

この資料について

- ▶ 2015/2/21 (土) ~22 (日) にかけて開催されたファンイベント「第01回世界ボーカロイド大会」(<http://vocacon.net/>)の中で「ボカロコンピレーションCDのつくりかた」と題してアンメルツPがトークセッションを行った際の資料です。
- ▶ 文責：アンメルツP (<http://www.gcmstyle.com/>)
- ▶ 本文中で引用したコンピCDのジャケット・表紙は、下記の皆様による執筆です。
 - 『kagamination』：初
 - 『THE GREATEST 90'z』：アギ
 - 『ふたりのねがい -RL Ballad Collection-』：△○□×
 - 『ボカロビギナーズ! vol.1』：こころりP
 - 『ボカロビギナーズ! vol.2』 『ボカロビギナーズ! extend』：碧茶
- ▶ 本文中の製品名は、一般に各社の登録商標、商標、又は商品名です。
- ▶ 無断転載、二次配布を禁じます。

ボカロコンピレーションCDの つくりかた

アンメルツP

@ 2015/2/22 第01回世界ボーカロイド大会

ボカコン

(ボーカロイドコンベンション)

いよいよ二日目も中盤。皆さん楽しんでますか？

今回、私がお話するのは…

ボカロコンピレーションCD

50分 + 質疑応答の予定です

アンメルツP 略歴

- ▶ 活動テーマ「VOCALOIDの可能性の追求」
- ▶ 2002年 DTMによる作曲活動を開始
- ▶ 2007年12月 VOCALOID購入
- ▶ 2008年2月 動画サイトへの投稿開始
- ▶ 主な作品
 - 自作曲：「トモエ」「kagamination HEART」
 - 調声参加：「純情ハービヴォー」「セーラー服戦争」
 - 動画企画：鏡音メドレー動画「RINLENMANIA」シリーズ
 - 同人誌：初心者向けボカロ曲制作入門書『ボカロビギナーズ！』
 - コンピCD：次のスライドで

制作に関わったコンピレーションCD

- ▶ 2008年11月 鏡音コンピCD『cheeRfuL』（CD部分統括）
- ▶ 2011年6月 大規模鏡音コンピCD&画集『kagamination』
 - とらのあな 月間同人CDランキング（2011年6月度） 第1位
- ▶ 2012年4月 90年代J-POP風コンピ『THE GREATEST 90'z』
- ▶ 2012年11月 鏡音デュエットソング集『ふたりのうた』
- ▶ 2013年8月 『ボカロビギナーズ！ Vol.2 DATA-DVD』
- ▶ 2014年11月 鏡音バラードソング集『ふたりのねがい』

意義

制作側のノウハウを共有する機会が少ない



ボカコンというこの機会に共有



印象的なボカロCDが多く誕生



ボカロ文化の発展に！？

ターゲット

▶ ボカロP

- ネット上で親しくなった方やイベントに出て、同じようにCDを頒布する音楽仲間と一緒にコンピレーションCD を作ってイベントに出たい

▶ 一般リスナー（いわゆる聴き専）

- 面白そうな企画を思いついたので人を募集したりこちらから声をかけたりしてそれを形にしていきたい

そもそも「コンピレーションCD」とは

- ▶ Compilation = 編集物
- ▶ 1 アーティスト、または複数のアーティストの楽曲を特定の方針に基づいて編集したアルバム (wikipedia より)
 - 本来の定義では、ベスト盤なども含まれる
- ▶ もっぱら近年の同人CD においては、「複数人が特定のテーマやコンセプトに基いて楽曲を提供し、アルバムとしてひとつの作品となったもの」を指すのが一般的

今回はこの定義でお話をします

コンピレーションCDを制作するうえで 一番重要なこと

企画概要を固める

企画概要を固める

最初に決めるべき、コンピCDの5項目

- (1) コンセプト&仕様
- (2) 参加者候補
- (3) 制作スケジュール
- (4) 制作物の取扱い
- (5) お金

この5項目を
参加者に説明できることが
主催としての最低限の務め

この5項目を
ひとつおもり固められれば
コンピは8割方完成したも同然

企画概要を固める(1)

(1) コンセプト&仕様

(2) 参加者候補

(3) 制作スケジュール

(4) 制作物の取扱い

(5) お金

コンセプトを考える

- ▶ 「そもそもどんなCDを作るか」という企画の根本を考える
- ▶ コンセプトが決まれば、仕様も自然に決まる
- ▶ ここが決まらないと、仕様や
(2) 以降の企画概要も決まりません

コンセプトを考える

「コンセプトができた」とはどのような状態か？

「○○コンピ」という通称

特設サイトに載せるキャッチコピー

上記2つを自信を持って言える状態

※CDのタイトルは最初は未定でも構いません

「〇〇コンピ」という通称を決める

- ▶ 使用ボカロ (orその他の合成音声) で絞る
 - 鏡音コンピ、デュエットコンピ、UTAU無生物、etc…
- ▶ 曲のジャンルや傾向などで絞る
 - VOCAROCK、ヒップホップ、変拍子、10分以上、etc…
- ▶ 全体の世界観で絞る
 - RPG、12星座、魔法少女、etc…
- ▶ 参加者の属性で絞る
 - 九州 (地域)、30代 (年齢)、IT系社畜 (職業) etc…

キャッチコピーを決める

- ▶ キャッチコピーは、これから作るCDの「アピールポイント」「制作目的」を伝える短い文章
- ▶ キャッチコピーを考えることは、そのままCDの「アピールポイント」「制作目的」を考えることにつながります

キャッチコピーの効果

- ▶ 特設サイトを見る人に印象づけるのがありますが…
何より、**参加者への声かけを行う際に重要**
- ▶ キャッチコピーがしっかりしていると、
作者側も作る曲のイメージを膨らませやすい！

依頼を引き受ける可能性が増える

よりいい曲が生まれる可能性が増える

コンセプトの考え方(具体例)

- ▶ 『kagamination』
- ▶ 『THE GREATEST 90'z』
- ▶ 『ふたりのねがい -RL Ballad Collection-』

kagamination (2010年9月企画→2011年6月発行)

- ▶ 大規模鏡音コンピCD & 画集
- ▶ 「10年後も、みんなと一緒にいるために」
総勢60名以上が「鏡音リン・レン」の可能性に挑む



【制作目的】

鏡音リン・レンが発売されてから3年、Appendも出る
そこで、この3年間の歩みを振り返ると同時に、
次の10年を鏡音とVOCALOIDで戦っていくための指標を作ろう

THE GREATEST 90'Z (2012年1月企画→2012年4月発行)

- ▶ 90年代J-POP風ボカロ曲オムニバス
- ▶ 「あの日聴いたオンガクで、僕らはここにいる」
——それは、自分のルーツへの挑戦。



【制作目的】

- ・（私が）大好きな90年代J-POPを、ボカロ曲の新曲として聴きたい！
- ・どんなボカロPも、昔聴いた音楽に影響を受けて育ったから今がある、ということを知ってほしい。世代を超えて色々な音楽に親しんでほしい。

THE GREATEST 90'z (2012年1月企画→2012年4月発行)

90年代J-POP風
ボカロ曲オムニバスCD
「THE GREATEST 90'z」
特設ホームページ

メニュー

参加メンバー

(12/04/13)

収録楽曲

(12/04/27)

仕様

(12/05/09) NEW!

リンク

(12/03/16)

更新履歴

(12/05/09) NEW!

トップに戻る

THE GREATEST
90'z

「THE GREATEST 90'z」特設ホームページ



CDジャケット(クリックで拡大)

☆☆☆☆☆☆90年代J-POP風ボカロ曲オムニバスCD「THE GREATEST 90'z」

あなたは **000439** 人目のお客様です。
今日 **000** 人目のアクセスです。昨日は **000** 人のアクセスがありました。

ふたりのねがい -RL Ballad Collection-

(2014年5月企画→2014年11月発行)

- ▶ 鏡音バラードソング集
- ▶ 「——届けたい、ことばたちがあります。」



【制作目的】

ニコニコ動画で受けるような楽曲のフォーマットにこだわらず、
心に響く歌詞をひとつひとつ大事にしながら、
人生の様々な節目に、ふと聴き返したくなるようなパッケージ作品を作る



コンセプトから仕様を決める

- ▶ タイトルの候補
- ▶ プレスCDか、CD-Rコピーか
- ▶ 歌詞カードの大まかなページ数
- ▶ 収録曲の方向性 ※次のスライドで解説
- ▶ パッケージの方向性（イラストやデザイン）
- ▶ 広報手段
- ▶ 流通手段
 - イベントのみでの頒布か、通販するか
 - 通販する場合、同人ショップか、一般流通に近いものか
 - ダウンロード頒布を行うかどうか
- ▶ 大まかな発行予定部数

収録曲の方向性

- ▶ 特定ボカロの縛りはあるか
- ▶ 楽曲のジャンル、テーマ、イメージ
- ▶ 完全未発表曲のみor既存曲のリメイクでもOKか
- ▶ 曲の長さ
 - CD1枚分に入る容量としては、74分が目安
 - 15名以上参加する場合は少し気を配る必要がある

企画概要を固める(2)

(1) コンセプト&仕様

(2) 参加者候補

(3) 制作スケジュール

(4) 制作物の取扱い

(5) お金

(2) 参加者候補のリストアップ

- ▶ CDに関わる人々の一般的な構成
 - 主催 (1名)
 - イラスト制作 (1名)
 - デザイナー (1名)
 - マスタリング (1名)
 - 楽曲制作 (複数名)

- ▶ 特殊な構成
 - メイン以外のイラスト制作
 - Webサイト制作

主催(通常1名)

- ▶ 企画概要の制作 ← イマココ
 - ▶ 参加者への連絡、折衝、質問対応
 - ▶ イベント参加手続き、イベントへの参加
 - ▶ CDプレス(印刷所)の手続き、通販手続き
 - ▶ 広報(Twitter、HPなど)
 - ▶ 在庫やお金の管理
 - ▶ 有事対応
-
- ▶ 要するに、他の参加者に気持ちよく参加していただくための雑務全般をやります

イラスト制作(1名~)

- ▶ イラストが必要なところは多くあります
 - ジャケット
 - バックインレイ
 - CD盤面
 - バックインレイの裏 (盤面を取ったら見える場所)
 - 歌詞カード
- ▶ Photoshopが使用できれば安心
- ▶ Photoshop ElementsやSAIだと入稿の際に少し色合いが変わるかも…

デザイナー(通常1名)

- ▶ バックインレイや歌詞カードへの文字配置
- ▶ タイトルロゴの作成
- ▶ 入稿形式データの制作
- ▶ 宣伝資材 (ポスターなど) の制作

- ▶ ジャケットイラスト制作者が兼ねることも
- ▶ Illustratorを使用できる人に任せると安心

マスタリング(1名)

- ▶ 収録曲の音圧や音質を、ひとつのCDとして違和感なく聴けるように整える作業
 - コンピCDは複数人が関わるために、重要な役割です
- ▶ 自分で他の方の曲をいじる自信がない限りは専門家に頼むのが無難
 - マスタリング作業を受け付けているボカロPなど
- ▶ CDプレス屋さんによる有料サービスも
 - 例：テックトランス→12曲で33,000円（税別）

楽曲制作者の集め方

- ▶ 依頼形式
 - 参加してほしい人にメールなどで声をかける
- ▶ 公募形式
 - 特設サイトやTwitterなどで参加者をオープンに募る
- ▶ 場合に応じて使い分ける
 - 組み合わせてもOK (待遇は同じにすること)

楽曲制作者の集め方(依頼形式)

- ▶ まずは声をかける候補リストを作っておく
- ▶ 近しい人にはこの段階で声をかけてもOK
- ▶ それ以外の方は、まずは企画概要を固め、イラスト制作やマスタリング担当を先に決めてから声をかけるのが無難
- ▶ 現時点での参加者一覧を見せるか見せないかはケースバイケース

楽曲制作者の集め方(依頼形式)

- ▶ お願いされる側は、「私である理由」がほしい
 - 「誰でもいいから付き合いたい」状態
 - 理由がないから参加者が集まらない
 - 集まっても締切破りが続出する

- ▶ 「面白い」と思われるコンセプトが大事！

- ▶ 普段から色々なPの作品を聴こう！
 - コンセプトに刺さるPにアプローチできる
 - リスナーが企画者として活躍できる強み

楽曲制作者の集め方(公募形式)

- ▶ まずは近しい人の反応を探る
- ▶ 正式な募集は企画概要を固めた時点でかける
- ▶ ここでもやはりコンセプトは大事
- ▶ 応募者の実力や知名度は様々
 - どちらかということ小～中規模な企画や、CDというより無料のWeb企画向きかも

企画概要を固める(3)

- (1) コンセプト&仕様
- (2) 参加者候補
- (3) 制作スケジュール
- (4) 制作物の扱い
- (5) お金

制作スケジュールを組む

- ▶ 半年前くらいから計画すると余裕が出ます
- ▶ 8月中旬の夏コミで出したいのであれば…
 - 2月：企画概要を固める
 - 3~4月：メンバー決定
 - 6月中旬~末：楽曲・ジャケット提出締切
 - 7月上旬~中旬：マスタリング・デザイン完成
 - 7月中旬~下旬：入稿・通販手続き・情報公開

制作スケジュールを組む際の注意点

- ▶ 余裕を残した日程を組む
 - 本人が気をつけても、不可抗力での締切オーバーはある
 - メール返信は3日~1週間くらいかかると想定する
 - 郵送にかかる期間などは見落としがち
- ▶ ボカロコンピでは、余裕があればあるほどいい
 - 長い期間をかけて広報ができる
 - 参加者が曲を動画にできる制作時間がとれる
(参加者による収録曲投稿は、一番の広報手段です)

企画概要を固める(4)

- (1) コンセプト&仕様
- (2) 参加者候補
- (3) 制作スケジュール
- (4) 制作物の取扱い
- (5) お金

曲の提出方法を決めておく

- ▶ 提出形式
 - マスタリング担当と相談して決めるのが確実
- ▶ 他に提出してほしいものも決めると後々楽
 - タイトル、歌詞（テキストファイル）
 - 作詞／作曲／編曲 等のクレジット
 - 歌詞カードに載せるコメント
 - 完成品や謝礼の受取方法（イベント、郵送etc）
- ▶ 場合によっては、本人確認を導入するケースも
 - VSQの提出など

提供曲の扱い

- ▶ 同人CDでは…
 - 著作権は制作者個人に帰属
 - 提供曲で主催があれこれする場合、作者に筋は通す
 - 原盤権？
- ▶ JASRAC登録作品の扱い
 - 「録音権」を部分信託するとCD増刷の際に支払い発生
 - 一般的な部分信託では「録音権」は信託されません
 - EXIT TUNES/ドワンゴ (due) /JOYSOUND
 - が、できれば事前に相談してほしいと呼びかける

情報公開・広報

- ▶ 「コンピに参加してる」っていつから言える？
 - ▶ 動画投稿はいつからOK？
 - ▶ ニコ生での制作風景公開はいい？
 - ▶ 楽曲のmp3は公開可能？カラオケは？
 - ▶ 個人CDに曲を再録できる？その時期は？
 - ▶ 着うたやカラオケ配信は？
-
- ▶ これらの認識合わせが不十分の場合、思わぬトラブルを生む可能性があります。

企画概要を固める(5)

- (1) コンセプト&仕様
- (2) 参加者候補
- (3) 制作スケジュール
- (4) 制作物の取扱い
- (5) お金

(7) お金 参加者への謝礼について

- ▶ いろいろな方法があります
 - 最初にあらかじめ謝礼の内容を決めておく
 - マスタリング等は、向こうからの提示がある事も
 - 黒字が出たら分配する
 - 打ち上げ代を負担する
 - 無償、完成したCDのみ

(7) お金 参加者への謝礼について

- ▶ 完成品のみや無償でも、参加者が納得して参加しているならばOK
- ▶ 内容そのものよりも、その内容について当事者同士で合意が得られていることのほうが重要

ただしNGはあります

**「公募形式で、参加費を支払って参加させる」
形式はNG！**

(最悪の場合、詐欺と勘違いされる可能性があります)

制作費用は自腹かごく近しい人で用意

**黒字が出たら
参加者のおかげ**

**赤字が出たら
主催の責任**

実際のところ

- ▶ CD制作費は規模によって異なる
 - CDプレス500部 10~15万円
 - CDコピー100部 3~5万円
 - 手焼きだとより安いがおすすりめできない
- ▶ イベント参加費 5,000~10,000円
- ▶ 広告宣伝 (ポスターなど) 100~5,000円
- ▶ 交通費、郵送費
- ▶ 参加者への謝礼

- ▶ 同人とはいえ、黒字ラインを読んで努力する必要がある

ここまで来たら…

最初に決めた (1) コンセプト&仕様に従って
(2) 参加者候補に実際に声をかけ
あらかじめ決めた (3) 制作スケジュールに従って
参加者の (4) 制作物を取扱い
最後に (5) お金の処理をきっちりやれば
コンピレーションCDの完成です。

お疲れ様でした。

…と言いたい所ですが
制作にイレギュラーはつきものです。
少し補足します。

- ・ **参加者に締切を守らせる**
- ・ **有事対応**

参加者に締切を守らせる

- ▶ 同人CDは、基本的には熱意で動いている
- ▶ 参加者のモチベーション維持が重要
 - こまめな連絡
 - 時には実際に顔を合わせる（同人イベントなど活用）
 - 参加者の動向は常に気にしておく（Twitterリストなど）
- ▶ 「コンピのこと忘れてませんよ」という姿勢
- ▶ ダレた雰囲気・公開での愚痴などは控えたい

有事対応

- ▶ 基本的には、トラブルが発生次第できるだけ早く参加者とコミュニケーションを行い早期に解決することが重要
- ▶ 例：『kagamination』制作
- ▶ 2011年5月8日開催の鏡音オンリーイベントで頒布開始予定として制作を進めていた

2011.3.11

有事対応

- ▶ 頒布時期および締切延期の決定
 - ひとまず延期するという旨のみを決定 (3/12)
 - 2011/6/12 ボーマス16に延期も頒布することを決定 (3/16)
- ▶ メンバーの安否確認
 - Twitterによる目視確認 (3/12以降順次) リストが役に立った
 - 「延期の件確認願います」と、要返信でメール送付 (3/16~)
- ▶ プレビュー版CDの制作
 - 早期に提出があった6曲で、急遽プレビュー版CDを制作
2011/5/8 鏡音オンリーイベントで頒布
- ▶ 震災で意味が少し変わって聴こえた曲
 - 何曲かあったが相談の上、そのままの内容で全部出すことに

→ **メンバーが一人も欠けることなく、無事完成へ**

これからのコンピレーションCD

- ▶ 商業では、ボカロコンピCDの売上は減少傾向
 - 商業・同人に関わらず、コンセプトが問われる時代に
 - 「俺が聴きたい」「俺が盛り上げる」の気概で
 - 理由は後付けして、黒字になるよう育てればいい

- ▶ CDという媒体の今後？
 - CDプレイヤーを持たない層の増加
 - CDに代わる頒布媒体は、模索が続いている
 - イベント頒布と結びついたパッケージ作品の魅力

まとめ

コンセプトがいちばん大事

スケジュールにも心にも余裕を持つ

参加者と話して、みんなが満足する企画を

**皆様による素敵なコンピレーションCD企画を
期待しております！**

ご静聴ありがとうございました。

▶ アンメルツP

◦ Twitter

- <http://twitter.com/gcmstyle>

◦ YouTube

- <http://bit.ly/gcmtube>

◦ ニコニコ動画

- <http://bit.ly/annmelts>

◦ メール

- gcmstyle@gmail.com

宣伝乙

『ボカロビギナーズ！』シリーズ好評頒布中



<http://www.gcmstyle.com/beginners/>
(無料PDF版も公開しています)