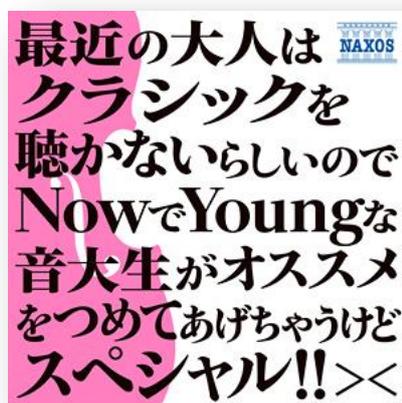


イマドキの女子音大生が
大人にクラシックを紹介するアルバム、
音楽大学×レコード会社の
コラボレーションにてリリース

ナクソス・ジャパン株式会社(本社:東京都世田谷区、代表取締役:佐々木隆一)は、2014年3月19日、「洗足学園音楽大学×NAXOS JAPAN 産学協同プロジェクト」の第1弾となる企画アルバム「最近の大人はクラシックを聴かないらしいので Now で Young な音大生がオススメをつめてあげちゃうけどスペシャル!! ><」(音楽ダウンロード配信)をリリースいたしました。



企画紹介ページ

http://naxos.jp/digital/senzoku_naxos_001

企画紹介 Twitter

http://twitter.com/Alice_classicPR

【洗足学園音楽大学×NAXOS JAPAN 産学協同プロジェクト】

「洗足学園音楽大学×NAXOS JAPAN 産学協同プロジェクト」は、「理想高遠 実行卑近」を建学の精神として掲げる洗足学園音楽大学と、楽曲や作曲者の知名度にとらわれない幅広いレパートリーを有するクラシック音楽レーベル NAXOS(ナクソス)との協同プロジェクトとして、昨年 2013 年春に発足いたしました。洗足学園音楽大学の松尾祐孝教授の全面的な協力の下、同大学の学生が、ナクソス・ジャパンのスタッフと共に、音楽商品・サービスの企画、制作、マーケティング等のプロセスを体験し、将来のためのスキルを培うと共に、若い柔軟な発想力を音楽業界へ還元し、相互にクリエイティブな刺激を与え合うことを目的としています。

【第1弾企画アルバム「最近の大人はクラシックを聴かないらしいので Now で Young な音大生がオススメをつめてあげちゃうけどスペシャル!! ><」】

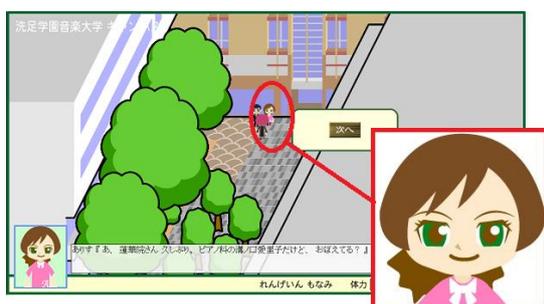
同プロジェクトの第1弾企画としてこのたびリリースした「最近の大人はクラシックを聴かないらしいので Now で Young な音大生がオススメをつめてあげちゃうけどスペシャル!! ><」は、ナクソス・ジャパンのスタッフのアドバイスの下、洗足学園音楽大学の「音楽・音響デザインコース」「音楽教育コース」の学生が、企画、編成、テキストなど一連の制作を手がけた音楽ダウンロード配信アルバムです。ナクソスは、コアなクラシック音楽愛好家から支持されるレーベルである一方、音楽ダウンロード配信の利点を生かした実験的なコンピレーション企画（「[交響戦艦シリーズ](#)」ほか）においても話題を呼んでまいりました。このたびの第1弾も、学生の個性的な発想を活かすべく、音楽ダウンロード配信限定コンテンツとして制作を進めてまいりました。

「最近の大人はクラシックを聴かないらしいので Now で Young な音大生がオススメをつめてあげちゃうけどスペシャル!! ><」は、架空の女子音大生が、オススメのクラシック音楽を大人に紹介するというコンセプトのアルバムです。通り一遍の名曲アルバムでもなく、「楽器をたしなむお嬢様」というステレオタイプなイメージに基づくアルバムでもなく、いまだきの等身大の女子音大生が、大学や日常生活で触れた音楽を Twitter や LINE 風のごく短いひとことで Recommend するという、学生発ならではのリアリティのあるアルバムとなっています。ドビュッシーの「[亜麻色の髪乙女](#)」は、“まさにこれってあたし達のための曲だから！笑 長くて綺麗な髪は、女の子の永遠のあこがれ。”という乙女心を窺わせる曲、オルフの「[カルミナ・ブラーナ](#)」は、“最近の男子ってほんと草食系なんだから！！激おこだよ！！！！”という怒りの曲として紹介され、これらのユニークなコメントを読みながら、全24曲の収録曲を楽しむことができます。また、テイラーの「[鏡の国のアリス](#)」、アルカンの「[イソップの饗宴](#)」など、ナクソスの豊富なレパートリーと学生の感性とのマッチングにより選ばれた、一般にはなじみの薄いクラシック楽曲も収録されています。

アルバムの配信は [iTunes Store](#) および [Amazon MP3](#)。リリースに際しては、Twitter、Facebook といった SNS を通じて学生からも情報発信を行い、WEB 上での宣伝のノウハウを学んでいく予定です。また、同大学の清水昭夫専任講師の協力の下、洗足オンラインスクール上の仮想空間ソフトウェア「[ヴァーチャル洗足](#)」に、当アルバムの語り手である架空の音大生「溝ノ口愛里子」が登場。ヴァーチャル空間上の大学構内で、彼女を見つけると、実際に会話を楽しむことができます。

この産学協同プロジェクトの第1弾アルバムが、大学教育と音楽業界の両面にインパクトを与え、第2弾以降の企画・マーケティングの礎となることを願っております。

「ヴァーチャル洗足」で、当アルバムに登場する架空の音大生「溝ノ口愛里子」を探せ!



ヒント…この女の子が溝ノ口愛里子!

<http://www.senzoku-online.jp/VS/>

ヴァーチャル洗足…ネット上で洗足学園音楽大学のキャンパスを自由に散策できるソフトウェア。実在の教職員等も登場し、様々な音楽体験や学習環境を提供している。学外者がゲストとして遊ぶことも可能。

【商品情報】

最近の大人はクラシックを聴かないらしいので Now で Young な音大生がオススメをつめてあげちゃうけどスペシャル!! ><」

収録曲:

1. ワーグナー: 楽劇「ニュルンベルクのマイスタージンガー」- 第1幕への前奏曲
 2. ドビュッシー: 前奏曲集第1集 - VIII. 亜麻色の髪の乙女
 3. ショパン: 練習曲第9番 変ト長調「蝶々」Op.25-9
 4. ムソルグスキー: 組曲「展覧会の絵」(ラヴェル編) - プロムナード
 5. テイラー: 鏡の国のアリス Op.12 - II. 生きた花園
 6. アルカン: すべての短調による12の練習曲 Op.39 - XII. イソップの饗宴
 7. ワーグナー: 歌劇「さまよえるオランダ人」- 序曲
 8. リスト: 死の舞踏 S126/R457
 9. サラサーテ: ツィゴイネルワイゼン Op.20
 10. ラヴェル: 亡き王女のためのパヴァーヌ
 11. ワーグナー: 楽劇「神々の黄昏」- ジークフリートの葬送行進曲(第3幕)
 12. ヴェルディ: レクイエム - 怒りの日
 13. タルティーニ: ヴァイオリン・ソナタ 短調「悪魔のトリル」
 14. アルカン: すべての短調による12の練習曲 Op.39 - III. 悪魔のスケルツォ
 15. スクリャービン: 12の練習曲 嬰ニ短調「悲愴」Op.8 - XII.
 16. オルフ: カルミナ・ブラーナ - おお、運命の女神よ
 17. ショパン: ポロネーズ第6番 変イ長調「英雄ポロネーズ」Op.53
 18. ラヴェル: 道化師の朝の歌
 19. ベートーヴェン: 交響曲第7番 イ長調 Op.92 - 第4楽章
 20. メンデルスゾーン: ピアノ三重奏曲第2番 ハ短調 Op.66 - 第1楽章
 21. ブリテン: 青少年のための管弦楽入門 Op.34 - 主題
 22. ピアソラ: ブエノスアイレスの四季(ヴァイオリンと弦楽編) - 春
 23. ラフマニノフ: ピアノ協奏曲第2番 ハ短調 Op.18 - 第1楽章
 24. エルガー: 行進曲「威風堂々」Op.39 - 第1番 ニ長調
- デジタルブックレット付き(iTunes Storeのみ)

洗足学園音楽大学×NAXOS JAPAN 産学協同プロジェクト

企画: 浜渦 真紀、藤田 琴音、宿久 舞希、斎藤 太陽、堀川 夏奈子(洗足学園音楽大学)

テキスト: 宿久 舞希(洗足学園音楽大学)

監修: 松尾 祐孝(洗足学園音楽大学教授)、ナクソス・ジャパン

発売日: 2014年3月19日(水)

価格: アルバム 900円 / トラック 150円(税込)

発売元: ナクソス・ジャパン株式会社

配信: [iTunes Store](#) / [Amazon MP3](#)

【本件に関するお問い合わせ】

ナクソス・ジャパン株式会社 音楽配信事業部 03-5486-5101(代表) / info@naxos.jp (Eメール)

ナクソス・ジャパン株式会社 会社案内



■会社概要

世界的音楽レーベル「ナクソス (NAXOS)」の音源を管理する Naxos Global Distribution, Inc. (代表: Klaus Heymann、本社: 香港) の日本国内での本格的な事業化に伴い、2005 年 7 月、音楽配信サービスを主体とした「ナクソス・デジタル・ジャパン」を設立。2007 年、社名を「ナクソス・ジャパン」に変更し、音楽ソフト事業を含めた総合音楽企業として新たなスタートを切る。

商号： ナクソス・ジャパン株式会社
設立： 2005 年 7 月 7 日
資本金： 20,000,000 円
役員： 取締役会長 Klaus Heinz Heyman
代表取締役社長 佐々木隆一
取締役副社長 佐々木順子
取締役副社長 白柳龍一
取締役 Takako Nishizaki Heymann
取締役 Astrid Angvik
所在地： 東京都世田谷区三軒茶屋 2-2-16 YK ビル 8F
事業内容： CD/DVD のディストリビューション、オンライン音楽図書館、
音楽配信事業、ライセンス事業など

■ナクソス (NAXOS) レーベル 概要

クラシック、ジャズなどの膨大な音楽コンテンツを保有するレーベル。自らも熱烈なクラシック音楽愛好家であったクラウス・ハイマン(香港在住のドイツ人実業家)によって 1987 年、「価値合理性」と「消費者本位」を理念にスタート。既存メジャー・レーベルのスター主義では実現できない知られざる名曲の体系的な商品化 (=カタログ主義) が大きな反響を呼び、世界中に熱烈な支持者を生み、グラミー賞でも数々の受賞歴を持つ。

Web: <http://naxos.jp/>

Facebook: <http://www.facebook.com/NaxosJapan>

Twitter: <http://twitter.com/naxosjapan>

YouTube チャンネル: <http://www.youtube.com/user/naxosjapan>