

THE RECORD

2024
11・12
Nov. / Dec.



vol. 754

コロナ禍を経て変化した働き方 / 「MUSIC AWARDS JAPAN」新設
楠本常務(北京代表処首席代表)が中国国家版權管理局を表敬訪問
第21回東京国際ミュージック・マーケット開催

RIA
Recording Industry Association of Japan

Contents

- 1 Monthly News Digest
- 特集**
- 3 コロナ禍を経て変化した働き方
- 特報**
- 8 「MUSIC AWARDS JAPAN」
新設
楠本常務(北京代表処首席代表)が
中国国家版權管理局を表敬訪問
- 特報**
- 9 第21回
東京国際ミュージック・マーケット
開催
- 11 Monthly Production Report
- 13 Certification



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

Monthly News Digest

9/13 Friday

海賊版販売の摘発にあたり
埼玉県警生活経済課、
大宮警察署に感謝状を贈呈

9月13日、当協会は、大宮警察署を訪問し、フリマサイト等を利用した海賊版販売の刑事事件に関し、埼玉県警生活経済課と大宮警察署に感謝状を贈呈した。

この事件は、2022年9月に埼玉県の30代女性が、当協会会員社が権利を持つCDおよびDVD・Blu-rayの無断複製品をフリマサイト等において販売、頒布したとして、著作権法違反および詐欺の疑いで逮捕され、更に、その後の関連捜査において、2023年5月には滋賀県在住の30代男性、2024年3月には東京都在住の50代男性がそれぞれ無断複製品を販売、頒布したとして著作権法違反および詐欺の疑いで逮捕されたものである。

この日訪れた楠本常務理事は、感謝状を贈呈し、感謝の意を伝えるとともに、今後も警察や関係団体と協力し、悪質な著作権侵害行為の撲滅に、積極的に取り組んでいく意を表明した。



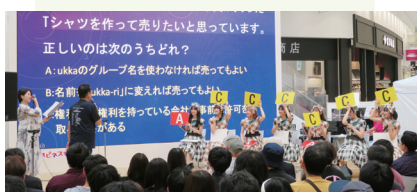
9/14 Saturday

ACA「ほんと?ホント!フェア
in埼玉」開催

9月14日、埼玉県越谷市のイオンレイクタウンkaze光の広場にて、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埼玉~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、家族連れなど約2,600人が来場した。

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やゲームソフトが並ぶ「ホンモノ・ニセモノ比較展示」において、音楽CD・DVDの真正品・模倣品の提供を行った。

同イベントでは、埼玉県警音楽隊によるコンサート、アイドルグループukkaさんのミニライブ、タレント・益若つばささんによるミニトークショー、著作権・商標権に関するクイズ大会といったステージイベントなど、様々なプログラムが行われた。



会員社のお知らせ

●新入会(10月1日付)

社名: 日本テレビ音楽株式会社 [賛助会員]

代表: 代表取締役社長 清水 明浩

住所: 〒105-0021 港区東新橋2-4-1 サンマリーノ汐留 5F

●移転(9月1日付)

社名: 株式会社ヤマミュージックコミュニケーションズ [正会員]

新住所: 〒220-0012 神奈川県横浜市西区みなとみらい5-1-2

横浜シンフォステージ ウェストタワー 7F

●移転(10月1日付)

社名: 株式会社スペースシャワーネットワーク [準会員]

新住所: 〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂2-25-12 道玄坂通 7F

9/18 Wednesday

第119回RIAJセミナー開催

9月18日、第119回RIAJセミナーが開催された。

今回のセミナーは、当協会法務関連業務の紹介をテーマに、第一部を著作権・契約部松下チーフ、第二部を分配・業務部徳重課長と稲垣チーフ、第三部を著作権保護・促進センター（CPPC）安井副センター長が講師を務め、「集中管理・分配・違法対策」について講演を行った。

第一部では、当協会の集中管理事業概観や放送二次使用料および送信可能化権集中管理事業についての説明があり、続く第二部では、当協会が徴収する各種使用料の分配や複製権の集中管理に関する説明、第三部では、webサイトやスマホアプリの違法対策、海賊盤対策等、当協会の取組みが紹介され、各セクションの質疑応答で受講者からの質問に対応した。

当日は会員社から法務担当者を中心に約140名の参加があり、受講者からは、「実務に関連する情報を知ることができ有意義だった」「RIAJとレコード会社の業務の関わりについて理解が深まった」等の声が寄せられた。

9/18 Wednesday

発信者情報開示請求訴訟において違法アップローダーの氏名等の開示を命じる判決下る

9月18日、東京地方裁判所はインターネットサービスプロバイダ「ニフティ株式会社」に対し、ファイル共有ソフト「BitTorrent」を利用してインターネット上に大量の音楽ファイル（以下、「音源」という）を継続して違法にアップロードしていたIPアドレスの利

用者の氏名、住所等（以下、「発信者情報」という）を、音源の権利を有する当協会会員レコード会社に開示するように命じる判決を下した。

また、8月29日には名古屋地方裁判所がインターネットサービスプロバイダ「中部テレコミュニケーション株式会社」に対して、同様に開示を命じる判決を下した。

本件は、当協会会員レコード会社が前述の2社に対し、自らが権利を有する音源をファイル共有ソフト「BitTorrent」を利用して許諾なくアップロード（公開）している者に対して、著作隣接権（送信可能化権）侵害に係る損害賠償請求等を行うため、「プロバイダ責任制限法」第5条1項に基づき、インターネットへ接続していたIPアドレスについて各利用者の氏名、住所および電子メールアドレスの開示を求めているもの。前述の2社がサービス利用者の発信者情報の開示に応じなかったため、発信者情報開示請求訴訟を提起していた。

本件訴訟により情報が開示された違法アップローダーに対しては、今後速やかに損害賠償請求等を行う予定。

なお、当協会会員社は、昨年度に、25のIPアドレスについて発信者情報開示請求を実施しており、このうち15IPは訴訟によらず発信者情報が開示され、9IPが開示請求訴訟となっている。

9/19 Thursday

MPA音楽著作権管理者養成講座で著作権・契約部 苅部部長が講義

9月19日、一般社団法人日本音楽出版協会（MPA）が主催する「2024年度音楽著作権管理者養成講座」がTKPガーデンシティ渋谷（東京都渋谷区）で開講され、当協会苅部部長が「レコードの権利保護と集中管理」をテーマに講義を行った。

講義では、世界のレコード産業の市場規模推移や近年の傾向、国内市場の特徴を紹介した後、レコード製作者の法的保護の変遷、当協会が文化庁長官の指定団体として行う商業用レコード二次使用料等の徴収分配業務、著作権等管理事業者として行う集中管理事業の概要、違法音楽配信に対する取り組み、レコード製作者が直面している法制度上の課題（「レコード演奏・伝達権の創設」「生成AIと著作権・著作隣接権」など）について、直近の動向に則して説明が行われた。

今回の講義では、オンラインによるリアルタイム視聴も含め約200名の受講生が講義に耳を傾けた。



2024年度「レコード寄贈事業」実施

当協会は、社会福祉法人全国社会福祉協議会協力のもと、2024年度「レコード寄贈事業」を実施し、全国児童養護施設協議会 北海道・東北・関東・中部会員施設295ヶ所へ計5,900枚の音楽CDを寄贈した。

当事業は、全国の福祉厚生、療養施設など、さまざまな人々が音楽によって明るい生活を送られることを願い音楽CDを寄贈するもので、1963年より毎年継続しており、今年度で第62回目の実施となる。これまでに累計約100万枚（巻）を超える音楽CD等の寄贈を行っており、2011年度から2019年度にかけては、東日本大震災被災地をはじめとする各地域の臨時災害放送局や、東北3県図書館などに対しても、音楽を通じた復興支援を願い寄贈を実施した。

当協会では、多くの方々に音楽を楽しんでいただく機会が増えることを願い、引き続き本事業に継続して取り組んでいく。

コロナ禍を経て変化した働き方

Focus

2019年より「働き方改革関連法」が順次施行され、音楽・エンタテインメント業界も、多様な働き方の実現に向け、様々な取り組みを積極的に実施してきた。翌年からはコロナ禍となり、テレワークの導入が一気に拡大するなど、働き方の多様化は加速している。本特集では、働き方改革の目的、内容を振り返るとともに、ACPC発行の「Q&Aで学ぶライブ・エンタテインメント業界の労務管理ハンドブック」から、ライブ・エンタテインメント業界が直面している労務管理の問題を抜粋して紹介する。「働き方改革」については、本誌2020年2月号でも特集として取り上げ、ポニーキャニオン、エイベックス、ユニバーサルミュージック、ソニー・ミュージックエンタテインメントの人事ご担当者に、法改正に伴う当時の取り組みと課題について語り合っていたのだが、今号ではコロナ禍を経て変化した働き方や具体的な取り組みについて、改めてお話を伺った。

「働き方改革」とは？

働く人がそれぞれの事情に応じた多様な働き方を選択できる社会を実現するための改革。

長時間労働の是正、多様で柔軟な働き方の実現、雇用形態にかかわらず公正な待遇の確保等のための措置を講じるなど、「一億総活躍社会」に向けた取り組みでもある。

「働き方改革関連法」の主なポイント

1. 時間外労働の上限を規制し、原則月45時間、年360時間とする。
2. 10日以上有給休暇が付与される労働者に対し、年5日を確実に取得させることを企業に義務づける。
3. 月60時間を超える時間外労働に対する割増賃金率を50%に引き上げる。
4. 「フレックスタイム制」の拡充で、労働時間の調整が可能な期間（清算期間）を3か月まで延長可能とする。
5. 一定の年収以上で特定の高度専門職を対象とする「高度プロフェッショナル制度」を新設し、選択可能とする。
6. 産業界の活動環境を整備し、労働者の健康管理等に必要な情報を産業界へ提供すること等とする。
7. 勤務間インターバル制度（終業時刻から次の始業時刻の間、一定時間以上の休息時間を確保）の導入を促す。
8. 正社員と非正規雇用労働者との間で、基本給や賞与などあらゆる待遇について不合理な差を設けることを禁止する。

※「働き方改革関連法に関するハンドブック（厚生労働省）」<https://www.mhlw.go.jp/content/001140961.pdf>をもとに作成

参考

「Q&Aで学ぶライブ・エンタテインメント業界の労務管理ハンドブック」（一般社団法人コンサートプロモーターズ協会 2019年3月発行）は、経営者・労務管理担当者を対象に、労務管理の基本知識をはじめ、業界が抱える課題をQ&A形式で専門家がわかりやすく解説している。ここでは、ライブやイベント時の事例を抜粋して紹介する。

Q イベント終了後に、上司の声掛けで打ち上げと称して懇親会がよく行われる。業務終了後の開催なら残業に当たるのではないかな？

A 宴会や懇親会はもともと業務性がほとんどない時間であり、断りにくいとか不参加の理由を問われるので面倒だという程度では、会社の意思として強制されていたとはいえ、労働時間とはならない。自由参加が保障されている限り、労働時間とはならないということだが、自由参加が保障されているかどうかは、参加しないことによってどのような不利益が課されるのかによって判断される。

Q 公演ツアーやアーティストに同行して地方出張する社員に対してみなし労働時間制の活用を検討したいが、注意点はありますか？

A みなし労働時間制は、時間外労働算定のための時間外計算を行わず、労働時間を一定時間労働したものとみなす制度。対象となる業務は、営業のように1日の大半を社外で労働するなど労働時間の算定が困難な業務や、業務の遂行方法を労働者本人の裁量に委ねる

必要がある業務などで、種類としては次のとおりである。

- ①事業場外労働に関するみなし労働時間制 ②専門業務型裁量労働に関する裁量労働制 ③企画業務型裁量労働に関する裁量労働制

質問にある社員は、「①事業場外労働に関するみなし労働時間制」の適用者と考えられ、当該社員の労働について、**使用者の具体的な指揮監督が及ばず、労働時間を算定し難いと判断されるかどうか**がポイントと考えられる。次のような場合は、事業場外で業務する場合であっても、使用者の具体的な指揮監督が及んでおり、労働時間の算定が可能のため、みなし労働時間制は適用できない。

- ・ 何人かのグループで業務につき、そのメンバーの中にグループリーダーなどがいて労働時間の把握ができる場合
- ・ 社外で業務に従事していても、携帯等で常時使用者の指揮命令を受けながら労働している場合
- ・ 社内で訪問先や帰社時刻等、当日の業務の具体的な指示を受けたのち、社外で指示通りに業務に従事し、その後社内にもどる場合

Special Talk

コロナ禍を経て見据える幸せな働き方

再認識したのはコミュニケーションの大切さ

「働き方改革関連法」の施行後間もない2020年に発生したコロナ禍により、多くの企業で働き方が大きく変化し、音楽業界もテレワークやDXを活用した業務の効率化が急速に拡大した。まったなしの状況で職場の環境作りや労働時間管理、従業員のメンタルケアなど管理業務をリードした当協会正会員4社の人事・総務担当の皆様はコロナ禍、そして現在の働き方改革の在り方を語っていただいた。

急速な効率化のなかで再認識した
コミュニケーションの大事さ

——労働時間の制限規制などが働き方改革の喫緊の課題となっていたところに、コロナ禍のテレワークによる在宅勤務が日常となりましたが、そのなかでどう働き方の制度設計、インフラの整備、社員への周知・働きかけを行ってきたのでしょうか。

齋藤洋子 (ユニバーサルミュージック)

当社では本社の移転を機に導入したフルフレックス制度に続いて、東京オリンピックによる出社困難な事態に備えてテレワーク制度の導入を検討していました。その矢先にコロナ禍に入ったため、一気にテレワーク制度の導入に踏み切ったのです。制度導入に際しては新しい働き方を「Workstyle 3.0」と名付けて全社員に背景や指針を説明し、今は在宅勤務だけど、基本的には働く場所や時間を選べる制度であることをポジティブに伝えました。

テレワーク時の勤怠管理などのガイドライン策定に加えて、管理職を中心に懸念していたコミュニケーションの在り方についても、内容に応じて、また相手を気遣ってチャット、メール、電話を使い分けるといったマナーにも触れました。「Workstyle 3.0」の指針は、自主性を尊重して高い成果を追求すること、風通しのよさで良質なコミュニケーションを生み出しチームワークを強化することです。そのうえで



リアルとリモートのコミュニケーションにおいて何が最適なのは、各人の自主性に任せました。また労働時間の見える化を徹底したほか、定年再雇用制度の見直しもコロナ禍に行いました。

小川尚信 (エイベックス)

当社では2015年頃からフリーアドレスやコアタイムなしのフルフレックス制度、テレワーク制度を導入していたため、コロナ禍という制度自体の劇的な変化が必要な状況ではありませんでした。従業員からすると、本来は慣れるまでに時間がかかったと思いますが、「強制的にその状況になった」ことが追い風となったと感じます。各種申請や社内業務のDX化も同時に進めていたので、それらも比較的スムーズに移行できたと思います。

この過程で、トップから「新しい働き方に対応して、どうやって新しいものを生み出すかを考えなさい」とトッ

プダウンで社員に伝えたことはそれぞれの推進における大きな後押しになりました。特にコロナ禍では管理部門と事業部門で今まで以上に密に連携を取りながら、厳しい事業状況の中でも管理部門がどう事業をサポートしていくかを考えて行動していました。その行動が会社としても良き作用をし、熱意も伝わってか、社内表彰制度でもそういった行動が称えられるなど、厳しい状況下でも良い雰囲気が作れていたかなと思います。

小樽洋史 (ポニーキャニオン)

コロナ禍ではテレワークの環境整備が最初の課題でしたが、東京オリンピックに向けて2019年に全社で1週間、テレワーク実験をしていたので、それが有効に働いて抵抗感なく受け入れられました。そのうえで2020年3月に新しい働き方のガイドラインを策定して、テレワークやフルリモートにおけ

る時間管理の注意点など指針を示しました。テレワーク実験の時に会社用のチャットツールも導入していて、コロナ禍ではZoomなどの新しいツールも早めに取り入れました。

また、全社員に対してセルフケア研修、マネジメント職を対象にラインケア研修も行いました。コロナ禍による入社禁止のタイミングが新入社員の入社時期だったので、新入社員とはオンラインでの顔合わせになりましたが、それでは彼らが職場に馴染みにくく、管理職からも社員同士のコミュニケーションが希薄になり業務上支障があるという声があったので、メンタルケアを中心とした研修をコロナ禍に開始しました。コロナ禍では、オンラインツールを全社員が使うことで、時間をより有効に使うことや、全社員が参加しやすい環境作りが活発になりましたね。毎週火曜日の9時には、朝活の枠を作って全社員向けのオンライン勉強会も設け、今も続いています。

丸山富弘(ソニー・ミュージックエンタテインメント)

当社では元々2020年度内にはリモートワークのインフラを整えていく予定で準備を進めていたので、コロナ禍になり、急遽それらを前倒して稼働させました。そのため、緊急事態宣言時から割とスムーズにリモートワークをスタートすることができました。ただ、次第にコロナの状況も見えてきたなか、経営層も人事も、エンタメ業界の仕事はオンラインでは熱が伝わらないという思いが根底にあったので、どのタイミングで、どの程度のバランスで入社し、また皆が集まってワイワイと顔を合わせて仕事を再開させられるかということを探ってきた数年でした。結果、去年の春から週3日以上の出社というルールを設けています。

在宅で仕事をしたほうが効率的な業務の人もいますし、数十人規模が集うような報告系の会議に関してはリモート会議の方が効率的です。とはいえ、新人の育成を含めて、職場内のコミュニケーションの濃度が薄まっている状

況が今も続いていると感じます。リモートワークの効能はありますが、やはり会って話すことで生まれるエネルギーは大事にしたいところです。

齋藤 当社では週何日出社かは指定せず、コロナ禍で定めたテレワーク制度を維持し、選択できるようにしています。ただ対面で生まれる人の波動はありますので、そういう意味では入社してほしい気持ちはあります。一方、先ほどお話した通り「Workstyle 3.0」では自主性を重んじています。そこで、アンケートを取ったり、出社率をチェックしたうえで、出社の頻度は部門ごとに任せることにしました。

丸山 当社も出社の頻度を部門に任せた時期がありましたが、部門毎に差があると不満の声が出たり、各部門長から統一したルールを決めてほしいという要望があったため、週3日以上の出社ということにしました。

小川 当社は今年の10月1日から全従業員週4日出社に切り替えました。コロナ禍での働き方を経て、コミュニケーションにおいて熱量や温度感などの観点で考えると、オンラインだと100パーセント満足する状態になるのはやはり難しいなと感じました。リアルコミュニケーションの大事さを感じたことは働き方を新たに変更した大きな要因の一つです。オフィスではすでにフリーアドレスを導入していましたが、現状は部門ごとに大枠の割当があるグループアドレスに変更しています。

小樽 当社も今年の冬にフリーアドレスをやめ、全社にグループアドレスを導入する予定です。新入社員が増えたこともあり、コミュニケーションを重視するうえで、グループアドレスに変更したい、と各本部長から要望があったためです。そこで部門長が責任をもって推し進めるなら変更することにしました。ただ去年、コロナが5類に移行した時にオフィスワークとテレワークを併用するルールを打ち出しているの、強制的に出社させるのではなくうまく併用していきたいです。

変化する価値観における社員のケア

——テレワークを中心にDXによる効率化や社員のケアを行なっていくなか、付随する施策や、他にもさまざまな取り組みがあったと思います。それらについてお聞かせください。

齋藤 引き続きテレワークの話になりますが、業務をオンライン化するためのプロジェクトチームを立ち上げ、出社しなくても契約書などの押印処理ができる体制が急速に進みました。書類のデータ化も徹底できました。マスクをして出社できるようになって以降は、新入社員には、必ず1ヶ月は出社してもらうようにしています。コロナ前から勤めている人は仕事やコミュニケーションにおける“貯金”がありますが、新入社員は業務内容も他の社員のこともわからず部屋にこもって仕事しても“貯金”がない分、事が進まないですよ。そこでメンターをつけて対面で指導しました。

小川 社内決裁をはじめ、リアルで行ってきたことのほとんどをデジタル対応できるようにしました。働き方の観点では、多様な働き方を実現していくためにも、シェアオフィスを導入して、出社や現場、在宅だけではなく、より多様かつ効率的に働ける環境を作りました。また、コロナ禍で難易度が高まったのは、従業員の評価です。なかなか



株式会社ポニーキャニオン
人事総務本部 本部長

小樽洋史



エイベックス・エンタテインメント株式会社
事業戦略本部 HRBPグループ
ゼネラルマネージャー

小川尚信

か実績以外の部分が見えづらい状況の中でも、細かな目標設定を徹底し、できるだけ定量的かつ指標としてわかりやすく設定できるよう、事業とも連携して推進していきました。

小樽 コロナ禍からの4年は価値観が変わった時期で、それにあわせてキャリア形成の考え方も変わりました。そこで2022年にキャリアマッチング制度を導入しました。希望する部門の部門長と面談し、マッチングすれば異動が叶ういわば「社内転職」の制度です。これは、自律的に人生やキャリアを選択できる社員になってほしいという思いもあってできました。導入以前からキャリア研修をしていて、そもそも働くとはどういうことなのかを考え直す機会になればと思っています。さらに、社員の不安を聞くと、給料や生活水準の維持が大きな関心事だったので、自分で資産を形成できるようマネーセミナーを開いています。その結果、社員の半数くらいがDC（確定拠出年金）のポートフォリオを変更したといった効果が出ています。

丸山 当社でもペーパーレス化は急速に進めました。新入社員のケアについては、試用期間の3ヶ月間は毎日出社してもらいました。リモートではどうしても育成が行き届かないし、人とのつながりが希薄になるため、せっかく入社しても馴染めずにすぐ辞めてしまう人もいます。そこでメンター制度を

導入しました。管理職研修においては、労働基準法やコンプライアンスなど知識系の研修はオンラインで行いましたが、コミュニケーション研修はリアルで実施しました。研修中はワークショップなどでつながりを強めつつ、夜は懇親会で参加者間の交友を深めています。

コロナ禍を経ての多様な働き方と人事として再認識した大事なこと

——ここからはコロナ禍に関わらず命題となっている多様で柔軟な働き方についての取り組みをお聞かせください。

齋藤 基本的には「Workstyle 3.0」を継続しています。テレワーク制度を導入したメリットとして、IT部門や法務部門では地方に住んでいる方を採用できるようになりました。定期的な出社時に会社が負担する交通費の上限は5,000円ですが、テレワーク制度を活用して北海道に住みながら働いている社員もいます。また、カフェ営業を再開して対面でコミュニケーションを取れるようにしたり、年に2回全社集会を開いています。メンタルケアやよりよく生活する知識を得るためにウェルビーイングの活動も続けています。お笑いのタレントさんや、ファイナンシャルプランナーの方を招いて話をしてもらったり、温泉の効用を学んだり、あらゆる角度から幸せに働くことを変わらずに追求しています。

小川 オフィス環境ではコミュニティエリアを増やし、出社時にコミュニケーションを取れる環境を用意しています。やはりコミュニケーションから偶発的に生まれるアイデアや、グループ内のシナジーなどはあらためて大事だなと感じています。またキャリアの観点にはなりますが、ジョブ型報酬制度^{*}の導入や、社内公募制度やFA制度のような自らの希望で手を挙げてチャレンジできる制度の導入、従業員のデータを細かく収集・把握し、それを元

にした“適所適材”の異動など、柔軟な対応ができるよう遂行しています。また副業を希望する声も出てきておりますが、現状で弊社では認めていない状況です。

小樽 副業の話が出ましたが、当社は2018年から認可制で始めています。ただし、業務の延長にある副業は認めていません。今、10人弱が副業していて、副業の業種は、広報活動や講師業、キャリアコンサルタントなどさまざまです。

丸山 当社も2019年から兼業副業を認可制で認めていて、各種認可条件を満たしたうえで、例えば、三味線の師範の資格をとった社員が老人ホームで演奏したり、サウナ好きの社員が熱波師のバイトをしたりしています。

小樽 オフィスでの柔軟な働き方については、コミュニケーションをとりやすい形を作りました。社員の居場所をスマートフォンで確認できるシステムを導入し、相談したい相手がどこにいるかわかる環境を整えました。オンライン会議をしやすいように電話ボックスのようなブースも作りました。その他、社内コミュニケーションを活発にするためにカフェラウンジで懇親会を開いたり、つい先日は、健康経営施策の一環で、健康フェスを開催して握力や骨密度などを測ったのですが、80人くらい来てくれて楽しそうに過ごしていました。やはりリアルなコミュニケーションは求められているんですよ。



株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
人事本部 本部長 兼 経営企画グループ
経営推進チーム チーフプロデューサー

丸山富弘

^{*}ジョブ型報酬制度:企業に必要な職務要件が定義され、担う職務に伴い報酬が決定される制度

うね。

丸山 当社は早くから裁量労働制を導入していますし、その後、フレックス制度も導入していますので、コロナ前から柔軟な働き方はできていました。コロナ禍になってからは外部のシェアオフィスとも契約しています。ただ、そこに入り浸って会社に来ないケースも散見されるので、一定のルールが必要だと考えています。また、労働時間の管理においては、長時間労働を是正することがマネージャーの仕事において優先順位が高まっています。これからの働き方として、チームで相互に補填しあうことも必要ですし、個々人が労働時間を自分で効率よく調整することが求められる時代になると思います。その一方で管理は必要ですが、成果の評価も含めて、エンタメ業界等のクリエイティブな業界においては、仕事を時間で計るやり方はやめるべきだと思います。日本の製造業主体が今も残っていて、今後、世界で戦う日本の産業発展のためには国の労働時間の考え方も変えた方が良くと思っています。

——コロナ禍、コロナ明けでの管理業務や社員のケアは皆さんの腕の見せ場でした。この困難を乗り越えて、あらためて再認識した大事なことや人事としての気概や矜持を語ってください。

齋藤 コロナ禍で効率化が実現できましたが、そのなかで思うのはやはり人が大事だということです。あらためてどうしたら個人が幸せに生きていけるのかを考える境地に至りました。だからウェルビーイングを提唱していますが、その人がよいと思う在り方は個人個人で違うので、ニーズに応じて人を大切にしながら業務を行っていくのがこれからの人事の仕事だと思っています。今後、いろいろなことがあるでしょうが、時代にあわせてアーティストもお客様も社員も幸せになれるために何ができるのかと考えています。

小川 多様性と競争力を重要視すべき

だと強く感じた数年間でした。世の中の流れや多様な考えを持つ人がいるなかで、他社と差別化を意識し、会社として意思を持って、それを落とし込んでいくことを元より重要視してきましたが、あらためてそうすべきだと感じました。会社としても“人”が大事なのは変わらないので、人事としては会社の意思と従業員のモチベーション向上の両方を意識して今後も動いていきます。

小樽 この10年間のエンタメ業界の激変を乗り越えるべく2021年に人事総本部のミッションビジョンバリューを策定しました。自分たちがなぜ存在しているのかという観点に立ち、良質なエンターテインメントを提供して、ヒットを生んで、世界中の人を幸せにするために、人事がどう役立つことができるかということを考えました。これからの人事は、事業部のパートナーとして伴走しなければ存在意義はないと感じた数年でしたので、ダイバーシティやハラスメント問題などの取り組みを解決する役割と、事業を推進するパートナーとしての在るべき体制を昨年10月にスタートしました。パートナーシップ戦略を推し進めることが当社の企業価値の向上にもつながります。

丸山 私は、人事の役割は、会社を強くすることと、個々人の幸せを応援することだと考えています。この2つはどちらも大切ですが、時に反発することもあります。たとえば事業部の部



ユニバーサル ミュージック合同会社
人事総務本部 人事部 部長
齋藤洋子

門長が10名を束ねていて、皆を育て、ようやくビジネスを最大化しようとした時に、部門の10名は次のキャリアを希望していることがあります。部門パワー優先と個人のキャリア応援とは時に反発します。また、部門長がプロジェクトを成功させたいという熱い想いでチームを引っ張り過ぎるとパワーハラ問題になったりもします。まさしく会社を強くすることと個人の幸せがハレーションを起こすのです。だから、そのバランスをどう取っていくかは、人事やマネジメントにとって重要なポイントだと考えます。私は、どんな局面でも、この2つのバランスを常に意識しています。これが唯一の答えではありませんが、会社が楽しく面白い場と感じてもらうことで、その2つの大切なことが少しはリンクすると思いますし、それが人事の役割だと考えています。



特報

「MUSIC AWARDS JAPAN」新設

アーティストを中心とした音楽関係者、総勢5,000人以上が投票メンバーに
2025年5月に京都で主要6部門をはじめ60以上の部門を表彰する授賞式を開催



10月22日、一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会（CEIPA）は、当協会を含む音楽主要5団体（日本レコード協会、日本音楽事業者協会、日本音楽制作者連盟、日本音楽出版社協会、コンサートプロモーターズ協会）が垣根を越え、国内最大規模の国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」を新設し、2025年5月に京都で授賞式を開催することを発表した。

●開催目的・背景

昨今のストリーミングサービスの拡大により、音楽業界も海外とボーダレスに繋がり、グローバル規模での音楽活動が広がるなか、日本の音楽業界主要5団体が垣根を越え、世界の音楽業界と連携し、「世界とつながり、音楽の未来を灯す。」をコンセプトとした本アワードの新設に至った。

●表彰部門

最優秀楽曲賞、最優秀アーティスト賞など主要6部門をはじめ、60以上の部門を創設。

- 対象作品：2024年2月～2025年1月に話題となった作品およびアーティスト（リリース時期は不問、旧譜も対象）
- 表彰部門：主要6部門をはじめ60以上の部門を設置予定
- 主要6部門：最優秀楽曲賞 / 最優秀アルバム賞 / 最優秀アーティスト賞 / 最優秀ニュー・アーティスト賞 / Top Global Hit from Japan / 最優秀アジア楽曲賞

●投票の流れ、および投票メンバー

エントリー作品はビルボードジャパン、オリコン、GfK/NIQ Japan他主要データと連携した客観指標にて、自動選出。その後、国内投票メンバーにより5作品のノミネート作品を選出、ノミネート作品の中からさらに国内・海外投票メンバ

ーの厳正な投票により受賞作品を決定する。

投票メンバーには、アーティスト、クリエイター、マネージャー、レコード会社スタッフ、エンジニア、MVディレクター、コンサートプロモーター、音楽出版社、著作権管理団体・事業者、音楽配信事業者、ディーラー、ディストリビューター、音楽評論家、ライター、メディア、海外音楽賞審査員、海外クリエイター、海外プロモーター、海外音楽配信事業者など、各分野より構成される5,000名以上の音楽業界のプロフェッショナルを選出。また、音楽を愛する多くの方に参加していただくべく、一般の音楽リスナーによる投票を募る部門も創設予定。
※一部、別の選考方法による部門もあり。

●「MUSIC AWARDS JAPAN 2025 KYOTO」開催概要

- 開催日時：2025年5月22日（木）
※開催ウィーク：2025年5月17日（土）～5月23日（金）
- 会場：ロームシアター京都
- 放送：地上波放送局にて生放送を予定
- 配信：YouTubeにて全世界配信予定 ※一部地域を除く
- 協力：文化庁、経済産業省（調整中）
- 公式サイト：<https://www.ceipa.net/feature/maj>
- 公式SNS：https://x.com/MAJ_official_x

特報

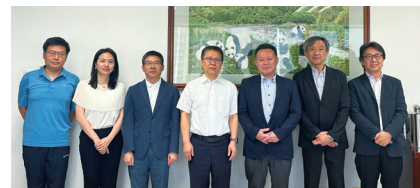
楠本常務（北京代表処首席代表）が中国国家版權管理局を表敬訪問

当協会北京代表処について、首席代表を前任の畑顧問から楠本常務理事に変更する手続きが完了し、8月30日、楠本新首席代表が中国国家版權管理局や関係団体を訪問して着任の報告を行った。

中国の制度では、適法な外国コンテンツのパッケージ商品を中国本土で頒布するとき、事業者は正規のライセンスの証となる所定の権利認証書を中国当局に提出する必要がある。この認証書を発行する団体を国家版權管理局がコンテンツの

分野ごとに認可しており、当協会北京代表処は、日本音楽のレコードに関する認証機関として2007年から発行業務を行っている他、中国本土における権利侵害対策の拠点として活動している。

今回の訪問では国家版權管理局の王志成局長らと面会し、首席代表交代の報告と円滑な認証書発行業務の支援に対する御礼を述べた。王局長からは、隔年で開催される中国版權博覧会や中国の集中管理団体への協力等の要請があり、中国サ



イトに対する権利侵害対策についても意見交換を行った。

その他、北京代表処の法人登記・管轄を行う北京市公安警察、中国音楽著作権協会（MCSC）、中国音像著作権集体管理協会（CAVCA）等の関係団体を訪問した。

特報

第21回東京国際ミュージック・マーケット開催

11月5日から7日までの3日間、日本音楽の海外進出・文化交流を目的としたBtoBtoCイベントで、今年で21回目となる「東京国際ミュージック・マーケット (21stTIMM)」が開催された。

今年のキャッチコピー“GO GLOBAL”のもと、2年ぶりにポップカルチャーの聖地の一つ「音楽の街」渋谷を会場とし、ビジネス商談会やネットワーキング、ビジネスセミナー、ショーケースライブなど、TIMMの主要プログラムに加え、新たな試みとして日本とアジアの音楽交流を促進する“ASIA DAY supported by YouTube Music Night”がショーケースライブで実施され、3日間の来場者数は4,000人を超えるなど好評を博した。

また、「TIMM ONLINE」を通じて年間を通じたビジネスマッチングの機能が継続され、会期中のみならず、オンラインでも国内外の業界関係者が積極的に交流を深めた。



21stTIMM概要

日程 2024年11月5日(火)～7日(木)

会場 【商談会・ネットワーキング】渋谷ストリームホール / 【ビジネスセミナー】Google6階会場(渋谷ストリーム内) / 【ショーケースライブ】Spotify O-EAST、Veats Shibuya

主催 経済産業省 / 一般財団法人 日本音楽産業・文化振興財団

後援 一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会 / 一般社団法人 私的録音録画補償金管理協会 / 一般社団法人 日本音楽事業者協会 / 一般社団法人 日本音楽出版社協会 / 一般社団法人 日本音楽制作者連盟 / 一般社団法人 日本音楽著作権協会 / 公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会 / 独立行政法人 日本貿易振興機構 / 一般社団法人 日本レコード協会 (50音順)

TIMM ▶ <https://www.timmjp.com/>

ビジネスセミナー

音楽業界の海外進出に関するテーマを中心に業界が注目する最新のトピックをセレクトし、11月6・7日の2日間で全12本のビジネスセミナーとプレゼンテーションが行われた。セミナーの一覧は次のとおり。

● 11月6日(水)

10:00～ コロナ禍明けての中国のエンタメ市場の現状

〈スピーカー〉何弭 (He Mi) (北京大妻文化伝媒有限公司 総裁)、沈黎暉 (Shen Lihui) (北京摩登天空文化发展有限公司 総裁)
〈モデレーター〉横澤優 (株式会社アソジア 代表取締役)

11:00～ グローバルツアー攻略～主要マーケットでのツアー計画・プロモーション・公演の戦略

〈スピーカー〉Tom Windish (EVP of A&R and Business Development, Wasserman Music)、James Minor (VP of Music Festival, SXSW)、Matthew Covey (Executive Director, CoveyLaw/Tamizdat)
〈モデレーター〉Kei Shimada (CBO, Innovative Space Carrier Inc.)

12:30～ 中国の大手インディーズ・レーベル「モダンスカイ」の日本戦略と日本法人設立

〈プレゼンター〉沈黎暉 (Shen Li Hui) (北京摩登天空文化发展有限公司総裁 兼、株式会社MODERN SKY JAPAN 取締役会長)、牧野晃典 (株式会社MODERN SKY JAPAN 代表取締役社長)

13:00～ 日本楽曲における海外シンク・ビジネス最前線 協力：特定非営利活動法人 映像産業振興機構 [VIPO]

〈スピーカー〉Thomas Golubic (SuperMusicVision オーナー、ミュージック・スーパーバイザー、音楽プロデューサー、GMS [Guild of Music Supervisors] 創設者)
〈モデレーター〉田端花子 (特定非営利活動法人 映像産業振興機構 [VIPO] Executive Director / Professional Advisor)
〈パネリスト〉松宮聖也 (Black Cat White Cat Music 代表取締役・CEO、ミュージック・スーパーバイザー、音楽プロデューサー)、福田平八郎 (株式会社日音 グローバルビジネス部 海外渉外ユニット・チーフ)、ジェイムズ松木 (Spine Sounds株式会社代表取締役・CEO)

14:00～ 「アジアソングライティングキャンペーレポート」

アジアの音楽家の間で今起っていること～アジア圏音楽家のコラボレーションが産む可能性

〈ファシリテーター〉山口哲一 (StudioENTRE 代表取締役)
〈スピーカー〉Koh (ベーシスト、音楽プロデューサー、作曲・編曲家、Music Copyright Thailand Ltd. [MCT] 会長)、Kaz Kuwamura (ソングライター)、Yuka Niiyama (シンガー、ソングライター、ボーカルコーチ)、TSINGTAO (作曲家、編曲家、作詞家、ドラマー)

16:00～ キーノートトーク「アジアアーティストの声を世界へ：拡大する影響力とグローバル展開」
 〈スピーカー〉 RINA SAWAYAMA
 〈モデレーター〉 佐々木舞 (Google YouTube Music アーティストリレーションズ)



RINA SAWAYAMA

● 11月7日 (木)

10:00～ 北米、ラテン地域における最新トレンド
 〈スピーカー〉 ヴィヴィアンルイト (Google YouTube アーティストリレーションズグローバル責任者)、アデルハッテム (Dmusic マーケティング創設者/CEO)
 〈モデレーター〉 高嶋直子 (ビルボードジャパン)

11:00～ 日本の音楽マーケット分析・ライブエンタメ最新事情 (海外バイヤー向けセミナー)
 〈登壇者〉 長井延裕 (一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会 常務理事)、磯崎誠二 (ビルボードジャパン)

12:30～ AIと音楽～音楽制作、権利について考える～
【第一部】 クリエイティブセッション
 〈スピーカー〉 ケビン モントラー (グーグル グローバルミュージックおよび統合ライセンス部門、法務担当バイスプレジデント)、石川鉄男 (MRDLab 合同会社 代表、音楽プロデューサー、データサイエンティスト)、伊藤博之 (クリプトン・フューチャー・メディア株式会社 代表取締役、オンガラボ株式会社 代表取締役)
【第二部】 リーガルセッション
 〈スピーカー〉 ケビン モントラー (グーグル グローバルミュージックおよび統合ライセンス部門、法務担当バイスプレジデント)、今村哲也 (明治大学情報コミュニケーション学部教授)、エンドウ、(一般社団法人 日本音楽著作権協会 理事、一般社団法人 日本音楽作家団体協議会 常任理事)
 〈進行〉 松島功 (株式会社arne 代表取締役)

14:00～ 改めて問う、「メタデータ」とは。その活用法と重要性
 〈プレゼンター〉 田邊光紀 (エイベックス・ミュージック・クリエイティブ デジタルソリューショングループ ゼネラルプロデューサー)、Tinko Georgiev (VP of International Business Daflow)、Edward Ginis (CEO/Co-Founder, OpenPlay)、足立大輔 (株式会社NexTone 執行役員 著作権事業本部 本部長)、川崎義博 (株式会社ポニーキャニオンクリエイティブ進行部 部長 兼 デジタル管理グループマネージャー 兼 進行グループマネージャー)
 〈進行〉 水野将伍 (一般社団法人 Independent Music Coalition Japan [IMC]) 理事、MAVERICK DC GROUP Senior Vice-President、有限会社デンジャー・クルー・エンタテインメント 取締役)

16:00～ ヨーロッパを選んで国際的な存在感を最適化する方法
 〈プレゼンター〉 アメリン・エマニュエル (President, 5 Oceans Entertainment)

16:30～ 海外における日本のポップカルチャーイベントやフェスティバルの現状と未来を探る
 〈登壇者〉 Shawn Chin (Founder and Managing Director, SOZO Pte Ltd)、Jean-François Dufour (CEO, General Manager & Co-Founder of Japan Expo, SEFA EVENT)、Thomas Sirdey (CEO, Development & Marketing Manager & Co-Founder of Japan Expo, SEFA EVENT)、佐藤圭樹 (Managing Director, Cross Media Limited)
 〈進行〉 ジェイコウガミ (Chartmetric 日本ビジネスパートナー・サポート)

ショーケースライブ

国内外で注目を集める13組のアーティストが出演するショーケースライブが開催され、国内のファンや、海外バイヤー等の音楽業界関係者に向けて熱気に満ちたステージが繰り広げられた。最終日にはYouTubeと連携し、アジア各国・地域のアーティストが出演する“ASIA DAY supported by YouTube Music Night”も実施され、音楽を通じた国際的な交流が生まれた。出演アーティストは次のとおり (出演順)。

● 11月5日 (火)
 at Spotify O-EAST



コレサワ



チョーキューメイ

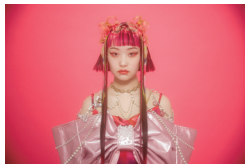


FRUITS ZIPPER

● 11月6日 (水)
 at Spotify O-EAST



Billyrrrom



水曜のキャンペラ



Novelbright



imase

● 11月7日 (木)
 “ASIA DAY supported by YouTube Music Night”
 at Veats Shibuya



ココラシカ [日本]



MindaRyn [タイ]



ECKO SHOW [インドネシア]



Howard Lee [台湾]



STARKIDS [日本]



JEREMY LEE @ MIRROR [香港]

Monthly Production Report

2024年8月度レコード生産実績

8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74%の1,259万枚・巻、金額で同96%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72%の918万枚・巻、金額で同85%の128億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比82%の341万枚・巻、金額で同141%の54億円となっている。

オーディオレコード

(単位) 数量:千枚・巻, 金額:百万円

	8月 実績						2024年1月~2024年8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	83	1	1463%	72	1	1334%	0	178%	237	0	186%	
	洋	0	0	-	0	0	-	0	2%	0	0	2%	
	計	83	1	1463%	72	1	1334%	322	0	178%	237	0	185%
12cmCD シングル	邦	3,787	41	86%	3,704	29	90%	29,650	41	111%	29,243	31	108%
	洋	13	0	198%	17	0	192%	142	0	148%	237	0	502%
	計	3,800	41	86%	3,721	29	90%	29,791	42	111%	29,480	31	109%
シングル 計	邦	3,870	42	87%	3,776	30	91%	29,971	42	112%	29,479	31	108%
	洋	13	0	198%	17	0	192%	142	0	147%	238	0	492%
	計	3,883	42	87%	3,793	30	92%	30,113	42	112%	29,717	32	109%
12cmCD アルバム	邦	4,613	50	85%	7,909	62	104%	33,918	47	82%	52,285	56	88%
	洋	472	5	17%	580	5	21%	5,354	7	70%	6,864	7	83%
	計	5,086	55	62%	8,489	66	82%	39,272	55	81%	59,150	63	88%
CD 計	邦	8,484	92	86%	11,685	91	99%	63,890	89	94%	81,764	87	94%
	洋	485	5	18%	597	5	22%	5,496	8	71%	7,102	8	86%
	計	8,969	98	71%	12,282	96	85%	69,385	97	92%	88,866	95	94%
アナログ ディスク	邦	117	1	83%	306	2	91%	1,205	2	104%	3,083	3	119%
	洋	69	1	143%	165	1	142%	657	1	140%	1,574	2	141%
	計	186	2	98%	471	4	104%	1,862	3	114%	4,656	5	126%
カセット テープ	邦	3	0	23%	3	0	9%	11	0	12%	18	0	10%
	洋	2	0	212%	3	0	175%	6	0	170%	10	0	199%
	計	5	0	38%	6	0	18%	17	0	18%	28	0	15%
その他	邦	4	0	69%	6	0	57%	137	0	171%	114	0	81%
	洋	13	0	111%	20	0	70%	144	0	101%	296	0	105%
	計	17	0	98%	26	0	66%	281	0	126%	410	0	97%
合計	邦	8,607	94	86%	12,000	94	99%	65,243	91	94%	84,979	90	95%
	洋	570	6	20%	786	6	27%	6,302	9	76%	8,981	10	93%
	計	9,177	100	72%	12,786	100	85%	71,545	100	92%	93,960	100	95%

音楽ビデオ

	8月 実績						2024年1月~2024年8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	1,194	35	52%	1,696	32	127%	10,000	46	55%	10,937	31	55%
	洋	14	0	29%	17	0	36%	109	0	79%	124	0	69%
	計	1,207	35	52%	1,713	32	124%	10,110	46	55%	11,061	31	55%
ブルーレイ ディスク	邦	2,191	64	120%	3,631	68	151%	11,655	53	71%	23,852	68	74%
	洋	15	0	79%	32	1	91%	108	0	115%	262	1	120%
	計	2,206	65	119%	3,664	68	150%	11,763	54	72%	24,114	69	74%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	3,384	99	82%	5,328	99	143%	21,655	99	63%	34,789	99	67%
	計	29	1	43%	49	1	60%	217	1	94%	386	1	97%
合計	邦	3,413	100	82%	5,377	100	141%	21,872	100	63%	35,175	100	67%
	洋	29	1	43%	49	1	60%	217	1	94%	386	1	97%
	計	3,413	100	82%	5,377	100	141%	21,872	100	63%	35,175	100	67%

音楽ソフト（オーディオ / 音楽ビデオ 合計）

	8月 実績						2024年1月~2024年8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	9,177	73	72%	12,786	70	85%	71,545	77	92%	93,960	73	95%	
音楽ビデオ計	3,413	27	82%	5,377	30	141%	21,872	23	63%	35,175	27	67%	
合計	邦	11,992	95	85%	17,328	95	109%	86,898	93	84%	119,768	93	85%
	洋	599	5	21%	835	5	28%	6,519	7	76%	9,367	7	93%
	計	12,590	100	74%	18,163	100	96%	93,417	100	83%	129,135	100	85%

ビデオレコード（含 音楽ビデオ）

	8月 実績						2024年1月~2024年8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	1,772	41	57%	2,440	33	106%	14,800	49	62%	17,563	31	62%
ブルーレイディスク	2,534	59	92%	4,892	67	106%	15,215	51	71%	38,954	69	79%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	4,306	100	74%	7,333	100	106%	30,015	100	66%	56,518	100	73%

オーディオ / ビデオレコード合計

	8月 実績						2024年1月~2024年8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	9,177	68	72%	12,786	64	85%	71,545	70	92%	93,960	62	95%
ビデオレコード計	4,306	32	74%	7,333	36	106%	30,015	30	66%	56,518	38	73%
合計	13,484	100	72%	20,119	100	92%	101,560	100	83%	150,478	100	85%

備考 1. 本統計は、当協会会員の集計である。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。

2024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94%の1,039万枚・巻、金額で同104%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85%の820万枚・巻、金額で同81%の108億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比155%の219万枚・巻、金額で同239%の53億円となっている。

オーディオレコード

(単位)数量:千枚・巻,金額:百万円

	9月 実績						2024年1月~2024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	2	0	185%	3	0	324	0	178%	239	0	187%	
	洋	0	0	-	0	0	0	0	2%	0	0	2%	
	計	2	0	185%	3	0	324	0	178%	239	0	185%	
12cmCD シングル	邦	3,382	41	97%	3,336	31	105%	33,032	41	109%	32,579	31	108%
	洋	2	0	78%	2	0	144	0	146%	239	0	487%	
	計	3,384	41	97%	3,338	31	105%	33,175	42	110%	32,818	31	108%
シングル 計	邦	3,384	41	97%	3,339	31	105%	33,355	42	110%	32,818	31	108%
	洋	2	0	78%	2	0	144	0	145%	239	0	478%	
	計	3,386	41	97%	3,341	31	105%	33,499	42	110%	33,057	32	109%
12cmCD アルバム	邦	3,697	45	70%	5,498	51	63%	37,616	47	81%	57,783	55	85%
	洋	782	10	124%	1,075	10	146%	6,136	8	74%	7,939	8	89%
	計	4,479	55	76%	6,573	61	69%	43,751	55	80%	65,723	63	85%
CD 計	邦	7,081	86	81%	8,837	82	74%	70,971	89	92%	90,601	87	92%
	洋	784	10	124%	1,077	10	146%	6,279	8	75%	8,179	8	91%
	計	7,865	96	84%	9,914	92	78%	77,250	97	91%	98,780	94	92%
アナログ ディスク	邦	228	3	176%	590	5	163%	1,433	2	111%	3,672	4	125%
	洋	73	1	102%	181	2	103%	729	1	135%	1,755	2	136%
	計	301	4	149%	771	7	144%	2,162	3	118%	5,427	5	128%
カセット テープ	邦	5	0	80%	9	0	76%	16	0	16%	27	0	14%
	洋	0	0	56%	0	0	72%	6	0	160%	10	0	187%
	計	5	0	79%	10	0	76%	22	0	22%	37	0	19%
その他	邦	4	0	49%	8	0	59%	141	0	160%	122	0	79%
	洋	29	0	78%	65	1	94%	173	0	96%	361	0	103%
	計	32	0	73%	73	1	88%	314	0	117%	483	0	96%
合計	邦	7,318	89	82%	9,444	88	77%	72,561	91	93%	94,423	90	93%
	洋	885	11	120%	1,323	12	135%	7,188	9	79%	10,305	10	97%
	計	8,203	100	85%	10,767	100	81%	79,748	100	91%	104,728	100	93%

音楽ビデオ

	9月 実績						2024年1月~2024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	690	32	85%	1,065	20	117%	10,690	44	57%	12,002	30	58%
	洋	17	1	165%	20	0	144%	126	1	85%	144	0	75%
	計	707	32	86%	1,085	20	117%	10,816	45	57%	12,146	30	58%
ブルーレイ ディスク	邦	1,472	67	255%	4,219	79	333%	13,127	55	78%	28,071	69	84%
	洋	11	0	76%	27	1	75%	118	0	110%	289	1	113%
	計	1,483	68	250%	4,246	80	326%	13,245	55	78%	28,360	70	84%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	2,162	99	155%	5,285	99	243%	23,817	99	67%	40,073	99	74%
	計	2,162	99	155%	5,285	99	243%	23,817	99	67%	40,073	99	74%
合計	邦	27	1	113%	47	1	94%	244	1	96%	433	1	97%
	洋	2,189	100	155%	5,332	100	239%	24,062	100	67%	40,506	100	74%
	計	2,189	100	155%	5,332	100	239%	24,062	100	67%	40,506	100	74%

音楽ソフト（オーディオ / 音楽ビデオ 合計）

	9月 実績						2024年1月~2024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	8,203	79	85%	10,767	67	81%	79,748	77	91%	104,728	72	93%	
音楽ビデオ計	2,189	21	155%	5,332	33	239%	24,062	23	67%	40,506	28	74%	
合計	邦	9,480	91	92%	14,728	91	102%	96,378	93	85%	134,496	93	86%
	洋	913	9	119%	1,371	9	133%	7,432	7	80%	10,738	7	97%
	計	10,393	100	94%	16,099	100	104%	103,810	100	84%	145,234	100	87%

ビデオレコード(含 音楽ビデオ)

	9月 実績						2024年1月~2024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	1,114	37	76%	1,707	23	84%	15,914	48	62%	19,271	30	64%
ブルーレイディスク	1,860	63	173%	5,701	77	166%	17,075	52	76%	44,655	70	84%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	2,975	100	117%	7,408	100	135%	32,989	100	69%	63,925	100	77%

オーディオ/ビデオレコード合計

	9月 実績						2024年1月~2024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	8,203	73	85%	10,767	59	81%	79,748	71	91%	104,728	62	93%
ビデオレコード計	2,975	27	117%	7,408	41	135%	32,989	29	69%	63,925	38	77%
合計	11,178	100	92%	18,175	100	97%	112,737	100	83%	168,653	100	86%

備考 1. 本統計は、当協会会員の集計である。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。

2024年8月度

●ゴールドディスク認定

シングル 邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
チートデイ	乃木坂46	2024.08.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
●●ダブル・プラチナ			
青嵐 (Aoarashi)	&TEAM	2024.08.07	ユニバーサル ミュージック
●プラチナ			
ハート / FATE	WEST.	2024.04.24	ストームレーベルズ (イーラブ・レーベル)
WE ARE	STARTO for you	2024.07.24	ユニバーサル ミュージック
コイスルヒカリ	なにわ男子	2024.08.28	ストームレーベルズ
Hi-Five	ME:I	2024.08.28	LAPONE GIRLS
●ゴールド			
Ride the Vibe (Japanese Ver.) / Keep on Moving	NEXZ	2024.08.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
なんだかセンチメンタルな時の歌 / 最KYOU	モーニング娘。'24	2024.08.14	アップフロントワークス (ゼティマ)

シングル 洋楽			
●ゴールド			
KING KONG / REVERSE	TREASURE	2024.08.21	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ

アルバム 邦楽			
●●ダブル・プラチナ			
LOST CORNER	米津玄師	2024.08.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
ALIVE	IVE	2024.08.28	ソニー・ミュージックレーベルズ
懐かしい明日	STU48	2024.06.12	キングレコード
JAPANEWS	NEWS	2024.08.07	ストームレーベルズ (イーラブ・レーベル)
2:BE	BE:FIRST	2024.08.28	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ

ビデオ 邦楽			
●ゴールド			
Travis Japan Concert Tour 2024 "Road to Authenticity"	Travis Japan	2024.08.14	ユニバーサル ミュージック
Hey! Say! JUMP LIVE TOUR 2023-2024 PULL UP!	Hey! Say! JUMP	2024.08.21	ストームレーベルズ

※日付は発売日

●ダウンロード認定

シングルトラック 邦楽			
●●ダブル・プラチナ			
あなたへ	EXILE	2011.11.09	エイベックス・エンタテインメント
Share The Love	THE Sharehappi from 三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2015.10.15	エイベックス・エンタテインメント
●プラチナ			
あいうえおんがく	GReeeeN	2013.04.24	ユニバーサル ミュージック
ペテルギウス	優里	2021.11.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
夏を抱きしめて	TUBE	2004.02.26	ソニー・ミュージックレーベルズ

※日付は配信開始日

●認定基準 (ゴールドディスク/ダウンロード)

ゴールドディスク認定 (音楽ソフト/カテゴリ: アルバム、シングル、音楽ビデオ)
ダウンロード認定 (ダウンロード/カテゴリ: 着うた®, シングルトラック、アルバム)

認定ランク	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

●ストリーミング認定

トラック 邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
Lemon	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
●●ダブル・プラチナ			
OMG	NewJeans	2023.01.02	ユニバーサル ミュージック
●プラチナ			
Answer	幾田 りら	2021.03.09	ソニー・ミュージックエンタテインメント
蝶々結び	Aimer	2016.08.17	ソニー・ミュージックレーベルズ
Bussin' (feat. ♀ellow Bucks)	AK-69	2020.07.15	ユニバーサル ミュージック
友よ ~ この先もずっと...	ケツメイシ	2016.03.23	エイベックス・エンタテインメント
明日も	SHISHAMO	2017.02.22	ユニバーサル ミュージック
Seven (feat.Latto) [Explicit Ver.]	JUNG KOOK	2023.07.14	ユニバーサル ミュージック
オレンジ	SPYAIR	2024.02.14	ソニー・ミュージックレーベルズ
Attention	NewJeans	2022.08.01	ユニバーサル ミュージック
星月夜	由薫	2023.02.08	ユニバーサル ミュージック
Flamingo	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
LOSER	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
M八七	米津玄師	2022.05.13	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
ストロー	aiko	2020.02.26	ポニーキャニオン
Girls	aespa	2022.07.08	エイベックス・エンタテインメント
硝子窓	King Gnu	2023.09.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
花火	三代目 J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE	2012.08.01	エイベックス・エンタテインメント
ビタカゲ (CROOKED) -JPN-	G-DRAGON (from BIGBANG)	2013.11.27	エイベックス・エンタテインメント
HOT LIMIT	T.M.Revolution	2014.04.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
Friends (feat. Vingo, JP THE WAVY, Benjazy, YZERR & LEX)	BAD HOP	2020.08.07	ワーナー・ミュージック・ジャパン
THE GIFT	平井 大	2019.02.27	エイベックス・エンタテインメント
Dimple	BTS	2017.09.18	ユニバーサル ミュージック
Dionysus	BTS	2019.04.12	ユニバーサル ミュージック
さよならべいべ	藤井 風	2020.05.20	ユニバーサル ミュージック
ビビデバ	星街すいせい	2024.03.23	ソニー・ミュージックレーベルズ
夢幻	MY FIRST STORY × HYDE	2024.05.13	ソニー・ミュージックレーベルズ
Dear	Mrs. GREEN APPLE	2024.05.20	ユニバーサル ミュージック
コロブス	Mrs. GREEN APPLE	2024.06.12	ユニバーサル ミュージック
SUMMER SONG	YUI	2013.02.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
メランコリーキッチン	米津玄師	2020.08.05	ユニバーサル ミュージック
最大公約数	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック
EASY	LE SSERAFIM	2024.02.19	ユニバーサル ミュージック

トラック 洋楽			
●ゴールド			
美女と野獣	Ariana Grande, John Legend	2017.03.10	ユニバーサル ミュージック
Bohemian Rhapsody (Remastered 2011)	Queen	2018.10.19	ユニバーサル ミュージック
Rather Be (feat. Jess Glynne)	Clean Bandit	2014.01.22	ワーナー・ミュージック・ジャパン
Chandelier	Sia	2014.03.17	ソニー・ミュージックレーベルズ
Fight Song	Rachel Platten	2014.12.02	ソニー・ミュージックレーベルズ

※日付は配信開始日

【基準単位】ゴールドディスク認定: 枚数、ダウンロード認定: 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。

2024年9月度

●ゴールドディスク認定

シングル 邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
誓い (CHIKAI)	TOMORROW X TOGETHER	2024.07.03	ユニバーサル ミュージック
●●ダブル・プラチナ			
絶対的第六感	日向坂46	2024.09.18	ソニー・ミュージックレーベルズ
●プラチナ			
まあいっか!	WEST.	2024.09.10	ストームレーベルズ (イーラブ・レーベル)
夏が来たから	≠ ME	2024.08.28	キングレコード
UMP	Hey! Say! JUMP	2024.09.24	ストームレーベルズ
Lucky	RIIZE	2024.09.05	ユニバーサル ミュージック
●ゴールド			
僕はやっと君を心配できる	HKT48	2024.09.11	ユニバーサル ミュージック
一瞬の花火	NGT48	2024.08.28	ユニバーサル ミュージック
ブルーシャワー	MILK	2024.05.22	ビクターエンタテインメント

アルバム 邦楽			
●ゴールド			
Love Again	西野カナ	2024.09.18	ソニー・ミュージックレーベルズ
UtopiiA	BUDDiS	2024.09.18	SDR
Iris	BUMP OF CHICKEN	2024.09.04	トイズファクトリー

アルバム 洋楽			
●プラチナ			
Layover	V	2023.09.09	BIG HIT MUSIC
●ゴールド			
BOYNEXTDOOR 3rd EP 『19.99』	BOYNEXTDOOR	2024.09.10	KOZ ENTERTAINMENT
LE SSERAFIM 4th Mini Album 'CRAZY'	LE SSERAFIM	2024.09.03	SOURCE MUSIC

※日付は発売日

●ダウンロード認定

シングルトラック 邦楽			
●プラチナ			
世界はそれを愛と呼ぶんだぜ	サンボマスター	2005.08.03	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
ライラック	Mrs. GREEN APPLE	2024.04.12	ユニバーサル ミュージック

※日付は配信開始日

●ストリーミング認定

トラック 邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
愛を伝えたいだとか	あいみょん	2017.04.12	ワーナーミュージック・ジャパン
私は最強 (ウタ from ONE PIECE FILM RED)	Ado	2022.06.22	ユニバーサル ミュージック
一途	King Gnu	2021.12.10	ソニー・ミュージックレーベルズ
逆夢	King Gnu	2021.12.24	ソニー・ミュージックレーベルズ
花束	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
●●ダブル・プラチナ			
ハート	あいみょん	2021.10.20	ワーナーミュージック・ジャパン
丸ノ内サディスティック	椎名 林檎	2018.05.27	ユニバーサル ミュージック
ライラック	Mrs. GREEN APPLE	2024.04.12	ユニバーサル ミュージック
勇者	YOASOBI	2023.09.29	ソニー・ミュージックエンタテインメント
●プラチナ			
今宵の月のように	エレファントカシマシ	2012.07.03	ポニーキャニオン
白い恋人達	桑田 佳祐	2019.12.20	ビクターエンタテインメント
CHOCOLATE	ちゃんみな	2017.11.01	ビクターエンタテインメント
more than words	羊文学	2023.09.01	ソニー・ミュージックレーベルズ
ニュー・マイ・ノーマル	Mrs. GREEN APPLE	2022.03.18	ユニバーサル ミュージック
夏音	優里	2021.09.19	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
Baddie	IVE	2023.10.13	ソニー・ミュージックレーベルズ
Ti Amo	EXILE	2012.07.07	エイベックス・エンタテインメント
Supernova	aespa	2024.05.13	ワーナーミュージック・ジャパン
Start Over	THE BEAT GARDEN	2022.08.04	ユニバーサル ミュージック
本能	椎名 林檎	2018.05.27	ユニバーサル ミュージック
Because of you	清水 翔太	2017.06.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
ファタール - Fatal	GEMN	2024.07.04	ソニー・ミュージックレーベルズ
イマジネーション	SPYAIR	2015.05.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
突破口	SUPER BEAVER	2020.10.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
タマシイレボリューション	Superfly	2015.05.27	ワーナーミュージック・ジャパン
EYES, NOSE, LIPS	SOL (from BIGBANG)	2014.06.18	エイベックス・エンタテインメント
ONE SPARK	TWICE	2024.02.23	ワーナーミュージック・ジャパン
アンパンマンのマーチ	ドリミング	2018.06.27	パップ
曇天	DOES	2012.09.01	ソニー・ミュージックレーベルズ
もつと…	西野カナ	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
No.1	西野カナ	2021.06.01	ソニー・ミュージックレーベルズ
新しい恋人達に	back number	2024.07.15	ユニバーサル ミュージック
Betrayal Game	BE:FIRST	2022.04.25	エイベックス・エンタテインメント
青春病	藤井 風	2020.10.30	ユニバーサル ミュージック
君の花になる	8LOOM	2022.10.19	ユニバーサル ミュージック
ワンドリンク別	マカロニえんぴつ	2019.04.18	BUDDY RECORDS
気分上々↑↑	mihimaru GT	2018.09.26	ユニバーサル ミュージック
いつかの涙が	Little Glee Monster	2017.12.20	ソニー・ミュージックレーベルズ
アゲイン	WANIMA	2019.06.21	ワーナーミュージック・ジャパン

トラック 洋楽			
●プラチナ			
VERY NICE	SEVENTEEN	2016.07.04	PLEDIS Entertainment

※日付は配信開始日

ストリーミング認定(ストリーミング/カテゴリ:トラック)

認定ランク	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ダイヤモンド
基準	5千万以上	1億以上	2億以上	3億以上	5億以上

【基準単位】ストリーム数

数量は、GfK Japan (ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社) の提供データを元に当協会にて累計ストリーム数を算出したもの。

集計対象音楽ストリーミングサービス: Amazon Music Prime、Amazon Music Unlimited、Apple Music、auスマートパスプレミアムミュージック、AWA、KKBOX、LINE MUSIC、Rakuten Music、Spotify、TOWER RECORDS MUSIC powered by レコチョク、YouTube Music、YouTube Music Premium
次の終了済サービスの再生回数も累積して集計しています。dミュージック月額コース、Google Play Music、HMVmusic powered by KKBOX、RecMusic

協会からのお知らせ

当協会は、下記のとおり事務所を移転し、2024年11月5日（火）より業務を開始致しました。

■新住所

〒106-0032

東京都港区六本木1丁目8番7号

MFPR六本木麻布台ビル13階

〈アクセス〉

六本木一丁目駅（東京メトロ

南北線/2番出口）徒歩3分

神谷町駅（東京メトロ日比谷線/

5番出口）徒歩9分



編集後記

今号は「コロナ禍を経て変化した働き方」をテーマに、2020年2月号で座談会を行ったメンバーに再びお集まりいただきました。コロナ禍によりリモートワークが普及したことで、今回はオンラインでの働き方が主な話題になるかと思いきや、各社からは対面でのコミュニケーションを大切にしている様子が伺えました。また、特報で紹介したTIMMでも熱気のある商談やライブが繰り広げられ、改めてモニター越しでは伝わらない熱量を感じました。

オンラインと対面をどうバランスさせるか——模索が続きますが、2020年2月号と読み比べることで、業界の変化をより感じていただけたと思います。ぜひ当協会のHPで過去の記事もご覧ください。(T)

▶ 機関誌『The Record』<https://www.riaj.or.jp/issue/record/>

THE RECORD No.754 2024年11・12月合併号

一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 村松 俊亮

編集人 佐藤 朝昭

発行日 2024年11月29日

発行 一般社団法人 日本レコード協会

〒106-0032

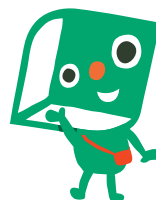
東京都港区六本木1-8-7 MFPR六本木麻布台ビル13階

TEL. 03-5575-1301(代) FAX. 03-5575-1313(代)

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

■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: <https://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください。



エルマークキャラクター
エルマーくん