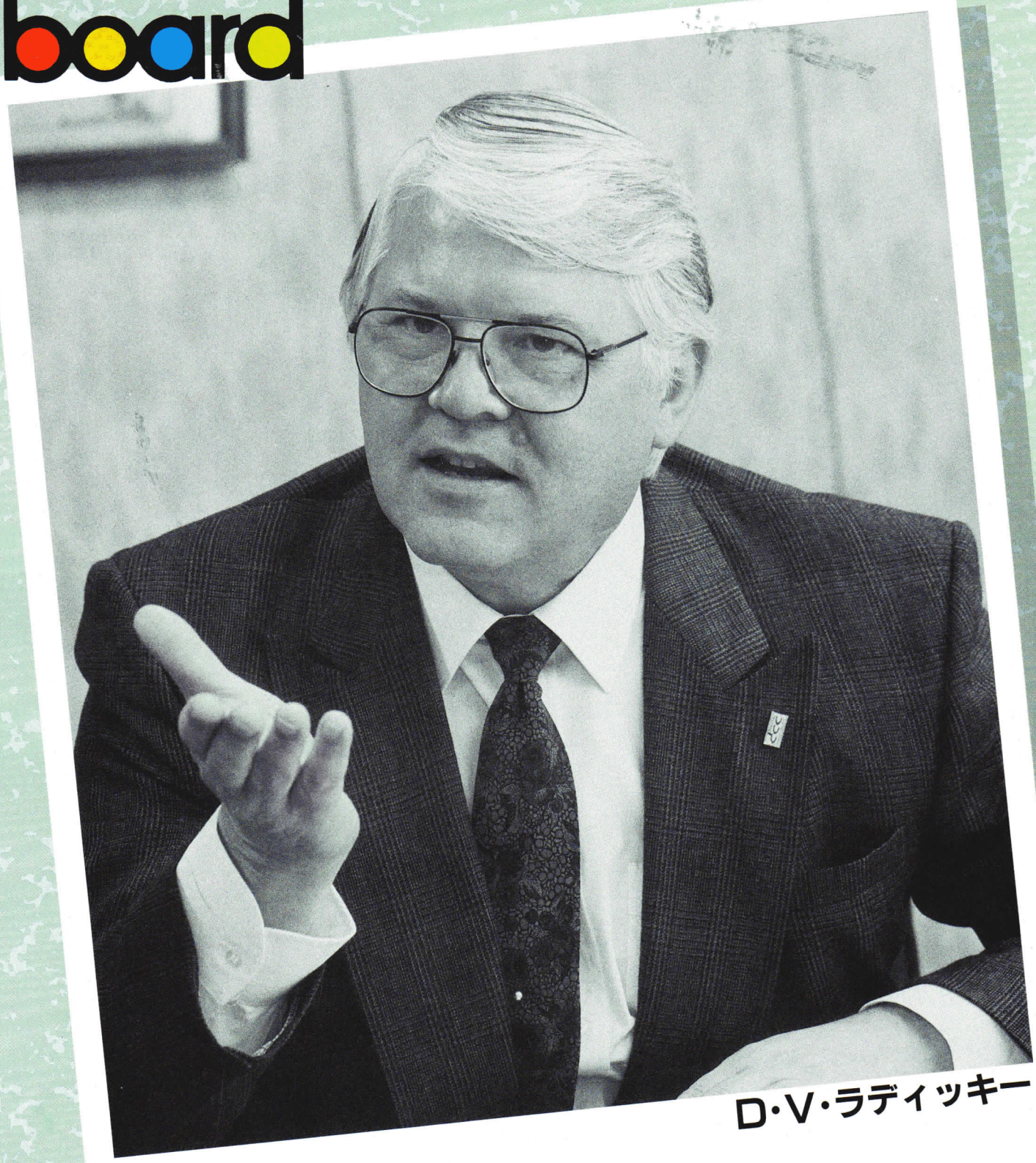
週刊ミュージック・ラボ 11月11日号 1991年11月11日 発行(毎週1回月曜日発行)1970年10月5日第三種郵便物認可第22巻45号通巻1072号

BILLBOARD誌との唯一の全面提携誌／音楽とその関連業界のビジネス情報誌

Music Labo

dccmuseum.com

Billboard



D・V・ラディッキー

レコード・レンタル実質禁止の可能性

表紙は語る／D・V・ラディッキー ポリグラムDCC担当取締役

トピックス(国内ニュース) タイム・ワーナー・エンターテインメント設立

Billboard(海外ニュース)ワーナー第3四半期は好業績

1991 11/11
Vol.22 No.45(通巻第1072号)
発行日：毎週月曜日1部：2,575円
(税抜価格2,500円)

dccmuseum.com

☆表紙は語る／第955回☆

DCC（デジタル・コンパクト・カセット）が、来年4月、まず欧州市場から登場する。CDへの切り換えが急速に進んだ日本と違って、ヨーロッパ、アメリカではいぜんカセットが音楽パッケージの主力。DCCが現行のカセットと互換性を持つことの強みがそこにある。そしてデジタル。日本での想像以上の関心が集まっているようだ。日本でも来年中には市場に出ると言われる。ミニディスクとの競合、共存問題も気になる。ともに録音可能でデジタルということになれば、テープかディスクかという差異はほとんど意味がないように見える。DCC推進に、世界を文字どおり駆け回っているラディッキー氏にインタビューした。

（訊き手・工藤）

まず世界市場の10%をDCCに

—生テープから市場を取り戻す—

● ポリグラムDCC担当取締役

ディーター・ラディッキー

4月欧州市場へ

本誌　DCCは来年4月、市場に出る計画のようですね。

ラディッキー　4月というのはフィリップスの発案ではないのですが、ヨーロッパの市場では4月が最適だと考えています。

本誌　その時にはソフトは何タイトルぐらいを予定していますか。

ラディッキー　ソフトウェアとハードウェアのコーディネーションをしなければならないのですが、ソフトウェアに関しては、ポリグラムだけでなく他の会社も含めてコーディネートするつもりです。当初の目標としては約500タイトルくらいですが、これについては国際的に通用する内容のソフトウェアを出したいと考えています。日本向け（ローカル）は多少遅れるかもしれません。500タイトルのうちの300タイトルは日本でも受け入れられるものでしょう。つまりクラシックを含めたいわゆる洋楽（インターナショナル・レパートリー）が300です。そして続いて日本の（ローカル）レパートリーという形です。

本誌　当初発売される500タイトルのうち洋楽を除いた200タイトルの内容はどんなものになるのですか。

ラディッキー　フランス、ドイツなど、それぞれの国の音楽です。

本誌　DCCを支持するレコード会社は現在どんなところですか。

ラディッキー　現在、話が進んでいる会社はBMG、EMI、MCA、WEA、ヴァージン、ソニー、そしてポリグラムです。

本誌　メジャーはすべて揃うわけですね。

ラディッキー　そして現在、各会社はセレクションの最中で、過去のカタログの中から何をリリースするかの段階に入っています。そのすべてを合せて当初500タイトルが市場に出てくるわけです。

本誌　価格はどれくらいになるのでしょうか。

ラディッキー　まだ決定していません。

本誌　7ドルからスタートして5~6ドルに落ち着くのではないかという記事がビルボードに出ていましたが……。

ラディッキー　どうでしょうか（笑）。日本市場ではCDより少し高めになるでしょう。その後、安くなってくるでしょうが。

本誌　プレヤーは。

ラディッキー　500ドル(6万5000円)くらいだと思います。

本誌　ハードウェアではどんな会社が名乗りをあげているのですか。

ラディッキー　ソフトウェア会社であるポリグラムの人間としては、その質問にお答えするのは難しいですね。先日の東京オーディオフェアでは参加した59社すべてがDCCに非常に興味を示していたようですが、ではどの会社が出すことになるのか分かりません。

ミニディスクとの共存は？

本誌　先日、アレン・レヴィー社長にインタビューしたときに、ソニーのミニディスクとは共存できるだろうとのご意見でしたが、どちらも録音ができデジタルですから、最終的にはどちらかになっていくとは考えられませんか。

ラディッキー　我々としてはミニディスクのことをまだよく理解していませんし、レヴィー社長もプレゼンテーションはまだ見ていないと思います。私自身は二度見ましたが、まだミニディスクの可能性については理解するには至っていません。どちらが良いのか悪いのかは、今後出てくるものだと思います。

本誌　ソニーのほうはDCCのソフトをすぐにでも出すと発言していますが、ポリグラム側はミニディスクのソフトを出すのでしょうか。

ラディッキー　現状では情報が不十分ですから、出せる、出せないについては申しあげられません。しかし両者が共存するのは、やはり難しいかもしれませんね。日本側から見れば共存は可能と言えるかもしれませんが、欧米の状態を見ると非常に難しいですね。というのも、ディーラーが一度に二つの在庫を増やさなければならないわけですし、ましてコストも非常に高くなりますからね。ディーラー側がどういう反応を示すかも分かりませんしね。

本誌　その背景には欧米では日本ほどCDが普及していないということもあるでしょうね。

ラディッキー　録音されたものを再生するものとしてはカセット、CDとありますが、その使い方という面では日本と欧米では全く違います。現在、アメリカ市場ではカセットが60%を占めていて、CDの普及率が35%です。一方、日本はCDの普及率が71%ということです。

テープについては数字的によく掴めていないのですが、ブランクテープが約6億本出回っているという。欧米市場は録音済みのテープのビジネスですからね。とにかく録音済みのテープの普及を高め、ブランクテープの数を減らしていくのが私達の目的でもあるわけです。

ディスク市場とテープ市場とは全く異なるもので、互いに影響を与えるというようなこともありません。LPが下がってもテープには影響がないし、ディスクが出てもテープの数字には影響がないということでは、共存は可能だと考えています。

2005年CDに追いつく？

本誌　来年中にDCCのソフトはどのくらいの巻数が出るとお考えですか。

ラディッキー　やはりソフトとハードとのバランスが重要ですし、はっきりとどのくらい出るかは申しあげられませんが、私達の目標では2000年までに6億5000万巻く

dccmuseum.com

らいは出まわると見ています。新製品というのは最初の２年は仲々伸びませんが、そこから先は急伸しますしね。

本誌　その予定だと現在のカセットを追い抜くのは何年頃になるのですか。

ラディッキー　1999年くらいです。DCCがあってもなくても、カセットの数字が下がってくるのは間違いないですし、日本では重要視されていませんが、まだまだ他の国では重要な部分を占めていますからね。

本誌　CDと並ぶのは…。

ラディッキー　2000年以後になるでしょうね。非常に面白い現象なのですが、どれを見ても10億（枚巻）で頭打ちになる。フィリップスとポリグラムがこれほどDCCに対し力を入れるのも、カセットの数はいずれにしても下がるわけで、となれば産業全体のに死活問題になってくる。もしCDの出現がなければ、LPの低下とともに、この産業全体が低下していたでしょう。

製造設備

本誌　DCCを作る工場は何処に建てるのですか。

ラディッキー　私達はこの産業を独占するつもりもないし、いろいろな会社と共存しなければならないということをまずご理解願いたいと思います。その上で、いまの質問に対してお答えしますが、我々の最初の工場はオランダのアマフォートという所に作る予定です。当初はポリグラムがDCCの殆どを製造しなければならないでしょう。現在、７つの会社と交渉中で、それぞれの国で作ることになるとは思いますが、日本では日本ビクター、アメリカではシンラム、またヨーロッパとアメリカにソノプレスがあります。他に三つの有力な会社があるのですが、これも近々契約を結ぶと思います。

本誌　ポリグラムの工場でどのくらいの生産能力があるのですか。

ラディッキー　DCC専用の工場ではないので、ミュージック・テープとDCCの両方を合せて3000万本の製造能力があるとしかお答えできません。いずれにしても初めの１年半ぐらいの期間に必要とされるDCCのソフトウェアは十分に生産できると思いますし、他社の参入も相次ぐわけですから。

本誌　DCCを作る設備は技術的にも高いものが要求され、価格もかなり高くなるという話もありますが…。

ラディッキー　CD工場と比べればかなり安い。それに製造段階はカセットと非常に似ています。ヘッドとかは変えなければなりませんが、両方を作れますからコスト的には低く抑えられると思います。

本誌　日本でも来年中には市場に出るのでしょうか。

ラディッキー　ええ、ただJVCとも話を進めている最中ですが、プログラムの文字（テキスト・モード）は日本語を使わねばなりません。アマフォートではこの作業は不可能ですから、やはり現地、つまり日本で行わねばならないという問題があります。でも来年中には必ず日本製DCCが出る筈です。何故なら日本市場では洋楽はそれほど重要ではないですからね。それより早くなっても遅くなることはないでしょう。

本誌　テキスト・モードというのは。

ラディッキー　DCCには字が出てくる機能があって、これが最大の特徴でもあるのですが、現在、オランダで行っているのはアルファベットでタイトルなどを出しているわけです。日本の場合は、この部分を漢字に置き換えないといけない。このプログラムを行っている最中ということです。将来、デジタル衛星放送にこのソフトがかかったときには、受信側のスクリーンに放送されているタイトルなどが出るようにもなります。

本誌　JVC以外には日本の会社と話は進んでいないのですか。

ラディッキー　正式に発表されているのはJVCだけです。それ以外のコメントはいまの私からはできません（笑）。

生テープを駆逐

本誌　最後にDCCとブランクテープは将来どういう関係になっていくかについてお聞かせ下さい。

ラディッキー　日本市場ではディスクが主流になっています。また、ブランクテープについては世界最大の市場はアメリカではなく日本です。とにかくブランクテープは、録音済みテープと共存するものではありません。本来の私達の目的は録音済みのものをより多く売ることにあります。つまりは報酬請求権制度の話になるのですが、私達としてはブランクテープから幾ら貰ったとしても、録音済みテープの売上をあげることにはならないのです。

ですからデザイン面についても、日本でDCCを作るにあたり、マーケットをより良いものにしていくことを重視して行っています。日本では600円も出せばCDを借りて、買ってきたブランクテープにダビングできると聞いています。そして現実にブランクテープの売上はどんどん上がっているということですし、CDの登場によって日本では録音済みカセットテープの売上はどんどん落ちてきている。つまり産業は日本市場に適応した商品を出していなかったということになります。

日本の消費者にするとCDを借りて、自分でテープに録音したもののほうが、我々が市場に売り出しているものより質が良いものが手に入るという考え方があるのかもしれません。確かにカセットの場合は言葉を録音するために作られたものですから、デザインというか外見上すぐれたものとは言えません。それもあって今回のDCCについては、コピーよりも、より良いものを市場に出していく。それが最大の狙いです。

DCCやCDからコピーしても、DCCより良い音質のは決してできない。外見的にもカセットと違って、DCCの表面には絵も入るし、小冊子も付けられます。とにかく出すからには消費者にとって魅力あるものでなければなりません。ブランクテープにコピーしても絵はないですし、ただの箱ですからね。加えてDCCには曲から曲へ移るにあたり最短距離がとれるプログラムが組まれています。

16億ドルのビジネス

テキスト・モードにしても、将来はカラオケ的な使い方も可能になるでしょうし、オペラなら台詞を付けたり、ビートルズの曲に説明を加えたりといった企画性も出てくるでしょう。コピーの場合はDCCのこれらの機能がなくなります。日本人は世界で最も質を大切にする国民ですし、現在ブランクテープを買っている６億5000万人のうち10%だけでも6500万人ですから非常に大きなマーケットになる。世界中でマーケットの10%のシェアを獲得することを目標にしているのですが、これを金額におきかえると16億ﾄﾞﾙという大きな数字になる。確かに日本ではコピーが盛んですが、逆に言えばテープというものが日本では非常に好まれていると私達としては理解しているわけです（笑）。

ディーター・フォン・ラディッキー氏略歴

1938年ラトビアのリガに生まれ、すぐドイツに移り、ハノーバーで育つ。レコード小売業に就く。59年カナダへ移住。CBSレコード（カナダ）入社、セールスマン、ゼネラル・マネジャー、ゼネラル・ディレクターを経て、ポリグラム（カナダ）入社。北米４位のレコード・チェーン社長、テレビ局社長を経て、ポリグラム・インターナショナルに戻り、DCC担当取締役。

DCCソフトの裏表