

# The Record 2020

vol.725

*April 4*



The Record 2020.4 vol.725

音楽とラジオの現在 |

令和2年度事業計画書 |

4

April  
2020

CONTENTS

1 Monthly News Digest

## 特集

3 音楽とラジオの現在

## 特報

9 令和2年度事業計画書

11 「第12回CDショップ大賞2020」  
が決定

12 私の一枚 season 2

13 Monthly Production Report

14 GOLD DISC

Monthly  
News  
Digest

2/25 Tuesday

## 長野県から感謝状の贈呈を受ける



(左)長野県庁東京事務所 吉沢 正 所長  
(右)当協会 原 康晴 専務理事

本誌2020年1月号掲載のとおり、当協会は令和元年台風第19号等により甚大な被害を受けた地域の皆様へのお見舞い・ご支援として、6県(宮城県、福島県、茨城県、栃木県、千葉県、長野県)に対し、義援金の寄付を行った。2月25日、当協会においてこの度の寄付に対し、長野県より当協会へ感謝状の贈呈が行われた。

被災地の一刻も早い復旧と復興を心よりお祈り申し上げます。

## 経済産業省からのお知らせ

## 「新型コロナウイルス感染症に係る中小企業者対策」について

経済産業省は、新型コロナウイルス感染症の影響により、全国の中小企業・小規模事業者の資金繰りが逼迫していることを踏まえ、既に実施したセーフティネット保証に加えて、危機関連保証を初めて発動することを発表しました。セーフティネット保証5号の対象となる業種については、3月6日に緊急的に40業種を指定したのに続き、3月13日に同感染症により重大な影響が生じている業種として316業種の追加指定が行われており、当協会会員社が該当するとされる「レコード制作業」「情報記録物製造業(新聞、書籍等の印刷物を除く)」が含まれています(指定期間:令和2年3月13日~令和2年3月31日)。

詳細は以下URLにある経済産業省ホームページをご参照ください。

## ▼新型コロナウイルス感染症に係る中小企業者対策を講じます

(危機関連保証の発動、セーフティネット保証5号の追加指定等)

<https://www.meti.go.jp/press/2019/03/20200311007/20200311007.html>

## ▼新型コロナウイルス感染症関連ページ

<https://www.meti.go.jp/covid-19/index.html>

## 当協会事務局人事(4月1日付)

## ■昇格

## 苅部 好雄

著作権・契約部 部長(前:著作権・契約部 副部長)

## 宮島 敏男

管理部 経理グループ長 兼 分配・業務部 担当課長

(前:分配・業務部 課長補佐 兼 管理部 経理グループ 課長補佐)

## 越坂部 玲奈

著作権・契約部 課長(前:著作権・契約部 課長補佐)

※須貝あゆみ管理部長への管理部 経理グループ長の委嘱を解く



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

## 嵐が2019年に世界で最も売れたアルバムに贈られる「Global Album of 2019」を受賞

イギリス時間3月19日、世界のレコード産業を代表する組織であるIFPI(国際レコード産業連盟)は、嵐の『5x20 All the Best!! 1999-2019』が2019年の年間トップセラーアルバム賞である「Global Album of 2019」を獲得したと発表した。同賞はIFPIが実施する年間表彰の1つで、Taylor Swiftが受賞した「Global Recording Artist of the Year 2019(年間最優秀アーティスト)」、Billie Eilish『Bad Guy』が受賞した「Global Single of 2019(年間最優秀シングル)」に続く3つ目の年間トップの賞となる。なお、日本人アーティストの同賞受賞は史上初となる。

IFPIのCEOであるFrances Moore氏は、「嵐は日本を象徴するヴォーカル・グループで、20年間の音楽活動を通じてアジア全域に巨大で熱狂的なファン層を築いてきた。彼らの驚異的な売上を誇る作品群と長いキャリアの証として、嵐の本賞の受賞を祝福したい。」と述べた。

同アルバムはデビュー20周年イヤーとなる2019年6月に発売されたベストアルバムで、先日発表した当協会主催の「第34回 日本ゴールドディスク大賞」では、2019年に発売されたアルバムのうち正味売上枚数が最も多い作品として「アルバム・オブ・ザ・イヤー」を受賞している。また、嵐としても2019年最も活躍したアーティストに授与される「アーティスト・オブ・ザ・イ

ヤー」を3年ぶり、史上初となる6度目の受賞を達成している(詳細は本誌2020年3月号特集を参照)。

2位のTaylor Swift『Lover』は、彼女にとって7枚目のスタジオアルバム。本作は2019年8月にリリースされ、オーストラリア、カナダ、メキシコ、オランダ、ニュージーランド、スペイン、イギリス、アメリカなどで1位を獲得し、発売第1週目終了時点での売上は300万枚に達した。3位のBTS『MAP OF THE SOUL: PERSONA』は、グループにとって6作目のEPとなる。韓国史上最高のアルバム売上を記録しただけでなく、オーストラリア、カナダ、ニュージーランド、イギリス、アメリカにおいても韓国人アーティストにとって初となるチャート1位に輝いた。



▼トロフィーを手にする嵐



ARASHI Photo by courtesy of J Storm



### Top 10 Global Albums 2019

Rank	Artist	Album Name	Global units (millions)
1	ARASHI	5x20 All the Best!!1999-2019	3.3
2	Taylor Swift	Lover	3.2
3	BTS	MAP OF THE SOUL: PERSONA	2.5
4	Lady Gaga	A Star is Born OST	1.2
5	Billie Eilish	WHEN WE ALL FALL ASLEEP,WHERE DO WE GO?	1.2
6	Queen	Bohemian Rhapsody	1.2
7	Ed Sheeran	No.6 Collaborations Project	1.1
8	Ariana Grande	thank u, next	1.0
9	Rammstein	Rammstein	0.9
10	The Beatles	Abbey Road	0.8

(出典:IFPI)

備考:

「IFPI Global Top 10 Album Chart」は、世界中のフィジカルアルバムとデジタルアルバムの売上を合算し、年間のベストセラーアルバムをランキングしたもので、フィジカルアルバムとデジタルアルバムの売上数量のみで算定されている。

## 音楽とラジオの現在

音楽というエンタメ一つをとっても情報が氾濫する現代では、単純に流行りの音楽をチェックするだけでは面白味がないというリスナーも多いのではないかと。音楽の楽しみ方が多様化するなかで、邦楽から洋楽まで、さらには往年の名曲から最新のナンバーまでと、彩り豊かな楽曲を届けてくれるのがラジオである。本特集では、音楽と寄り添ってきたラジオの歴史を抜粋して紹介するとともに、音楽の魅力を引き出す番組作りを続けるJ-WAVEと、ラジオ聴取に新時代をもたらしたradikoにインタビュー取材を行い、今の時代の音楽とラジオの関係を見つめなおす。

### Pick UP! 01 ラジオの幕開け ラジオの誕生～現在

ラジオ放送は、第一次世界大戦(1914～18年)で急速に開発された無線電話技術が戦後民間からの需要を得て、19～25年にかけて先進工業国で事業化されたことから始まる。日本においても第一次大戦後、民間で公開実験ブームが起こった。

年	ラジオとその周辺の出来事
1920	世界最初のラジオ局・米KDKA局が開局
1923	関東大震災により、国内の新聞・電信・電話が麻痺。無線放送の必要性が高まる
1925	通信大臣の私設許可を受けた社団法人東京放送局(現・NHK放送センター)、社団法人名古屋放送局(現・NHK名古屋放送局)、社団法人大阪放送局(現・NHK大阪放送局)の開局 4月14日、「追分節」ほか民謡が放送。音楽が初めて放送される 7月12日、東京放送局が本放送を開始
1926	3局が統合して「社団法人日本放送協会」が発足
1928	ラジオ体操、大相撲の実況中継開始、ラジオ人気を盛り上げる
1935	放送開始10周年、ラジオ聴取契約200万件突破
1945	8月15日、天皇陛下による「終戦の詔書」放送(玉音放送)、終戦。ラジオ天気予報復活
1950	電波3法成立・公布・施行、電波が民間に開放される
1951	全国14地区16社に民間放送ラジオとして日本初の予備免許が与えられる。日本民間放送連盟設立 9月1日午前6時半、中部日本放送の鳴海・伝治山アンテナから民間放送の第一声が流れた。同日正午には、新日本放送(現・毎日放送)が本放送を開始
1954	(株)日本短波放送(現・ラジオNIKKEI)設立
1964	新潟地震で災害情報の伝達にトランジスターラジオが威力を発揮
1969 ～70	3月1日、NHK FM本放送開始 3月31日、初の民放FM放送局エフエム愛知が開局。次いで翌年エフエム大阪、エフエム東京、エフエム福岡が開局し、本格的なFM放送時代が幕開け
1981	ジャパンFMネットワーク(JFN)を発足
1985	横浜エフエム開局。JFNに加入せず、100%自社制作の独自路線に 80年半ばには、FM各誌の発行とともに、「FMエアチェック文化」が全盛に
1988	エフエム東京、初のFM音声多重放送開始。首都圏で本格的なFM多極化時代に突入 エフエム富士、エフエムジャパン(現・J-WAVE)、エフエム埼玉(現・NACK5)、エフエムサウンド千葉(現・bayfm)が相次いで開局
1992	12月、コミュニティ放送第1号「函館山ロープウェイ」開局、翌93年には大阪府守口市、愛知県豊橋市、神奈川県葉山町、北海道旭川市の各コミュニティ放送局が開局。コミュニティFMが開局ラッシュ。AMラジオのステレオ放送が開始
1994	エフエム東京がFM文字多重放送「見えるラジオ」開始
1995	初の外国語放送局、関西インターメディア(現・FM COCOLO)開局
1999	インターネットツールバーを用い「インターネットラジオ」サービス開始
2010	radikoサービスが開始
2011	東日本大震災が発生。緊急時に被災者に寄り添う身近なメディアとしてラジオが存在感を発揮
2014	ワイドFM(FM補完放送)本放送開始

### ラジオ体操のはじまり

ラジオ体操には実に90年以上もの歴史がある。1927年に通信省簡易保険局(現・かんぽ生命)が昭和天皇即位の大礼を機に国民的行事として計画し、1928年に簡易保険局を中心に日本放送協会、文部省等の協力のもと「国民保健体操」として制定された。11月1日の朝7時、東京ローカルでラジオ体操放送が始まった後、全国へと広がった。放送協会と簡易保険局による宣伝普及活動では、学校での実技指導依頼等のほかレコードや映画製作も行われた。体操の内容は1951～52年に現行の「ラジオ体操第一・第二」として再構成され、1956年には現在も歌われる「ラジオ体操の歌」(藤浦洸作詞、藤山一郎作曲)が発表された。

### 深夜放送とDJ文化

1960年代後半にはDJが若いリスナーと積極的に交流する深夜番組が盛んになる。1967年に始まった『オールナイトニッポン』『MBSヤングタウン』は長寿番組となった。ここではオンエア曲のリクエスト、DJからのお題への答えがハガキでやりとりされ、双方向なコミュニティーが形成された。この文化からは常連投稿者を指す「ハガキ職人」なる言葉も生まれた。

(参考資料)日本放送協会発行「20世紀放送史」(2001年3月22日発行)、一般社団法人日本民間放送連盟発行「民間放送50年史」(2001年11月15日発行)

## エフエム多極化時代に 突入

1988年にはエフエムジャパン(現J-WAVE)などのFM局が都市部を中心に誕生。音楽をメインに据えた番組作りで独自性を発揮する。1989年には大阪にエフエム802も開局。これらのFM局がレコメンドする若手アーティストがブレイクに至る“方程式”が確立され、エフエム局発のヒット曲が多数生まれた。また、ボサノヴァ、アシッド・ジャズなどマニアックなジャンルのブームにも貢献した。

## カレッジ・ラジオが流行

1970年代末より、アメリカで大学キャンパスを中心とする狭いエリアで学生に向けた放送を行うミニFM局「カレッジ・ラジオ」の活動が盛んに。R.E.Mなどの大ブレイクを後押しした。この動きを受けて日本でも1987年に『カレッジ・ラジオ・ジャパン(CRJ)』が発足。1999年までに東京、大阪、広島、福岡、札幌、名古屋に支部が設立され、ラジオ番組の制作やイベントを開催。2000年代のインディーズブーム隆盛の下地作りの役割も果たした。

## ラジオ活性化策！ イベントが増加

障がい者支援を目的に1975年から始まった『ラジオ・チャリティ・ミュージックソン』などチャリティイベントの取り組みに加え、1990年代以降は放送の枠を超えてライブイベントも積極的に展開。FM802の『MEET THE WORLD BEAT』『ミナミホイール』、J-WAVEの『J-WAVE LIVE』、ニッポン放送の『ニッポン放送 THEラジオパーク in 日比谷』などが人気に。“ラジオ×ライブコンテンツ”としても存在感を発揮している。

### Pick UPI 02 ラジオを聴くには？～ラジオ受信機変遷～

#### ① さぐり式鉱石受信機(JOAKさぐり式鉱石ラジオ、1925年)

鉱石ラジオとは、電波から音を取り出すために鉱石を使うラジオのこと。さぐり式は、金属の針で鉱石の最も感度の良いところを探り当てる方式。放送開始の頃は安価で仕組みが簡単な鉱石ラジオが最も使用された。



#### ② 真空管ラジオ(ナショナルR400型4球ラジオ、1934年)

それまでの一般的なラジオはスピーカーと受信機が別々だったが、このラジオでは一つのキャビネット内に納められ、スピーカーから大きな音量で放送を聴くことが可能になった。木製キャビネットの頭を丸くした珍しい形のものが一時流行したが、非常に高価だった。

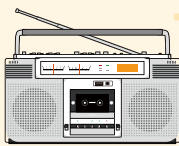


#### ③ トランジスタラジオ(ソニーTR55型、1955年)

1955年8月に東京通信工業(現・ソニー)が日本で初めて発売。従来の真空管ラジオよりも大幅に小型化された。一家に一台から一人に一台の時代になり、ラジオを好きな時に好きな所で聴けるようになったことでラジオの役割・機能も変化していった。



#### ④ ラジオカセットレコーダー (ラジカセ)



#### ⑤ カー・ラジオ



#### ⑥ パソコン



#### ⑦ スマートフォン、 タブレット 端末など



### Pick UPI 03 長寿音楽番組紹介

#### 「JET STREAM」TOKYO FM

1967年7月3日～放送中

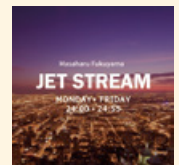
2017年に放送開始50周年

放送時間：月・金曜 24時～24時55分

提供：日本航空

パーソナリティ：福山雅治(2020年3月30日～)

番組内容：TOKYO FM(1970年4月26日開局)の前身「FM東海」時代の1967年7月3日から放送を開始した長寿番組。2017年7月3日には、民放FM史上最長となる放送開始50周年を迎えた。良質な音楽と、旅をめぐる新たなイメージーションを喚起させる世界を提供し、深夜にラジオを楽しむ、想像力に富んだ多くの大人のリスナーを楽しませている。2020年3月30日(月)より新機長に、シンガーソングライター・俳優をはじめ幅広く活躍する福山雅治を迎えた。



#### 「走れ！歌謡曲」文化放送

1968年11月19日～放送中

2018年に放送開始50周年

放送時間：火・土曜 午前3時～5時

提供：日野自動車

パーソナリティ：(火)仁科美咲 (水)五戸美樹

(木)佐藤千晶 (金)福井セリナ (土)千本木彩花

番組内容：文化放送の最長寿ワイド番組「走れ！歌謡曲」は、1968年11月19日に放送を開始、1980年に川中美幸さんがパーソナリティを務めたことを皮切りに、坂本冬美さん、香西かおりさんなどの錚々たる顔ぶれの演歌歌手もパーソナリティを務め、長年、夜間ドライバーに愛されてきた。

**走れ！歌謡曲**  
日野ミッドナイトグラフィティ

# 音楽にこだわり、音楽を伝える。 “J-WAVEらしい価値観”で挑戦は続く



1988年の開局以来、音楽ファンはもとより、アーティストからも厚い信頼を得てきたJ-WAVE。「楽曲を途中で切ることなく最初から最後までかける」「音楽を邪魔しない番組構成を組む」といった今では当たり前とも言えるフォーマットは、J-WAVEが生み出した革新的なものだった。その根底にあるのは現場のディレクターやナビゲーターの「音楽へのリスペクト」。そこから生まれた、J-WAVE、アーティスト、リスナーの“いい三角形”から多くのミュージシャンがブレイクしていった。ここではストリーミングやSNSの普及などにより音楽の聴き方が変わる現在、あらためて音楽におけるラジオの力と役割について、コンテンツマーケティング局コンテンツプロデュース部長、渡邊岳史氏にお話を伺った。

## J-WAVEは踏み台でいい。ブレイクを見送る

— J-WAVEは“音楽を聴かせること”にこだわり抜いてきたラジオ局です。J-WAVEをBGMとして流しながら働くクリエイティブ系の職場も多いと聞きますが、まず、音楽を聴かせることにおけるラジオの強みはどこにあるとお考えでしょうか。

最初に挙げられるのは“ながら聴き”できることではないでしょうか。ぼーっとラジオを聴いていると「あ、いい曲」と思う音楽に出会うことがあります。その“偶然のよさ”が皆にあるラジオの原体験です。自分がリスナーの立場だったとしたら、1時間に1曲でも、そういう偶然の出会いがあると嬉しいですね。

また、オフィス環境に関しては、J-WAVEを聴きながら仕事をされている方々を応援する「TEAM J-WAVE」というプロジェクトで情報発信のお手伝いなども行なっています。このように、とにかく長い時間聴いていただけるように工夫してきました。

— 開局した頃は“J-WAVEといえば洒落た洋楽”というイメージが強かったのですが、今では親交の深い邦楽アー

ティストも多いです。その歴史のなかでターニングポイントといえる出来事はなんだったのでしょうか。

2000年4月16日付の『TOKIO HOT 100(※1)』で日本人アーティストの曲が初めて1位になりました。椎名林檎さんの「虚言症」です。ちょうど一般的な邦楽の音楽的レベルがグッと上がってきた時期だったと思います。J-WAVEにはパワープレイという仕組みはありません。そういうなかでディレクターやスタッフみんなが「この曲はいい！聴いてほしい！」と勧めたくなる、そんな連鎖がタイミング的に合致すると、チャート上位にランクインしたり、ヒットへとつながることがあります。

— ナビゲーターやディレクターの「好きだ！」という思いが平井堅の「楽園」のヒットを後押しし、本人がレギュラー番組を持つまでに至ったケースもありました。このように、音楽への愛情からアーティストと信頼関係を築く例はたくさんありますよね。

そうですね。最近ではSuchmosでしょうか。「STAY TUNE」は元々J-WAVEの番組『GOLD RUSH』のジングルとして制作されたので、我々が仕事をお願いしたことがきっかけで生まれた曲だと、メンバーに言ってもらえました。

また、ブレイク前のアーティストを探して応援するという点では、『SONAR MUSIC』という番組と、それに連動する「SONAR TRAX」という仕組みで、そのなかから特に推したいアーティストを紹介しています。ちなみに「ソナー」には潜水艦のスコープのように探す、という意味があります。今は面白い情報がたくさん集まってくる時代なので、ディレクターが発掘し、オンエアしたいと思う楽曲の情報を共有し、そこから数曲を自発的にプッシュしていく試みです。先にラジオの原風景の話をしました。ラジオに馴染みの薄い世代にも、やっぱり「ラジオはいい曲との偶然の出会いがあるメディアなんだ」と伝えていかないと。この試みにはそういった思いも込められています。

ありがたいことに、今も「J-WAVEで楽曲をオンエアして



株式会社J-WAVE

コンテンツ  
マーケティング局  
コンテンツ  
プロデュース部長  
渡邊岳史

※1 [SAISON CARD TOKIO HOT 100]…J-WAVE開局の1988年以来続く人気番組で、世界のミュージックシーンからJ-WAVEが厳選した100曲をクリス・ペプラーがナビゲートする音楽プログラム。(放送日時:毎週日曜 13時~16時54分)

ほしい、出演したい」という声が多く届きます。踏み台、といういい言葉ではないかもしれませんが、J-WAVEを踏み台にブレイクしてくれると嬉しい。こちらは「行ってらっしゃい、1年に1度は面白いことをやろう！」を合言葉に送り出せばいいかな。SONAR TRAXでは、そんないい関係づくりも期待しています。

### — これまでに意表を突くようなナビゲーターを起用して数々の人気番組が生まれてきましたが、最近では？

世界中を旅した後、執筆やアートディレクション、映画出演などクリエイティブに活動している野村訓市さんの番組『TRAVELLING WITHOUT MOVING』が化けていますね。彼のナビゲーターとしての独特の魅力が、意外といっはなんですが人気で(笑)。公開収録には応募が殺到していますし、番組宛にお便りもいっぱいきます。一見、「やる気あるのかな？」という雰囲気もインパクトがあったんでしょうか。でも、選曲も絶妙で中毒性が高い。その面白さもJ-WAVEならではのと思っています。

## J-WAVEが持っているものを外に持ち出す

### — ここからはSNSが発達し、音楽の聴き方を取り巻く状況が変わる今、J-WAVEが取り組んでいる新しい試みなどについてお聞かせください。

現状を見ると、過去の成功事例にしがみついているのは10年も持たないと危機感を抱いています。そこで、我々のノウハウやアーティストとの関係を活かして、この春、高輪ゲートウェイ駅前にエンターテイメントレストラン「J-WAVE NIHONMONO LOUNGE」をオープンする予定です。J-WAVEにゆかりのあるアーティストや楽曲を集約するイメージで、日本では珍しい時間帯ですが毎日夜10時から

30分くらいのライブを行い、ステージにはSONAR TRAXで応援しているアーティストにも登場していただきます。音楽に関してソフトも制作している我々が体験につながるハードを持つのは大きな意味がある。放送を聴いてもらうだけではなく、J-WAVEが持っているものをリアルな場で見て、聴いてもらう。そんな“音楽体験場”を作るチャレンジです。また、今は海外からの観光客も多く、オリエンテッドな国際都市を目指す場所に関われることは魅力的です。音声コンテンツがSNSを通して国の壁を越えていくなか、ラジオ局も海外に目を向けることは必要になってくると思っていますので。

### — あらためて、今、J-WAVEにとっての「音楽とラジオ」についてのお考えを聞かせてください。

ラジオは固いファンベースの場を作りやすいメディアです。つまり、自分のヒューマニティをさらけ出し、ずっと応援してくれるファン層の足場を作れる場所だと思います。そのなかで我々は、より密に濃くアーティストやリスナーとおつきあいしていくメディアに変化していると感じています。となると、一曲一曲がより大事で、大きな意味を持つのではないのでしょうか。オンエアするすべての曲に意味、意図を込めていく。どういう曲を選び、自分たちの新たな価値を作っていくのかという文脈づくりについては、現場のディレクターとも今まで以上に話し合っています。

また幸いなことに、音楽業界の方だけではなく他の業界の方からも「J-WAVEと一緒にやれば売れる、オンエアしたら売れる」と期待していただいています。それは裏を返せばJ-WAVEの価値が試されているということ。そのために、どう違った価値観を提示できるか。「J-WAVEらしい」という言葉を、褒め言葉として受け止めつつ、開局以来変わらない音楽を大事にする姿勢を守りながら、“今まで通りではないこと”に挑戦するのが大事だと思っています。

### SONAR MUSIC

ジャンルを問わず新しくてカッコイイ音楽をGETできるプログラム。NEXT HITSをここでチェック！ナビゲーターはラッパーのあっこゴリラ。



SONARMUSIC

放送日時

月-木曜  
21時~23時55分

<https://www.j-wave.co.jp/original/sonarmusic/>

### TRAVELLING WITHOUT MOVING

「動かない旅」をキーワードに、世界約50カ国を旅したナビゲーターの野村訓市氏によるトークと、旅の記憶からあふれ出す音楽が流れる番組。



Travelling Without Moving

放送日時

毎週日曜  
20時~20時54分

<https://www.j-wave.co.jp/original/travelling/>

### J-WAVE NIHONMONO LOUNGE

中田英寿氏主催の「CRAFT SAKE WEEK」とのコラボレーションなど、魅力的なドリンク、フードメニューを、J-WAVE推薦の音楽・エンタメとともに楽しめる期間限定のレストラン。



場所

高輪ゲートウェイフェストホールC

<https://www.j-wave.co.jp/special/tgf/nihonmonolounge/>

# 音楽を届けるラジオの芳醇さ。 そのプラットフォームを充実させてゆく



2010年に本格的なサービスが始まったradiko。インターネットの普及によるラジオ離れ、高層ビルの乱立による難視聴エリアの発生など、当時のラジオ業界は苦しい立場にあった。その苦境のなか“ラジオの力の復権”を目指すべくradikoは発足。その背景には“ラジオをなくしてはいけない”という危機感を原動力とした、業界関係者の“競争より協調”という思いがあった。受信機を持たずとも、パソコンやスマホでライフスタイルに合わせてラジオを楽しめるサービスで、今やラジオ放送にとって重要なプラットフォームとなったradikoは、音楽を伝える立場として何を目指しているのか。代表取締役社長 青木貴博氏にお話を伺った。

## かつてのラジオファンが戻ってくる

— サービス開始から10周年を迎えましたが、現在のユーザー数をこれまでの推移とともに教えてくださいませんか。

東日本大震災が起きた2011年、災害時におけるラジオの重要性が見直され、ユーザー数は震災直前の300万人から約2倍に増えました。その後2018年に、より精査した数字になるように集計方法をあらためたことで数が減りましたが、ゆるやかに増え続け、2020年1月の月間ユニークユーザー数では約800万人に到達いたしました。今は1000万人の大台を目指しています。

— では、ユーザーの年齢層や男女比などの特徴は？

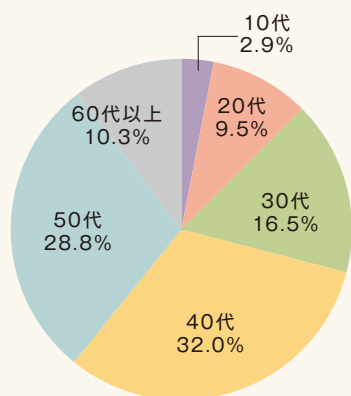
ユーザーの平均年齢は45.1歳。メインユーザーの属性は40代と50代サラリーマンの男性が中心です。男女あわせ

た年代別割合でも40代と50代が60.8%と半数を超えます。もともとラジオをよく聴いていたけれど、少し遠ざかっていた方が、radikoをきっかけにあらためてラジオに戻ってきてくれたんだと思います。利用機器で最も多いのはスマートフォン(タブレット含む)。朝の通勤・通学中、帰宅中、車の運転中によく利用されています。ラジオには、毎日決まった時間に決まった番組をライブで聴きたくなる、生活習慣病があります。一方、radikoには過去1週間にオンエアされた番組を後から聴くことができるタイムフリーという機能がありますので、どうしても聴くことが出来なかった方にも広くご活用いただけているのではと思います。

また、男女比は男性が64.9%で女性が35.1%です。この数字は12回目の調査によるデータですが、1回目では女性のユーザーは約20%だったので、徐々に女性にも浸透してきています。

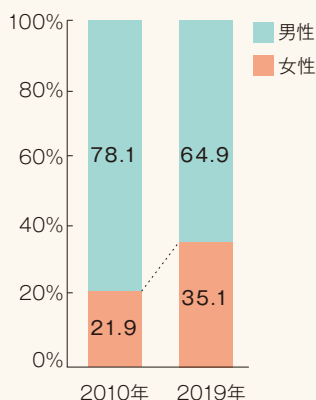
### ラジオユーザーの基本属性

#### 年代



N=37,050

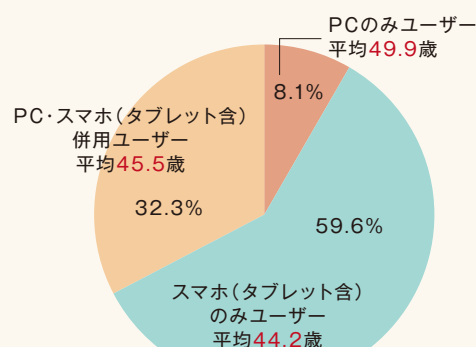
#### 性別 過去調査からの推移



N=37,050(2019年)  
N=22,075(2010年)

### 聴取機器

- ・ライブ聴取、タイムフリー聴取のいずれの場合も最も多いのは「スマホ(タブレット含)のみ」のユーザー
- ・スマホのみあるいはスマホとPCの併用による聴取は9割に登る



N=34,404

出典:radikoユーザーアンケート調査(2020年2月)





株式会社radiko

代表取締役社長  
青木貴博

## すべてのオーディオコンテンツを届けたい

### —プラットフォームの役割を担うradikoだからこそといえる音楽の盛り上げ方とは？

まず前提として音楽の魅力を伝えるコンテンツを作るのはラジオ局であり、radikoがなすべき役割はラジオ放送におけるインフラを整えて、いかにユーザーに届けるか。これはラジオ局の方々の協力があってこそこの話です。そこで今、私たちが標榜しているのが「オーディオコンテンツロジスティクス」というキーワード。つまり音楽を含めたオーディオコンテンツのよりよい物流環境を作ることです。

radikoは、94のラジオ局、放送大学、NHKのコンテンツを扱わせていただいています。100局近いラジオ局がそれぞれ1週間、合計168時間にも及ぶオンエア番組は膨大な量になります。でもradikoは、インターネット上でユーザーとつながっているので、いつ、どのような人が聴いていて、どんな番組を求めているのかというデータを把握し、どの業界も重要視している“個人ベースでのユーザー層の可視化”を実現できます。ここにradikoのレコメンド機能を掛け合わせることで、よりの確にそのユーザーに合った番組を届けることができます。

### —「音楽とラジオは共存共栄」と言われてきました。

ラジオ局も私たちも、現時点においては、レコード会社さまに少々片思いかもしれませんが(笑)、音楽、そして音楽が流れる放送に、一人でも多くの方に触れてほしいという気持ちは同じです。ラジオにはパーソナリティの生声とともに音楽が流れる、という芳醇さがあります。ですからradikoを通じて新しい音楽に出会うワクワク感をもっと味わってほしい、そしてラジオ中毒者をさらに増やしていけたらと思っています。そこで大切なのは、radikoのアプリのダ

ウンロード数に満足するのではなく、毎月入れ替わるユーザーが1日1回radikoで番組を聴いていただくこと、そのユーザーが固定ファンとなって、次はさらに聴いてくれるようになるための取り組みを進めることです。そのうえでユーザーの声を汲み取る仕組みもできれば、もっとリアルにユーザーの顔が見えてくる。それは皆が求めている“より正確な可視化”につながると考えています。

### —SNSにストリーミングと音楽を取り巻く状況は刻々と変わっています。次世代をどのように見えていますか。

SNSでは世界中の知らない人とつながることができません。であるならば、そのコミュニケーションのなかにラジオ番組や、その先にあるオーディオコンテンツを乗せていきたいですね。そのためには放送後も聴けるタイムフリー機能や、番組の好きな部分をSNSで投稿できるシェア機能はさらに充実させたほうがいい。そういう“ラジオ番組やその中で流れる音楽の物流システム”をインフラとして準備してきました。当然、起承転結を考えて作っている番組ですから、制作側からすると最初から最後まで順番に聴いてもらうことが第一ですが……。ただ、膨大なラジオコンテンツにおいてradikoがロジスティクスを担うのだとしたら、何をすべきなのかと。番組の一部でもいいから、まずはラジオを聴いてもらって、ラジオの良さを味わってもらおう。そうすればゆくゆくはラジオ番組の起承転結を全部味わっていただけるファンも増えていくと信じています。

### —音楽、ラジオ局、そしてradikoが横断できれば、相乗効果にもつながりますね。

そう思います。ラジオ局同士は普段は競争相手ですが、一方では、危機感を抱いてradiko発足のきっかけをもたらした協調領域があります。音楽を含むオーディオコンテンツを大切に届けたい。そのなかで「radikoなら実現できるよね」という業界的な文脈がさらに増えてくると嬉しく思います。

### —radikoは音楽業界にも、ラジオ業界にもイーブンな存在。“だからこそ”の可能性が。ところで、青木さんの仕事へのやりがいとは？

ラジオ番組が音楽も含めて、最強と言われるオーディオコンテンツになっていく。叶えたい未来が見えているのでやりがいを抱けます。そういう意味では音楽のストリーミングサービスを行っている会社とも連携させていただくこともあるかもしれません。radikoは決して音楽と離れることはありません。これまで音楽業界の皆さまにご理解とご協力、ご支援をいただいてやって来れたことに心から感謝しています。これからも音楽とラジオ業界と共存共栄していくお手伝いができればと思っています。

## 令和2年度事業計画書

令和元年の市況を振り返ると、ストリーミングが市場を牽引し、音楽配信売上が706億円（前年比110%）と6年連続プラス成長、平成23年以來の700億円超えとなり好調に推移した。ストリーミング市場は前年比133%の465億円と音楽配信市場におけるシェアは66%に拡大し、ダウンロード市場（225億円）の約2倍となった。オーディオレコードの年間生産金額は前年比97%の1,528億円と健闘したものの、音楽ビデオが前年比92%の764億円と苦戦し、音楽パッケージソフト全体（オーディオレコードおよび音楽ビデオの合計）の年間生産金額は前年比95%の2,291億円となった。この結果、音楽ソフト（オーディオレコード+音楽ビデオ）の生産金額と音楽配信売上の合計は前年比98%の2,998億円となり、業界を取り巻く環境は依然として厳しい状況にある。

当協会では、担う役割を3つ（①業界の収益を「伸ばす」、②違法を「なくす」、③レコード産業からのメッセージを「伝える」）に整理し、優先度を付けて事業に取り組んでおり、令和2年度も引き続きこの方針を継続する。

令和2年度の具体的な事業は以下の通りである。

### 〔事業活動〕

#### 〔1〕レコード等の普及に関すること

##### 1. 「音楽CDの再販制度」の維持と弾力運用の推進

- 音楽文化発展の基盤となる「音楽CDの再販制度」の存置を引き続き求めるとともに、制度の弾力運用を推進する。
- ユーザーへの還元施策の一環であるインターネット廃盤セールの実施について、内容の見直し等を含め検討する。

##### 2. 業界広報の強化

特別委員会にて、無許諾音楽アプリ撲滅とサブスクリプション等の適法サービス利用促進に向けた施策を検討し、実施する。また、リーチサイト・リーチアプリ規制に関する著作権法改正法案が成立する場合には、施行に際して周知啓発活動を行う。

##### 3. 需要喚起関連事業

音楽の素晴らしさや楽しさを発信し、音楽リスナーの増加と音楽を聴くライフスタイルの普及を図る総合的な施策を検討する。

##### 4. 「日本ゴールドディスク大賞」の実施

アーティスト・作品の顕彰と日本音楽の歴史の記録として「日本ゴールドディスク大賞」を継続して実施する。また、令和2年度よりストリーミング配信に関する賞および部門の増設を検討する。

##### 5. 日本音楽の海外展開の促進

会員各社の海外展開を支援する施策は、平成29年度から一般財団法人日本音楽産業・文化振興財団（JMCE）に一括して実施しており、令和2年度もJMCEへの支援を継続する。JMCEの主な海外展開事業は次の通り。

- 第17回東京国際ミュージック・マーケット（TIMM）の開催
- アニメ情報検索サイト「JAPAN ANIME MUSIC LAB.」の運営
- 海外の日本音楽ファンやバイヤー等への情報発信の強化
- その他、海外展開関連事業

##### 6. RIAJセミナーの開催

会員各社へのタイムリーな情報提供を目的としたセミナーを定期的に開催するとともに、一部テーマについては広く一般公開も検討する。

##### 7. その他

- 「Music J-CIS (Music Japan-Copyright Information Service) 協議会」(MINC)の構成団体として、音楽権利情報データベースの充実を図る。
- 平成29年度から令和元年度までの3年間にわたり文化庁が実施した「コンテンツの権利情報集約化等に向けた実証事業」について、その成果を継承し取り組みを継続する音楽関係団体の組織化に尽力するとともに、その構成団体として、散在する権利情報の更なる集約化と円滑な権利処理の促進に引き続き取り組む。

#### 〔2〕レコード等に関する調査研究およびデータの収集

##### 1. 市場調査、産業統計の充実

パッケージ商品および音楽配信に関する各種産業統計データ

を、環境の変化に応じてカテゴリ変更などを行い、的確に集計し迅速に公表する。

##### 2. 音楽に関する消費者実態調査の実施

「音楽メディアユーザー実態調査」を継続実施し、ユーザー動向の経年変化を把握するとともにユーザー意識の深堀調査を行い、取りまとめる。

#### 〔3〕レコードを通じた音楽文化の保存に関すること

##### 1. 「文化庁芸術祭」への協力

レコード部門における受付窓口として、選考申請および審査に協力する。

##### 2. 「日本プロ音楽録音賞」の共催

録音エンジニアの技術向上と地位確立を目的として継続実施する。

#### 〔4〕著作権および著作隣接権等の普及・啓発に関すること

##### 1. 音楽の違法利用を撲滅するための対策の強化

- 違法対策の専任組織「著作権保護・促進センター（CPPC）」において違法音楽ファイルの削除要請を継続して実施する。また、SNS上の違法音楽ファイル対策にも注力する。
- 国外サイトに関しては、国際レコード産業連盟（IFPI）との連携により削除要請の対象を拡大するとともに、中国サイトについては、中国国家版權局との連携やサイト運営事業者との協議実施等により効率的な対策を継続していく。
- 公正な音楽市場の形成を阻害するスマートフォン向け無許諾音楽アプリの撲滅に向けた総合的な対策を実施する。具体的には、アプリストア運営事業者に対する審査強化及び削除迅速化の要請、無許諾音楽アプリで表示される広告の停止要請、アプリ開発者等に対する警告や法的措置の検討、違法ファイルへのリンク切除要請やファイル削除要請等、多角的な対策を継続実施する。
- 悪質な違法行為者の告訴等を継続して実施する。
- ファイル共有ソフトを悪用した違法行為者のうち特に悪質性の高い者に関して、発信者情報開示請求及び同訴訟により住所・氏名等の開示を受け、損害賠償請求や告訴等の対応を継続する。

##### 2. 啓発キャンペーン等の周知活動

音楽創造サイクルへの理解の促進と違法利用の抑止を目的とする著作権啓発活動を実施する。特に無許諾音楽アプリに関しては、アーティスト等の権利者に何ら対価が還元されない問題への理解を訴求するとともに、リーチサイト・リーチアプリ規制に関する著作権法改正の周知を中心に据えた啓発施策を検討し実施する。

##### 3. 著作権教育活動の実施

- 大学寄附講座は、今年度から明治大学にて開講し、若年層のレコード産業・著作権制度に対する理解促進に努める。また、一般社団法人日本音楽出版社協会が今年度から開講する電気通信大学の寄附講座への支援・協力を行う。

- (2) 音楽が制作される過程を学び、上質な環境で音楽を楽しむ機会を提供するレコーディングスタジオ見学プログラムを実施するとともに、修学旅行生等の職場訪問受入れなど若年層への著作権教育の機会を増大するための取り組みを継続する。
- (3) その他、著作権教育の促進に資する活動を実施する。

#### 4.クリエイターへの適切な対価還元制度の整備を求める活動

文化庁著作権分科会において、従来の私的録音録画補償金制度に代替する新たな対価還元制度(補償金を含む)の検討に参画する。

#### 5.レコードの業務上の演奏利用から適正な対価が還元される法制度創設に向けた活動

いわゆる「レコード演奏・伝達権」について、IFPIや実演家団体と連携して法制度創設に向けた関係省庁等への働きかけを継続して実施する。

#### 6.「バリューギャップ」問題の解決に向けた活動

無料動画投稿サイト運営事業者に係る法的責任のあり方の見直しなど、いわゆる「バリューギャップ」問題の解決を目指して昨春に成立した改正EU著作権指令を参考に、必要な法改正の働きかけを継続する。

#### 7.放送の同時送信等に関する対応

放送の同時送信等に係る著作権隣接権制度の見直し(送信可能化権の報酬請求権化)について、文化庁著作権分科会等における検討に参画し、レコード製作者の権利が守られるよう適切に対応する。

#### 8.一般社団法人授業目的公衆送信補償金等管理協会(SARTRAS)への参加

授業目的公衆送信補償金の指定管理団体に参加し、新補償金制度の仕組み作り・運営の支援を継続して行う。

#### [5]レコード等に関するデータの公表

レコード産業への理解促進と産業全体の更なるイメージ向上を図るため、機関誌、ホームページ、プレスリリース等を活用して積極的に情報発信するとともに、社会貢献活動や文化活動についても広報する。

#### [6]レコード製作者に係る商業用レコードの二次使用料に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

- 1.二次使用料を安定的に確保するために、放送・有線放送事業者との間で協議を実施し、使用料水準の維持確保に努める。
- 2.配信音源に係る二次使用料について、使用実績報告の受付方法と新分配ルールを整備し、早期の実施に向けた準備を確実に進める。

#### [7]レコードに関するレコード製作者の複製権、譲渡権および送信可能化権等ならびに実演家の送信可能化権等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

#### 1.放送番組のネット配信等にかかる集中管理の取り組み

放送番組の同時送信等に係る著作権処理円滑化に関する議論を踏まえ、集中管理に係る実務運用の更なる円滑化や委任者拡大等の課題に取り組む。また、ネット独自の放送型送信(いわゆるウェブキャスト)に係る集中管理についても、関係団体との協議・調整を進め、早期の開始を目指す。

#### 2.教育・文化・プライダル分野等のレコード利用集中管理事業の推進

- (1) 教育・文化系催事に係る一任型集中管理事業の安定化に取り組む。
- (2) プライダル分野におけるレコード利用について、更なる円滑化と権利処理促進を図る。また、適法利用に向けた利用者への啓発活動を推進するとともに、許諾を得ずにレコードを利

用する事業者への対策を強化する。

- (3) 利用者から要望のあるその他利用形態について、集中管理の実現可能性を検討し、可能な分野から集中管理の範囲拡大に努める。

#### [8]レコード製作者に係る商業用レコードの公衆への貸与に係る報酬等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

貸レコード使用料等の円滑な徴収および分配に努める。

#### [9]私的録音補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者に係る当該補償金の受領および分配

私的録音補償金管理協会(sarah)の構成団体として、私的録音補償金制度の円滑な運用を支援する。

#### [10]その他

##### 1.政府の審議会等への委員派遣および経済団体への参画等

文化審議会著作権分科会等へ委員を派遣するなど、外部の会議体等に積極的に参画し、意見を表明する。

##### 2.国内・国外の団体、機関との連携活動

国内の音楽関係団体並びにIFPIおよびアメリカレコード協会(RIAA)等海外のレコード産業団体との連携と情報交換を積極的に推進する。

##### 3.「レコード倫理審査会」の開催・運営

レコード制作者としての社会的倫理責任を果たすため、「レコード制作基準」に則り「レコード倫理審査会」を開催・運営する。

##### 4.業界規格(RIS)の制定と改正

CD等レコード商品の表示、付属品等に関する日本レコード協会規格(RIS)について必要な制定・改正を行う。

##### 5.ISRC(International Standard Recording Code)の管理機関としての活動

音源の識別に利用されるISRC(国際標準レコーディングコード)の国内登録代行機関として、普及・管理に関する活動やコードの申請受付・交付等を行う。

##### 6.福祉・厚生施設へのレコード寄贈

福祉厚生・療養施設(児童福祉施設、老人ホーム等)の方々に音楽を楽しんで頂く事を目的として昭和38年から毎年実施しているレコード(CD)寄贈事業を継続実施する。

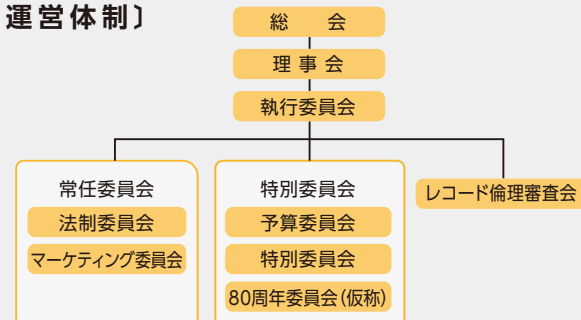
##### 7.会員各社の業務の集約化(シェアードサービス)

会員各社の業務の効率化と負担軽減を図るため、集約化が考えられる業務に関する会員社ニーズを引き続き把握しながら必要な施策を推進する。

##### 8.80周年記念事業

令和4年4月30日に創立80周年を迎えるに当たり、特別委員会を設置し、記念事業とともに協会の役割・体制等の見直しを検討する。

#### 〔運営体制〕



本年度も、関係官庁並びに関係団体の協力を得て業務を推進する。

## 「第12回CDショップ大賞2020」が決定

全日本CDショップ店員組合は、「第12回CDショップ大賞2020」の大賞および各部門の受賞者を発表した。本年は、昨年より新しくなった賞の趣旨に基づき、Official髭男dismの『Traveler』ならびにカネコアヤノの『燦々』の2作品を大賞受賞作品として選出した。

CDショップ大賞では、大賞を①何回でも聴きたい素晴らしい作品＝#神アルバム(と呼べるようなスタンダードとなりうる作品) <赤>、②新人の素晴らしいアルバム。受賞をきっかけにブレイクが期待される、お客様にお勧めしたい作品<青>の二つのコンセプトに基づいて選出。Official髭男dism『Traveler』は<赤>、カネコアヤノ『燦々』は<青>での大賞選出となった。

大賞受賞アーティストへのインタビューや、CDショップ店員による各受賞作品へのコメントは、全日本CDショップ店員組合のホームページより閲覧可能。また、音楽にまつわる様々な取り組みについて幅広く紹介する場として、CDなどのパッケージのデザインやクリエイティブは「ミュージックジャケット・クリエイティブ賞」、店員によるコメントは「コメント大賞」、音楽関連書籍を顕彰する「音楽本賞」もあわせて発表された。

▼全日本CDショップ店員組合サイト  
<http://www.cdshop-kumiai.jp/>



### 大賞<赤>

Official髭男dism  
 『Traveler』  
 PCCA04822

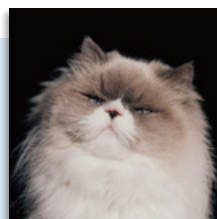
#### ■Official髭男dism 藤原聡 (Vo/Pf) 受賞コメント

いつも応援ありがとうございます。今回この素晴らしい賞を頂けたことで、Official髭男dismというバンドを、Travelerというアルバムを初めて知って下さる方もたくさんいらっしゃると思いますが、どうか皆さんの心に寄り添えますようにと祈っています。引き続き、より良い音楽を求めて作って行きます。



#### ■CDショップ店員のコメント(抜粋)

今まで“ありそうでなかった”新しい日本のバンドのサウンドの形が開花した1枚。ポップセンスとソウル・ミュージックの表現が巧みに組み込まれて進み、藤原さんのピアノ&ヴォーカルをじっくり聴くと…彼らの音世界にずっと浸っていただきます。

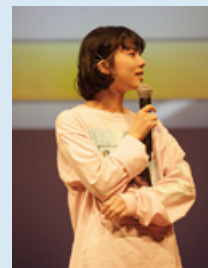


### 大賞<青>

カネコアヤノ  
 『燦々』  
 NNFC-03

#### ■カネコアヤノ受賞コメント

いろいろな賞より、なぜかトクベツです。すごくうれしい。そして本当に本当に本当にありがとうございます、という想いです。音楽を続けていきます。



#### ■CDショップ店員のコメント(抜粋)

等身大という言葉が嘘くさく聞こえてしまって今まで嫌いでしたが、このアルバムからはそんな人と同じになれない不器用な人間の「本当の等身大」が溢れているような気がします。万人のためではなく自分と自分の周りだけ届いてくれればよいような、静かな作品です。だからこそこれがこうして大きな賞にノミネートしているということが、嬉しいです。

#### 部門賞

	作品名	アーティスト名
洋楽賞	ホエン・ウィー・オール・フォー ル・アスリープ、ホエア・ドゥー・ ウィー・ゴ?	ビリー・アイリッシュ
洋楽賞(特別賞)	Fear Inoculum	TOOL
ライブ作品賞	LIVE ALBUM『感電の記憶』 2002.5.19 TOUR 『NUM-HEAVYMETALLIC』 日比谷野外大音楽堂	NUMBER GIRL
クラシック賞	ベートーヴェン:ピアノソナタ集1 悲愴&月光	河村尚子
ジャズ賞	トワイライトシンドローム	ADAM at
ジャズ賞(特別賞)	SADAO 2019-ライブ・アット・ ブルーノート・トーキョー	渡辺貞夫
歌謡曲賞	雪恋華	市川由紀乃

#### 地域ブロック賞

	作品名	アーティスト名
北海道ブロック賞	Runaway	爽
東北ブロック賞	FOURs	RINGOMUSUME(りんご娘)
関東ブロック賞	Nice Body?	ドミコ
甲信越ブロック賞	HAPPY	NO BRIGHT GIRL
北陸ブロック賞	切ったら、空	tonari no Hanako
東海ブロック賞	GIANTSTAMP	Suspended 4th
関西ブロック賞	DRAMA STORE	ドラマストア
中国ブロック賞	STORIES	HiDe
四国ブロック賞	Wish on	LONGMAN
九州ブロック賞	HAO	NYAI
沖縄ブロック賞	HoRookies	HoRookies

# 私わたし の season2 一枚いちまい



## 『Sergio Mendes & Brasil '66』

セルジオ・メンデス

©ユニバーサル ミュージック

私の心に残る一枚は、1966年に発売された『Sergio Mendes & Brasil '66』です。

このアルバムに収められた「Mas Que Nada(マシュ・ケ・ナダ)」に強烈な刺激を受けたのを覚えています。

当時私も音楽を志し、ラテン音楽を中心に演奏するバンドを組んで活動していました。

そんな折にこの楽曲に出会い、衝撃が走りました。私と同じような感覚に陥ったミュージシャンは日本のみならず、全世界に多かったのではないのでしょうか。この楽曲と共に、セルジオ・メンデスの名前は世界中に轟きました。

ブラジルの大衆音楽は、ラテン系音楽の中でも異彩を放つ楽曲が多く、サンバやボサノヴァなど、独特の音楽性を持つことから、コピーバンドも多数存在していました。

バンド活動をする中で、ラテン音楽のみでは、なかなか食べて行くこともままならず、否が応にも日本



## 秋山 茂

株式会社ホリデージャパン

代表取締役社長

の歌謡曲をレパートリーに組み込まないといけない時代でもありました。

この「Mas Que Nada(マシュ・ケ・ナダ)」は、純粋なボサノヴァではなく、ロックのテイストも加味された、ブラジル音楽の多様性の走りだったように思います。また、この楽曲の大きな特徴である女性のツインボーカルにも驚かされました。

私にとっては、この曲のどこをどう切り取っても、斬新で、未知の魅力に溢れた作品でした。

この時代から10年程経過する中で、日本の音楽界はグループサウンズの流行から、更にはムード歌謡のブームが訪れ、私もその波を追うように楽器の演奏を主とするバンドから、歌謡曲を歌うコーラスグループへと形を変えて活動していました。

やがて歌手としての自分自身に限界を感じ、歌を表現する側から、制作、プロデュースする側に転身しました。レーベルを立ち上げ、ライブイベント等を主催するなど、様々な形で音楽に携わらせてもらう機会を頂いて来ました。

そうして現在に至るまで、数百曲の楽曲を手掛けて来ましたが、今日までに、世の中に、或いは歌謡界に、「衝撃」という言葉で飾れるような作品を送り出せたか、という自問には、胸を張って『YES』と答えられない気がしています。

レコードメーカーが持つ本来の目的・主旨である、癒しと安らぎ、夢と希望、そして娯楽への寄与が叶う作品を提供するという使命を全うする事を意識しつつも、個人的には自分が「Mas Que Nada(マシュ・ケ・ナダ)」に出会った頃感じた純粋な感動・衝撃を味わってもらえるような作品を世の中に送り出せたら、という夢を常に心の片隅に持ち続けています。

# Monthly Production Report 2020年2月度レコード生産実績



2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84%の1,270万枚・巻、金額で同82%の161億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比90%の994万枚・巻、金額で同86%の112億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比69%の276万枚・巻、金額で同75%の49億円となっている。

## オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	2月実績						2020年1月~2020年2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	4	0	145%	3	0	202%	6	0	194%	6	0	264%
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	4	0	145%	3	0	202%	6	0	194%	6	0	264%
12cmCD シングル	邦	2,816	28	78%	2,554	23	89%	6,907	34	106%	6,014	27	105%
	洋	11	0	2827%	12	0	3437%	13	0	1061%	13	0	1092%
	計	2,827	28	78%	2,565	23	89%	6,920	34	106%	6,027	27	105%
シングル 計	邦	2,820	28	78%	2,557	23	89%	6,913	34	106%	6,020	27	105%
	洋	11	0	2827%	12	0	3437%	13	0	1061%	13	0	1092%
	計	2,831	28	78%	2,569	23	89%	6,926	34	106%	6,033	27	105%
12cmCD アルバム	邦	6,258	63	102%	7,605	68	87%	11,293	56	107%	14,027	63	95%
	洋	762	8	67%	852	8	80%	1,667	8	74%	1,837	8	80%
	計	7,020	71	97%	8,457	76	87%	12,960	65	101%	15,864	71	93%
CD計	邦	9,077	91	93%	10,162	91	88%	18,206	91	107%	20,047	90	98%
	洋	773	8	68%	864	8	81%	1,680	8	75%	1,850	8	80%
	計	9,851	99	91%	11,026	99	87%	19,886	99	103%	21,897	98	96%
アナログ ディスク	邦	25	0	47%	58	1	53%	70	0	111%	158	1	123%
	洋	26	0	80%	46	0	71%	46	0	72%	81	0	67%
	計	51	1	59%	104	1	60%	116	1	91%	238	1	96%
カセット テープ	邦	20	0	31%	17	0	29%	45	0	47%	40	0	47%
	洋	0	0	1023%	0	0	918%	0	0	1605%	0	0	1304%
	計	21	0	31%	17	0	29%	46	0	47%	40	0	48%
その他	邦	5	0	50%	5	0	23%	9	0	56%	13	0	46%
	洋	11	0	59%	23	0	54%	34	0	115%	67	0	105%
	計	16	0	56%	27	0	44%	43	0	93%	80	0	86%
合計	邦	9,128	92	93%	10,241	92	87%	18,331	91	106%	20,258	91	98%
	洋	811	8	68%	933	8	80%	1,760	9	75%	1,998	9	80%
	計	9,939	100	90%	11,174	100	86%	20,091	100	103%	22,256	100	96%

## 音楽ビデオ

	2月実績						2020年1月~2020年2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	1,714	62	65%	2,465	50	68%	4,753	65	91%	5,878	43	90%
	洋	44	2	169%	95	2	237%	100	1	53%	139	1	47%
	計	1,758	64	66%	2,560	52	69%	4,853	67	90%	6,017	44	88%
ブルーレイ ディスク	邦	978	35	73%	2,228	45	78%	2,383	33	105%	7,466	55	125%
	洋	22	1	330%	111	2	431%	27	0	54%	129	1	74%
	計	1,000	36	74%	2,339	48	82%	2,410	33	104%	7,594	56	124%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	邦	2,691	98	68%	4,693	96	72%	7,137	98	95%	13,344	98	107%
	洋	66	2	202%	206	4	313%	127	2	53%	268	2	57%
	計	2,757	100	69%	4,899	100	75%	7,263	100	94%	13,611	100	105%

## 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	2月実績						2020年1月~2020年2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	9,939	78	90%	11,174	70	86%	20,091	73	103%	22,256	62	96%	
音楽ビデオ計	2,757	22	69%	4,899	30	75%	7,263	27	94%	13,611	38	105%	
合計	邦	11,820	93	85%	14,934	93	82%	25,468	93	103%	33,602	94	101%
	洋	877	7	72%	1,139	7	92%	1,887	7	73%	2,265	6	77%
	計	12,696	100	84%	16,073	100	82%	27,354	100	100%	35,867	100	99%

## ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	2月実績						2020年1月~2020年2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	3,207	65	66%	5,067	46	81%	8,197	68	84%	11,207	46	95%
ブルーレイディスク	1,718	35	81%	5,884	54	98%	3,775	32	100%	13,341	54	116%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	4,925	100	71%	10,950	100	89%	11,972	100	88%	24,548	100	105%

## オーディオ/ビデオレコード合計

	2月実績						2020年1月~2020年2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	9,939	67	90%	11,174	51	86%	20,091	63	103%	22,256	48	96%
ビデオレコード計	4,925	33	71%	10,950	49	89%	11,972	37	88%	24,548	52	105%
合計	14,864	100	82%	22,124	100	88%	32,063	100	97%	46,804	100	100%

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

ダブル・プラチナ	TELL ME	hide	1994.03.24	ユニバーサル ミュージック
	ROCKET DIVE	hide with Spread Beaver	1998.01.28	ユニバーサル ミュージック
	HURRY GO ROUND	hide with Spread Beaver	1998.10.21	ユニバーサル ミュージック
	ソナナコトナイヨ	日向坂46	2020.02.19	ソニー・ミュージックレーベルズ
プラチナ	DICE	hide	1994.01.21	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	Hi-Ho / GOOD BYE	hide	1996.12.18	ユニバーサル ミュージック
	In Motion	hide	2002.07.10	ユニバーサル ミュージック
	紅蓮華	LiSA	2019.07.03	ソニー・ミュージックレーベルズ

### アルバム | 邦楽

ダブル・プラチナ	HIDE YOUR FACE	hide	1994.02.23	ユニバーサル ミュージック
	PSYENCE	hide	1996.09.02	ユニバーサル ミュージック
プラチナ	MAP OF THE SOUL : 7	BTS	2020.02.21	ユニバーサル ミュージック
ゴールド	POP × STEP!?	Sexy Zone	2020.02.05	ポニーキャニオン
	AAA 15th Anniversary All Time Best -thanx AAA lot-	AAA	2020.02.19	エイベックス・エンタテインメント
	LEMONeD Collected by hide	ヴァリアス・アーティスト	1996.05.22	ユニバーサル ミュージック
	SINGLES ~Junk Story	hide	2002.07.24	ユニバーサル ミュージック

### ビデオ | 邦楽

ゴールド	AAA 15th Anniversary All Time Music Clip Best -thanx AAA lot-	AAA	2020.02.19	エイベックス・エンタテインメント
	hide A STORY 1998 hide Last Works ~121日の軌跡~	hide	1999.12.08	ユニバーサル ミュージック
	B'z LIVE-GYM 2019 -Whole Lotta NEW LOVE-	B'z	2020.02.26	ビーイング

※日付けは発売日

## 有料音楽配信

### シングルトラック | 邦楽

プラチナ	木枯しに抱かれて	小泉 今日子	2008.01.23	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
ゴールド	I LOVE...	Official髭男dism	2020.01.15	ポニーキャニオン
	Lonely Hearts	加藤 ミリヤ	2013.09.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
	傘	King Gnu	2019.10.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
	多分、風。	サカナクション	2016.10.19	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	ミス・ブランニュー・デイ (MISS BRAND-NEW DAY)	サザンオールスターズ	2008.07.02	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
	Rat-tat-tat	三代目 J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE	2019.09.19	エイベックス・エンタテインメント
	竈門炭治郎のうた	椎名 豪 featuring 中川奈美	2019.08.30	アニプレックス
	P.A.R.T.Y. ~ユニバース・フェスティバル~	DA PUMP	2019.07.05	エイベックス・エンタテインメント
	Blizzard	三浦 大知	2018.11.09	エイベックス・エンタテインメント
	パブリカ	米津玄師	2020.02.03	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

## 協会からのお知らせ

当協会は、「日本のレコード産業2020」を発行いたしました。本誌は2019年のレコード産業の概要を網羅したA4版24ページの小冊子で、レコードの生産実績、音楽配信売上、新譜・カタログ数、ミリオン認定などの情報を幅広く掲載しています。なお、英語版「RIAJ YEAR BOOK 2020」は5月発行予定です。本誌のPDF版については、当協会ホームページをご覧ください。

▶日本のレコード産業  
<https://www.riaj.or.jp/f/issue/industry/>



### 編集後記

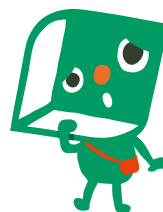
2月末以降、3月も終わりになる今もなお、新型コロナウイルス感染拡大によるイベント自粛要請を受けたライブ・舞台の中止・延期が続いています。エンタメに生かされている一人としては耐え忍ぶ日々ですが、こうも連日、無念の知らせとともに払戻し通知が届くと、膨大な準備期間を経て迎えたであろうゴールが次々に消えてゆく喪失感で本当に悲しくなります。アーティスト、俳優による無観客生配信もさかんに行われていますが、こんな状況でも変わらずに、言葉を選んだ本音を届けてくれるのがラジオだと思います。NHKと民放ラジオ101局によるSNS周知キャンペーン「#いま聴いてほしいラジオ」が4月末まで実施されているとのこと。在宅学生に向けて、「昼間の時間」に聴いてほしいお勧めラジオ情報を集めるものですが、気持ちが落ち込みがちな働く大人もここから楽しい話題を見つけたいです。(M)

## THE RECORD No.725 2020年4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 2020年4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 / 合同会社ヤマモトカウンスル



エルマークキャラクター  
エルマーくん