeの「すくいくチャンネル」あり、SNS発信ありと充実した内容の「すくいく」Webサイトですが、こだわっているポイントを教えていただけますか。

早野: 動画の活用ですね。最近は先生もお母さんも子どもも動画に慣れてるので、アルバム全曲は無理ですが、リード曲的な歌には動画を作るようにしています。また、タニケン(谷本賢一郎)さんが「うたの店長さん」というキャラクターを演じて曲を紹介する独自の番組もあるのですが、これは「すくいくチャンネル」の人気コーナーになっています。ほかにはLINE LIVEも積極的に展開しています。保育作家の新沢としひこさんと鈴木翼さんの「ハッピーミュージックアワー!」という番組を2年ほどやっていて、生配信のなかで作った曲からリクエストを募りCD化するという例もあります。双方向のコミュニケーションが取れるので、視聴者のニーズを掴むためのツールやリサーチなどにも活用しています。

渡辺: 放送や動画は一方通行だとよく言われますが、早野が言ったよ



「新沢としひこ&鈴木 翼のハッピーミュージックアワー! ~原点から新曲まで~」
(2019年11月27日発売)



LINE LIVEでは積極的にファンと交流



キングレコード株式会社
第一クリエイティブ本部
企画編成部 編成グループ
主事 ディレクター
渡辺有賀



キングレコード株式会社
第一クリエイティブ本部
企画編成部 編成グループ
チーフプロデューサー
早野佳代子

うにLINE LIVEは視聴者と交流できるのがよいところですね。CDも動画も、単に観賞するものとして、ただかけ流すのではなく、覚えて歌ってもらうための実用的なコミュニケーションツールになるように制作を心掛けています。

子ども向け音楽の未来

—今後のことも含めてなのですが、子ども向けの音楽商品を作る上で大切にしていること、守っていききたいことなどがありましたら教えてください。

渡辺: 普遍的なテーマですが、「子ども向けの音楽商品を出す意味」をよく考えます。今の若いお母さん世代や子どもは童謡を知らないと言われることも多いのですが、それは親世代が子どもに童謡をあまり聴かせなかったからではないかと。子どもの歌は幼児期に聴いた後は大人になるまで接することがなく、親になって改めてもう一度触れる音楽です。ですから、幼児期にどれだけ音楽の経験値を持っているかが大切だと考えています。私たちは今もこれからも、子どもたちのために、何をセレクトしてその時代に発表するべきかをよく考えなければいけません。今の子どもたちが親になったときの糧になるような音楽商品を作らなければと、常に意識しています。

2018年は童謡の歴史における誕生100年の節目の年でした。童謡にはいろんなアレンジがありますが、子どもが初めて聴く童謡は、おばあちゃん、お母さんの3世代で楽しめるものをお勧めしたいと思っています。童謡作家は前奏も大事にされている方が多いので、例えば「ぞうさん」ならみんなが知っている、あの前奏で始まる「ぞうさん」を聴いてもらいたいです。サウンドは今のクオリティの高い音質で、でもアレンジや歌唱は、10年後も20年後も歌い継がれるような普遍的なものを提案していきたいですね。

また、童謡の歌唱は、日本語をきちんと発音することが大切で、すごく難しいのですが、だからこそ童謡を通じて美しい日本語を正しく伝えていきたい。これらを意識しながら、長く歌い継がれる作品を届けたいです。

今後、新しいものを作ることと日本の文化を伝えていくという2つの側面を担って取り組んでいきます。

▶キングレコード「すくいく」 <http://sukuiku.com/>



『ころのタネを育てる どうよう ベスト100』

IFPI「Music Listening 2019」を発表

IFPI(国際レコード産業連盟)は、イギリス時間9月24日、音楽の視聴実態調査「Music Listening 2019」を公表した。本調査は、IFPIと調査会社AudienceNetにより、音楽サービスの利用実態や利用意向を探ることを目的に、世界21カ国のインターネットユーザーを対象に行われた。今号ではその抜粋版を紹介する。

※昨年までは「IFPI Music Consumer Insight Report」の名称で実施
 ※中国とインドは全世界平均の集計値からは除く

2019年調査概要

- 平均して週に18.0時間、1日に2.6時間、音楽を楽しんでいる
- 全体の54%、16~24歳では63%が、音楽について「愛している」あるいは「熱狂的である」と回答
- 35~64歳の高年齢層の54%が過去1カ月間にオーディオストリーミングサービスを利用した(昨年より8%増)
- 27%が過去1カ月間に著作権侵害の音楽を聴取・入手しており、23%は違法なストリーミングリッピング(*)サービスを使用した

※ストリーミングリッピング…オンラインのストリーミングサービスからダウンロード可能なファイルを作成する違法な手段。現在、インターネット上での音楽の著作権侵害で最も主流となっている。

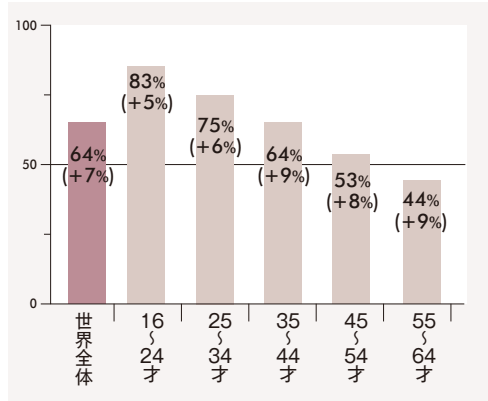
ストリーミングの聴取実態

オンデマンドストリーミングサービスの利用は有料・無料いずれも高いことが判明した。また、オーディオストリーミングサービスの利用者は全世代で昨年の割合を上回っており、主な利用理由としては、楽曲のカatalogが豊富であること、利便性などがあげられた。また、過去1カ月で音楽を聴くためにYouTubeを利用したと回答したユーザーは77%にのぼった。

POINT

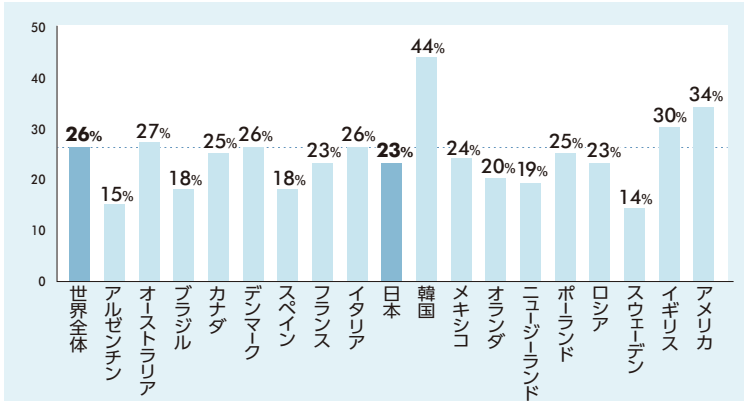
- 89%がオンデマンドストリーミングサービスで音楽を聴いている
- オーディオストリーミングサービスでの音楽聴取は週に平均4時間
- 直近1カ月では64%がオーディオストリーミングサービスで音楽を聴いていた
- 16~24歳の63%が回答の前日にオーディオストリーミングサービスを使用した(年代別では最も割合が大きい)
- ビデオストリーミングサービスでの音楽聴取は週に平均3.5時間

■ 年代別オーディオストリーミングサービス利用者の割合

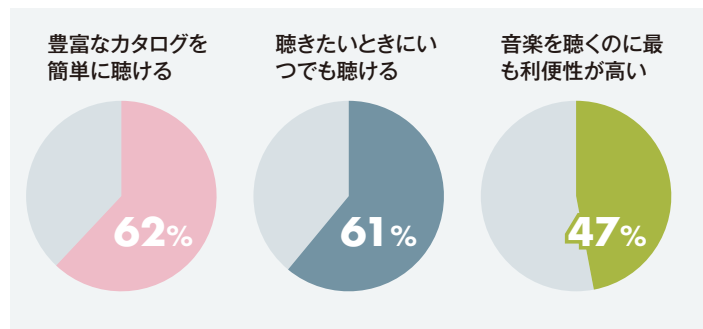


※()は対前年比

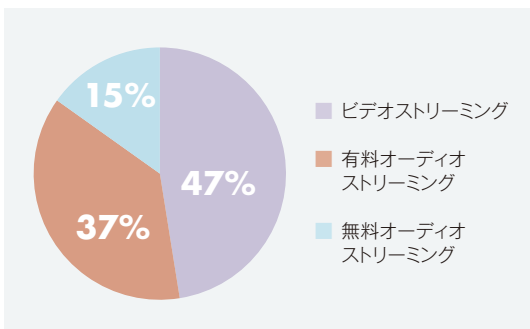
■ (参考)パッケージ/ダウンロード購入をしたユーザーの割合(直近1カ月)



オーディオストリーミングサービスの利用理由



オンデマンドストリーミングの利用割合



音楽聴取機器

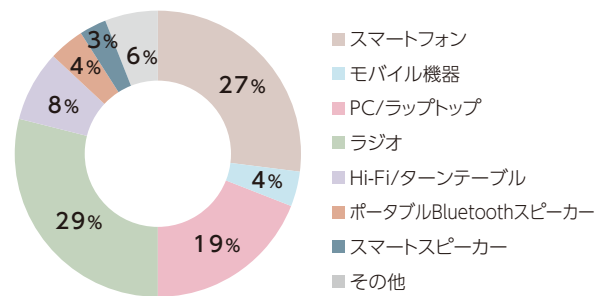
音楽を聴くために使用する機器は多岐にわたっている。なお、直近3カ月に音楽を聴くのにスマートスピーカーを使用したと回答したユーザーは全世界で20%であった(地域別では、アメリカが34%、イギリスが30%、ドイツが22%、スウェーデンが19%)。



16~24歳では…

- ・音楽聴取時間の44%はスマートフォンを使用
- ・68%が、音楽視聴のデバイスを1つだけ選択する場合にスマートフォンを選択すると回答

■ 音楽を聴くために使用する機器の割合



著作権侵害は依然として音楽産業を脅かす

音楽を聴くまたは入手するために著作権侵害をしたのは27% (16~24歳では38%)。また、23% (16~24歳では34%) がストリーミングリッピングを行っていた。なお、無許諾サービスでコンテンツにアクセスするユーザーのうち62%は、もし著作権侵害による音楽聴取ができなくなった場合はオンデマンドストリーミングサービスを使用すると回答した。

Country Focus

全世界平均の集計に含まれていない中国、インドを含む、近年活気のある4つの市場について詳細にレポートがなされた。

	中国 CHINA	インド INDIA	メキシコ MEXICO	韓国 KOREA
音楽聴取時間(週)	17.7時間	19.1時間	25.6時間	13.9時間
音楽聴取にスマートフォンを利用するユーザーの割合(直近3カ月)	96%	97%	95%	90%
音楽を楽しむのにソーシャルメディアあるいはアプリを利用するユーザーの割合	74%	62%	56%	
音楽を聴くのは…	家でリラックスする時間 62%	家でリラックスする時間 75%	通勤・通学 52%	家でリラックスする時間 62%
	車の中 44%	車の中 62%	エクササイズ・ジム 45%	車の中 52%
	カラオケ 24%	パーティ 45%	バー・クラブ 44%	通勤・通学 36%
好きな音楽ジャンルTOP10	<ol style="list-style-type: none"> 1 Pop 2 Oldies 3 C-Pop 4 Soundtracks 5 Folk 6 Classical / Opera 7 Rock 8 Dance / Electronic 9 Singer-Songwriter 10 Chinese Traditional Opera 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Bollywood New 2 Bollywood Old (Kishore, Rafi etc.) 3 Other regional music (e.g. Telugu, Tamil, Marathi, Bhojpuri) 4 Punjabi 5 Pop 6 Hip-Hop / Rap 7 Oldies 8 Devotional / Spiritual Music 9 Indian Classical Music - Hindustani 10 Soundtracks 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Rock 2 Pop 3 Latin pop 4 Regional Mexican 5 Oldies 6 Dance / Electronic 7 Latin 8 Reggaeton 9 Indie / Alternative 10 Metal 	<ol style="list-style-type: none"> 1 K-Pop 2 Pop 3 K-Trot 4 Classical / Opera 5 R&B 6 Soundtracks 7 Rock 8 Dance / Electronic 9 Christian / Gospel 10 Hip-Hop / Rap

調査概要

実施地域	世界21カ国 (アメリカ、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、イタリア、オランダ、スウェーデン、ポーランド、ロシア、オーストラリア、ニュージーランド、日本、韓国、中国、インド、ブラジル、アルゼンチン、メキシコ、南アメリカ)	対象	16~64歳のインターネットユーザー
サンプル数	合計34,000サンプル 各国のインターネットユーザーの規模および国勢調査に基づき1,000~3,000サンプルを集計	実施期間	2019年4月~5月

▶ IFPI releases Music Listening 2019 (full report) <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Listening-2019.pdf>

改訂RIS規格の発行

当協会は、10月1日に改訂RIS規格を発行した。

RISは「Record Industrial Standard」の略称であり、消費者利益の保護や公平性確保、商品の品質・安全確保、権利者の権利擁護、技術進歩の促進、生産・流通の効率化などを目的として当協会が定める団体規格である。レコード産業に資する事柄を中心に、音楽商品や音楽コンテンツに関する表示事項や運用基準、ISRC等、様々なカテゴリー毎に各種規格が標準化されている。

近年、国内市場では様々な商品形態が発売されている背景から、現況に即した規格及び運用基準の見直しに関するレコード会社からの要望を受け、RIS規格原案作成WGにて内容を検討し、今回の改訂に至った。

1. 今回改訂となった規格と運用基準

- ・RIS202
(アナログディスクレコードの表示事項及び表示方法)
- ・RIS204
(オーディオCDの表示事項及び表示方法)
- ・RIS306
(オーディオカセットテープレコードの表示事項及び表示方法)
- ・RIS403
(DVDビデオの表示事項及び表示方法)
- ・ブルーレイディスク™の表示に関する運用基準
(以下、BD基準)

2. 主な改定事項

■共通事項

- ・商品価格の表示方法及び表示例(税抜き表示/外税表示への変更)
- ・特殊仕様パッケージなどにも対応可能とする表示事項と表示場所の整理
- ・ディスク本体以外の印刷物等に関する原産国表示の追加
- ・その他、用語や定義の整理など

■個別事項

【RIS204】

- ・収録内容の表示事項への「実演家名」の追記
- ・Ⓢ表示及びⓄ表示に関する記述の整理
- ・保護期限切れのレンタルCDに関する表示事項の追加

【RIS403/BD基準共通】

- ・バリアフリー作品に関する記述の追加(※以下にて詳細を記載)

【BD基準】

- ・新規技術仕様に関する記述の追加(4K、HDRなど)
- ・ブルーレイディスク™ロゴの掲載

バリアフリーコンテンツの表記の統一(RIS403/BD基準)

2016年4月1日に施行された「障害者差別解消法」に基づく対応として、障害の有無によって分け隔てられることなく、映像コンテンツを楽しんで頂けるような環境整備やその促進に寄与する目的で、バリアフリー化された商品の表示に関する統一ルールが定められたため、今回の改訂にてこの項目を新規追加した。

●RIS403「DVDビデオの表示事項及び表示方法」-4.表示の方法より(抜粋)

13) 音声記録方式名及び内容

映像作品の「画」が伝えている情報を言葉で説明する「バリアフリー日本語音声ガイド」の機能を有する映像の場合は、その機能の表示をする。バリアフリー対応の映像の場合の表示例は以下の通り。
(表示例)バリアフリー日本語音声ガイド

28) 再生機能表示

映像作品の「音」が伝えている情報を文字にして表示する「バリアフリー字幕」の機能を有する映像の場合の表示例は以下の通り。
(表示例)バリアフリー日本語字幕



バリアフリー日本語字幕

※バリアフリー非対応の通常の日本語字幕の場合は「日本語字幕」と記載ください

バリアフリーの定義(NPO法人メディア・アクセス・サポートセンターHPより抜粋)

■バリアフリー字幕とは

耳が聞こえない、また聞こえづらい人も安心して映画を楽しめるよう、映像作品の「音」が伝えている情報を文字にして表示するのが、バリアフリー字幕です。映像の中の誰が喋っているのか分かるように、セリフと同時に話者名を文字表記し、更に音楽や効果音などの作品中重要な意味を持つ音の情報を、可能な限り文字で表記します。外国映画を見る時に付与されている日本語の字幕はセリフのみを文字表記したもので、バリアフリー字幕とは違ったものです。

- 注1)「音楽や効果音などの作品中重要な意味を持つ音の情報」が無い、台詞のみの字幕は含まない。
- 注2)音楽作品で「歌詞とMC」の両方字幕化されているものは「バリアフリー日本語字幕」となる。

■バリアフリー音声ガイドとは

目が見えない、また見えづらい人も安心して映画を楽しめるよう、映像作品の「画」が伝えている情報を言葉で説明するのが、バリアフリー音声ガイドです。物語の進行や場面また人物の動きや表情などを、元々映像に入っている音を邪魔しない範囲で、音声でガイドしていきます。外国映画では、セリフの日本語吹替えと同時に音声ガイドを付与したものが、バリアフリー日本語音声ガイド版になります。

▶バリアフリーの定義や表記に関するお問い合わせ NPO法人メディア・アクセス・サポートセンター <http://npo-masc.org/>

▶日本レコード協会規格「RIS」 <https://www.riaj.or.jp/f/issue/ris/> ※RIS規格概要については、本誌2018年6月号もご参照ください。

私わたし の season2 一枚いちまい



中村 康朋

株式会社キッス・エンタテインメント 常務取締役



『BONGO ROCK』 INCREDIBLE BONGO BAND

私の一枚はINCREDIBLE BONGO BANDの一枚目『BONGO ROCK』です。音楽鑑賞に熱中していた社会人デビュー前時代に一番聴いていた一枚を選びました。

全編通してボンゴを打ちまくり！ 凄いビートの宝箱で、特に2曲目の「Apache」はHIPHOP界では国歌とも称され、73年リリースは私と同級生です(笑)。

私の父は脱サラ後、自宅で基盤設計の仕事をしており仕事中に必ず音楽を流していました。かかっていた曲はクラシックからジャズ、ロック、邦楽流行曲と幅が広く、レコードやラジオからカセットテープに好きな順番に録音してかけるスタイルでした。そんな父の影響で私も小学生の頃からレコードやラジオ、テレビ、後にCDからテープに録音して音楽を楽しむようになりました。とにかく自分の好きな曲を連続で聴ける事に喜びを感じ、好きなテープは聴きすぎて切れてしまったのをセロハンテープで直して聴いていました(笑)。

レッドツェペリンからのブルース、ファンク、HIPHOP等々、ネットが無かったので先輩や友達の話と雑誌だけを頼りに聴く幅を広げていきました。そんな中、大学時代の友人宅でターンテーブルが2台並んでい

るのを見て衝撃を受けました。テープを止めずにレコードさえあれば好きな曲を集めたテープが簡単に作れる！ ターンテーブルとミキサーを手に入れてからはCDよりもレコードを優先で買い始めました。

とにかく好きな曲や好きなビートを連続で録音できるのが楽しくて仕方なかったのを覚えています。その頃必ず一枚目に聴いていたのが『BONGO ROCK』です。当時の日課は午前も遅い時間に起床してまずは近所の弁当屋さんでとんかつ購入！ ボンゴの響きがとんかつにベストマッチでした。まさに何かが始まりそうな1曲目「Let There Be Drums」でソースとからしを準備し、2曲目鉄板「Apache」でとんかつスタート！ お茶目な3曲目「Bongolia」中に食べ終わり、そこからは気の向くまま好きなレコードを聴き続けていました。気が付くとレコード屋さんに行く以外は外出しない日などもありました。

贅沢で我儘で自分勝手な時間を過ごさせて頂きましたが、おかげで社会人デビューに大幅遅刻してしまいました(笑)。社会に出てからは大幅ロスタイムを悔やむ時もありましたが、今ではその狂った歯車のおかげで会社の大事な先輩後輩、友人にも出会えていると思っておりますし、あんなに熱中する事を教えてくれた父にも感謝しています。

今はレコードなどのモノを所有しなくてもデータで曲を所有出来ますし、好きな曲を並べて聴くなど簡単ですし、ネットを見れば知らない曲にたくさん出会えます。とっても便利な事ですが、今回『BONGO ROCK』のジャケットを改めて手に取り眺めると当時の生活や夢、不安が一瞬で湧き上がって来て、やはりモノを所有するコトもとても素敵な事だと思った次第です。

こんなに人を熱中させる一枚達を作り続ける、音楽を生み出す方々、それを完成させファンに届ける方々に感謝をしつつ、私も人の人生に影響を与えるような仕事に少しでも関われる様に頑張りたいと思います。

Monthly Production Report 2019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111%の1,497万枚・巻、金額で同98%の162億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比111%の1,189万枚・巻、金額で同97%の123億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比111%の309万枚・巻、金額で同102%の39億円となっている。

オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	9月実績						2019年1月~2019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	1	0	37%	1	0	34%	37	0	112%	27	0	37%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	1	0	37%	1	0	34%	38	0	112%	27	0	37%
12cmCD シングル	邦	4,986	42	124%	3,700	30	114%	34,293	32	93%	28,367	24	96%
	洋	0	0	10%	0	0	12%	832	1	2723%	691	1	2329%
	計	4,986	42	124%	3,700	30	114%	35,125	33	96%	29,058	25	98%
シングル 計	邦	4,987	42	124%	3,701	30	114%	34,331	32	93%	28,394	24	95%
	洋	0	0	10%	0	0	12%	833	1	2724%	691	1	2329%
	計	4,987	42	124%	3,701	30	114%	35,163	33	96%	29,085	25	98%
12cmCD アルバム	邦	5,578	47	103%	6,988	57	87%	59,772	56	111%	74,393	64	101%
	洋	1,135	10	103%	1,277	10	108%	9,736	9	93%	10,294	9	92%
	計	6,713	56	103%	8,265	67	90%	69,508	66	108%	84,687	73	100%
CD計	邦	10,565	89	112%	10,689	87	95%	94,102	89	104%	102,787	89	99%
	洋	1,135	10	103%	1,278	10	108%	10,568	10	100%	10,985	9	98%
	計	11,700	98	111%	11,966	98	96%	104,671	99	103%	113,772	98	99%
アナログ ディスク	邦	44	0	148%	92	1	156%	383	0	109%	752	1	109%
	洋	84	1	147%	127	1	110%	410	0	106%	732	1	105%
	計	128	1	147%	219	2	125%	793	1	108%	1,484	1	107%
カセット テープ	邦	20	0	53%	16	0	49%	254	0	70%	218	0	71%
	洋	0	0	32%	0	0	36%	5	0	233%	9	0	345%
	計	20	0	53%	17	0	49%	259	0	71%	227	0	74%
その他	邦	7	0	58%	11	0	56%	99	0	112%	183	0	124%
	洋	30	0	99%	58	0	101%	193	0	89%	353	0	80%
	計	37	0	87%	69	1	89%	292	0	95%	536	0	91%
合計	邦	10,636	89	111%	10,808	88	95%	94,839	89	104%	103,940	90	99%
	洋	1,249	11	105%	1,462	12	108%	11,176	11	100%	12,079	10	98%
	計	11,885	100	111%	12,270	100	97%	106,015	100	103%	116,019	100	99%

音楽ビデオ

	9月実績						2019年1月~2019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	1,881	61	92%	2,199	57	106%	21,469	65	66%	24,941	49	71%
	洋	25	1	29%	26	1	38%	514	2	160%	881	2	249%
	計	1,906	62	89%	2,224	57	104%	21,983	67	67%	25,822	50	73%
ブルーレイ ディスク	邦	1,174	38	184%	1,637	42	102%	10,739	33	102%	24,977	49	93%
	洋	9	0	71%	25	1	42%	165	1	119%	614	1	239%
	計	1,182	38	182%	1,662	43	100%	10,904	33	103%	25,591	50	94%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	0%	0	0	0%
	洋	34	1	34%	50	1	40%	679	2	148%	1,495	3	245%
	計	34	1	34%	50	1	40%	679	2	148%	1,495	3	245%
合計	邦	3,055	99	114%	3,836	99	105%	32,208	98	75%	49,918	97	81%
	洋	34	1	34%	50	1	40%	679	2	148%	1,495	3	245%
	計	3,089	100	111%	3,887	100	102%	32,887	100	76%	51,413	100	82%

音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	9月実績						2019年1月~2019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	11,885	79	111%	12,270	76	97%	106,015	76	103%	116,019	69	99%	
音楽ビデオ計	3,089	21	111%	3,887	24	102%	32,887	24	76%	51,413	31	82%	
合計	邦	13,691	91	112%	14,644	91	98%	127,047	91	95%	153,858	92	92%
	洋	1,283	9	100%	1,512	9	102%	11,855	9	102%	13,574	8	105%
	計	14,974	100	111%	16,157	100	98%	138,902	100	95%	167,432	100	93%

ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	9月実績						2019年1月~2019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	3,575	63	72%	4,646	50	91%	42,540	67	76%	48,131	47	79%
ブルーレイディスク	2,101	37	135%	4,731	50	110%	21,362	33	110%	55,022	53	101%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	38%	0	0	27%
合計	5,676	100	87%	9,377	100	100%	63,902	100	85%	103,153	100	89%

オーディオ/ビデオレコード合計

	9月実績						2019年1月~2019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	11,885	68	111%	12,270	57	97%	106,015	62	103%	116,019	53	99%
ビデオレコード計	5,676	32	87%	9,377	43	100%	63,902	38	85%	103,153	47	89%
合計	17,561	100	102%	21,647	100	98%	169,917	100	95%	219,171	100	94%

備考 1.本統計は、当協会会員社の集計である。会員社が受託した非会員社からの販売受託分を含む。
 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。

音楽ソフト

シングル | 邦楽

ミリオン	サステナブル	AKB48	2019.09.18	キングレコード
	夜明けまで強がらなくてもいい	乃木坂46	2019.09.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
トリプル・プラチナ	BRAVE	嵐	2019.09.11	ジェイ・ストーム
ダブル・プラチナ	馬と鹿	米津玄師	2019.09.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
ゴールド	Vampire	IZ*ONE	2019.09.25	ユニバーサル ミュージック
	SCARLET	三代目 J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE	2019.08.07	エイベックス・エンタテインメント
	純烈のハッピーバースデー 青春トレイン	純烈 ラストアイドル	2019.05.15 2019.09.11	日本クラウン ユニバーサル ミュージック

アルバム | 邦楽

プラチナ	YANKEE	米津玄師	2014.04.23	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	Turntable	竹内 まりや	2019.09.04	ワーナーミュージック・ジャパン
	Perfume The Best "P Cubed"	Perfume	2019.09.18	ユニバーサル ミュージック
	FLAVA	Little Glee Monster	2019.01.16	ソニー・ミュージックレーベルズ

ビデオ | 邦楽

ゴールド	NEWS 15th Anniversary LIVE 2018 "Strawberry"	NEWS	2019.09.11	ジェイ・ストーム (ジャニーズエンタテインメント・レコード)
------	---	------	------------	-----------------------------------

※日付けは発売日

有料音楽配信

シングルトラック | 邦楽

3ミリオン	Lemon	米津玄師	2018.02.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
ダブル・プラチナ	まちがいさがし	菅田 将暉	2019.05.14	ソニー・ミュージックレーベルズ
	灰色と青 (+菅田将暉)	米津玄師	2017.10.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
	馬と鹿	米津玄師	2019.08.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
プラチナ	Pretender	Official髭男dism	2019.04.17	ポニーキャニオン
	ようこそジャパリパークへ	どうぶつビスケッツ×PPP	2017.02.08	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	愛にできることはまだあるかい	RADWIMPS	2019.07.19	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	茜さす	Aimer	2016.11.16	ソニー・ミュージックレーベルズ
	ninelle	Aimer with chelly (EGOIST)	2016.05.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
	宿命	Official髭男dism	2019.07.09	ポニーキャニオン
	月華-tsukihana-	北出 菜奈	2009.02.04	ソニー・ミュージックダイレクト
	HEROES	GReeeeN	2013.05.01	ユニバーサル ミュージック
	ミカヅキ	さユり	2015.08.26	ソニー・ミュージックレーベルズ
	ラブ・ドラマティック feat. 伊原六花	鈴木 雅之	2019.02.16	ソニー・ミュージックレーベルズ
	ファンファーレ	sumika	2018.07.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
	High Free Spirits	TrySail	2016.05.11	アニプレックス
トリコ	Nissy (西島隆弘)	2018.08.24	エイベックス・エンタテインメント	
HEAVEN'S DRIVE	L'Arc~en~Ciel	2006.12.13	ソニー・ミュージックレーベルズ	

※日付けは配信開始日

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)

備考 1. 着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰

2. 「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. 3ミリオン以降、100万毎に認定

編集後記

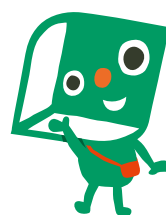
特集では、世間一般のヒットとは異なる文脈で流行歌を生み出し続け、音楽業界の一角を担うキッズジャンルの音楽をテーマに、いくつかの事例を抜粋してご紹介しました。インタビューでも「原曲はそのままに、サウンドやアレンジは最新のものに」というお話がありましたが、取材にあたり『おかあさんといっしょ』を見ていたらPerfumeの歌う「はみがきじょうずかな」が流れてきて、懐かしさと新しさが同居する不思議な感覚になりました。この先も彩り豊かな曲たちが世代を超えて歌い継がれるのが楽しみです。(M)

THE RECORD No.720 2019年11月号

一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 重村 博文
編集人 原 康晴
発行日 2019年11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9階
TEL.03-5575-1301(代) FAX.03-5575-1313
URL:<https://www.riaj.or.jp/>

編集協力 株式会社金羊社 / ヤマトカウンシル



エルマークキャラクター
エルマーくん