

# JVA

JAPAN VIDEO SOFTWARE ASSOCIATION

# REPORT

2019.4 No.193  
2019.APRIL

## Main Reports

- 2018年統計調査結果について  
～売上金額は1780億8400万円で前年比94.9%に～
- 2018年度『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』  
キャンペーン最終報告



一般社団法人  
日本映像ソフト協会 会報

# 月間売上統計

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

## 2018年12月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	12月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1月～12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	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	新作数	前年同月比
販売用(個人向)	6,530	73.3%	92.0%	1,935	54.4%	88.7%	382	81.8%	増減 9社 19社 1社	60,082	65.0%	102.2%	16,217	41.1%	93.4%	4,104	82.5%
特殊ルート	20	0.2%	50.0%	58	1.6%	197.6%	22	550.0%		402	0.4%	72.2%	1,008	2.6%	76.4%	56	32.2%
レンタル店用	2,307	25.9%	61.1%	1,555	43.7%	63.9%	387	78.3%		31,394	34.0%	81.5%	21,539	54.6%	82.7%	5,035	102.8%
業務用	48	0.5%	84.2%	7	0.2%	30.7%	30	55.6%		537	0.6%	65.3%	705	1.8%	238.7%	337	84.7%
DVDビデオ	8,905	48.1%	81.2%	3,555	64.8%	76.2%	821	80.6%		92,415	51.8%	93.6%	39,469	69.4%	87.7%	9,532	91.3%
販売用(個人向)	9,321	96.9%	98.8%	1,758	90.9%	92.2%	265	66.9%		82,426	95.7%	98.7%	15,110	87.0%	92.2%	2,864	82.7%
特殊ルート	14	0.1%	116.7%	7	0.4%	341.0%	4	57.1%		219	0.3%	21.7%	208	1.2%	56.3%	27	87.1%
レンタル店用	279	2.9%	62.8%	168	8.7%	66.0%	13	59.1%		3,415	4.0%	93.0%	2,028	11.7%	94.5%	239	92.6%
業務用	2	0.0%	22.2%	0	0.0%	19.0%	0	0.0%		85	0.1%	27.9%	18	0.1%	36.5%	2	100.0%
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	9,616	51.9%	97.2%	1,934	35.2%	89.3%	282	66.2%		86,145	48.2%	97.3%	17,364	30.6%	91.6%	3,132	83.4%
合計	18,521	100.0%	88.8%	5,489	100.0%	80.3%	1,103	76.3%	178,560	100.0%	95.4%	56,833	100.0%	88.8%	12,664	89.2%	

◎今月の売上報告社数……29社(\*前年同月の報告社数30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、2018年上半期調査の数字を用いている。

## 2019年1月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	1月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1月～1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	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	新作数	前年同月比
販売用(個人向)	4,776	61.8%	92.8%	1,300	42.0%	103.8%	251	77.5%	増減 14社 12社 3社	4,776	61.8%	92.8%	1,300	42.0%	103.8%	251	77.5%
特殊ルート	44	0.6%	146.7%	234	7.6%	285.5%	6	200.0%		44	0.6%	146.7%	234	7.6%	285.5%	6	200.0%
レンタル店用	2,866	37.1%	104.4%	1,553	50.2%	102.2%	368	91.5%		2,866	37.1%	104.4%	1,553	50.2%	102.2%	368	91.5%
業務用	45	0.6%	100.0%	6	0.2%	8.5%	9	15.5%		45	0.6%	100.0%	6	0.2%	8.5%	9	15.5%
DVDビデオ	7,731	50.7%	97.1%	3,093	68.9%	105.7%	634	80.6%		7,731	50.7%	97.1%	3,093	68.9%	105.7%	634	80.6%
販売用(個人向)	7,112	94.7%	124.2%	1,181	84.7%	115.3%	191	102.7%		7,112	94.7%	124.2%	1,181	84.7%	115.3%	191	102.7%
特殊ルート	38	0.5%	165.2%	6	0.5%	189.0%	1	-		38	0.5%	165.2%	6	0.5%	189.0%	1	-
レンタル店用	356	4.7%	122.3%	207	14.8%	256.0%	22	169.2%		356	4.7%	122.3%	207	14.8%	256.0%	22	169.2%
業務用	6	0.1%	300.0%	1	0.0%	170.9%	0	-		6	0.1%	300.0%	1	0.0%	170.9%	0	-
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	7,512	49.3%	124.3%	1,394	31.1%	125.8%	214	107.5%		7,512	49.3%	124.3%	1,394	31.1%	125.8%	214	107.5%
合計	15,243	100.0%	108.8%	4,487	100.0%	111.2%	848	86.0%	15,243	100.0%	108.8%	4,487	100.0%	111.2%	848	86.0%	

◎今月の売上報告社数……29社(\*前年同月の報告社数30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。

## 2019年2月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	2月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1月～2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	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	新作数	前年同月比
販売用(個人向)	3,507	60.8%	91.4%	982	42.0%	96.2%	326	88.6%	増減 12社 16社 1社	8,283	61.4%	92.2%	2,283	42.0%	100.3%	577	83.4%
特殊ルート	33	0.6%	80.5%	35	1.5%	52.9%	8	400.0%		77	0.6%	108.5%	268	4.9%	182.0%	14	280.0%
レンタル店用	2,181	37.8%	74.6%	1,314	56.2%	68.7%	376	93.1%		5,047	37.4%	89.0%	2,867	52.8%	83.6%	744	92.3%
業務用	46	0.8%	92.0%	7	0.3%	75.6%	35	175.0%		91	0.7%	95.8%	13	0.2%	15.9%	44	56.4%
DVDビデオ	5,767	53.2%	84.2%	2,338	73.6%	77.7%	745	93.8%		13,498	51.7%	91.1%	5,430	70.9%	91.5%	1,379	87.2%
販売用(個人向)	4,793	94.4%	99.4%	753	90.0%	85.3%	251	111.1%		11,905	94.6%	112.8%	1,934	86.7%	101.4%	442	107.3%
特殊ルート	37	0.7%	246.7%	8	0.9%	233.5%	6	-		75	0.6%	197.4%	14	0.6%	211.3%	7	-
レンタル店用	243	4.8%	91.7%	76	9.0%	33.9%	15	83.3%		599	4.8%	107.7%	282	12.7%	93.0%	37	119.4%
業務用	5	0.1%	38.5%	1	0.1%	83.3%	0	0.0%		11	0.1%	73.3%	1	0.1%	109.8%	0	0.0%
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	5,078	46.8%	99.3%	837	26.4%	75.4%	272	111.0%		12,590	48.3%	112.8%	2,232	29.1%	100.6%	486	109.5%
合計	10,845	100.0%	90.6%	3,175	100.0%	77.1%	1,017	97.9%	26,088	100.0%	100.4%	7,662	100.0%	94.0%	1,865	92.1%	

◎今月の売上報告社数……29社(\*前年同月の報告社数30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。

## Index

月間売上統計 (2018年12月、2019年1月、2月)	1	著作権法改正案、通常国会提出見送り	10
2018年統計調査結果について	2	工業統計調査について	11
2018年度「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」キャンペーン最終報告	6	不正商品対策協議会	12
第384回、第385回定例理事会開催報告	9	コンテンツ海外流通促進機構	13
eメディア部会定例セミナー開催報告	9	リレーエッセイ136	14
アンチリッピングトレーラー収録作品数	9	日誌に見る協会の動き	14

## 2018年統計調査結果について

## ～売上金額は1780億8400万円で前年比94.9%に～

業務部会マーケット調査グループ(森口和則委員長松竹(株))は、2018年1月～12月のビデオソフトの出荷についての統計調査を「報告書Vol.87」にまとめ会員各社に配布した。また、3月13日(水)11時からJVA会議室にて記者発表会を開催し一般に公開した。報告書については、協会ホームページに抜粋を掲載している。

([http://www.jva-net.or.jp/news/news\\_190313/result.pdf](http://www.jva-net.or.jp/news/news_190313/result.pdf))

以下に結果の概要をレポートする。

## &lt;本統計調査報告についての注意点&gt;

- 本報告は、JVA会員社が発売、販売する自社作品および他社作品の出荷段階の売上げをまとめた統計である。
- 返品分は金額、数量ともに調査時点において差し引いている。
- DVDとブルーレイのコンボ作品はブルーレイにカウントしている。
- 「日本の子供向け(アニメーション)」などにある“子供向け”とは、目安として9歳以下の子供を対象とした作品のこと。
- 雑誌やコミック、玩具などとして他商品に付帯されるビデオソフトの売上を「特殊ルート」としている。

## ▼表1.ビデオソフトの売上

摘要	百万円					
	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
D V D ビ デ オ	92,254	51.8%	92.7%	38,901,282	69.4%	87.6%
ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)	85,830	48.2%	97.3%	17,144,464	30.6%	91.5%
ビデオソフトの総売上	178,084	100.0%	94.9%	56,045,746	100.0%	88.7%

## ▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	百万円					
	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	59,761	64.8%	101.0%	16,209,387	41.7%	93.2%
特殊ルート	400	0.4%	86.2%	1,006,229	2.6%	83.5%
レンタル店用(個人向)	31,553	34.2%	80.8%	21,488,615	55.2%	84.2%
業務用	540	0.6%	64.7%	197,051	0.5%	66.8%

## ▼表3.ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)の流通チャネル別売上

	百万円					
	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	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	82,179	95.7%	98.8%	15,051,107	87.8%	92.7%
特殊ルート	214	0.2%	21.3%	85,811	0.5%	23.3%
レンタル店用(個人向)	3,351	3.9%	91.5%	1,989,750	11.6%	95.1%
業務用	86	0.1%	28.1%	17,796	0.1%	36.5%

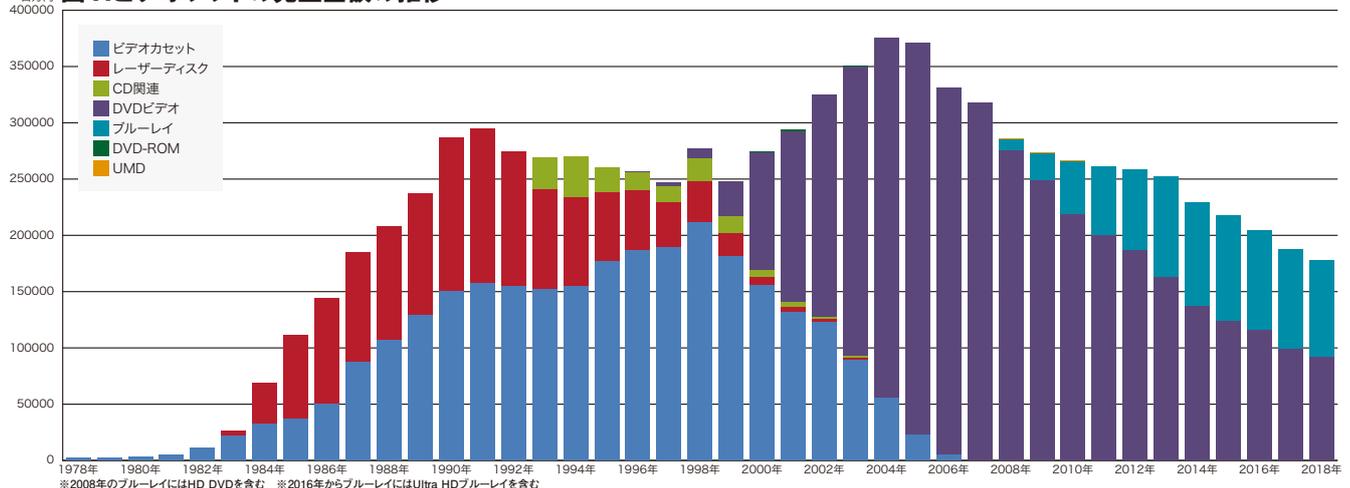
## ▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	百万円					
	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	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	141,940	79.7%	99.7%	31,260,494	55.8%	92.9%
特殊ルート	614	0.3%	41.9%	1,092,040	1.9%	69.4%
レンタル店用(個人向)	34,904	19.6%	81.8%	23,478,365	41.9%	85.0%
業務用	626	0.4%	54.9%	214,847	0.4%	62.5%

## ▼表5.ビデオソフトの平均単価(金額を数量で割った値)

	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,371	105.9%
販売用(個人向)	3,687	108.4%
レンタル店用(個人向)	1,468	96.0%
ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)	5,006	106.4%
販売用(個人向)	5,460	106.5%
レンタル店用(個人向)	1,684	96.3%

図1.ビデオソフトの売上金額の推移



## <2018年(1月～12月)の実績について>

1. 2018年のビデオソフトの総売上は1780億8400万円で前年比94.9%となった。上半期は858億8800万円で前年同期比93.7%、下半期が921億9600万円で前年同期比96.1%だった。

ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、DVDビデオが922億5400万円で前年比92.7%、ブルーレイ(Ultra HDブルーレイを含む。以下同様)は858億3000万円で前年比97.3%だった。DVDビデオの売上が減少していることにより、ブルーレイの構成比は48.2%と過半に近づいてきている。<表1>

2. ビデオソフト全体の売上金額を流通チャネル別の構成で見ると、販売用、特殊ルート、レンタル店用、業務用の割合は、79.7対0.3対19.6対0.4となり、レンタル店用の割合が減少し、販売用の割合が大きくなる傾向が続いている。<表4>

3. 販売用全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額は1419億4000万円で、前年比99.7%とほぼ前年並みとなった(※なお参考として、本年は期中に統計金額の報告社数が減じている。そこで2017年と2018年とで条件を同一にして比較した場合の前年比は100.3%となり、2013

年から5年ぶりに前年を上回る結果となった)。そのうちブルーレイは821億7900万円で前年比98.8%と前年には及ばなかったものの、DVDビデオは597億6100万円で前年比101.1%と2005年以来、13年ぶりに前年を上回った。

販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると、昨年は不調に終わった『音楽(邦楽)』が『安室奈美恵/namie amuro Final Tour 2018 ~Finally~』の効果もあり、同148.5%と大きく伸長し、構成比1位(43.1%)となり市場を牽引した。一方、昨年に『君の名は。』がリリースされた『日本のアニメーション(一般向け)』が前年比75.8%と前年を大きく下回ったことが全体の前年割れに大きく影響した。また、構成比3位の『洋画(TVドラマを除く)』も前年比86.1%と伸び悩んだ。昨年大きく伸長した、4位『日本のTVドラマ』は同94.0%、5位の『邦画(TVドラマを除く)』が同77.9%、6位の『芸能・趣味・教養』が同77.3%とそれぞれ前年を下回った。

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80.7%、『洋画(TVドラマを除く)』が76.4%、『邦画(TVドラマを除く)』が50.8%、『音楽(邦楽)』が49.1%、『日本のTVドラマ』も48.7%となり、ほぼすべてのジャンルでブルーレイの比率が高まってきている。<表6>

図2.各市場規模の推移

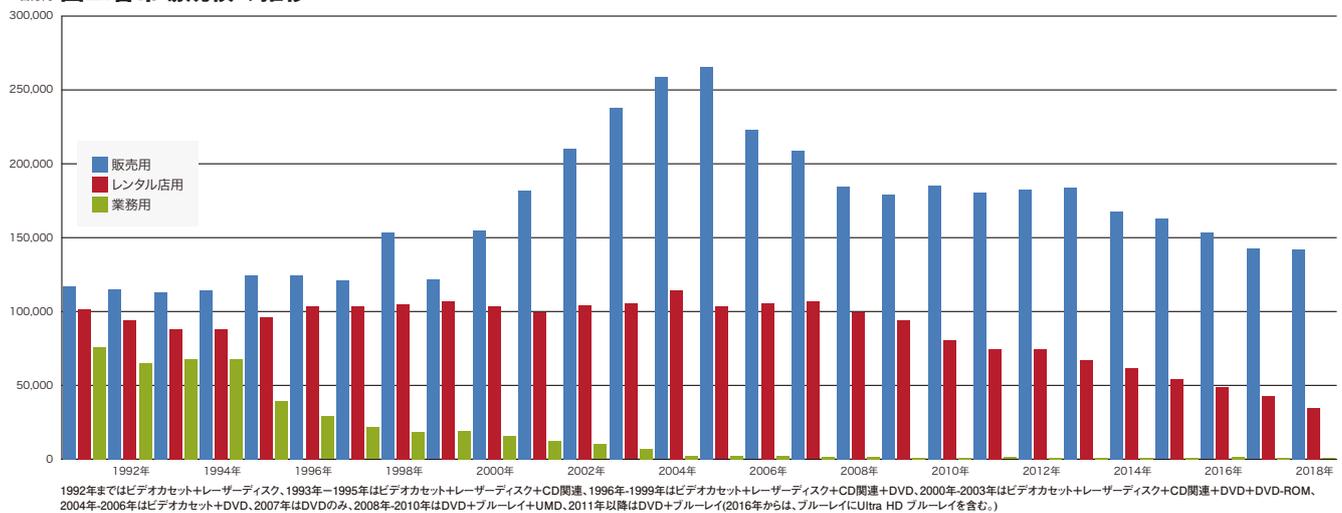


図3.「販売用」売上金額の推移(メディア別)

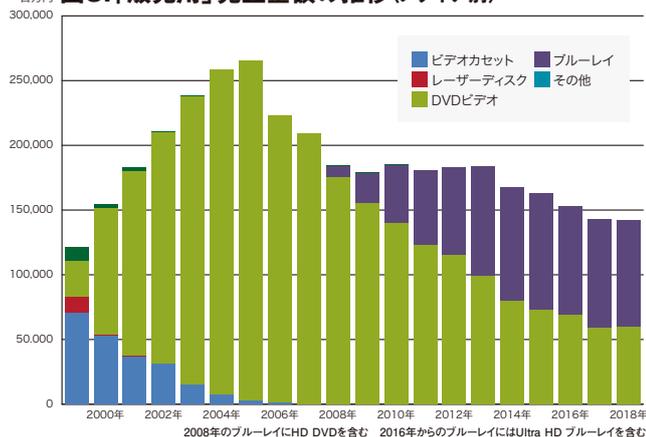


図4.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)

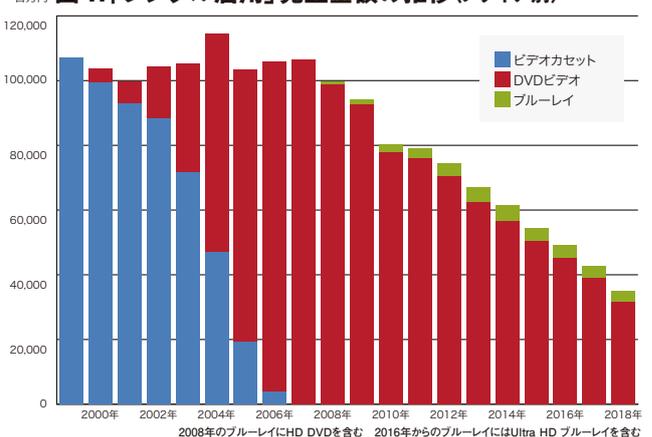


図5.ビデオソフト全体の「販売用」売上金額の推移(ジャンル別)

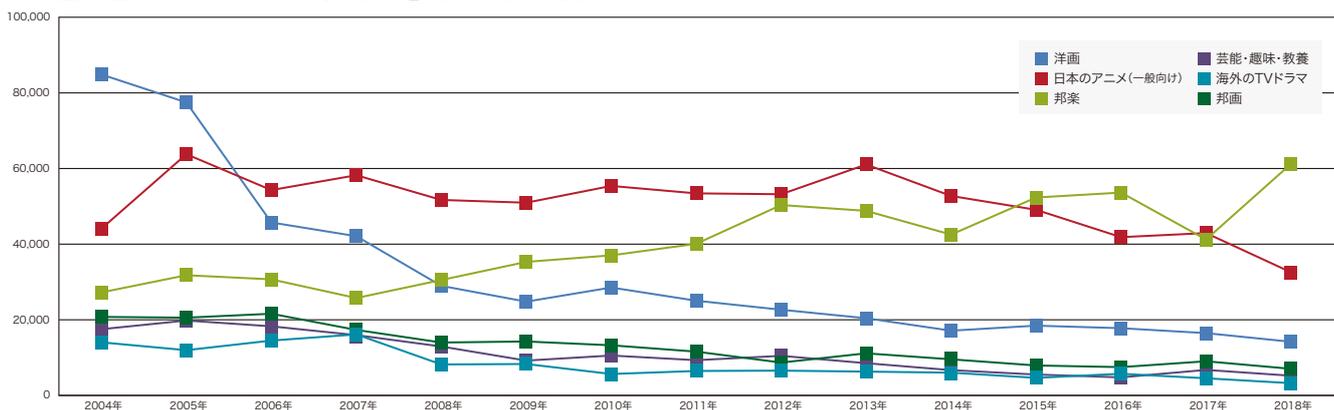
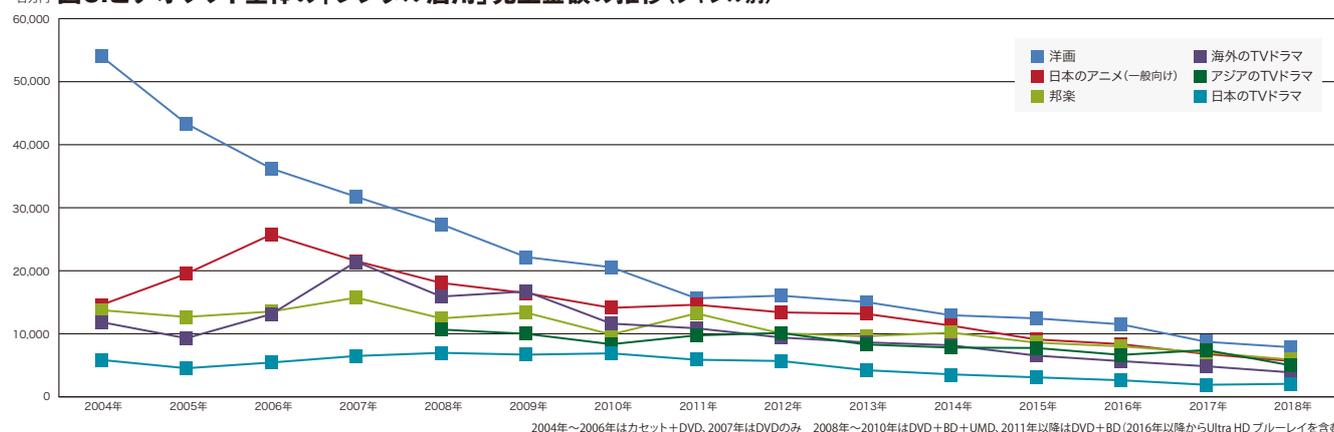


図6.ビデオソフト全体の「レンタル店用」売上金額の推移(ジャンル別)



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52.1%と過半を占めて1位となった『音楽(邦楽)』が前年比144.5%と前年を大きく上回ったが、2位(10.5%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は前年比65.2%と大幅に落ち込んだ。また、構成比3位(6.3%)の『日本のTVドラマ』も前年比93.8%と伸び悩み、『邦画(TVドラマを除く)』も同73.0%で4位(5.8%)、『芸能・趣味・教養』も同75.2%で5位(5.8%)と前年を大幅に下回った。<表6>

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、『音楽(邦楽)』が前年比152.9%と大きく伸長し、構成比1位(36.6%)となった。『日本のアニメーション(一般向け)』は構成比2位(32.0%)だったが前年の高い実績と比べると78.9%と大きく落ち込んだ。続く構成比3位(13.2%)の『洋画(TVドラマを除く)』は前年比87.8%、4位(4.4%)の『邦画(TVドラマを除く)』も同83.4%と前年を大きく下回り、同位の『日本のTVドラマ』も同94.2%と昨年には届かず、『音楽(邦楽)』以外の主要ジャンルはおおむね不調に終わった。<表6>

6. レンタル店用全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額は349億400万円で、前年比81.8%と前年を大きく下回った。売上金額全体に占めるDVDビデオの割合は90.4%で、315億5300万円、前年比80.8%だった。

DVDビデオのレンタル店用のジャンル別売上金額では、構

成比1位(18.8%)の『洋画(TVドラマを除く)』は同88.8%、2位(17.5%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が同84.1%、続く『邦画(TVドラマを除く)』(16.0%)が同82.7%、昨年大きくシェアを伸ばした『アジアのTVドラマ』(15.1%)が同67.0%、『海外のTVドラマ』(12.3%)が同79.9%と、主だったジャンルが前年を下回るなか、『日本のTVドラマ』(6.5%)は同108.1%と前年を上回った。

ブルーレイのレンタル店用の売上金額は33億5100万円で前年比91.5%だった。ジャンル別売上金額では、全体の58.2%を占める『洋画(TVドラマを除く)』が前年比94.2%、続く『邦画(TVドラマを除く)』(構成比25.1%)は同90.4%と主要ジャンルが伸び悩み、全体の前年割れに影響をした。

売上金額におけるブルーレイの割合が最も高いのは『洋画(TVドラマを除く)』で、売上金額の24.8%を占めた。<表7>

7. 売上金額を売上数量で除して単純に求めた1枚当たりの単価を見てみると、DVDビデオの販売用の平均単価が3,687円で前年比108.4%となり、ブルーレイの販売用も5,460円で同106.5%と上昇した。両フォーマットとも比較的単価の高い、『音楽(邦楽)』の単価が昨年に続き上昇している。

数年来減少傾向が続いている『レンタル店用』の平均単価は、昨年両フォーマット共に前年を上回ったが、DVDビデオが1,468円で前年比96.0%、ブルーレイ1,684円で同96.3%と再び減少に転じた。<表5>

# 2018統計報告

▼表6.販売用(個人向け)の集計

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ (Ultra HDブルーレイ含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	7,039	5.0%	77.9%	3,461	5.8%	73.0%	3,578	4.4%	83.4%
日本のTVドラマ	7,356	5.2%	94.0%	3,770	6.3%	93.8%	3,586	4.4%	94.2%
洋画(TVドラマを除く)	14,189	10.0%	86.1%	3,343	5.6%	81.2%	10,846	13.2%	87.8%
海外のTVドラマ	3,243	2.3%	71.5%	2,169	3.6%	68.5%	1,074	1.3%	78.5%
アジアの映画	293	0.2%	78.8%	173	0.3%	80.8%	120	0.1%	75.9%
アジアのTVドラマ	1,763	1.2%	84.3%	1,551	2.6%	87.4%	212	0.3%	67.1%
日本のアニメーション(一般向け)	32,557	22.9%	75.8%	6,282	10.5%	65.2%	26,275	32.0%	78.9%
海外のアニメーション(一般向け)	2,456	1.7%	106.2%	274	0.5%	224.6%	2,182	2.7%	99.6%
日本の子供向け(アニメーション)	1,436	1.0%	71.4%	1,183	2.0%	70.8%	253	0.3%	74.2%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,600	1.1%	72.3%	721	1.2%	74.3%	879	1.1%	70.7%
海外の子供向け(アニメーション)	1,197	0.8%	45.8%	920	1.5%	68.4%	277	0.3%	21.9%
海外の子供向け(アニメーション以外)	1	0.0%	50.0%	1	0.0%	50.0%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	61,232	43.1%	148.5%	31,151	52.1%	144.5%	30,081	36.6%	152.9%
音楽(洋楽)	803	0.6%	127.3%	505	0.8%	145.1%	298	0.4%	105.3%
ビデオカラオケ	26	0.0%	136.8%	26	0.0%	136.8%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	5,213	3.7%	77.3%	3,469	5.8%	75.2%	1,744	2.1%	81.7%
スポーツ	691	0.5%	149.6%	276	0.5%	93.6%	415	0.5%	248.5%
学校教育・企業教育・語学教育	127	0.1%	88.8%	119	0.2%	112.3%	8	0.0%	21.6%
成人娯楽	9	0.0%	900.0%	9	0.0%	900.0%	0	0.0%	—
その他	709	0.5%	97.3%	358	0.6%	79.7%	351	0.4%	125.4%
計	141,940	100.0%	99.7%	59,761	100.0%	101.0%	82,179	100.0%	98.8%

▼表7.レンタル店用(個人向け)の集計

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ (Ultra HDブルーレイ含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	5,892	16.9%	83.7%	5,051	16.0%	82.7%	841	25.1%	90.4%
日本のTVドラマ	2,064	5.9%	108.0%	2,064	6.5%	108.1%	0	0.0%	0.0%
洋画(TVドラマを除く)	7,868	22.5%	90.1%	5,919	18.8%	88.8%	1,949	58.2%	94.2%
海外のTVドラマ	3,877	11.1%	80.0%	3,867	12.3%	79.9%	10	0.3%	90.9%
アジアの映画	214	0.6%	74.3%	179	0.6%	66.1%	35	1.0%	205.9%
アジアのTVドラマ	4,773	13.7%	66.9%	4,773	15.1%	67.0%	0	0.0%	0.0%
日本のアニメーション(一般向け)	5,675	16.3%	83.5%	5,506	17.5%	84.1%	169	5.0%	69.0%
海外のアニメーション(一般向け)	941	2.7%	71.7%	749	2.4%	69.1%	192	5.7%	83.8%
日本の子供向け(アニメーション)	1,437	4.1%	80.7%	1,436	4.6%	80.8%	1	0.0%	25.0%
日本の子供向け(アニメーション以外)	394	1.1%	63.1%	394	1.2%	63.1%	0	0.0%	—
海外の子供向け(アニメーション)	1,047	3.0%	85.4%	893	2.8%	83.0%	154	4.6%	102.7%
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)	4	0.0%	44.4%	4	0.0%	44.4%	0	0.0%	—
音楽(洋楽)	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	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	674	1.9%	81.1%	674	2.1%	81.3%	0	0.0%	0.0%
スポーツ	2	0.0%	50.0%	2	0.0%	50.0%	0	0.0%	—
学校教育・企業教育・語学教育	3	0.0%	75.0%	3	0.0%	75.0%	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	39	0.1%	26.0%	39	0.1%	26.7%	0	0.0%	0.0%
計	39,904	100.0%	81.8%	31,553	100.0%	80.8%	3,351	100.0%	91.5%

## 2018年度『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』 キャンペーン最終報告

市場活性化キャンペーンワーキンググループでは、昨年度のキャンペーン実施をほぼ終え、2月20日(水)10時から当協会会議室において、会員社を対象とした「2018年度キャンペーン報告会」を行った。2018年度に実施した主な施策の概要とその結果については以下のとおり。

### 【主なキャンペーン施策の結果】 ＜セル、レンタル共通の施策＞

#### ●『劇場用フリーペーパーへの共同出稿』



劇場ユーザーにビデオの楽しさをアピールすることを目的に、2017年8月より毎月劇場用フリーペーパー3誌(『イオンエンターテイメントマガジン』『TOHOシネマズマガジン』『シネコンウォーカー』)へ共同出稿を本年度も引き続き毎月掲載した。本年度は4月号から翌1月号までで、セル、レンタル合計82作品の新作情報を掲載し、3誌合わせて毎月130万部発行、全国の映画館の75%で配布された。また、同ページ掲載の『ムビチケGIFTプレゼント』企画では、12/1～

年代	構成比	年代	構成比
10歳未満	0.2%	50代	28.7%
10代	3.0%	60代	10.9%
20代	11.2%	70代	2.5%
30代	13.9%	80代	0.5%
40代	24.5%	90代	—

▲『ムビチケGIFTプレゼント』応募者の年齢構成比

1/17までの応募状況を見ると1ヶ月半の間に約800通の応募があり、パッケージ世代の40代～50代を中心に同企画ページが読まれていることがわかる。

#### ●『4Kまるごとプレゼントキャンペーン』

当年度キャンペーンでは、更なる「ビデオの日」知名度のUPを目的とした施策として初めてオープンキャンペーンを実施した。「11月3日は〇〇〇の日」のクイズに答えていただいた全ての方を対象に、4KTV&4K再生機&4Kソフト50作品をセットにして、抽選で1名様にプレゼントするという企画。2018年10月1日～2018年12月31日の応募期間に、のべ応募総数20,378件と多くの応募があり、知名度UPに貢献できたと思われる。

また、「ビデオの日」知名度向上拡大及びパッケージ世代はアナログメディアを好む傾向を踏まえ、朝日・読売・毎日といった新聞やSPA!、女性セブンなど雑誌等17媒体にパブリシティを掲載し、総発行部数1,525万部を超える媒体に「ビデオの日」を露出できた。その他にも、DEGジャパンのご協力のもと、抽選で1名様にホームシアターシステムが当たるフォロー&リツイートキャンペーンも実施、「ビデオの日」公式アカウントフォロワー獲得、「ビデオの日」知名度UPに繋がった。

## <レンタル共通の施策>

### ●『レンタル感謝祭 ムビチケGIFTプレゼント』

映画館とビデオレンタル店のお客様の好循環を定着することを目的として、毎月抽選で500円以上レンタルした方200名様(11月の「ビデオの日」当月は500名様)にムビチケGIFTをプレゼントするキャンペーンを2018年10月1日～2019年3月31日の半年間実施した。期間中のキャンペーン告知は、ビデオレンタル店店頭でPOPを設置。キャンペーン期間が半年間なので、前半用・後半用と会員社からの協力で作品タイアップPOPを展開した。2019年1月中旬までの応募総数は、約1,400だった。

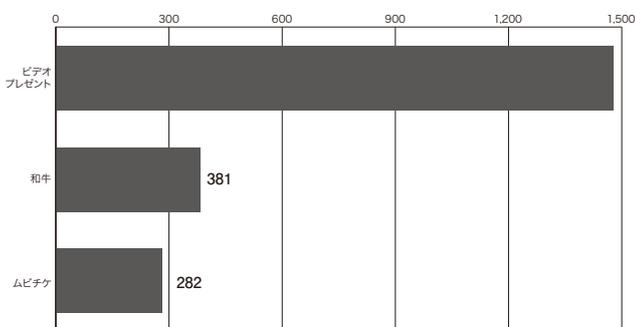
#### ▼▶店頭用POP(前半用)・(後半用)



## <セルの施策>

### ●『「11月3日はビデオの日」プレミアムキャンペーン』

昨年度実施した『プレミアム体験キャンペーン』で好評だった、ヘビーユーザーへの「体験(こと)」は大切にしながら、ライトユーザーを更に意識し、買い逃した作品をこの機会に買っていただけるような、プレゼントキャンペーンを実施した。2018年11月1日～12月31日のキャンペーン期間中にECを含むすべての販売店において、ビデオソフト(DVD、ブルーレイ、4KUHD)を1,000円以上の購入者を対象に、「プレミアムなモノ&体験」(全8賞品、総計230名様)を抽選でプレゼントするという企画。こちらはのべ応募総数2,335件であった。前回の『プレミアム体験キャンペーン』を更にブラッシュアップし、ビデオソフトをご購入する全てのお客様にご満足いただける賞品を用意した結果、応募期間を1ヶ月間短縮したが応募数は3倍以上伸びた。



▲応募上位3賞品/60%以上が「ビデオ」希望

本キャンペーンの告知としては、B2ポスター5千枚や各種店頭用POP展開、小冊子20万部や応募用紙兼用A4チラシなどで告知した。また、同キャンペーンの告知を目的として、(株)第一興商の展開する『ビックエコー』で下のスライドを曲の間

に表示する曲間CMも実施した他、会員各社の協力により、11月から12月に発売された70作品に『プレミアムキャンペーン』のインパッケージチラシを30万枚以上封入、会員社による力強いバックアップをいただいた。

#### ▼曲間CM



#### ▼インパッケージチラシ



## ●「ビデオの日」に合わせて各セル企業が各店の特徴を活かしたキャンペーンを展開。

今年度キャンペーンでは、昨年以上に「ビデオの日」に関連したキャンペーンを実施する企業が増え、文字通り業界一丸でのキャンペーンとなった。

例)

Amazon…… 2018年10月1日～11月3日まで、「11月3日はビデオの日」記念セール

楽天…… 購入者(10組20名)に抽選で『ファンタスティック・ビーストと黒い魔法使いの誕生』ジャパンプレミアにご招待、他にもポイント10倍キャンペーン、11月3日は「ビデオの日」11万3,000ポイント山分けキャンペーン、など

TSUTAYA… 「ビデオの日」ツイートキャンペーン(1万Tポイントが当たる!)

ハピネット…… ビデオでふり返るアニメの平成30年

ヨドバシカメラ&ビックカメラ… 洋画4社共同店頭キャンペーン

アニメイト…… 「ビデオの日」アニメイト 映像ソフト大感謝祭～対象商品5,000円ご購入毎にシリアル付応募用紙を配付。抽選で豪華景品をプレゼント 等

<イベント施策>

●プレミアムフライデー推進協議会が主催する「おつかれリセットフライデー」に参加

2018年キャンペーンのキックオフイベントとして、2018年6月から新たに働く女性に向け、がんばった“自分へのごほうび”というコンセプトのもと、金曜日に心や体をリセットすることを推奨する「おつかれリセットフライデー」の記者会見が6月27日に実施された。「ビデオの日」実行委員会副座長の川合史郎(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)が参加し「毎日頑張っている女性の皆さん!金曜日の夜には、ビデオでお気に入りの映画を見て、頑張った自分にご褒美をあげてください。」と話した。また、東京地区で行われた同イベント(7月20日開催)にブース出展し、「ビデオの日」を広くアピールした。

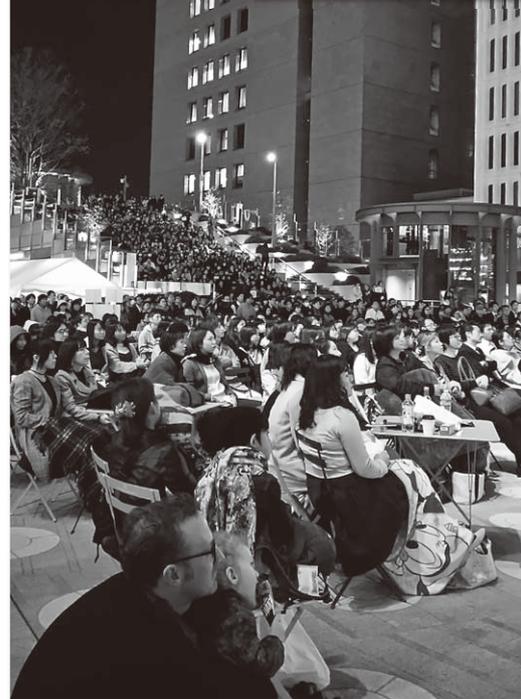
▼「おつかれリセットフライデー」の記者発表に参加した川合副座長(右から2番目)



●「東京国際映画祭」×「11月3日はビデオの日」コラボイベント『映像 百花繚乱上映会』を開催

前年度に続き、当年度も東京国際映画祭とのコラボイベントを実施した。第31回同映画祭期間中の新会場として加わった東京ミッドタウン日比谷の日比谷ステップ広場にて、高画質・高音質の本格的な野外シアターが設置された。この会場で、2018年10月26日から11月2日までの1週間、『グレイテスト・ショーマン』『ハン・ソロ/スター・ウォーズ・ストーリー』をはじめバラエティ豊かなコンテンツを期間中、毎日ビデオを上映した。期間中には約1万人と多数の方に映画、映像を楽しんでいただくと共に、「ビデオの日」認知向上にも効果があったと思われる。また、オリジナルで制作した『平成30年を振り返る』プロモーションビデオ(PV)を制作し、ビデオ上映の空き時間に上映した。このPV制作では会員社の協力のもと非常に沢山のビデオソフトのPVが使用されており、通りがかりの通行者も思わず足を止めていた。

▶「平成30年を振り返る」PV集



◀「グレイテスト・ショーマン」上映時には、圧巻の1500人以上を集客

【2018年度キャンペーンの総括】

キャンペーンも3年目を迎え、より多くのユーザーをターゲットとすることにより、課題であった「ビデオの日」の認知度、知名度の向上に少なからず貢献できた。

また、「ビデオの日」に合わせ、セル法人各社が自店の特徴を活かしたキャンペーンを実施し、年末キャンペーンとしての形が出来上がってきた。ただ、劇場とレンタルを結びつける施策は道半ばとなり、映画館との連携を発展できなかった。市場の縮小が進む中、メーカー、セル、レンタル法人が一丸となつてすすめる本キャンペーンの意義は大きく、より一層の業界一丸となつての推進・継続が必要となっている。

<総合評価>

- ・3年目を迎え、確実に「ビデオの日」の知名度が上がってきたこと。
- ・セルに関しては協法力人も増え、各お店の強いジャンルを「ビデオの日」を利用して売り伸ばす、また、年末のキャンペーンとしての位置づけができあがってきたこと。



## 第384回、第385回定例理事会開催報告

2019年2月5日(火)午後2時より当協会会議室において第384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 「第32回DVD&動画配信 一た大賞」に対する後援名義使用及び会長賞設定承認の件…承認

第2号議案 「2019年度音楽著作権管理者養成講座」開催の後援名義使用承認の件…承認

第3号議案 NPO法人JAVCOM No.154セミナーに対する後援名義使用承認の件…承認

### ●報告事項

1. 各分会報告について
2. 2018年「ビデオの日」キャンペーン結果報告書について
3. 2019年新年賀詞交歓会開催結果について
4. 知財関係報告(2018/12・2019/1)
5. 2019年度会費算定について
6. 2018年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について
7. 2018年11月度・12月度映像配信統計報告について
8. その他

2019年3月5日(火)午後2時より当協会会議室において第385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 2019年度事業計画(案)承認の件…承認

第2号議案 「第4回関西放送機器展」への後援名義使用承認の件…承認

第3号議案 「AUDIO FAIR 2019(OTOTEN)」への後援名義使用承認の件…承認

### ●報告事項

1. 各分会報告について
2. 市場活性化キャンペーン経過等報告
3. 知財関係報告(2019/2)
4. 2018年統計調査報告書について
5. 2019年1月度ビデオソフト売上速報について
6. 2019年1月度映像配信統計報告について
7. その他

## eメディア部会

### eメディア部会定例セミナー開催報告

eメディア部会運営委員会(栗橋三木也委員長 (株)KADOKAWA)は2月26日(火)に当協会会議室において、定例セミナーを開催し、40名が参加した。

2018年度2回目となる今回のセミナーは、井藤理人氏(Bytedance(株)グローバル ビジネス デイベロップメント本部長)を講師に迎えた。2017年に国内のサービスが開始され、昨年は若者を中心に広がりみせたモバイルショートムービープラットフォーム「TikTok」の事業内容や人気の秘密についてお話いただいた。

「TikTok」の人気の秘密は、ユーザーの興味や思考を記憶し見たいものだけを見られる優れたラーニング機能、見るにも作るにも手軽な最長15秒のコンテンツ、最先端の画像認識機能で、多様な動画を簡単に制作できることだと話した。

また、企業にとっては従来型広告メディアではなく、次のステップへのきっかけ「トリガー」となるブランディングメディアになると話した。質疑応答では、多くの質問があがり参加者の関心の高さが伺われた。

同委員会では今後も様々なセミナーを企画している。

## 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、「リッピング行為により私的複製したものをアップロードすること」、「リッピングによってコピーされたものをダウンロードすること」の違法性を広く消費者に訴えるための啓発キャンペーンを行っている。その一環として、田中光氏の漫画「サラリーマン山崎シゲル」のキャラクターがアンチリッピングを訴えかけるオリジナル動画を制作し、会員各社のレンタル商品にトレーラーとして収録する『アンチリッピングキャンペーン』を実施している。この進捗状況を把握するため、四半期ごとに収録作品を記録している。2019年1月から3月までの収録作品数は199作品、これまでに延べ2,115作品に収録された。(未回答有)

【参加社】(17社)

アスミック・エース(株)、(株)アニプレックス、エイベックス・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(株)、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、(株)バンダイナムコアーツ、(株)ポニーキャニオン、ワーナー ブラザース ジャパン(同)

## 著作権法改正案、通常国会提出見送り

### ●著作権法改正案 提出見送りまでの経過

リーチサイト(leech site)等の規制等を内容とする著作権法改正案は、与党の法案審査で了承が得られず、現在開会されている通常国会への提出が見送られることとなった。

文化審議会著作権分科会は、2月13日に「文化審議会著作権分科会報告書」をとりまとめた。この報告書では、以下の事項について、著作権法を改正すべきとしている。

- (1) リーチサイト等を通じた侵害コンテンツへの誘導行為への対応、
- (2) ダウンロード違法化の対象範囲の見直し、
- (3) アクセスコントロール等に関する保護の強化、
- (4) 著作権等侵害訴訟における証拠収集手続の強化、
- (5) 著作物等の利用許諾に係る権利の対抗制度の導入、
- (6) 行政手続に係る権利制限規定の見直し(地理的表示・種苗法関係)

法案提出見送りは、そのうちの「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に関し、与党自民党の了解が得られなかったためである。

内閣提出の法律案は、通常、審議会の審議結果に基づき法案が作成され、与党の法案審査を経て閣議決定され、国会に提出される。今回の著作権法改正案についても、以下のとおり与党の法案審査が行われた。

- 2月5日 公明党文部科学部会で概要審査
- 2月15日 自民党 文部科学会・知財戦略調査合同議で概要審査
- 2月22日 自民党 文部科学会・知財戦略調査合同議で条文審査
- 2月22日 公明党文部科学部会で条文審査
- 3月1日 自民党総務会
- 3月6日 自民党文部科学会・知財戦略調査合同役員会でヒアリング

3月13日 自民党文部科学会・知財戦略調査合同役員会  
その結果、今国会での法案提出が見送られることになった。

現行著作権法30条1項3号は次のとおり規定し、これに該当する行為は私的使用目的の権利制限規定の対象外とされている。

「著作権を侵害する自動公衆送信(国外で行われる自動公衆送信であつて、国内で行われたとしたならば著作権の侵害となるべきものを含む。)を受信して行うデジタル方式の録音又は録画を、その事実を知りながら行う場合」

### ●ダウンロード違法化の対象範囲見直しに関する改正法案の内容

改正案は、著作権法30条を次のように改める内容であったと伝えられている。

- (1) 「デジタル方式の録音又は録画」を「デジタル方式の複製(以下この号及び次項において「特定侵害複製」という。)」に改める。
- (2) 「前項第三号の規定は、特定侵害複製であることを重大な過失により知らないで行う場合を含むものと解釈してはならない。」とする項を新たに追加して2項とする。

また、罰則規定である現行著作権法119条3項は次のように規定している。

「第三十条第一項に定める私的使用の目的をもって、録音録画有償著作物等(録音され、又は録画された著作物又は実演等(著作権又は著作隣接権の目的となっているものに限る。))であつて、有償で公衆に提供され、又は提示されているもの(その提供又は提示が著作権又は著作隣接権を侵害しないものに限る。)をいう。)の著作権又は著作隣接権を侵害する自動公衆送信(国外で行われる自動公衆送信であつて、国内で行われたとしたならば著作権又は著作隣接権の侵害となるべきものを含む。)を受信して行うデジタル方式の録音又は録画を、自らその事実を知りながら行って著作権又は著作隣接権を侵害した者は、二年以下の懲役若しくは二百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。」

改正法案では、以下のように改める内容と伝えられている。

- (1) 「デジタル方式の録音又は録画」を「デジタル方式の複製(以下この条において「有償著作物等特定侵害複製」という。)」と改める。
- (2) 「自らその事実を知りながら」を「自ら有償著作物等特定侵害複製であることを知りながら」と改める。
- (3) 「著作権又は著作隣接権を侵害した者は」を「著作権又は著作隣接権を侵害する行為を継続的に又は反復して行った者は、」と改める。

### ●ダウンロード違法化対象範囲に関する改正法案に対する各界の反応

この改正案について、著作権法の研究者や学術団体、著作者団体その他各種団体から慎重審議を求める見解が表明された(本稿末尾参照)。

他方、2月28日に、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)が改正法案を支持する見解「ダウンロード違法化の対象範囲の見直しに関する意見として」を表明している。

明治大学知的財産法政策研究所長の高倉成男教授らが呼びかけ人となり、知的財産法の研究者らが2019年2月19日に公表した「「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に関する緊急声明」(賛同者105名、2団体(2月26日10時現在))では、「ダウンロード違法化の対象範囲について、立法措置を図るに際しては、さらに慎重な議論を重ねることが必要」とし、今通常国会で法改正が行われる場合について、「少なくとも、民事的規制及び刑罰のいずれについても、規制対象を被害実態の明らかになっている海賊版対策に必要な範囲に客観的な要件により限定し、刑事罰についてはその萎縮効果大きさに鑑みて更なる限定を行うことが不可欠」としている。同日、上記緊急声明の捕捉資料として公表された「ダウンロード違法化の対象範囲の具体的制度設計のあり方について」2頁では、「少なくとも、民事的規制・刑事罰ともに「原作のまま」及び「著作権者の利益が不当に害される場合に限る」

当に害される場合に限る」との要件を定めることが必要であり、刑事罰についてはさらに悪質な行為に限定する等の謙抑的な対応が求められる。」としている。

これらの見解は、立法事実である違法にアップロードされたプロの創作した漫画等のダウンロードを著作権法30条1項3号に追加することに異議があるわけではないようである。著作権法は、プロが創作した著作物だけでなくアマチュアが創作した著作物を対象としており、改正法案はアマチュアが創作した著作物に適用されると弊害があるとの趣旨であろう。

また、私的使用目的の権利制限規定を「私的領域内における国民の情報収集自由を確保する機能有しており、個人の知的・文化活動を支える法的基盤」と積極的に位置付けている。そして、その根拠として、自炊代行事件の知的財産高等裁判所判決(平成26年10月22日(平成25年(ネ)第10089号)があげられている。

この判決書34頁では、「著作権法30条1項は、個人の私的な領域における活動の自由を保障する必要性があり、また閉鎖的な私的領域内での零細な利用にとどまるのであれば、著作権者への経済的打撃が少ないことなどに鑑みて規定されたものである」とした上、自炊代行業者の行う複製行為に著作権法30条1項の要件を充足しないと判断している。

また、明治大学知的財産法政策研究所部会資料検証WGの「「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に関する自由民主党文部科学部会・知的財産戦略調査会合同会議(平成31年2月22日)配布資料の検証レポート[基本的な考え方・Q&A関係]」7頁では、昭和59年4月25日の衆議院文教委員会における加戸文化庁次長の答弁をあげている。

これは、公衆の使用に供することを目的として設置されている自動複製機器による複製を権利制限の対象外とする法改正を行った際の衆議院文教委員会議事録第10号20頁第3段に記された答弁であろう。

## 【研究者・学術団体等】

- ・1月23日 ダウンロード違法化の対象範囲拡 に対する反対声明(日本マンガ学会)
- ・2月8日 ダウンロード違法化の全著作物への拡大に対する懸念表明と提言(一般財団法人情報法制研究所著作権と情報法制研究タスクフォース)
- ・2月19日 「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に関する緊急声明(知的財産法研究者等)
- ・3月11日 著作権法改正に伴う「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」についての緊急会長声明(日本建築学会)
- ・3月13日 著作権法上の「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」についての意見(日本学術会議会員有志)
- ・3月13日 ダウンロード違法化の対象範囲の拡大に反対する緊急声明(弁護士有志)

## 【各種団体等】

- ・2月21日 「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に対する意見(アジアインターネット日本連盟)
- ・2月21日 今国会に提出される著作権法改正「リーチサイト規制」「ダウンロード違法化の対象範囲見直し」について(出版広報センター、2019/2/21)
- ・2月26日「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に対する意見(一般社団法人日本知的財産協会次世代コンテンツ政策プロジェクト)
- ・2月27日 「ダウンロード違法化の対象範囲見直し」に関する声明(公益社団法人日本漫画家協会)
- ・3月10日 著作権法「ダウンロード違法化の対象範囲見直し」について(全国同人誌即売会連絡会)
- ・3月13日 著作権法改正に伴う「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に関する声明(公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会)
- ・3月16日 著作権法改正に伴う「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」に関する声明(公益社団法人日本インダストリアルデザイナー協会)



政府統計  
経済産業省  
工業統計課

# 工業統計調査

皆様のご回答をお願いします。

調査期日  
**2019年6月1日**

総務省・経済産業省・都道府県・市区町村  
<http://www.meti.go.jp>

ぜひインターネットでご回答ください。 工業統計 投票

## 製造事業所の皆様へ

総務省・経済産業省

総務省・経済産業省では、工業統計調査を2019年6月1日現在で実施します。本調査は、製造業を営む事業所を対象に、1年間の生産活動に伴う製造品の出荷額、原材料使用額などを調査し、製造業の実態を明らかにすることを目的としています。

本調査は、国の重要な統計調査であり、調査結果は国や地方公共団体の行政施策の重要な基礎資料として使われるほか、大学や民間の研究機関等においても広く利用されています。

調査をお願いする製造事業所には、本年5月中旬から6月にかけて、調査票を統計調査員が持って伺いますか、または国から直接郵送でお届けいたしますので、お忙しい時期とは存じますが、調査にご理解いただきますようよろしくお願いいたします。

また、同時に実施している経済構造実態調査の対象事業所におかれましては、両調査にご回答をお願いします。

なお、皆様からご提出いただく調査票については、統計法に基づき調査内容の秘密は保護されますので、正確なご記入をお願いします。

## 不正商品対策協議会定時総会開催報告

不正商品対策協議会(ACA)の第34期(2019年度)定時総会が、3月18日(月)18時から、銀座プロッサム中央会館7F「ジャスミン」において開催された。

島谷能成代表幹事(JVA会長)の議事進行により、

- (1) 2018年度事業報告及び2018年度決算報告承認の件
- (2) 役員改選の件
- (3) 2019年度事業計画及び2019年度収支予算承認の件の議案が諮られ、原案どおり全会一致で承認された。

2018年度は、警察庁の支援のもと、関係省庁、関係団体と連携して、知的財産の保護と不正商品の排除に係わる各種事業を積極的に展開した。

ACAのメイン事業である広報啓発キャンペーン「ほんと?ホント!フェア」は、2月の熊本県開催をはじめ各都県の警察本部からご支援をいただき、合計6ヵ所で開催した。また5月の秋葉原開催から12月の岩手県開催までの5つのフェアに関しては、「日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」との共同事業とし

て、経済産業省の支援を受けながら、(一社)コンテンツ海外流通促進機構(CODA)と共催の形をとった。各フェアとも多くの来場者を集め、成功裏に終えることができた。

各種広報啓発活動としては、「第7回著作権を守ろう!ポスターコンクール」の開催や、今回で15回目となる知的財産保護に関する啓発リーフレットを製作・配布するなどした。

その他、外部主催の各種イベントへの出展参加は、東京都港区の「消費生活展」や「相模消費生活フェスタ2018」の2行事となった。

調査・研究部会の活動としては、2018年から会員間でプチセミナーを開催し、会員間における情報共有やそれぞれが実施する知的財産保護活動について互いに理解を深めた。その他、「ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害対策協議会」(CCIF)の事務局(実務はACCSが担当)を担当するなど各種事業を推進した。

(執筆:ACA事務局)

## 『ほんと?ホント!フェアin香川 ~海賊版は買わない! 偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない! 違法サイトは見ない!~』を開催

3月10日(日)、不正商品対策協議会(ACA)は『ほんと?ホント!フェアin香川 ~海賊版は買わない! 偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない! 違法サイトは見ない!~』を、イオンモール綾川(香川県綾歌郡綾川町)にて開催した。当日はあいにくの空模様にもかかわらず、家族連れを中心に約1,800人が来場した。

当日は、2018年バルーン世界選手権優勝者MERRYちゃんが練り広げるバルーンショーや、Dressingちゃんによるミニライブ、香川県警察音楽隊サクサンアンサンブルが奏でるミニコンサートなどの様々なステージイベントに加え、香川県警察のシンボルマスコット「ヨイチ」の写真撮影会などが行われ、会場は大いに盛り上がった。来場者は、知的財産権に関する問題が出題

される○×クイズ大会や、約100点にも上るホンモノ・ニセモノの比較展示とそれらを見分けるクイズラリーなどを楽しんでいった。このフェアは、インターネットを悪用した知的財産侵害事犯が身近になる中で、知的財産の保護と不正商品の排除の大切さについて、広く一般消費者に対し訴えかける催しとなった。

◇主 催 不正商品対策協議会(ACA)

◇後 援 警察庁/香川県警察/特許庁

◇協 力 国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)/イオンモール綾川

詳細は不正商品対策協議会ホームページまで  
(<http://www.aca.gr.jp/>)

(執筆:ACA事務局)



▶香川県警察シンボルマスコット「ヨイチ」ふれあい撮影会

◀ホンモノ・ニセモノ比較展示の様子



▲「不正商品を撲滅するぞ!」

## 中国における日本コンテンツの流通促進に向けて

日本コンテンツの海外展開においては、海賊版対策と正規版流通を車の両輪として実施していくことが重要である。コンテンツ海外流通促進機構（CODA）は、その名の通り、日本コンテンツの海外展開の促進を目的に設立された団体である。海外展開にあたり、当面の活動の中心は世界各国・地域における知的財産権侵害への対策であり、地道な共同エンフォースメントを進めている。

そして昨今、こと中国においては、特にオンラインでの配信において、中国国内でのビジネスの発展に伴い、侵害に対する意識が急激に変わりつつある。日本コンテンツの正規ライセンスを希望する事業者が急激に増えており、ライセンスを取得した事業者が、国内における海賊版に目を光らせるなど、自浄のサイクルが生まれつつある。

これに伴い、流通促進に係る具体的な協力が始まった。

### ■中国文化伝媒新文創（IP）プラットフォームに関する覚書を締結

CODAは2019年3月、中国文化観光部直轄の国営企業である中国文化伝媒集团有限公司と、日本コンテンツの中国における流通促進・権利保護を目的とした「中伝新文創（IP）プラットフォーム」に関する協力の覚書を締結した。

中国文化観光部の全面的バックアップのもと実現した「中伝新文創（IP）プラットフォーム」は、オンラインを通じて中国における日本コンテンツの知的財産権登録が行えるもので、

- ①権利情報が審査を経てデータベース化され、その電子登録証が正規品を証明することによる、中国国内における日本コンテンツの流通促進
- ②権利侵害が行われた際の「権利帰属の証明」として利用できるほか、登録作品については中国において中国の政府の支援による同社の独自調査が行われるなどの中

国においては先進的な侵害対策という、流通促進／侵害対策の両方でメリットが享受できる画期的な取り組みとなっている。

3月13日には、中国文化観光部産業開発課、北京市文化観光局、中国文化伝媒集团有限公司などの主催による署名式が、北京市内のホテルで執り行われた。

署名式に参加した当該プラットフォームを運営する中国文化伝媒集团有限公司の子会社中伝悦衆（北京）文化発展有限公司の秦智勇社長は、「CODAとの協力により、多くの良質な日本コンテンツホルダーが中国市場に参入することを期待し、中国政府がよりよく知的財産権を保護できるためのサービスを提供したい」、CODAの後藤健郎代表理事は、「迅速な侵害対策が行われることで、日本コンテンツの中国市場での流通が促進されることを期待する」と述べた。

19日には、東京都内のホテルにおいても署名式や記者発表会のほか、日本のコンテンツホルダーに対する事業案内セミナーを予定している。

### ■チャイナモバイルの子会社「MIGU」との覚書を締結

CODAは2月27日、上海市内に所在する「MIGU」社において、中国における日本コンテンツの映像配信に向けた基本覚書を締結した。

MIGUは、中国移動（中国移动通信集团有限公司：China Mobile）の子会社で、その動画配信事業を担っている。中国移動は、2019年1月現在、9億2,748万人の契約者数を誇る世界最大の移動体通信事業者であり、中国国内では70%のシェアを占めている。

正規の日本コンテンツの配信を積極的に進めたいMIGUがCODAに協力を求めたことから、この度の基本覚書締結が実現した。

中国の多くのユーザーが日本の正規のコンテンツにアクセスできる機会となることを期待している。

（執筆：CODA事務局）



▲IPプラットフォームに関する覚書、署名式の様子



▲「MIGU」と覚書、署名式の様子

## Relay essay

vol.136



工藤 孝次 氏(エイベックス・ピクチャーズ㈱MD&amp;マネジメント・グループ セネラルマネージャー)からのご紹介

阪口 滋 氏(㈱ポニーキャニオン マーケティング本部 マーケットプロモーション2部 部長)

## 『Marines is My Life』

Jリーグ元年でもあった1993年、新卒でポニーキャニオンに入社し、名古屋で社会人生活をスタートさせました。小学校～大学生活においてサッカー部に所属(大学はサークルでしたが)していたのですが、なぜか観戦は野球の方が好きで、遠く離れた地元・千葉に移転してきて間もない球団は気になる存在ではありましたが、ただし、ドラゴンズ一色に染まる名古屋では殆ど話題になることもなく、今の生活からは想像もつかないほど、千葉vロッチェマリナーズとは適度な距離のあった日々でした。

1998年、長くなった名古屋生活も終盤に差し掛かっていた頃、ある「事件」が起こります。マリナーズが未だにプロ野球史上に燦然と輝く公式戦18連敗を喫してしまったのです。そして、この「事件」がその後の私の人生に大きな影響を与えることとなりました。

12連敗したあたりから「日本記録」(それまでは16連敗)がかかってきたこともあり、さすがに名古屋でも連日ニュースで取り上げられ出しました。そのような中、クローズアップされたのが、チームに罵声も浴びせることもなく必死で応援を続けるマリナーズファンでした。彼らは、横断幕で「マリナーズ、俺たちがついてる」というメッセージを、「俺たちの誇り千葉マリナーズ」という歌を、送り続けていました。連敗が重なるにつれ、スタンドのマリナーズファンの数が増えていったそうです。～好きになってしまった以上、どんな状況であろうとも、サポートをしなくてはならない。～この時以来、地元・千葉とそこにある決して強くないチームへの想いが熱いものへと昇華してしまった気がします。同年、転勤が決まると、勿論、千葉に戻って家を探しました。

2005年にはボビーマジックで千葉に移転以来初の、2010年にはシーズン3位から「史上最大の下克上」で日本一となりましたが、私にとっての一貫した千葉ロッテマリナーズの魅力、それは、等身大の愛すべき地元チームであることに尽きます。昨年、様々なファンサービスが奏功し、球団経営も

初の黒字に転じました。とは言え、金満球団のそれには程遠く、我々もなるべく球場でお金を落として経営の底上げに貢献し、選手の補強へ繋がるように、と常に考えています。球団も、県内の小学校に選手を派遣してノートを配ったり、地元企業に赴いては協賛を呼び掛けたり、商工会に行っても球場への動員をお願いしたりと、一層地域に根差していくための努力を重ねています。さらに個人的に球団の方と飲みに行っても意見交換をしたり、普段からショートメッセージでやり取りをしたりするなど、日常生活とは切り離せないところにこのチームがあります。

首題の『Marines is My Life』は、かつてライトスタンドを覆っていたビッグフラッグに刻み込まれていたメッセージです(写真は2004/8/13のオリックス戦で撮影したもの。現在は別のモノが掲げられています)。1シーンに異常に興奮し、緊張し、家族や友人、時には知らない人と抱き合い、喜び、泣く。選手に街でバッタリと遭遇したことも数知れず。人生を豊かにしてくれるのは、この、やけに人間味のある愛すべき地元チームのおかげである、と言い切れます。感謝の念と共に、引き続き、このチームを支え、且つ、魅力を発信していきたいと思っています(今回バトンを受けた工藤さんも同郷人。高いユニフォームを購入していただいて、ライトスタンドにお誘いしたお一人です)。

最後に、数年前に私の母親(今やライトスタンドにいるコアメンバーのグループの一員)が球団全主催試合に参戦するといった離れ業をやったのけましたが、自分もいつかそれをやり遂げようと思います。



## ▼日誌に見る協会の動き

## 【2月】

- 1日 権利者団体対応委員会  
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
- 12日 総合連絡委員会
- 15日 ACA企画広報部会
- 19日 東北地区連絡協議会定例会議

- 20日 「ビデオの日」会員社報告会
- 25日 市場活性化キャンペーンWG全体会議
- 26日 eメディア部会定例セミナー
- 28日 業務部幹事会

## 【3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
- 12日 総合連絡委員会
- 13日 2018年統計調査記者発表会
- 14日 ユーザー動向調査会議
- 25日 市場活性化キャンペーンWG全体会議
- 26日 JASRAC協議
- 27日 ユーザー動向調査会議  
業務部会幹事会

# 一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2019年4月1日現在

## ■ 正会員(28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)小学館  
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  
(株)バンダイナムコアーツ  
(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(14社)

(株)アニプレックス  
(株)一丸印刷所  
(株)IMAGICA Lab.  
エイベックス・エンタテインメント(株)  
カルチュア・エンタテインメント(株)  
(株)キュー・テック  
(株)金羊社  
(株)ジャパン・ディストリビューションシステム  
ソニー PCL (株)  
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ  
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)

2019年4月17日発行

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?

毎年 11月3日は  
ビデオの日

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