

JVA REPORT

8

'16 AUGUST
NO.177

MAIN REPORTS

- 一般社団法人日本映像ソフト協会 役員名簿
- リーチサイト対策について

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



一般社団法人日本映像ソフト協会 役員名簿	2
臨時総会および第356回定例理事会開催報告	3
リーチサイト対策について	3
映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2015②	5
市場活性化キャンペーン実施内容の概要について	7
2016年度中堅社員合同研修会開催報告	8
第3回「ULTRA HD Blu-ray™説明会」開催報告	8
第1回配信マーケティング委員会開催報告	8
「JVA BOOK2016」発行	9
著作権等管理事業法に関する意見提出	9
不正商品対策協議会	11
コンテンツ海外流通促進機構	12
リレーエッセイ⑫	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計（5月、6月）	14
「JVA秋の懇親会」開催のお知らせ	14

<http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>



サラリーマン 山崎シゲル

× 日本映像ソフト協会

知っていますか？

アンチリッピングキャンペーン DVDのリッピングは違法です！

一般社団法人 日本映像ソフト協会 役員名簿

去る、7月5日(水)に開催された臨時総会において、理事3名の退任に伴い、後任として3名が選任された。また、定例理事会において各部会長が選任された。8月現在の役員および各部会長は以下のとおり。

理 事

(五十音順・2016年8月現在)

 代表理事会長 しまたに よししげ 島谷 能成 東宝(株) 代表取締役社長	 代表理事副会長 いのうえ しんいちろう 井上 伸一郎 株KADOKAWA 代表取締役専務執行役員	 専務理事 ごとう たけろう 後藤 健郎 (一社)日本映像ソフト協会
 新任 いたの ゆうじ 板野 裕爾 株NHKエンタープライズ 代表取締役社長 ＜業務部会長＞	 おおたに のぶよし 大谷 信義 松竹(株) 代表取締役会長 ＜流通促進部会長＞	 かわい しろう 川合 史郎 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) 代表取締役社長
 かわしろ かずみ 川城 和実 バンダイビジュアル(株) 代表取締役社長	 こんの としひろ 今野 敏博 株ソニー・ミュージック エンタテインメント 取締役コーポレートEVP	 さとう なおき 佐藤 直樹 日活(株) 代表取締役 執行役員社長
 しげむら ひろふみ 重村 博文 キングレコード(株) 代表取締役会長	 たかぎ 高木 ジム NBCユニバーサル・ エンターテインメントジャパン(同) 最高経営責任者兼社長	 つかごし たかゆき 塚越 隆行 ウォルトディズニー・ジャパン(株) ウォルトディズニー・スタジオ・ジャパン シニア・ヴァイス・プレジデント兼ゼネラル・マネージャー ＜eメディア部会長＞
 新任 てらしま 寺島 ヨシキ エイバックス・ピクチャーズ(株) 代表取締役社長	 はなふさ しゅうじ 花房 秀治 株パップ 代表取締役社長執行役員	 まつおか ひろやす 松岡 宏泰 東宝東和(株) 代表取締役会長
 まみや とらまつ 間宮 登良松 東映ビデオ(株) 代表取締役社長 ＜営業部会長＞	 新任 よしむら たかし 吉村 隆 株ポニーキャニオン 代表取締役社長 ＜著作権部会長＞	 よだ たつみ 依田 巽 ギャガ(株) 代表取締役会長CEO

監 事

 はやし さぶろう 林 三郎 株第一興商 代表取締役社長	 まえだ てつお 前田 哲男 染井・前田・中川法律事務所 弁護士
---	---



臨時総会および第356回定例理事会開催報告

去る、2016年7月5日(火)午後4時30分より、当協会会議室において臨時総会を開催した。正会員社25社出席(議決権行使書提出10社を含む)、以下の決議事項1件が承認された。

●決議事項

第1号議案 理事3名補欠選任の件

桐畑敏春氏、竹内成和氏及び今井 環氏が辞任により理事を退任することに伴い、後任として吉村 隆氏(株)ボニーキャニオン)、寺島ヨシキ氏(エイベックス・ピクチャーズ(株)及び板野裕爾氏(株)NHKエンタープライズ)の3名が選任され、本会にて承認された。

また、臨時総会終了後午後4時45分より、第356回定例理事会が開催された。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

第1号議案 部会長選任の件・・・承認(2頁参照)

第2号議案 「CEATEC JAPAN 2016」に対する協賛名義使用承認の件・・・承認

第3号議案 「CDVJショッピングコンテスト2016」に対する後援名義使用及びJVA特別賞設定承認の件・・・承認

第4号議案 第29回東京国際映画祭に対する後援及び後援名義使用承認の件・・・承認

第5号議案 「Japan Content Showcase 2016」開催に伴う後援名義使用承認の件・・・承認

第6号議案 「全国映画感想文コンクール2016」後援名義使用承認の件・・・承認

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 市場活性化キャンペーンWG経過報告について
3. 知財関係報告
4. 9月度総合連絡委員会および懇親会の開催について
5. 2016年5月度ビデオソフト売上速報について
6. 2016年5月度映像配信統計報告について
7. その他

リーチサイト対策について

専務理事 後藤健郎

2016年5月9日、政府の知的財産戦略本部が「知的財産推進計画2016」を決定した。このうち、「取り組むべき施策」の中に初めてリーチサイトが明示され、「法制面での対応を含め具体的な検討を進める」と記された。これを受け文化庁が5月12日に開催した「文化審議会著作権分科会」では、今年度の「法制・基本問題小委員会」において、リーチサイトについて検討することを決めた。

これは、CODA(コンテンツ海外流通促進機構)が2月8日の「次世代知財システム検討委員会」において、リーチサイト問題で法改正を提起したことが契機である。

当協会としても、2012年9月4日の「法制問題小委員会」のヒアリングでリーチサイトの問題を提起しており、CODAの提案が法改正に結実することを期待するものである。

以下、CODAの提案について詳述する。

■オンライン侵害の実態と自動コンテンツ監視・削除センターについて

日本の地デジ、BS、CSといったデジタル放送は、いわゆる暗号化技術が施されている。しかし今日では、TS抜き、HDMIスプリッター等々を使って、簡単にそれらが外されて、すぐにオンライン上にアップロードされる状況にある。放送と同時に公衆送信することが可能であり、タイムラグもほとんどなく、いわゆるサイマル放送も可能な状態である。ブロックを強化すれば、それをすり抜ける方法がすぐに出てくるのである。

この状況を鑑み、CODAでは2009年度より、経済産業

省の支援を受け、海外の動画投稿サイト等への対策を開始し、クロウリング技術によるサイト監視とフィンガープリント技術による動画認識(照合)を組み合わせた「自動コンテンツ監視・削除センター(以下、削除センター)」を運営している。この削除センターでは、日本のテレビ放送から無断複製されたアニメ、テレビドラマ、バラエティー、音楽番組などが違法アップロードされることが多い、中国、韓国、フランス、アメリカのいわゆる動画投稿サイトを対象にしている。

削除センターの仕組みは以下のとおりである。

各権利者は、違法アップロードを阻止したい、または違法動画を削除したいと考えるコンテンツの映像データをCODAに提供。CODAは、その映像データに基づき、照合用のフィンガープリントを生成し、映像の特徴をデータ化しておく。動画投稿サイトで当該コンテンツのキーワード検索を行い、例えば「NARUTO-ナルト-疾風伝」と検索し、ヒットした動画を全て抽出し、先ほどのフィンガープリントと、抽出された動画との特徴を自動照合する。その結果、一定の割合で特徴の一致が認められた違法動画については、権利者の確認のうえ、動画投稿サイトに権利者からの削除要請を送付する。この手続きを経た上で、動画投稿サイトは、違法動画を削除するというものである。この対策については、経済産業省、文化庁等が中国政府との協議の場において、成果を取り上げてくれるなどの後方支援もあり、ほぼ100%の削除実績を維持している。

しかし、フィンガープリント照合を回避するため、違

法動画の画角を変えてアップロードするという手法が横行するようになってきている。例えば、コンテンツの映像を4分の1に縮小し、残り4分の3を黒く塗り潰した動画がアップロードされた場合、フィンガープリントは特徴の異なるコンテンツと判断し、自動照合されないのである。同じ映像の「NARUTO-ナルト-疾風伝」であっても、同一と判断せず、フィンガープリントをすり抜けてしまう。このような検出回避の対策として、CODAは経済産業省より受託した海賊版対策事業のなかで、2016年6月より、著作権を侵害している動画を目視で確認する専門員を配置し、削除要請を行う試みを始めた。これにより、コンピュータによる動画検出を意識的に回避している動画についても発見し削除することが期待できるほか、そのような違法動画の数などの実態についても把握することが可能である。

■リーチサイトとは

また、削除センターのキーワード検索を回避するために作品タイトル等を一切表示しない投稿動画が存在する。なぜユーザーがこれを視聴できるのかというと、リーチサイトをゲートウェイとしてアクセスしているからである。

インターネット上で「アニメ 無料」などをキーワードに検索すると、数多くのリーチサイトが表示される。リーチサイトのトップページには、TV放送が終わったばかりのアニメ・テレビ作品の一覧がズラリと掲載されている。「NARUTO-疾風伝686話」などのコンテンツのタイトルをクリックすると、前述したような作品タイトルの付けられていない違法動画にリンクされており、簡単に視聴することが可能となるのである。

リーチサイトは、基本的に違法動画そのものを蔵置することや、自らで違法アップロードはしておらず、「リーチ」をしているだけである。そしてこのリーチサイトには数多くの広告が掲載されており、アクセスを集めて広告収入を得ているサイトも多い。

このリーチサイトについて、2012年に電気通信大学が調査した結果によると、リーチサイトにリンクが貼られている動画の平均視聴数は、そうでない動画に比べて約62倍、動画投稿サイト「Veoh」においては、311倍であるとしている。これが2012年の調査であることから、今やリーチサイトを介して違法動画を視聴することが主流となっているということである。

さらに、スマートフォンにおける「アプリ」についても、リーチサイトと全く同じ機能を持つものも多く、これから急増することが危惧される。「アニメ無料」などのアプリをインストールすることにより、掲載されるアニメタイトルをクリックすると、すぐにその違法動画に行き着き視聴できるというものである。これらアプリもリーチサイト同様に広告で収益を得て運営されているものが多い。

■リーチサイトへの対策の現状

CODAでは、これらリーチサイトやアプリに対し、これまでも、違法動画へのリンクを切除するよう要請を行っているが、無視されるという状況にある。まれに回答があったとしても、「法的裏づけがない」ことなどを理由に拒否されるとともに、リンクを切除することの根拠を求められることもある。

なおCODAから、アメリカの大手検索エンジンに対して、そもそもリーチサイトを検索結果に表示できないようにすることを求めているが、「法的根拠が不明確である。」との理由をもって拒否されている。

これら、「リーチサイト」や同様のスマホのアプリについては、著作権侵害そのものをしてではなく、その手助け『幫助』をしていることになる。では、著作権侵害の『幫助』を行っているのなら、法的対策が可能ではないかと考えられる。しかし、違法なアップロードをした者である「正犯者」を警察が著作権侵害で摘発できるのであれば、「幫助犯」（共犯者）も同様のものと考えるが、「正犯者」を摘発できない場合、「幫助犯」（共犯者）だけを捕まえることは困難である。ましてや、「正犯者」が外国にいる場合には、「幫助犯」が日本にいたことが分かっているにもかかわらず摘発できないのである。

一方海外においては、例えば、アメリカ、カナダ、中国ではリーチ行為についても削除の対象となっている。アメリカでは違法アップロードへリンクを貼る行為が著作権侵害の「寄与侵害」に該当し得ると解されているほか、DMCA（米国デジタルミレニアム著作権法）においては削除の対象となっている。カナダでは著作権侵害を可能とすることを主たる目的としたインターネット上のサービスの提供を著作権侵害とする法律がある。中国においては、「情報ネットワーク伝達保護条例」の中に、違法アップロードへのリンクが権利侵害に該当し、権利者がリンクの切除を求めることができる旨の規定がある。

■リーチサイト対策についての提案

以上のような現状から、CODAでは、リーチサイトについての問題を提起し、

- ① 著作権・著作隣接権・出版権を侵害する違法コンテンツの拡散を助長する目的をもってしていること。
 - ② 著作権・著作隣接権・出版権を侵害する違法コンテンツであることの情を知っていること。

の2要件を満たし、当該違法コンテンツにリンクを貼って公衆を誘導する行為を、著作権法改正により同法113条の「みなし侵害」行為として明文化することを要望している。「みなし侵害」と規定されることによって、刑事摘発、差止請求や検索エンジンへの要請が可能となる。近日中にも開催される見込みの「法制・基本問題小委員会」の審議に期待したい。

『映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査2015』報告②

前号既報のとおり、業務部会マーケット調査委員会はデジタル・エンターテインメント・グループ・ジャパンと共同で『映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査2015』を実施し、4月に結果の公表を行った。本号では、前回に引き続きその調査結果を報告する。

この調査は、2015年の1年の間に、映像ソフトのユーザー(DVDとブルーレイの購入者及びレンタル利用者、有料動画配信の利用者)の消費実態についてアンケート調査し、その消費動向からユーザーレベルにおける市場規模を推計することを目的とした調査である。特に本年度は、本調査における有料動画配信視聴の定義をこれまでより広範に設定している。

調査概要

(1) 調査対象

全国に居住する満16歳～69歳の男女で、インターネット利用者。

(2) 調査実施 2016年1月

(3) 調査対象期間 2015年1月～12月

図1-1. 有料コンテンツ利用者の分布状況について(2015年)

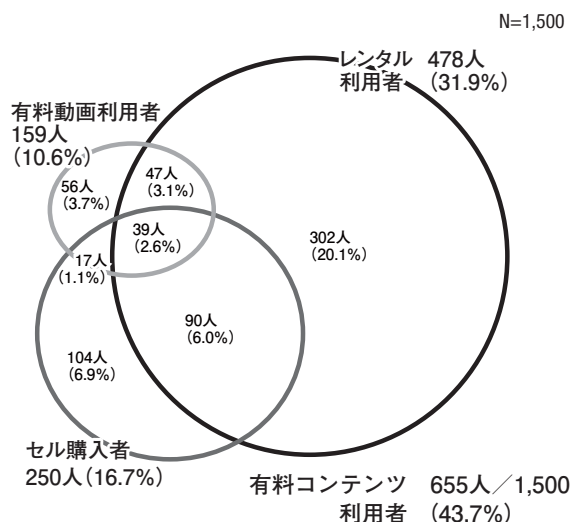
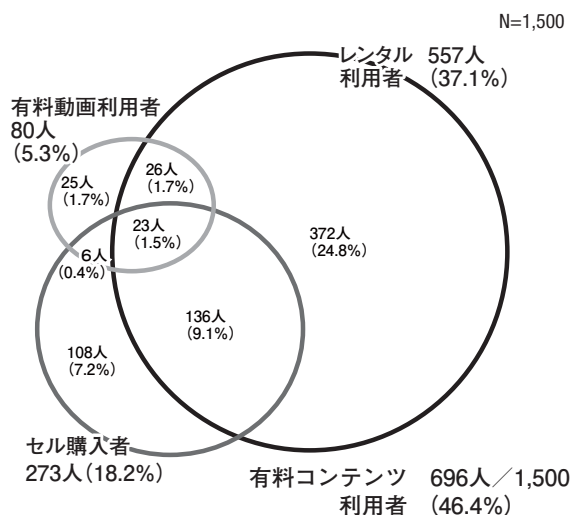


図1-2. 有料コンテンツ利用者の分布状況について(2014年)



(4) 調査方法 インターネットによる調査 (補正あり)

(5) 回収サンプル構成

(a)一般調査:1,500サンプル

(b)有料動画配信調査:300サンプル

(6) 有料動画配信サービスについて

本年から、有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOWやスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約無しで見られる見放題のVODや、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題のVOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題のVODの視聴を含む。

(7) 集計データの補正

本調査は16歳～69歳のインターネット利用者を対象として実施したため、同世代の一般個人におけるデータとして推計するために、補正データとして、「ACR/ex調査」を用い、「ACR/ex調査」の対象者全体が一般の市場全体を代表しているとみなして、性年齢別にウエイト値を求め、データの補正を行った。

図2. ビデオソフト購入者、レンタル利用者、有料動画配信利用者の男女別構成比

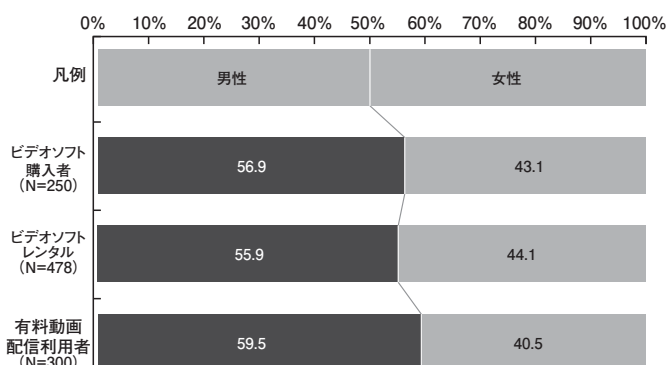
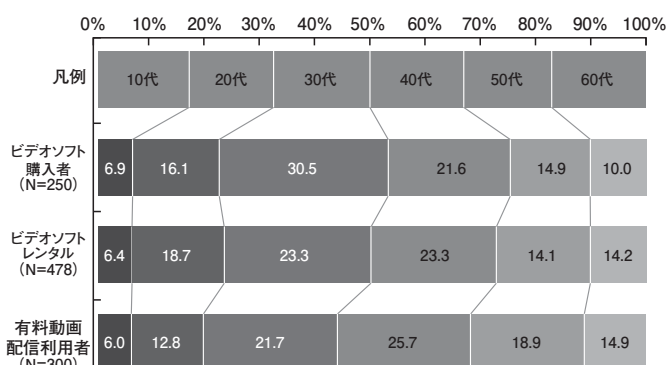


図3. ビデオソフト購入者、レンタル利用者、有料動画配信利用者の年齢構成比



調査結果の概要（前号に続く）

5. セル利用＋有料動画配信、レンタル利用＋有料動画配信、セル利用＋レンタル利用＋有料動画配信、いずれも割合が上昇

セル購入者とレンタル利用者と有料動画配信サービス利用者の関係をみると、レンタル利用者との重なりが昨年の3.2%から今年度は5.7%、セル購入者との重なりは1.9%から3.7%、セル、レンタル、有料動画配信すべての利用者も1.5%から2.6%に拡大している。また、セルもレンタルも回答していない有料動画配信サービスのみ利用者は昨年の1.7%から3.7%と上昇している。一方、レンタルのみを利用している人の割合は24.8%から20.1%へ減少した。（図1-1、1-2）

6. セル、レンタルに比べ有料動画配信利用者では、やや男性比率が高め、40～50代比率がやや高め

男女比は、全てのサービスにおいて男性比率がやや多く、6割弱となっている。年齢では、セル購入者・レンタル利用者は30代以下が約半数を占める一方、有料動画配信サービス利用者は30～40代が多い。（図2、3）

7. セル、レンタル、有料動画配信では、視聴ジャンルにそれぞれの特徴が

ビデオソフトの購入では「日本の音楽ビデオ」が最も多く34.4%、ついで「日本のアニメーション」26.5%、「海外の映画」22.3%。

レンタル利用では「海外の映画」56.4%、「日本の映画」53.2%と続き、「日本のアニメーション」が32.6%。

有料動画配信も「海外の映画」50.6%、「日本の映画」44.8%、「日本のアニメーション」32.7%と、レンタルと近い傾向を示すが、「日本のテレビドラマ」「海外のテレビドラマ」「アジアの映画・テレビドラマ」「演劇・芸能・お笑い・バラエティ」「趣味・教養・実用～」「アダルト・イメージ・アイドル」等が購入やレンタルに比べて視聴割合が大きいジャンルとなっている。（図4）

8. BD機器の所有率は6割で安定

BD機器の所有率は60.1%で、6割を超えたが、昨年から伸びは0.2ポイントに留まり、普及率はほぼ6割で安定したといえる。本年から新たに設問に加えた4K対応テレビの所有率は3.0%である。（図5、6）

図4. ビデオソフトの購入、レンタル、有料動画配信の視聴ジャンル

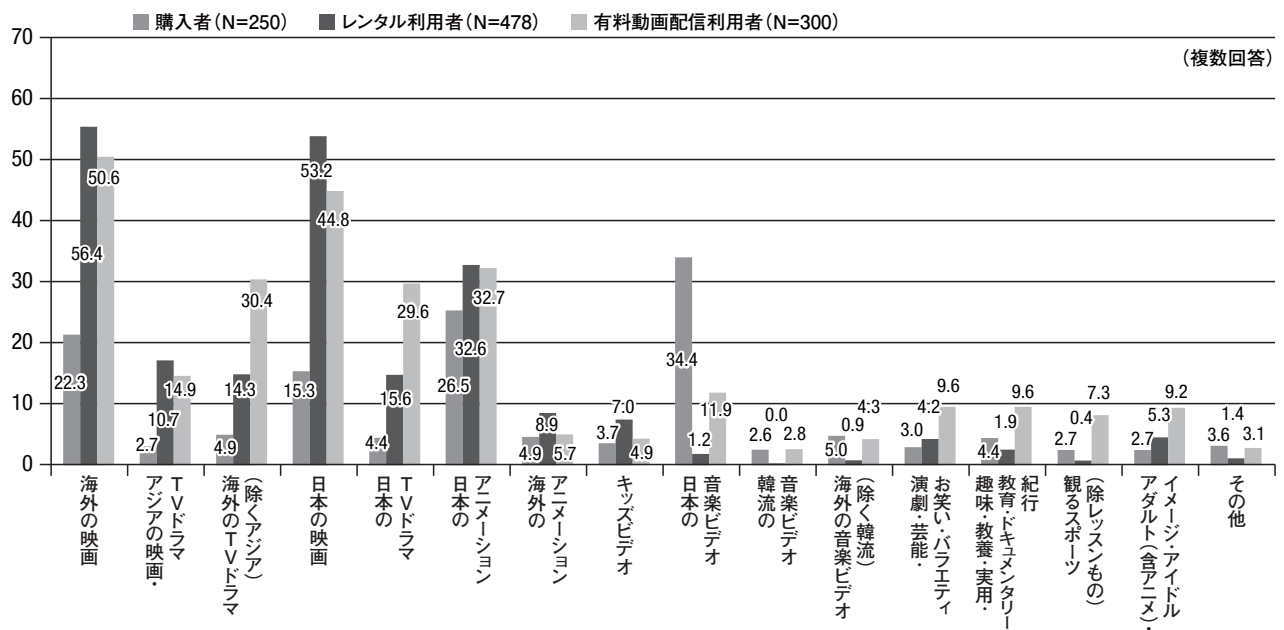


図5. BD機器所有率の推移

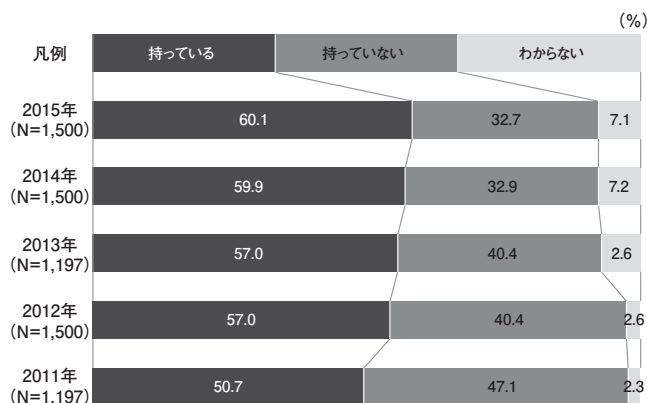
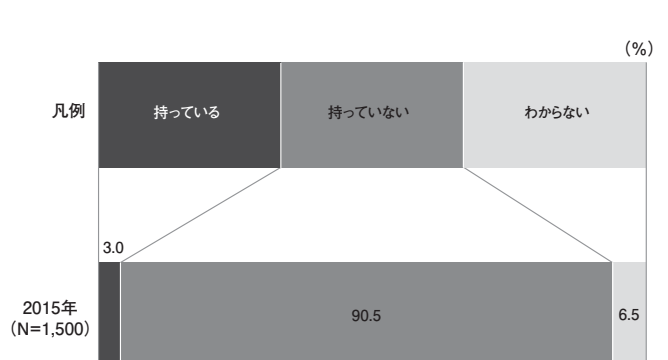


図6. 4Kテレビ所有率



市場活性化キャンペーン 実施内容の概要について

前号既報のとおり、4月下旬に特別委員会として発足した「市場活性化キャンペーンワーキンググループ」は、これまでに全体会議や各テーマごとの分科会を開催し、具体的実施に向けた検討を行っている。実施内容の承認は8月に臨時で開催される理事会において最終決定される予定であるが、本報告執筆段階で計画されている内容について以下にご報告する。

<キャンペーンコンセプト>

ビデオソフト市場の再活性化・売上増を目的とし、具体的に以下の点を目指す。

- パッケージソフトの売上を回復させるためのプロジェクト
- ソフト業界を活性化させるムーブメントを作る
- レンタル店に来なくなってしまったユーザーをもう一度呼び戻す
- 映画好きのユーザーにビデオソフトとのタッチポイントを増やす
- 本キャンペーンは単年のものではなく、毎年、継続して実施する

<キャンペーンのターゲット>

- 以前レンタルビデオ店に通っていた世代、パッケージソフトを購入していた世代の呼び戻し
- 映画、映像に興味はあるが、ビデオソフトをあまり買わない人

とし、30代以上の世代全般をターゲットとする。

<実施概要>

1. 記念日の制定

1996年11月にDVDが発売されて、本年度20年、また2006年11月にBlu-rayが発売されて、本年度10年の節目の年にあたり、この二つのメディアが発売されたのが11月。また毎年曜日に関係なく「文化の日」で休日となる3日を記念日とし、ゆっくり家でビデオソフトを楽しんでもらおうとの意図から、11月3日を記念日とすることにした。記念日のネーミングを「11月3日はビデオの日

～おうちでエンタメ!～」とし、キービジュアルを下のデザインとした。

このデザインは、キャンペーンポスターや各種POPや宣材物に広く使用されることを目指すほか、キービジュアルを使用したキャンペー告知用動画を作成し、広くビデオソフトのトレーラーやシネアド等での利用を目指す。

2. ビデオで見たい、おすすめ「100選」の選出

ビデオレンタル店やセル店においてキャンペーン展開のツールとして利用できるよう、過去作を含めあらゆるジャンルからビデオで見たい100タイトルを選出することとした。選出にあたっては、第三者の視点を重要視し、日経BP社発行の『日経エンタテインメント!』編集部に依頼し、10月4日発行の同誌において特集を組んでいただく予定。また同内容の記事を映画館のフリーペーパーにも掲載し、映画館来場者に配布するほか、レンタルビデオ店においても来店者にアピールできるツールとして利用することを計画している。

3. レンタル店での販促展開や映画館におけるセルビデオ販売の展開を促す

11月3日をビデオソフトの“祭り”の日として定着させることを目指し、ユーザーとのタッチポイントであるレンタル店での販促展開について、ビデオレンタル店の組合であるCDVJ（日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合）にご協力をお願いしている。また、映画好きのユーザーが来場している劇場において、ビデオソフトを購入できる“場”を作れないかという発想のもと、劇場や流通事業社の方と販売協力体制を作ることを目指している。

そのほか、ビデオソフトのアワードの創設などについても検討しており、同ワーキンググループでは、8月中旬までにキャンペーンの全体像をまとめ、会員各社をはじめ、関係方面への告知に努める予定。また、一般へのキャンペーン告知のためのイベントを11月3日の直前に行う予定としている。



2016 年中堅社員合同研修会開催報告

総務人事委員会（枇杷浩史委員長 東宝(株)）は、8月5日（金）13時より、「中堅社員合同研修会」を当協会会議室において開催した。参加社12社、参加人数は24名。当日は、営業・宣伝・制作・版權等の様々な部門の方々が一堂に会して行われた。

まず初めに、島谷会長の挨拶があり、続いて事務局担当者が以下の内容について講義を行った。

1. 調査データから見る映像ソフト市場の動向…JVA実施の各種調査結果をもとに、パッケージおよび配信市場の動向などを説明した。
2. 海外のホームエンターテインメント市場…海外市場の特徴について、また関心の高い配信市場の現状について解説した。
3. 利用許諾権～著作権等管理事業法上の利用者の地位～…映像ソフトに関わる著作権、特に著作権等管理事業法について説明した。

▼JVA担当者による講義を行った



業法について説明した。

講義後は、「映像ソフト市場活性化の施策について」をテーマにグループワークを行った。これまでに培われた知識や経験、多角的な視点により多様な意見が出され、討議が行われていた。研修会終了後は会場を移し懇親会を行い、盛況のうちに終了した。

参加者より回収したアンケートには、各講義への意見、感想の他、グループワークについて「日々、業務をこなすのに一杯になっている中で、大きなテーマについて同じ業界の方々と考える作業はとても有益だった」「貴重な時間を過ごせた」等の意見があった。一方、テーマが漠然としており、取り組みにくかった等の課題点もあった。同委員会では課題点をふまえつつ来年度につなげていく。

▼グループワークに取り組む参加の皆さん



イベント

第3回「ULTRA HD Blu-ray™説明会」開催報告

6月23日（木）14時より、当協会会議室において、JVAとDEGJ（デジタルエンターテインメントグループジャパン）との共同開催による、「ULTRA HD Blu-ray™説明会」を開催した。昨年2月と9月に続き今回で3回目となる。当日の参加者は40名程だった。

当日は、パナソニック(株)AVCネットワークカンパニーメディアアライアンス担当部長小塚雅之氏、同社アプライアンスカンパニー技術本部運営企画課技術渉外係主幹森 美裕氏にお越しいただき説明会が行われた。

まず初めに、ULTRA HD Blu-rayの欧米市場の現状と動向、今後の日本におけるプロモーション展開について説明があった。次に、DEGのULTRA HD Blu-rayパッケージデザイン推奨案の説明がなされた。その後、ULTRA HD Blu-rayプレーヤーとHDR対応モニターによる映像デモなどが行われたあと、意見交換を行った。

当日配布した資料は、協会HPの会員社専用ページに掲載している。IDとパスワードは各社総合連絡委員またはJVA事務局まで（http://www.jva-net.or.jp/member_only/）

配信マーケティング委員会

第1回配信マーケティング委員会開催報告

営業部会配信マーケティング委員会は、6月21日（火）午後4時から当協会会議室において第1回目の会議が開催された。同委員会委員長には、(株)バンダイビジュアル専務取締役の前田明雄氏が就任し、今後この委員会で取り組むべき課題や現状について意見交換がされた。

「配信の位置づけが二次利用、三次利用から、一次利用の場となる作品もでてきており、特にSVODは両極端な市場となっている。こういった作品の動向も把握したい。」「ADVODや見逃し配信も活発化しているが、現状の調査では把握できにくい。当月に投入された作品数、または作品タイトルについても知りたい。」などといった意見があった。

今後は新しいトレンドの把握などを反映させることも視野に入れ、現在実施している映像配信統計調査のブラッシュアップを図っていくための検討をしていくこととした。

『JVA BOOK2016』 発行

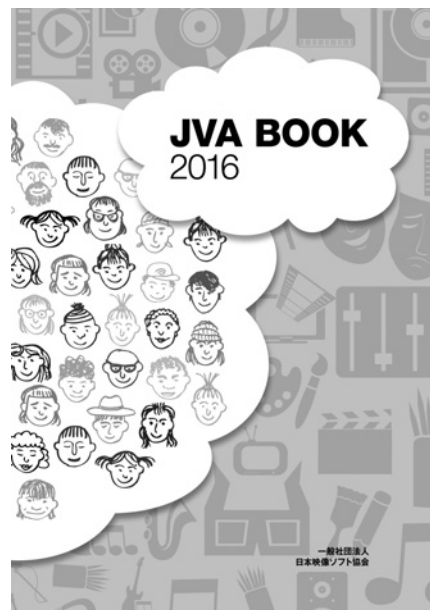
業務部広報委員会（田中 勇委員長 キングレコード(株)）は、7月27日付でJVA広報誌『JVA BOOK2016』を発行した。

内容は、事務局に多く寄せられるビデオソフトの著作権にかかわる質問を、Q&A形式でわかりやすく解説した「ビデオコピライトQ&A」、当協会で実施している「ビデオソフト売上統計調査」「ビデオレンタル店実態調査」「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」の各種調査結果の抜粋をまとめたデータ集を掲載している。また、今回より掲載内容を改定し「Q&A」部分について簡潔にまとめ直したほか、冊子サイズをコンパクトにした。

本誌は会員社や関係各所、個人向けレンタルシステム加盟店に配布するほか、文化庁の著作権セミナーや警察大学の受講者等に広く配布する予定。ビデオソフトにかかわる事業をされている方のハンドブックとしてご利用いただきたい。

また、本誌「ビデオコピライトQ&A」の更に詳しい内容はJVAホームページに掲載している。

(<http://www.jva-net.or.jp/faq/>)



(A5版、4色、20頁)

著作権関連

COPYRIGHT

著作権等管理事業法に関する意見提出

当協会は、文化庁が実施した著作権等管理事業法に関する意見募集に対し、6月30日に、意見聴取を行わずに届出された使用料規程に対する利用者の対抗手段の明文化（意見1）と協議再開命令申立ての添付書類に関する手続きの簡素化（意見2）を求める意見を提出した。

2006年7月7日に閣議決定された「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」12頁では「国の法令に関連する規制（通知・通達等を含む）について、各府省において平成18年度中に法律ごとの見直し年度・見直し周期を公表するとともに、見直し基準に基づき、平成19年度以降必要な見直しを行う。」とされている。

著作権等管理事業法では、著作権等管理事業について登録制を定めるとともに、登録事項、管理委託契約約款及び使用料規程について届出制を定めている。文化庁では、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006」に基づき、著作権等管理事業法に関連する規制等について5年ごとに見直しを行っており、今回の意見募集はそのためのものである。

前回の意見募集が行われた2011年以降、著作権等管理事業法に関する2つの先例が形成された。

ひとつは、2012年2月14日の「ACA（アジア著作権協会）事件」知的財産権高等裁判所判決で、意見聴取義務を尽くさず届出された使用料規程の効力を否定した事案

である。

もうひとつは、指定著作権等管理事業者が届け出た使用料規程変更届に対して、利用者代表が協議請求を行うとともに文化庁長官に対して協議請求通知を行った事案である。

今回提出した意見は、これらの事案を踏まえたもので、その趣旨は以下のとおりである。

1. 意見1について

意見1は、「ACA（アジア著作権協会）事件」知的財産権高等裁判所判決を踏まえ、意見聴取を行わないで届出された使用料規程に対する利用者又は利用者団体の対抗手段の明文化を求めたものである。

著作権等管理事業法では、著作権等管理事業者が使用料規程を定めたり、変更したりする場合、「利用者又はその団体からあらかじめ意見を聴取するように努めなければならない。」と定めている（13条2項）。

この意見聴取義務を尽くさず使用料規程を届け出た事案について、上記判決では「同条2項所定の義務が、形式的には努力義務にすぎないとしても、著作権等管理事業者が利用者から相当額の著作権使用料を徴収する以上は、その使用料規程につき、利用者との協議を経て、その内容を周知させ、さらには利用者の納得を得る必要が

あると解すべき」と判示し、意見聴取義務を尽くさず出された使用料規程についてその効力を否定した。

この判旨にしたがうならば意見聴取義務を尽くさず届出られた使用料規程の実施を認めるべきではない。しかしながら、著作権等管理事業法では使用料規程について届出制を採用しているため、行政庁の行政行為は必要とされない。そのため、書類等が形式的に揃っていれば行政庁は届出を受理することになる。

そこで、利用者又はその団体が意見聴取を尽くされていない使用料規程又はその変更について、受理前であれば不受理を申し立てる権利を、受理後であれば変更命令を申し立てる権利を明文化すべきとの意見を提出した。

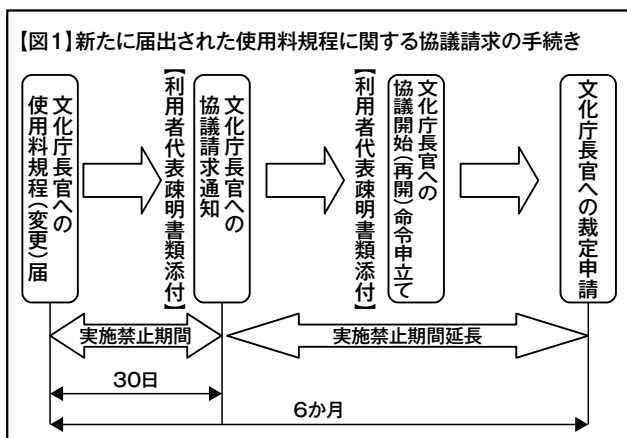
2. 意見2について

意見2は、指定著作権等管理事業者が届け出た使用料規程変更届に対して、利用者代表が協議請求を行うとともに文化庁長官に対して協議請求通知を行った事案に係る意見である。

著作権等管理事業法では、利用区分ごとに影響力の大きい著作権等管理事業者を指定著作権等管理事業者に指定することになっている。そして、指定著作権等管理事業者が届け出た使用料規程について、実施禁止期間内に利用者代表が協議を請求し、その旨を文化庁長官に通知した場合には、文化庁長官は受理日から6か月以内の範囲で実施禁止期間を延長できると定めている（14条3項、23条2項）。

そして、指定著作権等管理事業者が協議に応じない場合には、利用者代表は文化庁長官に対し協議開始命令を発することを申し立てることができ、指定著作権等管理事業者が協議に応じたが協議が成立しなかった場合には、協議再開命令を申し立てることができると定めている（23条4項）。

延長された実施禁止期間内に、この2度の協議を行っても協議が成立しない場合には、当事者は文化庁長官の裁定を申し立てることができる（24条）。

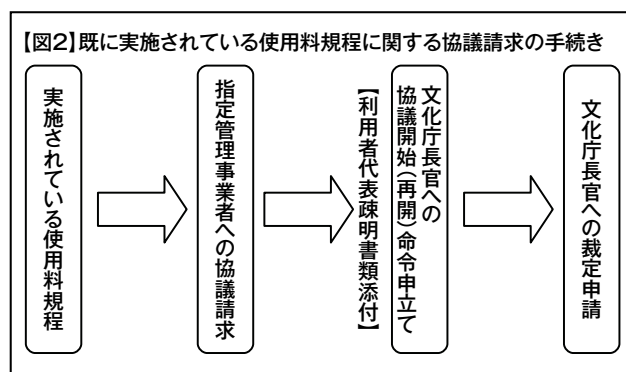


上記の事案では、第2段階の協議で協議が成立したため、裁定申立てには至らなかった。

意見2は、この一連の手続きの簡素化を要望したものである。指定著作権等管理事業者はあらかじめ指定されているが、利用者代表はあらかじめ定められておらず、個別の手続きに際して利用者代表かどうか判断されることになる。そのため、協議請求通知において利用者代表であることを疎明する書類を添付することが定められている（規則16条2項）。

そして、協議再開申立てに際しても協議請求通知に関する規定を準用している。使用料規程変更届が受理されてから裁定申立までの期間は最大でも6か月であるが、その間に協議請求通知と協議再開申立てのいずれの場合も利用者代表であることを疎明する書類の添付が必要となる規定振りとなっている。

すでに実施されている使用料規程について協議請求した場合には実施禁止期間の延長という問題がないから、文化庁長官に協議請求通知を行うことはない。その場合には協議再開申立てに際して利用者代表であることを疎明する書類の添付が必要であることは理解できる。



しかし、利用者代表であることを疎明する書類を6か月の間に2回提出する必要性はないと思われる。そのことは、裁定申立てについては利用者代表であることを疎明する書類の添付を定めた規則16条2項を準用していないことにも表れているといえよう。

そこで、意見2では、指定著作権等管理事業者が届け出た使用料に関して協議請求通知を行った場合には、協議再開命令申立てに際して、利用者代表であることを疎明書類の添付は不要とするよう要望した。

提出した意見の全文は以下のURLに掲載している。

(意見1 http://www.jvanet.or.jp/news/news_160630/opinion01.pdf)

(意見2 http://www.jvanet.or.jp/news/news_160630/opinion02.pdf)

「設立30周年記念 模倣品・海賊版撲滅キャンペーン」および 「設立30周年記念事業アジア知的財産権シンポジウム2016」の開催について

不正商品対策協議会（ACA）は、1986年に知的財産の保護と不正商品の排除を目的に設立されてから本年度30年を迎える。このたび30周年を記念して、設立日の8月7日から12月19日の間を、「模倣品・海賊版 撲滅キャンペーン」と題して、警察庁と一緒に様々な広報啓発活動を実施する。そして、最終日の12月19日（月）には、アジア知的財産権シンポジウム及び記念レセプションを12月19日（月）、東京・千代田区のJPタワーホールにおいて開催することを決定した。

今回のシンポジウムでは、30年の活動を振り返り事務局より「我が国における知的財産の保護と不正商品の排除活動について～不正協議対策協議会の歩み～」を報告、次に最新の知的財産権侵害事犯の紹介を含めた「我が国の知的財産権侵害事犯の現状と課題」についてお話をいただく。そして、最後にパネルディスカッションとして、メインテーマに沿った内容で、英国警察知的財産犯罪捜査ユニット（PIPCU）の責任者を招き、英国における先進的な取り組みのご紹介をいただくほか、国境を越えて被害が拡大する知的財産の侵害に対してどのような対策が必要とされているのかなどについて専門家の間で議論を深めていく予定。

開催概要

- 名称：ACA設立30周年記念アジア知的財産権シンポジウム2016「グローバル社会における知的財産の保護と不正商品の排除に向けて」
- 期日：2016年12月19（月）
14：00～18：00 シンポジウム
18：00～19：30 30周年記念レセプション
- 会場：JPタワーホール
（東京都千代田区丸の内二丁目7番2号）
- 主催：不正商品対策協議会（ACA）・日本経済新聞社
- 後援：知的財産戦略本部、警察庁、総務省、外務省、財務省、文化庁、経済産業省（予定）



「第5回著作権を守ろう!」PRポスター作品募集!!

著作権侵害をはじめとする知的財産権の侵害は、デジタル・ネットワーク化の進展により、いまや国際的な問題のひとつとなっている。その侵害防止には、小学生、中学生といった若年層から著作権の保護に対する認識をもつことが重要となっている。

不正商品対策協議会は事業の一環として、小学生、中学生から「著作権を守ろう!ポスターコンクール」の作品募集を実施し、本コンクールを通じて、若年層に対し、広く著作権に対する保護意識を高めてもらうことを目的としている。

警察庁、文部科学省のご支援により、全国の公立・私立の小学校・中学校の児童（小学生4年生から）・生徒を対象に募集をかけ、夏休み期間中にポスターづくりに励んでもらう。

締切：2016年9月23日（金）

「第5回著作権を守ろう!ポスターコンクール」応募事務局到着分まで
詳細は不正対策商品対策協議会ホームページまで

(<http://www.aca.gr.jp/>)。

また、お問い合わせは、不正商品対策協議会担当 吉原、高木まで
(TEL03-3542-2010)

(執筆：ACA事務局)



オンライン侵害対策に目視の監視員を設置

CODAは経済産業省より受託した海賊版対策事業のなかで、著作権を侵害している動画を目視で確認する専門員を配置し、削除要請を行う試みを、2016年6月20日よりスタートした。

■「自動コンテンツ監視・削除センター」の運営

CODAは2009年度より、「自動コンテンツ監視・削除センター」を運営してきた。これは、中国、韓国、フランス、アメリカなどの動画投稿サイトを対象に、これら動画投稿サイトのネットワーク上に流通している情報を自動的に取得するクロウリング技術を使ってサイトを監視し、さらにフィンガープリント技術によって動画認識（照合）をすることで、違法アップロードされているコンテンツを自動的に抽出できるシステムである。抽出された違法動画は権利者の削除要請をもって、それぞれの動画投稿サイトへ仕分けされ削除要請が送付される。

CODAでは、動画投稿サイト運営者を直接訪問し、適切な権利保護に関する対面協議を実施しているほか、事業者らと知的財産保護に係る覚書を締結するなどの信頼関係を構築してきた。また、中国政府との協議の場においては、経済産業省や文化庁等が成果を取り上げてくれるなどの後方支援も受け、これまでの削除実績はほぼ100%を維持している（図表1）。

図表1 累計実績（2011年8月～2016年3月31日）

サイト名	通知数(URL)	削除数(URL)	削除率
youku	83,973	83,311	99.21%
tudou	67,724	67,244	99.29%
56	10,157	10,002	98.47%
pandora	19,193	19,031	99.15%
ku6	17,673	17,656	99.90%
pptv	153	148	96.73%
letv	617	607	98.37%
tencent	1,370	748	54.59%
dailymotion	8,585	8,198	95.49%
fc2	3,356	3,356	100.00%
acfun	164	164	100.00%
bilibili	790	729	92.28%
miomio	70	38	54.29%
nosub	124	123	99.19%
合計	通知数合計 213,949	削除数合計 211,355	削除率平均 98.80%

■放送から削除までの時間を短縮

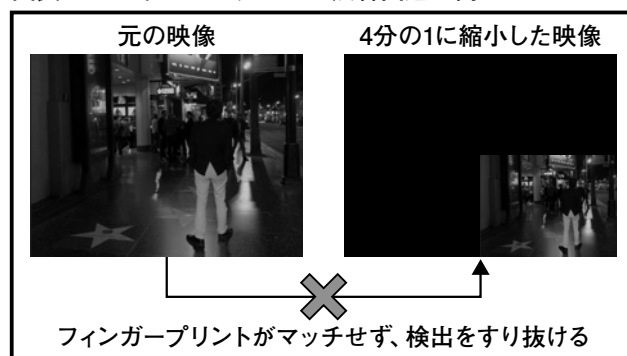
2013年には総務省の支援を受け、動画投稿サイトに無許諾アップロードされた日本のテレビ番組の削除を要請するにあたり、削除されるまでの時間を短縮することを目的とした実証実験を行った。実験では放送波からリアルタイムでフィンガープリントを生成し、無許諾アップロードされたコンテンツが自動的に検知・照合できるシステムを構築したほか、コンテンツに対する許諾の有無

がより迅速に確認されるよう、CODAと著作権者との間で密接な連携を行うシステムを実現した。その結果、無許諾アップロードされたコンテンツが検出されてから、それが実際に削除されるまでの所要時間は、最短で約3時間となり、従来の所要時間を大幅に短縮した。

■フィンガープリント照合回避

しかし最近では、動画のサイズを縮小したり、反転するなどの手法で動画をアップロードし、フィンガープリント照合を回避するものが出てきた（図表2）。このような動画の場合、フィンガープリントは特徴の異なるコンテンツと判断し、違法動画が抽出されない。

図表2 フィンガープリント照合回避の例



■イギリスにおける違法配信対策

2015年7月、CODAは英国のMPAロンドン支部を訪問し、プレミアリーグの違法配信対策についてヒアリングを行った。世界で最も人気のあるサッカーリーグであるプレミアリーグは、全世界に向けてテレビ放送されているが、同時並行で違法ストリーミングも全世界に向けて配信される。

これに対する施策は、いわゆる人海戦術による目視であるとのこと。違法動画を発見したら、即時ISPに削除要請を行うもので、この非常に古典的かつシンプルな手法が、「迅速に発見・削除」という目的に最も適しているとのこと。英国が世界に誇るサッカーリーグであり世界のテレビ放送権収入だけでも莫大な額ということもあり、その違法配信対策には相当の予算がかけられている。

今回CODAでは、この対策を参考に目視手法の効果検証を行い、「CODA自動コンテンツ監視・削除センター」の完成度を高めるべく監視員の配置をスタートした。監視員が目視で動画投稿サイトを監視することにより、違法動画がより迅速に発見することができる。さらに、コンピューターによる動画検出を意識的に回避している動画についても削除することが期待できるほか、そのような動画の数などの実態についても把握することも目指す。

（執筆：CODA事務局）



(株)ポニーキャニオン 吉村 隆氏からのご紹介

●佐藤 朝昭 氏

(エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ(株) 取締役)

リレーエッセイ

120

「ゴルフというスポーツ」

映像ソフト協会の皆様こんにちは。はじめまして、という方も多いのではないのでしょうか？

さて、趣味についてというご依頼に対し、私のいくつかの趣味の中で多くの方もやられるであろうゴルフについて語らせていただきたいと思います。

5年前に営業に戻って、それまで年間十数ラウンドだったものが40数ラウンドに増えました。そんな回数をこなす中で、あることに気がつきました。それは、「偉い人ってみんなゴルフが上手いな。」ということです。

「なんでだろう？」と色々考えるうちに、以下のことを分析するようになりました。

全くの勝手な分析ですのでご笑読願います。(暮れ々も真面目にお読みいただかぬようお願い申し上げます！)

まず、ゴルフというスポーツの特徴です。

その一、我々アマチュアゴルファーにフィジカルポテンシャルは必要ない。(他の多くのスポーツに要求されるスピードやパワーというものは不要。従って老若も関係ない。)

その二、対戦相手がいない個人技である。(他の多くのスポーツは対戦相手の力量が優劣や勝敗を左右する。)

その三、結果が数字で出る。(自分がどの程度かは容赦なく数字で突きつけられる。)

以上の前提がある中で、その一、コースマネジメントを考えながらプレーしているか？[どの方向を狙えば次が打ちやすいか、とか、あえて距離を落としてハザード(OBラインやバンカー、池など)を避けるようなことを考えながらプレーしているか？]

その二、スウィングは再現性。経験から学習した成功パターンや失敗パターン、はたまたそこから自分なりに導き出した創意工夫を考えながらプレーしているか？

その三、アプローチの距離感を経験から生かしているか？(選択する番手も同様です。)

その四、グリーンでは距離や傾斜の足し算引き算を頭でまとめてパッティングに反映しているか？

その五、危機に陥ったとき適切な脱出方法を考えているか？(ピン方向を狙うことによって高い確率で失敗するなら、あえて横に出すだけを選択することができるか、など。)

要するに結果を得るための要素のほとんどが頭なのです。体格に恵まれているとか関係ありません。

そしてもう一つの重要な要素がメンタルです。人は、以上のことがわかっていても、置かれた状況(景色やライ)によって頭でわかっていることと全然違うことをやらかします。

頭とメンタルです・・・。

また、結果が数字で出る以上、下手くそな自分が許せない、または上手くならないと気がすまないという負けず嫌いの精神も不可欠な要素でしょう。

業界でゴルフが上手で有名な人やコンペで常に上位に食い込む人などは、恐らく仕事から私生活に至るまでこれらゴルフで学んだことがきつと生かされているんだろうな、または仕事や私生活で人並み以上の力を発揮できている人はゴルフというスポーツをやらせても人並み以上の力を発揮するのだろうな、と思わざるを得ません。

・・・これらのことを考えれば考えるほど落ち込みます・・・。

・・・ゴルフをする度に自己嫌悪にすら陥ります・・・。

でもいいのです。結局楽しければ！

仲間と広大な緑の中で気持ちいい一日を過ごせれば、それでいいのです！

だってゴルフ場は大人の遊園地なのですから！

▼日誌に見る協会の動き

【6月】

- 1日 市場活性化キャンペーンWG
- 2日 消費者委員会
- 3日 著作権部会
- 7日 通常総会
定例理事会
- 8日 レンタル運用委員会
マーケティング委員会
- 9日 市場活性化WG分科会
- 10日 業務使用対策委員会
市場活性化WG分科会
- 14日 総合連絡委員会
- 15日 JASRAC協議
- 16日 市場活性化キャンペーンWG分科会
- 21日 市場活性化キャンペーンWG分科会
配信マーケティング委員会
ACA企画広報部会

- 22日 上半期統計調査に関する説明会
総務人事委員会

- 23日 DEG/ULTRA HD Blu-ray推奨
規格説明会
- 24日 市場活性化キャンペーンWG分科会
市場活性化キャンペーンWG
- 27日 広報委員会
- 30日 業務部会幹事会

【7月】

- 1日 著作権部会
- 5日 臨時総会
定例理事会
- 6日 レンタル運用委員会
マーケティング委員会
- 7日 市場活性化キャンペーンキービジュアル
オリエンテーション

業務使用対策委員会

- 8日 市場活性化キャンペーンWG分科会
- 12日 総合連絡委員会
市場活性化キャンペーンWG分科会
- 13日 権利者団体対応委員会
- 14日 eメディア部会運営委員会
関西地区連絡協議会定例会議
JASRAC協議
- 20日 パナソニックULTRA HD Blu-ray発売に
係る説明会
- 22日 市場活性化キャンペーンキービジュアル
プレゼンテーション
- 25日 市場活性化キャンペーンWG分科会
- 27日 市場活性化キャンペーンWG
配信マーケティング委員会
- 28日 ACA企画広報部会

統計

JVA会員によるメーカー出荷段階の金額、数量について集計した統計調査

2016年5月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	5 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1 月 ～ 5 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(個人向)	3,457	51.7%	116.6%	1,065	33.1%	94.9%	298	89.2%	増 減 17社 12社 2社	30,385	61.5%	99.0%	10,446	47.1%	110.4%	2,034	98.2%
特殊ルート	65	1.0%	—	329	10.2%	—	35	0.0%		65	0.1%	—	329	1.5%	—	35	100.0%
レンタル店用	3,106	46.4%	90.5%	1,815	56.4%	105.3%	374	102.7%		18,321	37.1%	95.1%	10,745	48.5%	104.9%	1,740	85.5%
業務用	61	0.9%	93.8%	12	0.4%	12.6%	47	142.4%		604	1.2%	142.5%	655	3.0%	231.2%	205	100.0%
DVDビデオ	6,689	56.9%	103.5%	3,220	76.9%	109.6%	754	103.1%	増 減 14社 14社 3社	49,375	58.0%	98.0%	22,176	74.0%	110.9%	4,014	92.6%
販売用(個人向)	4,774	94.3%	123.5%	853	88.3%	115.3%	188	93.5%		34,101	95.3%	101.8%	6,713	86.1%	103.3%	1,265	107.0%
特殊ルート	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%		0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%
レンタル店用	283	5.6%	95.6%	112	11.6%	116.0%	20	125.0%		1,618	4.5%	114.1%	1,063	13.6%	137.7%	88	87.1%
業務用	7	0.1%	116.7%	1	0.1%	56.6%	0	—		75	0.2%	61.2%	16	0.2%	60.3%	0	—
ブルーレイ	5,064	43.1%	121.5%	965	23.1%	115.2%	208	95.9%	増 減 14社 14社 3社	35,794	42.0%	102.1%	7,793	26.0%	106.8%	1,353	105.5%
合 計	11,753	100.0%	110.6%	4,185	100.0%	110.9%	962	101.5%		85,169	100.0%	99.7%	29,969	100.0%	109.8%	5,367	95.5%

◎今月の売上報告社数……31 社 (*前年同月の報告社数31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
◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。

2016年6月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	6 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1 月 ～ 6 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(個人向)	6,000	64.0%	128.6%	1,920	44.9%	106.3%	372	80.3%	増 減 18社 12社 1社	36,385	61.9%	102.9%	12,366	46.8%	109.7%	2,406	94.9%
特殊ルート	65	0.7%	—	145	3.4%	—	40	—		130	0.2%	—	474	1.8%	—	75	—
レンタル店用	3,236	34.5%	85.6%	2,192	51.3%	81.6%	410	84.7%		21,557	36.7%	93.6%	12,938	48.9%	100.1%	2,150	84.6%
業務用	77	0.8%	137.5%	16	0.4%	148.9%	23	135.3%		681	1.2%	141.9%	671	2.5%	228.2%	228	101.3%
DVDビデオ	9,378	54.2%	110.3%	4,273	73.3%	94.9%	845	87.7%	増 減 その他 14社 15社 2社	58,753	57.3%	99.8%	26,449	73.9%	108.0%	4,859	91.7%
販売用(個人向)	7,528	94.8%	121.4%	1,400	89.8%	112.6%	219	66.4%		41,629	95.2%	104.9%	8,113	86.8%	104.8%	1,484	98.1%
特殊ルート	170	2.1%	—	54	3.5%	—	7	—		170	0.4%	—	54	0.6%	100.0%	7	—
レンタル店用	237	3.0%	77.1%	105	6.7%	58.4%	9	39.1%		1,855	4.2%	100.0%	1,168	12.5%	100.0%	97	78.2%
業務用	2	0.0%	22.2%	0	0.0%	13.5%	0	—		77	0.2%	58.5%	17	0.2%	55.6%	0	—
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	7,937	45.8%	121.8%	1,559	26.7%	109.4%	235	66.6%	43,731	42.7%	105.2%	9,352	26.1%	107.2%	1,588	97.1%	
合 計	17,315	100.0%	115.3%	5,832	100.0%	98.4%	1,080	82.0%	102,484	100.0%	102.0%	35,801	100.0%	107.8%	6,447	92.9%	

◎今月の売上報告社数……31 社 (※前年同月の報告社数31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
◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。 ◎ブルーレイの売上には、ULTRA HD Blu-rayの売上を含む。

『JVA 秋の懇親会』開催のお知らせ

本年度で3回目の開催となる『JVA秋の懇親会』を、9月13日(火)総合連絡委員会の会議終了後に開催します。

総合連絡委員会委員の皆様のみならず、現場レベルで会員社の皆様同士の交流を深めていただくことを目的としております。是非多くの会員社の皆様にご参加いただきます様、ご案内申し上げます。

なお、懇親会のお申し込みは、各社の総合連絡委員の方にお取りまとめいただき、8月19日(金)までにJVA管理部 伊藤(ito@jva-net.or.jp)までご連絡ください。

●懇親会

日 時 9月13日(火)17時30分から(17時開場)
場 所 Café Serré (カフェ・セレ)
東京都中央区築地1丁目13-1
銀座松竹スクエア 2F(TEL03-3543-7272)
会 費 4,000円/人
(当日会場にてお支払いください。
協会名の領収書を発行いたします。)



一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2016年8月1日現在

■ 正会員(30 社)

アスミック・エース(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・ピクチャーエンターテインメント
(株)小学館
松竹(株)
(株)ソニー・ピクチャーズエンターテインメント
(株)ソニー・ミュージックエンターテインメント
(株)第一興商
TC エンターテインメント(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)ハピネット
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
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(19 社)

(株)アニプレックス
(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・エンターテインメント(株)
(株)キュー・テック
(株)金羊社
(株)ケンメディア
(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)
東芝デジタルフロンティア(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)博報堂 DY ミュージック & ピクチャーズ
(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)