

The Record

vol.691
2017
june

6



| 2016 年世界の音楽産業
| 著作権保護・促進センター 4 年間の活動について



Monthly News Digest

Contents

Monthly News Digest.....	1
特 集	
2016 年世界の音楽産業.....	3
特 報	
著作権保護・促進センター 4 年間の活動について	9
ヒットの裏側	11
Data File	12
Monthly Production Report.....	13
GOLD DISC	14

4/26 PROMICセミナー開催

4月26日、当協会会議室にて PROMIC による海外担当者向けのセミナーが行われた。本セミナーは、「世界のデジタル音楽市場における日本の音楽の可能性」をテーマに昨年度からさまざまな講師を招聘して開催されており、4 回目となる今回は、グーグル合同会社 ミュージックパートナーシップマネージャーの鬼頭武也氏をスピーカーに招き、講演が行われた。当日は海外担当者・デジタル担当者を中心に約 50 名が参加し、講演は、まずグーグルの音楽サービス「Google Play Music」「YouTube」等の紹介に始まり、後半は海外での日本音楽の認知拡大・ファン獲得に大きな役割を果たしている動画投稿サイト「YouTube」にフォーカスし、具体的なノウハウや活用方法に関するレクチャーが行われた。



4/26 業界紙懇談会開催

4月26日、当協会は、東京都千代田区の霞山会館において業界紙懇談会を開催した。冒頭、当協会斉藤会長より平成 29 年度のスタートにあたって本年度の方針が述べられ、続いて、原専務理事および高杉常務理事より平成 29 年度事業計画の詳細について説明

が行われた。今回の業界紙懇談会には 11 社 13 名の記者が出席し、活発な質疑応答、意見交換がなされた。



5/10・11 IFPI国際演奏権委員会開催

5月10日・11日の2日間、イタリア・ミラノにおいて IFPI 国際演奏権委員会 (Global Performance Rights Committee) が開催され、当協会著作権・契約部の荻部契約担当課長が出席した。

この会議は、各国で集中管理されているレコード使用料（放送・演奏・配信分野のレコード著作権隣接権料）について、徴収・分配面の課題を検討する場として毎年開催されるものであり、世界各国のレコード権利管理団体およびメジャーレーベルの担当責任者など計 110 名が参加した。

会議の冒頭、IFPI 事務局から 2016 年の全世界レコード使用料徴収額が速報値として紹介された後、使用料別に各国動向・最新判例の紹介と課題検討が行われた。放送使用料については、米国から衛星デジタルラジオ (SiriusXM など) のレコード使用料に関する新規策定の進行状況が紹介され、フロアの関心を集めた。そして、世界 145 カ国で導入されているレコード演奏の著作権隣接権に関しては、使用料水準の国際比較や徴収・分配業務の効率化に向けた各国取り組みのプレゼ



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

ンテーションがなされ、活発な意見交換がなされた。その他、国境を越えた配信サービスへの対応について、各国で実効的な管理を進めるために、契約条件の精緻化を図る必要性があることが確認された。



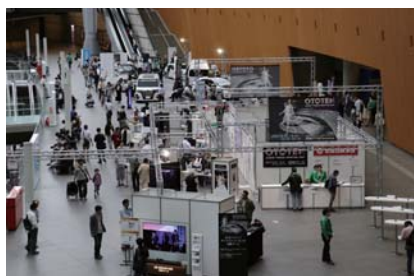
5/13・14 「OTOTEN2017」開催

5月13日・14日の2日間、東京都千代田区の東京国際フォーラムにて、一般社団法人日本オーディオ協会（JAS）主催、当協会などの後援による「OTOTEN2017」が開催された。

今回は、「自分好みのリスニングスタイルとの出会い」をテーマに掲げ、これまでハード機器を中心に開催されていたオーディオ・ホームシアター展の展示・イベント内容を一新。スマートフォンからヘッドホン、ハイレゾ・カーオーディオ・ホームオーディオまで国内外のメーカー92社が出展し、来場者は2日間で1万3,000人となった。

当日はスポティファイジャパン株式会社 代表取締役社長 玉木一郎氏による講演をはじめ、オーディオストーリーミング・ハイレゾといったコンテンツ配信サービスに焦点を当てた体験の提供や、「OTOTEN 大使」と呼ばれるアーティストによるプロモーションイベントの実施、音楽ライブ開催などが展開され、好評を博した。従来のオーディ

オフアンのみならず、幅広い音楽ファンに向けても魅力的な展示会となり、訪れた人々が各ブースを熱心にまわって、担当者に質問する様子が見受けられた。



経済産業省からのお知らせ

平成29年特定サービス産業 実態調査の実施について

経済産業省では、平成29年7月1日現在で統計法（平成19年法律第53号）に基づく基幹統計調査として、「平成29年特定サービス産業実態調査」を実施します。本調査は、サービス産業の実態を明らかにし、サービス産業に関する施策の基礎資料を得ることを目的としております。

調査対象事業所・企業の方々には、6月中旬頃から順次、調査関係書類を送付させていただく予定ですので、ご回答をいただけますようよろしくお願いいたします。

●●● 会員社のお知らせ ●●●

■ 代表者変更（4月1日付）

株式会社ソニー・ミュージックアーティスツ
（賛助会員）

変更後：代表取締役 斉藤 剛

変更前：代表取締役 高橋 章、中山 道彦

2016年世界の音楽産業

IFPI（国際レコード産業連盟）は、年次レポートの「Global Music Report 2017」を発行した。2016年の世界の音楽産業概況をダイジェストで紹介する。



総売上は2年連続でプラス成長、約半分を音楽配信が占める

2016年の全世界音楽売上は、前年を**5.9%上回る156億8,000万ドル**となり、2年連続の成長となった。IFPIの調査によれば、本レポートで紹介する音楽市場TOP20カ国のうち17カ国、全61カ国のうち51カ国において売上が増加した。これは、1997年にIFPIが産業統計を開始してから最も高い成長率である。一方で、その構成比をみると、21世紀初頭はパッケージ売上のみ（そのほとんどがCDによるもの）であったのに対し、2016年は総売上の約半分を音楽配信売上が占めた。その中でも、50%以上がストリーミング収入となるなど、大きな変化が見られる。

ストリーミングによる収入は、全世界で17億2,000万ドル（60.4%）増加し、45億6,000万ドルに達した。その大半（87.9%、40億ドル以上）は、サブスクリプションサービスや広告収入型サービス（Spotify、Apple Music、Deezer、QQ Music、Napster、Melon）が収入源である。数億人ものユーザーが音楽視聴に利用するYouTubeなどの動画ストリーミングサービスによる収入は、12.1%（5億5,280万ドル）にとどまった。

ストリーミング売上の伸びは、減少を続けるパッケージ売上とダウンロード売上を埋め合わせて余りある勢いである。7.6%の減少を喫したとはいえ、CDやアナログレコードなどのパッケージは重要な収益分野であり、2016年の総売上に53億7,000万ドル貢

献している。ダウンロード売上は20.5%減の23億6,000万ドルで、2015年よりもさらに急激な減少となったが、これはユーザーが、音楽の聴き方を次第にストリーミングサービスに切り替えるようになったためである。

演奏権収入（放送や公衆演奏で使われる音楽からの収入）は7.0%増の21億5,000万ドルで、5年連続の増加となった。シンクロ収入（テレビCM、映画、ゲーム等で音楽を使用する際の使用料）も同様に2.8%伸長し、3億6,410万ドルに達している。

● 世界音楽売上（2015年～2016年）

金額：百万 US ドル

	2015 年	2016 年	前年比
パッケージ売上	5,800	5,400	▲ 7.6%
音楽配信売上	6,600	7,800	17.7%
演奏権収入	2,000	2,200	7.0%
シンクロ収入	400	400	2.8%
合計	14,800	15,700	5.9%

出典：IFPI「Global Music Report 2017」



主要市場概観

世界最大の音楽市場である**アメリカ**は、2015年の49億4,000万ドルから53億2,000万ドルへと7.6%増加し、世界売上全体の3分の1以上を占めるに至った。最大の要因は、前年比80.5%の成長を見せたストリーミングサービスである。ストリーミング聴取に切り替えるユーザーが増えたことで、ダウンロード売上は22.6%減となったにもかかわらず、音楽配信売上はアメリカ市場全体の70.4%を占めた。なお、パッケージ売上は前年比17.5%減となり、10億ドルを下回った。

日本市場は2016年も好調で、売上は1.1%増の27億5,000万ドルとなった。依然として主体となるパッケージ売上が全体の73.5%

（20億2,000万ドル）を構成するが、売上はわずかに減少した（前年比1.3%減）。ストリーミング売上は全体のわずか7.4%（2億460万ドル）ではあるものの、売上が61.6%伸長したため、日本全体の売上はプラスとなった。

イギリスは、世界第3位の音楽市場を維持し、売上は5.1%増の12億5,000万ドルだった。そのうち、ストリーミング売上は60.6%増の3億7,020万ドルで、イギリス全体の売上の29.6%を占める。パッケージ売上は前年比1.9%減となった。しかし、アナログレコードの売上が66.5%増加して5,640万ドルに達したこともあり、パッケージ売上はダウンロードやストリーミングそれぞれの売上を上回っている。ア

ナログレコード売上は、動画ストリーミング収入（3,290万ドル）よりもイギリスの音楽産業に貢献している。

ドイツ市場は、前年比1.9%増の12億1,000万ドルとなった。ストリーミングの総売上が73.0%増加したことで、ダウンロード売上の18.6%減、パッケージ売上の8.9%減が相殺された。演奏権収入は8.2%増加している。

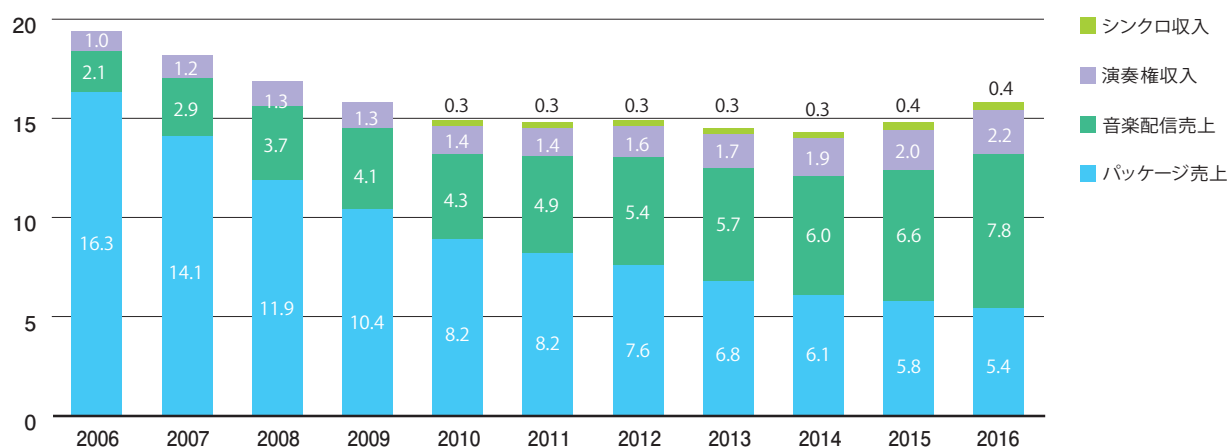
世界第5位の音楽市場である**フランス**は3.9%伸長し、8億4,960万ドルとなった。これまでと同様、パッケージ売上が優勢だが、スト

リーミング売上も46.0%の成長を見せ、市場全体の22.6%を占めるに至り、2016年の売上は1億9,220万ドルに達している。

また、上位ではないものの、**中国**が前年より20.3%増の2億220万ドル、**インド**が26.2%増の1億1,160万ドル、**ロシア**が13.5%増の6,310万ドルとなった。これら3カ国の売上は全世界売上の2.4%に過ぎないが、2016年時点の3カ国の人口が全世界の38.5%であることを考えると、これらの国々の音楽市場に大きな成長の余地があることは明らかである。

● 世界音楽売上金額の推移

(10 億 US ドル)



※ 2015 年より演奏権収入に実演家やレコード会社の収入を含めるように変更した。過去の収入については、同等の前年比較ができるよう修正再表示している。

出典：IFPI「Global Music Report 2017」

● 2016年 音楽売上トップ20

※ 2015、2016 年ともに 2016 年レートで換算（1US ドル=108.78 円）

	国名	卸価格ベース		収入シェア			
		US ドル (百万)	現地通貨 (百万)	パッケージ売上	音楽配信売上	演奏権収入	シンクロ収入
1	アメリカ	5,318.21	5,318.21	18%	70%	8%	4%
2	日本	2,745.99	298,709.32	73%	20%	6%	1%
3	イギリス	1,251.14	925.84	32%	47%	19%	2%
4	ドイツ	1,212.00	1,090.80	52%	32%	16%	1%
5	フランス	849.59	764.63	38%	30%	29%	3%
6	カナダ	367.98	475.16	27%	63%	9%	0%
7	オーストラリア	357.26	496.77	23%	64%	11%	2%
8	韓国	330.17	384,523.96	35%	59%	5%	0%
9	イタリア	263.77	237.39	41%	34%	22%	3%
10	オランダ	243.36	206.86	28%	43%	29%	1%
11	ブラジル	229.84	849.32	14%	49%	37%	0%
12	中国	202.24	1,268.89	4%	96%	0%	0%
13	スウェーデン	192.41	1,733.21	12%	70%	18%	0%
14	スペイン	190.81	173.17	27%	46%	26%	1%
15	メキシコ	133.50	2,200.88	24%	66%	4%	6%
16	スイス	117.76	113.03	34%	45%	21%	0%
17	ベルギー	117.17	105.45	37%	30%	33%	0%
18	ノルウェー	114.17	937.62	12%	66%	22%	0%
19	インド	111.60	5,969.25	11%	65%	9%	15%
20	アルゼンチン	111.49	1,973.09	16%	24%	59%	0%

出典：IFPI「Global Music Report 2017」



フォーマット別にみた世界の音楽配信売上

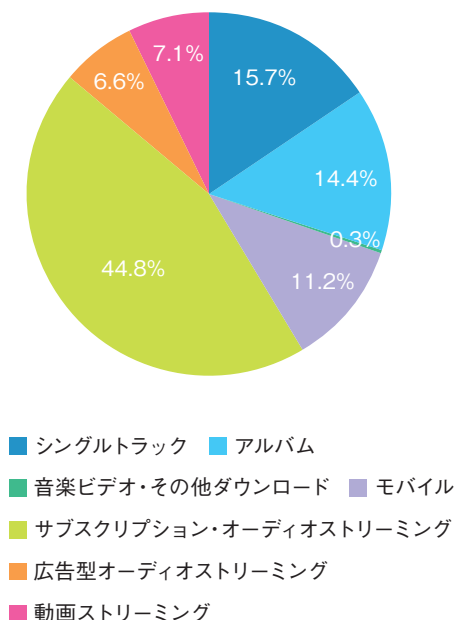
2016年のレコード産業売上全体で音楽配信が占める割合は49.7%であった。全体で見ると、世界の音楽配信売上は17.7%増の77億9,000万ドルで、現在の半分以下の規模しかなかった2008年以降の成長率としては最高を記録した。

大幅な伸びを牽引したのは、28億4,000万ドルから45億6,000万ドルへと60.4%も増加したストリーミング売上である。2016年の音楽配信売上全体の半分以上（58.5%）がストリーミングによるものだった（前年42.9%）。

ストリーミング部門では、サブスクリプションが最大の収入となっており、4分の3以上（音楽配信売上全体では44.8%）は、Apple Music、Spotify、TIDAL、Napsterといったサブスクリプションサービスによるものである。広告型ストリーミング（例えば、Spotify、Deezerなどの無料サブスクリプションサービス）は全ストリーミング売上の11.2%（音楽配信売上全体の6.6%）を占める。動画ストリーミング（毎月何十億人ものユーザーにサービスを提供し、音楽聴取に頻繁に使われるYouTube、DailyMotionなどのサイト）はストリーミングの12.1%（音楽配信売上全体の7.1%）を占める。

なお、2015年には、音楽配信最大の категория として売上の44.9%を占めていたダウンロードは、2016年はその割合が30.3%に減少した。

● 2016 年世界音楽配信売上フォーマット別シェア



出典：IFPI「Global Music Report 2017」

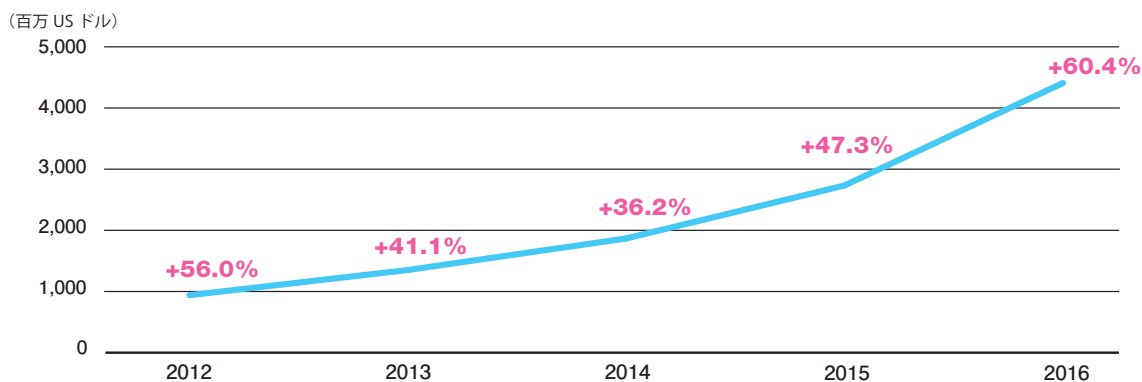


2016年のストリーミング売上動向

2016年のストリーミング売上は、2015年の28億4,000万ドルから45億6,000万ドルへと急激な伸びを見せており、これはダウンロードの全盛期の収益を上回る（ダウンロード売上の最高記録は2012年の37億ドル）。2014年に36.2%、2015年に47.3%の伸びを記録した後も

堅調に推移しており、2017年もさらに伸長するとみて間違いない。2017年のパッケージ売上が2016年と同程度の割合で減少した場合、年間ストリーミング売上が10%伸びるだけで、音楽産業の主たる収入源になり得る。

● 2012 年～ 2016 年ストリーミング成長率の推移



出典：IFPI「Global Music Report 2017」

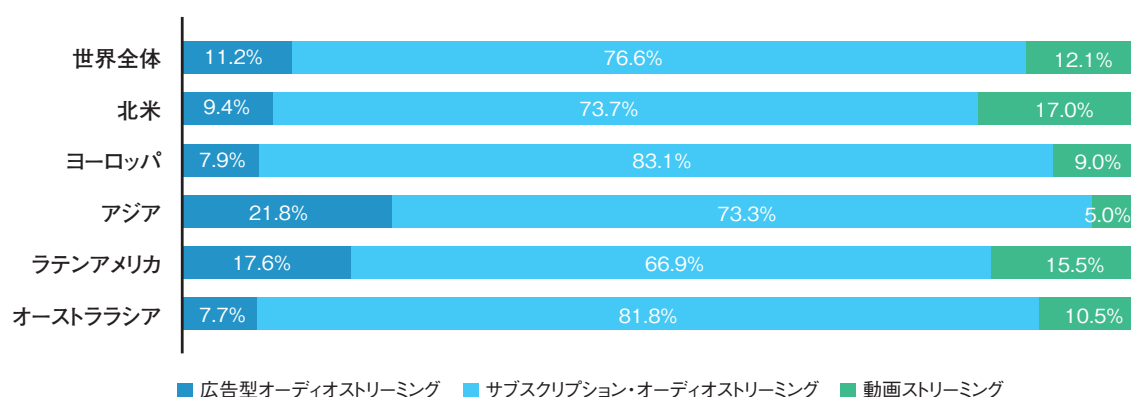
全世界のストリーミング売上に占める有料サブスクリプション・ストリーミングの割合は全体の4分の3強である。グラフに示した主な地域の中で、サブスクリプション・ストリーミングの売上が占める割合が最も高いのはヨーロッパ(83.1%)、最も低いのはラテンアメリカ(66.9%)となっている。一方、広告型オーディオ・ストリーミングの比率が最も高いのはアジア、ラテンアメリカといった新興市場である。

将来的な成長ポテンシャルが大きい国トップ20に名を連ねる中国・インドでは、広告型オーディオ・ストリーミングの売上がストリーミング売上の半分を大きく上回る。いずれもインターネットにアクセ

スする際モバイルデバイス(特にスマートフォン)がよく使われており、音楽聴取もモバイルデバイス経由が多い。IFPIがIpsosに委託した調査の結果によれば、中国のインターネットユーザーの86%、インドのインターネットユーザーの85%はスマートフォンで音楽を聴いている。¹

1.Ipsosの実地調査は、2016年3～4月に各国の都市部インターネットユーザー450人(年齢16～50歳(中国)／16～45歳(インド))を対象にオンラインで行われた。スマートフォンによる音楽聴取期間：過去6カ月間。

● 2016年ストリーミング売上フォーマット別シェア



出典：IFPI「Global Music Report 2017」

● サブスクリプションサービスの有料会員数

IFPIによれば、2016年末の時点で、全世界の有料音楽サブスクリプション・アカウント数は9,700万と推定される。なお、有料アカウントの一部は、複数名が使用可能となるファミリープランのサブスクリプションである。よって、これらの9,700万のサブスクリプション・アカウントの会員は1億1,200万人と推定した。

※ストリーミングのカテゴリーを変更

IFPIは、より正確にデータを把握するため、2016年よりストリーミング売上のカテゴリーを変更した。新カテゴリーは以下の通り。

- サブスクリプション・オーディオ・ストリーミング売上
 - …有料サブスクリプション・オーディオサービス(例：Apple Music、Spotify Premium)、および他サービス(例：携帯電話契約)と組み合わせ販売されたサブスクリプションの売上。
- 広告型オーディオ・ストリーミング売上
 - …サブスクリプション・オーディオサービスの広告型部分(例：Spotify、Deezerなどの広告型無料区分)の売上。
- 動画・ストリーミング売上
 - …広告型またはサブスクリプション型により収益化された動画・ストリーミング(例：YouTube、VEVO、YouTube Red)の売上。

補足：過去の年度では、「有料サブスクリプション／フリーミアム型ストリーミング」「広告型ストリーミング」の2カテゴリーに分けられていた。



一過性ではなかったアナログレコードの復活

アナログレコードは、市場規模の小さい3カ国を除いた49カ国で成長し、そのほぼ全てで二桁台の伸長を見せている。販売枚数が3,170万枚から3,750万枚に増加したことで、売上金額も23.5%、1億730万ドル増加し、5億6,360万ドルとなった。産業全体の成長に12.2%貢献したものの、パッケージ総売上は4億4,480万ドル減少となったため、これを埋め合わせるには至らなかった。

アナログレコードの売上は10年連続で増加し、2016年のパッケージ全体の売上の10.5%、全世界の音楽産業の売上の3.6%を占めている。

ストリーミング（所有ではなくアクセスによる音楽の聴取方法）の台頭と、アナログレコード売上（音楽の歴史の中で大きな反響を得てきた、デザイン性の高い“モノ”による所有モデル）の伸長との間には何らかの関係があると思われる。アナログレコードの売上はノルウェー、デンマーク、オーストラリア、韓国などの国で大きく伸びたが、同時に、音楽配信の聴き方をストリーミングに切り替えるユーザーが増えている。また、アナログレコードは、ロシアや中国などの新興ストリーミング市場でも、かなりのスローペースながら人気が高まっており、音楽を大切にし、人と違う関わり方を求めるリスナーを惹きつけている。

●アナログ売上市場トップ10

		数量 (100万枚)	金額 (百万ドル)	パッケージ 売上に占める割合 (%)
1	アメリカ	17.2	269.2	28%
2	イギリス	4.2	56.4	14%
3	ドイツ	3.5	47.2	7%
4	フランス	1.6	22.9	7%
5	日本	1.6	29.7	1%
6	カナダ	1.5	21.5	22%
7	オランダ	1.4	15.0	22%
8	イタリア	0.8	12.2	11%
9	オーストラリア	0.7	11.7	14%
10	韓国	0.5	8.6	7%

出典：IFPI「Global Music Report 2017」



アジア・オーストララシア市場概況

アジアとオーストララシア（オセアニアのうち、オーストラリア大陸とタスマニア・ニュージーランド・ニューギニアおよび周辺の島々の地域）の音楽市場は全体で5.1%増の40億7,000万ドルとなった。**アジア**市場の総売上は4.8%増の36億5,000万ドル、**オーストララシア**の総売上は7.1%増の4億1,830万ドルであった。パッケージとダウンロードの売上が若干減少したものの、ストリーミング売上が大きく成長したため全体の売上は伸張した。他と同様、この地域でも2016年に売上を伸ばした主なフォーマットはストリーミングである。ストリーミング売上は45.6%増の8億7,490万ドルとなった。日本、韓国、中国、オーストラリアがストリーミング成長に大きく貢献したが、それぞれ音楽の聴かれ方は多様なパターンをみせている。

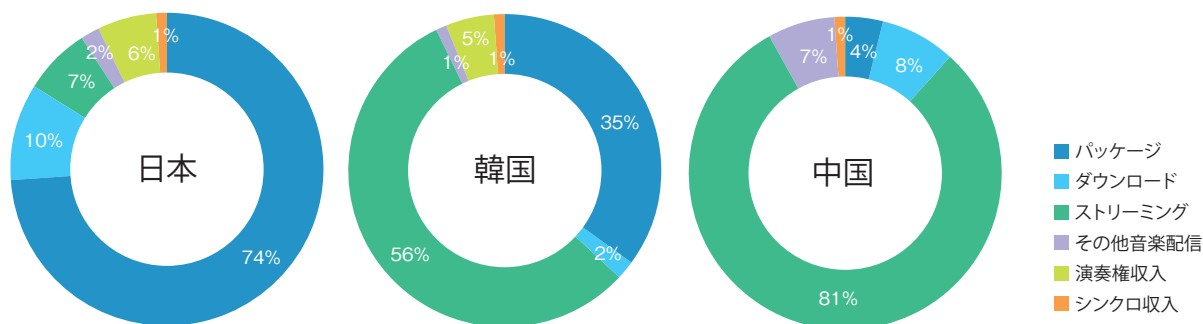
パッケージ部門の売上は1.8%減の23億1,000万ドルとなったが、これは同地域のパッケージ売上全体の87.3%を占める日本市場における売上の微減によるものである。ダウンロード売上は9.4%減の4億2,580万ドルで、これは世界各地域の中では最も小幅の減少だった。韓国と中国はともにダウンロード売上が伸びた。韓国では2016年に多数の有名アーティストが作品をリリースした。一方、中国では、人気アルバムのダウンロードとソーシャルメディアでのシェアを目的とする追加コンテンツを組み合わせたサービスが大きな成功を収めた。

この地域最大の音楽市場は前年までと同じく、67.5%を占める**日本**である。他の主要国と大きく異なり、パッケージへの依存度が非常に高く（全体の73.5%）、音楽配信売上は市場全体の5分の1以下（19.7%）にとどまる。また、音楽配信売上に占めるストリーミングの割合がかなり小さい（7.4%）。そして、残りは演奏権収入とシンクロ収入で占められる。第3位と第4位の市場である韓国と中国を日本と比較してみると違いがよくわかる。

日本の場合、パッケージ売上の多くはCDアルバム（全体の58.6%）とCDシングル（同16.7%）だが、音楽ビデオの割合もかなり大きく（23.0%、4億6,310万ドル）、この地域の97.2%、全世界の75.5%を占めている。また、世界の多くの国と同様にアナログレコードも人気が高く、売上は37.5%増加したものの、売上はパッケージ売上の1.5%と小さい。

ストリーミングサービスは主流になるまでは至っていないが、2016年に1億2,660万ドルから2億460万ドルへと61.6%も増加し、最も急成長を遂げたカテゴリーである。2015年にはAWAやLINEなどの国内向けサービスにApple Musicが加わり、2016年下半期にはSpotifyも加わった。2016年の売上では、日本はアメリカ（ストリーミング売上17億8,000万ドル）、イギリス（同3億7,020万ドル）、ドイツ

●日本 / 韓国 / 中国の収入構成比



出典：IFPI「Global Music Report 2017」

(同2億4,470万ドル) に次ぐ世界第4位のストリーミング市場を持つ。以下、韓国(同1億8,610万ドル)、中国(同1億6,430万ドル) がこれに続く。

特に、国内の楽曲がさまざまなサービスで聴けるようになり、AppleやSpotifyなどのサービスが国内での宣伝を拡大したことから、日本のユーザーはオンデマンド・ストリーミングの機能を理解し始めている。しかし、依然として多くのユーザーがCDや音楽ビデオに魅力を感じているため、ストリーミングが今後数年間で日本のパッケージ売上に変化を起こすためには、目の前の高いハードルを越えなければならない。

韓国の売上は、音楽市場トップ10の中で最も急速に伸び、23.4%増の3億3,020万ドルに達した。韓国は、ストリーミングをいち早く導入した主要国の一つで、2016年には8年連続の増加となった。ストリーミング売上は18.1%増の1億8,610万ドルで、国内音楽市場全体の56.4%を占める。韓国ではパッケージ売上も伸びた(34.6%増)が、トップ20市場の中で2016年にパッケージ売上を伸ばしたのは、アナログレコードの好調な推移が続くノルウェーを除いて韓国だけである。

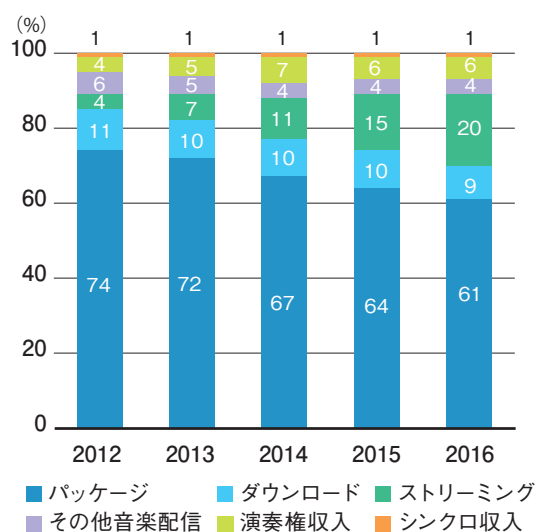
中国の音楽市場は2年連続で目覚ましい成長を遂げ、2016年の売上は20.3%増の2億220万ドルに達した。ストリーミング売上(1億6,430万ドル) が中国全体の売上の81.2%を占めるが、これは、中国においてライセンスされたストリーミングサービスがいかに重要かを示している。多くの国とは異なり、中国のストリーミング売上の多く(60.6%、1億10万ドル) は、QQ Music、Kugou、music.163、Xiami など広告型ストリーミングサービスからの収入である。中国で利用可能なストリーミングサービスは、いずれも(一般に月額1.50ドル前後の料金で) 有料サブスクリプションを提供しているが、現在のところ無料の広告型ストリーミングから有料サービスへ移行するユーザーはごく少数である。音楽が高い文化的価値を持つ中国で音楽市場のポテンシャルを切り開くための鍵は、広告型を利用するユーザーを有料会員に変える条件を見つけることである。

インド音楽市場の2016年実績は好調で、売上は26.2%増の1億1,160万ドルとなった。一桁台の成長が何年も続いていたが、多くの

ユーザーがストリーミングサービスを使用し始めた兆候が見られる。ストリーミング売上は52.9%増の5,300万ドルで、市場全体の47.5%を占めるが、中国同様、インドでも有料のオーディオサブスクリプションはまだ広く受け入れられていないため、大部分が広告型サービスで占められている。なお、パッケージ売上は前年をさらに下回り、市場全体の11.4%だった。

オーストラリアの売上は全体で5.8%伸び、3億5,730万ドルとなった。売上の伸びはほぼ全てストリーミングの売上で93.4%増加して1億2,730万ドル(市場全体の35.6%) に達し、パッケージとダウンロードの合計を初めて超えた。**ニュージーランド**では市場全体の売上が15.7%増の6,100万ドルで、2009年以降、最大の伸びとなった。ストリーミング売上が68.6%増となったことで、パッケージの8.7%減、ダウンロードの26.9%減を補って、ニュージーランド市場全体のほぼ半分(49.3%) を占めた。

●アジア音楽売上 (2012年～2016年)



出典：IFPI「Global Music Report 2017」

著作権保護・促進センター 4 年間の活動について

当協会では、2013 年 4 月 1 日に違法対策の専任組織「著作権保護・促進センター（Copyright Protection and Promotion Center）」（以下、CPPC）を設立した。2017 年 4 月現在、専従 7 名、システム業務受託者 2 名の計 9 名で違法対策業務にあたり、動画サイトやストレージサイト上の違法音楽ファイルの探索・削除要請を行っている。さらに、警察および当協会会員レコード会社と協力し、海賊版やファイル共有ソフトによる悪質な違法行為者の告訴等を実施している。ここでは、設立から 4 年間の CPPC の活動について紹介する。

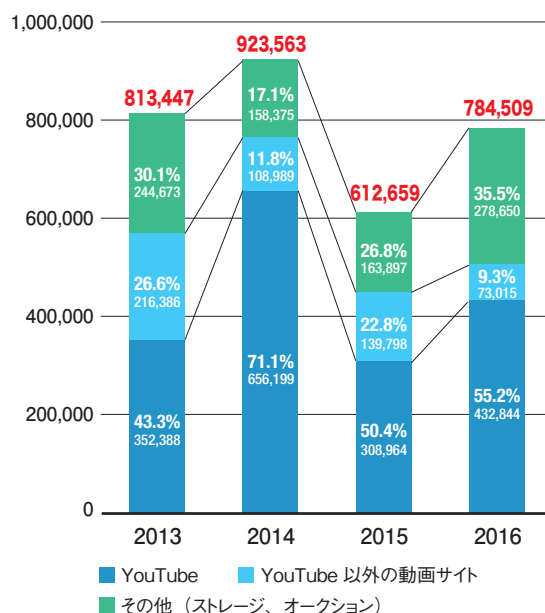
1. 違法ファイルの削除要請

CPPC 設立以来、主要動画サイトおよびストレージサイト 12～15 サイトにおいて、違法にアップロードされた音楽ファイル（以下、違法ファイル）の中で重点新譜を中心に優先順位を設けて毎日探索し、当該サイトに対して削除要請を送信している。

特に、主要動画サイトである YouTube、ニコニコ動画など 12 サイトとスマートフォンで人気がある海外のストレージサイトについては、CPPC メンバーの目視による探索と並行して新譜以外の違法ファイルを中心としたシステム探索を実施し、その結果に基づき削除要請を行っている。

平成 28 年度の違法ファイル削除要請総数は 784,509 件（27 年度：612,659 件、前年度比：128%）となっている。CPPC 設立から 4 年間の違法ファイル削除要請件数の推移（表 1）を見るとその数は増減を繰り返しているが、各年度のサイト別削除要請件数の推移（表 2）にあるように各年ともに YouTube に対する削除要請数が最も多くなっている。昨年度は YouTube をはじめとする削除要請先上位 10 サイトのうち 8 サイトが中国サイトとなっている。なお、中国サイトについては、サイト運営事業者を直接訪問し協力体制の構築を図るとともに、国際レコード産業連盟（IFPI）と連携した削除要請等も実施している。

【表 1】違法ファイル削除要請件数の推移



【表 2】サイト別削除要請件数の推移（各年度上位 10 サイト）

2013 年			2014 年			2015 年			2016 年		
サイト	削除数	比率	サイト	削除数	比率	サイト	削除数	比率	サイト	削除数	比率
YouTube	352,388	43%	YouTube	656,199	71%	YouTube	308,964	50%	YouTube	432,844	55%
Grooveshark	115,073	14%	Xiami	43,141	5%	Xiami	64,363	10%	Kuwo	88,812	11%
SogouLink	74,209	9%	Grooveshark	32,082	3%	4Shared	37,092	6%	QQ Music	37,833	5%
Youku	35,463	5%	music.163	29,780	3%	Tudou	32,127	5%	Kugou	34,200	5%
4Shared	35,019	5%	Youku	18,646	2%	music.163	29,066	5%	Naver	25,223	3%
Nate	34,857	4%	Tudou	16,794	2%	Youku	26,045	4%	Duomi	22,457	3%
Xuite	26,794	3%	Naver	13,704	2%	Naver	23,285	4%	Youku	21,403	3%
Tudou	26,409	3%	SoundCloud	13,240	2%	SoundCloud	18,378	3%	music.163	19,582	2%
ニコニコ動画	15,868	2%	Nate	13,018	1%	56 網	10,067	2%	QQ	17,410	2%
Ku6	15,760	2%	56 網	12,219	1%	Dailymotion	10,020	2%	Xiami	17,180	2%
その他	81,607	10%	その他	74,740	8%	その他	53,252	9%	その他	67,565	9%
合計	813,447	100%	合計	923,563	100%	合計	612,659	100%	合計	784,509	100%

※赤字は中国サイト

2. スマートフォン有害アプリ対策

スマートフォンの普及に伴い、違法な音楽利用を助長するスマートフォン向け有害アプリへの対策の重要性が高まってきている。スマートフォン向け有害アプリについては、App Store (iOS)、Google Play (Android) における人気上位のアプリを CPPC において毎週、調査・分析し、Apple 社および Google 社に対してアプリの削除要請を行っており、2016 年度のアプリ削除数は 21 件となった。また、違法アップロードファイルにアプリがアクセスしている場合は、当該ファイルの蔵置先となっている海外サイトへ対する削除要請も併せて行っている。最近では、アプリからファイルへのアクセスが暗号化されるなど、容易に蔵置先サイトが判明しない場合もあり、対策の困難度合いが増している。

3. ファイル共有ソフト対策

当協会は 2010 年より「ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害対策協議会 (CCIF)」の取り組みに参加し、ファイル共有ソフトを利用した違法行為者に対して啓発メッセージを送付している。2010 年度から 2016 年度末までに、累計 10,648 件の啓発メッセージを送付している。

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ユーザーについては、インターネットサービスプロバイダ（以下、ISP）に対して発信者情報開示請求を実施し、ISP から発信者情報の開示がなされない場合は同訴訟を提起している。開示された情報に基づき、当該ユーザーに対して損害賠償請求を行うとともに、中でもより悪質なユーザーに対しては、警察の協力のもと刑事事件として法的措置を実施している。

2016 年度の発信者情報開示請求では、ISP 14 社に対して悪質性の高いユーザー 45 名の情報開示請求を実施し、34 名については訴訟によらずそれぞれの情報が開示された。訴訟外で開示されなかった 11 名については ISP に対して発信者情報開示請求訴訟を提起している。なお、当協会会員レコード会社が過去に提起した発信者情報開示請求訴訟については全て勝訴し、ISP から発信者情報の開示を受けている。（表 3）

【表 3】 発信者情報開示請求および同訴訟（2013～2016 年度）

年度	開示請求数／ISP 数	開示されたアップローダー数／同 ISP 数	
		訴訟外開示	訴訟による開示
2013 年	33 名／19 社	28 名／16 社	5 名／3 社
2014 年	14 名／9 社	14 名／9 社	※
2015 年	17 名／8 社	7 名／5 社	10 名／5 社
2016 年	45 名／14 社	34 名／14 社	11 名／1 社**

※ 2014 年度は悪質アップローダー情報を警察に提供し刑事事件として対応

※※ 2017 年 4 月に情報開示請求訴訟提起

4. 悪質な違法行為者に対する刑事告訴

警察および当協会会員レコード会社の協力を得ながら悪質な違法行為者に対する刑事告訴の支援を継続して実施している。2016 年度の当協会会員レコード会社および当協会の協力による刑事事件は 25 件となっており、その内訳は 17 件がファイル共有ソフトの違法利用、7 件がインターネットオークション等を利用した海賊版販売となっている。刑事事件については現在捜査中の案件もあるが、2016 年度中に 15 件について被疑者が特定され告訴に至っている。

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。

人の集まる場所が大好き。 そこにはいつも音楽があった。

中川 悠介 氏

アソビシステム株式会社 代表取締役



❖ イベントから音楽との関わりを深めて

僕はもともと、人が集まって笑顔になる空間が大好きです。中高生の頃から、仲間と音楽ライブなどのイベントをやっていましたね。その流れで、大学時代にクラブイベントやファッションショーの企画・運営に携わるようになり、会社には就職しないまま、現在の仕事につながっています。

イベントをはじめ、人の集まる場に音楽は欠かせないものなので、音楽やアーティストとの関わりも自然と深まります。2003年頃には、イベントを開催するにあたってプロモーション用のメディアを立ち上げたことで、クラブミュージックの人たちとの交流が生まれました。読者モデルやDJも周りに集まり、彼らのマネジメントも手がけるようになりました。その後も、自己流でカルチャー関連のビジネスをスタートさせながらアソビシステムを設立、今に至ります。会社で教わらなかったことが逆に功を奏して、いろんなチャレンジができたのかもしれない。僕が扱う人やカルチャーという無形資産は、日々刻々と変化します。ですから僕は、ある程度の見通しは立てますが、ゴールラインを定めず歩を進めてきました。マネジメント会社、イベント企業、メディア事業者…仕事相手によって異なる顔を持つアソビシステムは、こうして育ってきたのです。

❖ 「原宿発」カルチャーの潮流ができていく

僕にとっては毎日が転機であり、どの出会いもかけがえのないものですが、音楽ビジネスでは、中田ヤスタカ、きゃりーぱみゅぱみゅとの出会いが大きかったと思います。

中田ヤスタカとは、二十歳そこそこの頃に出会いました。すぐ意気投合して友人になり、イベントにもDJとして出てもらうようになりました。その後、アソビシステム所属アーティストとして長く付き合うのですが、仲間、友人という意識は今も変わりません。彼に限らず僕は、所属アーティストを一方的にマネージするのではなく、仲間意識をベースに一緒にプロデュースする感覚でいます。

読者モデルとして出会ったきゃりーぱみゅぱみゅは、“原宿の

アイコン”になれると思い、中田ヤスタカとの出会いを通じて音楽の基盤を創りました。この時、レーベルのワーナーミュージックも事務所のアソビシステムも、お互いの垣根を取り払い「きゃりーを売る」というテーマを共有、その上できゃりーと中田を中心とした多彩なクリエイターが精力的に動き、いままでにないものを創り上げた。その結果、原宿発カルチャーの大きな潮流が生まれました。僕自身は何も創れませんが、オルガナイザーとして人を結ぶことができたと思っています。誰か一人の手柄じゃなく、本人を含め多くの人が「きゃりーを売ったのは自分だ」と主張できることがよかったと思います。

印象深かったのは、きゃりーの初のワールドツアー。NHK 紅白歌合戦に初出演した翌2月に、ヨーロッパ、北米、アジアと廻りました。紅白に出て“その年の人”で終わりがなかった。正直、何もわからず、本人も相当不安を感じていました。でもわからないからこそ、攻めきることができた。まずベルギー、パリ、ロンドンでライブを開催しましたが、自分たちの想像以上に多くの現地の観客に楽しんでいただき、日本の音楽は世界共通であるという自信ができました。現地メディアがホットに取り上げたほか、日本のメディアを呼んだことで、日本にいる人たちにも世界の反応を見ることができるようなど、多くの収穫がありました。

❖ 音楽を売る情熱を大事に何でもやろう

僕の思いの軸は、エンターテインメントを創り、楽しんでもらうこと。そのなかでも音楽は不可欠な要素となっていて、という切り口で音楽を届けるかは、僕の重要なテーマの一つです。今はCDが売れないから音楽業界は元気がないと語る風潮もあるけれど、そんなことはない。CDだけが音楽に接する機会じゃないし、いろんなかたちで音楽をビジネス化するチャンスはある。物事の形が変わる時は終わりに見えるけれど、新しいスタートでもある。また、僕は経験こそ資産だと思っていたけれど、最近は成功体験が自分を小さくしてしまうこともあるとわかってきました。音楽を売る情熱があれば何でもできる。この思いを大切にしたいと考えています。(談)

担当したアーティスト

中田ヤスタカ、きゃりーぱみゅぱみゅ、三戸なつめ ほか

2017年第1四半期 音楽配信売上実績

2017年第1四半期は、数量で前年同期比95%の3,933万7,000ダウンロード、金額で前年同期比112%の142億300万円となった。

(数量:千回/金額:百万円)

		形 態	2017年1月～2017年3月 累 計			
			数 量	前年同期比	金 額	前年同期比
Master ringtones			1,234	70%	125	76%
Ringback tones			8,227	83%	556	83%
ダ ウ ン ロ ー ド	シングルトラック	PC・スマートフォン	26,673	101%	4,364	103%
		フィーチャーフォン	380	36%	95	34%
		小 計	27,053	99%	4,459	99%
	アルバム	PC・スマートフォン	2,517	119%	2,586	108%
		フィーチャーフォン	0	-	0	-
		小 計	2,517	119%	2,586	108%
	音楽ビデオ	PC・スマートフォン	295	73%	86	75%
		フィーチャーフォン	11	28%	3	27%
		小 計	305	69%	90	70%
	ダウンロード計		29,876	100%	7,135	102%
ス ト リ ー ミ ン グ	サブスクリプション / 音楽				5,547	-
	サブスクリプション / 音楽ビデオ				170	-
	広告収入 / 音楽				16	-
	広告収入 / 音楽ビデオ				393	-
	ストーリーミング計				6,126	-
その他					262	-
合 計			39,337	95%	14,203	112%

注：数量・・・ダウンロード回数

◎音楽配信売上の区分変更を行いました

2017年より、現在の市況動向に即し、報告区分の変更を行いました。新旧区分の詳細は以下のとおりです。

◆旧区分（2013年～）

Master ringtones	
Ringback tones	
シングルトラック	PC・スマートフォン
	フィーチャーフォン
	小 計
アルバム	PC・スマートフォン
	フィーチャーフォン
	小 計
音楽ビデオ	PC・スマートフォン
	フィーチャーフォン
	小 計
サブスクリプション	PC・スマートフォン
	フィーチャーフォン
	小 計
その他のデジタル音楽コンテンツ	
合 計	



◆新区分（2017年～）

Master ringtones※1		
Ringback tones※2		
ダウンロード	シングルトラック※3	PC・スマートフォン
		フィーチャーフォン
		小 計
	アルバム	PC・スマートフォン
		フィーチャーフォン
		小 計
	音楽ビデオ	PC・スマートフォン
		フィーチャーフォン
		小 計
	ダウンロード計	
ストリーミング	サブスクリプション / 音楽	
	サブスクリプション / 音楽ビデオ	
	広告収入 / 音楽※4	
	広告収入 / 音楽ビデオ※4	
	ストリーミング計	
その他のデジタル音楽コンテンツ※5		
合 計		

※1 着うた®

(「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)

※2 待ちうた、メロディコール

※3 着うたフル®

※4 旧区分では「その他」に分類

※5 着メロ、着ボイス、壁紙など

Monthly Production Report

2017年4月度レコード生産実績

4 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 92%の 1,455 万枚・巻、金額で同 98%の 175 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 1,053 万枚・巻、金額で同 94%の 120 億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比 119%の 402 万枚・巻、金額で同 108%の 55 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)

		4 月実績						2017 年 1 月～2017 年 4 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	28%	1	0	27%	14	0	61%	9	0	61%
	洋	0	0	0%	0	0	0%	0	0	67%	0	0	68%
	計	2	0	28%	1	0	26%	14	0	61%	9	0	61%
12cmCD シングル	邦	3,913	37	93%	3,291	27	98%	15,460	31	97%	12,181	22	102%
	洋	50	0	221%	51	0	323%	83	0	82%	76	0	232%
	計	3,963	38	94%	3,342	28	99%	15,543	31	97%	12,257	22	102%
シングル 計	邦	3,915	37	93%	3,292	27	98%	15,473	31	97%	12,190	22	102%
	洋	50	0	220%	51	0	321%	84	0	82%	76	0	231%
	計	3,964	38	94%	3,343	28	99%	15,557	31	97%	12,267	22	102%
12cmCD アルバム	邦	4,920	47	77%	7,005	58	91%	27,849	56	94%	37,039	66	93%
	洋	1,460	14	87%	1,408	12	93%	5,670	11	85%	5,631	10	95%
	計	6,380	61	79%	8,413	70	91%	33,519	67	92%	42,670	76	93%
CD 計	邦	8,835	84	83%	10,297	86	93%	43,322	87	95%	49,230	88	95%
	洋	1,509	14	88%	1,459	12	96%	5,753	12	85%	5,707	10	95%
	計	10,345	98	84%	11,756	98	93%	49,076	99	94%	54,936	98	95%
アナログ ディスク	邦	30	0	107%	50	0	96%	185	0	220%	314	1	153%
	洋	45	0	180%	71	1	164%	144	0	139%	254	0	146%
	計	75	1	141%	121	1	127%	329	1	175%	567	1	150%
カセット テープ	邦	61	1	100%	48	0	97%	226	0	79%	190	0	77%
	洋	1	0	2102%	2	0	1940%	3	0	587%	3	0	348%
	計	62	1	102%	50	0	100%	230	0	80%	192	0	78%
その他	邦	18	0	129%	32	0	112%	48	0	108%	78	0	98%
	洋	27	0	182%	55	0	199%	74	0	129%	146	0	130%
	計	45	0	157%	86	1	155%	122	0	120%	224	0	117%
合 計	邦	8,944	85	84%	10,427	87	93%	43,782	88	95%	49,811	89	95%
	洋	1,583	15	91%	1,586	13	99%	5,975	12	87%	6,109	11	97%
	計	10,527	100	85%	12,013	100	94%	49,757	100	94%	55,920	100	95%

● 音楽ビデオ

		4 月実績						2017 年 1 月～2017 年 4 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	3,308	82	124%	3,624	66	115%	13,351	82	90%	12,965	63	77%
	洋	47	1	90%	79	1	131%	209	1	88%	388	2	125%
	計	3,356	83	124%	3,703	68	116%	13,559	83	89%	13,354	65	77%
ブルーレイ ディスク	邦	646	16	97%	1,706	31	91%	2,713	17	75%	7,008	34	85%
	洋	17	0	389%	74	1	467%	58	0	92%	185	1	108%
	計	663	17	99%	1,780	32	94%	2,771	17	76%	7,193	35	86%
テープ・その他	計	0	0	0%	0	0	0%	0	0	89%	1	0	87%
	邦	3,954	98	119%	5,330	97	106%	16,064	98	87%	19,975	97	79%
	洋	65	2	114%	153	3	201%	266	2	89%	573	3	119%
	計	4,019	100	119%	5,483	100	108%	16,330	100	87%	20,548	100	80%

● 音楽ソフト（オーディオ/音楽ビデオ合計）

		4 月実績						2017 年 1 月～2017 年 4 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		10,527	72	85%	12,013	69	94%	49,757	75	94%	55,920	73	95%
音楽ビデオ計		4,019	28	119%	5,483	31	108%	16,330	25	87%	20,548	27	80%
合 計	邦	12,898	89	92%	15,758	90	97%	59,846	91	93%	69,786	91	90%
	洋	1,647	11	91%	1,739	10	104%	6,241	9	87%	6,682	9	99%
	計	14,546	100	92%	17,496	100	98%	66,087	100	92%	76,468	100	91%

● ビデオレコード（含音楽ビデオ）

		4 月実績						2017 年 1 月～2017 年 4 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		6,371	80	94%	6,926	59	98%	28,653	80	100%	29,434	58	84%
ブルーレイディスク		1,641	20	83%	4,813	41	96%	7,196	20	65%	21,195	42	82%
テープ・その他		0	0	0%	0	0	0%	1	0	82%	1	0	77%
合 計		8,011	100	91%	11,739	100	97%	35,849	100	90%	50,630	100	83%

● オーディオ/ビデオレコード合計

		4 月実績						2017 年 1 月～2017 年 4 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		10,527	57	85%	12,013	51	94%	49,757	58	94%	55,920	52	95%
ビデオレコード計		8,011	43	91%	11,739	49	97%	35,849	42	90%	50,630	48	83%
合 計		18,538	100	87%	23,753	100	95%	85,606	100	92%	106,551	100	89%

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。
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。
4. 音楽ビデオ、およびビデオレコードのその他は LD、HD DVD の合計。

音楽ソフト

シングル

邦 楽

トリプル・プラチナ	不協和音	櫻坂46	2017.04.05	ソニー・ミュージックレーベルズ (ソニー・ミュージックレコーズ)
ダブル・プラチナ	I'll be there	嵐	2017.04.19	ジェイ・ストーム
プラチナ	青春時計	NGT48	2017.04.12	ソニー・ミュージックレーベルズ (アリオラジャパン)

アルバム

邦 楽

プラチナ	ゆずイロハ 1997-2017	ゆず	2017.04.26	セーニャ・アンド・カンパニー
ゴールド	BORN TO BE WILD	EXILE THE SECOND	2017.03.01	エイベックス・エンタテインメント
	LOVE, PEACE & FIRE	Superfly	2017.04.04	ワーナーミュージック・ジャパン
	僕じゃダメですか? ~「告白実行委員会」キャラクターソング集~	HoneyWorks	2014.11.26	ミュージックレイン
	松山千春 スーパー・ベスト・コレクション	松山 千春	2005.10.19	ポニーキャニオン

ビデオ

邦 楽

ゴールド	2015-2016 Concert KinKi Kids	KinKi Kids	2016.08.10	ジャニーズ・エンタテインメント
	AAA ARENA TOUR 2016 -LEAP OVER -	AAA	2016.11.09	エイベックス・エンタテインメント
	AAA Special Live 2016 in Dome -FANTASTIC OVER-	AAA	2017.03.22	エイベックス・エンタテインメント

※日付は発売日

有料音楽配信

シングルトラック

邦 楽

ミリオン	MR.TAXI	少女時代	2011.04.26	ユニバーサル ミュージック
ダブル・プラチナ	瞳をとじて	平井 堅	2006.06.07	ソニー・ミュージックレーベルズ (アリオラジャパン)
ゴールド	DISTANCE	宇多田 ヒカル	2014.11.19	ユニバーサル ミュージック
	はなまるびびりはよいこだけ	A 応 P	2015.11.25	アルテメイト
	全力バタンキュー	A 応 P	2016.02.17	アルテメイト
	ボワゾン KISS	QUARTET NIGHT	2013.06.26	キングレコード
	ようこそジャパリパークへ	どうぶつビスケッツ× PPP	2017.02.08	JVC ケンウッド・ビクターエンタテインメント
	天地ガエシ	NICO Touches the Walls	2014.06.04	ソニー・ミュージックレーベルズ (キューンミュージック)
	PPAP (ペンパイナッポーアッポーペン)	ピコ太郎	2016.10.07	エイベックス・エンタテインメント
	EXCITE	三浦 大知	2017.01.18	エイベックス・エンタテインメント
	ともに	WANIMA	2016.08.03	ビザ・オブ・デス・レコーズ
	やってみよう	WANIMA	2017.03.08	ビザ・オブ・デス・レコーズ

※日付は配信開始日

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)
 ※着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰
 ※※「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ミリオン以降、100万毎に認定



エルマークキャラクター
エルマーくん

THE RECORD No.691 2017年6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 原 康晴
発行日 2017年6月12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 株式会社エフビーアイ・コミュニケーションズ

編集後記

ニコニコ生放送で中継されるなど大きな注目が集まった、棋士と人工知能が戦う将棋電王戦。先日、第2期が開催されましたが、1秒あたり約500万もの局面を読み、名人も思いつかないという手を投じた将棋ソフト・Ponanzaが2戦全勝の結果となり、その進化に驚きました。ところで、私が普段使用しているデジタルオーディオプレーヤーには、思いついた時にいつでも聴けるよう1万曲を超える楽曲を入れているのですが、最近はずえ続けるライブラリから「今聴きたい」曲を探すことができない状況です。まもなく日本語対応のAIを備えたスピーカーが発売されるとのニュースもありましたが、その時の天気や体調、個人の趣味趣向や生活スタイルを含め、だれよりも自分自身を理解するAIの力を借りて、膨大な楽曲の中から思いもよらない一曲をチョイスしてもらう日も近いのではと思います。(M)