

JVA REPORT

10

'17 OCTOBER
NO.184

MAIN REPORTS

- 『11月3日はビデオの日』キャンペーン始まる!
- 2017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



『11月3日はビデオの日』キャンペーン始まる！	2
JVA秋の懇親会を開催	5
第369回定例理事会開催報告	5
アンチリッピングトレーラー収録作品数	5
2017年上半期統計調査結果について	6
不正商品対策協議会	9
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	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計（7月、8月）	14

『11月3日はビデオの日』キャンペーン始まる！

いよいよ11月3日の「ビデオの日」に向け、今年のキャンペーンが始まった。セルのキャンペーン、レンタルのキャンペーンと複数の施策が展開されるが、そのスケジュールは下の表のとおりとなっている。

【セルのキャンペーン】

●『プレミアム体験キャンペーン』

9月16日にキャンペーンホームページにおいて賞品の内容、応募方法などが一般告知解禁となり、いよいよ10月1日から応募開始となった。

(<http://www.videonohi.jp/taiken/index.html>)

リアルショップにおいてもキャンペーン小冊子(20万部)の配布とポスター(5000枚)の掲示が開始されている。なお、小冊子には、『プレミアム体験キャンペーン』の告知のほか、『初ブルーレイ化作品〜一挙23タイト堂々リリース』、『10月・11月リリース秋の夜長にぴったりの新作タイトル(28作品)』『映像新時代〜4KUHDタイトル(23作品)』などの記事が掲載されている。

▼プレミアム体験キャンペーン B2ポスター



▼『11月3日はビデオの日』キャンペーン進行スケジュール

		8月	9月	10月	11月	12月
セル／レンタル共通施策	劇場フリーペーパー ①シネコンウォーカー ②イオンエンターテイメントマガジン ③TOHOシネマズマガジン ①②は毎月第1土曜日発行 ③は毎月14日発行 (年間継続企画)	8/5、8/14 発行	9/1、9/14 発行	10/6、10/14 発行	11/3、11/14 発行	12/1、12/14 発行
	CPホームページ、SNS	8/22 ツイッター開設  	月4回〜5回  	月4回〜5回  	月4回〜5回  	
	11月3日はビデオの日イベント			10/27 TIFF会場にて		
レンタル施策	プレミアムフライデーは おうちでエンタメ! (年間継続企画)	8/25 プレミアムフライデー  プレミアムフライデー おうちでエンタメ!	9/29 プレミアムフライデー  プレミアムフライデー おうちでエンタメ!	10/27 プレミアムフライデー  プレミアムフライデー おうちでエンタメ!	11/24 プレミアムフライデー  プレミアムフライデー おうちでエンタメ!	12/29 プレミアムフライデー  プレミアムフライデー おうちでエンタメ!
	映画チケット半券 キャンペーン			CDVJ企画 映画チケット半券キャンペーン 10/1〜11/30 (※)		
セル施策	プレミアム体験キャンペーン		9/16 一般告知解禁 小冊子、ポスター配布開始 応募PV告知開始	プレミアム体験キャンペーン 10/1〜11/30		抽選
	初ブルーレイ化作品リリース			初ブルーレイ化作品(23作品)リリース		 初ブルーレイ化
	ザ・プレミアム・モルツ タイアップキャンペーン (プレミアム体験キャンペーン告知)			ザ・プレミアム・モルツ タイアップ 「プレミアム体験キャンペーン告知」キャンペーン 10/24〜12/18		
	ディスプレイコンテスト	応募要項発表 「DVDナビゲーター」		応募期間		12/31まで

『プレミアム体験キャンペーン』の内容は次のとおり。
<実施期間>2017年10月1日～11月30日(応募は12月7日まで)

<対象>ECを含め全国のセル販売店

<応募対象>キャンペーン期間中、DVD、BD、4 KUHD (中古・アダルト・非正規品を除く)を3000円(税込)以上お買い上げのお客様

<応募方法>レシートなどの購入証明書をスマートフォンやデジタルカメラで撮影、またはスキャナーで読み込み、WEBから応募(3000円(税込)以上購入のレシートで1口とする)

<賞品内容>映像業界ならではのプレミアムな体験を、全32賞品、785名にプレゼント。

ハリウッドスタジオ日本試写室での試写会ご招待／第41回日本アカデミー賞授賞式と祝賀パーティーにご招待／映画やテレビドラマの撮影所見学／映画出演／テレビ局見学／洋画や海外テレビドラマの声優体験／アニメ制作スタジオ見学／アニメイベントご招待／音楽レコーディングスタジオ見学／ムビチケGIFTプレゼント／カラオケ3時間無料＋パーティーコースプレゼント／ハズれた方にWチャンス『ザ・プレミアム・モルツ』1箱プレゼント(特別協賛)／ビデオの日実行委員会島谷会長と会食・・・等。

<告知展開>

告知動画の制作

本キャンペーンの賞品告知と応募方法を1分間の動画にまとめ、キャンペーン期間中に使用される会員各社のプローションPVに挿入、セル店での店頭で流される。

告知POPの制作

本キャンペーンの告知用POPを制作し、キネマ旬報社様にご協力いただき、「KINEJUN INSIDER WEB」にてアップロード。ショップの方にダウンロードしてご利用いただける。

▼プレミアム体験キャンペーンPOPの展開イメージ図



サントリー『ザ・プレミアム・モルツ』とのタイアップ

10月24日から発売される『ザ・プレミアム・モルツ』の6缶パックのジャケットに『プレミアム体験キャンペーン』のロゴと「ビデオの日」の検索窓口デザインを掲載し、全国のスーパーマーケットや量販店での露出を図る。

第一興商カラオケ店『BIG ECHO』でのCM告知とポスターの掲出

(株)第一興商様にご協力いただき、10月5日(水)～11月8日(水)までの間、同社のカラオケボックス(LIVE DAM STUDIOとLIVE DAM)において、曲間CMとしてこの『プレミアム体験キャンペーン』と『プレミアムフライデーはレンタル店へ行こう』の静止画像を告知し、カラオケユーザーへの訴求を図る。また、全国の店舗において『プレミアム体験キャンペーン』ポスターを掲出いただく(スペース事情により各店舗での判断)

一般消費者向け雑誌媒体への出稿

媒体各社にご協力いただき、『キネマ旬報』の9月下旬号と10月下旬号、『日経トレンディ』10月4日号、『DVD&ブルーレイでーた』10月20日号へ出稿する。

▼「キャンペーン小冊子」表紙とプレミアム体験キャンペーン賞品紹介ページ



【レンタルのキャンペーン】

●『映画チケット半券キャンペーン』

映画館とビデオレンタル店をもっと近づけ、相乗効果を狙おうと、映画観賞券の半券を期間中にビデオレンタル店に持っていくと、旧作のビデオレンタルが無料になるというキャンペーンが、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合(CDVJ)加盟のレンタル店(GEO、TSUTAYAを含む全国2725店舗／一部店舗を除く)において実施される。10月1日から11月30日の間に鑑賞した映画の半券が対象で、サービス適用期間は、11月3日の「ビデオの日」から11月30日までの期間。

全国どこの映画館の半券であっても有効となり、全国一斉の取り組みは初めての試みとなる。CDVJでは、図のようなポスターを制作し、協力いただける映画館に掲出している。

(<http://www.videonohi.jp/hanken/index.html>)

▼映画チケット半券キャンペーン
映画館用B全ポスター



●『11/3限定 ムビチケギフトプレゼントキャンペーン』

こちらも、ビデオレンタル店ユーザーと映画館ユーザーとを還流させようとの狙いから、「ビデオの日」の11月3日限定で、レンタル店に掲出されたポスターに印刷されているQRコード(当日のみ開通)から応募されたお客様の中から、1000名の方に「ムビチケギフト」を抽選でプレゼントするキャンペーンを実施する。10月1日からビデオレンタルショップに掲出される『映画チケット半券キャンペーン』ポスターの下部に、同キャンペーンの告知とQRコードを掲載する。「ムビチケギフト」とは、eメール型映画前売券「ムビチケオンライン券」購入の際に使える購入専用プリペイドコードのこと。(<http://www.videonohi.jp/1000campaign/>)



【イベント】

●「11月3日はビデオの日」×プレミアムフライデー イベント@東京国際映画祭

月末金曜は、レンタル店へ行こう。



プレミアムフライデーは、
おうちでエンタメ!

11月3日はビデオの日

8月25日(金)から、『月末金曜は、レンタル店へ行こう。プレミアムフライデーは、おうちでエンタメ!』をスローガンに、それぞれのビデオレンタル店でユーザーサービス施策を一齐に実施するキャンペーンを開始している。11月3日を前にした10月のプレミアムフライデー、10月27日(金)に、ちょうど開催中の第30回東京国際映画祭の会場内において、「11月3日はビデオの日」×プレミアムフライデーのコラボイベントを実施する。

<日時>2017年10月27日(金)

第1部 午後1時～2時

第2部 午後3時30分～6時

<場所>東京国際映画祭 六本木ヒルズアリーナ

<内容>

第1部 「プレミアムフライデー」推進事務局とのコラボレーションによるディスカッションイベント・・・マスコミ限定イベント

第2部 ビデオの日presents「パイレーツ・オブ・カリビアン／呪われた海賊たち」ハロウィン上映会・・・一般開放。ハロウィン仮装で来場のお客様にグッズプレゼント。

当日のイベントのレポートは次号にて掲載予定。

▼六本木ヒルズアリーナ イベント会場



JVA 秋の懇親会を開催

去る9月12日(火)午後5時15分より、中央区築地松竹スクエア「CaféSerré」にて「JVA秋の懇親会」を開催した。新年の賀詞交歓会に続くイベントとして恒例となった懇親会に、当日は会員社28社96名が参加し賑やかな会となった。

初めに島谷会長より「多種多様なコンテンツを持つ会員社同士が、業界の危機感を共有し一致団結している「11月3日はビデオの日」キャンペーンは本当に素晴らしい。2年目となる今年も昨年以上に盛り上げていきましょう!そして我々は、良い人材を発掘・育成し、良い作品を世の中に送り続けることでこの業界をもっともっと盛り上げていきましょう。」と挨拶があった。その後、参加の理事・監事を紹介、挨拶を頂いた。会場では8月末より本格始動した「ビデオの日」キャンペーンの話題が多く聞かれた。最後に、井上副会長の挨拶で盛況のうちに散会となった。



▲乾杯の挨拶をした島谷会長



▲締めめの挨拶をする井上副会長



理事会

第369回定例理事会開催報告

去る、9月5日(火)午後2時より、当協会会議室において第369回定例理事会を開催した。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 理事候補者選出(案)承認の件・・・承認
- 第2号議案 臨時総会開催承認の件・・・承認
- 第3号議案 日本ビデオコミュニケーション協会セミナーへの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WG経過報告について
- 3.知財関係報告
- 4.2017年上半期統計調査報告書について
- 5.2017年6月度・7月度ビデオソフト売上速報について
- 6.2017年6月度・7月度映像配信統計報告について
- 7.VRセミナーの開催について
- 8.その他

アンチリッピングキャンペーン

アンチリッピングトレーラー収録作品数

当協会は、アンチリッピングを訴える「サラリーマン山崎シゲル」オリジナル動画を、2015年9月より会員各社のリリースするレンタル商品にトレーラーとして収録するキャンペーンを実施している。キャンペーン推進状況を把握するため、四半期ごとに参加各社へアンケートをし、収録作品数を記録している。現在、協力頂いている会員社は17社で、2017年7月～9月の収録作品数は154作品(未回答有)で開始から2年で累計1,195作品となった。

【参加社】アスミック・エース(株)、(株)アニプレックス、エイバックス・ピクチャーズ(株)、(株)KADOKAWA、ギャガ(株)、キングレコード(株)、松竹(株)、東映ビデオ(株)、東宝(株)、20世紀フォックスホームエンターテイメントジャパン、日活(株)、(株)博報堂DYミュージック&ピクチャーズ、(株)パップ、(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、ワーナー ブラザースジャパン(同)

2017 年上半期統計調査結果について

～ビデオソフト総売上金額は 916 億 8500 万円で前年同期比 89.4%～

マーケット調査委員会（森口和則委員長 松竹(株)）は、2017年上半期の統計調査結果をまとめ、9月21日（木）午後1時から当協会会議室にて開催された記者発表において、その結果を発表した。調査結果の概要は以下のとおり。

なお、本調査結果は「統計調査報告書Vol. 84」として冊子にまとめられ、JVA会員社等に配布されたほか、当協会ホームページ内の「最新情報」において抜粋を掲載している。

<2017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916億8500万円で前年同期比89.4%だった。

そのうち、DVDビデオは507億4800万円で前年同期比86.4%、ブルーレイ（Ultra HD Blu-rayを含む。以下、ブルーレイと表記。）は409億3700万円で同93.4%となり、DVDビデオ、ブルーレイ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DVDビデオとブルーレイの割合は55.4対44.7となり前年同期、前期と比べ徐々にブルーレイの割合が高くなっている。

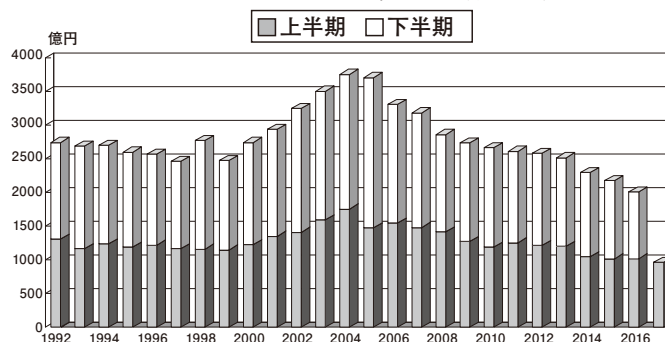
売上数量においては、DVDビデオの前年同期比が86.2%、ブルーレイが同92.1%だった。（表1）

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、レンタル店用の市場別にみると、販売用が698億3600万円で前年同期比89.5%、レンタル店用が203億4900万円で同88.2%と共に前年同期を割り込んだ。販売用、特殊ルート、レンタル店用、業務用の売上金額における割合は、76.2対1.0対22.2対0.6となった。（表4）

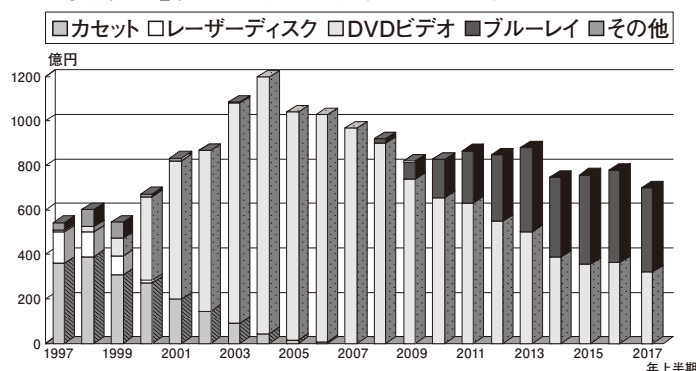
3. 販売用全体（DVDビデオとブルーレイの合計）に占めるブルーレイの割合は55.1%となった。DVDビデオの販売用売上金額は313億6800万円で前年同期比86.0%、ブルーレイの販売用は384億6800万円で同92.6%と、両フォーマットとも前年同期を下回った。（表2、表3）

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4位（8.2%）の『邦画（TVドラマを除く）』が前年同期比146.7%、構成比5位（5.9%）の『日本のTVドラマ』が同145.4%と健闘したが、構成比1位で34.8%を占める『音楽（邦楽）』が前年同期比87.2%、構成比2位（構成比26.4%）『日本のアニメーション（一般向け）』が同83.4%、構成比3位（同9.7%）の『洋画（TVドラマを除く）』が同69.0%と落ち込み全体に影響した。

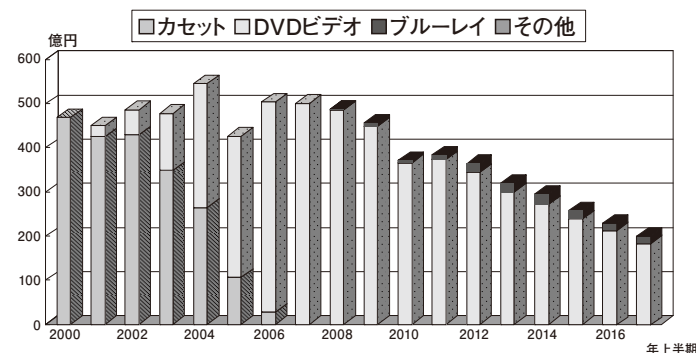
ビデオソフト全体の売上金額の推移



「販売用」売上金額の推移（メディア別） 上半期実績のみの比較



「レンタル店用」売上金額の推移（メディア別） 上半期実績のみの比較



▼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	50,748	55.4%	86.4%	23,098,590	73.2%	86.2%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	40,937	44.7%	93.4%	8,475,749	26.8%	92.1%
ビデオソフトの総売上	91,685	100.0%	89.4%	31,574,339	100.0%	87.7%

▼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)	31,368	61.8%	86.0%	8,727,662	37.8%	79.8%
特殊ルート	232	0.5%	73.0%	738,423	3.2%	35.9%
レンタル店用(個人向)	18,676	36.8%	88.0%	13,496,220	58.4%	104.0%
業務用	472	0.9%	64.8%	136,285	0.6%	16.3%

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77.6%、『洋画（TVドラマを除く）』は69.7%、『邦画（TVドラマを除く）』は46.8%、『音楽（邦楽）』は46.0%となった。（表5）

4. DVDビデオの販売用の売上金額は313億6800万円で前年同期比86.0%だった。

ジャンル別に見てみると、構成比41.8%と過半に近いシェア比を占める『音楽（邦楽）』が前年同期比78.8%、構成比第2位（13.2%）の『日本のアニメーション（一般向け）』も同76.7%と、この2大ジャンルが前年同期を大きく下回り全体の前年同期割れに影響した。（表5）

▼表3.ブルーレイ（ULTRA HD Blu-rayを含む）の流通チャンネル別売上

	百万円			枚		
	ブルーレイの売上金額		前年同期比	ブルーレイの売上数量		前年同期比
	金額	構成比		数量	構成比	
販売用（個人向）	38,468	94.0%	92.6%	7,245,526	85.5%	90.7%
特殊ルート	722	1.8%	208.1%	275,869	3.3%	305.5%
レンタル店用（個人向）	1,673	4.1%	89.6%	943,026	11.1%	85.0%
業務用	74	0.2%	95.8%	11,328	0.1%	67.1%

▼表4.ビデオソフト全体の流通チャンネル別売上

	百万円			枚		
	ビデオソフト全体の売上金額		前年同期比	ビデオソフト全体の売上数量		前年同期比
	金額	構成比		数量	構成比	
販売用（個人向）	69,836	76.2%	89.5%	15,973,188	50.6%	84.4%
特殊ルート	954	1.0%	143.5%	1,014,292	3.2%	47.2%
レンタル店用（個人向）	20,349	22.2%	88.2%	14,439,246	45.7%	102.5%
業務用	546	0.6%	67.8%	147,613	0.5%	17.3%

▼表5.ビデオソフト全体の販売用ジャンル別

ジャンル	金額			DVDビデオ			ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)		
	合計金額	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比	金額	構成比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	5,706	8.2%	146.7%	3,034	9.7%	152.8%	2,672	6.9%	140.3%
日本のTVドラマ	4,105	5.9%	145.4%	2,111	6.7%	117.3%	1,994	5.2%	194.7%
洋画（TVドラマを除く）	6,771	9.7%	69.0%	2,049	6.5%	78.5%	4,722	12.3%	65.6%
海外のTVドラマ	1,728	2.5%	72.0%	1,282	4.1%	73.6%	446	1.2%	67.7%
アジアの映画	171	0.2%	94.5%	110	0.4%	94.0%	61	0.2%	95.3%
アジアのTVドラマ	1,089	1.6%	109.1%	924	2.9%	107.3%	165	0.4%	120.4%
日本のアニメーション（一般向け）	18,417	26.4%	83.4%	4,132	13.2%	76.7%	14,285	37.1%	85.6%
海外のアニメーション（一般向け）	1,060	1.5%	165.6%	71	0.2%	54.2%	989	2.6%	194.3%
日本の子供向け（アニメーション）	847	1.2%	76.9%	665	2.1%	70.2%	182	0.5%	117.4%
日本の子供向け（アニメーション以外）	1,121	1.6%	78.0%	520	1.7%	92.4%	601	1.6%	68.7%
海外の子供向け（アニメーション）	583	0.8%	98.6%	504	1.6%	118.3%	79	0.2%	47.9%
海外の子供向け（アニメーション以外）	1	0.0%	100.0%	1	0.0%	100.0%	0	0.0%	—
音楽（邦楽）	24,317	34.8%	87.2%	13,123	41.8%	78.8%	11,194	29.1%	99.6%
音楽（洋楽）	316	0.5%	77.1%	211	0.7%	73.5%	105	0.3%	85.4%
ビデオカラオケ	7	0.0%	36.8%	7	0.0%	36.8%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	2,783	4.0%	106.8%	2,083	6.6%	98.5%	700	1.8%	142.6%
スポーツ	139	0.2%	73.2%	115	0.4%	71.4%	24	0.1%	82.8%
学校教育・企業教育・語学教育	65	0.1%	40.9%	65	0.2%	40.9%	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	610	0.9%	75.9%	361	1.2%	68.0%	249	0.6%	91.2%
計	69,836	100.0%	89.5%	31,368	100.0%	86.0%	38,468	100.0%	92.6%

ジャンル	数量			DVDビデオ			ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)		
	合計数量	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	1,528,096	9.6%	130.9%	944,154	10.8%	123.3%	583,942	8.1%	145.6%
日本のTVドラマ	365,711	2.3%	111.0%	221,761	2.5%	101.1%	143,950	2.0%	130.9%
洋画（TVドラマを除く）	3,095,258	19.4%	70.6%	1,420,784	16.3%	75.9%	1,674,474	23.1%	66.7%
海外のTVドラマ	388,776	2.4%	74.8%	388,106	3.9%	74.2%	50,670	0.7%	78.9%
アジアの映画	80,290	0.5%	80.8%	56,082	0.6%	75.5%	24,208	0.3%	96.3%
アジアのTVドラマ	144,478	0.9%	103.6%	133,291	1.5%	105.0%	11,187	0.2%	89.3%
日本のアニメーション（一般向け）	3,341,716	20.9%	86.6%	1,009,020	11.6%	79.7%	2,332,696	32.2%	89.9%
海外のアニメーション（一般向け）	374,845	2.3%	145.1%	32,139	0.4%	44.5%	342,706	4.7%	184.2%
日本の子供向け（アニメーション）	335,240	2.1%	72.5%	310,276	3.6%	72.1%	24,964	0.3%	77.2%
日本の子供向け（アニメーション以外）	310,775	1.9%	103.3%	269,422	3.1%	107.7%	41,353	0.6%	81.3%
海外の子供向け（アニメーション）	477,279	3.0%	119.2%	449,036	5.1%	128.4%	28,243	0.4%	55.9%
海外の子供向け（アニメーション以外）	444	0.0%	75.4%	444	0.0%	75.4%	0	0.0%	—
音楽（邦楽）	4,611,155	28.9%	79.8%	2,795,973	32.0%	70.3%	1,815,182	25.1%	100.6%
音楽（洋楽）	114,881	0.7%	113.2%	89,836	1.0%	113.3%	25,045	0.3%	112.8%
ビデオカラオケ	8,506	0.1%	61.8%	8,503	0.1%	61.8%	3	0.0%	—
芸能・趣味・教養	666,889	4.2%	94.4%	558,225	6.4%	91.0%	108,664	1.5%	116.8%
スポーツ	39,718	0.2%	86.8%	33,824	0.4%	81.5%	5,894	0.1%	138.6%
学校教育・企業教育・語学教育	16,541	0.1%	9.1%	16,534	0.2%	9.1%	7	0.0%	—
成人娯楽	167	0.0%	136.9%	167	0.0%	136.9%	0	0.0%	—
その他	72,423	0.5%	41.0%	40,085	0.5%	26.8%	32,338	0.4%	119.8%
計	15,973,188	100.0%	84.4%	8,727,662	100.0%	79.8%	7,245,526	100.0%	90.7%

注）「その他」のジャンルは不明分を含む

5. ブルーレイの販売用の売上金額は384億6800万円で前年同期比92.6%と前年同期には及ばなかった。

ジャンル別に見てみると、第2位 (29.1%) の『音楽 (邦楽)』は同99.6%と僅かに前年同期を割る程度だったが、構成比第1位 (37.1%) の『日本のアニメーション (一般向け)』が同85.6%、第3位 (12.3%) の『洋画 (TVドラマを除く)』も同65.6%と前年同期を大きく下回った。また、構成比4位 (6.9%) の『邦画 (TVドラマを除く)』が同140.3%、構成比5位 (5.2%) の『日本のTVドラマ』が194.7%、構成比6位 (2.6%) の『海外のアニメーション (一般向け)』は同194.3%と伸長した。(表5)

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、91.8対8.2で、相変わらず圧倒的にDVDビデオが占めている。DVDのレンタル店用の売上金額は186億7600万円で前年同期比88.0%、ブルーレイは16億7300万円で同89.6%と共に前年同期を下回った。(表2、3)

7. レンタル店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 (21.4%) の『洋画 (TVドラマを除く)』が前年同期比79.7%、構成比2位 (17.2%) の『邦画 (TVドラマを除く)』が83.3%と割り込んだ。一方、構成比3位 (16.9%) の『アジアのTVドラマ』は同111.5%と伸長しており、同ジャンルはDVDビデオ単独でみると、初めて構成比1位となり18.4%を占めた。(前年同期比111.5%)。(表6)

▼表6.ビデオソフト全体のレンタル店用ジャンル別

金額										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 (ULTRA HD Blu-rayを含む)	構成比	前年同期比	
邦画 (TVドラマを除く)	3,509	17.2%	83.3%	3,081	16.5%	82.3%	428	25.6%	91.6%	
日本のTVドラマ	1,032	5.1%	75.2%	1,031	5.5%	75.5%	1	0.1%	14.3%	
洋画 (TVドラマを除く)	4,348	21.4%	79.7%	3,337	17.9%	78.1%	1,011	60.4%	85.2%	
海外のTVドラマ	2,149	10.6%	87.0%	2,140	11.5%	86.9%	9	0.5%	128.6%	
アジアの映画	112	0.6%	92.6%	103	0.6%	91.2%	9	0.5%	112.5%	
アジアのTVドラマ	3,432	16.9%	111.5%	3,431	18.4%	111.5%	1	0.1%	—	
日本のアニメーション (一般向け)	3,030	14.9%	81.5%	2,987	16.0%	81.1%	43	2.6%	126.5%	
海外のアニメーション (一般向け)	598	2.9%	115.2%	499	2.7%	116.0%	99	5.9%	111.2%	
日本の子供向け (アニメーション)	655	3.2%	116.5%	653	3.5%	116.2%	2	0.1%	—	
日本の子供向け (アニメーション以外)	358	1.8%	125.6%	358	1.9%	126.1%	0	0.0%	0.0%	
海外の子供向け (アニメーション)	520	2.6%	93.9%	450	2.4%	92.6%	70	4.2%	102.9%	
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)	9	0.0%	450.0%	9	0.0%	450.0%	0	0.0%	—	
音楽 (洋楽)	3	0.0%	—	3	0.0%	—	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	481	2.4%	67.6%	481	2.6%	67.6%	0	0.0%	—	
スポーツ	2	0.0%	200.0%	2	0.0%	200.0%	0	0.0%	—	
学校教育・企業教育・語学教育	1	0.0%	100.0%	1	0.0%	100.0%	0	0.0%	—	
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	
その他	110	0.5%	647.1%	110	0.6%	647.1%	0	0.0%	—	
計	20,349	100.0%	88.2%	18,676	100.0%	88.0%	1,673	100.0%	89.6%	

数量										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 (ULTRA HD Blu-rayを含む)	構成比	前年同期比	
邦画 (TVドラマを除く)	1,751,150	12.1%	90.9%	1,548,980	11.5%	89.4%	202,170	21.4%	104.6%	
日本のTVドラマ	407,543	2.8%	79.6%	407,538	3.0%	80.5%	5	0.0%	0.1%	
洋画 (TVドラマを除く)	3,396,471	23.5%	83.5%	2,719,380	20.1%	83.8%	677,091	71.8%	82.0%	
海外のTVドラマ	1,826,686	12.7%	89.8%	1,826,686	13.5%	90.1%	0	0.0%	0.0%	
アジアの映画	115,020	0.8%	63.3%	106,266	0.8%	63.3%	8,754	0.9%	63.6%	
アジアのTVドラマ	4,876,341	33.8%	133.0%	4,876,341	36.1%	133.0%	0	0.0%	—	
日本のアニメーション (一般向け)	1,222,814	8.5%	121.6%	1,196,596	8.9%	123.3%	26,218	2.8%	74.7%	
海外のアニメーション (一般向け)	134,345	0.9%	107.8%	116,649	0.9%	108.1%	17,696	1.9%	105.9%	
日本の子供向け (アニメーション)	223,119	1.5%	128.5%	219,008	1.6%	126.2%	4,111	0.4%	205550.0%	
日本の子供向け (アニメーション以外)	86,200	0.6%	120.7%	86,200	0.6%	120.7%	0	0.0%	0.0%	
海外の子供向け (アニメーション)	215,886	1.5%	171.5%	208,955	1.5%	182.1%	6,931	0.7%	62.1%	
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)	2,023	0.0%	18.4%	1,973	0.0%	17.9%	50	0.0%	—	
音楽 (洋楽)	8,223	0.1%	4672.2%	8,223	0.1%	4672.2%	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	146,828	1.0%	85.3%	146,828	1.1%	85.3%	0	0.0%	—	
スポーツ	5	0.0%	0.4%	5	0.0%	0.4%	0	0.0%	—	
学校教育・企業教育・語学教育	130	0.0%	68.4%	130	0.0%	68.4%	0	0.0%	—	
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	
その他	26,462	0.2%	516.1%	26,462	0.2%	516.1%	0	0.0%	—	
計	14,439,246	100.0%	102.5%	13,496,220	100.0%	104.0%	943,026	100.0%	85.0%	

注)「その他」のジャンルは不明分を含む

不正商品撲滅キャンペーン

『ほんと?ホント!フェアin 兵庫～守ろう情報セキュリティと知的財産～』盛大に開催

不正商品対策協議会では、9月2日(土)に、不正商品を排除しよう!との主旨のもと、『ほんと?ホント!フェアin 兵庫～守ろう情報セキュリティと知的財産～』を、神戸ハーバーランドumie(兵庫県神戸市東川崎町1-7-2)において開催した。来場者は約3,000人だった。

今回で31回目を迎える「ほんと?ホント!フェア」は、インターネットを悪用したサイバー犯罪が増加している中、広く一般消費者に知的財産の保護と不正商品の排除を訴えた。

当日は、神戸市の地元タレントや兵庫県警察音楽隊のミニコンサート等が行われ大いに盛り上がった。

また、兵庫県警察のシンボルマスコットであるこうへいくん、まもりちゃんも応援に駆け付け、来場者は、ステージで繰り広げられる様々なプログラムや、ホンモノ・ニセモノを比較する約100点の展示品やクイズラリーなどを楽しんでいた。

◇主催 不正商品対策協議会(ACA)／兵庫県警察

◇協力 神戸ハーバーランドumie／国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)

◇後援 警察庁

(不正商品対策協議会 <http://www.aca.gr.jp/>)

(執筆:ACA事務局)

▼会場の様子



▼地元のアイドル「KOBerryS」と「こうへいくん」と「まもりちゃん」も応援に駆け付けた



▼ホンモノとニセモノを比べる展示コーナー



▼クイズラリーの様子



知的財産保護のための 広報啓発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、「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、各所にてご活用いただく予定。また、不正商品対策協議会のイベントや展示会への出展等でも配布することとしている。

リーフレットのご要望、お問い合わせは、不正商品対策協議会(<http://www.aca.gr.jp/>) 吉原まで(電話03-3542-2010)。

(執筆:ACA事務局)



広報啓発活動

デジタル・ネットワークの進展により、コンテンツを含む情報はだれもが、いつ、どこからでも流通させることが可能となった。これにより、世界中のだれもが他人のコンテンツを無断で国境を越えて即時に流通させることができるようになり、違法アップロードの数量は今や把握することさえ困難な状況にある。このような背景から現在では、年齢・地域に関わりなく、だれもが知的財産に関する知識を持つことが求められる。

■韓国著作権保護院とのMOU締結

CODAは、2017年8月30日、日韓の著作権保護及びコンテンツの不正流通の排除を目的とした覚書(MOU)を韓国著作権保護院(KCOPA)と締結した(写真1)。

CODAは、2011年4月に、韓国著作権団体連合会(KOFOCO)との間で日韓の知的財産権保護・強化に向けたMOUを締結し、以来、日本と韓国で交互に定例会議を開催するなど、良好な関係を構築してきた。

その後韓国では、2016年9月に、KOFOCOの著作権保護センター(CPC)と韓国著作権委員会(KCC)が行う著作権保護業務を統合し、新たにKCOPAが発足。これに伴い著作権保護の日韓のさらなる協力体制を強化・維持するため、KCOPAとの間で新たにMOUを締結した。

来年4月には、中国も含めた日中韓の3国による広報啓発ポスターの制作・配布、広報啓発イベントの開催など具体的な活動を行っていく予定である。

■日ASEANテレビ祭り

2017年9月7日から10日にかけて、フィリピン・マニラにおいて、「第二回日・ASEANテレビ祭」が開催された。今回の日・ASEANテレビ祭は、フィリピン大統領府通信局、PTV(総務省)が主催するもので、日本とASEAN各国の放送関係者が中心となり、ワークショップ、イベント及び各国の放送コンテンツの紹介等が行われた。

CODAは、全体セミナーでCODAが実施する侵害対策の

プレゼンテーションを行い、参加者の関心を集めた。

■日中著作権セミナー

2017年9月19日、CODAは日本と中国の間における著作権にかかる情報共有及び関係強化を目的とし、中国国家版權局との協力事業として、「日中著作権セミナー」を文化庁受託事業として開催した(写真2)。

セミナーには中国国家版權局の版權司・于慈珂司長が、中国の著作権・著作権隣接権等に係る最近の成果や最新の動向等についてのプレゼンを行った。

また、中国の企業(百度、youku、Netease、iQIYI、MIGU等の配信サイトや技術の企業等17社)も来日し、日本企業との顔合わせや関係構築などが行われた。

当日は、日本企業からも150人以上の参加者が集まり、中国企業との積極的な交流が行われ、侵害発生地から、魅力的なビジネス市場へと進化を遂げた中国を実感できるものとなった。

一方で、中国では未だ海賊版の問題が根深く存在している。中国で日本コンテンツの偽キャラクターグッズを販売し、著作権法違反等の罪に問われていた店舗の責任者の男性に対し、中国・浙江省義烏市市場监督管理局中国小商品城分局は2017年4月、中国著作権法や浙江省無許可經營取締条例などにより、罰金など行政処罰を下した。中国において、動画等のコンテンツに含まれるキャラクターの著作権に基づき、当該キャラクターを無断使用したグッズの販売行為に対して行政処罰が下されたことは極めて画期的である。権利侵害に対しては、さまざまなアプローチで効果的な対策を講じていく。

中国をはじめ世界中において、日本コンテンツが適切に流通できる市場を形成するためにも、一般消費者の知財意識の向上を目指し、CODAは広報啓発活動をさらに推進する予定である。

(執筆: CODA事務局)

▼CODA-KCOPAのMOU調印式の様子(韓国ソウル)



▼日中著作権セミナーの様子(東京新宿区)



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2016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。各国のデータの出典は右のとおりである。

- ※1 国連『世界の人口白書2016』
- ※2 外務省経済局国際経済課『主要経済指標』(17年9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 2016
- ※6 Digital Entertainment Group
- ※7 British Film Institute(BFI)
- ※8 International Video Federation(IVF)
- ※9 Centre national de la cinematographie(CNC)
- ※10 German Federal Film Board(FFA)
- ※11 Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BVV)

空欄はデータなし

		日 本						
		2016年	前年比	2015年	2014年	2013年		
映画	興行収入	2,355億800万円	108.5%	2,171億1,900万円	2,070億3,400万円	1,942億3,700万円	※3	
	公開本数	1,149本	101.1%	1,136本	1,184本	1,117本	※3	
	入場人員	1億8,018万人	108.1%	1億6,663万人	1億6,111万人	1億5,589万人	※3	
	平均入場料	1,307円	100.3%	1,303円	1,285円	1,246円	※3	
	スクリーン数	3,472スクリーン	101.0%	3,437スクリーン	3,364スクリーン	3,318スクリーン	※3	
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	3,392スクリーン	101.2%	3,351スクリーン	3,262スクリーン	3,172スクリーン		
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	2,171億円(a)	97.2%	2,234億円(a)	2,287億円(a)	2,431億円(a)	※4	
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	1,831億円(b)	94.3%	1,941億円(b)	2,103億円(b)	2,184億円(b)	※4	
	合計(セル+レンタル)	4,002億円	95.9%	4,175億円	4,390億円	4,615億円	※4	
	メーカー出荷	セル用 1,531億6,500万円(c) レンタル用 491億900万円(d)	94.2% 90.5%	セル用 1,626億5,000万円(c) レンタル用 542億6,500万円(d)	セル用 1,675億1,600万円(c) レンタル用 615億600万円(d)	セル用 1,836億3,100万円(c) レンタル用 670億8,900万円(d)	※4	
	備考	(a)DVD 47.8%, BD 52.2% (b)DVD 81.8%, BD 18.2% (c)DVD 45.4%, BD 54.6% (d)DVD 92.9%, BD 7.1%		(a)DVD 47.0%, BD 53.0% (b)DVD 84.2%, BD 15.8% (c)DVD 44.8%, BD 55.2% (d)DVD 92.9%, BD 7.1%	(a)DVD 58.7%, BD 41.3% (b)DVD 88.3%, BD 11.7% (c)DVD 47.9%, BD 52.1% (d)DVD 92.3%, BD 7.7%	(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%	※4	
	配信	1,256億円	130.7%	961億円	614億円	597億円	※4	
基本情報	人口	1億2,630万人		1億2,260万人	1億2,710万人	1億2,730万人	※1	
	GDP	4兆9,394億ドル		4兆1,233億ドル	4兆6,015億ドル	4兆9,015億ドル	※2	
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	108.79円		121.04円	105.94円	97.60円	※2	

		北 米						
		2016年	前年比	2015年	2014年	2013年		
映画 (米+加)	興行収入	114億ドル(1兆2,402億円)	102.7%	111億ドル	104億ドル	109億ドル	※5	
	公開本数	718本	101.4%	708本	709本	661本	※5	
	入場人員	13億2,000万人	100.0%	13億2,000万人	12億7,000万人	13億4,000万人	※5	
	平均入場料	8.65ドル(941円)	102.6%	8.43ドル	8.17ドル	8.13ドル	※5	
	スクリーン数	43,531スクリーン	99.7%	43,661スクリーン	43,265スクリーン	42,814スクリーン	※5	
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	42,659スクリーン	100.2%	42,552スクリーン	41,518スクリーン	39,824スクリーン	※5	
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	5,491百万ドル(5,974億円)	90.0%	6,100百万ドル	6,935百万ドル	7,779百万ドル	※6	
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	2,472百万ドル(2,689億円)	80.5%	3,070百万ドル	3,323百万ドル	3,865百万ドル		
	合計(セル+レンタル)	7,963百万ドル(8,663億円)	86.8%	9,170百万ドル	10,258百万ドル	11,644百万ドル		
配信	EST	2,010百万ドル(2,187億円)	106.3%	1,891百万ドル	1,601百万ドル	1,189百万ドル	※6	
	VOD	2,077百万ドル(2,260億円)	107.5%	1,932百万ドル	1,981百万ドル	2,109百万ドル		
	Subscription Streaming	6,230百万ドル(6,778億円)	122.6%	5,081百万ドル	4,066百万ドル	3,191百万ドル		
	合計(EST+VOD)	10,317百万ドル(1兆1,224億円)	115.9%	8,904百万ドル	7,649百万ドル	6,489百万ドル		
基本情報	人口	3億2,410万人		3億2,180万人	3億2,260万人	3億2,010万人	※1	
	GDP	18兆5,691億ドル		17兆9,470億ドル	17兆4,190億ドル	16兆8,000億ドル	※2	
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	108.79円		121.04円	105.94円	97.60円	※2	

	英 国						
		2016年	前年比	2015年	2014年	2013年	
映画	興行収入	1,228百万ポンド(1,817億円)	99.4%	1,236百万ポンド	1,058百万ポンド	1,083百万ポンド	※7
	公開本数	821本	108.2%	759本	712本	698本	※7
	入場人員	1億6,830万人	97.9%	1億7,190万人	1億5,750万人	1億6,550万人	※7
	平均入場料	7.3ポンド(1,080円)	101.4%	7.2ポンド	6.72ポンド	6.54ポンド	※7
	スクリーン数 (デジタルシネマ対応スクリーン数)	4,194スクリーン —	101.9%	4,115スクリーン —	3,947スクリーン 100.0%	3,867スクリーン 98.4%	※7
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	894百万ポンド(1,323億円)	83.2%	1,075百万ポンド	1,264百万ポンド	1,438百万ポンド	※7
	レンタル市場(All Formats,消費者レベル)	48百万ポンド(71億円)	77.4%	62百万ポンド	87百万ポンド	146百万ポンド	※7
	販売枚数(All Formats,消費者レベル)	1億100万枚	84.2%	1億2,000万枚	1億4,300万枚	1億6,200万枚	※7
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)	1,600万枚・回	72.7%	2,200万枚・回	2,900万枚・回	5,000万枚・回	※7
OTT	Digital video(EST, DTO, Internet VOD)	1,143百万ポンド(1,691億円)	151.2%	756百万ポンド	556百万ポンド	386百万ポンド	※8
PAY TV	PAY TV VOD	245百万ポンド(362億円)	110.9%	221百万ポンド	183百万ポンド	155百万ポンド	※8
基本情報	人口	6,510万人		6,470万人	6,350万人	6,310万人	※1
	GDP	2兆6,189億ドル		2兆8,488億ドル	2兆9,419億ドル	2兆5,223億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.36ポンド		1.53ポンド	1.65ポンド	1.56ポンド	※2

	フランス						
		2016年	前年比	2015年	2014年	2013年	
映画	興行収入	1,387百万ユーロ(1,675億円)	104.2%	1,331百万ユーロ	1,333百万ユーロ	1,251百万ユーロ	※9
	公開本数	716本	109.5%	654本	663本	654本	※9
	入場人員	2億1,310万人	103.8%	2億0,530万人	2億0,897万人	1億9,374万人	※9
	平均入場料	6.51ユーロ(786円)	100.5%	6.48ユーロ	6.38ユーロ	6.46ユーロ	※9
	スクリーン数 (デジタルシネマ対応スクリーン数)	5,842スクリーン 5,842スクリーン	101.8% 101.8%	5,741スクリーン 5,741スクリーン	5,653スクリーン 5,653スクリーン	5,588スクリーン 5,433スクリーン	※9 ※9
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	505百万ユーロ(610億円)(a)	71.4%	707百万ユーロ(a)	807百万ユーロ(a)	929百万ユーロ(a)	※9
	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)	8,130万枚(b)	92.2%	8,820万枚(b)	9,280万枚(b)	1億0,306万枚(b)	※9
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)	—		—	—	—	
配信	備考	(a)DVD 75.0%、BD 25.0% (b)DVD 84.0%、BD 16.0%		(a)DVD 75.8%、BD 24.2% (b)DVD 84.8%、BD 15.2%	(a)DVD 76.6%、BD 23.4% (b)DVD 85.8%、BD 14.2%	(a)DVD 77.9%、BD 22.1% (b)DVD 87.2%、BD 12.8%	※9
	One time payment rental	167百万ユーロ(202億円)	95.4%	175百万ユーロ	180百万ユーロ	170百万ユーロ	※9
	Permanent download	68百万ユーロ(82億円)	113.0%	60百万ユーロ	56百万ユーロ	42百万ユーロ	
	Subscription	109百万ユーロ(132億円)	131.3%	83百万ユーロ	29百万ユーロ	28百万ユーロ	
基本情報	VOD合計	344百万ユーロ(415億円)	108.2%	318百万ユーロ	265百万ユーロ	240百万ユーロ	
	人口	6,470万人		6,440万人	6,460万人	6,430万人	※1
	GDP	2兆4,655億ドル		2兆4,217億ドル	2兆8,292億ドル	2兆7,349億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.11ユーロ		1.11ユーロ	1.33ユーロ	1.33ユーロ	※2

	ドイツ						
		2016年	前年比	2015年	2014年	2013年	
映画	興行収入	1,021百万ユーロ(1,233億円)	87.5%	1,167百万ユーロ	980百万ユーロ	1,023百万ユーロ	※10
	公開本数	—		—	—	—	
	入場人員	1億2,110万人	87.0%	1億3,918万人	1億2,174万人	1億2,967万人	※10
	平均入場料	8.43ユーロ(1,018円)	101.1%	8.34ユーロ	8.05ユーロ	7.89ユーロ	※10
	スクリーン数	4,739スクリーン	101.0%	4,692スクリーン	4,637スクリーン	4,610スクリーン	※10
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	1,106百万ユーロ(1,336億円)(a)	88.6%	1,248百万ユーロ(a)	1,304百万ユーロ(a)	1,394百万ユーロ(a)	※11
	レンタル市場(All Formats,消費者レベル)	121百万ユーロ(146億円)(b)	73.3%	165百万ユーロ(b)	188百万ユーロ(b)	210百万ユーロ(b)	※11
	販売枚数(All Formats,消費者レベル)	8,670万枚(c)	86.4%	1億0,030万枚(c)	1億0,480万枚(c)	1億1,710万枚(c)	※11
	備考	(a)DVD 65.0%、BD 35.0% (b)DVD 65.0%、BD 35.0% (c)DVD 70.0%、BD 30.0%		(a)DVD 66.0%、BD 34.0% (b)DVD 69.0%、BD 31.0% (c)DVD 71.0%、BD 29.0%	(a)DVD 68.9%、BD 31.1% (b)DVD 70.2%、BD 29.8% (c)DVD 73.4%、BD 26.6%	(a)DVD 70.6%、BD 29.4% (b)DVD 75.2%、BD 24.8% (c)DVD 75.0%、BD 25.0%	
配信	EST	118百万ユーロ(142億円)	116.8%	101百万ユーロ	67百万ユーロ	52百万ユーロ	※11
	TVOD	101百万ユーロ(122億円)	107.4%	94百万ユーロ	83百万ユーロ	68百万ユーロ	
	SVOD	—		228百万ユーロ	52百万ユーロ	34百万ユーロ	
	合計	219百万ユーロ(264億円)		423百万ユーロ	202百万ユーロ	154百万ユーロ	
基本情報	人口	8,070万人		8,070万人	8,270万人	8,270万人	※1
	GDP	3兆4,668億ドル		3兆3,558億ドル	3兆8,526億ドル	3兆6,348億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.11ユーロ		1.11ユーロ	1.33ユーロ	1.33ユーロ	※2

リレーエッセイ 127

ワナー ブラザース ジャパン(同) 畠山 宏 氏からのご紹介

●下村 省吾 氏

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) 営業統括本部 ゼネラルマネージャー

「ランナー・ボーイの憂鬱」

スタート10秒前、9、8、7…「ワークアウト・スタート！」

良く晴れた雨上がりの初夏。

Jabraのイヤホンからイケたおねーちゃんの澄んだ声が、否応なしに僕の気持ちを掻き立てる。

BGMにはi-TunesがセレクトしたアンダーワールのBorn Slippyが流れている。

最近お気に入りの、東京オリンピックのボートの候補地にもなった彩湖の畔。

今日の目標は11月のさいたま国際マラソンのトレーニング30km走だ！

5km通過。「現在のラップ22分30秒、平均時速キロ4分30秒」

きらきら輝く水面には、大学のボート部の連中がオールを必死に漕いでいる。ボートはまるで水鳥のように湖面を進んでいる。そう、ここは高校・大学のボート部の宿舎が点在するボートの聖地でもあるのだ。湖畔からの風がうすうすと汗ばんだ体を拭いていく。

生きている実感が全身のシナプスから溢れ出る。めずらしく足も軽い。快調に飛ばす。

10km過ぎ、最新ウェアに身を包み、ツール・ド・フランス並みのバイク集団が、「ランナー、がんばっ！」と湖畔の風の様に追い越していく。久々にきたっ！ハイだ！！昨今、松岡修造氏が錦織圭の解説で頻繁に使う“ZONE”現象だ！何だ、この快感はー！！

20km過ぎ。ん？何か変だぞ。大量の汗が額から滴る。右の太腿の裏が痺れてきた。必死に腕を振る。オーバー・ペースなのか？

25km過ぎ。足が上がらない。体中から汗が溢れ出る。急激にスピードが落ちる。完全な脱水症状だ。

「現在のラップ。。。」「冷酷なまでに冷静におねーちゃんが囁く。

「おっせー！」足に痙攣が走る。限界だ。。。」「

子供の頃、長距離走は根性だと教わった。精神力の強い奴が勝つって？フルマラソンを走り始めてわかった。それはウソだ。フルマラソンには“30kmの壁”があるとも良く聞く。それは本当だ。精神力と根性を超えて、体中から全てのエネルギーが枯渇していく。屈伸すら出来ない。人間の体は40km分のエネルギーは貯蓄できないそうだ。30kmも必死に走ってきたのに、このロボットと化したヘタレた状態で、ここからまだ10km以上も残っているのかー！学生時代、へまをするとかグラウンド10周ダッシュ！とか言って必死に走ってくると、体育大出の若造のせんこーに、「もう100周！」とか言われた途方も無い絶望感に似ている。

余りに辛くて祈るように願う。「神様、どうか許して下さい！何とかこの苦しみから解放して下さい！もう、お酒も飲まないし、タバコも吸いません。二度と悪さもしません。これまでの数々の悪行を許して下さい。お願いします！」人間はゴールが見えない戦いにはすこぶる弱いのだ。能力やポテンシャルなんか発揮できなければ宝の持ち腐れだ。

中学時代の愚息のダチに凄いの奴が二人いた。一人は、「諒君、簡単だよー。参考書2冊を制覇して、重複しない3%を拾えば良いんだよー。」って言い放った天才R君。

もう一人は、「諒君、簡単だよー。教科書100回制覇すれば良いんだよー。何故なら10回で90%終わっているから、残り90回は時間かからないうえー。」って言った、修行僧のようなM君。(彼は全ての教科書のミシ目がバラバラになって、教科書を全部買い直したそうです。)

んーん。そんなに辛いのに、いい歳をして何故好き好んで走るって？

「みんな、簡単だよー。これまでの自堕落な人生をリセットしているんだよー！」

さてと、今日も走りにも行くかー。また懲りもせずやらかしてしまった昨晚を顧みず、風を切って走るのだ。ヘタレでも、ヘタレでも。

「過去を悔やまず、未来に怯えず、今をせいぜい生きるとするかー。生きているだけで丸もうけ！」

おわり



▼日誌に見る協会の動き

【8月】

- 3日 「ビデオの日」セル分科会
- 4日 2017年度中堅社員合同研修会
- 8日 「ビデオの日」レンタル分科会
- 9日 「ビデオの日」PR分科会
- 22日 「ビデオの日」セル・レンタル・PR分科会
- 23日 総務人事委員会
- 31日 業務部会幹事会

【9月】

- 1日 著作権部会
- 5日 定例理事会
- 6日 マーケティング委員会
- 8日 業務使用対策委員会
- 11日 「ビデオの日」PR分科会
- 12日 総合連絡委員会

13日 JASRAC協議

- 「ビデオの日」セル・レンタル分科会
- 15日 eメディア部会運営委員会
- 20日 市場活性化WG全体会議
- 21日 2017年上半期統計調査記者発表
- 関西地区連絡協議会定例会議
- 26日 「ビデオの日」セル・レンタル・PR分科会
- 28日 業務部会幹事会

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

2017年7月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	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(個人向)	5,170	59.5%	112.5%	1,646	45.1%	123.3%	442	101.6%	増 減 12社 16社 その他 2社	36,538	61.5%	88.9%	10,374	38.8%	84.5%	3,029	104.1%
特殊ルート	168	1.9%	83.2%	238	6.5%	304.6%	12	42.9%		400	0.7%	76.9%	976	3.6%	45.7%	160	36.6%
レンタル店用	3,276	37.7%	90.7%	1,752	48.0%	79.1%	344	97.5%		21,952	36.9%	88.4%	15,249	57.0%	100.4%	2,738	107.0%
業務用	82	0.9%	110.4%	15	0.4%	133.0%	28	71.8%		554	0.9%	69.1%	151	0.6%	17.8%	268	140.3%
DVDビデオ	8,696	45.7%	102.5%	3,651	62.8%	100.3%	826	96.6%		59,444	53.7%	88.4%	26,749	71.5%	87.9%	6,195	101.6%
販売用(個人向)	9,833	95.2%	175.1%	1,945	89.8%	193.5%	313	114.2%	増 減 10社 17社 その他 3社	48,301	94.2%	102.5%	9,190	86.4%	102.2%	1,976	110.8%
特殊ルート	30	0.3%	—	7	0.3%	—	8	800.0%		752	1.5%	218.0%	283	2.7%	318.7%	18	78.3%
レンタル店用	360	3.5%	143.8%	193	8.9%	188.7%	17	94.4%		2,033	4.0%	96.0%	1,136	10.7%	93.7%	154	146.7%
業務用	110	1.1%	5500.7%	21	1.0%	2051.0%	0	—		184	0.4%	232.2%	32	0.3%	178.6%	1	—
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	10,333	54.3%	176.2%	2,165	37.2%	195.7%	338	115.4%		51,270	46.3%	103.2%	10,640	28.5%	103.2%	2,149	112.4%
合 計	19,029	100.0%	132.6%	5,815	100.0%	122.5%	1,164	101.4%		110,714	100.0%	94.7%	37,390	100.0%	91.7%	8,344	104.2%

◎今月の売上報告社数……30社(*前年同月の報告社数31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、又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。
 ◎累計値には、1月～6月の数字として、2017年上半期調査の数字を用いている。

2017年8月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	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(個人向)	3,183	51.7%	59.7%	1,184	39.6%	77.8%	361	93.5%	増 減 10社 18社 その他 2社	39,721	60.6%	85.6%	11,558	38.9%	83.8%	3,390	102.9%
特殊ルート	25	0.4%	131.6%	80	2.7%	71.3%	4	26.7%		425	0.6%	78.8%	1,057	3.6%	46.9%	164	36.3%
レンタル店用	2,908	47.2%	81.5%	1,715	57.4%	68.5%	362	100.6%		24,860	37.9%	87.6%	16,963	57.0%	95.9%	3,100	106.2%
業務用	40	0.6%	72.7%	10	0.3%	59.1%	29	152.6%		594	0.9%	69.3%	161	0.5%	18.7%	297	141.4%
DVDビデオ	6,156	59.0%	68.6%	2,990	76.5%	71.9%	756	96.9%		65,600	54.1%	86.1%	29,739	72.0%	85.9%	6,951	101.1%
販売用(個人向)	3,966	92.6%	60.5%	777	84.6%	52.5%	235	92.2%	増 減 15社 12社 その他 3社	52,267	94.1%	97.3%	9,967	86.2%	95.2%	2,211	108.4%
特殊ルート	67	1.6%	—	28	3.1%	—	2	—		819	1.5%	265.0%	311	2.7%	390.3%	20	87.0%
レンタル店用	236	5.5%	88.7%	113	12.3%	55.8%	17	65.4%		2,269	4.1%	95.2%	1,248	10.8%	88.3%	171	130.5%
業務用	14	0.3%	1400.0%	1	0.1%	165.2%	0	—		198	0.4%	246.8%	33	0.3%	178.3%	1	—
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,283	41.0%	63.1%	919	23.5%	54.9%	254	90.4%		55,553	45.9%	98.4%	11,560	28.0%	96.4%	2,403	109.6%
合 計	10,439	100.0%	66.2%	3,909	100.0%	67.0%	1,010	95.2%		121,153	100.0%	91.3%	41,299	100.0%	88.6%	9,354	103.1%

◎今月の売上報告社数……30社(*前年同月の報告社数31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、又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。
 ◎累計値には、1月～6月の数字として、2017年上半期調査の数字を用いている。

11月3日はビデオの日

プレミアム体験

キャンペーン

キャンペーン期間:
10.1→11.30

期間中にDVD・ブルーレイ・UHDを3,000円以上購入した方へ、
抽選でプレミアムな体験プレゼント!

詳しくはWebへ

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2017年10月1日現在

■ 正会員(29 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) 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) よしもとミュージックエンターテインメント
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(18 社)

(株) アニプレックス
(株) 一丸堂印刷所
(株) IMAGICA
エイベックス・エンターテインメント(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) ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)

編集・発行 一般社団法人 日本映像ソフト協会

〒104-0045 東京都中央区築地2-11-24 第29興和ビル別館2F 電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>



サラリーマン 山崎シゲル

× 日本映像ソフト協会 <http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>

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!

知って
いますか?

11月3日は
ビデオの日
おうちで エンタメ!

<http://www.videonohi.jp/>