

# The Record

2009-08 Vol.597



特集

2008年 世界の音楽産業



社団法人 日本レコード協会



## Contents

Monthly News Digest .....	1
特集	
2008年 世界の音楽産業 .....	3
特集	
新たな世界を拓くデザインのパワーを学ぶ .....	7
Data File .....	10
特報	
JAPAN国際コンテンツフェスティバル2009 .....	11
Monthly Production Report .....	13
GOLD DISC .....	14

## 7/06

### IFPIアジア地域会議開催

7月6日から10日にかけて、シンガポールにおいてIFPI(国際レコード産業連盟)アジア地域会議が開催された。うち8、9日に行われた法制・インターネットパイラシー会議に、当協会から法務部の対部契約グループ長と同法務グループ小峰が出席した。

同会議には、IFPI本部・IFPIアジア地域オフィス、ならびにアジア地域のIFPI加盟団体等の法務・インターネットパイラシー実務担当者など約40名が参加し、各国の法制度の動き・違法対策の取り組みの報告や、アジア地域における今後の対策・課題等が話し合われ、日本の改正著作権法についても取り上げられた。

また、日本からの報告では、最近の刑事事件・民事訴訟に対する取り組みや、違法携帯音楽ファイルにおける技術的な取り組み等を紹介し、先進的な動きであるとして各国から高い評価を受けた。



## 7/12

### 携帯電話向けの違法音楽配信 サイト「着うたキングダム」 運営管理会社の代表者ら 2名を逮捕

7月12日、岡山県警察本部生活環境課、生活安全企画課および岡山西警察署は、権利者に無断で携帯電話向けの音楽ファイルを送信可能な状態にしていた(株)ウインズコミュニケーションズ他2社の代表者ら2名(※)を、著作隣接権侵害の容疑で逮捕した。

この事件は、上記2名が共謀の上、岡山市内に設置されたサーバに、「着うたキングダム」と称する携帯向けウェブサイトを構築し、同サーバに当協会会員社であるレコード会社2社((株)エピックレコードジャパン(東京都港区)、エイベックス・エンタテインメント(株)(東京都港区))が権利を持つ音楽ファイルを無断でアップロードし、不特定多数がダウンロードできる状態にしていたものである。

「着うたキングダム」は会員制サイトであり、登録者は友人を紹介したり、広告をクリックすることで付与されるポイントを利用して音楽ファイルをダウンロードできる仕組みとなっていた。警察の調べでは、上記2名は「着うたキングダム」に音楽ファイルを自動的にアップロードするシステムについても管理・運営しており、これまでに延べ95万4,000曲がダウンロードされていた。

このように、法人が組織的に違法な音楽配信を行っていた刑事事件は初のケースである。当協会は会員社とともに、警察や他団体と連携をとり、今後も権利侵害行為への対策をさらに強化していく。

(※)(株)ウインズコミュニケーションズ、(株)エアーケイ、および(有)サイバートップ(所在地はいずれも岡山県岡山市)の3社の代表取締役を務める40歳の男性と取締役である35歳の男性



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(社)日本レコード協会の  
登録商標です

# 7/18

## 海賊版・偽ブランド撲滅 キャンペーン『ほんと?ホント! フェアin福岡』開催



7月18、19日、不正商品対策協議会(ACA)は、福岡県・粕屋町のイオンモール福岡ルクル・イーストコートにおいて、不正商品を排除することを目的とし、「買わない!持たない!許さない!海賊版・偽ブランド」をテーマに、『ほんと?ホント!フェアin福岡』を開催した。

会場には、ブランド品やゲーム・CD・DVDなどの真正品と海賊版・模倣品の比較展示や、クイズラリーで知的財産について楽しく学べるコーナーが設置された。また、キャンペーン隊長には、九州で幅広い人気をもつタレントの高田課長さんが就任し、ACA後藤健郎事務局長から任命状を、警察庁生活安全局白川靖浩生活経済対策管理官からタスキを授与され、2日間にわたり不正商品に関するクイズ大会に登場し、会場を沸かせた。なお、本フェアは警察庁と福岡県警察本部、福岡県の後援を得ており、19日には同県警マスコットの「ふっけい君」が来場し、インターネットやモバイル上の安全や犯罪防止を訴える啓発活動も併せて行った。



3連休の最中、会場となった大規模ショッピングモールは、終日、家族連れや若者など幅広い年齢の方が訪れ、2日間のクイズ・イベント参加者は約2,000人に上った。当協会からは、業務部の阿部海外グループ長と高山課長補佐が本フェアに参加し、来場者の啓発に努めた。

### ●● 会員社のお知らせ ●●

#### ■ 入会 (8月1日付)

社名: 有限会社スピリチュアル・ビースト  
(準会員)

代表: 代表取締役 杉内 哲

住所: 〒181-0013

東京都三鷹市下連雀3-33-17

グラシアス三鷹2F

TEL: 0422-40-1718

FAX: 0422-49-9987

#### ■ 移転 (6月1日付)

社名: 株式会社ワードレコース

住所: 〒150-0001

東京都渋谷区神宮前3-35-16

ルナーハウスパート4ビル4F

TEL: 03-5775-3257

FAX: 03-5775-3282

※電話、FAX番号は変更なし

### ●● 役員人事 ●●

#### ■ 新任 (7月10日付)

理事: 平井 文宏

株式会社バップ 代表取締役社長

理事: 原田 健

ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン  
合同会社 最高経営責任者兼社長

#### ■ 退任

(6月8日付)

理事: 福田 太一

ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン  
合同会社 前 最高経営責任者兼社長

(6月16日付)

理事: 徳市 慎治

株式会社バップ 前 代表取締役最高顧問

### 2009年7月会議メモ

7/1 マーケティング委員会

7/8 広報委員会

7/10 情報・技術委員会

レコード倫理審査会

7/14 法制委員会

7/15 海外市場拡大委員会

7/24 執行委員会

7/31 理事会

予算委員会



# 2008年 世界の音楽産業

IFPI(国際レコード産業連盟)はこのたび、「Recording Industry In Numbers 2009」を発行した。2008年の世界の音楽産業の動向を詳細に分析、解説した記事の内容をダイジェストで紹介する。

## 2008年 世界音楽売上実績

2008年の世界音楽売上高は184億米ドル(レコード会社収入ベース)で、2007年から8.3%減少した。音楽配信売上とレコード会社の権利収入は堅調に伸長した一方で、パッケージ売上は引き続き減少となった。なお、小売ベースでは世界音楽市場は推定278億米ドルの規模である。

数量ベースでは、アルバム商品(アナログレコード、カセット、CDアルバム、音楽ビデオ、配信アルバム等を含む)の世界販売数量は16億(枚・ファイル)と、2007年から12%減少した。その中でも、配信アルバムは最も急速に成長したフォーマットであり、前年比76%の伸びを記録し、アルバム商品の販売数量に占める構成比は7%となった。アナログレコードの販売数量も前年比60%と伸長を見せ

たが、アルバム販売数量に占める構成比としては1%にとどまっている。

最近では音楽配信におけるシングルトラックの消費がブームとなっているものの、アルバムは今なお人気を維持しており、小売チャネルを通して販売される音楽商品の全収入に対し、アルバムの比率は79%に上る。一方で、配信アルバムは、全アルバム収入のうち4%を占めている。

2008年のシングルの販売数量(CDシングル、配信シングルトラック等)は、前年比24%増の15億(枚・ファイル)となった。シングル販売数量のうち、配信シングルトラックは売上の94%を占めるに至っている。

### ● メディア別売上金額 (レコード会社収入ベース)

金額：百万USドル

	2007年	2008年	前年比
パッケージ	16,350	13,829	▲15%
音楽配信	3,050	3,784	24%
権利収入	690	802	16%
合計	20,091	18,415	▲8%

出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」



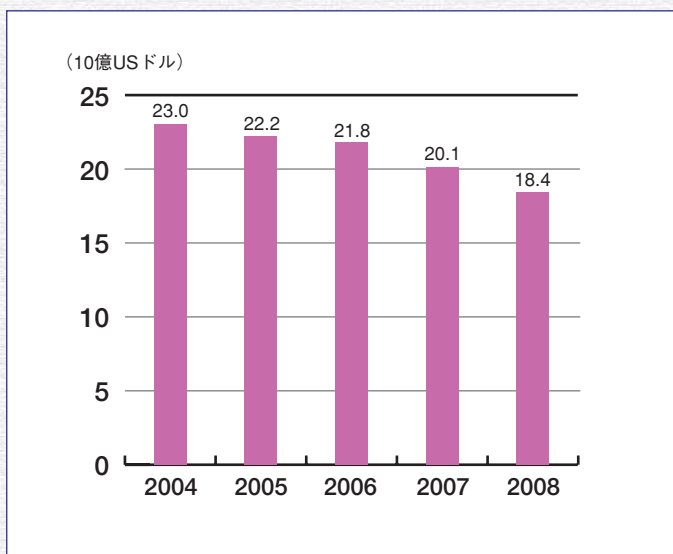
## ● 2008年 総売上上位20カ国

金額：百万USドル

		金額	前年比	シェア	パッケージ	音楽配信	権利収入
1	アメリカ	4,977	▲ 18.6%	27%	3,139	1,783	55
2	日本	4,109	0.9%	22%	3,215	821	73
3	イギリス	1,845	▲ 2.5%	10%	1,459	252	134
4	ドイツ	1,627	▲ 4.2%	9%	1,416	123	88
5	フランス	1,050	▲ 11.4%	6%	804	160	86
6	カナダ	456	▲ 8.1%	2%	359	77	20
7	オーストラリア	389	▲ 6.0%	2%	325	51	13
8	イタリア	326	▲ 17.0%	2%	268	29	29
9	スペイン	302	▲ 7.8%	2%	237	29	36
10	オランダ	272	▲ 9.9%	1%	208	15	49
11	ブラジル	222	8.1%	1%	179	30	13
12	ロシア	221	▲ 2.4%	1%	209	8	4
13	スイス	192	▲ 5.4%	1%	173	13	6
14	ベルギー	192	▲ 4.8%	1%	146	20	26
15	オーストリア	147	▲ 9.9%	1%	124	10	13
16	メキシコ	146	▲ 22.0%	1%	130	16	0
17	スウェーデン	143	▲ 6.9%	1%	120	11	12
18	韓国	140	16.0%	1%	56	84	0
19	インド	140	6.3%	1%	90	29	21
20	デンマーク	124	▲ 9.5%	1%	90	19	15
	その他	1,395	▲ 5.0%	8%	1,088	209	98
	合計	18,415	▲ 8.3%	100%	—	—	—

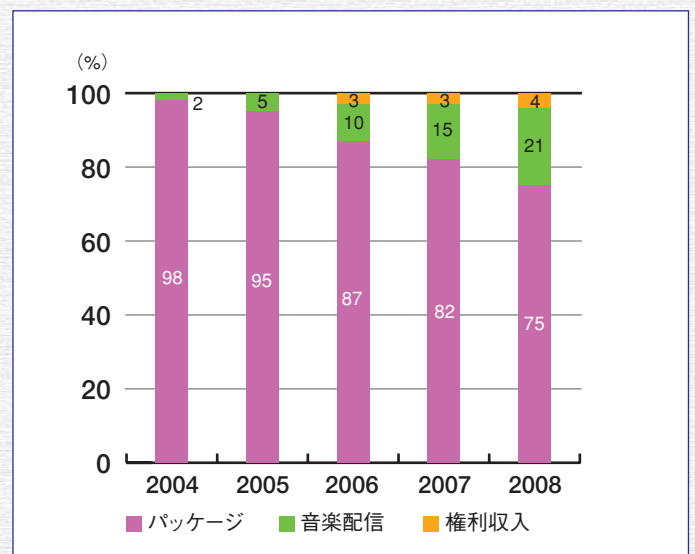
出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」

## ● 世界音楽売上—金額の推移(レコード会社収入ベース)



出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」

## ● 世界音楽売上—メディア別割合の推移



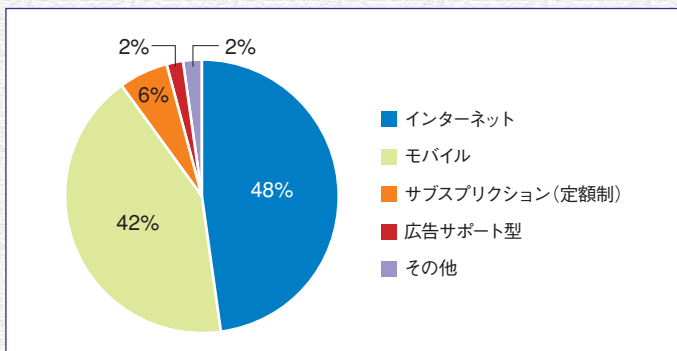
出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」

## メディア別市場概況

2008年もパッケージ売上は前年に引き続き減少した。この傾向の理由として、下記のことが考えられる。

- 違法ダウンロードのまん延が特に若い消費者の購買習慣に影響を与え、CDの販売に打撃を与えた。
- 店舗において、パッケージ販売用のスペースの縮小等が、消費者がCDを購入できる機会の減少をもたらした。
- 厳しい経済状況により、2008年中に多くの店舗が閉店した。
- 他の娯楽商品との競争が激化した。
- 特に若年層において、音楽配信の購買に移行する消費者が増えた。
- 経済環境の悪化が、特にクリスマスシーズンの売上に影響を及ぼした。
- 音楽のユビキタ性がますます高まり、CDパッケージを購入せずにデジタルで購入し消費するようになった。
- 多くの市場で海賊版の存在が市場に悪影響を及ぼし続けた。

### ● 2008年 世界音楽配信売上—メディア別割合



出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」

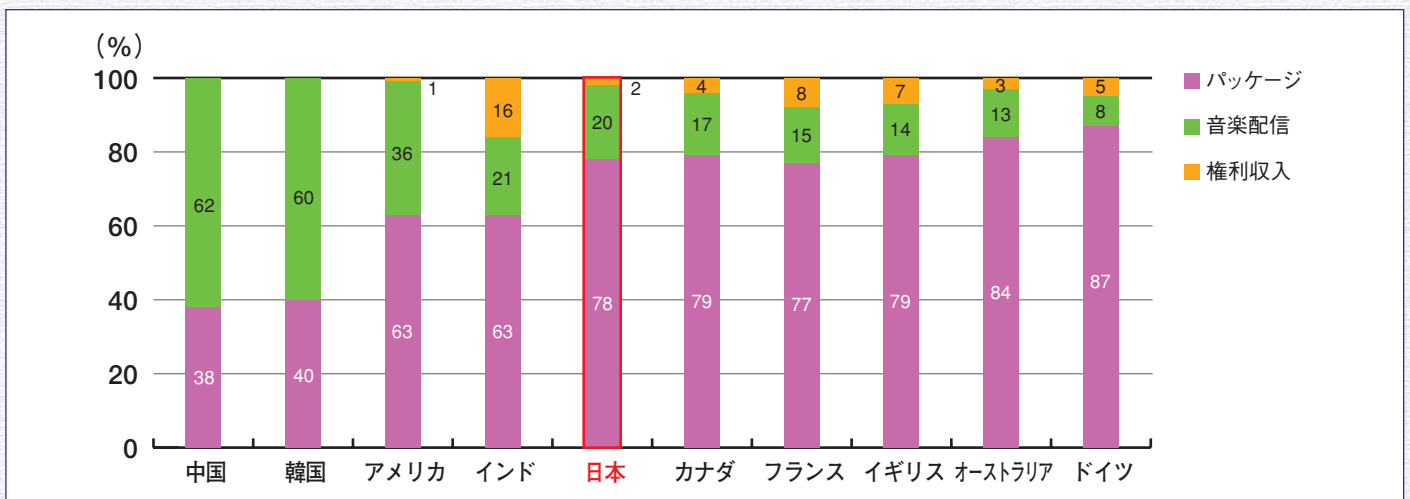
音楽配信売上は2008年も伸長し続け、前年比24.1%増の38億米ドルとなった。中でも、シングルトラックは10億米ドルの台を初めて突破した。音楽配信収入には、PC、モバイル、サブスクリプション(定額制)のほか、広告サポートモデルからの収入、ソーシャル・ネットワークキング・サイト(SNS)からの収入、自社ウェブサイトからの収入、バンドル・サブスクリプション、ビデオ・オン・デマンド(VOD)・ストリーミングなども含まれる。

多数の娯楽・メディア関連産業の中で、配信収入の構成比が最も高いのは、ゲーム産業(35%)であり、次いで音楽産業である。配信売上が音楽産業の全収入に占める割合は今や21%で、2004年の2%、2007年の17%から今なお、伸長している。一方、新聞産業や映画産業における配信収入の構成比はほんの4%に過ぎない(プライス ウォーターハウス コンサルタント調べ)。

また、デジタル・プラットフォームは新しい機会を見い出しており、これまで音楽産業の存在感が小さかった国でも市場成長が期待できるようになった。中国、インド、日本、タイ、中米、コロンビアでは、音楽配信売上が音楽市場を牽引しており、これらのいずれの国でも音楽配信の伸びがパッケージ売上の減少を補っている。

権利収入(放送や演奏によるレコードの使用から発生する収入)は依然として、成長を続ける収益フローとして重要であり、世界音楽売上の4%を占めるに至っている。レコード会社の権利収入は前年比16.2%増の8億200万米ドルとなった。欧州がこの部門の収入の大半を占めているが、2008年に伸びが最も顕著だったのは北米で、特にアメリカの衛星ラジオとウェブキャストが牽引役となった。

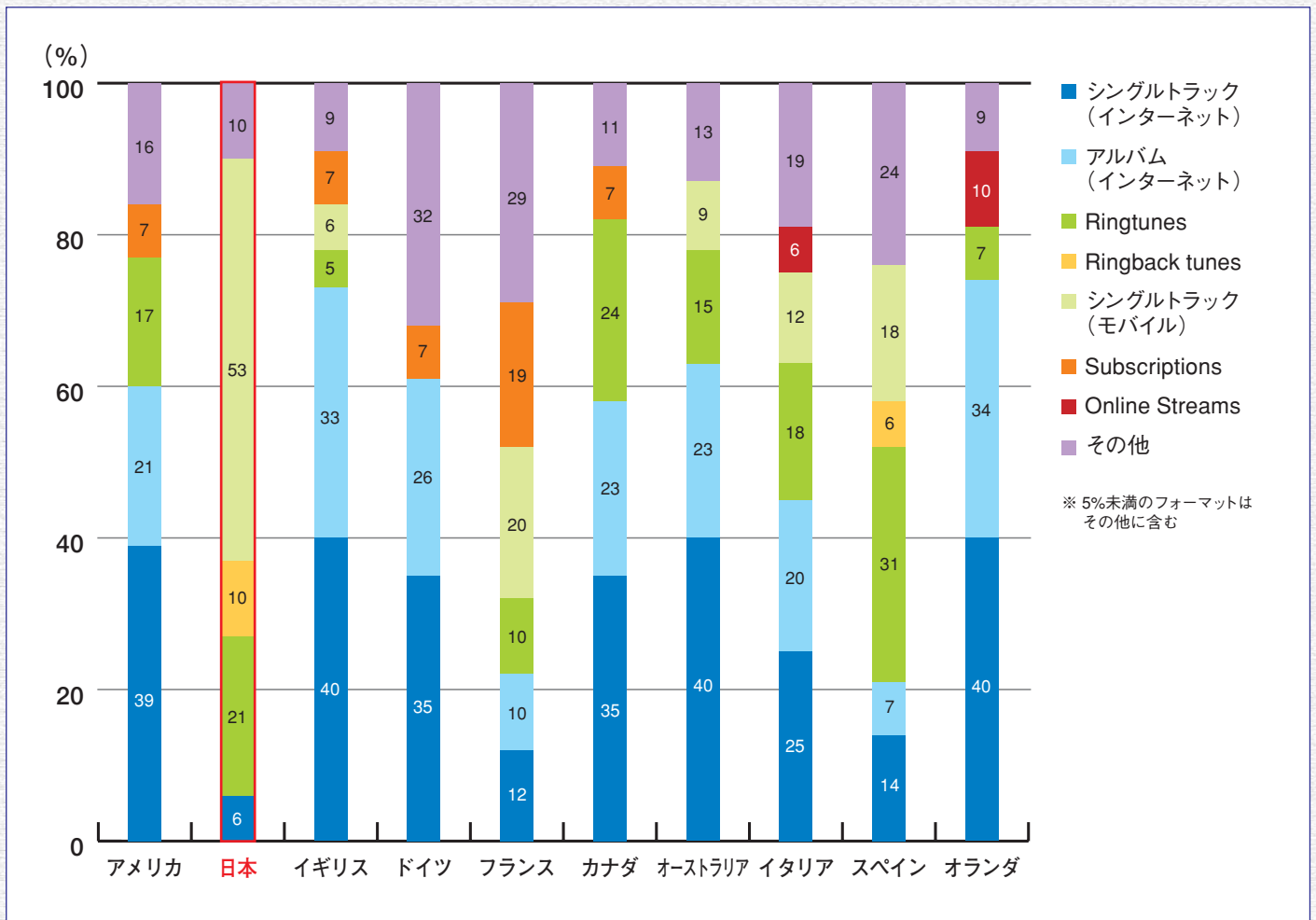
### ● 各国の音楽売上—メディア別割合



出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」



## ● 2008年 上位10カ国音楽配信売上一フォーマット別割合



出典：IFPI 「Recording Industry In Numbers 2009」

## 世界から見た日本の音楽マーケット

## 世界市場における日本の順位

・パッケージ	1位
・音楽配信	2位
・権利収入	4位
・トータル	2位

2008年の日本の音楽売上は世界的な減少傾向にある中で、0.9%増加した。音楽配信売上が権利収入とともに引き続き伸び、パッケージ売上の減少を補った。

音楽配信収入は25.4%の増加を記録し、そのうち88%をモバイル売上が占めた。モバイル収入の半分以上が、携帯端末へのシングルトラックのダウンロードだった。また、権利収入は3.5%増加した。

依然として洋楽に比べて邦楽の売上が好調で、日本の音楽売上の大半を占めた。世界におけるシングルトラック配信チャートには、青山テルマとGreeeeNが名を連ねた。

日本は、デジタル市場において違法行為の発生率は世界と比べると最低水準であるが、モバイルでの違法行為は、日本の音楽産業に悪影響を与えている。モバイルユーザーの35%が違

法サイトにアクセスし、Ringtones/シングルトラックを携帯端末にダウンロードしている。16～19歳の年齢層では、違法にアップロードされた音楽コンテンツのダウンロード率は60%に上っており、2006年の45%から上昇した。ダウンロード曲の70%は邦楽である。特に16～19歳の年齢層、続いて25～29歳の年齢層による違法なコンテンツからのダウンロードの増加により、合法的な音楽配信サイトからのダウンロードに深刻な影響を与えた(日本レコード協会調べ)。

アメリカや欧州とは異なり、2008年の日本の音楽売上はほかの娯楽部門を上回った。同年の日本のゲームソフト部門の売上は、3つの主要ゲーム機(Wii、PS3、Xbox 360)の売上が伸びたにもかかわらず販売金額ベースで7.9%減少し(エンターブレイン調べ)、ビデオ・DVD売上も、販売金額ベースで11.1%落ち込んだ(日本映像ソフト協会調べ)。

# 新たな世界を拓く デザインのパワーを学ぶ

## 当協会の慶應義塾大学寄付講座「クリエイティブ産業研究Ⅰ」公開講座より

当協会では2009年度、慶應義塾大学（前・後期）と立教大学（後期）において、寄付講座を開講している。次代を担う学生のコンテンツビジネスに対する理解を深め、あわせて知的財産を尊重する意識を高めることがその目的である。6月25日、慶應義塾大学の寄付講座では、平野拓夫氏、川崎和男氏、蓑豊氏という日本のデザイン界をリードする3名の重鎮をお招きし、「デザイン」の持つパワーに焦点をあてた公開講座を行った。

冒頭でコーディネーターとして本公開講座の構成にご尽力された平野氏より、日本のデザインの課題と可能性を示し、そのソリューションとしてデザイン教育・

研究の充実を呼びかけるメッセージが寄せられた。引き続き蓑氏より「楽しいデザインが経済を変える」、川崎氏より「デザインが世界を変える」と題する講義がなされた。デザインを通じて産業界にイノベーションをもたらしてきた3氏のコラボレーションにより、新しいクリエイティブなデザインのイメージは、限られた時間の中で確かな言葉で構築され、聴講した学生、社会人に伝えられた。

ここに蓑氏、川崎氏の講義内容の一端をご紹介します。併せて講義を踏まえた平野氏へのインタビューを掲載する。



### 講義ダイジェスト



## 楽しいデザインが経済を変える

金沢21世紀美術館特任館長 蓑 豊氏  
(サザビーズ北米本社副会長、大阪市立美術館名誉館長を兼務)

金沢市生まれ。慶應義塾大学文学部哲学科美学美術史学専攻卒業後、ハーバード大学大学院美術史学部博士課程修了、文学博士号取得。カナダ・モントリオール、アメリカ・インディアナポリス、シカゴの各美術館にて東洋部長を歴任。1996年大阪市立美術館長に就任。2001年より全国美術館会議会長。2004年、開館準備に尽力してきた金沢21世紀美術館初代館長に就任。2005年より金沢市助役。2007年金沢21世紀美術館特任館長、大阪市立美術館名誉館長となり、同年、サザビーズ北米本社副会長に就任。

「質の高い建築デザインが街を潤し、素晴らしい人材を豊かに育て、経済発展を促すきっかけになるのです」講義のなかで蓑氏は、自身の深い感動体験を聴衆に分かつかのように、言葉を変えながら、優れた建築デザインが人々のパワーを導くという内容のテーマを繰り返し訴えた。

蓑氏が取り上げたのは、アメリカ・インディアナ州にある小さな街「コロンバス」。インディアナポリスから車で40分ほど南下したところにある、トウモロコシ畑の広がる人口わずか4万人に満たない小さな街だ。ほかに目立つ産業は、世界的なディーゼルエンジンメーカーのカミンス社が本拠を置くくらいである。アメリカ中西部のどこにでもある街というイメージだろうか。ところがこの小さな街は、全米の有名な大都市にもないような際立った特徴を持っていた。優れたデザインによる街づくりに成功し、その美しい建築物のハーモニーを見ようと訪れる人々を全米、世界から数多く集めていたのである。この街づくりには、カミンス社社長を務めたJ. アーウィン・ミラー

氏の貢献があった。

「ミラーさんは会社を大きくしてビジネスを発展させるためには、何よりも優れた人材を集めることが大切だと確信していました。何の変哲もないコロンバスに、全米から優秀な人に来てもらうにはどうしたらいいか。ミラーさんは素晴らしいデザインの建築物がそのキーになると考えました」そして招聘されたのが、現代建築の中興の祖と目されるフィンランド出身の建築家、エリエル・サーリネンである。最初に当地で手がけたのは1942年完成のFirst Christian Church。スライドで映されたデザインの時代を超えるモダンさに驚かされた。同じくスライドに丁寧な解説を施しながら、蓑氏は、教会、図書館、消防署、小学校、高校、カミンス社社屋、銀行、郵便局、病院、市庁舎に至るまで、多くの有力な建築デザイナーの手になる建物で、街がまさに彩られていることを紹介していった。デザイン費用はカミンス社が負担し、子供が集まる教会や学校、図書館などを優先して市庁舎は後になって手をつけたことも



付け加えられる。

「人を大切にする考えに基づいて作られたこの環境に優れた人材が集い、生活する人々、学校で学ぶ子どもたちから素晴らしい人材が生まれているだろうということは、想像に難くありません。特に学校は外から様子を見られるようになっていのですが、本当に子どもたちが生き生きとしています。こういう学校で学びたかったな、この学校なら間違いのないだろうとつくづく感じ、その貢献度はすごいと思いました。日本でも、

デザインを通じた学びの場の環境整備が不可欠だと痛感しています」

デザインは街を豊かにし、それ以上に人を変え、子どもたちを育てていく。日本で、金沢21世紀美術館を通じて同様の取り組みを行った藁氏は、自身の活動を控えめに語り、最後に「デザインを社会に積極的に取り入れ、活用すれば日本経済もまた変わるだろう」と提言して、セッションを終えた。

講義ダイジェスト

## デザインが世界を変える

大阪大学大学院教授 川崎和男氏  
 (デザインディレクター、博士(医学)/名古屋市立大学名誉教授などを兼務。  
 日本産業デザイン振興会グッドデザイン賞審議委員会委員)

福井県生まれ。金沢美術工芸大学産業美術学科工業デザイン専攻卒業。デザインディレクターとして、伝統工芸品からメガネやコンピュータ、ロボット、原子力エネルギー、人工臓器、先端医療、海事戦略、宇宙空間の装置化などまで幅広く研究、教育、実務活動を行う。グッドデザイン賞総合審査委員長など行政機関での委員を歴任。毎日デザイン賞、BIO賞、国井喜太郎産業工芸賞、ICSID特別賞、SILMOグランプリ受賞など国内外での受賞歴多数。ニューヨーク近代美術館をはじめとする海外の主要美術館への永久収蔵、永久展示も多数。2006年には金沢21世紀美術館で「artificial heart : 川崎和男展」を開催。



最近まで、外務省の公務にて、日本のデザインパワーをアピールしてきた川崎氏は、当地で使ったプレゼン画面をプロジェクター2台でマトリックスに展開しつつ、講義を進めた。音楽と映像の醸すイメージの世界に引き込まれ、気がつけば息をもつかせない巧みな語りの渦に入っていく。氷の上に取り残された白熊を、危機を感じない我々人間になぞらえた話が聴く人の脳裏に刻まれたころ、まずは川崎氏の「自分のためのデザイン(一人称)」が語られた。

「僕の体にはICD(Implantable Cardioverter Defibrillator: 植え込み型除細動器)が入っています。28歳で交通事故に遭って、その後埋め込む手術を受けました。手術後のレントゲンを見て機械工学的に先々ネジが緩むと予想され、ドクターに噛み付いたんですが、そんなことは無いと言われた。ところが2年後に見事に緩んでしまったのです」この自身のエピソードを手始めに、話は川崎氏が東京大学と共同で取り組む人工心臓すなわち「Total Artificial Heart」の研究開発へ展開する。川崎氏の考案した全置換型人工心臓のモデルは、モントリオール科学センターに展示されている。世界から10点だけ選ばれた「21世紀の夢」に採用されたのだ。東大との共同研究の過程で、ビスの扱い一つにも敏感な生活用品を手がけたプロのデザイナーとして克明な図面を描き、大学教授の納得を引き出した話も披露された。

「去年突然この女性がテレビに現れまして、綺麗な人だと思ったら、僕のデザインした眼鏡をかけていたんです」アメリカ共和党副大統領候補となった元アラスカ州知事ペイリン氏の写真を見せながら、「あなたのためのデザイン(二人称)」の話に移行す

る。川崎氏のデザインした眼鏡は、眼鏡の産地、福井県鯖江市に本拠を置く老舗メーカーが製造する。アメリカでは著名人の愛好家が多く、パウエル元国務長官、女優のウーピー・ゴールドバーグ氏も名を連ねる。今回の大統領選では、メディアで「国民は彼女を見ているのではなく、彼女の眼鏡を見ている」と言及され、Kawasakiデザインの眼鏡は世界でブレイクした。クリップをヒントにネジを使わず、パーツを23点に減らしたことなどが特徴に紹介される。また2メートル先に65インチ・ディスプレイが見える将来の眼鏡の開発に成功したことも告げられた。

「今、三人称の「彼らのためのデザイン」としてPKD(Peace-Keeping Design)という運動を起こしています」国連のPKF、PKOの活動下でさえ、兵器の扱いに慣れていく当事国の子どもの現状を見せ、「政治も経済もダメ。デザインだけが世界を変える!」と力を込めて語る。活動がかたちになったものの一つに、使い切りワクチンのデザインがある。一回使うと針がたたみ込まれて使用不可となり、使用後に麻薬のために使われる危険性の大きい従来品の欠陥が解消されたユニークな構造に舌を巻いた。これ以外にも救急医療の現場で、患者を重症度、緊急性によって分別し、優先順位をつけるトリアージの改革などが紹介された。

川崎氏はさらに、地球上の人口約67億人の65%を占める約45億人が年収5万円以下の生活を送る現状を話し、これらの人たちのために何を行うかが資本主義体制の革新であると語り、デザインが未来に希望の輝きを投げることを示唆して締めくくった。



## INTERVIEW

デザインに心を込めて、  
人間味のあるものづくりを

日本の工業デザインの草創期を拓いた平野拓夫氏は、日本デザイン界のまさに巨匠である。また川崎和男氏の直接の師であり、蓑豊氏のよき相談相手でもある。平野氏に今回の公開講座の意義、日本のデザイン界の課題や進むべき方向性などについてお話を伺った。

前金沢美術工芸大学 学長 平野拓夫

(株式会社平野デザイン設計名誉会長、多摩美術大学名誉教授、金沢美術工芸大学名誉教授、北陸大学学術研究顧問・客員教授などを兼務)

函館市生まれ。東京芸術大学工芸科卒業。通商産業省に奉職。1955年に日本政府選衛海外派遣留学生としてアメリカのアートセンター・カレッジ・オブ・デザインでデザインを学ぶ。帰国後、日本政府の要請により1957年、東京芸術大学、金沢美術工芸大学、女子美術大学の3校で日本で初めて本格的なデザイン教育を開始する。海外模倣品の多かった日本で、独創的な商品開発を促すべく通商産業省グッドデザイン商品選定制度を提案し、創設する。1970年には平野デザイン設計を設立し、デザイン・建築・CI、企業経営戦略としての商品開発、デザインマネージメント業務を遂行した。1992年第一回デザイン功労者表彰受賞。2007年叙勲。瑞宝中綬章を受章。

日本の工業デザイン界の草分けを担ってこられましたか、  
エピソードをご紹介いただけますか。

戦後間もないころの日本は、質の高い海外の模倣品を製造・輸出していました。昔から舶来品を尊んできた日本では、模倣の抵抗感は少なかったんですね。しかし質が良くて安いと海外の製造側から苦情が激しくなった。さらに日本製品ボイコット運動が起きた。そこで関係省庁が国連などから話を聞き、独創的なものづくりが必要だと認識するようになります。それが「デザイン」だったんです。本当はどういうものか分からない状況で、独創的な工業デザインに携わる人の育成が急務となり、それを担う教育者の養成も急がれました。そこで当時通産省に勤務していた私がアメリカの大学に留学して学ぶことになりました。

留学時代は4年のコースを1年でやり遂げる、大変ハードなカリキュラムを受けました。辛かったですよ。週に3日間徹夜は当たり前の世界。帰国してからは東京芸術大学、金沢美術工芸大学、女子美術大学の3校で本格的なデザインを教えることになりました。

## 講師を務めたお二人とも

## 少なからぬ縁がおりだと伺っています。

川崎和男氏は金沢美大での教え子の一人です。私は世界の留学生の熱意に触れ、日本でも優れた人材を作りたいと、指導も自然に熱を帯びました。川崎氏などからは「鬼」と呼ばれたようです(笑)。彼には学生時代に課題のやり直しを8回命じたことがあります。それでも彼は、最後までついてきて、辛さを越え9回目にすばらしい作品ができました。「君は見どころがあるから完璧を求めたんだ。途中でだめだと思ったらここまで徹底しなかったよ」と言ったら、彼は大きな達成感を得て、本当にスパルタ教育に耐えてくれました。現在彼は国際的な活動としてデザインと医学を融合し、世界的に注目されています。

蓑豊氏とは、私が金沢美大の学長を務めていたのと同時期に、金沢21世紀美術館の館長として来られた縁があります。そこで公私にわたり話し合う関係ができ、一緒に海外視察にも行きました。

彼は常に「もの」や「こと」に対して視点を変えて立ち向かい画期的なアイデアを創出し、かかわる人達に感動を与え具現化する。それに信用が伴い、世界的に広いネットワークを持つ人物です。ミーティングやパーティー等で違う国の方4、5人と異なるテーマの話をしていても、それぞれに笑いながら対応し同時進行している様子は、まるで聖徳太子のようです。彼の業績は、美術館において子ども達が直接触ることができる作品を取り込むことで、感動体験を提供する場を作ったこと。それが子ども達の感性を育てる基礎を醸成させました。

日本の産業界でのデザインの位置づけ、  
これからの課題についてお聞かせください。

デザインの本当の意味は、多様な関わりで問題点を見出して解析し、知的に解決し、具現化する。この一連のプロセスを指します。そうなるあらゆるクリエイティブな活動がデザインになります。

今まで日本のものづくりは縦割りで行ってきました。早く、大量生産できる。そこではデザイン要素は最後に少しアレンジされるのが常でした。間違いのない製品だが、人に訴える部分が欠けてきました。独創性はあっても、人間味が薄い。残念です。これからの日本は、温かさや人間性を大切にしなければならない。ライバル国とコスト競争に陥らない、デザインで選ばれる製品が新たな活路を開きます。

造形やデザインの世界は音楽と似ています。心を込めることが人に訴えるプロダクトやプロセスを生むのです。聴く人と同じく、使う人との心の交流が不可欠です。これから求められるのは、それができる強力なリーダーシップを持った人物の育成です。たとえば川崎氏や蓑氏のような方々ですね。それを私はデザイン戦略と呼んで、推進しています。そこでは、学際的な活動がキーになり、総合大学で学部卒業生や社会人が横断的にデザインを学ぶ仕組みが、非常により教育体制になる。今回、本講座の担当教官である慶應義塾大学アートセンター所長・美山良夫教授との出会いに恵まれ、総合大学である慶應義塾大学で公開講座を実施できました。私たちの活動の広がりにとってもより重要なきっかけになったと思います。

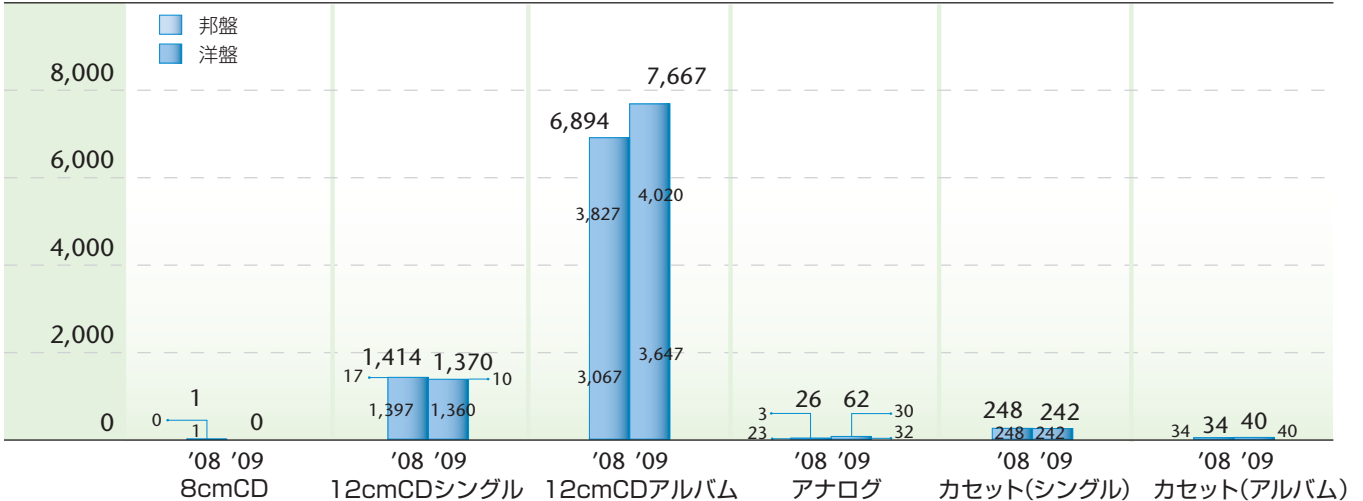


## 2009年1月～6月新譜タイトル数

2009年(平成21年)上半期(1-6月)発売の新譜タイトル数がまとまった。オーディオは、合計で前年同期比109%の9,381タイトルとなった。また、音楽ビデオについては、合計で前年同期比94%の749タイトルとなった。

### ● オーディオレコード新譜数

タイトル



### ● オーディオレコードジャンル別新譜数

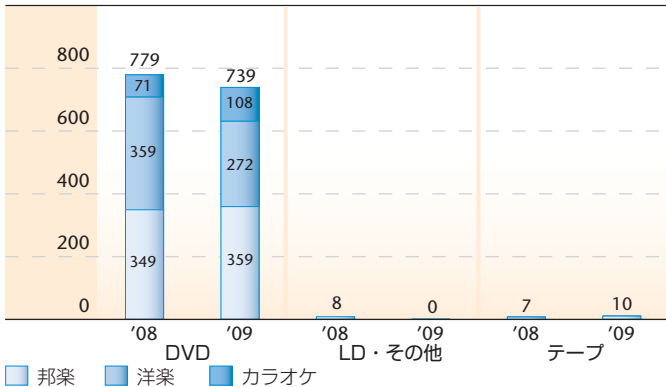
単位:タイトル

ジャンル	8cmCD	12cmCD			アナログ	カセット		合計	
		シングル	アルバム	計		シングル	アルバム		
邦盤	演歌		252	176	428	1	213	35	677
	ポップス・歌謡曲	0	512	917	1,429	1	12	1	1,443
	ニューミュージック	0	379	1,473	1,852	29	0	0	1,881
	小計	0	1,143	2,566	3,709	31	225	36	4,001
	軽音楽	0	5	208	213	0	0	0	213
	民謡・純邦楽	0	9	50	59	0	11	3	73
	教育・教材・童謡・童話	0	1	96	97	0	0	1	98
	アニメーション	0	146	230	376	0	0	0	376
	クラシック	0	0	141	141	1	6	0	148
	カラオケ	0	0	10	10	0	0	0	10
その他	0	56	346	402	0	0	0	402	
邦盤計	0 (-)	1,360 (97%)	3,647 (119%)	5,007 (112%)	32 (139%)	242 (98%)	40 (118%)	5,321 (112%)	
洋盤	ロック・ディスコ	0	8	1,868	1,876	0	0	0	1,876
	ジャズ・フュージョン	0	0	827	827	30	0	0	857
	ポピュラーソング	0	1	316	317	0	0	0	317
	映画音楽	0	1	122	123	0	0	0	123
	その他	0	0	72	72	0	0	0	72
	小計	0	10	3,205	3,215	30	0	0	3,245
	クラシック	0	0	809	809	0	0	0	809
その他	0	0	6	6	0	0	0	6	
洋盤計	0 (-)	10 (59%)	4,020 (105%)	4,030 (105%)	30 (1000%)	0 (-)	0 (-)	4,060 (106%)	
合計	0 (-)	1,370 (97%)	7,667 (111%)	9,037 (109%)	62 (238%)	242 (98%)	40 (118%)	9,381 (109%)	

( ) 内は対前年比

### ● 音楽ビデオ新譜数

タイトル



### ● 音楽ビデオジャンル別新譜数

単位:タイトル

ジャンル	ディスク		テープ	合計
	DVD	LD・その他		
邦楽	359	0	10	369
洋楽	272	0	0	272
カラオケ	108	0	0	108
合計	739 (95%)	0 (-)	10 (143%)	749 (94%)

( ) 内は対前年比

特報

Special Report

# JAPAN国際コンテンツフェスティバル2009

## パリで開催された世界最大級の日本ポップカルチャーイベント「JAPAN EXPO 2009」に出展



コ・フェスタ記者会見の様子

### ■ 記者会見登壇者(敬称略)

- 重延 浩(コ・フェスタ エグゼクティブ・プロデューサー)
- 杏(モデル、女優)
- 青木 定治(シェフ・パティシエ、「夢色パティシエール」監修)
- 石川 みちる((株)プロダクション・アイジー 取締役)
- オキモト シュウ(「神の雫」作家)
- 松島 紫代(女優)
- 分島 花音(チェロ・ヴォーカリスト)

### ■ JAPAN EXPO概要

- 日程: 2009年7月2日(木)~5日(日)  
9時30分~19時(初日のみ11時30分~)
- 会場: フランス・パリノール ヴィルパント展示会会場  
(PRRC D'EXPOSITIONS PARIS-NORD VILLEPINTE)
- 主催: S.E.F.A.
- 公式サイトURL: <http://www.japan-expo.com/art-1-fr-festival.html>



7月2日から5日、JAPAN国際コンテンツフェスティバル2009(コ・フェスタ)は、フランス・パリにおいて開催された日本ポップカルチャーイベント「JAPAN EXPO 2009」に出展し、コ・フェスタ2009の記者会見を行った。

「JAPAN EXPO 2009」は、マンガ・アニメ・ゲーム・音楽等を中心に日本のポップカルチャーをテーマに開催される世界最大規模の日本専門イベントであり、今年で10年目を迎え、来場者は16万人を超えた。

コ・フェスタは、総合的日本ブランド発信イベントとしての機能をさらに拡充・強化することを目的に「JAPAN EXPO 2009」へ出展、日本の最新コンテンツやコ・フェスタを世界に向けて発信した。さらに、昨年は日本国内で開催したコ・フェスタ記者会見を日本カルチャーが広く親しまれているパリで開催することにより、イベント知名度の向上を図った。

会場には、フランス国内にとどまらず、欧州各国から、いわゆるコスプレの格好をした多くの若者が集まった。日本のマンガ・アニメ・ビジュアル系音楽もそのオリジナル性が高く評価され、受け入れられているのが目に見えてわかる。文化的にも歴史あるフランスにおいて日本のカルチャーが評価されることは、コ・フェスタにとって、海外展開をさらに積極的に推し進めるきっかけとなるであろう。



会場内の様子



コスプレの格好でイベントに集まる若者達

当協会業務部海外グループ阿部担当部長と(財)音楽産業・文化振興財団の桑原専務理事は、「JAPAN EXPO 2009」を視察、また10月に開催する「東京アジア・ミュージックマーケット(TAM)」にフランスから招聘する予定の音楽関係者を訪問し、TAMに期待することやフランス国内での日本音楽の受け入れ状況等について聴取した。

次頁に聴取内容を紹介します。



■会社名 ■氏名

**believe** (配信事業者)

**Romain Vivien**



● **TAM参加の目的**

日本の中堅メーカーに興味があり、可能であれば、海外アグリゲーターとして契約したい。欧米等へビジネスを進めていく上でのパートナーを探している。また、フランスではマネージメント業が未発達だが、日本の進んだマネージメント方法も勉強したいと思っている。

● **興味ある日本音楽ジャンル**

欧州マーケットでは、J-POPを売る環境が構築されたためJ-POPに大変興味がある。2~3年前、日本のビジュアルバンドに触発されたドイツの「TOKYO HOTEL」というバンドが欧州全域でアイドル的に大成功した例もある。

● **要望**

- ①日本のレコード会社がデジタルのリセールをどう希望しているか、日本の各社の状況を調べて教えて欲しい。
- ②日本のHIP HOPアーティストは海外進出に興味があるか教えて欲しい。当社ではHIP HOP女性アーティストを抱えているので、日本のHIP HOPアーティストとコラボレーションさせたいと考えている。

**Modulor** (レコードメーカー)

**Elvin Pagiras**



● **TAM参加の目的**

日本のメジャーメーカーおよび中堅インディーズメーカーに会ってコンサートブッキングも含めて契約を実現したい。

● **興味ある日本音楽ジャンル**

エレクトロ、JAZZ、Club Jazz、HIP HOP等の中で、特にお洒落なアーティストに興味を持っている。

● **要望**

TAMに参加する日本のメーカー情報を事前に教えてほしい。

**IDOL** (配信事業者)

**Pascal Bittard**



● **TAM参加の目的**

インターナショナルに通じるビジネスパートナーを見つけ、アグリゲーターとして欧米へのビジネスを行いたい。日本でも、iTunes JAPAN、ナップスター、HMV JAPANとビジネスを始める予定だが、日本のアグリゲーターと組み、相互乗り入れの可能性も考えたい。

● **興味ある日本音楽ジャンル**

世界に通用するポテンシャルあるものすべてに興味があり、伝統音楽や特殊な音楽も需要はあると思っている。

● **要望**

TAMで日本に行く前に、日本のメーカーにIDOLの存在を伝え、お互いに事前に目処を立てて参加したい。

**NO FORMAT** (レコードメーカー)

**Laurent Bizot**



● **興味ある日本音楽ジャンル**

アニメソングでもお洒落なものに興味がある。(例：松本零士・ダフトパンク)また、ワールドミュージックやクロスオーバー的な作品、特に個性の強い作品や2つのジャンルのコラボされた作品に興味がある。(例：伝統的なジャンル+現代的なジャンル)何故ならばフランスは移民の歴史のため、さまざまな人種が多く、さまざまな

文化を消化できる土壌があるため。

また自分の方向を追求しているアーティストや独自のスタイルを持ったアーティストに会いたい。

- ⇒ 伝統楽器を使いモダンなことをやっているようなアーティスト。
- ⇒ エレクトロではほかの人が追従できない先見性を持ったアーティスト。
- ⇒ 映像面で重要性を発揮しているアーティスト。

● **要望**

TAMで日本に行った際ライブを見たいので、JAZZのライブ情報が欲しい。

**Naive** (レコードメーカー)

**Thomas Lorain**

● **TAM参加の目的**

日本に行くからには、ビジネスとして継続し結果を出していきたい。

● **興味ある日本音楽ジャンル**

日本文化の波は来ていると感じているためJ-POP全般に興味があるが、特にマンガマニアの貪欲な探究心から、マンガ周辺のコンテンツが売り易いと思っている。またJAZZ・パンクロックのアーティストはフランスのアーティストとのコラボも視野に入れて育成可能。

● **要望**

- ①アニメソングライブに大変興味があり、出演者・曲目・原題等を事前に知りたい。
- ②プレゼン・アーティストのジャンル・内容およびキャリアの程度を知りたい。

**fnac** (販売店)

**Eurydice Montrobert**



● **日本音楽について**

3カ月前「分島花音」のインストイベントを開催。アルバム価格は50ユーロと高額であったが、500枚が即完売した。マンガやゲームに興味を示すオタク層が日本人アーティストに飛び付きやすいターゲットで、

この1~2年間で日本音楽を積極的に売る良いタイミングだと考えている。

● **今後の予定**

来年6月1週間、オランピア劇場やゼニットでのJ-POPコンサートを企画中、また例年7/15~8/15の間、週3回セーヌ川のほとりで音楽祭が開催されるが、来年は日本音楽をテーマとしても良いと考えている。

# Monthly Production Report

## 2009年6月度レコード生産実績

6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73%の2,040万枚・巻、金額で同67%の224億円となりました。内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比69%の1,640万枚・巻、金額で同66%の190億円、音楽ビデオが、数量で前年同月比95%の401万枚・巻、金額で同75%の34億円となっています。

この結果、2008年上半年(1-6月)の音楽ソフトの生産実績は、数量で前年同期比86%の1億2,883万枚・巻、金額は前年同期比81%の1,480億円となりました。内訳では、オーディオレコードが、数量で前年同期比83%の1億1,150万枚・巻、金額で同81%の1,189億円、音楽ビデオが、数量で前年同期比100%の2,734万枚・巻、金額で同84%の291億円となっています。

### ● オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

		6月実績						2009年1月～2009年6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	8cmCD	邦	5	0	61%	3	0	62%	42	0	36%	23	0	34%
		洋	0	0	50%	0	0	50%	3	0	10%	1	0	17%
		計	5	0	61%	3	0	62%	45	0	31%	24	0	33%
ン	12cmCD	邦	3,643	22	88%	2,793	15	93%	22,734	22	88%	17,496	15	90%
		洋	48	0	83%	34	0	80%	192	0	57%	109	0	82%
		計	3,691	23	88%	2,827	15	93%	22,926	23	88%	17,605	15	90%
ル	小計	邦	3,649	22	88%	2,796	15	93%	22,776	22	88%	17,519	15	90%
		洋	48	0	83%	34	0	80%	195	0	53%	110	0	80%
		計	3,697	23	88%	2,830	15	93%	22,971	23	87%	17,629	15	90%
12cmCD アルバム	邦	9,215	56	65%	12,164	64	62%	55,933	55	86%	75,057	63	80%	
	洋	3,217	20	66%	3,832	20	68%	20,276	20	73%	24,331	20	77%	
	計	12,432	76	65%	15,996	84	63%	76,209	75	82%	99,387	84	80%	
CD 合計	邦	12,864	78	70%	14,961	79	66%	78,709	78	86%	92,576	78	82%	
	洋	3,265	20	66%	3,865	20	68%	20,471	20	73%	24,441	21	77%	
	計	16,129	98	69%	18,826	99	66%	99,180	98	83%	117,016	98	81%	
アナログ ディスク	邦	5	0	177%	11	0	417%	33	0	56%	63	0	73%	
	洋	1	0	12%	1	0	8%	15	0	39%	20	0	26%	
	計	5	0	67%	13	0	74%	48	0	49%	83	0	51%	
カセット テープ	邦	266	2	64%	203	1	68%	2,082	2	85%	1,568	1	80%	
	洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	
	計	266	2	63%	203	1	68%	2,082	2	85%	1,568	1	80%	
その他	邦	-11	-	-	-42	-	-	99	0	69%	105	0	42%	
	洋	9	0	11%	9	0	14%	86	0	66%	163	0	99%	
	計	-2	-	-	-32	-	-	185	0	68%	268	0	64%	
合計	邦	13,124	80	70%	15,133	80	66%	80,923	80	86%	94,312	79	82%	
	洋	3,275	20	65%	3,876	20	67%	20,572	20	73%	24,623	21	77%	
	計	16,399	100	69%	19,009	100	66%	101,495	100	83%	118,935	100	81%	

### ● 音楽ビデオ

		6月実績						2009年1月～2009年6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	3,716	93	96%	2,906	86	72%	25,427	93	101%	26,243	90	83%
	洋	225	6	70%	392	12	86%	1,730	6	87%	2,422	8	80%
	計	3,942	98	94%	3,298	97	74%	27,157	99	100%	28,666	99	83%
テープ・LDその他		63	2	523%	97	3	293%	178	1	292%	415	1	294%
合計	邦	3,778	94	98%	2,997	88	74%	25,594	94	101%	26,626	92	84%
	洋	227	6	71%	398	12	87%	1,741	6	88%	2,454	8	81%
	計	4,005	100	95%	3,395	100	75%	27,335	100	100%	29,081	100	84%

### ● 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	6月実績						2009年1月～2009年6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	16,399	80	69%	19,009	85	66%	101,495	79	83%	118,935	80	81%
音楽ビデオ	4,005	20	95%	3,395	15	75%	27,335	21	100%	29,081	20	84%
合計	20,404	100	73%	22,404	100	67%	128,830	100	86%	148,015	100	81%

### ● ビデオ(含音楽ビデオ)

	6月実績						2009年1月～2009年6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	8,343	98	107%	14,881	95	105%	50,124	98	107%	86,889	96	96%
テープ・LDその他	209	2	499%	801	5	637%	982	2	611%	3,946	4	773%
合計	8,552	100	110%	15,681	100	110%	51,106	100	109%	90,835	100	100%

### ● オーディオ/ビデオ合計

	6月実績						2009年1月～2009年6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	16,399	66	69%	19,009	55	66%	101,495	67	83%	118,935	57	81%
ビデオ	8,552	34	110%	15,681	45	110%	51,106	33	109%	90,835	43	100%
合計	24,951	100	79%	34,690	100	81%	152,600	100	90%	209,769	100	88%

備考 1. 上記実績は、会員会社「58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

##### ● ミリオン

塩、コショウ	GReeeeN	2009.6.10	UM
--------	---------	-----------	----

##### ● ダブル・プラチナ

Superfly	Superfly	2008.5.14	WJ
----------	----------	-----------	----

##### ● プラチナ

THE GREAT VACATION VOL.1	GLAY	2009.6.10	EMI
残響	福山雅治	2009.6.30	UM
アルトコロニーの定理 (*)	RADWIMPS	2009.3.11	EMI

##### ● ゴールド

VAMPS	VAMPS	2009.6.10	AMI
HOCUS POCUS	木村カエラ	2009.6.24	C
三文ゴシップ	椎名林檎	2009.6.24	EMI
supercell	supercell feat. 初音ミク	2009.3.4	MH
début	辻井伸行	2007.10.24	AMI
ULTIMATE DIAMOND	水樹奈々	2009.6.3	K
FAMILY	May J.	2009.5.27	AMI

### シングル

##### ● プラチナ

たんぼぼ/海賊船/其の拳	遊助	2009.6.24	SR
--------------	----	-----------	----

##### ● ゴールド

Journey through the Decade	Gackt	2009.3.25	AMI
SAY YOUR DREAM (*)	GLAY	2009.3.4	EMI
手紙～親愛なる子供たちへ～	樋口了一	2008.10.22	TE
スピリット	V6	2009.6.17	AMI
again	YUI	2009.6.3	SR

### 洋楽

#### アルバム

##### ● ゴールド

エアロスミス濃縮極極ベスト	エアロスミス	2006.11.1	SI
カーペンターズ40/40〜ベスト・セレクション	カーペンターズ	2009.4.22	UM
The E.N.D.	ブラック・アイド・ピーズ	2009.6.3	UM
ザ・フェイム	レディー・ガガ	2009.5.20	UM

(\*) 2009年3月度認定追加分

※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®、着うたフル®, パソコンダウンロードシングル・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、100万毎に賞を設定

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

※AI:ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ/  
 AMI:エイベックス・マーケティング/C:コロムビアミュージックエンタテインメント/CR:日本クラウン/EMI:  
 EMIミュージック・ジャパン/K:キングレコード/MH:ソニー・ミュージックダイレクト/PC:ポニーキャニオン/  
 SE:エスエムイーレコーズ/SI:ソニー・ミュージックジャパンインターナショナル/SN:SENHA & CO./SR:ソニー・ミュージックレコーズ/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/WJ:ワーナーミュージック・ジャパン

## 有料音楽配信(「着うた®」他)

※「着うた®」「着うたフル®」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。

### 「着うた®」

#### 邦楽

##### ● ミリオン

Love Forever	加藤ミリヤ×清水翔太	2009.4.12	SR
遥か	GReeeeN	2009.4.14	UM
もう一度...feat.BENI	童子-T	2008.4.11	UM

##### ● ダブル・プラチナ

大阪LOVER	DREAMS COME TRUE	2007.2.11	UM
---------	------------------	-----------	----

### 「着うたフル®」

#### 邦楽

##### ● ダブル・プラチナ

遥か	GReeeeN	2009.5.20	UM
----	---------	-----------	----

##### ● プラチナ

1/6000000000 feat.C&K	九州男	2008.2.5	CR
Garden	May J.	2009.5.1	AMI

##### ● ゴールド

WILD	安室奈美恵	2009.3.25	AMI
手紙。。 feat. hiroko (mihimaru GT)	九州男	2007.10.31	CR
ありあまる富	椎名林檎	2009.5.11	EMI
sad to Say	JASMINE	2009.6.17	AI
さくら	高野健一	2007.3.16	CR

兄弟船	鳥羽一郎	2005.4.25	CR
空色デイズ	中川翔子	2007.6.27	SR
化身	福山雅治	2009.5.20	UM
TRUE LOVE	藤井フミヤ	2005.12.14	PC
アベマリア	MINMI	2009.6.3	UM
母賛歌	Metis	2008.2.29	CR
アイシテル	MONKEY MAJIK	2009.5.27	AMI
ただ、ありがとう	MONKEY MAJIK	2008.8.20	AMI
Get Along Together 一愛を贈りたいから	山根康広	2007.11.21	CR
again	YUI	2009.6.3	SR
たんぼぼ	遊助	2009.6.24	SR
大迷惑(シングル・ヴァージョン)	ユニコーン	2006.2.22	SE

### 洋楽

##### ● ゴールド

デンジャー・ゾーン	ケニー・ロギンス	2004.11.4	SI
パンプ・イット	ブラック・アイド・ピーズ	2005.10.12	UM
イツ・マイ・ライフ	ボン・ジョヴィ	2005.10.19	UM

### PC配信(シングル)

#### 洋楽

##### ● ゴールド

ユー・レイズ・ミー・アップ	ケルティック・ウーマン	2007.6.1	EMI
---------------	-------------	----------	-----

※日付は配信開始日

## 協会からのお知らせ

当協会のオフィシャルサイトでは、利便性の向上を図る為、「InfoBee/iS ASPサイト内検索ASPサービス」を導入し、検索機能を強化しました。

本サービスの特徴として、検索の結果画面に各ページのサムネイルを表示し、マウスポイントにて拡大、スクロールされる機能を有しており、ページ全体のイメージが俯瞰的に閲覧でき、簡単に必要なページ情報を探す事が可能となりました。

新しい検索機能をぜひお試しください。



Respect  
our MUSIC



携帯音楽を守りたい

違法な音楽ファイルの利用はやめましょう

<http://www.mamo-on.jp>

**THE RECORD No.597 2009年8月号**  
社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 石坂 敬一  
編集人 生野 秀年  
発行日 2009年8月10日  
発行 社団法人 日本レコード協会  
〒107-0061 東京都港区北青山2-12-16 北青山吉川ビル11F  
TEL. 03-6406-0510(代) FAX. 03-6406-0520(代)  
URL: <http://www.riaj.or.jp/>

制作協力 株式会社エフビーアイ・コミュニケーションズ

### 編集後記

この夏は、音楽イベントに参加する機会に恵まれました。音楽とアーティストのパワーに浸れる数時間は、まるで別の空間で過ごしているようで、心と身体にたっぷりエネルギーがチャージされるのを感じます。7月に発表された上半期の生産実績はため息の出るような数字でしたが、2008年世界のパッケージ売上第1位を記録した日本の音楽のパワーを信じて、業界の活性化に取り組んでいきたいと思えます。

(T)

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