

JVA REPORT

10

'14 OCTOBER
NO.166

MAIN REPORTS

- 「JVA秋の懇親会」開催報告
- JVA組織図／主な会議、委員会の紹介
- 2014年上半期統計調査結果について

SCIENCE FICTIONS

LOVE STORY

EDUCATION

ANIMATION

ACTION

KIDS

MUSICAL

CONCERT

HOW-TO

TV SHOW

一般社団法人 **日本映像ソフト協会** 会報



「JVA 秋の懇親会」開催報告	2
第 337 回定例理事会開催報告	2
一般社団法人日本映像ソフト協会 組織図	3
主な会議、委員会の紹介	3
2014 年上半期統計調査結果について	6
児童ポルノ禁止法改正について	9
不正商品対策協議会	10
コンテンツ海外流通促進機構	10
主要各国の映画、ビデオソフト、映像配信市場のデータ	11
リレーエッセイ ⑩⑨	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計(7 月、8 月)	14
違法対策活動報告	14

「JVA秋の懇親会」開催報告

2014年9月9日（火）17時30分より、JVA会員社を対象とした懇親会を(株)ポニーキャニオン1階のイベントスペースをお借りして開催した。

激変する市場に対し、より現場レベルでの交流・親睦を深め、会員社同士のビジネスの推進や潤滑油としての役割が果たせればという趣旨のもと、主に総合連絡委員のメンバーを中心に参加を募り、企画実施した。

当日は約30社70名の皆さんのご出席をいただき、桐畑会長の乾杯の挨拶からスタート、JVAの活動紹介として各委

員会のご紹介やそれぞれの委員長の挨拶など、和やかな雰囲気のもと進行した。そして最後に島谷副会長より「この業界、送り手としての我々に元気がなければだめ。今日、活力あふれる現場の皆さんと会って安心しました！」と心強い締め言葉があり、共に三本締めで90分の宴を終了した。

終了後には、参加の会員社の皆様から「この規模での懇親会は大き過ぎず話しやすくてよかった」「新春の盛大な賀詞交歓会のほかに、この会は秋の懇親会として継続させていこう」など、ご意見を頂戴した。



▲乾杯の挨拶をする
桐畑敏春会長



▲中締めの挨拶をする
島谷能成副会長



▲田中勇広 報委員会委員長
(キングレコード株)



▲小野里康雄 統計調査委員会委員長
(株ポニーキャニオン)



▲赤松恵子
消費者委員会委員長
(株ソニーピクチャーズエンタテインメント)



▲小林直樹
マーケティング委員会委員長
(東映株)



▲齋藤剛
業務使用対策委員会委員長
(東映株)



▲深町徳子
権利者団体対応委員会委員長
(株ポニーキャニオン)



▲栗橋三木也
eメディア部会運営委員会委員長
(株KADOKAWA)



第337回定例理事会開催報告

第337回定例理事会は、9月2日（火）午後2時より協会会議室において開催された。
議事の要旨は次の通り。

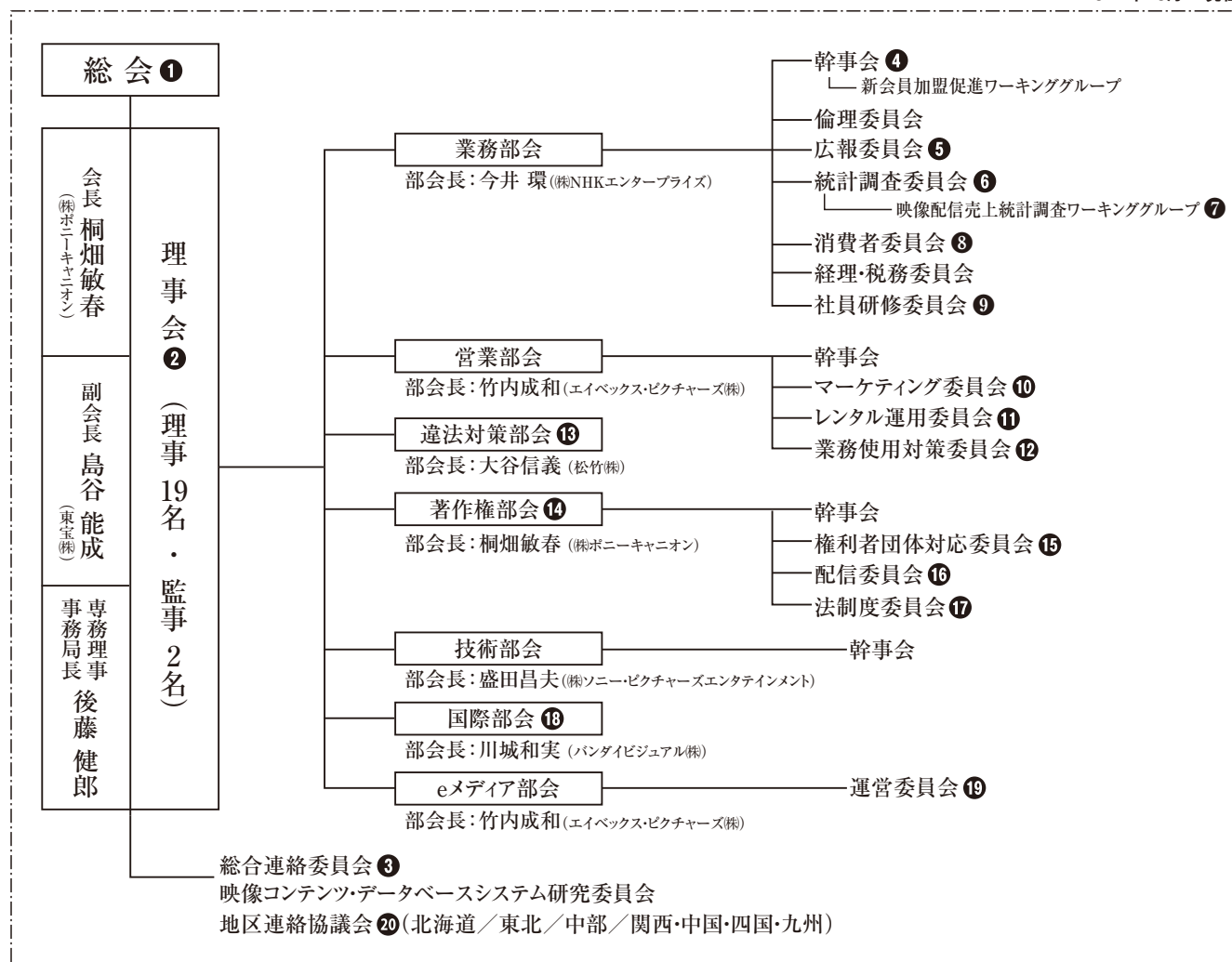
決議事項 なし

その他、報告事項は次の通り。

各部会・委員会報告について、2014年上半期統計調査報告書について、2014年6月度・7月度ビデオソフト売上速報について、2014年6月度・7月度映像配信統計報告について

一般社団法人 日本映像ソフト協会 組織図

2014年10月 現在



主な会議、委員会の紹介

2014年10月現在、当協会の組織は上の図のようになっています。
主な会議、委員会の活動内容につきご紹介いたします。

① 総会

議長：桐畑敏春代表理事長（株）ポニーキャニオン

定款に定める事項の他、当協会の運営に関する重要事項を決議する機関。通常総会は事業年度終了後3ヵ月以内に開催され、前年度の事業報告、収支決算、次年度の事業計画、収支予算等についての決議の他、理事・監事の選任を行う。

② 理事会

代表理事長：桐畑敏春（株）ポニーキャニオン

役員：21名（代表理事長を含む）

総会の決議した事項の執行に関することや、総会に上程すべき事項について検討、決議する。その他、総会の決議を要しない業務の執行に関する事項についても決議する。開催は原則として、毎月第1火曜日。

③ 総合連絡委員会

議長：後藤健郎専務理事

委員：53名

全会員社から1名の委員によって構成され、理事会ならびに各部会・委員会の活動報告や、関係官庁、関係団体からの連絡事項等について報告している。また、各部会から上程された事項に関し、各会員社の意見をフィードバックし協議を行うこともある。開催は原則として毎月第2火曜日。

④ 業務部会幹事会

部会長：今井 環（株）NHKエンタープライズ

幹事：21名

理事会に上程する重要事項について協議をしている。開催は原則として第4木曜日。

⑤ 広報委員会（業務部会）

委員長：田中 勇（キングレコード株）

委員：5名

年に6回発行される協会会報誌『JVA REPORT』や、年1回発行されている一般向けの広報誌『JVA BOOK』、当協会のホームページ（<http://www.jva-net.or.jp>）などの監修を行っている。開催は不定期。

⑥ 統計調査委員会（業務部会）

委員長：小野里康雄（株）ポニーキャニオン

委員：7名

当協会が実施している各種マーケット調査についての企画および調査結果の検分を行っている。現在行われている調査は以下のとおり。

●「月間売上統計速報」「統計調査」（3月と9月に発表）
メーカーの出荷段階の売上の統計調査

●「ビデオレンタル店実態調査」（10月発表）

JVAレンタルシステム加盟店を対象にビデオレンタルショップの月平均売上金額や貸出数、レンタル料金、仕入金額等についてアンケートする調査

●「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」（4月発表）
一般消費者を対象にビデオソフトのセル、レンタルの利用実態や映像配信の利用実態を調査し、映像パッケージと映像配信市場の規模を推計する調査

⑦ 映像配信売上統計調査ワーキンググループ（業務部会）

メンバー：5名

2013年7月から、正会員社を対象に映像配信に関する売上の統計調査を開始した。調査開始から1年が経過したが、その間に会員社から寄せられた質問、意見に対し、定義や考え方の整理を行うなどして対応してきた。現在、調査結果は会員社で共有する形となっているが、一般への公開の条件やタイミング、調査対象者の拡大等、今後の課題について検討していく。

⑧ 消費者委員会（業務部会）

委員長：赤松恵子（株）ソニー・ピクチャーズエンタテインメント

委員：22名

DVDビデオやBlu-ray Discなどの再生互換性に関する情報交換や、各社のお客さま相談窓口寄せられた利用者の声の中で、業界として取り組むべき課題などを検討している。会議開催は不定期に年4回程度。

⑨ 社員研修委員会（業務部会）

委員長：枇榔浩史（東宝株）

映像ソフト業界の基礎知識等について、会員社へ学習の場を提供し、社員の業務遂行能力向上等、人材の育成を支援することを目的とした協会会員社合同の社員研修会を企画・運営する。

会議開催は不定期に年3～4回程度。

⑩ マーケティング委員会（営業部会）

委員長：小林直樹（東映株）

委員：26名

主に各社情報の交換と、レンタル市場活性化のための施策の検討や課題の解決にあたっている。会議は、毎月第1水曜日に開催している。

⑪ レンタル運用委員会（営業部会）

委員：9名

「個人向けレンタルシステム」の運用を行う。新しいビジネスモデルなど、レンタルシステムの変更や現行の規定に当てはまらない問題などを検討する。また、ビデオレンタル店を開業する際に配布する「個人向けレンタルシステムの手引き」の監修を行う。会議開催は不定期。

⑫ 業務使用対策委員会（営業部会）

委員長：齋藤 剛（東映株）

委員：21名

業務使用対策委員会の発足は1987年だが、当協会としては、それ以前のビデオソフト誕生以来から業務用市場に関する協議を行ってきており、まさにJVAの歴史と共に歩んできた委員会である。時代と共にビデオソフトの業務使用には様々なビジネス形態が生まれているが、委員会ではこれらの業務使用に関する対応を検討すると共に、市場動向の意見交換を行う会議を毎月1回開催している。

業務使用に関する問い合わせに対応するために「ビデオソフトの業務使用について」と、各会員社の業務使用契約窓口一覧を協会ホームページで広報している。また、各地区連絡協議会とも協力して活動している。

⑬ 違法対策部会

部会長：大谷信義（松竹㈱）

委員：13名

部会は一年間の違法対策実績が集計される4月に開催され、在京委員の他、全国の地区連絡協議会からも委員が出席する。

映像ソフトに係わる著作権侵害行為に対して、早期の確認と防止、そして対応することを活動方針とし、悪質な侵害行為者に対しては積極的に法的措置を講ずるものとしている。

対象とする主な侵害行為は

- ファイル共有ソフトを悪用した公衆送信権侵害
- インターネットやオークションサイトにおける海賊版の売買
- レンタル店による海賊版頒布
- セル用DVDのレンタル転用

等として、警察庁、各都道府県警察、地区連絡協議会、関係諸団体と連携して違法対策活動を推進している。

⑭ 著作権部会

部会長：桐畑敏春（㈱ポニーキャニオン）

委員：31名

著作権部会は、定款の事業目的のひとつである『知的財産権の擁護確立および施策の推進』を主たる役割とする部会で、次の3つが柱となる。

1. 内外の著作権法制に関する調査・研究
2. 著作権処理に関連する諸問題への対応
3. 知的財産権擁護確立のための広報活動

その役割を果たすため、著作権部会では3つの委員会の活動報告や上記3点に関する課題を検討する会議を毎月1回程度開催している。

⑮ 権利者団体対応委員会（著作権部会）

委員長：深町徳子（㈱ポニーキャニオン）

委員：8名

著作権部会の役割のうち、著作権処理に関連する諸問題の調査研究及び著作権管理事業者等関係団体との協議を主たる役割とする。

⑯ 配信委員会（著作権部会）

委員長：上埜芳被（バンダイビジュアル㈱）

委員：15名

権利者団体対応委員会に各社のネット配信担当者にも参画していただく、権利者団体対応委員会の拡大委員会。ネット配信の権利処理に関連する諸問題の調査研究を行っている。これに関連して動画投稿サイト等に関する諸問題にも対応している。

⑰ 法制度委員会（著作権部会）

委員長：鈴木裕子（エイベックス・グループ・ホールディングス㈱）

委員：8名

著作権部会の役割のうち、著作権法制度に関わる諸問題への対処を担う委員会。文化庁文化審議会著作権分科会とその各小委員会等で審議されている著作権法制度上の課題等の調査研究を行っている。

⑱ 国際部会

部会長：川城和実（バンダイビジュアル㈱）

委員：13名

海外ビジネスに係わる情報の提供、海外の事業展開における諸問題などについての意見交換を目的として年1回会議を開催している。

4月2日に開催された会議では、日本再興戦略「クールジャパンの推進」また「コンテンツ海外流通促進機構の活動」が事務局より報告された。意見交換では海外の侵害対策に対する要望が多く寄せられた。

⑲ eメディア部会運営委員会

委員長：栗橋三木也（㈱KADOKAWA）

委員：10名

eメディア部会委員を対象としたセミナーの企画・運営を行なう。これまでは、セミナー年間4回のセミナーを開催してきたが、今後は、取り上げるべきテーマに応じて開催していく予定。会議開催は年間6回程度。

⑳ 地区連絡協議会

東北、中部、関西に地区連絡協議会が設置されている。地区連では参加メーカーが持ち回りで幹事を担当し、違法対策部会、業務使用対策委員会と連動した調査・啓発キャンペーンを実施している

また、定例会、総会、新年賀詞交歓会、懇親会など、地域に密着した活動と情報交換が行われている。

2014 年上半期統計調査結果について

業務部会統計調査委員会（小野里康雄委員長（株）ポニーキャニオン）は、2014年上半期（1月～6月）のメーカー出荷統計をまとめ、その結果につき9月17日（水）午後1時30分からJVA会議室において記者発表会を開催し発表した。記者発表会において小野里委員長は、「今期の前年同期比はかなり低いものになったが、これはリリースされたタイトルの強弱によるもの。7月以降には強力タイトルが揃うので、後半は盛り返していけるだろう」との見方を示した。同調査結果については協会ホームページでも一部を公開している。

(www.jva-net.or.jp/news/news_140917/result.pdf)

以下に、調査結果の一部を報告する。

<2014年上半期（1月～6月）の実績について>

1. 今期のビデオソフトの総売上金額は1046億9500万円 で前年同期比87.0%となった。

そのうち、DVDビデオの売上金額は664億8900万円で前年同期比82.4%、ブルーレイは382億600万円で同96.4%となり、両フォーマットともに前年同期を割り込むこととなった。売上金額に占めるブルーレイの割合は前年同期の32.9%から36.5%に拡大している（表1）。

2. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイの合計）の売上金額を販売用、レンタル店用、業務用の流通チャネル別にみると、販売用が746億7300万円（前年同期比85.0%）、レンタル店用が295億2700万円（同92.4%）、業務用が4億9500万円（同84.8%）となり、いずれも前年同期を下回ることとなった。それぞれの割合は71.3対28.2対0.5で、販売用の売上金額の減少が大きかった分、レンタル店用の割合がやや増すこととなった（前年同期の割合は、順に73.0対26.6対0.5だった）（表4）。

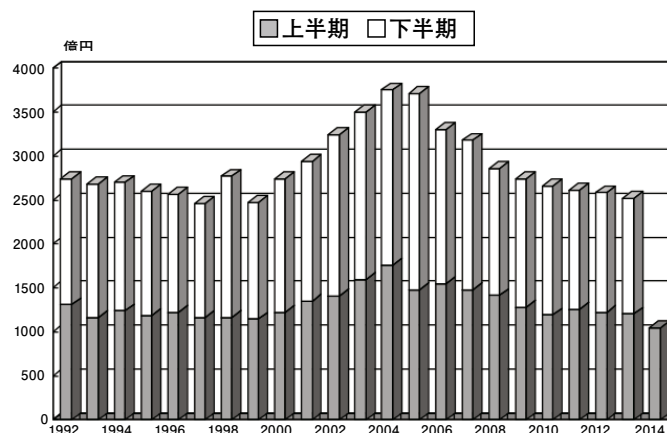
3. 販売用全体（DVDビデオとブルーレイの合計）に占めるブルーレイの割合は48.0%となり、ほぼ半分を占めるようになった。

DVDビデオの販売用売上金額は、388億2400万円で前年同期比77.3%と大きく減少した。一方のブルーレイの販売用は358億4900万円で同95.5%となり、半期の売上金額において初めて前年同期を下回ることとなった（表2、3）。

また、販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位は『日本のアニメーション（一般向け）』で構成比35.4%を占めたが前年同期比89.1%、2位（構成比26.9%）の『音楽（邦楽）』も同79.6%、3位（同8.6%）の『洋画』も同74.5%、4位（同5.1%）の『邦画』も同65.0%となるなど、主だったジャンルにおいて前年同期を下回ることとなった。

各ジャンルの売上金額におけるブルーレイの割合は、『日本のアニメーション（一般向け）』が前年同期の

ビデオソフト全体の売上金額の推移



▼表1.ビデオソフトの売上金額と売上数量

	百万円			枚		
	合計金額	構成比	前年同期比	合計数量	構成比	前年同期比
DVDビデオ	66,489	63.5%	82.4%	25,966,413	76.7%	89.1%
ブルーレイ	38,206	36.5%	96.4%	7,869,047	23.3%	91.4%
ビデオソフトの総売上	104,695	100.0%	87.0%	33,835,460	100.0%	89.7%

▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用（個人向）	38,824	58.4%	77.3%	13,832,134	53.3%	84.6%
レンタル店用（個人向）	27,205	40.9%	90.8%	11,962,484	46.1%	94.7%
業務用	460	0.7%	91.1%	171,795	0.7%	113.5%

▼表3.ブルーレイの流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	ブルーレイの売上金額			ブルーレイの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用（個人向）	35,849	93.8%	95.5%	6,963,567	88.5%	89.7%
レンタル店用（個人向）	2,322	6.1%	115.1%	895,841	11.4%	109.2%
業務用	35	0.1%	44.3%	9,639	0.1%	43.9%

▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	ビデオソフト全体の売上金額			ビデオソフト全体の売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用（個人向）	74,673	71.3%	85.0%	20,795,701	61.5%	86.2%
レンタル店用（個人向）	29,527	28.2%	92.4%	12,858,325	38.0%	95.6%
業務用	495	0.5%	84.8%	181,434	0.5%	104.7%

統計調査報告

74.2%から76.6%に、『洋画』は47.2%→49.3%、『邦画』は38.0%→38.8%と上昇しており、特に『音楽（邦楽）』は24.2%→32.5%とその割合が大きく上昇した（表5）。

4. DVDビデオの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位（35.0%）の『音楽（邦楽）』が前年同期比70.9%、第2位（16.0%）の『日本のアニメーション（一般向け）』も同80.8%、第3位（8.4%）の『洋画』も同71.5%、第4位（7.8%）の『芸能・趣味・教養』も同80.4%となるなど、いずれも大きく減少した。構成比5位（6.1%）となった『日本の子供向け

（アニメーション）』のみが前年同期比168.0%となり、ほぼ唯一伸長したジャンルとなった。（表5）

5. ブルーレイの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、『日本のアニメーション（一般向け）』が全体の56.5%を占め構成比1位となったが、前年同期比は92.0%と割り込んだ。構成比2位（18.2%）の『音楽（邦楽）』は前年同期比107.0%と伸長した。これに続く『洋画』（構成比8.8%）は同77.8%、『邦画』（構成比4.1%）が同66.4%と前年同期を割り込むこととなったが、『日本のTVドラマ』（構成比3.9%）が同145.9%と大きく伸長した（表5）。

▼表5.ビデオソフト全体の販売用ジャンル別

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	3,834	5.1%	65.0%	2,347	6.0%	64.1%	1,487	4.1%	66.4%
日本のTVドラマ	3,645	4.9%	103.1%	2,255	5.8%	87.3%	1,390	3.9%	145.9%
洋画（TVドラマを除く）	6,430	8.6%	74.5%	3,261	8.4%	71.5%	3,169	8.8%	77.8%
海外のTVドラマ	2,059	2.8%	89.1%	1,713	4.4%	86.8%	346	1.0%	102.1%
アジアの映画	263	0.4%	80.7%	117	0.3%	52.5%	146	0.4%	141.7%
アジアのTVドラマ	1,280	1.7%	71.9%	1,134	2.9%	73.3%	146	0.4%	62.7%
日本のアニメーション（一般向け）	26,465	35.4%	89.1%	6,196	16.0%	80.8%	20,269	56.5%	92.0%
海外のアニメーション（一般向け）	907	1.2%	163.1%	402	1.0%	78.8%	505	1.4%	1097.8%
日本の子供向け（アニメーション）	2,929	3.9%	181.9%	2,356	6.1%	168.0%	573	1.6%	275.5%
日本の子供向け（アニメーション以外）	1,126	1.5%	83.0%	596	1.5%	64.4%	530	1.5%	122.7%
海外の子供向け（アニメーション）	339	0.5%	69.0%	336	0.9%	71.5%	3	0.0%	14.3%
海外の子供向け（アニメーション以外）	2	0.0%	50.0%	1	0.0%	25.0%	1	0.0%	—
音楽（邦楽）	20,116	26.9%	79.6%	13,578	35.0%	70.9%	6,538	18.2%	107.0%
音楽（洋楽）	475	0.6%	59.0%	339	0.9%	54.7%	136	0.4%	73.5%
ビデオカラオケ	18	0.0%	94.7%	18	0.0%	94.7%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	3,486	4.7%	83.6%	3,035	7.8%	80.4%	451	1.3%	114.5%
スポーツ	335	0.4%	160.3%	328	0.8%	157.7%	7	0.0%	700.0%
学校教育・企業教育・語学教育	77	0.1%	87.5%	77	0.2%	88.5%	0	0.0%	0.0%
成人娯楽	2	0.0%	66.7%	2	0.0%	66.7%	0	0.0%	—
その他	885	1.2%	86.0%	733	1.9%	85.9%	152	0.4%	86.4%
計	74,673	100.0%	85.0%	38,824	100.0%	77.3%	35,849	100.0%	95.5%

枚

ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	1,172,440	5.6%	78.9%	848,900	6.1%	79.9%	323,540	4.6%	76.4%
日本のTVドラマ	432,672	2.1%	103.7%	295,109	2.1%	94.3%	137,563	2.0%	131.5%
洋画（TVドラマを除く）	4,257,097	20.5%	82.2%	2,861,109	20.7%	81.4%	1,395,988	20.0%	83.9%
海外のTVドラマ	688,772	3.3%	72.3%	647,487	4.7%	69.9%	41,285	0.6%	158.3%
アジアの映画	115,302	0.6%	60.8%	76,904	0.6%	49.1%	38,398	0.6%	115.7%
アジアのTVドラマ	153,363	0.7%	93.8%	141,588	1.0%	96.8%	11,775	0.2%	68.2%
日本のアニメーション（一般向け）	5,113,657	24.6%	82.5%	1,852,824	13.4%	84.4%	3,260,833	46.8%	81.4%
海外のアニメーション（一般向け）	416,221	2.0%	107.4%	238,252	1.7%	65.3%	177,969	2.6%	785.4%
日本の子供向け（アニメーション）	687,143	3.3%	111.5%	631,411	4.6%	106.3%	55,732	0.8%	250.2%
日本の子供向け（アニメーション以外）	294,155	1.4%	81.8%	233,229	1.7%	75.4%	60,926	0.9%	121.7%
海外の子供向け（アニメーション）	310,241	1.5%	59.0%	304,510	2.2%	58.7%	5,731	0.1%	79.8%
海外の子供向け（アニメーション以外）	1,653	0.0%	64.0%	1,153	0.0%	44.7%	500	0.0%	—
音楽（邦楽）	5,669,265	27.3%	96.6%	4,380,893	31.7%	94.3%	1,288,372	18.5%	105.0%
音楽（洋楽）	214,959	1.0%	72.3%	180,639	1.3%	75.4%	34,320	0.5%	59.4%
ビデオカラオケ	12,575	0.1%	90.7%	12,575	0.1%	92.4%	0	0.0%	0.0%
芸能・趣味・教養	978,755	4.7%	78.8%	867,103	6.3%	75.2%	111,652	1.6%	126.4%
スポーツ	114,395	0.6%	191.8%	112,323	0.8%	189.0%	2,072	0.0%	893.1%
学校教育・企業教育・語学教育	13,345	0.1%	73.0%	13,346	0.1%	75.0%	-1	—	—
成人娯楽	376	0.0%	89.7%	376	0.0%	89.7%	0	0.0%	—
その他	149,315	0.7%	108.6%	132,403	1.0%	108.2%	16,912	0.2%	111.5%
計	20,795,701	100.0%	86.2%	13,832,134	100.0%	84.6%	6,963,567	100.0%	89.7%

6. レンタル店用全体の総売上金額に占めるDVDビデオとブルーレイの構成比は、92.1対7.9で、相変わらず圧倒的にDVDビデオが占めている。ブルーレイのレンタル店用は23億2200万円で前年同期比115.1%と伸長はしているものの、DVDビデオのレンタル店用売上金額が272億500万円で同90.8%と落ち込み、レンタル店用全体も前年同期を割り込むこととなった。(表2、3)

7. DVDビデオのレンタル店用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位(22.6%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が前年同期比89.5%、2位(18.6%)の『洋画』が同89.4%、第3位(15.8%)の

『邦画』が同94.5%、第4位(14.0%)の『アジアのTVドラマ』が同98.3%、第5位(12.1%)の『海外のTVドラマ』が同92.6%と軒並み前年同期を割り込んだ。

レンタル店用の出荷はレベニューシェアリングシステムの影響で、売上金額と売上数量のジャンル別構成は必ずしも一致しない。売上数量の構成比では、1位は29.9%を占める『アジアのTVドラマ』、第2位(20.9%)は『洋画』、第3位(13.8%)は『海外のTVドラマ』、第4位(11.5%)は『邦画』の順となっている(表6)。

▼表6.ビデオソフト全体のレンタル店用ジャンル別

ジャンル	合計金額	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	4,806	16.3%	96.1%	4,297	15.8%	94.5%	509	21.9%	113.1%
日本のTVドラマ	1,762	6.0%	119.1%	1,760	6.5%	120.1%	2	0.1%	14.3%
洋画(TVドラマを除く)	6,613	22.4%	95.1%	5,066	18.6%	89.4%	1,547	66.6%	119.8%
海外のTVドラマ	3,308	11.2%	93.0%	3,293	12.1%	92.6%	15	0.6%	1500.0%
アジアの映画	196	0.7%	80.0%	184	0.7%	81.4%	12	0.5%	63.2%
アジアのTVドラマ	3,796	12.9%	98.3%	3,796	14.0%	98.3%	0	0.0%	0.0%
日本のアニメーション(一般向け)	6,274	21.2%	89.4%	6,157	22.6%	89.5%	117	5.0%	85.4%
海外のアニメーション(一般向け)	579	2.0%	111.8%	476	1.7%	109.9%	103	4.4%	121.2%
日本の子供向け(アニメーション)	841	2.8%	71.0%	836	3.1%	70.5%	5	0.2%	—
日本の子供向け(アニメーション以外)	384	1.3%	79.2%	383	1.4%	79.1%	1	0.0%	100.0%
海外の子供向け(アニメーション)	248	0.8%	72.5%	240	0.9%	73.2%	8	0.3%	57.1%
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	27	0.1%	—	27	0.1%	—	0	0.0%	—
音楽(洋楽)	1	0.0%	100.0%	1	0.0%	100.0%	0	0.0%	—
ビデオカラオケ	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	571	1.9%	54.7%	568	2.1%	54.6%	3	0.1%	75.0%
スポーツ	5	0.0%	166.7%	5	0.0%	166.7%	0	0.0%	—
学校教育・企業教育・語学教育	2	0.0%	—	2	0.0%	—	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	114	0.4%	41.5%	114	0.4%	41.5%	0	0.0%	—
計	29,527	100.0%	92.4%	27,205	100.0%	90.8%	2,322	100.0%	115.1%

ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	1,530,866	11.9%	111.5%	1,376,400	11.5%	111.8%	154,466	17.2%	109.5%
日本のTVドラマ	574,057	4.5%	101.8%	573,799	4.8%	102.5%	258	0.0%	6.1%
洋画(TVドラマを除く)	3,179,593	24.7%	100.6%	2,498,104	20.9%	96.3%	681,489	76.1%	120.0%
海外のTVドラマ	1,663,781	12.9%	73.7%	1,652,029	13.8%	73.2%	11,752	1.3%	97933.3%
アジアの映画	85,182	0.7%	54.0%	82,527	0.7%	56.8%	2,655	0.3%	21.3%
アジアのTVドラマ	3,579,308	27.8%	118.8%	3,579,307	29.9%	118.8%	1	0.0%	0.9%
日本のアニメーション(一般向け)	1,290,370	10.0%	82.1%	1,278,130	10.7%	84.2%	12,240	1.4%	22.4%
海外のアニメーション(一般向け)	154,060	1.2%	162.4%	123,248	1.0%	196.2%	30,812	3.4%	96.2%
日本の子供向け(アニメーション)	228,646	1.8%	65.7%	228,476	1.9%	65.6%	170	0.0%	—
日本の子供向け(アニメーション以外)	98,454	0.8%	76.3%	97,873	0.8%	76.4%	581	0.1%	64.7%
海外の子供向け(アニメーション)	92,898	0.7%	35.2%	91,491	0.8%	35.6%	1,407	0.2%	19.1%
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	94,085	0.7%	142553.0%	94,085	0.8%	142553.0%	0	0.0%	—
音楽(洋楽)	697	0.0%	1883.8%	693	0.0%	1980.0%	4	0.0%	200.0%
ビデオカラオケ	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	—	0	0.0%	0.0%
芸能・趣味・教養	245,081	1.9%	69.8%	245,075	2.0%	69.8%	6	0.0%	66.7%
スポーツ	4,293	0.0%	41.5%	4,293	0.0%	41.5%	0	0.0%	0.0%
学校教育・企業教育・語学教育	384	0.0%	124.7%	384	0.0%	124.7%	0	0.0%	—
成人娯楽	178	0.0%	17800.0%	178	0.0%	17800.0%	0	0.0%	—
その他	36,392	0.3%	23.6%	36,392	0.3%	23.6%	0	0.0%	—
計	12,858,325	100.0%	95.6%	11,962,484	100.0%	94.7%	895,841	100.0%	109.2%

児童ポルノ禁止法改正について

児童ポルノの単純所持禁止を盛り込んだ「児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律の一部を改正する法律」（改正児童ポルノ禁止法）が7月15日に施行された。

今回の改正では、「自己の性的好奇心を満たす目的で児童ポルノ（デジタル画像含む）を単純所持（第三者に提供する目的がない所持）する行為を刑事罰の対象としており、これに違反した場合には1年以下の懲役または100万円以下の罰金が科せられる（7条1項）。

本法は実在の児童の保護を目的とすることから、ここでいう児童とは、18歳未満の実在する男女で（撮影当時の年齢で判断される）、イラストや漫画は含まれていない。^{※1} また、これは洋画にも適用される。

今回追加された文言には「殊更に児童の性的な部位（性器

等若しくはその周辺部、臀部又は胸部）が露出されまたは強調されているもの」とあり、「殊更に」とは、当該画像等の内容が、性欲の興奮または刺激に向けられているものと評価されるものであること、としている。^{※2} 例えば、児童の全裸の写真であっても「自宅などで水浴びをしている幼児の自然な姿を、親が成長記録として撮影した画像は、通常『殊更に児童の性的な部位が露出され又は強調されている』とはいえない（児童ポルノではない）」ということになる。^{※3}

また、何人もみだりに児童ポルノを所持してはならないという規定を新設し、許されるものではないことを理念として宣言している（3条の2）。

児童ポルノ所持罪に関する7条1項の規定は1年間の猶予期間の後に適用されることとなっている。

※1 衆議院法務委員会（平成26年6月4日）及び衆議院法務委員会（平成26年6月17日）における提案者答弁

※2 前掲衆議院法務委員会における提案者答弁

※3 同上

平成26年の児童買春、児童ポルノ禁止法の改正に関するQ&A

<http://www.moj.go.jp/content/000124880.pdf>
<法務省ホームページより抜粋>

平成26年6月18日、参議院本会議において、いわゆる議員立法として提出された児童買春、児童ポルノ禁止法改正法案が可決されて、成立し（同月25日公布）、同年7月15日から施行されることとなりました。

ただし、自己の性的好奇心を満たす目的での児童ポルノの所持等を処罰する改正法7条1項の規定は、施行の日から1年間は適用されません。

以下は、同改正法の国会審議における議論等を参考にして、今回の法改正の主要な点をまとめたものです。

※児童買春、児童ポルノ禁止法改正法の条文などの詳細は、http://www.moj.go.jp/keijil/keijil_00008.htmlを御覧ください。

----- 中略 -----

Q2 今回の法改正の主要な改正点はどのようなものですか。

A 今回の法改正の主要な改正点は、以下のとおりです。

1 総則関係

- ① 法2条3項3号に規定される児童ポルノの定義につき、「殊更に児童の性的な部位（性器等若しくはその周辺部、臀部又は胸部をいう。）が露出され又は強調されているもの」であることという要件を加えること
- ② 適用上の注意につき、「学术研究、文化芸術活動、報道等に関する国民の権利及び自由を不当に侵害しないように留意」しなければならないなどと、適用上の注意に関する従前の規定をさらに具体化、明確化すること（法3条）
- ③ 何人も、児童買春やみだりに児童ポルノを所持する行為等をしてはならないという規定を設けること（法3条の2）

2 罰則関係

- ① 自己の性的好奇心を満たす目的で、児童ポルノを所持等した者を処罰する規定を設けること（法7条1項）
- ② 盗撮により児童ポルノを製造する行為を処罰する規定を設けること（法7条5項）

3 その他

- ① 社会保障審議会及び犯罪被害者等施策推進会議は、相互に連携して、児童買春の相手方となったこと等により心身に有害な影響を受けた児童の保護に関する施策の実施状況等について、定期的に検証及び評価を行うものとする（法16条の2第1項）
- ② インターネット事業者は、インターネットを利用した児童ポルノに関する犯罪等の防止に資するための措置を講ずるよう努めるものとする規定を設けること（法16条の3）

----- 中略 -----
Q5 法7条1項の「自己の性的好奇心を満たす目的で、児童ポルノを所持した者」や、「自己の意思に基づいて所持するに至った者」とはどのような意味ですか。児童ポルノを知らないうちに送り付けられたりした場合は法7条1項で処罰されるのですか。

【Q2の2①関連】

A 法7条1項の児童ポルノ所持罪が成立するためには、問題となる所持の時点において「自己の性的好奇心を満たす目的」があったと認められる必要があります。したがって、例えば、学术研究のために、児童ポルノに該当し得る画像を所持していたような場合等には処罰されることはありません。

また、児童ポルノを「自己の意思に基づいて所持するに至った者」とであると「明らかに認められる者」でなければ処罰されませんので、知らないうちに児童ポルノを送り付けられたという場合には、基本的には処罰されません。

ただし、当初は知らないうちに送り付けられた児童ポルノの画像であっても、その存在を認識した上で、自己の性的好奇心を満たす目的で、これを積極的に利用する意思に基づいて自己のパソコンの個人用フォルダに保存し直すなどした場合には、改めて「自己の意思に基づいて所持するに至った」として処罰される可能性があります。

----- 後略 -----

知的財産保護のための 広報啓発ポスター・リーフレットを製作、配布

不正商品対策協議会では、「知的財産権の保護と不正商品の排除」を目的とした広報・啓発ポスターとリーフレットを製作した。深刻化するインターネット上の著作権侵害や偽ブランド販売等に関し、若年層を対象に「違法アップロードや違法ダウンロード、偽ブランドの購入等をしない」よう広く訴えかけることを狙いとしている。

今回も全国の警察署や税関などに配布し、各所にて掲示・配布いただく予定の他、不正商品対策協議会のイベントや展示会への出展等で掲示・配布することとしている。

ポスターをご要望の方、お問い合わせは、不正商品対策協議会 (<http://www.aca.gr.jp>) 小林まで。

電話03-3542-2010

(執筆：ACA事務局)



※このポスターは（公財）日工組社会安全財団からの助成により作成したものです。

CODA コンテンツ海外流通促進機構

Manga-Anime Guardians Projectが本格始動

日本の出版社及びアニメ関連企業15社が委員として参加する「マンガ・アニメ海賊版対策協議会」は、Manga-Anime Guardians Project (MAGP) を始動した。

「マンガ・アニメ海賊版対策協議会」は、国内外のマンガ・アニメ産業における海賊版対策を目的に、2013年7月、経済産業省の呼びかけに賛同した民間企業が集まり発足したものであり、CODAが事務局を務めている。

MAGPでは、①海賊版の「削除」を効率的に行い、同時に②ファンを海賊版から正規版サイトへ「誘導」する仕組みを構築、更に③国内外の視聴者等に「普及啓発」を行うという3点に取り組む。

具体的には、①約5ヶ月に渡る集中的な海賊版削除、②日本のマンガ・アニメの正規版コンテンツのリンク集「Manga-Anime here (manga-anime-here.com)」の開設、③古今東西の日本の名作マンガ・アニメから選りすぐりの「ありがとう」シーンを繋いだムービーコンテン

ツを公開するなどの活動がスタートしている。

MAGPでは、国内外のマンガ・アニメのファン層を維持・拡充しつつ、海賊版サイトが消滅し、コンテンツ対価を支払う仕組みが主流化することを目指して活動する。

(執筆：CODA事務局)



マンガ・アニメを愛するすべてのガーディアンたちへ Dear all of Guardians who love Manga & Anime

これまで、正しく作品を楽しみ、マンガ・アニメの未来を守ってくれて、ありがとう。これからも、STOP! 海賊版。
MAGプロジェクト (Manga-Anime Guardians Project) とは、出版社、アニメ関連企業の絆を越えた、マンガ・アニメの「輝ける未来」を考えるプロジェクトです。
Thank you for enjoying legitimate Manga and Anime, and protecting its future. Keep on Stop! Piracy.
MAGP which stands for "Manga-Anime Guardians Project" is established by cross-organization of Manga publishers and Anime companies to support the "brilliant future" of Manga and Anime.

▲「Manga-Anime Guardians Project」の広報ツールより

主要各国の映画、ビデオソフト、映像配信市場のデータ

主要各国の関係機関から2013年の映画、ビデオソフト、映像配信の市場に関するデータが発表されている。国により公表されている項目が必ずしも一致はしていないが、ここに日本、米国、英国、フランス、ドイツの市場データをまとめて掲載する。なお、データの出典は右のとおり。

- ※1 国連『世界の推計人口2013』
- ※2 外務省経済局調査室『主要経済指標』(14年7月)
- ※3 一般社団法人日本映画製作者連盟
- ※4 一般社団法人日本映像ソフト協会
- ※5 MPAA Theatrical Market Statistics 2013
- ※6 Digital Entertainment Group
- ※7 British Film Institute
- ※8 Centre national de la cinematographie(CNC)
- ※9 German Federal Film Board(FFA)
- ※10 Bundesverband Audiovisuelle Medien e V.(BVV)

空欄はデータなし

		日 本				
		2013年	前年比	2012年	2011年	
映画	興行収入	1,942億3,700万円	99.5%	1,951億9,000万円	1,811億9,700万円	※3
	公開本数	1,117本	113.6%	983本	799本	※3
	入場人員	1億5,589万人	100.5%	1億5,516万人	1億4,473万人	※3
	平均入場料	1,246円	99.0%	1,258円	1,252円	※3
	スクリーン数	3,318スクリーン	100.9%	3,290スクリーン	3,339スクリーン	※3
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	3,172スクリーン	109.5%	2,897スクリーン	1,991スクリーン	※3
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	2,431億円(a)	100.7%	2,413億円(a)	2,479億円(a)	※4
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	2,184億円(b)	91.4%	2,389億円(b)	2,542億円(b)	※4
	合計(セル+レンタル)	4,615億円	96.1%	4,802億円	5,021億円	※4
	メーカー出荷	セル用 1,836億3,100万円(c) レンタル用 670億8,900万円(d)	100.5% 90.0%	セル用 1,827億0,600万円(c) レンタル用 745億1,200万円(d)	セル用 1,806億3,300万円(c) レンタル用 791億7,600万円(d)	※4 ※4
	備考	(a) DVD 60.0%, BD 40.0% (b) DVD 88.8%, BD 11.2% (c) DVD 54.1%, BD 45.9% (d) DVD 93.4%, BD 6.6%		(a) DVD 66.3%, BD 33.7% (b) DVD 92.3%, BD 7.7% (c) DVD 63.0%, BD 37.0% (d) DVD 94.7%, BD 5.3%	(a) DVD 72.2%, BD 27.8% (b) DVD 91.3%, BD 8.7% (c) DVD 68.1%, BD 31.9% (d) DVD 96.3%, BD 3.7%	※4 ※4 ※4 ※4
	配信	597円		—	—	※4
基本情報	人口	1億2,730万人		1億2,750万人	1億2,780万人	※1
	GDP(12年は成長率)	4兆9,015億ドル		2.0%	5兆8,672億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり期中平均)	97.60円		79.79円	79.81円	※2

		北 米				
		2013年	前年比	2012年	2011年	
映画	興行収入	109億ドル(1兆0,638億円)	100.9%	108億ドル	102億万ドル	※5
	公開本数	659本	97.3%	677本	609本	※5
	入場人員	13億4,000万人	98.5%	13億6,000万人	12億8,000万人	※5
	平均入場料	8.1ドル(791円)	101.3%	8.0ドル	7.9ドル	※5
	スクリーン数	42,814スクリーン	107.3%	39,918スクリーン	39,641スクリーン	※5
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	39,824スクリーン	110.7%	35,975スクリーン	27,469スクリーン	※5
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	7,779百万(7,592億円)	91.9%	8,462百万ドル	8,952百万ドル	※6
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	3,979百万ドル(3,884億円)	90.2%	4,412百万ドル	5,017百万ドル	※6
	合計(セル+レンタル)	11,758百万ドル(1兆1,476億円)	91.3%	12,874百万ドル	13,969百万ドル	※6
配信	EST	1,189百万ドル(1,160億円)	147.2%	808百万ドル	603百万ドル	※6
	VOD	2,109百万ドル(2,058億円)	104.8%	2,012百万ドル	1,784百万ドル	※6
	Subscription Streaming	3,164百万ドル(3,088億円)	132.1%	2,395百万ドル	1,603百万ドル	※6
	合計(EST+VOD)	6,462百万ドル(6,307億円)	123.9%	5,215百万ドル	3,990百万ドル	※6
基本情報	人口	3億2,010万人		3億1,750万人	3億1,490万人	※1
	GDP(12年は成長率)	16兆8,000億ドル		2.2%	15兆0,940億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり期中平均)	97.60円		79.79円	79.81円	※2

	英 国				
		2013年	前年比	2012年	2011年
映画	興行収入	1,083百万ポンド(1,649億円)	98.5%	1,099百万ポンド	1,040百万ポンド
	公開本数	698本	107.9%	647本	588本
	入場人員	1億6,550万人	95.9%	1億7,250万人	1億7,160万人
	平均入場料	6.54ポンド(996円)	107.9%	6.06ポンド	5.84ポンド
	スクリーン数	3,867スクリーン	101.3%	3,817スクリーン	3,767スクリーン
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	98.4%		91.7%	71.0%
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	1,438百万ポンド(2,189億円)	93.2%	1,543百万ポンド	1,749百万ポンド
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	166百万ポンド(253億円)	72.5%	229百万ポンド	246百万ポンド
	販売枚数(All Formats, 消費者レベル)	1億6,200万枚	90.5%	1億7,900万枚	2億0,700万枚
	レンタル枚数(All Formats, トランザクション数)	5,300万枚・回	67.9%	7,800万枚・回	8,600万枚・回
配信	TV based VOD	129.9百万ポンド(198億)	116.1%	111.9百万ポンド	95.8百万ポンド
	Online VOD	192.9百万ポンド(294億円)(a)	155.6%	124.0百万ポンド	54.6百万ポンド
	合計	322.8百万ポンド(491億円)	136.8%	235.9百万ポンド	150.4百万ポンド
	(a)	Subscription 48.1% Digital retail 28.8% Digital rental 21.7% Advertising 1.3%			
基本情報	人口	6,310万人		6,280万人	6,240万人
	GDP(12年は成長率)	2兆5,214億ドル		0.2%	2兆4,316億ドル
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.56ポンド		1.59ポンド	1.60ポンド

	フランス				
		2013年	前年比	2012年	2011年
映画	興行収入	1,250百万ユーロ(1,623億円)	95.7%	1,306百万ユーロ	1,375百万ユーロ
	公開本数	654本	106.3%	615本	594本
	入場人員	1億9,359万人	95.1%	2億0,358万人	2億1,720万人
	平均入場料	6.46ユーロ(839円)	100.6%	6.42ユーロ	6.33ユーロ
	スクリーン数	5,587スクリーン	101.4%	5,508スクリーン	5,467スクリーン
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	5,433スクリーン	108.4%	5,012スクリーン	3,593スクリーン
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	929百万ユーロ(1,206億円) (a)	83.2%	1,116百万ユーロ(1,175億円) (a)	1,223百万ユーロ (a)
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	—		—	—
	販売枚数(All Formats, 消費者レベル)	1億0,306万枚 (b)	85.9%	1億1,995万枚 (b)	1億2,876万枚 (b)
	レンタル枚数(All Formats, トランザクション数)	—		—	—
	備考	(a) DVD 77.9%、BD 22.1% (b) DVD 87.2%、BD 12.8%		(a) DVD 80.0%、BD 20.0% (b) DVD 88.3%、BD 11.7%	(a) DVD 83.3%、BD 16.7% (b) DVD 90.2%、BD 9.8%
配信	EST	212百万ユーロ(275億円)	94.2%	225百万ユーロ	199百万ユーロ
	Subscription	28百万ユーロ(36億円)	103.7%	27百万ユーロ	20百万ユーロ
	VOD 合計	240百万ユーロ(312億円)	95.2%	252百万ユーロ	219百万ユーロ
基本情報	人口	6,430万人		6,390万人	6,360万人
	GDP(12年は成長率)	2兆7,349億ドル		0.0%	2兆7,730億ドル
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.33ユーロ		1.29ユーロ	1.39ユーロ

	ドイツ				
		2013年	前年比	2012年	2011年
映画	興行収入	1,023百万ユーロ(1,328億円)	99.0%	1,033百万ユーロ	958百万ユーロ
	公開本数	—		—	—
	入場人員	1億2,967万人	96.0%	1億3,510万人	1億2,960万人
	平均入場料	7.89ユーロ(1,024円)	103.1%	7.65ユーロ	7.39ユーロ
	スクリーン数	4,610スクリーン	99.8%	4,617スクリーン	4,640スクリーン
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	—		—	—
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	1,394百万ユーロ(1,810億円)(a)	102.4%	1,361百万ユーロ(a)	1,395百万ユーロ(a)
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	210百万ユーロ(273億円)(b)	94.6%	222百万ユーロ(b)	231百万ユーロ(b)
	販売枚数(All Formats, 消費者レベル)	1億1,710万枚(c)	104.1%	1億1,250万枚(c)	1億1,840万枚・回(c)
	レンタル枚数(トランザクション数, 含VOD&PPV)	—		—	1億0,500万枚・回(d)
	備考	(a) DVD 70.6%、BD 29.4% (b) DVD 75.2%、BD 24.8% (c) DVD 75.0%、BD 25.0%		(a) DVD 74.8%、BD 25.2% (b) DVD 77.9%、BD 22.1% (c) DVD 79.5%、BD 20.5%	(a) DVD 80.8%、BD 19.2% (b) DVD 84.0%、BD 16.0% (c) DVD 85.5%、BD 14.5% (d) Digital分の9%を含む
配信	EST	52百万ユーロ(68億円)	113.0%	46百万ユーロ	33百万ユーロ
	SVOD	34百万ユーロ(44億円)	154.5%	22百万ユーロ	13百万ユーロ
	TVOD	68百万ユーロ(88億円)	123.6%	55百万ユーロ	32百万ユーロ
	合計	154百万ユーロ(200億円)	125.2%	123百万ユーロ	78百万ユーロ
基本情報	人口	8,270万人		8,280万人	8,290万人
	GDP(12年は成長率)	3兆6,348億ドル		0.9%	3兆5,706億ドル
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.33ユーロ		1.29ユーロ	1.39ユーロ



バンダイジビュアル(株) 上埜芳被氏からのご紹介

●加藤 栄三 氏(株)ハピネット ハピネットピクチャーズユニット マーケティング部)

「溪流釣り」

溪流釣りって？

溪流釣りは岩魚、山女がターゲットですが、私は山に少し入るので岩魚がメインです。学生のときに、栃木奥鬼怒、八丁の湯温泉から尾瀬沼へ抜けたことがありました。尾瀬に行くまでに何本か溪流を渡るのですが、お昼を食べながら、沢に岩魚が見えたので、おにぎりのご飯を投げると飛びつきました。まるで池の鯉。釣り好きの友人から、針糸を借り、近くにいるバツの羽を筆で針に付け川に投げると、30センチの岩魚が飛びつきました(30センチ岩魚は憧れ、昔は沢山いでしたが)。このときから、私の溪流釣り(源流)が始まりました。ちなみに東北や北海道では降海型(※1)があり、山女はサクラマス(高級魚)、岩魚はアメマス(北海道では食べないようですが)になります。陸封型(※2)はパーマーク(※3)があり綺麗な魚です。

(※1 こうかいがた・・・魚類の生態型の一。一生のほとんどを海で生活し、繁殖は河川湖沼で行うもの。「大辞林」より)

(※2 りくふうがた・・・魚類の生態型の一。一生を淡水域で生活するもの。「大辞林」より)

(※3 サケ科の体側に見られる楕円状の斑点模様のこと)

誰にでも簡単に釣れます。

岩魚、英語ではrock fish。人が近づくと岩陰に逃げるのでこの名が付いたようです。幻の魚なんていわれていますが、まだ人が入らない場所で、魚がいる場所に、岩魚に見つからないよう背を低くしてそーっと竿を出せばすぐ釣れます。釣り落としても何度でも針にかかるので笑っちゃいますが、人の姿を見つけるともう遊んでくれません。餌でも毛鉤(てんから)でも大丈夫です。北海道の礼文島では、雨上がりの河口の堰堤でルアーですぐ大きいのが釣れますが、溪流じゃないんですよ。

美味しい空気と山歩きと満天の星屑

源流へは薄暗いうちに車で出発します。車止めから歩いて3時間。溪流に入るとかなり涼しく、春は雪渓越え、新緑、

夏の静寂・・・。沢の傍でキャンプして、火を焚きながら岩魚をつまみにお酒を飲むのは最高です。風邪をひきます(流れの傍は冷えます)が川原でシュラフに埋まって空を見てると、星が落ちてきそうで怖いくらいです。何しろ真っ暗だから。

動物との出会い

怖い話ですが、熊さんと何度も出くわしました。勿論、いつも熊鈴装備で爆竹をもって遊んでいるのですが、一度帰り道の崖斜面で真近に親子連れに会いました。私たちは2人で下は崖底に沢、絶対絶命の熊とのにらめっこ・・・でしたが、なんと親熊が子熊をおいて一人で崖を駆け上がり逃げていってしまいました。親がいなくなった後、小熊が後を追って走って行き・・・無事生還。「親も子供を置いて行っちゃう」んですね。

また、へつり(沢屋の細い道のこと)で竿を出したときに一瞬ドンと大きな音がしてドキッとしてみると、目の前にカモシカが落ちてきました。「カモシカも崖から落ちる」のがわかったのですが、ザックからカメラを出しているうちに、また、落ちた崖を跳ね肢で登っていってしまいました。

カメラ小僧と温泉マニア

カメラ小僧(爺)にも、シャッターチャンスが多いです。虫や鳥(カワセミもいます)、山だけでなく朝靄の溪流や水辺で、プロになったつもりで水や泡、流れをいろんなシャッタースピードで撮影練習すると面白いです。フィルムのときはこんなに遊べませんでした。帰ってPCで見ると一寸上手くなった気がします。

最後に、溪や山で汗をかいた後、魚を触った後の温泉は格別です。日本の山は温泉が多いです。お気に入りをお一つ。栃木県奥鬼怒の湯沢噴泉塔。岩の隙間や、川原に穴を掘っても、誰かが作ったBシートのお風呂でも・・・人に会いません。道が悪くなく歩いて3時間くらいかかりますが・・・。灯り一つ無い、夏の夜の川原温泉の満天星屑は最高です。

▼日誌に見る協会の動き

[8月]

- 11日 ACA広報啓発フェア打合せ
- 12日 MPA M・エリス氏との会合
- 18日 ACA広報啓発フェア打合せ
- 26日 消費者委員会
- 28日 業務部会幹事会

[9月]

- 2日 定例理事会
ACA企画広報部会打合せ
- 3日 マーケティング委員会
- 5日 著作権部会
関西地区連絡協議会定例会議
- 8日 ACA企画広報部会
- 9日 総合連絡委員会、秋の懇親会
(於ポニーキャニオン)

- 12日 業務使用対策委員会
- 17日 2014年上半期統計調査についての記者発表会
- 18日 社員研修に関する準備会議
- 25日 業務部会幹事会
- 30日 ACA企画広報部会

統計

2014年7月度

	7 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1 月 ～ 7 月 の 累 計								
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比	
販売用	8,458	63.7%	104.5%	3,181	55.9%	106.6%	526	101.0%	増 減 15社 14社 その他 3社	47,282	59.3%	81.0%	17,013	53.8%	88.0%	3,346	88.6%	
レンタル店用	4,743	35.7%	92.5%	2,465	43.4%	96.2%	471	69.9%		31,948	40.0%	91.1%	14,428	45.6%	95.0%	3,184	73.7%	
業務用	82	0.6%	110.8%	39	0.7%	125.7%	12	80.0%		542	0.7%	93.6%	211	0.7%	115.6%	226	123.5%	
DVDビデオ	13,283	45.0%	99.9%	5,685	53.6%	102.0%	1,009	83.4%		79,772	59.4%	84.9%	31,652	71.2%	91.2%	6,756	81.6%	
販売用	15,805	97.5%	177.4%	4,679	95.0%	252.6%	269	96.8%	増 減 16社 12社 その他 4社	51,654	94.9%	111.2%	11,642	91.0%	121.1%	1,953	105.0%	
レンタル店用	400	2.5%	96.4%	244	4.9%	124.7%	38	70.4%		2,722	5.0%	111.9%	1,139	8.9%	112.1%	183	59.2%	
業務用	4	0.0%	133.3%	1	0.0%	33.2%	0	－		39	0.1%	47.6%	11	0.1%	42.4%	5	50.0%	
ブルーレイ	16,209	55.0%	173.8%	4,923	46.4%	240.0%	307	92.5%		54,415	40.6%	111.1%	12,792	28.8%	120.0%	2,141	98.3%	
合 計	29,492	100.0%	130.4%	10,609	100.0%	139.1%	1,316	85.3%		134,187	100.0%	93.9%	44,444	100.0%	98.0%	8,897	85.1%	

◎今月の売上報告社数……32社 (*前年同月の報告社数32社)無回答社……1社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。
◎累計値には、1月～6月の数字として、2014年上半期調査の数字を用いている。

2014年8月度

	8 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1 月 ～ 8 月 の 累 計								
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比	
販売用	6,162	56.9%	115.8%	2,160	48.6%	101.7%	473	98.1%	増 減 15社 15社 その他 1社	53,444	59.0%	83.9%	19,172	53.1%	89.3%	3,819	89.7%	
レンタル店用	4,608	42.5%	93.7%	2,271	51.1%	90.5%	497	92.9%		36,556	40.3%	91.4%	16,699	46.3%	94.3%	3,681	75.8%	
業務用	62	0.6%	77.5%	16	0.4%	21.1%	25	250.0%		604	0.7%	91.72%	226	0.6%	88.3%	251	130.1%	
DVDビデオ	10,832	64.4%	105.0%	4,446	75.4%	94.4%	995	96.9%		90,604	60.0%	86.8%	36,098	71.7%	91.6%	7,751	83.3%	
販売用	5,571	92.9%	92.4%	1,298	89.4%	100.7%	210	87.9%	増 減 20社 9社 その他 2社	57,225	94.7%	109.0%	12,940	90.8%	118.7%	2,163	103.0%	
レンタル店用	420	7.0%	117.0%	153	10.6%	105.5%	28	164.7%		3,142	5.2%	112.5%	1,293	9.1%	111.3%	211	64.7%	
業務用	4	0.1%	66.7%	1	0.1%	21.1%	0	－		43	0.1%	48.9%	12	0.1%	39.2%	5	50.0%	
ブルーレイ	5,995	35.6%	93.7%	1,452	24.6%	101.0%	238	93.0%		60,410	40.0%	109.1%	14,244	28.3%	117.8%	2,379	97.7%	
合 計	16,827	100.0%	100.7%	5,898	100.0%	95.9%	1,233	96.1%		151,014	100.0%	94.6%	50,342	100.0%	97.7%	10,130	86.3%	

◎今月の売上報告社数……31社 (*前年同月の報告社数32社) 無回答社……2社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。
◎累計値には、1月～6月の数字として、2014年上半期調査の数字を用いている。

違法対策活動報告

7月～8月 実地調査による調査実績

調査店	161店
営業店数	52店
違法行為	海賊版所持
確認件数	セル用商品のレンタル転用
海賊版確認数	0枚
違法行為確認率	14%

調査状況一覧表(7月～8月)

調査地区	内訳			海賊版・サンプル版頒布所持			セル商品の レンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	所持店	確認数	回収数	
福島県	9		1				
茨城県	7	1	8				1
群馬県			1				
東京都			3				
神奈川県	1		54				
新潟県	5		4				
富山県	6		6				
石川県	1						
山梨県	2		1				
大阪府	2	2	12				2
島根県	3						
山口県	10	1	5				2
鹿児島県	6	1	9				3
合計	52	5	104	0	0	0	8

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2014年10月1日現在

■ 正会員(33 社)

アスミック・エース(株)
(株)アニプレックス
アミューズソフトエンタテインメント(株)
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)
エイベックス・ピクチャーズ(株)
(株)エスピーオー
(株)NHK エンタープライズ
NBCユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)
(株)KADOKAWA
ギャガ(株)
キングレコード(株)
(株)JVC ケンウッド・ピクチャーエンタテインメント
(株)小学館
(株)ショウゲート
松竹(株)
(株)ソニー・ピクチャーズエンタテインメント
(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント
(株)第一興商
TCエンタテインメント(株)
東映ビデオ(株)
東宝(株)
東宝東和(株)
(株)東北新社
20世紀フォックス
ホームエンターテイメントジャパン(株)
日活(株)
(株)バップ
(株)ハビネット
パラマウント ジャパン(同)
バンダイビジュアル(株)
(株)ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)よしもとアール・アンド・シー
ワーナーエンターテイメントジャパン(株)

■ 協賛会員(20 社)

(株)一丸印刷所
(株)IMAGICA
エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ(株)
カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)
(株)キュー・テック
(株)金羊社
(株)ケンメディア
(株)JVC ケンウッド・クリエイティブメディア
(株)ジャパン・ディストリビューション
システム
(株)星光堂
ソニー PCL (株)
大日本印刷(株)
東芝デジタルフロンティア(株)
東洋レコーディング(株)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ
日本出版販売(株)
日本レコードセンター(株)
(株)富士フイルムメディアクレスト
(株)ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)