

October
2014

The Record

vol.659

Sounds Good! ～聴覚から、心身の健康を
2014年度CDレンタル店実態調査



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



Contents

Monthly News Digest.....	1
特集	
Sounds Good! ～聴覚から、心身の健康を.....	3
特報	
2014年度CDレンタル店実態調査.....	7
第9回音のサロン「音で振り返る昭和の東京」 銀座山野楽器にて開催.....	9
インドネシア大学「Gelar Jepang」にて 「J-Music LAB 2014」第一弾を実施.....	10
平成26年度一般社団法人日本レコード協会 寄附講座「クリエイティブビジネスと著作権」 明治学院大学にて開講.....	11
ヒットの裏側.....	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISC.....	14

8/16-17・29~31 STOP! 違法ダウンロード 広報委員会、夏フェスにて ブース出展および啓発映像上映

音楽関係7団体(日本音楽事業者協会、日本音楽制作者連盟、日本芸能実演家団体協議会実演家著作隣接権センター、日本音楽出版社協会、演奏家権利処理合同機構MPN、映像実演権利者合同機構および当協会)で構成するSTOP! 違法ダウンロード広報委員会は、以下のとおり、夏フェスイベントにて啓発施策を実施した。

8月16日-17日「SUMMER SONIC 2014」 東京会場

千葉県・幕張メッセで開催された「SUMMER SONIC 2014」では、会場内のビジョンにて啓発ビデオ「GOOD CLICK CREATES GOOD MUSIC!」の上映を行った。



8月29日~31日「a-nation stadium fes.」

東京都・味の素スタジアムで開催された「a-nation stadium fes.」では、ブース出展および啓発映像の上映を



行った。ブース内ではクイズ抽選会およびエルマークイメージキャラクターの「エルマーくん」ノベルティ配布、アンケートを実施し、来場者に対し著作権保護の重要性を呼びかけた。

また、会場内のビジョンにて、啓発ビデオ「GOOD CLICK CREATES GOOD MUSIC!」の上映を行った。

8/29・9/4 当協会楠本部長 BIA主催 研修会で「ブライダルコンテンツ 利用許諾スキーム」を紹介

公益社団法人日本ブライダル文化振興協会(BIA)主催の「ブライダルコンテンツ制作を目的とする音楽・CD音源の複製についての適法利用に向けた研修会」が8月29日(東京:メルパルク TOKYO)および9月4日(大阪:リーガロイヤルホテル)にて開催され、BIA会員をはじめ、約370名(8/29約180名、9/4約190名)の参加があった。

当日は、当協会著作権・契約部 楠本部長および一般社団法人日本音楽著作権協会複製部 野方部長から、ブライダルコンテンツ制作時における音楽の利用について、著作権・著作隣接権の利用許諾に関する手順の説明が行われた。その後、質疑応答のセッションを通じて、参加者の理解が深められた。



このエルマークは、レコード会社・映像製作会社が提供するコンテンツを示す一般社団法人日本レコード協会の登録商標です

9/5

関西学院大学眞壽田ゼミ来協

9月5日、当協会を訪問した関西学院大学総合政策部 眞壽田順啓教授と、同教授ゼミナール生および海外留学生を含む総勢12名に対し、当協会著作権・契約部 飛世課長補佐から、「違法音楽配信対策と集中管理事業」について説明を行った。

眞壽田教授は特許法を中心とした知的財産、科学技術政策などが専門。眞壽田ゼミでは知財の現場を学ぶ研修の一環として、関係省庁や知財関連の団体への訪問を実施している。

当日は違法音楽配信の実態と当協会が取り組んでいる対策、レコード製作者の著作隣接権に関する集中管理事業について紹介した。

参加者からは、著作権についてさまざまな質問が寄せられ、眞壽田教授からは今回の受講内容を、今後のゼミ活動に役立てたいとの謝辞が寄せられた。



2014年度「レコード寄贈事業」実施

当協会は、福祉厚生・療養施設（児童福祉施設・老人ホームなど）の方々音楽を楽しみ、音楽によって明るい生活を送っていただくことを目的とした「レコード寄贈事業」を今年度も実施した。

同事業は1963年より継続して毎年実施され、これまでにのべ2万以上の全国の福祉施設などに、累計100万枚を超える音楽CDなどを寄贈してきた。

52年目となる今年度は、200カ所の児童養護施設、東日本大震災に伴う臨時災害放送局7カ所（2011年より実施）、さらに、被災により資料が不足する岩手・宮城・福島の本館67カ所を対象に、合計約8,500枚の音楽CDの寄贈を行った。なお、同事業は社会福祉法人全国社会福祉協議会および日本図書館協会のご理解・ご協力を得て実施している。

寄贈先の児童養護施設や臨時災害放送局からは、「CDが届き、児童・職員共にとても喜び、楽しんで聴いております。」「音楽が復興の一助となることを願い、寄贈されたCDは災害エフエムの放送で使わせていただきます。」など、たくさんのお礼やお言葉をいただいている。

当協会は、このレコード寄贈事業により多くの方々さらに音楽を楽しまれる機会が増え、いくことを願い、今後も同事業を継続していく。

9/5

第57回 RIAJセミナー 「CPPCの違法対策」開催

9月5日、当協会会議室において、第57回 RIAJ セミナーが開催された。今回は著作権保護・促進センター（CPPC: Copyright Protection and Promotion Center）の三上チーフ、宮島部長が講師を務め「CPPCの違法対策」について講義を行った。

前半は宮島部長が、動画サイト・ストレーサイトなどの違法配信およびインターネット上に違法にアップロードされた音源を利用するスマートフォンアプリへの対策状況を中心に、インターネット上の違法対策業務の概要について解説した。セミナー後半では、刑事事件および民事訴訟などに関わる陳述書や委任状提出時のポイントについて、三上チーフが説明を行った。

当セミナーには、当協会会員社の法務担当者、配信担当者を中心に38名が出席。「スマートフォンアプリへの関心が高まった」「さらに具体的な対応策を知りたい」など、違法対策への関心の高さが伝わる意見が多く寄せられた。

RIAJ2014年9月度理事会議案

■ 審議事項

1. 全曲報告実施放送局に対する二次使用料の減額措置について
2. 映画盗撮防止キャンペーン CM 映像リニューアル費用の一部を予備費から拠出する件

■ 報告事項

1. 名義使用申請に関する件
 - (1) 日本楽器フェア協会「2014 楽器フェア」協賛名義使用依頼
2. 法制委員会関係報告
 - (1) プライダールコンテンツ複製権集中管理関係報告
 - (2) 文化庁「著作物等の適切な保護と利用・流通に関する小委員会」報告
3. 著作権保護・促進センター（CPPC）関係報告
 - (1) CPPC 平成26年7月度・8月度活動報告
4. デジタル委員会関係報告
 - (1) 配信チャートへの取り組み状況について（デジタルビジネス部会報告）
5. マーケティング委員会関係報告
 - (1) 2014年度全国レンタル店調査報告
 - (2) Music Jacket Promotion Committee 総括報告
 - (3) 2014年度インターネット廃盤セールの実施について
6. 広報委員会関係報告
 - (1) 明治学院大学寄附講座「クリエイティブビジネスと著作権」について
 - (2) 文化庁文化政策部会のヒアリングについて
7. 海外市場拡大委員会関係報告
 - (1) J-Music LAB 2014 進捗状況報告
8. その他
 - (1) 予算委員会の体制と進め方について

●●● 会員社のお知らせ ●●●

■ 移転

社名：エイベックス・ミュージック・クリエイティブ株式会社

新住所：〒106-6027 東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー

新電話番号：03-5545-9161

社名：エイベックス・デジタル株式会社

新住所：〒106-6038 東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー

新電話番号：03-5545-9403

社名：エイベックス・ピクチャーズ株式会社

新住所：〒106-6027 東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー

新電話番号：03-5545-9279


Sounds Good!

～聴覚から、心身の健康を

落ち着いたサウンドでは心が静まり、反対に活気のあるサウンドで気分が高揚する——。現代の私たちが普段実感しているこのような効果も、既に古代ギリシャ人が解明していたとされている。彼らにとって音楽は、魂と肉体を仲介するものであり、音楽療法の基本的な原理はこの頃に確立された。二日酔いの良薬としても、音や音楽を用いていたというから驚きだ。古代エジプト人も、音を「神の声」と考え、この神の声を伝える音楽を「魂の薬」と呼んだ。ことほど古来より、人間の聴覚と心身の健康は、密接に関わり合っていると考えられてきた。

昨年の日本人の平均寿命は男性80.21歳、女性86.61歳。いずれも過去最高を更新し、女性は2年連続世界一、男性は初めて80歳を超え世界第4位となった。平均寿命の延伸と高齢化社会の到来に伴って、いわゆる健康寿命（日常的に介護を必要としないで、自立した生活ができる生存期間）との差を縮めることが注目されている。一方、今年6月、従業員数50人以上の全ての事業場に、ストレスチェックの実施を義務づけた労働安全衛生法の改正法案が可決・成立した。うつ病など精神疾患による患者数や、労災認定は年々増加しており、身体機能に留まらず、メンタル面の健康維持も大きな課題となっている。

今号では、心身の健康に、音や音楽の効用を活用したビジネスに携わる方々にお話を伺い、その取り組みなどを紹介する。万人にとっての永遠のテーマである「健康」。その「健康」に影響を及ぼす、音や音楽の持つ可能性を改めて感じていただければ幸いである。

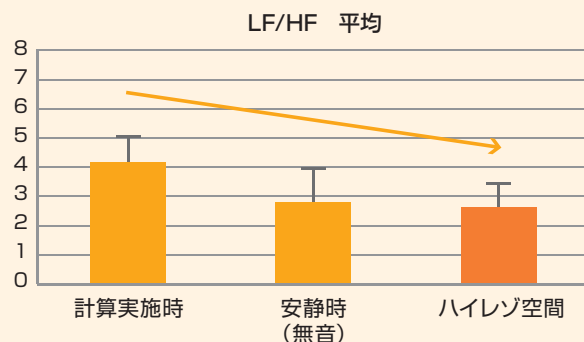
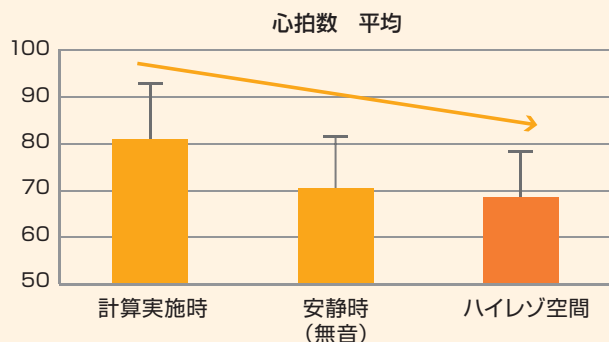
 KooNe [クーネ] (http://www.koone.jp/)	企画・発売元	株式会社 JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	概要	豊かな自然音を再現するハイレゾ音源と、専用機器による間接音響環境の構築により、聴覚を中心とした“居心地の良い空間”を創造する空間音響デザインソリューション
	主なコンテンツ	ハイレゾクオリティの森・川・波の自然音「Nature Sound Mist」シリーズおよびオリジナルのアンビエント楽曲
	ねらい	● 集中力・生産性の向上 ● リフレッシュ ● コミュニケーションの促進 ● 感度アップ
	主な導入先	オフィス、商業施設、医療施設、公共施設など

KooNeの特徴

- ① 時間や四季の移ろいを再現するハイレゾクオリティの自然音およびオリジナル楽曲
- ② 専用機器による間接音響環境で空間をデザイン
- ③ 人間のリラックス状態を可視化し、効果を認めたエビデンス

<ハイレゾ空間における自律神経活動の実験>

老若男女29名に小型自律神経測定機器を装着し、精神負荷の強い**百マス計算実施時**、**音のない安静な状態**、**ハイレゾが流れる空間にいる状態**を比較し、被験者のLF（交感神経）/HF（副交感神経）および心拍数への影響を調べました。その結果、心拍数およびLF/HFいずれも同様の傾向を示し、計算>安静>ハイレゾとなり、安静時と比較でわずかな数値差ではあるが、**ハイレゾが最も精神的に安定**。すなわちリラックス状態であることが分かりました。 <監修>梅田智広 医学博士/奈良女子大学社会連携センター特任准教授、水木さとみ 医学博士・心理カウンセラー



KooNeのサービス開発を推進してきたJVCケンウッド・ビクターエンタテインメントのエグゼクティブ・プロデューサー、榎本誠也氏に、KooNeの原点や特徴、活用の広がりなどについて語っていただいた。

自然音の溶け込む、居心地の良い空間 —ハイレゾ技術が、都市空間の質を変える

株式会社JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
エンタテインメント・ラボ長 エグゼクティブ・プロデューサー 榎本誠也 氏



◆ 自然への回帰が原点—ホッとする空間を作る

鳥のさえずり、溪流のせせらぎ、寄せては返す波の音……このような自然音を再現することで、ホッとする空間を作りたい。これがKooNeのテーマの原点です。

もともと人間は太古の昔から自然に寄り添い、豊饒な自然音に囲まれて生きてきました。翻って現在の私たちは、都市化された、機械音や電子音を中心とする限定された音の世界で暮らしています。ともすれば落ち着かずくつろげない状況、一種の緊張状態に無意識のうちに陥っているのです。当社では、音を使ってその状況を改善したいと考え、ハード、ソフト両面から研究開発を進めてきました。

ハイレゾ技術を使えば自然界の音をリアルに再現でき、自然の懐に抱かれるようなリラックス空間を実現できるのではないかと。その方向性がまとまり、白神山地、富士山、屋久島、四万十川、奥秩父、戸隠など自然豊かな場所へ出向き、川のせせらぎや鳥のさえずりなどを収録しました。また、オリジナル制作のアンビエント楽曲を自然音と融合させた提供楽曲なども用意し、朝昼夜、春夏秋冬のリズムでの配信が可能な仕組みを構築しました。そしてKooNe（空音(くうね)：空間+音の意）として、2013年4月よりサービス開始に至りました。

KooNeは当初よりB to Bで提供していますが、背景として、空間に質の高さを求めるということが現代のトレンドとなっている状況があります。とりわけ焦点とされるのが「五感」です。新たに建てられる施設のコンセプトには、人間の五感に快適さをもたらすなどの要素が、必ずと言っていいほど盛り込まれるようになりました。その中で聴覚は、大きなウェイトを占めています。しかしその一方で、環境を作る音の重要性に気付かれていないのも現状です。たとえば数千万円の商品を展示するショールームなのに、音楽はラジカセから流れていることさえあります。いわば、空間と音のミスマッチが起きている。実際には、音にこだわればこだわるほど飛躍的に空間の質を上げられるのですが、ニーズがありながら、それを満たすソリューションに気付かれていない。そこにKooNeの市場開拓の可能性がありました。

◆ KooNeはどのように空間の質を高めるのか？

KooNeの特徴はまず、①ハイレゾ音を使用するため、空間を含めた音の表現性が高いという点が挙げられます。自然界の音に

は脳の活性化を促し、リラックス状態を導く作用があります。非可聴域の豊かな音も含めて、自然界の音をリアリティ高く再現することにより、聞く人に自然の中にいるイメージを強く揺り起こし、リラックスした状態を導きます。また②「空間音響デザイン」という当社独自のアプローチも大きな強みです。これは音を人に直接浴びせず、専用スピーカーを空間のさまざまな場所に設置し、音を乱反射させ、間接照明のように柔らかく聞かせる空間づくりの手法です。人間の会話はいわゆる“直接音”、また商業施設で流れるBGMも“直接音”ですが、KooNeのハイレゾ音は、反射音を利用した音響デザインにより“間接音”として響かせます。このような手法で優しい音の響きが空間全体を包むことから、人に快適さをもたらします。

③リラックス効果を生む空間づくりを可視化する、エビデンスへのこだわりもKooNeのもう一つの特徴です。KooNeの空間に入ると、心拍数・自律神経が安静時と比較しても、よりリラックスした状態になることを科学的に確認し、ご紹介しています。(P3) また目に優しい植栽を入れる、よい香りを漂わせるなど、視覚や嗅覚など他の感覚と併せた展開にも取り組み、相乗的に効果を上げるよう努めています。

◆ 多方面で活用の進むKooNe

スタートして1年半ですが、さまざまな施設で、導入実績を重ねつつあります。以下はその一例です。

- ・ マンションのモデルルーム
居心地アップにより滞在時間延長・成約率向上に寄与
- ・ 歯科医院
治療時の音のマスク効果・緊張緩和による痛みや恐れ軽減
- ・ 企業（ミーティングスペース、従業員食堂）
コミュニケーション活性化・生産性向上
- ・ 大学内ラウンジスペース
ラーニング・commonsとしてのコミュニケーション促進
- ・ 保育園
植栽とあわせ“森”の環境を構築、情操教育支援
- ・ 図書館
緊張感の緩和・集中力の向上・「イヤホンをしているお客様がいなくなった」という声も

有難いことに多企業・多業種からの、引き合いがあります。BGMでは実現できない、空間の居心地を追求するサービスとして、今後さらに「五感」をテーマにサービスの拡大やパッケージ化を進めていきたいと考えています。(談)

DKエルダーシステム (http://dk-eldersystem.com/)	企画・発売元	株式会社第一興商	
	概要	通信カラオケ機器「DAM」を活用した、介護予防・健康増進コンテンツ配信システム	
		●音楽プログラム ●体操プログラム ●映像プログラム	など 300 種類以上のコンテンツを搭載
		ねらい	●「運動・口腔・認知」機能の向上・改善 ●「生活・交流・参加」の活性化の支援
主な導入先	全国の高齢者福祉施設・行政機関などで約 15,000 カ所以上 (2014 年 9 月末時点)		

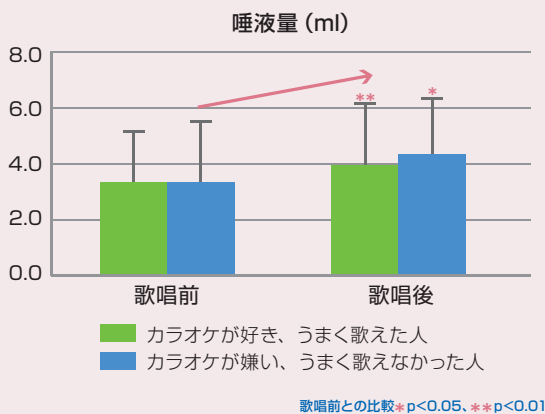
DKエルダーシステムの特徴

- ① 施設内の移動性を考慮したオールインワン
- ② 介護予防・健康増進のテーマに沿った“楽しい”コンテンツ
- ③ 産学官連携し、継続的な効果検証

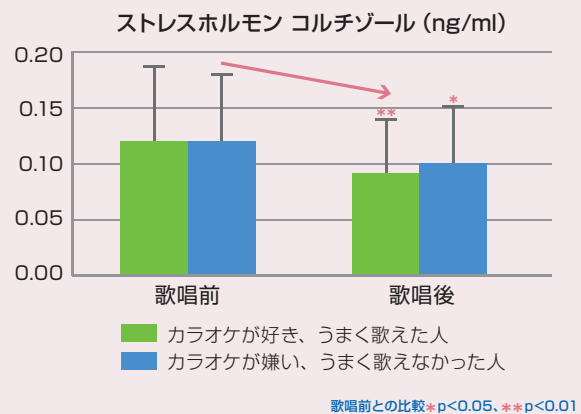
<「DKエルダーシステム」を活用したカラオケと唾液量・成分測定の研究>

60歳以上の男女44名にDKエルダーシステムを用いて3曲の歌唱を行ってもらい、その前後に唾液検査、唾液採取、アンケート調査を実施した。その結果、歌うことが好き・嫌いにかかわらず、歌うことで「唾液量が増え、ストレスホルモン(コルチゾール)が減少した」「前向きな気分になり、気分・感情が改善した」ことが示された。<監修>齊藤一郎 鶴見大学歯学部教授・同大先制医療研究センター長

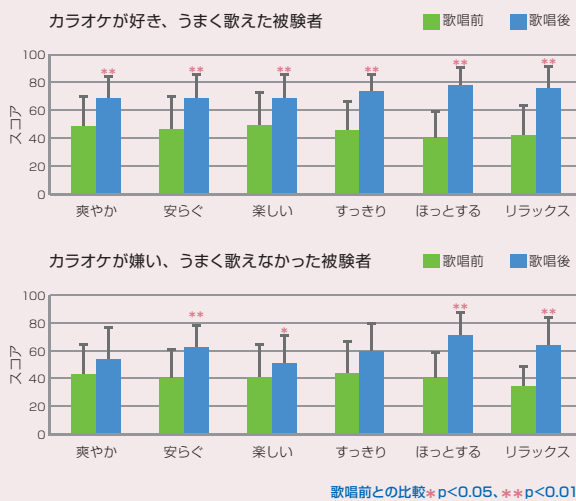
結果1：口腔機能調査



結果2：唾液検査

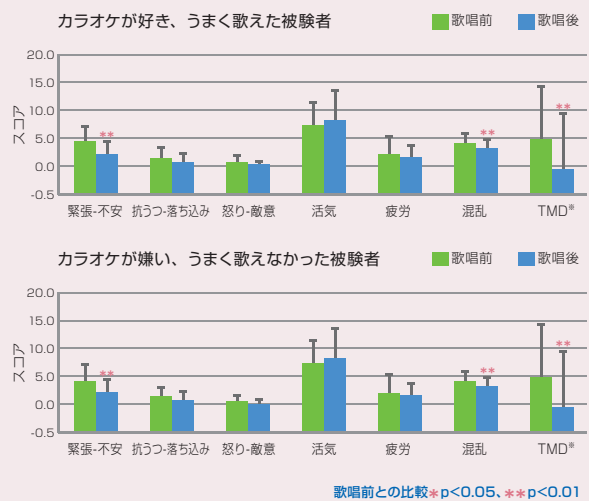


結果3：VASアンケート調査



カラオケの好き嫌いやうまく歌えたかに関係なく、前向きな感情を促進した。

結果4：POMS調査



カラオケの好き嫌いやうまく歌えたかに関係なく、気分・感情を改善した。

*TMD：総合感情障害指標。「緊張」、「抗うつ」、「怒り」、「苦勞」、「混乱」の得点の合計から「活気」の得点を引いて得られた値です。得点が高いほど、気分・感情状態が好ましくない状態であることを示します。

第一興商で、カラオケシステムを介護予防や健康増進などに活用するようになったきっかけ、反響、成果、今後の取り組みについて、エルダー事業開発部長を務める執行役員の戸塚圭介氏に伺った。

高齢化社会に生きる、音楽の力 —カラオケシステムで介護予防、健康増進

株式会社第一興商

執行役員 営業統括本部 エルダー事業開発部長 戸塚圭介 氏



◆ シニア層の新たなニーズを掘り起こす

今から十数年前、カラオケシステムは、レーザーディスク（LD）から通信カラオケへの切り替え時期の終盤を迎えていました。LD再生装置・ディスクは高額で、一システムで数百万円にも及びますが、これを切り替えだからと在庫処分するのは忍びなく、また困難でした。そこで以前より問い合わせの多かった老人ホームや公民館などの各種施設に、出先事業所から寄贈することにしたのです。当時それらの施設では、音質も映像も良いLDカラオケを導入したいニーズはあったものの、予算的に厳しかったのです。

この寄贈は喜ばれ、地域社会から数多くの表彰を受けるなど大きな反響がありました。そこで新たなニーズに気付きました。施設に何うと、カラオケで歌や映像を楽しむ高齢者の姿がある。それを目の当たりにし、歌、音楽、映像の力を活かした、新たなシニア市場の開拓の可能性を実感したのです。

◆ 介護予防の目標にマッチしたシステムとして拡大

こうしてDKエルダーシステムの機器とコンテンツ開発に着手しました。①**機器は移動可能なパッケージ化を図って使いやすくし、後に現在のオールインワンのタイプに進化させました。**②**コンテンツは介護予防、健康増進のテーマを念頭に置いて作りました。**専門家の協力を得て、音楽に合わせて楽しくできる体操を介護度に即して作成しました。カラオケでは童謡、唱歌、抒情歌、演歌などの推奨曲のピックアップも行いました。また、ビンゴやじゃんけんなどのゲームも、高齢者の手先や脳の活性化に良いと聞き、採用しました。こうした開発・導入を進めた結果、現在では300コンテンツほどを搭載しています。

5年ほど前からDKエルダーシステムの普及が急拡大してきました。背景には、国の介護政策の変遷があります。要介護者の自立を促す方向へ目標が移行し、それに伴い介護施設の負担も増してきたのです。施設内レクリエーションに人手をかけられない、しかし介護度を低く保ちたいといったニーズから、DKエルダーシステムの利点が認められるようになりました。さらに介護施設



に加え、介護予防活動の拠点となる公民館、集会所といった自治体の保有施設でも、ニーズが高まっています。こうして今年9月末の時点で、全国約15,000カ所導入・活用されるまでになりました。

◆ 産学官でコンテンツの効果測定を推進

コンテンツが介護予防や健康増進に効果があることを、エビデンスとして出せば施設側の導入ハードルは一気に低くなります。③**そこで当社では、大学等の研究機関と協力して、多様な効果測定を継続して行っています。**歌えば唾液量が増え口腔環境が改善すること、ストレスが減ることなどが実際に確認されました（P5グラフ参照）。

エビデンスを伴うコンテンツ導入も行っています。NTTアイティ㈱が開発した介護予防体操は、北海道でシニアの健康増進事業として取り入れたところ、医療費・介護保険料の負担が一人あたり月間11,800円の軽減に結びつく結果を得ています。この効果的な体操に、より多くの方が楽しんで参加していただきたいと思い、当社のDKエルダーシステムに採用しました。

また、行政とも協力関係を結び、官民連携での効果測定も推進しています。その一つが、全国一の長寿県である長野県のうち、とりわけ実績の優れた松本市との共同プロジェクトです。コミュニティ施設などのフィールドを通じて、元気高齢者に対するカラオケ効果について、現在研究を進めています。

◆ 事業展開のポリシーとこれからへ向けて

何といっても当社は、エンタテインメントを担う企業として「楽しさ」を大事にしています。カラオケを含め、当社の用意するコンテンツの多くは、能動的であり、皆で楽しめるもの。皆様に喜んでいただき、音楽の力の素晴らしさを実感しつつ、事業に取り組んでいます。今後は、趣味の豊富な団塊世代に向けたコンテンツ開発を進めていく考えです。また、施設側で装置の運用を円滑に進められるように、インストラクターの育成を強化し、さらには元気なシニアに地域サポーターとして加わっていただくなど、社会参加を促す方向でも地域に貢献していきたいですね。（談）

2014年度CDレンタル店実態調査

当協会では、全国のCDレンタル店の実態調査（当協会調査員による訪店調査）を毎年実施しており、同調査は今年で31回目となる。調査方式は、店舗規模・業態を勘案したサンプル調査により、今年は全国906店（全店2,573店：2014年6月末現在）の訪店調査を行った。

CDレンタル店の店舗数と店舗面積

CDレンタルの店舗数は、1989年末の6,213店をピークに減少傾向にあり、今年は前年比4.8%減の2,573店となった。（図-1）

また、店舗面積は前年比4.0%増の845平方メートルとなった。内訳は、CDレンタルが76平方メートル、DVDレンタルが320平方メートル、その他が449平方メートルである。このように、CD、DVDレンタル以外の書籍・コミックレンタルなどの売場スペースの比重が拡大傾向にある。（図-2）

レンタル用CDの在庫状況

レンタル用CDの在庫状況は、アルバムを中心に引き続き増加傾向にある。シングルの1店舗あたりの平均在庫数は、1,134枚と前年比4.5%の増加。アルバムの平均在庫数は、17,326枚と前年比8.7%の増加。この結果、総在庫数は、前年比8.4%増の18,460枚となった。（図-3(a)）

また、調査店の合計を営業店数に換算して算出した総在庫数では、シングルで前年比0.3%増の2,924,024枚、アルバムで前年比3.4%増の44,579,838枚、シングル・アルバムの合計では、47,503,862枚と前年比3.2%増となった。この結果、在庫数のシングル・アルバム比率は、6:94となった。（図-3(b)）

なお、CDの在庫規模による店舗数分布をみると、在庫数4,000枚未満の小型店は前年の1.5%から0.3%に減少、在庫数15,000枚以上の大規模在庫店は前年の51.6%から58.3%に増加し、より一層大型店の比率が高まっている。（図-3(c)）

レンタル用ビデオの在庫状況

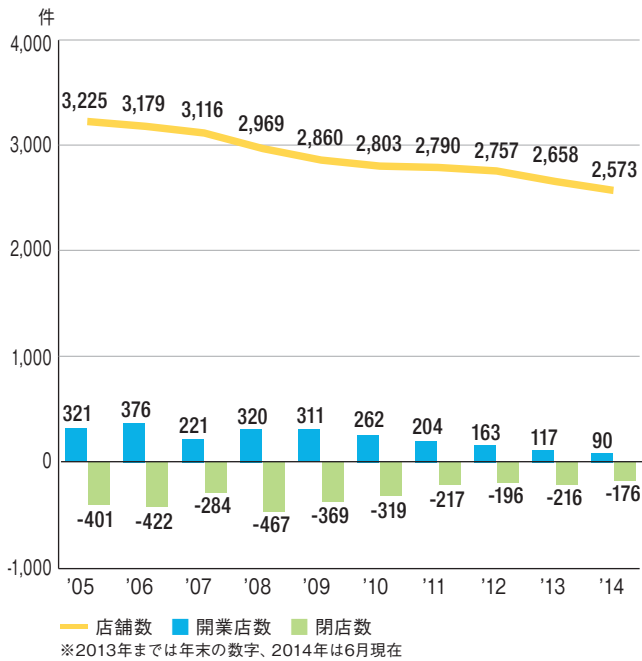
レンタル用ビデオの在庫数については、ビデオテープの在庫率はさらに減少し、前年の7.2%から3.4%となり、平均在庫数でも前年比73.1%の296枚となった。

一方、DVDは、引き続き在庫数が増加し、前年比7.1%増の50,383枚となった。また、ブルーレイは、在庫率は99.3%と前年と変わらず、在庫数は、前年比12.8%増の1,315枚となった。（図-4）

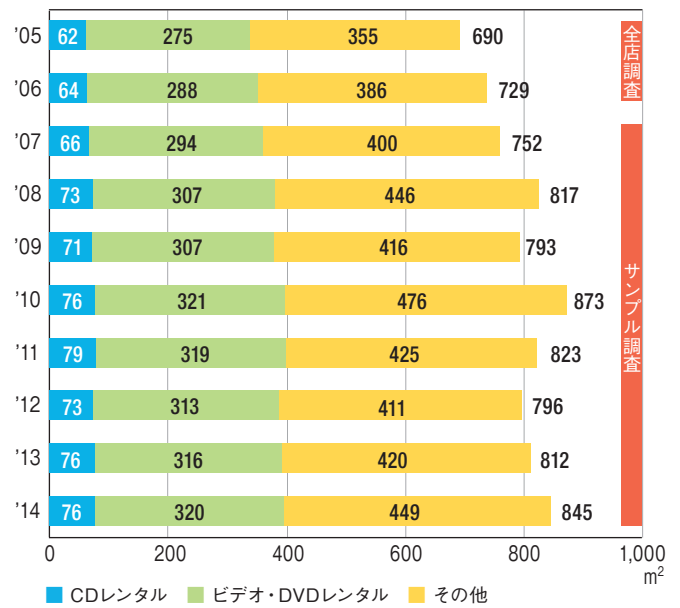
調査概要

- 調査期間：2014年4～6月
- 調査方法：対象店舗への訪店調査
- 調査店数：906店
- 調査：日本レコード協会企画部調査室
- 留意事項：サンプル調査のため、在庫総数は調査結果を基に全店規模を推計した

■ 図-1: CDレンタル店数と開業・閉店の推移

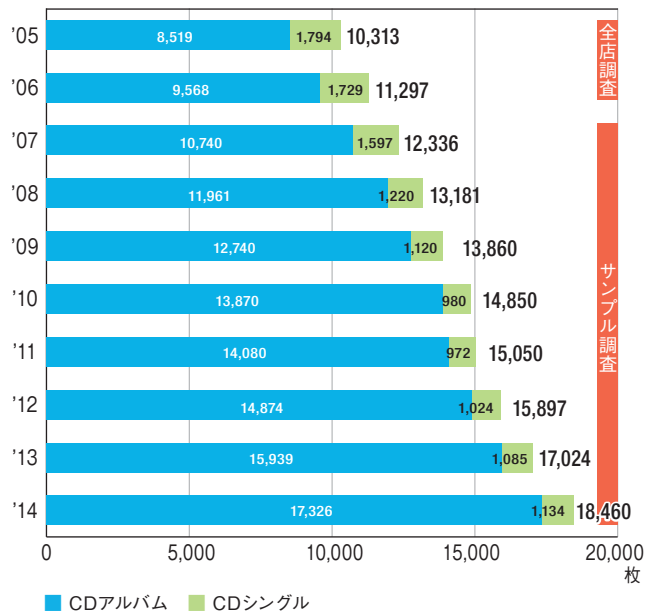


■ 図-2: 店舗面積 (1店舗平均)

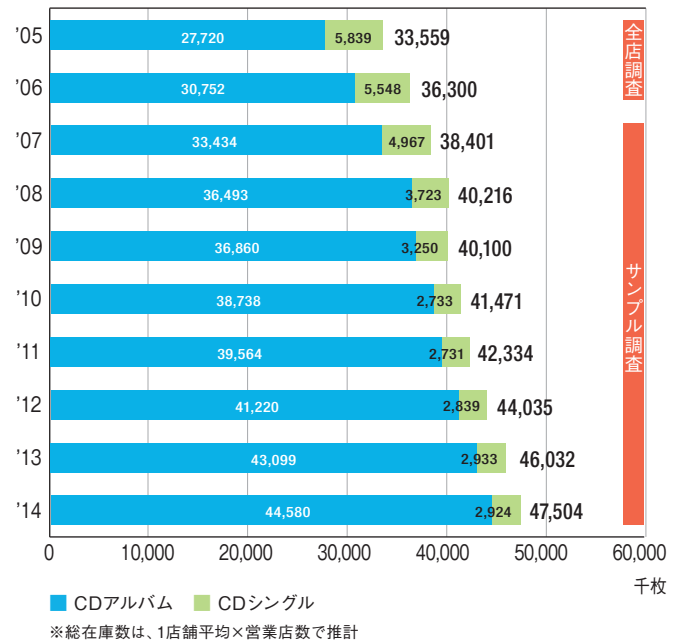


■ 図-3: CD在庫状況

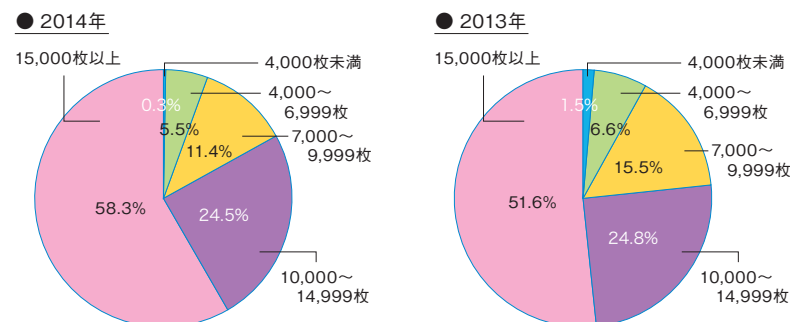
(a) 1店舗平均在庫数



(b) 総在庫数



(c) CD在庫規模別の店舗数分布状況



■ 図-4: ビデオ在庫状況

	2014年		2013年		平均在庫数前年比
	在庫率 (%)	平均在庫数 (枚)	在庫率 (%)	平均在庫数 (枚)	
ビデオテープ	3	296	7	405	73%
DVD	100	50,383	100	47,042	107%
ブルーレイ	99	1,315	99	1,166	113%

※平均在庫数は在庫店の平均

特報

Special Report

第9回音のサロン「音で振り返る昭和の東京」銀座山野楽器にて開催

9月4日、東京都中央区の山野楽器銀座本店において、第9回音のサロンが開催された。「音のサロン」は、一般社団法人日本オーディオ協会（JAS）および当協会が共催する「良質の音楽を良質の環境で体験する場の提供」を目的としたイベントである。第9回目の今回は、山野楽器銀座本店と初共催しての実施となった。

今回は『音で振り返る昭和の東京』をテーマに、CD「東京の音」の監修・解説を務めたコラムニストの泉麻人氏、昭和の音楽に詳しいアーカイヴァーの鈴木啓之氏を講師に招き、お二人のトーク形式で展開した。

歌で感じるトレンドの移り変わり

当日は「第一部・東京の歌」「第二部・銀座の歌」の二部制で構成。懐かしの昭和の楽曲から、東京や銀座をタイトルに冠したものや、これらの場所がテーマとなったものが多数選曲された。

第一部「東京の歌」では、2020年の東京オリンピック開催が決定したことで、再び注目を集める1964年の東京オリンピックから話題がスタート。開催前年の1963年に発表された、複数の「東京五輪音頭」のレコードジャケット紹介が行われ、その中から三波春夫バージョンを鑑賞した。ちなみに今回の音楽は、全て鈴木氏が所有する貴重なアナログ盤を使用。アナログ特有の時折入るブツブツとしたノイズ音や、奥行きのある音色が、高音質オーディオを通すと一っそう心地よい響きを感じられた。五輪音頭に耳を傾けながら、小学生時代に学校で踊った記憶があると泉氏が当時の思い出を語ると、うなずく来場者が多く見られた。

1960年代の日本は、戦後の復興と経済成長が猛スピードで進んだ時代。東京オリンピックは敗戦後の日本が再び国際社会へ向けて、国家の存在感をアピールする一大イベントだった。こうした中で当時の流行歌における東京とは、復興し成長する日本の象徴であった。さらに東京という都市の名前が、この頃から国際都市を表す記号として機能し始めていると泉氏は指摘する。また、この時代の歌謡曲にはエレキギターが特徴的な曲が多いという。ザ・ベンチャーズの初来日は1962年。60年代は日本にエレキ・サウンドが花開いた時期でもあった。

ここで泉氏が、三田明の「アイビー東京」をセレクト。この曲は、銀座・みゆき通りに集まる若者（いわゆる「みゆき族」）を中心に当時ブームとなったファッション、アイビールックがテーマになっている。現在は洗練された大人の街というイメージを持つ銀座も、当時は若者文化の中心地であった。また、同曲の歌詞には銀座と並んで新宿も登場しており、この頃からトレンド発信地として新宿が台頭してきた動きが見られると泉氏は語る。



記憶を呼び起こす音の数々

第二部「銀座の歌」へ移る前に、泉氏が監修・解説したCD「東京の音」から、「銀座四丁目午後五時」と「深夜の銀座火事」の二音源を鑑賞。「銀座四丁目午後五時」では、路面電車の走る音が、慌しいはずの午後五時をどこかゆったりと感じさせ、当時の銀座の息遣いを伝えてくれるようだった。続く銀座をタイトルに冠したさまざまな歌の紹介に、銀座が文化発信地のトップランナーであり、今も昔も人々にとって特別な場所であることがうかがえた。

最後の一曲、中山恵美子の「長いつきあい」は、泉氏が青春時代に愛聴していたラジオ番組のテーマソング。同曲に乗せ、泉氏が山野楽器にまつわる思い出を語りながら締めくくりとなった。約100名の来場者は、高音質で聴く懐かしの昭和音楽の数々に、みな自分の思い出を重ねるようじっくりと楽しんでいる様子だった。

楽曲リスト ※ジャケットのみの紹介を含む

<第一部>東京の歌

1. 東京五輪音頭／三波春夫・坂本九・三橋美智也・吉永小百合
2. 若い東京の空の下／橋幸夫 & 吉永小百合
3. 東京の灯よいつまでも／新川二郎
4. ああ上野駅／井沢八郎
5. 恋の山手線／小林旭
6. 高速一号線／城山吉之助
7. ラブユー東京／ロスプリモス
8. アイビー東京／三田明
9. スタコイ東京／城卓矢
10. ウナ・セラ・ディ東京／ザ・ピーナッツ
～途中、泉氏が監修・解説を務めたCD「東京の音」を紹介～

<第二部>銀座の歌

1. 銀座カンカン娘／高峰秀子
2. 銀座の恋の物語／石原裕次郎
3. 二人の銀座／山内賢・和泉雅子
4. 有楽町で逢いましょう／フランク永井
5. 西銀座駅前／フランク永井
6. スカイリングデイト／梓みちよ
7. 銀座ジャングル娘／渡辺マリ
8. 銀座音頭／美空ひばり
9. ギンザ・レッドウイウイ／テイブ
10. 長いつきあい／中山恵美子

使用機器

CD プレーヤー	YAMAHA : CD-S3000
プリアンプ	Esoteric : C-02
パワーアンプ	Esoteric : A-02
スピーカー	TANNOY : Kensington/GR
電源	KRIPTON : PB-HR1000・PC-HR1000
オーディオボード	KRIPTON
PL	LUXMAN : PD-171A
カートリッジ	Accuphase : AC-5
フォノイコライザー	Accuphase : C-27

インドネシア大学「Gelar Jepang」にて 「J-Music LAB 2014」第一弾を実施

**J-Music
LAB**
ジェイ・ミュージックラボ

8月22日～24日の3日間、インドネシア大学で開催された日本祭り「Gelar Jepang (ゲラル・ジェパン)」にて、当協会が実施する海外向け日本音楽プロモーション事業「J-Music LAB (ジェイ・ミュージックラボ) 2014」第一弾を実施した。「J-Music LAB」は昨年スタートし、昨年はインドネシア・ジャカルタ中心部のショッピングモール内にある店舗で1か月間実施。期間中に7組の日本アーティストによるミニライブ等を行った。今年度は、引き続きインドネシア・ジャカルタにターゲットを定め、既存の人気イベントに参加する形での展開を計画している。

今回の会場となったインドネシア大学は、ジャカルタ郊外のデボック市にあり、インドネシア有数の国立大学である。広大な大学の敷地内で行われるこの「Gelar Jepang」は今回が20年目の節目であり、3日間でのべ約3万人もの来場者を記録した。



インドネシア大学構内の様子

■ ブース出展

22・23日の2日間はインドネシア大学の日本研究センター校舎内で行われ、J-Music LABはブースを出展。ブース内で実施したくじ引きや寄せ書きなどに、多数の来場者が列をなした。24日のブースには日本からのアーティスト「Yun*chi」がサプライズ訪問し、即席サイン会を実施。多くのファンを喜ばせた。



ブースの様子

■ Yun*chi によるパフォーマンス

24日は、場所を野外特設会場に移して開催。ブース出展に加えて、「J-Music LAB in Gelar Jepang」と題したステージを実施し、Yun*chiによるパフォーマンスを行った。最終日は約1万5000人の観客が集まり、フィナーレを飾ったステージでは、Yun*chiは歌詞の一部をインドネシア語にした楽曲「Waan*」を含む8曲を披露。サイリウムを振っての応援や、歌と一緒に口ずさむなど、オーディエンスが一体となって盛り上がった。



ステージの様子

■ 「NHK WORLD」と協力

今回の事業では全体を通して「NHK WORLD」と相互協力を行った。「Gelar Jepang」でブースの併設を行ったほか、現地人気アイドルグループ「SM*SH」のメンバー、BismaをYun*chiが訪問する場面では、NHKマスコットキャラクター「どーもくん」も同行。その様子をSNSなどで報告すると、大きな反響があった。どーもくんのインドネシアでの人気は高く、どーもくんがブースやステージに登場する度に、多くの歓声が上がり、人だかりが出来ていた。今回のイベントの様子は、NHK WORLDの音楽番組「J-MELO」にて後日放送予定。



Bisma (右) を訪問する、Yun*chi (左) とどーもくん (中央)

「J-MELO in インドネシア」放送予定日

国際放送 (NHK ワールド) 10/6 (月) 0:10、6:10、12:30、18:30 (全て日本時間)

※国内でもNHKワールドの英語サイト (右記 URL) で、ライブストリーミングで視聴可能 <http://www3.nhk.or.jp/nhkworld/index.html>

※スマートフォン・タブレットなどでも右記アプリから視聴可能 http://www3.nhk.or.jp/nhkworld/app/info/index_en.html

国内放送 (BS プレミアム) 10/11 (土) 深夜 26:40 ※日曜未明

平成 26 年度一般社団法人日本レコード協会寄附講座 「クリエイティブビジネスと著作権」 明治学院大学にて開講

当協会は、9月23日より明治学院大学において平成26年度一般社団法人日本レコード協会寄附講座「クリエイティブビジネスと著作権」を開講した。

同寄附講座は、次代を担う学生のクリエイティブビジネスに対する関心を高め、知的財産・著作権制度の重要性を理解してもらうことを目的として、1992年よりあわせて6大学で講座の寄附を行っている。

今年度寄附講座は明治学院大学での初めての開講。文学部芸術学科に設置し、同科の3-4年生を中心に、文学部他学科・社会学部・経済学部・法学部・法科大学院などの学部学科生が受講可能。音楽をはじめとするクリエイティブ産業の概要および相互の関係など、具体的なビジネスの内容と、それらを支える法制度（著作権）について実例を踏まえながら、講義形式で授業を行う。担当教員は、文学部芸術学科の樋口隆一教授、法科大学院の飯田浩司教授。

日本レコード協会寄附講座

クリエイティブビジネスと著作権

(特設サイト URL) : <http://www.mg-geika.net/endowed/index.html>

講義予定は以下のとおり。

平成 26 年度 明治学院大学「クリエイティブビジネスと著作権」講義シラバス (予定)

秋学期・火曜 4 時限 (15:05 ~ 16:35) 実施

回	月日	講義タイトル	講師 (敬称略)
1	9月23日	オリエンテーション	明治学院大学文学部芸術学科 教授 樋口隆一
2	9月30日	著作権制度の概要	明治学院大学大学院 法務職研究科 教授 飯田浩司
3	10月7日	レコード産業の構図と現状	一般社団法人日本レコード協会 会長 斉藤正明
4	10月14日	日本のコンテンツビジネス戦略	日本貿易振興機構 企画部 企画課長 吉岡孝
5	10月21日	動画配信ビジネス	HJ ホールディングス合同会社 ヴァイスチェアマン 船越雅史
6	10月28日	音楽配信ビジネス	(株) レコチョク 代表取締役社長 加藤裕一
7	11月11日	プロダクションビジネス	一般社団法人日本音楽事業者協会 会長 堀義貴
8	11月18日	ライブ・コンサートビジネス	エイベックス・グループ・ホールディングス (株) 特別顧問 北谷賢司
9	11月25日	アニメと音楽のコラボレーション	(株) ランティス 代表取締役社長 井上俊次
10	12月2日	放送ビジネス	(株) NHK エンタープライズ エンターテインメント番組部 エグゼクティブ・プロデューサー 石原真
11	12月9日	映画ビジネス	松竹 (株) 専務取締役 細田光人
12	12月16日	出版ビジネス	(株) 講談社 取締役 古川公平
13	12月23日	コンテンツをめぐる紛争	染井・前田・中川法律事務所 弁護士 前田哲男
14	1月6日	広告ビジネス	(株) 博報堂ケトル 執行役員 プロデューサー 原利彦
15	1月13日	カラオケビジネス	(株) 第一興商 取締役兼執行役員 宣伝部長 竹花則幸 同 執行役員 エルダー事業開発部長 戸塚圭介

日本レコード協会寄附講座

当協会は、創立50周年事業の一環として、1992年に寄附講座を開設した。これまでの実施内容は以下のとおり。

大学名	実施年	講座名	担当教員
青山学院大学	1992年~2002年	レコードと法 他	半田正夫教授
早稲田大学	1992年~1994年	著作権法と技術メディアの発展 他	土井輝生教授
	2004年~2007年	コンテンツビジネスと著作権	鎌田薫教授 高林龍教授
慶應義塾大学	2007年~2009年	クリエイティブ産業研究 I・II	美山良夫教授
立教大学	2008年~2010年	音楽ビジネスと法	砂川浩慶准教授
横浜国立大学	2011年~2013年	コンテンツビジネスと法	川瀬真教授

多くの人を魅了したヒット曲は、どのように世に送り出されたのか。音楽人の苦闘が織り込まれた『ヒットの裏側』をリレー形式でひも解いていく。



裏側からヒットを作り出す、チョイスの力

株式会社徳間ジャパンコミュニケーションズ

代表取締役社長 篠木 雅博(しのき・まさひろ)氏

過去に溺れず明日に生きる故、ヒットを語る前に ヒットの立役者を称えたい

レコード業界全体は厳しい話ばかりです。だからといって、じたばたしたところでどうしようもありません。船が沈まないように努力するしかない。どんな仕事もいいことばかりが続くことはありません。今回はヒット曲作りの話を、ということですが、過去の話となると結果論として思ってもいなかったことを、それらしく話してしまう恐れもありますので日頃考えていることをお話しします。

私は資料や荷物を極力持ちません。あれば資料に頼って、自分の頭で覚えることを放棄してしまおう。つまり、自分の体に身につけることが、一番大事だと思います。荷物が多ければ、過去を忘れて別れがつかなくなる。それでは何かあった時、身一つで自分を守れない。

常に先のことを考え続けていますから、明日に生きる人間が、過去という資料に埋もれ安心してられない。社長という立場ですが、今も制作現場の現役として、「何か新しいものはないだろうか」を日々思いチャレンジを繰り返しています。

動く広告塔として自ら表舞台で発信してきたのも、制作現場への思いからです。しかし、過去のヒット曲の話は恥ずかしくてできません。だいたい、今の若いディレクターやプロデューサーが、ジジイの思い出話や自慢話を聞いて役に立つわけがないですよ、時代が違うんですから。日々、自己研磨しかありません。勉強と経験ですね。

「ヒットの裏側」という企画を否定するわけではありませんが、「音楽業界全体で本当にヒットを生み、汗を流した人を称える」ということがもっとあってよいのではないかと思います。映画の長いエンドロールと比較すれば一目瞭然、音楽は責任クレジットが曖昧で会社の役得みたいところがある。現場をしっかりと見ていれば、誰がどれだけきちんと仕事をしたのか明白ですが、得てして本当にヒットを生んだ人は控えめで「自分が作った」なんて言わない。だから図々しい人が後からいいとこ取りで出てくる。ヒットを語る以前にこの悪しき習慣は改めなければ。クレジットは裏方の人間がその役割責任を作品に記すもの、敬意を払わなければなりません。

ところで私は、音楽スタッフの仕事がまだ理解されていない頃(40年前)、初めてジャケットに自分の名前が載った時、嬉しくて母に「自分が作った」と言ったら、「嘘つけ、平尾昌晃先生が作ったんでしょ」と叱られました(笑)。

チョイスは時に、クリエイティブを超える

2015年に弊社は創業50周年を迎えますが、それにあたり『微風』というフリーマガジンを2013年の春に創刊しました。これもチャレンジの一つです。「どんでん返し! B面ヒット曲・考」という連載は、時代を彩ったヒット曲が当初はB面だった、まさに「(B面発) ヒットの裏側」を紹介していました。ジャケット写真の掲載に当たっては、他社にも大変なご協力を頂いています。毎号、各社へ許諾をお願いする作業は、正直に言うと骨が折れます。しかし、パッケージの歴史を紐解くことで、レコード会社の垣根を越え、ささやかながら業界全体を盛り上げたいという思いから続けています。

「ヒットの裏側」という観点で語るとすれば、一概にヒットとは言え、制作がゼロから作り出したクリエイティブによるヒットもあれば、宣伝や営業が作り出したヒットもあり、さまざまということです。

A面・B面の区別があったレコードの時代は、往々にしてA面は主役、B面はサブという扱いでした。しかし、当初A面の裏に埋もれていた曲が、リスナーの発見を機に日の目を見、結果的にヒットを生んだという例も数多くあります。60～70年代の制作至上主義の時代は、ディレクターが「これはA面だ」と言えばそれが絶対だった。営業が力を持っていた時は、営業が「売れる・売れない」を判断していた。B面をA面へひっくり返すような原動力は、制作だけではなく、時には営業や宣伝の声であったり、お客様の声であったりします。こうした「チョイス(選択)」が、ヒットを生み出したのです。

かつての職業作家時代からシンガーソングライター全盛の時代に移り変わる中で、ディレクターは何をすべきか。才能あるシンガーソングライターが作った作品に、スタッフが下手な口出しをしてダメにはならない。そこで、チョイスが重要となります。選択は時に、クリエイティブを超えることがあるのです。時代に合った選択を行うことも、ディレクターの仕事の一つです。

私はお風呂が好きで、よく銭湯に行くんです。湯船の中では、老いも若きもみんなリラックスして、間抜けな顔を浮かべています。ああいうところで編成会議をやればいいんじゃないかな。机の上で難しい顔をして、座っているだけではだめですね。(談)



『微風』最新刊 (<http://www.tkma.co.jp/bifu/>)

担当アーティスト

○布施明、アン・ルイス、大塚博堂、五木ひろし、椎名林檎、石嶺聡子、Perfume ほか

Monthly Production Report

2014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）生産実績は、数量で前年同月比86%の1,795万枚・巻、金額で同94%の197億となった。内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比84%の1,368万枚・巻、金額で同91%の149億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比93%の428万枚・巻、金額で同105%の47億円となっている。

● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	8月実績						2014年1月～2014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	
シ	邦	6	0	32%	4	0	19	0	51%	13	0	72%	
	洋	0	0	0%	0	0	0	0	32%	0	0	44%	
	計	6	0	32%	4	0	19	0	51%	13	0	72%	
ン	邦	5,201	38	85%	3,896	26	36,588	32	89%	27,046	22	94%	
	洋	37	0	95%	29	0	609	1	112%	398	0	96%	
	計	5,238	38	85%	3,925	26	37,196	33	90%	27,444	22	94%	
グ	邦	5,207	38	85%	3,900	26	36,607	32	89%	27,059	22	94%	
	洋	37	0	95%	29	0	609	1	111%	398	0	96%	
	計	5,244	38	85%	3,929	26	37,216	33	90%	27,457	22	94%	
ル	邦	6,374	47	85%	8,967	60	54,286	48	85%	74,715	61	92%	
	洋	1,909	14	80%	1,830	12	20,432	18	108%	19,252	16	110%	
	計	8,282	61	83%	10,797	72	74,717	66	90%	93,967	76	95%	
12cmCD アルバム	邦	11,580	85	85%	12,867	86	90,893	80	87%	101,774	83	92%	
	洋	1,946	14	80%	1,859	12	21,040	19	108%	19,651	16	110%	
	計	13,526	99	84%	14,726	99	111,933	99	90%	121,425	99	95%	
CD 合計	邦	8	0	30%	12	0	82	0	101%	148	0	116%	
	洋	47	0	674%	110	1	1617%	122	0	157%	212	0	172%
	計	55	0	157%	122	1	212%	204	0	129%	360	0	144%
アナログ ディスク	邦	74	1	93%	61	0	722	1	76%	590	0	78%	
	洋	0	0	-	0	0	0	0	44%	0	0	60%	
	計	74	1	93%	61	0	722	1	76%	590	0	78%	
カセット テープ	邦	12	0	67%	20	0	147	0	134%	190	0	133%	
	洋	8	0	75%	15	0	130	0	91%	284	0	101%	
	計	20	0	70%	35	0	276	0	110%	474	0	112%	
その他	邦	11,675	85	85%	12,960	87	91,842	81	87%	102,702	84	92%	
	洋	2,000	15	82%	1,984	13	21,292	19	108%	20,147	16	110%	
	計	13,675	100	84%	14,944	100	113,134	100	90%	122,849	100	95%	

● 音楽ビデオ

	8月実績						2014年1月～2014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	3,810	89	96%	3,708	78	30,444	85	95%	33,018	72	98%
	洋	194	5	103%	175	4	1,206	3	78%	1,319	3	80%
	計	4,005	94	97%	3,883	82	31,650	88	94%	34,337	75	97%
Blu-ray Disc	邦	261	6	57%	798	17	4,089	11	145%	11,220	24	127%
	洋	11	0	84%	50	1	98	0	60%	285	1	59%
	計	272	6	58%	847	18	4,187	12	141%	11,505	25	124%
テープ・その他	邦	0	0	46%	0	0	1	0	56%	3	0	55%
	洋	4,071	95	92%	4,506	95	34,534	96	99%	44,241	97	104%
	計	205	5	101%	225	5	1,304	4	77%	1,604	3	75%
合計	邦	4,277	100	93%	4,731	100	35,838	100	98%	45,845	100	103%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

	8月実績						2014年1月～2014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	13,675	76	84%	14,944	76	91%	113,134	76	90%	122,849	73	95%
音楽ビデオ	4,277	24	93%	4,731	24	105%	35,838	24	98%	45,845	27	103%
合計	邦	15,746	88	87%	17,466	89	126,377	85	90%	146,943	87	96%
	洋	2,206	12	83%	2,210	11	22,596	15	105%	21,751	13	106%
	計	17,952	100	86%	19,675	100	148,972	100	92%	168,694	100	97%

● ビデオ（含音楽ビデオ）

	8月実績						2014年1月～2014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	6,977	83	100%	9,427	71	109%	53,129	79	90%	77,896	67	94%
テープ・その他	1,474	17	98%	3,824	29	82%	14,099	21	98%	38,748	33	90%
合計	8,451	100	99%	13,251	100	100%	67,228	100	92%	116,644	100	93%

● オーディオ/ビデオ合計

	8月実績						2014年1月～2014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	13,675	62	84%	14,944	53	91%	113,134	63	90%	122,849	51	95%
ビデオ	8,451	38	99%	13,251	47	100%	67,228	37	92%	116,644	49	93%
合計	22,127	100	89%	28,196	100	95%	180,362	100	91%	239,492	100	94%

備考 1. 本年実績は、会員会社の集計である。当会員社が受託した非会員社からの販売委託分を含む
 2. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある
 ※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

邦楽

アルバム

● プラチナ

EXILE TRIBE REVOLUTION 世界の中心は大阪や～なんば自治区～	EXILE TRIBE NMB48	2014.08.27 2014.08.13	AMC LOL
---	----------------------	--------------------------	------------

● ゴールド

今から親指が消える手品しまーす。 go WEST よーいドン! ATTACK25 ラブストーリー	GReeeeN ジャニーズWEST DREAMS COME TRUE back number	2014.08.06 2014.08.06 2014.08.20 2014.03.26	UM JE UM UM
---	---	--	----------------------

シングル

● ミリオン

心のプラカード	AKB48	2014.08.27	K
---------	-------	------------	---

● ダブル・プラチナ

THE REVOLUTION	EXILE TRIBE	2014.08.20	AMC
----------------	-------------	------------	-----

● プラチナ

ER2 Another Future	エイトレンジャー Kis-My-Ft2	2014.08.06 2014.08.13	TE AMC
-----------------------	------------------------	--------------------------	-----------

● ゴールド

Cling Cling	Perfume	2014.07.16	UM
-------------	---------	------------	----

ビデオ

● ゴールド

東方神起 LIVE TOUR 2014 TREE	東方神起	2014.08.27	AMC
--------------------------	------	------------	-----

洋楽

アルバム

● ゴールド

エスケイブ	マイケル・ジャクソン	2014.05.21	SML
-------	------------	------------	-----

※日付は発売日

認定基準一覧

音楽ソフト(邦・洋、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	略号	基準
ゴールド	G	10万以上
プラチナ	P	25万以上
ダブル・プラチナ	PP	50万以上
トリプル・プラチナ	PPP	75万以上
ミリオン	M	100万以上
2ミリオン	2M	200万以上
3ミリオン	3M	300万以上
以降、100万ごとに賞を設定		

基準単位: 音楽ソフト・枚、配信・DL(ダウンロード)

※着うた@のみダブル・プラチナ以上を顕彰

※ **AMC**: エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ / **JE**: ジャニーズ・エンタテイメント / **K**: キングレコード / **LOL**: laugh out loud! records / **PC**: ポニーキャニオン / **SML**: ソニー・ミュージックレーベルズ / **TE**: テイチクエンタテインメント / **UM**: ユニバーサルミュージック

有料音楽配信

「シングルトラック」

邦楽

● プラチナ

生まれてはじめて(日本語歌)	神田 沙也加、松 たか子	2014.03.19	AMC
喧嘩上等	氣志團	2014.05.21	AMC
NO MORE CRY	D-51	2005.03.23	PC
その先へ	DREAMS COME TRUE feat.FUZZY CONTROL	2009.09.09	UM

● ゴールド

ラブソングはとまらないよ	いきものがかり	2014.07.09	SML
Fight For Liberty	UVERworld	2013.08.14	SML
Dear My Friend	Every Little Thing	2002.06.01	AMC
甘えんぼ	大塚 愛	2004.03.03	AMC
ゲラゲラポーのうた	キング・クリームソーダ	2014.04.11	AMC
R.Y.U.S.E.I.	三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE	2014.06.25	AMC
Darling	西野 カナ	2014.08.13	SML
love & smile	西野 カナ	2010.06.23	SML
目を閉じておいでよ	バービーボーイズ	2003.12.24	SML
私たちは絶対に絶対にヨリを戻したりしない ~We Are Never Ever Getting Back Together (Japanese Ver.)	MACO	2014.05.07	UM

洋楽

● トリプル・プラチナ

CALL ME MAYBE	カーリー・レイ・ジェブセン	2012.07.18	UM
---------------	---------------	------------	----

● ゴールド

イエー!イエー!イエー!	クリス・ブラウン	2011.03.16	SML
--------------	----------	------------	-----

※日付は配信開始日

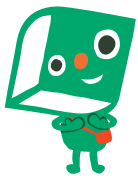
協会からのお知らせ

10月21日から23日にかけて、「第11回東京国際ミュージックマーケット (11th TIMM)」が開催されます。

今年のショーケース・ライブはZepp DiverCity TOKYOおよびグランパシフィック LE DAIBA B1イベント&セミナールームの2会場で実施され、全22組のアーティストの出演を予定しています。

出演アーティストなど、その他の詳細は以下サイトをご参照ください。

<http://jcs2014.com/ja/showcase/>



エルマーキャラクター

エルマーくん

THE RECORD No.659 2014年10月号
一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 斉藤 正明
編集人 田口 幸太郎
発行日 2014年10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9F
TEL. 03-5575-1301 (代) FAX. 03-5575-1313
URL: <http://www.riaj.or.jp/>

制作協力 株式会社エフピーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

あれだけ鳴っていたセミの声もいつの間にか止み、朝晩はぐっと涼しくなりました。夏から秋に移り変わるこの時期にはいつも、「秋来ぬと目にはさやかに見えねども風の音にぞおどろかれぬる」という平安歌人・藤原敏行の和歌がふと頭をよぎります。言葉では上手く伝えることができない、夏の風の音と、秋の風の音の違い。この和歌が詠まれた時代から、千年以上が経っているというのに、風の音で秋の訪れを感じるという体験に、時代を超え共感できる。これも聴覚をはじめとした、五感を通じた体験だからこそでしょうか。(M)

■ 当機関誌へのご意見・ご感想がございましたら、当協会公式サイト (<http://www.riaj.or.jp/>) のお問い合わせページよりお寄せください。