

## 第2次世界大戦以降の日本のレコード産業における 洋楽ビジネスの発展と外資メジャーの攻勢

生 明 俊 雄\*

### はじめに

1945年8月、第二次世界大戦で敗戦した日本は、勝利したアメリカを中心とする連合軍に占領されることとなり、アメリカのダグラス・マッカーサー連合軍最高司令官の統治下に置かれることになった。マッカーサー司令官の補佐機関として、実質的な日本占領政策を実施したのがGHQであった。GHQの政策の基本は日本の非軍事化と民主主義の導入であった。このような新しい環境のもとで、戦時中は軍需産業の指定を受けたレコード産業にも、同年の10月からは民需産業への転換の許可が下り、蓄音機やレコードの生産が許されることになった。しかし戦争、しかも敗戦という結果から受けた日本の甚大な社会的、経済的、文化的なダメージは、多くの産業にとってすぐに戦前のレベルに復旧できるような生易しい状況ではなく、レコード産業も非常に深刻な事態に直面していた。産業内の問題だけでも、工場や吹込みスタジオなどの生産施設の復旧、レコードの原材料の著しい不足への対応、商品の流通・配給網の受けた損傷の整備など、解決すべき難問が山積していた。

レコード産業の復興のメドがつき、さらに本格的な発展の道を歩み始めるのは、終戦から5年経過した1950（昭和25）年であった。この年は朝鮮戦争の勃発により国連軍の中核を担っていたアメリカ軍の武器や弾薬の修理・補給などを日本が担うことになり、日本の経済が活気づき多くの産業が戦後の復興を遂げるきっかけとなった年である。だが終戦の直後から多くの産業が徐々にではあったが復興への動きをはじめ、少しずつその成果を挙げつつあったことも事実であり、レコード産業もその例外ではなかった。

しかし日本と欧米の軍事的対立が原因となって、第2次世界大戦の開始の直前に日本から引き上げていった欧米のレコード会社、すなわち RCA ビクターとコロム

---

\* 広島経済大学経済学部教授

ビアの両社が、終戦後すぐに日本に戻ってきて戦前同様のかたちでビジネスを再開することはなかった。欧米のメジャーたちが日本への資本投入というかたちで戻ってくるのは、1960年代～70年代に日米の合弁レコード会社の設立という手段で再上陸するまで待たなければならなかった。終戦直後の復興からそれまでの時期の日本のレコード産業の再建は、日本のレコード会社が独自の力で取り組んだのである。

とはいうものの戦後の日本のレコード産業の復興・再建に、欧米のレコード会社がいささかも関与しなかったのかといえばそうではない。それどころかその時期の欧米レコード会社の存在は、日本のレコード会社にとって時期を追うごとに大きなものになっていった。そこには2つの主たる要因があった。その1つはこの時期に欧米で発展しつつあったポピュラー音楽が、日本の音楽市場でも大きな市場価値を持つようになり、その役割が重要になっていたことであり、2つ目はLPレコードやEPレコードの開発、磁気テープの実用化など、新たな技術開発の恩恵が欧米の企業を通して、日本のレコード産業にももたらされたことである。

この時期の欧米のレコード会社と日本のレコード会社を繋いでいたのは、ライセンス契約だった。日本ビクターがRCAビクターから提供される原盤を利用してレコードを製造販売できたのも、日本コロムビアがCBSコロムビアの原盤を利用できたのも、それぞれの間には日本という地域に限っての、レーベル包括のライセンス契約を締結していたからである。言い換えれば欧米のレコード会社は、この時期はライセンス契約を結ぶというかたちで、日本の有力なレコード会社をパートナーとして選定し、日本という市場でのビジネスを行っていた。終戦直後から1960年代の半ばの時期までは、自国の経済を保護するために日本は保護経済政策を敷いており外資の進出を規制していたため、もし彼らが希望したとしてもこの時期の外資の日本への進出は事実上難しかったこともあった。

このようなことから、欧米のレコード会社、特にメジャーのレコード会社を含む有力なレーベルは、ライセンス契約を結ぶというかたちで、第2次大戦後の日本のレコード産業とのかかわりをスタートした。その後1960年代～70年代の日本の資本の自由化（レコード産業の場合は50%自由化）という契機が訪れると、この関係は日米の合弁レコード会社の設立というかたちに切換わる。さらに80年代になって100%の資本自由化が実現すると、その合弁会社が発展的に解消されて、100%外資の出資による独立会社の出現となるのである。つまり、20世紀後半の彼らの日本という市場への攻勢は、①ライセンス時代、②合弁時代、③独立会社時代、という3段階

を経て実行され現在に至るのである。

この論考ではこの3つの段階のうちの①ライセンス時代と、②合併時代状況について、それぞれの経緯や結果を検証していくことにより、この時期の日本のレコード産業の発展の過程で、欧米のレコード会社、特にメジャーのレコード会社が、どのような役割を演じ、どのような影響を与えてきたかを明らかにすることとしたい。

## 1. ライセンス契約の時代（1950～60年）の進展

### ～ポピュラー洋楽市場の拡大という追い風のなかで

#### (1) 新契約調印により活気づいたコロムビアとビクター

第2次世界大戦後の日本のレコード産業の本格的な再建までには、確かに数年という期間を要したが、終戦時にほとんど壊滅状態にあったレコード産業の戦後のレコード生産再開は意外に早く、1945（昭和20）年8月15日の戦争終了の2ヶ月後の10月には、当時日蓄工業と名称を変えていた日本コロムビアが邦楽レコード（SP盤）と、ポータブル蓄音機の生産・販売を再開した。工場が戦災を免れた同社だからできたことであった。さらに同社は同年12月には洋楽のポピュラー盤、年が明けて翌年1946年の1月には洋楽のクラシック盤も発売を開始する。

いっぽうライバルの日本ビクターは工場の焼失によってコロムビアに先を越されたが、それでも1946（昭和21）年9月には邦楽の発売を開始する。その際ビクターはまだ工場が再建されておらず、コロムビアの工場にレコード盤のプレスを委託して発売に漕ぎつけたという。ビクターが洋楽の発売を開始したのは、1947（昭和22）年10月になってからである。この間の1945（昭和20）年12月には、ビクターが戦時中の横文字名称禁止の時代に名乗っていた日本音響株式会社から、日本ビクター株式会社に社名を戻した。1946（昭和21）年4月にはコロムビアも日蓄工業株式会社から、日本コロムビア株式会社に変更している<sup>(1)</sup>。

しかしこの段階で両社が発売するレコードは、戦前に支給された古い原盤を使用した戦前のレコードの再発売にすぎなかった。なぜならばこの時点では両社ともそれぞれの相手の会社と新たな音源使用契約を結んでいなかったのだから、戦後になって海外で新しく録音された音源を日本でレコード化することができなかったからだ。たとえば1945（昭和20）年12月から日蓄工業＝コロムビアは、アンドレ・コストラネット楽団の「ビギン・ザ・ビギン」と「眼に入った煙」（煙が眼にしみる）のカップリング盤からはじまる、ポピュラー音楽のM盤シリーズの発売を開始したが、これらの原盤はすべて戦前にアメリカ・コロムビアから支給されていたものである。

同様に1946（昭和21）年1月から発売されたクラシック盤も、ワインガルトナー、メンゲルベルク、ワルターなど戦前のコロムビア盤の再発売だった。

このような状況を打破し、戦後の洋楽ビジネスを軌道に乗せるために、コロムビア、ビクター両社ともそれぞれの提携先との戦後の新契約の提携を急いだ。その結果コロムビアは1947（昭和22）年に、ビクターは少し遅れて1950（昭和25）年に、それぞれのアメリカの提携先であるCBSコロムビアとRCAビクターと「米国吹込み原盤輸入契約」を締結した。これによって両社の洋楽のライセンス・ビジネスが本格的に開始されたのである。

この契約の締結によって、1949（昭和24）年9月からコロムビアのポピュラー音楽は従来のM盤シリーズに代えて、L盤シリーズを設け新しいポップスが発売されるようになった。L盤シリーズとはL1000番からのレコード番号が使われたからそう呼ばれるようになったものである（L盤のLは、LimitedのLという説と、M盤より1ランク上のLという説がある）。これに対してビクターはS盤シリーズを設けてポピュラーのヒット曲の発売を開始した（S盤のSはSpecialのSという<sup>(2)</sup>）。このL盤とS盤はSPレコードの時代における洋楽ポップスの源泉となり、日本の若者の間にポピュラー音楽を普及させ、レコード産業の発展をリードすることになった。初期のL盤からはダイナ・ショアの「ボタンとリボン」などの大ヒットが生まれ、S盤からはプレスリーの連続ヒットなどが生まれた。

クラシックについては、コロムビアは1949（昭和24）年、新契約に基づく初の新録音の新譜として、ワルター指揮ニューヨーク・フィルのベートーヴェンの「運命」を発売し、その後翌年の50年に入ると毎月新録音が発売されるようになった。いっぽうのビクターの新契約による新譜も、1950（昭和25）年8月、ハイフェッツとビーチャム指揮のロイヤル・フィルによるメンデルスゾーンのバイオリン協奏曲を皮切りに、続々と発売されるようになった。このように世界のメジャーのコロムビア、ビクターから送られてくる、ポピュラーとクラシックの文字通りの新譜が、日本の受け皿である日本コロムビア、日本ビクターから毎月発売される体制が整い、それがリード役となって日本の洋楽の市場は順調に拡大していくことになった。

## (2) 戦前にもあった洋楽ライセンス契約

このようにして日本コロムビア、日本ビクターにおける戦後の新たなライセンス契約が結ばれたが、記述が時系列的には後戻りするが、ここで戦前の洋楽のライセンス契約の状態を確認しておこう。日本のレコード会社が海外から洋楽の原盤を持

ち込んでプレスをするようになったのは、1927（昭和2）年にビクター、コロムビア、ポリドールの日本の出先会社が設立されたところから始まった。そのなかでビクターとコロムビア＝日本蓄音機商会は、実質的には海外企業の日本支社だったから、原盤使用のためのライセンス契約は結んでいないと思われる。原盤は自社のものだったからである。

だがポリドールは違っていた。日本ポリドール蓄音器商会が阿南商会を中心とする日本資本の会社だったから、当時ドイツを中心とする海外の原盤を使用するためには、原盤使用のためのライセンス契約が必要だった。そのため1927（昭和2）年、日本ポリドール蓄音器商会が設立されると同時に契約が結ばれた。それ以前の時期には、海外でプレスされた洋楽レコードの現物を独占的に輸入する契約が、海外の会社と日本のレコード会社や代理店の間で結ばれるいくつかのケースはあったと思われるが、原盤利用のためのキッチリしたライセンス契約は、これが始めてであろう。1926（大正15）年夏、それまでドイツのポリドール・レコードの輸入元の阿南商会の阿南正茂と、銀座十字屋の鈴木幾三郎がドイツに渡り、ポリドールの製造元であるドイツ・グラモフォンと折衝して、ドイツ録音の原盤の日本における製造許可を得たうえで、日本ポリドール蓄音器商会を設立した経緯があるが、それはまさに原盤使用のライセンス契約の交渉のための渡独であった。

第2次世界大戦前に結ばれた原盤使用のライセンス契約で忘れてはならないものに、キングレコードが結んだドイツ・テレフンケンとの契約がある。1930（昭和5）年に講談社はレコード事業に進出したが、1936（昭和11）年に同社のレコード部門は、キングレコードとして独立した。テレフンケンとの契約はこの年に結ばれ、11月から新譜が発売されるようになった。テレフンケンはドイツで1932年にウルトラフォンという会社を引き継いで生まれたレーベルだったが、グラモフォンやコロムビアには及ばなかったものの、ベルリン・フィルやアムステルダム・コンサートヘボウ管弦楽団など一流のオーケストラの演奏、ベートーヴェンの交響曲などのレパートリーなども多く、クラシックの分野では当時の日本でもビクター、コロムビア、ポリドールに次ぐ第4勢力となった。このキングレコードとドイツ・テレフンケンとの契約は、ドイツが日本との同盟国だったせいもあって戦争中も継続され、1942（昭和17）年頃まで新譜の発売を続けた。

ビクターやコロムビアの外資会社が設立されたり、ポリドールやキングレコードなどのライセンス契約が進んだこの時期は、洋楽のみならず邦楽についてもそれら



の大手会社の勢力が強まり、中小レコード会社にとっては厳しい状況が進んでおり、経営が苦しくなって廃業したり、大手に吸収されたりする会社も少なくなかった。そのようななかには大手に対抗して、海外の中小のレコード会社と洋楽のライセンス契約を結び、自らの手で道を開こうとするところもあった。いくつかの事例をたどってみよう。

大正時代に東日本を中心に市場を牛耳る日本蓄音機商会に、西日本の雄として戦いを挑んできた日東蓄音器株式会社は、昭和時代になって外資化によって特に洋楽が充実した日本蓄音機商会に、大きく水をあけられてしまったが、しばらくは日本のジャズを録音するなど和製洋楽の積極的な録音で凌いできた。だが1934(昭和9)年になって、ドイツのクリスタルというレコード会社とライセンス契約を締結する。クリスタルは英国系の会社だが、ドイツのクラシックとポピュラー音楽を持っていた。しかし同じドイツのクラシックといってもポリドールやテレフンケンのレパートリーにはとても及ばず、ポピュラー音楽のほうが多少なりとも売れたという。

東京レコード製作所という会社は、アメリカのアメリカン・レコード・コーポレーション<ARC>という会社のジャズ専門レーベル「ラッキー」と契約し、1934(昭和9)年11月から発売を開始した。このジャズは市場性もあり順調な滑り出しをみせたが、翌年社長が死去し、この契約は日本蓄音機商会＝コロムビアに受け継がれた。また1924(大正13)年、兵庫県西宮市に設立された内外蓄音器商会は、1930(昭和5)年にタイヘイレコードと改称されたが、この会社もアメリカ原盤のポピュラー音楽を発売している。名古屋のツルレコードにも同様の動きがあった。

原盤の名称をダイレクトに名乗るレコード会社も出現した。1929(昭和4)年には日本パーロフォン、1930(昭和5)年には日本オテオンという会社が生まれた。いずれもカール・リンドストレムの持つドイツの会社の日本支社というかたちでスタートした。そのうち日本パーロフォンはドイツの原盤を発売するだけでなく、近衛秀麿のオーケストラなど日本のクラシックの録音も手掛けた。

これらのライセンス契約は、第二次世界大戦の混乱のなかで実効を失うことになり、そのまま戦時中に契約期限の終了を迎えることになった。

### (3) アメリカ・ポピュラー音楽の隆盛とライセンス時代の始まり

第二次世界大戦の終了後、1947(昭和22)年にはコロムビアが、少し遅れて1950(昭和25)年にはビクターが、それぞれのアメリカの提携先であるCBSコロムビアとRCAビクターと「米国吹込み原盤輸入契約」を締結し、これによって両社の洋楽の

ライセンス・ビジネスが本格的に開始されたことは前述の通りである。これを契機に日本にはアメリカ・ポピュラー音楽が本格的に流れ込んできた。それは1950年代に突入する前後のころからアメリカでは戦後のポピュラー音楽の黄金期が到来したからである。この時期アメリカのポピュラー音楽はレコードだけではなく、FENを中心とするラジオ放送、朝鮮戦争の兵士の慰問に訪れるミュージシャンたちの途中立ち寄りによるライブ公演、それに影響された日本のミュージシャンの実演などを通じて、日本に奔流のように押し寄せてきた。しかしレコードの役割は特に大きかった。この時期に多くのアメリカのポピュラー音楽のレコードが発売されたのは、日本コロムビアがアメリカのCBSコロムビア原盤で発売したL盤、日本ビクターがRCAビクター原盤で発売したS盤だけではなかった。当時アメリカで次々と誕生してヒット曲を生み出していた新しいレコード会社と日本の主要レコード会社とのあいだには、それぞれライセンス契約が締結され、アメリカのヒット曲が日本でも続々と発売されて、日本の音楽市場は活況を呈してきた。

当時アメリカのレコード会社（＝ライセンサー）のライセンス契約の受け皿となった日本のレコード会社（＝ライセンシー）は、1942年設立された日本レコード協会の設立メンバーの5社、すなわち日本コロムビア、日本ビクター、キング、ポリドール、テイチクであり、そこに1953年レコード事業を開始した東芝（1960年東芝音楽工業として独立）が加わった。各社が1950年代に交わっていたアメリカのレーベル契約の主なものは、キングレコードはキャピトル（51年に契約されたが56年に東芝に移行）、ABCパラマウント、マーキュリーなど、テイチクは米デッカ、日本ビクターはドット、インペリアル、ワールドパシフィック、アトランティックなど、東芝はキャピトル（56年にキングから移行）、キャップなどであった。

これらのライセンス契約のもとで、日本の洋楽の歴史を飾る多くのアメリカ産のヒット曲が発売された。L盤・S盤も含めてそのなかから代表的なものを挙げると、男性歌手ではトニー・ベネット、エディ・フィッシャー、ペリー・コモ「ばらの刺青」、ナット・キング・コール「モナ・リザ」女性歌手ではベギー・リー「ジャーニー・ギター」、ダイナ・ショア「青いカナリア」、ジョー・スタッフォード「霧のロンドンブリッジ」、ドリス・デイ「ケ・セラ・セラ」、パティ・ペイジ、などがある。これらはもちろん当時星の数ほどあったヒット曲の、ごく代表的なものに過ぎない。

1940年代から60年代にかけてはアメリカのジャズの発展期・隆盛期でもあった。この時期にはジャズの名門ともいわれる多くのジャズ専門のレコード会社が誕生し、後世に残る名演名盤を送り出している。代表的なレーベルを挙げると、設立順にブ

ルーノート、アトランティック、プレスティッジ、リバーサイド、ヴァーヴ、インパルスなどがある。これらのレーベルもこの時期には、日本の上記5社のいずれかのレコード会社とライセンス契約を交わし、多くの名盤が日本のジャズファンに提供されるようになった。これらのジャズレーベルは音楽のジャンルも限定されており、会社の規模もさほど大きくはない。そのためオーナーが変わることもあり、その折には日本のライセンス先も変わるという歴史も持っている。またインパルスは1960年にABCパラマウントのサブレーベルとして設立されたので、ABCパラマウントの日本のライセンス先が、キングレコードから日本コロムビアに移ったときは、インパルスも同時に移行した。また1956年に設立されたヴァーヴは1960年MGMに買収されたが、この折も日本でのライセンス先が移動している。

#### (4) ロック誕生が促した新興レーベルのラッシュ

この時期のアメリカのポピュラーの隆盛のきっかけとして、ロックンロールの誕生を挙げないわけにはいかない。1954年にビル・ヘイリーの「ロック・アラウンド・ザ・クロック」がその発端といわれるが、それに続いてチャック・ベリーやリトル・リチャードのヒット曲が登場し、鬱積する白人の若者の不満を晴らすことになって、ロックンロールはアメリカのポピュラー音楽における大きな潮流となった。さらにテネシー州メンフィスのサン・レコードという、小さなレコード会社からデビューしたエルヴィス・プレスリーが、1956年に大手RCAに移籍し「ハートブレイク・ホテル」でブレイクして大スターになった。ここにアメリカのポピュラー音楽におけるロックンロールの位置は決定的なものとなった。そこではレコード会社にとってのビジネス・チャンスが大きく膨らむことになった。

黒人向けのポピュラー音楽にも大きな変化が訪れた。1940年代から黒人の若者に受け入れられていた激しいビートを持つリズム・アンド・ブルースが、この時期になってソフトで滑らかな音楽に変化し、60年代に入るところからソウル・ミュージックと呼ばれるようになって行く。それは黒人による音楽であっても、白人にも受け入れられることを狙った、モータウンのようなレコード会社の戦略の成功といわれる。この流れは70年代のディスコサウンドにつながって行く。

この時期にもうひとつアメリカのポピュラー音楽の大きな流れとして浮上したのが、フォークソングである。1960年代の初頭に、ベトナム戦争反対と黒人差別反対の運動が盛り上がっていた社会的背景のなかで、それらの民衆の意思を音楽のなかで表現しようとしたのがプロテストソングであり、それはカレッジの学生やアメリカの中産階級のインテリ層に支持された。その中心にいたのはボブ・ディランだっ



た。ディランは1965年には突然ロック歌手に変身するが、フォークソングの主題もはプロテストソングにとどまらず多方面に広がりを見せ、60年代を通して大きな流れとなり多くのスター歌手とヒット曲を排出した。

1960年代に入るとイギリスにもポピュラー音楽の大きな変化が生じた。それはロックンロールの誕生に端を発する、アメリカでの新しい音楽のうねりに呼応するように生まれたものだった。最初の、そして最も劇的な波は62年のザ・ビートルズの登場だった。それが引き金となってイギリスでもロックの波がつつぎつつぎに発生し、ブリティッシュ・ロックと総称される流れとなって、アメリカにも逆流していった。そのなかではアニマルズ、ローリング・ストーンズ、ザ・フー、キンクスなどイギリスのロックバンドが、アメリカで成功を収め始めた。60年代の終盤になると、哲学的なメッセージを込めてクラシックをバックボーンに据えたプログレッシブ・ロックなども生まれ、これもアメリカでも多くのロックファンを魅了した。そしてその頃までには、アメリカでもロックンロールから発展したロックが、さまざまな方向に分化・多様化していった。たとえば西海岸で生まれたビーチボーイズを中心とするサーフ・ミュージック、ヘヴィで電氣的な大音量で演奏するハードロック、南部ジョージアが発生のサザンロックなどが挙げられる。

このようにしてこの時期に、アメリカ・イギリスのポピュラー音楽が互いに刺激しあいながら発展するなかで、両国のポピュラー音楽の市場は年を追うごとに成長し、音楽のジャンルも拡大していった。それに伴ってレコード会社の数も増加の一途をたどった。その結果アーティストの顔ぶれもますます多様化していった。第2次世界大戦後から60年代までに生まれて、その後20世紀後半をそれぞれの足取りで歩んで行ったレコード会社にはどのようなものがあったのか。設立の古い順に主なものを挙げてみると、アメリカでは、「アトランティック」(47年)、「インペリアル」(47年)「エレクトラ」(47年)、「マーキュリー」(47年)、「50年」(50年)、「ベル＝アリスタ」(54年設立73年にアリスタに改名)、「リバティ」(55年)、「ワーナーブラザーズ」(58年)、「モータウン」(59年)、「リプリーズ」(60年)、「A&M」(62年)、などがある。

いっぽうイギリスでは、「アイランド」(62年)、「クリサリス」(69年)、などがある。イギリスでは1950年代は、めざましい活動で注目を集めた新レーベルは生まれていない。イギリスのポピュラー音楽の活性化は、60年代になってからのザ・ビートルズ、ブリティッシュ・ロックの隆盛以降、さらにはヴァージンレコードが生まれパンクロックが現れる70年代以降であることがここにも認められる。

ここに挙げたレーベルは当時の新興レーベルである。これらの多くが新しい欧米のポピュラー音楽の流れを創り出し、レコード市場の発展の多くの部分を担っていたことは確かなことだが、そのいっぽうでは第二次大戦以前から存続している、世界のメジャーと呼ばれるレコード会社、CBS コロムビア、RCA ビクター、EMI が、振興レーベルには負けずとばかりに活動を続けていた。この時期に誕生したスーパースターたち、たとえば前述のように、エルヴィス・プレスリーは RCA ビクターが、ザ・ビートルズは EMI が、ボブ・ディランは CBS コロムビアが、それぞれ世界に発信した。また彼らは外部の新興レーベルに対抗するべく、自社内に新しいレーベルを興し、新しいジャンルの音楽や不得手だった分野に取り組んでいる。

たとえば CBS コロムビアは EMI=英国コロムビアとの契約が終了し、クラシック分野が手薄になったことを補うために、オランダの新しいクラシック・レーベルのフィリップスと契約したが、そこからの音源をアメリカで発売するため、1953年に新レーベル、エピックを創設している。のちにエピックはジャズやポピュラー音楽も扱うようになり、コロムビアのセカンド・レーベルとして現在に至っている。またイギリスの会社である EMI は世界のメジャーをめざすうえで、どうしてもアメリカの音楽が手薄になる点を補正するために、1955年にキャピトルを買収しアメリカ音楽の音源を確保した。

##### (5) ライセンス時代の本格的到来～売り手市場の泣き笑い

当時次々に生まれたこれら欧米の新興レーベルは、アメリカとヨーロッパの市場だけで覇を競っていただけではない。世界の第2位の音楽市場に成長しつつあった日本市場への攻勢も、年を追うごとに強まっていた。彼らは新しい会社を設立しヒット曲を出しスター・アーティストを持った段階で、日本の市場での売上を狙って、日本のレコード会社へのライセンス契約を模索しつつアプローチをかけてきた。50年代から60年代の時期は、日本レコード会社といえばまだ、日本コロムビア、日本ビクター、キング、ポリドール、テイチクそれに東芝を加えた6社が主役の時代だった。従って多くの欧米レーベルは、この6社のいずれかと交渉を持ち、ライセンス契約を結ぶことになった。契約によって原盤使用权を得たそれぞれの会社の洋楽部からは、アメリカ・イギリスでヒットしている楽曲が、次々と日本の市場に送り出され、若者のあいだに広がってヒットチャートを上昇するものが多かった。

当時のライセンス契約とはどのような内容のものだったか。その骨子は次のように要約されよう。たとえばアメリカのあるレーベルと日本のレコード会社が契約をしたとする。するとその日本のレコード会社は、アメリカのレーベルが権利を持つ

すべての原盤を複製してレコードを製造し、定められた期間（通常は3年間。ただし1年間や5年間などもある）に日本という地域で宣伝・販売する権利を得ることになる。その場合、商標（レーベルのロゴマーク）の使用権も許可される。しかしそのいっぽうで日本側は、複製したレコードの売上数量に応じて、決められた料率の印税（原盤使用印税＝著作隣接権利用印税）をアメリカ側に支払わなければならない。また契約に規定されていれば、その印税をレコードの売上が発生する以前（多くの場合契約時点と年度の変わり目）に、支払わなければならない。これを前払印税<sup>(3)</sup>と呼ぶ。

この時期はアメリカやイギリスでは活きのいい音楽がどんどん生まれており、それらが相継いで日本にも提供されていた。そのため50年代から60年代にかけてのこの時期は、日本のレコード市場では洋楽の比率が歴史的に最も高かった。特に60年代末の5年間はそのピークの時期で洋楽が40%を超える年も多く、1968年の統計では洋楽が45%（邦楽は55%）を占め歴史上最高の比率だった。このような状況のなかで、当然のことながら日本のレコード会社は、アメリカやヨーロッパのポピュラー音楽の音源の確保に躍起となった。できるだけ多くの、そしてできるだけ活発なレーベルとライセンス契約を結び、日本の洋楽市場で売上を伸ばし、占有率をあげることが、当時レコード会社の洋楽部のマネジャーには求められた。いくら活発な時代であったとはいえ、欧米のレコード会社の数には限りがあった。有力なレーベルといえはその数はさらに絞られる。その数少ないレーベルとのライセンス契約を巡って、日本のレコード会社のあいだでは熾烈な獲得競争が生まれた。そこに出現したのは原盤を提供するアメリカ側に有利な、売り手市場であった。

多くの契約交渉はアメリカ側が優位な立場に立って行われた。日本側がレコード会社の社員が当事者であったのに対して、アメリカ側は多くの場合レコード会社の弁護士が交渉の当事者となった。彼らは複数のレコード会社をクライアントに持つ、この種の契約のプロフェッショナルであり、ただでさえ有利な交渉をさらに有利に進めたケースも多かったという。契約に際してアメリカ側は、日本の複数のレコード会社からの入札を求めることができた。そこで入札された契約条件の最も有利な相手を選ぶことができたのである。日本側のレコード会社は競争相手より少しでも有利な条件を出すことが必須となった。

このような入札競争のなかで、条件交渉のポイントとなったのは、原盤印税率と前払印税額の2点である。熾烈な入札競争の過程で、原盤印税率はどんどん高めら

れ、前払印税額はどんどん高騰した。その結果ある時期までには、原盤印税率はどんなに多量のレコードを売っても、日本側には利益が出ないほどの率にまで高まり、前払印税額もそのレーベルの実力から試算される売上から発生する印税額には、とうてい到達しないほどの額が要求されるケースもまれではなくなった。

このようなことから、多くのレコード会社で洋楽のビジネスは利益を生み出すことが難しいという状況が生まれていた。しかし当時のレコード会社は洋楽のライセンス契約をやめようとはしなかった。それは前述のように当時の市場が英米のポピュラー音楽を求めており、それを提供することが自社の市場占有率を確保することにつながり、さらにはレコード会社としてのステイタスを上げることにもなったからである。当時のレコード会社の広告や広報誌には、商品の告知がされるいっぽうで、必ずといっていいほど自社の契約している洋楽レーベルの数の多さ、多彩さを誇示するスペースが見られることからそのことが確認される。

このようにこの時期のレコード会社の洋楽のビジネスは利益を生み出すことは難しかった。レコード会社の利益はもっぱら邦楽の分野のビジネスがもたらす場合が多かった。

## 2. 合併会社の時代（60年代後半～90年代）の到来 ～資本の自由化がもたらした欧米メジャーの攻勢

これまでみてきたように、1950年代から60年代にかけての日本のレコード会社の洋楽ビジネスは、その時期のアメリカにポピュラー音楽の隆盛を反映して相次いで誕生していた、いろいろな音楽の分野にまたがる新興レコード会社とのあいだに、ライセンス契約を結ぶことによって成り立っていた。しかし70年代に入るところからそのビジネスの形態に少しずつ変化が生まれてきた。それはアメリカやイギリスのレコード産業の側に生まれた変化に起因するものであった。その変化とは1950年代から60年代にかけて出現した多くのポピュラー音楽のレーベルが、少しずつ集約・統合され始めるというものであった。その動きは時を移さずして3つの新しいメジャー・カンパニーの誕生、すなわち WEA、MCA 及びポリグラムの3社の誕生につながっていった。ここに戦前からの歴史を持つ、CBS コロムビア、RCA ビクター、EMI の3社に、新たに生まれた新興メジャー3社が加わり、この時期から90年代の終盤までは世界のメジャーレコード会社は6社が覇を競う時代となった。<sup>(4)</sup>

このように70年代に入ってから、欧米のレコード会社が6つのメジャーに集約される方向に向かったことは、欧米はもとより世界各国のレコード産業に大きな変革

をもたらすことになった。日本のレコード産業もその例外ではなく大きな影響を受けることになった。それは洋楽ビジネスだけではなく邦楽のビジネスにも及ぶものであり、日本のレコード産業の構造の変化をも喚起する大きな変革につながるようになった。最初の動きは60年代の終盤に始まった欧米メジャー各社による、日本での合弁会社設立への働きかけである。ここで合弁のパートナーとして誘いを受けたのは、そのほとんどが日本の大手の電気メーカーと、その系列大手レコード会社であった。この節ではそのような合弁会社設立の経緯や、それに至った要因などについてみていくことにする。

### (1) 資本の自由化と合弁会社設立の連鎖

1970年大阪の千里丘で開催された万国博覧会は、戦後の日本経済の完全なる復興を世界にアピールするものだったが、東京オリンピックが開催され、東海道新幹線が開通した1964年前後には、戦後の日本経済の復興はすでに世界的にも知られることとなっており、それは多くの経済指標からも明らかとなっていた。そのためこのころにはそれまで日本政府が打ち出していた国内産業の手厚い保護政策は、諸外国から批判を浴びるようになり修正を求められるようになっていた。これを受けて日本政府は、1962年には貿易自由化、63年には為替自由化を敢行し、1967年からは資本自由化に踏み切ったのである。

この年の6月、外資審議会から政府に答申が出されたが、17業種についてはいきなり100%の資本自由化、33業種についてはまず50%の自由化が規定された。その33業種のなかにレコード製造業＝レコード産業が含まれていた。これにより翌月の7月からはレコード産業においても、外国資本が50%までの合弁会社が日本国内で作れるようになり、その時点では明確には規定されてはいなかったが、ごく近い将来にはレコード産業も資本100%自由化が訪れることは明白であった。それは外資100%のレコード会社を日本でも設立しうることを意味するものだった。

レコード産業における50%の資本自由化というお膳立てが整うと、それを待ちかねたように日本のレコード産業には、つぎつぎと欧米の外資と日本企業の出資による合弁レコード会社が設立の誘いが持ち込まれそれが実現されていった。トップを切ったのは1968年、すなわち資本自由化の翌年のCBS ソニー（資本金7億円）の設立である。それはアメリカ CBS レコードと日本の電子機器メーカー、ソニーとの50%ずつの出資によるものだった。翌年69年には東芝音楽工業が英国EMI とアメリカ・キャピトルとの合弁会社東芝EMI が生まれる。東芝のレコード事業は、1954



年東芝のなかにレコード事業部が置かれてスタートし、60年には東芝音楽工業として別会社となる。その翌年61年には東芝音楽工業にキャピトルが資本参加するので、厳密にいうと東芝音楽工業はこの時点で合弁会社となった。しかし69年に外資と日本資本が半々の正真正銘の合弁会社となる。また同じ69年には、日本グラモフォンがドイツ・グラモフォンとの50%の合弁会社に生まれ変わっている。

1970年代に入ると日本側が松下電器と日本ビクター、外資はオランダのフィリップスの間に、日本フォノグラム（資本金1億円）が設立される。さらに翌年の71年には日本側がパイオニア、渡辺プロダクションの2社、アメリカ側がワーナー・グループのいう顔ぶれで、ワーナー・パイオニア（資本金1億円）が設立された。このケースは日本側にレコード会社が入っていないことが注目される。さらに4年後の75年には日本ビクターとアメリカ・RCAの折半出資によるアール・ブイ・シー（資本金3億円）が設立された。ここまでで1968年CBSソニーによって口火が切られた、外資と日本資本の合弁の動きは小休止したが、アール・ブイ・シー設立の15年後の1990年に、6つのメジャーのなかで唯一ライセンス契約を継続していたMCA社が、ライセンシーのビクター音楽産業とその親会社の日本ビクターを相手に合弁会社の設立に踏み切り、MCAビクターが誕生した。これによってCBS、ワーナー・グループ、ポリドール、フィリップス、RCA、MCAの6つの世界のメジャーは、そのすべてが日本において50%出資の合弁会社を設立したことになる。

アメリカCBSコロムビア社のCBSソニーの設立に始まったこのような動きは、資本自由化を待って連鎖的に起こった現象であり、世界第2位の市場に膨らみつつあった戦後の日本のレコード市場への、欧米のメジャー各社が本格的な攻勢をかけてきたことを意味するものである。このうちのいくつかのケースについて、これらの合弁設立の外国側の意図や、それを受け入れた日本側の事情などについて、もう少し詳しく検証してみることにしたい。

## (2) 合弁会社 CBS ソニー誕生の経緯

前述のように日本でのレコード会社の合弁トップを切ったのは1968年のCBSソニーの設立である。この合弁会社の誕生は2つの驚きをもって、日本のレコード産業の内外の話題を呼んだ。1つは早くも資本自由化の翌年にレコード産業にも合弁会社が登場したことである。それは資本自由化を見据えて水面下の交渉が事前に進められていたことを物語るような、おおかたの想像を上回る素早いタイミングでの登場だったことである。2つ目はアメリカ側のCBSコロムビアが選んだ日本側の

合弁の相手が、直前までライセンス関係にあった日本コロムビアではなく、これまでレコード事業に参入していなかったソニーだったことである。ここに来て、昭和初期の日本蓄音機商会への英米コロムビアの資本参加以来、第2次世界大戦中の中断はあったものの、ほぼ半世紀にわたって続いた世界のメジャー、コロムビアと、日本のコロムビアのパートナーシップに、ピリオドが打たれたのである。

CBS ソニーが設立された1968年前後の時期は、アメリカのCBS レコードの経営が軌道に乗り始め、市場シェアも順調に高まっていた時期である。1956年に社長に就任したゴダート・リーバーソンが、ボブ・ディランを手掛けたことでも有名な、伝説的プロデューサーのジョン・ハモンドや、自らが率いるミッチ・ミラー合唱団やアンディ・ウィリアムスなどのMOR（ミドル・オブ・ザ・ロード）路線を進めたミッチ・ミラーなど、優秀なプロデューサーを擁し、業績を挙げて発展の基礎を作った。さらに1966年からはリーバーソンに右腕として信頼されていたクライブ・デイビス（後にアリスタ・レコードでも大きな成功を収める）に社長が引き継がれたが、彼はジャニス・ジョップリン、ジミ・ヘンドリックス、ドノヴァンなど、ロック系の若手アーティストをつぎつぎに発掘し、従来CBSの弱点だったロック路線を打ち出してさらに実績を挙げていた。この時期には同社の市場占有率は17%にまで伸び、リーディングカンパニーの地位を固めつつあった。

このようにアメリカ国内市場での実績を高めつつあったCBSレコードにとって、国外市場も大切なターゲットだった。そこにはヨーロッパ、南北アメリカ、オセアニア、そしてアジアがあった。なかでも日本は重要な市場とみなされていた。前述のように1968年といえば日本は高度経済伸長の真っ只中であり、2年後の70年には日本の戦後復興を象徴する大阪万国博が開催された。当時のCBSレコードでは海外のビジネスを取り仕切る国際部（CBSレコード・インターナショナル）は本社機構のなかの一部門に過ぎなかったが、1968年にはCBSレコード・インターナショナルの名称の会社を設立し、国際部をそのまま独立させた。社長には国際部長だったハービー・シャインが就任した。日本での合弁会社CBSソニーの設立のまさにその年に国際部を独立させるということは、CBSレコードの日本への注目度の高さを物語っているとの見方もできる。

このような日本への攻勢強化の方向のなかで、CBSコロムビアが選んだ日本側の合弁の相手が、直前までライセンス関係にあった日本コロムビアではなく、ソニーだったことも世間を驚かせた。しかしこれは必ずしもCBSレコードの当初からの

選択ではなかった。CBS コロムビアはまず日本コロムビアに合弁を持ちかけた。だがそれは日本コロムビアのレコード事業部が携わる洋楽のビジネスのみを新合弁会社に移行させるだけではなく、邦楽のビジネスの移行をも提案するものであり、日本コロムビアのレコード事業部全体を合弁会社に組み入れたいという提案だった。<sup>(5)</sup>日本コロムビアはこの条件を受け入れなかった。このため CBS レコードはソニーに合弁の打診を始めた。

この時までレコード・ビジネスには参画していなかったが、それを模索していたというソニーは、邦楽・洋楽を含めた合弁会社への参入を直ちに受け入れた。そこで合意はすぐに成立したという。レコード会社をゼロから立ち上げるつもりでソニーにとっては、洋楽の豊富なカタログとアーティストを持つ CBS コロムビアとの提携は、願ってもない話が舞い込んだということだったろう。この合弁会社の設立とその後運営の経過のなかで、CBS コロムビアの VIP たちとの人脈を作り上げたソニー側の大賀典夫、盛田昭夫らの幹部は、1988年には合弁相手のアメリカの CBS コロムビアを買収する。そこに至る買収交渉の過程では、この合弁事業を通して作り上げた人間関係が大いにものを言ったことだろう。

### (3) 東芝 EMI の誕生とその経緯

CBS ソニーの誕生のあとを追って、60年代の終末から70年代初頭には、世界のメジャーと日本のレコード会社との合弁が、前述のようにつぎつぎに誕生した。しかしそれらは CBS ソニーの登場のときのように、大きな話題を呼ぶことはなかった。それは2番手、3番手ということもあったが、そのほとんどが従来までのライセンス契約相手との縁組であり、CBS とソニーのように新しい“結婚”ではなかったからともいえる。だがそれぞれの提携には当事者の会社の持つそれぞれの事情があったことも事実である。そのいくつかを確認してみよう。

まず1969年には東芝音楽工業が英国 EMI とアメリカ・キャピトルとの合弁会社となったことを契機に、東芝 EMI と名前が変わる。イギリス唯一のメジャーである EMI は、世界で最も古い歴史を持つメジャーだが、イギリスを本拠に置くということでのハンディを背負っているとの自覚があった。アメリカが圧倒的に大きな音楽市場であるために、アメリカのメジャーに比べて制作から流通にいたるまで、アメリカ市場でのビジネス展開に遅れをとりがちとの杞憂を常に持っていたのである。そのため EMI はアメリカを含む海外戦略には熱心だった。1955年アメリカのキャピトルを300万ドルで買収したのもその現れである。これにより EMI はアメリカでのレコード・ビジネスの拠点をキャピトルに置くことになったが、それは EMI にと

って非常に有効な施策であったといわれている。

前述のように東芝は1954年にレコード・ビジネスに参入し、1955年にはそのレコード事業を分離独立させ東芝音楽工業を設立した。EMI は日本でのビジネス・パートナーをそのような新興レコード会社である東芝とし、1961年には事業提携を結んで、HMVと英国コロムビアの音源をエンジェル・レーベルで同社から発売する。そして1969年にいよいよ合併会社に発展した。この場合の合併は東芝音楽工業の洋楽部門だけを対象とする合併ではなく、邦楽部門をも含む合併であり、つまり東芝音楽工業全体を組み入れた合併であった。これは前出のCBS レコードとの合併劇では日本コロムビアが拒否し、ソニーが受け入れた方式である。東芝もソニーよりは一步早かったものの、レコード・ビジネスでは戦後スタートの新参ものである。それだけに東芝はEMI との連携は合併によってビジネスを一気に確実にすることができると考えたことがうかがえる。特にEMI やキャピトルからの洋楽音源の提供が確実になりより継続的になることは魅力的だったろう。いっぽうのEMI は自社が持つ音源を日本という成長期のマーケットで、よりの確に流通させることができる拠点を持ったことになる。このようにEMI と東芝の双方にメリットがもたらされるとい判断があって、この合併は実現したということだろう。

なおこのEMI と東芝の合併は2007年まで継続した。それはこの時期に生まれたそのほかの合併会社が2000年代に入るまでにはほとんど解消されたことに比べると、圧倒的に長期間維持された。

#### (4) 日本ビクターが参入した3つの合併会社の発足

1970年代に入ると、日本ビクターやその親会社の松下電器が絡む合併会社が3社誕生する。まず70年には、日本側が松下電器と日本ビクター、外資はオランダのフィリップスという顔合わせで、日本フォノグラムが設立された。続いて5年後の75年には日本ビクターとアメリカ・RCA の折半出資によるアール・ブイ・シーが設立された。さらに90年には日本ビクターと同社の子会社であるビクター音楽産業、そしてアメリカ側がMCA という構成メンバーで、MCA ビクターが設立される。

いずれも日本ビクターが絡むこれら3社の合併事業は、60年代のCBS ソニーの設立や、東芝EMI の合併化とは、いささか性格が異なっている。日本ビクターは1927(昭和2)年の会社創業から、レコード事業に携わってきたいわば老舗レコード会社である。まずその点でレコード事業へ新規参入したばかりのソニーや東芝とは事情が違っていた。当時(60年代終盤から70年代初頭のころ)の日本ビクターのレコード・ビジネスは音楽事業本部という組織で運営されていた。その音楽事業本部

は、邦楽部、洋楽部（ワールドグループ）、RCA レコード事業部、フィリップス・レコード事業部、MCA レコード部（名称は時期によって多少変更されたが）という下部組織で構成されていた。その名称からも分かるように当時ライセンス契約の関係にあった、RCA、フィリップス、MCA の音源を使うレコード・ビジネスが、それぞれの名称を冠した事業部によって運営されていた。

このように世界のメジャーの3社をパートナーに持つ日本ビクターのレコード・ビジネスはかなり優位にあり、時期的な山や谷はあったものの、市場シェアもトップに位置することも多かったが、この時期のビクターの好調は単に保有するメジャー・レーベルの数の多さだけではなく、その経営手法にもあったといえる。それはこの時期にもはやされていた事業部制をうまく取り入れていたことである。事業部制は日本では日本ビクターの親会社であった松下電器が初めて採用したといわれる。前述のビクターの各部門の組織名をみてもわかるように、そこでは事業部制を意識した、独立採算、自律経営を音楽事業本部内の各部門に課していた。これにより経営者側は、アーティスト育成、ヒット曲作り、それらの結果としての売上と利益増、さらにはシェア向上など、部門間の競争を煽っていた。このようなやり方でビクターはレコード事業を軌道に乗せていたといわれる。

このような状態のなかで、70年代に入る前後のころ、提携先のオランダ・フィリップスから、日本ビクターに合弁会社設立の誘いが持ちかけられた。このときビクターに持ちかけられた合弁の提案は、60年代にあったCBS からの日本コロムビアへの提案のように、その会社のレコード事業部丸抱えでの合弁ではなかった。フィリップスからの提案は、ビクターの音楽事業本部内の組織の一つであるフィリップス・レコード事業部とフィリップスとの合弁会社設立の提案だった。これにはライセンス契約の脆弱さを危惧していた日本ビクターの経営者も、事業部のマネジャーとして独立採算経営に当たってきた幹部社員も反対する根拠はなかった。もし日本ビクターが拒否すれば、合弁の提案は他社へ持ち込まれるのは明らかである。それはもちろん避けなければならなかった。

このようにして1971年に日本フォノグラム株式会社が誕生したのである。この合弁誕生に際しては、それまでのライセンス契約のもとで、オランダ・フィリップスから提供されてきた、フィリップス、マーキュリーなどの洋楽音源はもちろん新会社に移行したが、当時フィリップス・レコード事業部がスタートさせていた、フィリップス・レーベルの邦楽（いわゆる和製ポップスとよばれていたグループ・サウンドなどが中心）についても、そのアーティストや原盤が新会社に移行した。また



この合弁には松下電器も参加しているが、それは松下電器がこの時点で50%以上の日本ビクターの株式を保有していたことと、1953年に松下電器はフィリップス社との共同出資で、松下電子工業を興しているという間柄にあったという経営的因縁によるものである<sup>(6)</sup>。

つぎに1975年には、日本ビクターにはアメリカ・RCA から折半出資による合弁会社設立の話が持ちかけられた。この場合もビクターはそれを拒否することはなかった。その結果合弁会社アール・ブイ・シーが設立されたのである。日本フォノグラムの場合には、日本ビクターのフィリップス・レコード事業部が切り離されて合弁の日本側の母体となったが、アール・ブイ・シーの場合は、同じ日本ビクターの RCA レコード事業部が独立してその母体となった。ここでもその際にはアメリカ RCA のアーティストや音源がそのまま合弁会社に移行したが、当時ビクターの RCA レコード事業部が手掛けていた RCA レーベルを利用した邦楽についても、そこに専属するアーティストやその原盤が新会社アール・ブイ・シーに移行した。

さらに日本ビクターはもう一つの合弁事業に参画する。アール・ブイ・シー設立の15年後=1990年の12月、日本ビクターとビクター音楽産業からなるビクター・グループと、アメリカ MCA レコードが50%ずつの出資による、MCA ビクターの設立が発表され、翌91年の4月同社が発足した。おりしもこの発表からわずか1ヶ月前の90年11月には、日本ビクターの親会社ともいえる松下電器が、MCA レコードのみならず、ユニバーサル映画、ユニバーサル・スタジオをも包括する、アメリカの総合エンタテインメント・コングロマリットである MCA 本体を、61億ドル（当時の為替レートで約7800億円）で買収することが発表されていた。MCA レコードと日本ビクターの合弁の交渉は、そのような親会社同士の買収交渉と平行して行われていたことになる。MCA ビクターの設立によって日本ビクターは、フィリップス、RCA、MCA という当時の世界のメジャー6社のうち3社と、合弁事業を経験することになった。

#### (5) ワーナー・パイオニアの発足

日本側がパイオニア、渡辺プロダクションの2社、アメリカ側がワーナー・グループという顔ぶれで、ワーナー・パイオニア（資本金1億円）が設立されたのは1971年のことだった。この合弁は他社の合弁のケースとは性格が多少異なっており注目された。それは日本側にレコード会社が参入していないことだった。この時期のアメリカのワーナーは、67年にはその後ワーナーの中心人物となるアーメッド・アー

ティガンが率いるアトランティックを買収、70年にはジャック・ホルツマンのエレクトラを、75年にはデビッド・ゲフィンのアサイラムを、というように買収を重ねていたことから分かるように、めざましい発展期にあり、世界のメジャーの仲間入りを果たしつつあった。70年に入るところにはグループの中核となる販売組織 WEA<sup>(7)</sup>を作りあげていた。

彼らは世界戦略にも手をつけ始めていた。ヨーロッパの主要国などではいち早く現地のレコード会社を買収するなど、拠点作りをスタートさせた。おりしもこの時期に50%の資本自由化が打ち出された日本にも、拠点を作ろうとしたのは当然のことだった。しかし日本での合弁の相手探しは簡単ではなかった。新興で寄り合い所帯のメジャーであるワーナーには、他のメジャーのように長期間ライセンス契約を続けた日本のパートナーのレコード会社がなかったこともあった。

その結果ワーナーを選んだのはレコード会社ではなく、アーティスト・マネジメントを本業とする渡辺プロダクションと、音響家電メーカーのパイオニアだった。直接ワーナーからの誘いを受けたのは渡辺プロダクションのほうだった。自社のアーティストの海外進出を狙って、欧米の音楽業界にも関係を持つようになっていた、渡辺プロダクションの副社長だった渡辺美佐に、ワーナー側のアーメッド・アーティストガンがコンタクトし、合弁の話が進んだという。

渡辺プロダクションは確かにレコード会社ではなかったが、この時期にはレコードの制作も手がける、いわゆる原盤制作会社の看板も掲げていた。レコード会社の制作機能だけを持ち、レコードの発売・宣伝・販売はそれらの機能を持つ既存のレコード会社に預けるといいうことである。東芝音楽工業が1961年8月に発売し大きくヒットした、植木等の歌う「スーグラ節」は渡辺プロダクションが原盤を制作したもののだが、これは日本のレコード産業のなかで、レコード会社以外のプロダクションが初めてレコード音源=原盤を制作した、歴史的出来事として知られる。<sup>(8)</sup>

結果として渡辺プロダクションはワーナーとの合弁の設立に合意した。その際日本側の出資社としてパイオニアも参加することになった。渡辺プロダクションとパイオニアは、1967年のアポロン音楽工業（音楽テープの制作・販売会社）設立の際にもパートナーとなっている。制作や宣伝のスタッフは業界からスカウトした。特にワーナーやアトランティックなど洋楽のレーベル・マネジャーは、それまで担当していたスタッフを、日本コロムビアや日本グラモフォンから引き抜いた。邦楽のアーティストについては、多くのレコード会社に所属している渡辺プロダクション所属のアーティストを呼び戻すことは最小限に押さえ、新人アーティストを相次い

でデビューさせた。そのなかからは1年目から辺見マリ「めまい」、小柳ルミ子「わたしの城下町」のヒットが出て、後者はその年（71年）のレコード大賞最優秀新人賞を獲得するという幸運なスタートを切った。<sup>(9)</sup>

☆ ☆ ☆

これまでみてきたように、いわゆるメジャーと呼ばれるグローバルなレコード会社を中心とする欧米のレコード会社と日本のレコード会社の関係、すなわち日本のレコード会社の戦後の洋楽ビジネスの展開は、ライセンス契約のみを基本とする60年代後半までの状況に続いては、合弁会社を設立してそれを運営するというように、共同事業として展開されることになった。しかしそれは単に日本のレコード会社の洋楽ビジネスの変化ということに止まらなかった。新しく生まれた合弁会社は洋楽だけではなく、日本のポピュラー音楽＝邦楽をも扱う会社だったからである。またこれらの合弁会社は、そのほとんどが制作と宣伝の機能だけではなく、販売機能を持っていたことも見逃してはならないポイントだった。

これらのことは重大な意味を持つことだった。それは彼らが単なる音源制作会社ではなく、総合レコード会社、つまりレコード・メーカー<sup>(10)</sup>であるということである。それは既存の日本のレコード会社にとっては、競争会社＝ライバルの出現を意味していた。このことは合弁のパートナー同士が共同経営に当たる合弁会社であるうちは、まだ身内の姉妹会社というイメージで捉えられており、はっきりと認識されることはなかった。しかし1990年代になってレコード産業にも100%の資本自由化の時代になり、これらの合弁会社がそれまでの日本側のパートナーと袂を分かち、外資100%の会社に変身するに至って、紛れもない事実として認識されることになった。これによって国内資本の既存の日本のレコード会社は、これまで共同経営者だったパートナーが、強力なライバルであることに改めて気がつくことになった。

100%の資本自由化の時代になり、100%メジャーの資本の日本法人の相次ぐ出現によって、日本のレコード産業はさらに大きく変化する。それについては別稿にて明らかにすることにしたい。

## 注

(1) 1927（昭和2）年、日本蓄音機商會がアメリカのコロンビアの資本となってからも、傘下の販売会社にはコロンビアの名称を冠したが、本体の社名は日本蓄音機商會のまま

で、コロムビアに変更することはなかった。コロムビアと呼ばれるようになったのは、その折にレーベル商号がコロムビア（8分音符のデザイン）に変わったから通称でそう呼ばれるようになったのである。日本蓄音機商会の社名が変更されたのは第2次世界大戦後のこの時が初めてであった。

- (2) M盤, L盤, S盤などの名称の根拠は、「日本レコード協会50年史」の記述による。
- (3) これらは最も一般的な事例。実際はそれぞれの契約によって内容は異なることも多い。
- (4) 1972年にフィリップスはポリグラムに統合されるが、日本ではポリグラムはポリドールとフィリップスは個別に運営され、実質的にはメジャー7社の時代が長かった。
- (5) 家電部門を持つ日本コロムビアは、この時期家電事業の不振が続いており、利益を稼いでいたレコード事業を切り離すことができない状況にあったことが、合弁の拒否の主たる理由だったとされる。この事情は飯島恒雄著『カナリア戦史』愛育社に詳しい。
- (6) そもそもフィリップスと日本ビクターがライセンス契約を結んだのも、この松下電器とフィリップスの合弁事業が契機となったといわれる。
- (7) WEAは、Wはワーナー、Eはエレクトラ、Aはアトランティックのイニシャルで、それらを並べたもの。
- (8) この事情は、生明俊雄『ポピュラー音楽は誰が作ったか～音楽産業の政治学』勁草書房刊 第3章に詳しい。
- (9) ワーナー・パイオニア社は、設立1年目（1971年度）に27億円の売上を達成し、外資との合弁会社でありながら、邦楽の売上比率が46%（洋楽は54%）もあった。ヒット曲に恵まれるという幸運もあったが、渡辺プロダクションの力量を内外に印象づける結果ともなった。『抱えきれない夢～渡辺プロダクション四十年史』より。
- (10) ここでのメーカーとは、商品の企画、宣伝、販売までを行う企業という意味である。ここで挙げた合弁レコード会社のうち、販売機能を持たなかったのは、ワーナー・パイオニアとMCAビクターのみである。

## 参 考 文 献

- 生明俊雄 2004 『ポピュラー音楽は誰が作るのか～音楽産業の政治学』 勁草書房  
 飯塚恒雄 1998 『カナリア戦史』 愛育社  
 養島弘隆 1991 『エンターテインメントが世界を征す』 ビクター音楽産業メディアネットワーク本部  
 中村とうよう 1999 『ポピュラー音楽の世紀』 岩波書店  
 Negus, Keith 1996 *Popular Music in Theory ~ Chapter 2 Industry Polity Press*,  
 岡俊雄 1986 『レコードの世界史』 音楽之友社  
 日本レコード協会 1993 『日本レコード協会50年史』 日本レコード協会  
 田川律 1992 『日本のフォーク&ロック史～志はどこへ』 シンコー・ミュージック  
 田家秀樹 1999 『読むJ-POP 1945-1999私的全史』 徳間書店  
 歌崎和彦 2000 『証言－日本洋楽レコード史 戦前編』 音楽之友社  
 歌崎和彦 2000 『証言－日本洋楽レコード史 戦後編I』 音楽之友社  
 渡辺プロダクション四十年史編纂委員会 1999 『抱えきれない夢～渡辺プロダクション四十年史』 渡辺プロダクション  
 湯浅正敏編 2006 『メディア産業論』 生明俊雄「第8章 音楽」 有斐閣