



一般社団法人  
日本映像ソフト協会 会報  
No.216

一般社団法人 日本映像ソフト協会  
会員社名(五十音順) 2024年4月1日現在

■ 正会員(24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)  
NHK エンタープライズ(株)  
NBC ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)  
KADOKAWA(株)  
ギャガ(株)  
キングレコード(株)  
小学館(株)  
松竹(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)  
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)  
日活(株)  
バップ(株)  
ハピネット・メディアマーケティング(株)  
バンダイナムコフィルムワークス(株)  
ポニーキャニオン(株)  
ユニバーサルミュージック(同)  
よしもとミュージック(株)  
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(13社)

アニプレックス(株)  
九堂印刷所(株)  
エイベックス・ミュージック・クリエイティブ(株)  
SBSロジコム(株)  
カルチュア・エンタテインメント(株)  
クープ(株)  
金羊社(株)  
ジャパン・ディストリビューションシステム(株)  
ジーエフケー・インサイト・ジャパン(株)  
ソニーPCL(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(株)  
メモリーテック(株)

# JVA Report

No.216  
2024. April  
4

## Main Reports

- 2023年 年間統計調査結果
- JVA統計調査 過去10年を振り返る
- デジタル配信部会 活動報告

2024年4月12日発行

編集・発行 一般社団法人 日本映像ソフト協会

〒104-0061 東京都中央区銀座5丁目13番3号 いかわビルディング7階  
電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>

アンチリッピングキャンペーン

知っていますか?

❗ DVDのリッピングは違法です!

日本映像ソフト協会





東銀座界隈の風景：新橋演舞場裏の桜



月間売上統計(12月、1月、2月) ..... 2

2023年 年間統計調査結果について ..... 3

JVA統計調査 考察 ..... 8

デジタル配信部会 活動報告 ..... 11

リレーエッセイVol.157 ..... 13

第436回～438回 定例理事会報告 ..... 14

日誌に見る協会の動き ..... 14

編集後記 ..... 14

2023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)	4,259	85.8%	144.7%	950	70.3%	118.8%	171	75.0%	増減 10社 14社 2社	32,991	79.8%	100.1%	8,164	56.7%	93.5%	2,349	94.9%
特殊ルート	5	0.1%	125.0%	35	2.6%	322.1%	4	200.0%		93	0.2%	44.3%	737	5.1%	53.9%	44	191.3%
レンタル店用	650	13.1%	94.2%	360	26.7%	59.3%	228	88.0%		7,809	18.9%	77.4%	5,349	37.2%	65.5%	2,597	52.3%
業務用	51	1.0%	154.5%	6	0.4%	132.4%	7	350.0%		431	1.0%	121.4%	147	1.0%	271.9%	112	143.6%
DVDビデオ	4,965	34.8%	135.3%	1,351	46.7%	95.0%	410	83.5%		41,324	35.9%	94.7%	14,397	53.7%	78.6%	5,102	67.7%
販売用(個人向)	9,216	99.0%	134.1%	1,499	97.3%	130.7%	264	96.0%		72,694	98.4%	104.1%	12,025	96.9%	100.0%	2,483	102.0%
特殊ルート	4	0.0%	18.2%	1	0.1%	23.5%	0	-		226	0.3%	69.8%	31	0.2%	65.0%	0	-
レンタル店用	29	0.3%	42.6%	31	2.0%	75.0%	5	166.7%		405	0.5%	48.0%	267	2.2%	48.1%	53	63.1%
業務用	64	0.7%	914.3%	11	0.7%	875.3%	0	-		586	0.8%	264.0%	87	0.7%	222.1%	0	0.0%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	9,313	65.2%	133.6%	1,542	53.3%	129.2%	269	96.8%		73,911	64.1%	103.8%	12,410	46.3%	98.0%	2,536	100.7%
合計	14,278	100.0%	134.2%	2,892	100.0%	110.6%	679	88.3%	115,235	100.0%	100.4%	26,806	100.0%	86.5%	7,638	75.9%	

◎今月の売上報告社数……26社(※前年同月の報告社数27社) ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他は増減なし、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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。

2024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)	1,668	76.1%	50.0%	480	56.2%	60.9%	199	153.1%	増減 5社 19社 2社	1,668	76.1%	50.0%	480	56.2%	60.9%	199	153.1%
特殊ルート	4	0.2%	26.9%	67	7.9%	51.1%	17	850.0%		4	0.2%	26.9%	67	7.9%	51.1%	17	850.0%
レンタル店用	478	21.8%	67.7%	228	26.8%	53.8%	125	58.7%		478	21.8%	67.7%	228	26.8%	53.8%	125	58.7%
業務用	42	1.9%	70.8%	78	9.1%	120.2%	5	500.0%		42	1.9%	70.8%	78	9.1%	120.2%	5	500.0%
DVDビデオ	2,193	30.7%	53.3%	853	55.3%	60.5%	346	100.0%		2,193	30.7%	53.3%	853	55.3%	60.5%	346	100.0%
販売用(個人向)	4,625	93.3%	73.4%	654	94.9%	58.4%	194	125.2%		4,625	93.3%	73.4%	654	94.9%	58.4%	194	125.2%
特殊ルート	253	5.1%	12626.6%	22	3.2%	5039.8%	12	-		253	5.1%	12626.6%	22	3.2%	5039.8%	12	-
レンタル店用	35	0.7%	70.7%	1	0.2%	9.5%	1	20.0%		35	0.7%	70.7%	1	0.2%	9.5%	1	20.0%
業務用	45	0.9%	567.4%	12	1.7%	1360.8%	0	-		45	0.9%	567.4%	12	1.7%	1360.8%	0	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,957	69.3%	78.0%	689	44.7%	60.8%	207	129.4%		4,957	69.3%	78.0%	689	44.7%	60.8%	207	129.4%
合計	7,150	100.0%	68.3%	1,542	100.0%	60.6%	553	109.3%	7,150	100.0%	68.3%	1,542	100.0%	60.6%	553	109.3%	

◎今月の売上報告社数……26社(※前年同月の報告社数27社) ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他は増減なし、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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。

2024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)	2,337	76.8%	127.1%	579	54.1%	113.6%	244	131.9%	増減 8社 16社 2社	4,009	76.4%	77.5%	1,059	55.1%	81.6%	443	140.6%
特殊ルート	20	0.7%	338.9%	133	12.4%	480.9%	38	1266.7%		24	0.5%	116.0%	200	10.4%	125.6%	55	1100.0%
レンタル店用	657	21.6%	82.5%	355	33.1%	62.9%	130	50.2%		1,143	21.8%	76.0%	583	30.3%	59.0%	255	54.0%
業務用	28	0.9%	66.0%	4	0.3%	10.6%	8	800.0%		70	1.3%	68.8%	81	4.2%	82.5%	13	650.0%
DVDビデオ	3,042	31.6%	113.4%	1,070	53.9%	94.3%	420	93.8%		5,246	31.2%	77.2%	1,923	54.5%	75.6%	766	96.5%
販売用(個人向)	6,471	98.4%	159.3%	879	96.2%	143.5%	229	147.7%		11,103	96.2%	107.2%	1,533	95.6%	88.5%	423	136.5%
特殊ルート	6	0.1%	64.1%	1	0.1%	74.9%	0	-		258	2.2%	2348.2%	23	1.4%	1601.8%	12	-
レンタル店用	84	1.3%	214.3%	32	3.5%	235.0%	7	350.0%		118	1.0%	134.3%	33	2.1%	128.5%	8	114.3%
業務用	18	0.3%	92.9%	2	0.2%	96.2%	0	-		63	0.5%	233.5%	14	0.9%	454.5%	0	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,578	68.4%	159.3%	914	46.1%	145.3%	236	150.3%		11,543	68.8%	110.1%	1,603	45.5%	90.9%	443	139.7%
合計	9,620	100.0%	141.2%	1,985	100.0%	112.5%	656	108.4%	16,789	100.0%	97.1%	3,526	100.0%	81.9%	1,209	108.8%	

◎今月の売上報告社数……26社(※前年同月の報告社数27社) ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他は増減なし、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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。



# JVA2023年(1月~12月)年間統計調査結果について

## ～売上金額は1,152億3,500万円で前年比100.4%に～

当協会の業務部会マーケット調査委員会は、2023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『日本映像ソフト協会統計調査報告書 Vol.96』にまとめました。

つきましては、ここに結果の抜粋となりますが2023年の統計調査結果についてご報告いたします。

なお、本報告書は一般の方にも有料にて頒布しております。本件のお問い合わせにつきましては、協会ホームページの「お問い合わせ」にアクセスしてください。

### はじめに

2023年は、ようやくコロナ禍がひと段落し、アフターコロナへの移行が見えてきた年となった。昨年に比べ消費者レベルのマインドは変化しつつあり、より経済を回していこうという考えにシフトしていることがうかがえる。特に2023年5月に新型コロナウイルスが5類に

分類されたことにより、コロナ禍で抑制されていたライブなどのリアルイベントが活況な一年となった。その一方で、円安による部材・原材料高騰により、一部ビデオソフトの値上げが起こっているということも押さえておきたい。

1 2023年のビデオソフトの総売上は1,152億3,500万円で前年比100.4%とわずかに前年を上回る実績となった。JVAが集計する年間売上実績で前年を上回ったのは実に19年ぶりとなる。下半期だけでみると581億6,100万円で前年同期比96.7%と前年同期を下回っているが、上半期が570億7,400万円で同102.2%と前年同期を上回ったことで、年間でもわずかに上回る結果となった。

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413億2,400万円で前年比94.7%と減少しているが、ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)は739億1,100万円で前年比103.8%と前年を上回る結果となった。構成比ではDVDビデオの構成比が35.9%(2022年は38.0%)、ブルーレイの構成比が64.1%(2022年は62.0%)となり、ブルーレイの構成比が堅調に拡大してきている。 <表1>

表1. ビデオソフトの売上

摘要	百万円			枚		
	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	41,324	35.9%	94.7%	14,396,528	53.7%	78.6%
ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む)	73,911	64.1%	103.8%	12,409,650	46.3%	98.0%
ビデオソフトの総売上	115,235	100.0%	100.4%	26,806,178	100.0%	86.5%

表2. DVDビデオの流通チャンネル別売上

	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	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向け)	32,991	79.8%	100.1%	8,164,391	56.7%	93.5%
特殊ルート	93	0.2%	44.3%	736,609	5.1%	53.9%
レンタル店用(個人向け)	7,809	18.9%	77.4%	5,349,026	37.2%	65.5%
業務用	431	1.0%	121.4%	146,502	1.0%	271.9%

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			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(個人向け)	72,694	98.4%	104.1%	12,025,094	96.9%	100.0%
特殊ルート	226	0.3%	69.8%	30,566	0.2%	65.0%
レンタル店用(個人向け)	405	0.5%	48.0%	267,080	2.2%	48.1%
業務用	586	0.8%	264.0%	86,910	0.7%	222.1%

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			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(個人向け)	105,685	91.7%	102.8%	20,189,485	75.3%	97.3%
特殊ルート	319	0.3%	59.7%	767,175	2.9%	54.2%
レンタル店用(個人向け)	8,214	7.1%	75.1%	5,616,106	21.0%	64.4%
業務用	1,017	0.9%	176.3%	233,412	0.9%	250.9%

表5. 各流通チャンネルにおけるDVDビデオとブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)の割合

A. 販売用(個人向け)

摘要	百万円			枚		
	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	32,991	31.2%	100.1%	8,164,391	40.4%	93.5%
ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む)	72,694	68.8%	104.1%	12,025,094	59.6%	100.0%

B. レンタル店用(個人向け)

摘要	百万円			枚		
	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	7,809	95.1%	77.4%	5,349,026	95.2%	65.5%
ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む)	405	4.9%	48.0%	267,080	4.8%	48.1%

2 ビデオソフト全体の売上金額を流通チャン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、91.7対0.3対7.1対0.9となり、販売用の割合が増加し(2022年は89.5%)市場の9割を超える構成比となった。 <表4>

(TVドラマを除く)が84.7%(前年85.1%)、『日本のアニメーション(一般向け)』が84.5%(同83.4%)、『音楽(邦楽)』が66.1%(同64.2%)、『邦画(TVドラマを除く)』が59.5%(同58.4%)、『日本のTVドラマ』が59.1%(同56.6%)となっている。 <表7>

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1,056億8,500万円で、前年比102.8%と前年を上回った。ブルーレイは726億9,400万円で前年比104.1%、DVDビデオは329億9,100万円で前年比100.1%と共に前年を上回る結果となった。販売用全体に占めるブルーレイの売上金額の構成比は68.8%となり、7割近くまで構成比を拡大してきている。 <表5>

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(50.6%)の『音楽(邦楽)』は当年、『Snow Man』や『King & Prince』がそれぞれ2作品ずつリリースしたこともあり、前年比118.9%と売上を大きく伸ばした。また構成比3位(8.1%)の『日本のTVドラマ』も『silent』や『クロザキ(2022年版)』などの作品が売上を伸ばしたこともあり、前年比117.8%と前年を大きく上回った。

一方、構成比2位(21.3%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は前年比95.5%、構成比4位(5.8%)の『洋画(TVドラマを除く)』は同68.0%、構成比5位『邦画(TVドラマを除く)』は同77.2%とそれぞれ前年を下回る結果となった。各ジャンルの売上金額におけるブルーレイの割合は、『洋画

4 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、構成比1位(48.7%)の『音楽(邦楽)』は前年比122.4%、構成比4位(6.9%)の『日本のTVドラマ』は同122.9%とともに前年を大きく上回った。一方、構成比2位(26.1%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は前年比96.7%と前年を下回り、構成比3位(7.1%)の『洋画(TVドラマを除く)』は同67.7%、構成比5位(3.6%)の『邦画(TVドラマを除く)』も同78.7%とそれぞれ前年を大きく下回る結果となった。 <表7>

5 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(55.0%)の『音楽(邦楽)』が前年比112.7%と売り上げを大きく伸ばし、ひとつのジャンルで全体の半数以上を占めるという結果となった。また構成比2位(10.6%)の『日本のTVドラマ』も同111.0%と前年を上回った。一方、構成比3位(10.6%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が前年比89.3%、構成比4位(5.3%)の『邦画(TVドラマを除く)』が同75.0%、構成比5位(4.3%)の『芸能・趣味・教養』も同89.4%とそれぞれ前年を大きく下回る結果となった。 <表7>

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82億1,400万円で、前年比75.1%と前年を大きく下回った。売上金額全体に占めるブルーレイの割合が4.9%となり、前年の7.7%から縮小した。全体の95.1%を占めるDVDビデオの売上金額は78億900万円で前年比は77.4%となった。またブルーレイのレンタル店用の売上金額は4億500万円で前年比48.0%と前年から約半減という結果となった。  
<表5>

7 レンタル店用全体の売上をジャンル別にみると、構成比1位(25.5%)の『アジアのTVドラマ』が前年比79.8%、構成比2位(23.9%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が同96.1%、構成比3位(14.4%)の『邦画(TVドラマを除く)』が同61.5%、構成比5位(10.8%)の『洋画(TVドラマを除く)』が同54.5%と、それぞれ前年を下回る結果となった。一方、構成比4位(10.9%)の『日本のTVドラマ』が前年比125.6%と上位のジャンルのなかで唯一前年を上回った。  
<表8>

8 売上金額を売上数量で割って単純に求めた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4,041円で前年比107.1%、ブルーレイの販売用も6,045円で

同104.1%とそれぞれ前年から上昇した。  
DVDビデオの『レンタル店用』の平均単価は1,460円となり前年比118.1%と大きく上昇した。『アジアのTVドラマ』『日本の子供向け(アニメーション)』の単価上昇が影響したとみられる。一方、ブルーレイの『レンタル店用』の平均単価は1,516円で前年比99.8%と前年からわずかに低下する結果となった。  
<表6>

以上

表6. ビデオソフトの平均単価<参考>

摘要	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,870	120.6%
販売用(個人向け)	4,041	107.1%
レンタル店用(個人向け)	1,460	118.1%
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	5,956	105.9%
販売用(個人向け)	6,045	104.1%
レンタル店用(個人向け)	1,516	99.8%

注)この平均単価とは、売上金額の合計値を売上数量合計値で割って求めている。

表7.販売用(個人向け)の集計

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 (UHDを含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	4,354	4.1%	77.2%	1,762	5.3%	75.0%	2,592	3.6%	78.7%
日本のTVドラマ	8,513	8.1%	117.8%	3,486	10.6%	111.0%	5,027	6.9%	122.9%
洋画(TVドラマを除く)	6,095	5.8%	68.0%	934	2.8%	69.8%	5,161	7.1%	67.7%
海外のTVドラマ	1,518	1.4%	98.8%	665	2.0%	81.0%	853	1.2%	119.3%
アジアの映画	189	0.2%	106.2%	48	0.1%	77.4%	141	0.2%	121.6%
アジアのTVドラマ	1,090	1.0%	70.6%	931	2.8%	73.2%	159	0.2%	58.5%
日本のアニメーション(一般向け)	22,485	21.3%	95.5%	3,485	10.6%	89.3%	19,000	26.1%	96.7%
海外のアニメーション(一般向け)	540	0.5%	76.3%	30	0.1%	83.3%	510	0.7%	75.9%
日本の子供向け(アニメーション)	584	0.6%	76.8%	446	1.4%	70.8%	138	0.2%	106.2%
日本の子供向け(アニメーション以外)	944	0.9%	71.7%	381	1.2%	68.6%	563	0.8%	74.0%
海外の子供向け(アニメーション)	762	0.7%	61.4%	722	2.2%	93.2%	40	0.1%	8.6%
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)	53,522	50.6%	118.9%	18,145	55.0%	112.7%	35,377	48.7%	122.4%
音楽(洋楽)	610	0.6%	176.8%	273	0.8%	173.9%	337	0.5%	179.3%
ビデオカラオケ	9	0.0%	75.0%	9	0.0%	75.0%	0	0.0%	-
芸能・趣味・教養	3,793	3.6%	89.3%	1,404	4.3%	89.4%	2,389	3.3%	89.3%
スポーツ	597	0.6%	268.9%	210	0.6%	196.3%	387	0.5%	336.5%
学校教育・企業教育・語学教育	44	0.0%	73.3%	39	0.1%	68.4%	5	0.0%	166.7%
成人娯楽	0	0.0%	-	0	0.0%	-	0	0.0%	-
その他	36	0.0%	17.1%	21	0.1%	28.0%	15	0.0%	11.0%
計	105,685	100.0%	102.8%	32,991	100.0%	100.1%	72,694	100.0%	104.1%

表8.レンタル店用(個人向け)の集計

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 (UHDを含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	1,185	14.4%	61.5%	1,041	13.3%	64.1%	144	35.6%	47.5%
日本のTVドラマ	894	10.9%	125.6%	882	11.3%	123.9%	12	3.0%	-
洋画(TVドラマを除く)	884	10.8%	54.5%	704	9.0%	56.2%	180	44.4%	48.9%
海外のTVドラマ	478	5.8%	67.4%	470	6.0%	66.3%	8	2.0%	-
アジアの映画	52	0.6%	123.8%	52	0.7%	126.8%	0	0.0%	0.0%
アジアのTVドラマ	2,095	25.5%	79.8%	2,095	26.8%	80.4%	0	0.0%	0.0%
日本のアニメーション(一般向け)	1,961	23.9%	96.1%	1,919	24.6%	98.4%	42	10.4%	46.7%
海外のアニメーション(一般向け)	26	0.3%	37.1%	23	0.3%	42.6%	3	0.7%	18.8%
日本の子供向け(アニメーション)	289	3.5%	46.4%	289	3.7%	46.4%	0	0.0%	-
日本の子供向け(アニメーション以外)	79	1.0%	60.3%	79	1.0%	60.3%	0	0.0%	-
海外の子供向け(アニメーション)	173	2.1%	70.0%	157	2.0%	69.5%	16	4.0%	76.2%
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)	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	-	0	0.0%	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	98	1.2%	60.5%	98	1.3%	60.5%	0	0.0%	-
スポーツ	0	0.0%	-	0	0.0%	-	0	0.0%	-
学校教育・企業教育・語学教育	0	0.0%	-	0	0.0%	-	0	0.0%	-
成人娯楽	0	0.0%	-	0	0.0%	-	0	0.0%	-
その他	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
計	8,214	100.0%	75.1%	7,809	100.0%	77.4%	405	100.0%	48.0%

図1.ビデオソフトの売上金額の推移

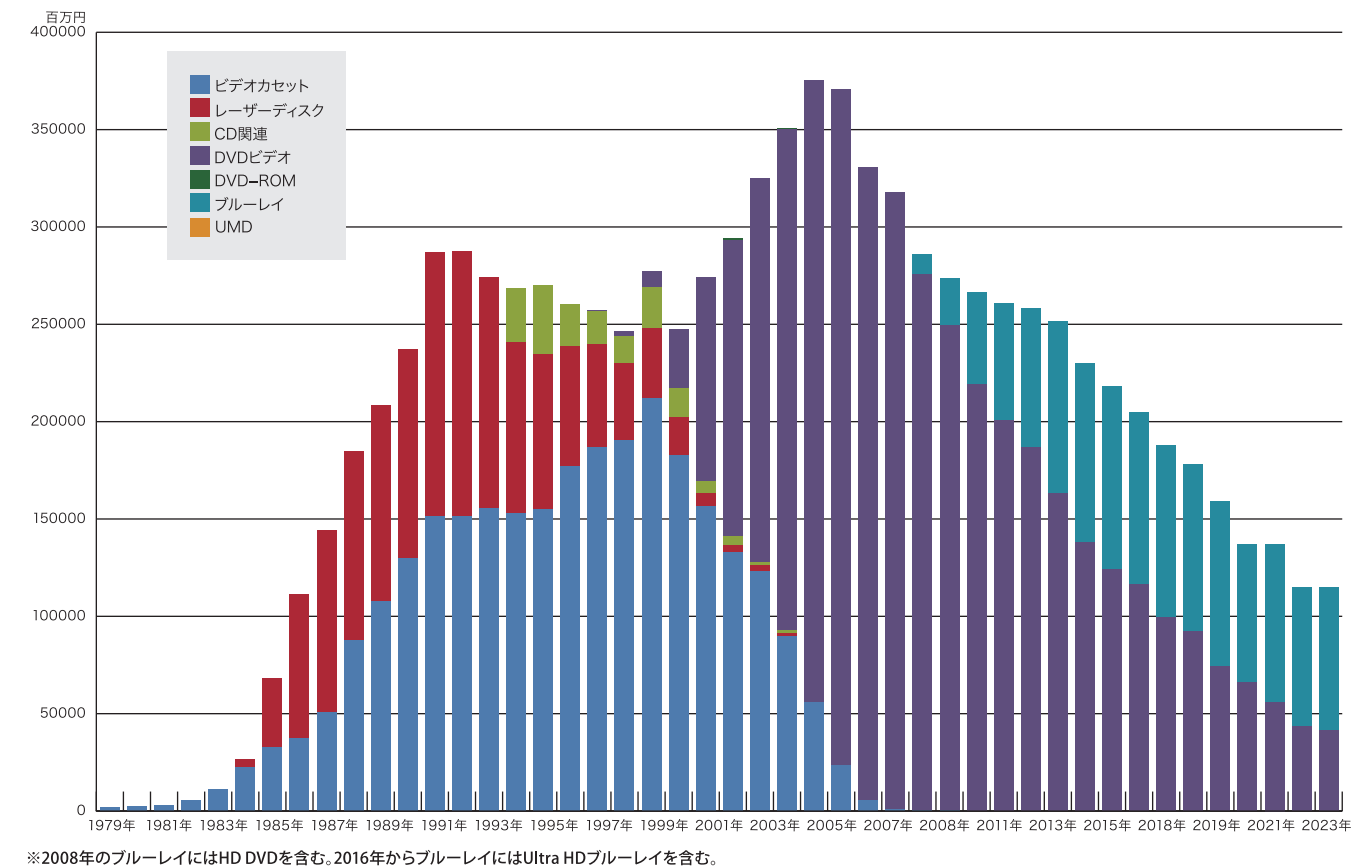




図2.販売用、レンタル店用、業務用別市場の推移

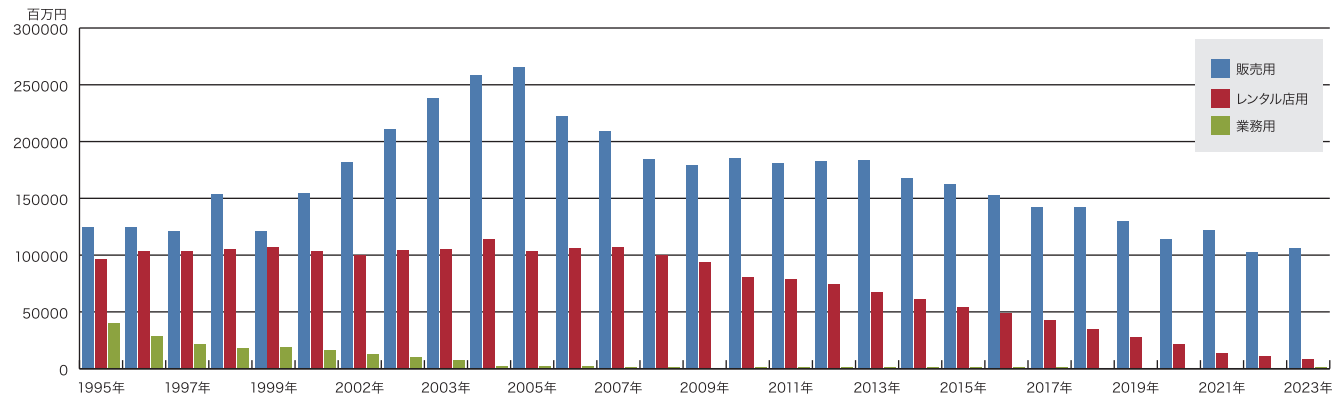


図3.「販売用」売上金額の推移(メディア別)

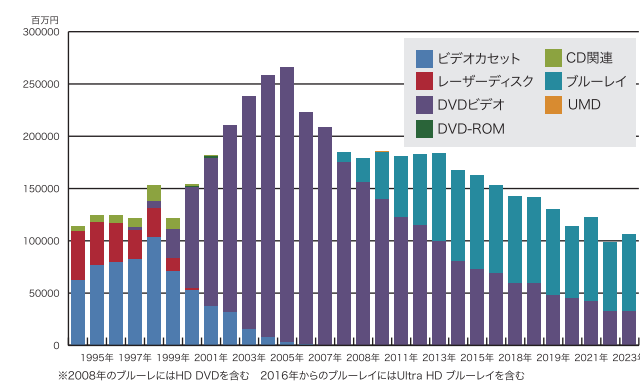


図4.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)

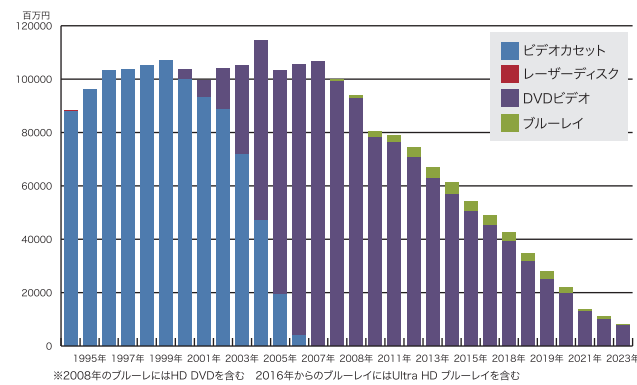


図5.映像ソフト全体の「販売用」売上金額推移(ジャンル別)

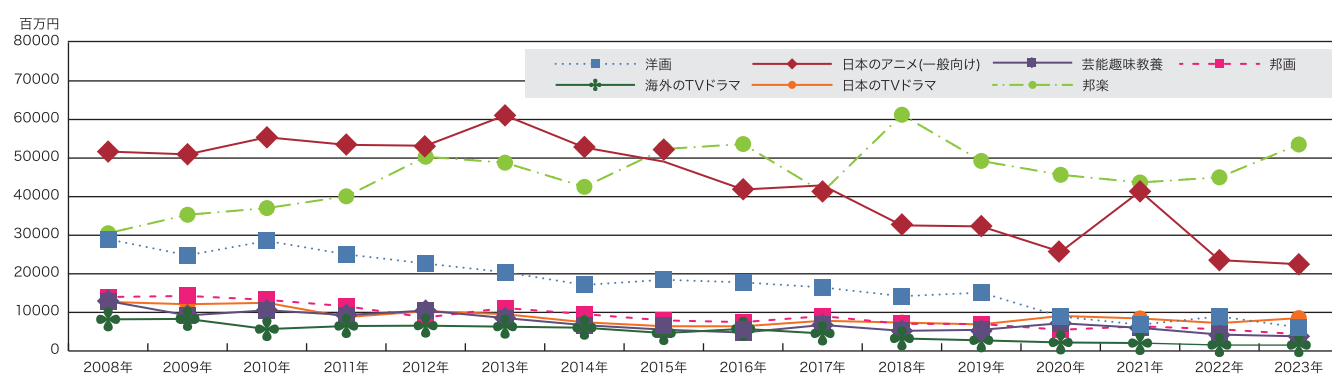
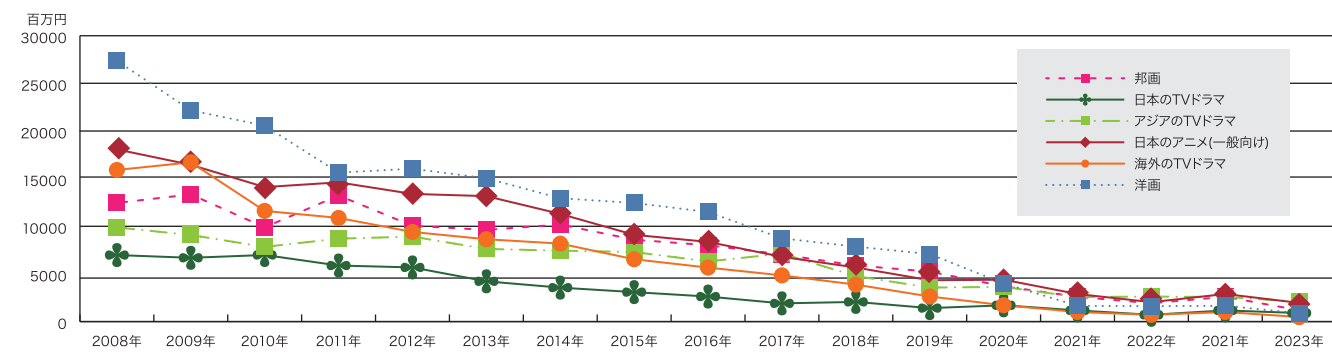


図6.映像ソフト全体の「レンタル店用」売上金額推移(ジャンル別)



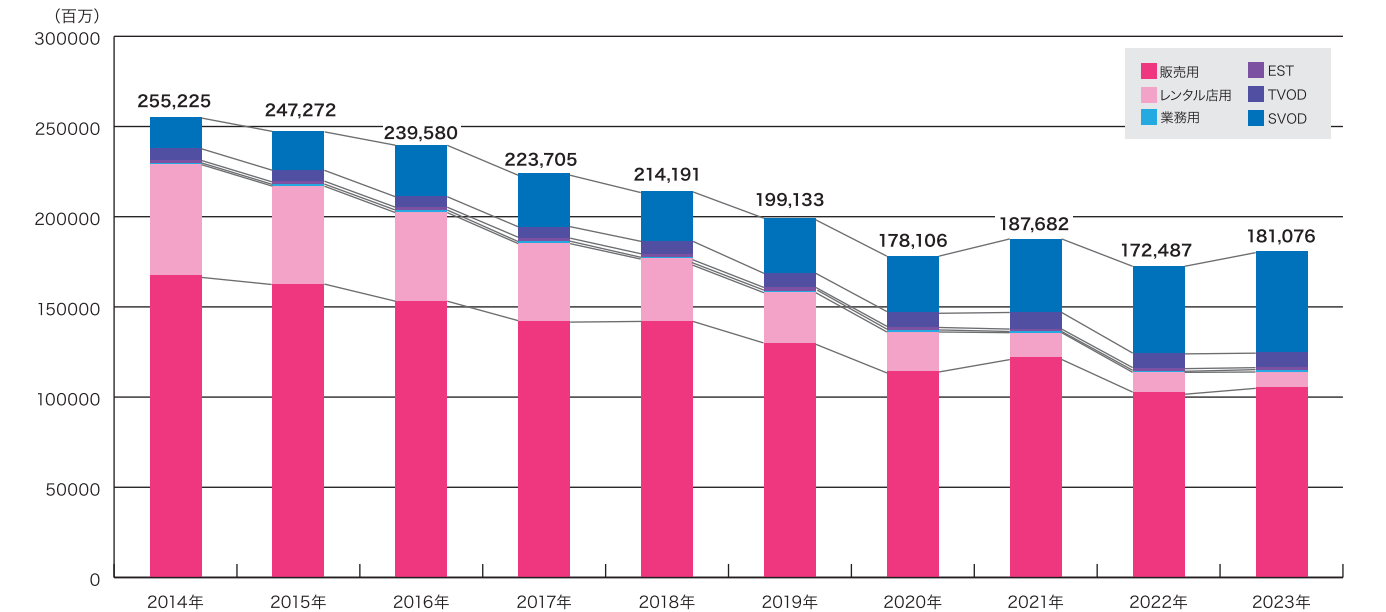
追記  
 <本統計調査報告についての注意点>  
 ●本報告は、JVA会員社が発売、販売する自社作品および他社作品の出荷段階の売上をまとめた統計である。  
 ●返品分は金額、数量とも調査時点において差し引いている。  
 ●DVDとブルーレイのコンボ作品はブルーレイにカウントしている。  
 ●「日本の子供向け(アニメーション)」などにある「子供向け」とは、目安として9歳以下の子供を対象とした作品のこと。  
 ●ブルーレイの売上にはUltra HDブルーレイの売上を含む。  
 ●「特殊ルート」とは、雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるものの売上のこと。

# JVA統計調査 考察

## JVA統計調査 過去10年を振り返る

JVAの統計調査は、1978年よりビデオソフト売上統計調査をスタートし、2014年には新たなメディアである動画配信サービスの売上統計調査を開始している。2024年現在、映像配信の統計調査は調査開始より10年という節目を迎える。映像配信において実数の情報は少なく、JVAの映像配信売上統計データは映像業界の動向を捉えるための貴重な一端を担っている。

JVAビデオソフト・動画配信売上金額推移



## ビデオソフトと映像配信を取り巻く環境

この10年間の時事要素を念頭に置いたうえで、ビデオソフト・映像配信のJVA統計調査の結果を振り返る。

### <10年間の出来事>

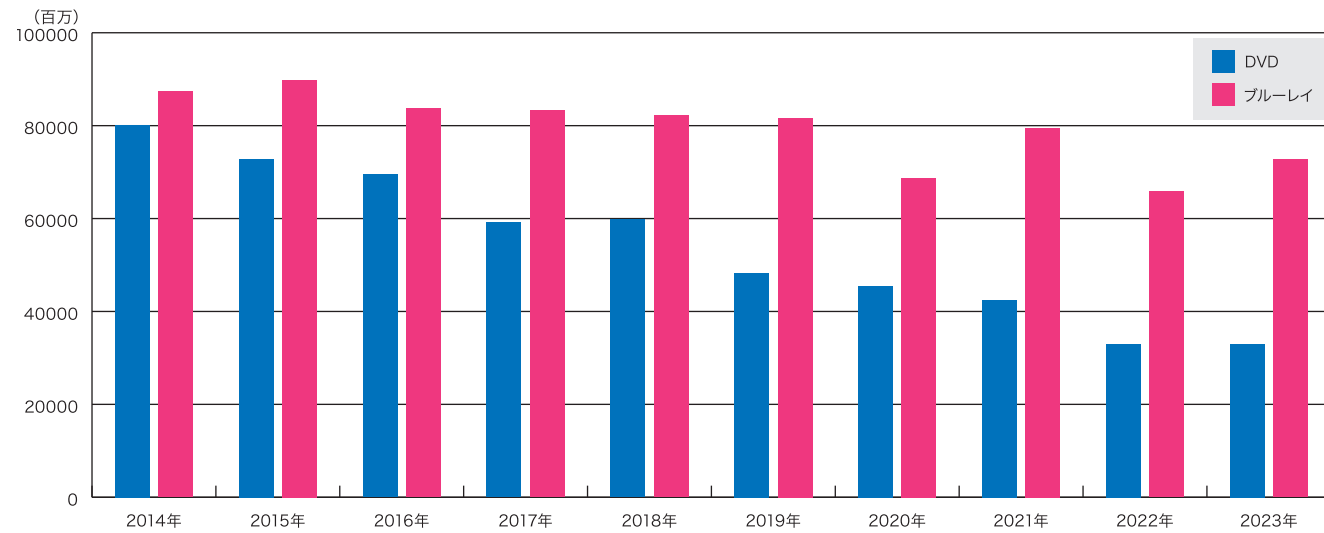
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	
10年間の主な出来事・景気の波	・消費税率8%に引き上げ ・ウクライナ危機	・パリで同時多発テロ発生 ・リオ五輪メダル数14個で史上最多	・熊本地震 ・中国経済の減速懸念や欧州信用不安	・トランプ氏米大統領に就任 ・習近平氏1独体制	・北海道胆振東部地震	・消費税率10%に引き上げ ・天皇陛下即位(令和へ) ・京都アニメーション放火事件	・新型コロナウイルス緊急事態宣言 ・菅氏首相就任 ・英国がEU離脱	・岸田氏首相就任 ・バイデン氏米大統領に就任 ・東京五輪・パラリンピック開催	・安倍元首相死亡 ・ロシアによるウクライナ侵襲 ・五輪汚職問題	・アイドル事務所性加害問題	
	景気の山						景気の谷				
	2012年~2020年 アベノミクス「3本の矢」						インフレ加速、欧米金利上げ				
	約41年ぶりのインフレ										

ビデオソフト・動画配信の動き	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
・ブルーレイ出荷額がDVDを上回る ・大ヒット作「アナと雪の女王」パッケージ発売 ・韓国アイドルグループ「BTS」日本デビュー	・Tver配信スタート ・Amazon Prime Video配信スタート ・Netflix配信スタート(テレビのリモコンにNetflixボタンが搭載)	・DAZN配信スタート ・劇場アニメ「君の名は」大ヒット	・Netflixオリジナル作品「イカロス」がアカデミー賞受賞 ・「ボヘミアン・ラプソディ」大ヒット	・Netflixオリジナル作品「イカゲーム」がアカデミー賞受賞 ・「天気の子」、「アナと雪の女王2」、「アラジン」などヒット作に恵まれる	・「鬼滅の刃」が社会現象 ・4Kテレビ世帯普及率50%を超える	・「劇場版「鬼滅の刃」無限列車編」パッケージ発売 ・Netflixオリジナル作品「イカゲーム」視聴者数1億1,100万人に ・各動画配信オリジナル作品への競争激化する	・「ONE PIECE FILM RED」、「すずめの戸締まり」、「劇場版「鬼滅の刃」呪術廻戦 0」、「トップガン マーヴェリック」などヒット作に恵まれる	・セル料金の見直し ・U-NEXTとParavi統合 ・dTVからLeminoへ ・Hulu Disney+セットプラン開始		

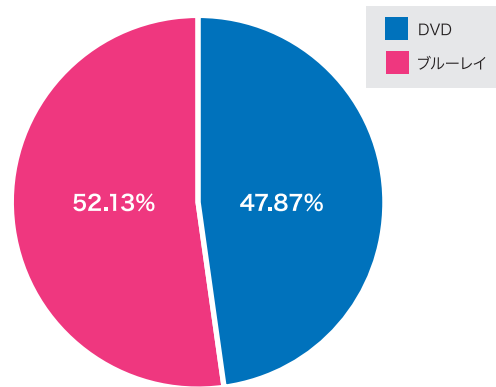


2014年から2020年までは、アベノミクスにより日本経済の構造改革が推進されている最中であり、この期間に2度の消費税率の増税が実施されたことは大きなインパクトがあった。その1度目は、2014年4月に実施されており、2014年当時のビデオソフトの市況は、2年連続で前年対比100%を超えていた「販売用売上金額」が前年対比91.22%と減少し、少なからず増税の影響を受けたといえる年だった。また、販売商材の軸がDVD・ブルーレイに二極化した2008年以降、初めてブルーレイがDVDを上回りビデオソフトの売上構成の比重がブルーレイに移行したメディアの転換期でもあった。2014年以降、ブルーレイとDVDの売上金額差は年々拡大し、2023年時点では「販売用売上金額」のブルーレイ構成比は68.78%、DVDとの差額は397億円まで拡大している。

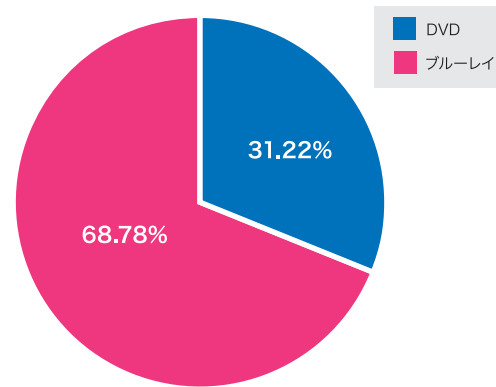
メディア別 販売用売上金額の推移



2014年メディア別 販売用売上金額 構成比



2023年メディア別 販売用売上金額 構成比



2016年は中国経済の減速懸念や欧州信用不安はあったものの市場は堅調に推移していき、景気の回復傾向は2018年には「景気の山」の局面を迎えた。景気の山に合わせビデオソフト「販売用売上金額」のマイナス傾向はピンポイントで落ち着き、前年対比100%に到達しないものの前年の増減率は-0.3ポイントに収まった。

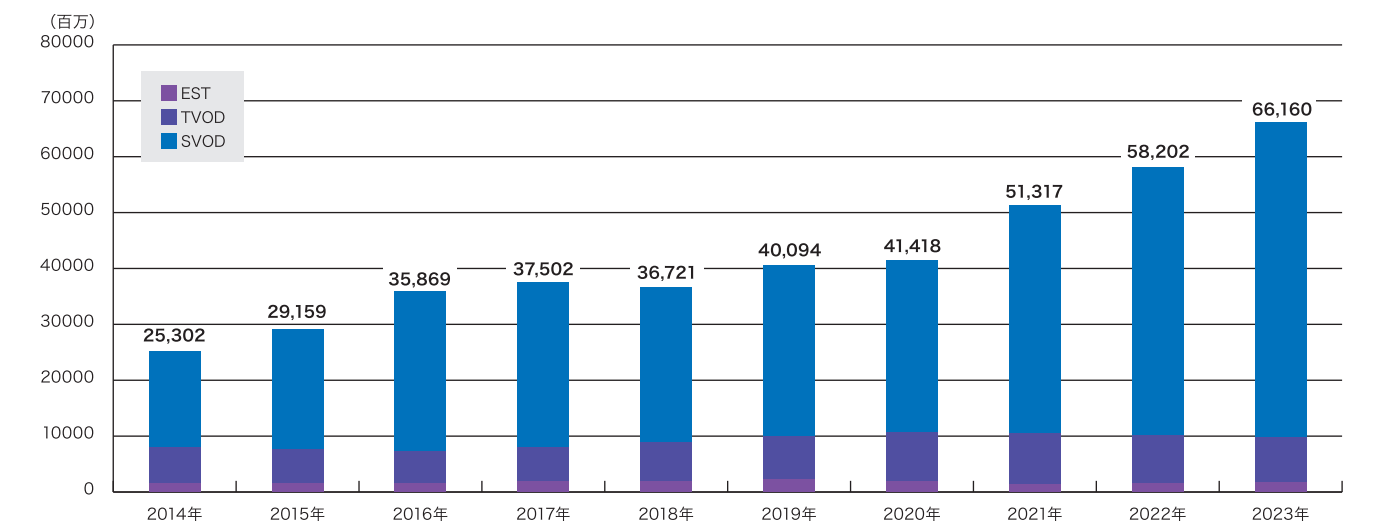
ビデオソフト販売用メーカー出荷額

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
メーカー出荷額(百万)	167,516	162,650	153,165	142,372	141,940	129,876	114,208	122,037	102,769	105,685
前年比	91.22%	97.10%	94.17%	92.95%	99.70%	91.50%	87.94%	106.86%	84.21%	102.84%
増減率	-8.78%	-2.90%	-5.83%	-7.05%	-0.30%	-8.50%	-12.06%	6.86%	-15.79%	2.84%

2019年以降は、2019年10月消費税率10%に増税、2020年新型コロナウイルス感染症の拡大、2022年ロシアによるウクライナへの本格的な軍事侵攻が開始され、これまでにない社会的要素が目立つ数年間だった。こうした景気減速の懸念要素とは裏腹に、2021年は興行収入歴代1位となった『劇場版『鬼滅の刃』無限列車編』が牽引し、「販売用売上金額」は1,220億円と前年比+6.9ポイント伸長した。増税やコロナなど逆境の下であってもタイトルの持つ力の強さを示す結果となった。2023年、新型コロナ感染症は5類引き下げとなり経済活動が正常に戻る中、近年増えている人気アイドルグループの「メンバー脱退」や「活動休止」などがきっかけとなり、音楽ジャンルが牽引し前年比+2.9ポイントとなった。

一方2014年の映像配信の市況は、2014年は大手外資系プラットフォームNetflixの日本進出、Amazon Prime Videoのサービス開始、Tver配信開始の前年であり、本格的なデジタル配信時代の夜明け前だったといえる。以降、社会的要因に影響されることなく成長を続けており、総売上金額の平均増減率は+12.37ポイントとなっている。中でも、SVODは順調に成長を続けており2023年は過去最大の564億円に到達した。2023年時点の映像配信の軸はSVODであり、売上金額の構成比はSVOD85.2%、TVOD12.06%、EST2.68%となっている。近年は、外資系動画配信サービス会社が力を入れていたオリジナル作品の制作が、国内でも同様に制作されるようになり競争が激化している。こうした動画配信オリジナル作品がDVD・ブルーレイとして販売されるケースも徐々に見受けられるようになってきている。ユーザーにとっては、配信終了の期間を気にすることなく高品質のオリジナル作品を楽しむことができ、限定版や特典などが手に入るメリットがある。

映像配信メーカー売上金額 ※JVA会員社のみの統計数字であり回答会員社の増減あり



(百万)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
EST	1,560	1,595	1,563	1,900	1,960	2,160	1,903	1,337	1,479	1,773
TVOD	6,412	6,012	5,805	6,186	6,891	7,836	8,828	9,201	8,646	7,978
SVOD	17,330	21,552	28,501	29,416	27,870	30,546	30,687	40,779	48,077	56,407

■これからのビデオソフトと映像配信の統計調査

2023年はコロナウイルス感染症の影響が落ち着き本来の経済活動を取り戻した年であり、2024年は景気回復の予測が多く見受けられる。2024年のビデオソフト売上統計においても、2023年興行収入トップの「THE FIRST SLAM DUNK」の発売やアカデミー賞を受賞した「君たちはどう生きるか」など、期待値の高い作品が揃っており前年を超える可能性は大いにある。

フィジカルとデジタルでは影響を受ける要因や要素がそれぞれ異なり、ビデオソフトの販売用とSVOD・EST、レンタルとTVOD、というようにシンプルに対比できるものではなく、特に移り変わりが激しく全容を把握することが困難なデジタルに関わる統計調査は、継続とともに新たな試みが必要な時期にきている。日々、JVAの活動の中で各会員社がビデオソフト・映像配信に関わる体感を共有しながら多角的な視点での過去の振り返りや健全な成長についての議論を交わしているが、次の10年に向けて、引き続き参考データとして「JVAビデオソフト・動配信売上統計報告書」、「JVA映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査報告書」をご活用いただきたい。



## デジタル配信部会 活動報告

2023年4月24日、(株)ポニーキャニオンA会議室にて、日本映像ソフト協会 吉村 隆会長((株)ポニーキャニオン)、村上 潔副会長(キングレコード(株))に向けたデジタル配信部会の第2回報告会が開催され、4つのプロジェクトチームの発足と活動報告が行われた。報告会には、部会長である井上 倫明理事(ウォルト・ディズニー・ジャパン(株))を始め、村上 栄一リーダー((株)ポニーキャニオン)、横田 祥平サブリーダー(キングレコード(株))、報告会開催時、各チームのリーダーを務めていた、(株)KADOKAWA、ジーエフケー・インサイト・ジャパン(株)、松竹(株)、東宝(株)、(株)ハピネット・メディアマーケティング、(株)バンダイナムコフィルムワークス、ワーナー ブラザース ジャパン(同)の計7社の委員が参加された。開会に先駆けて、後藤 健郎専務理事((一社)日本映像ソフト協会)による挨拶があり、その後、各チームリーダーよりそれぞれのチームの活動報告、最後に吉村会長、村上副会長から部会活動に対する総

評が伝えられたのち、参加メンバーとの懇親会が行われ閉会となった。

2023年6月、部会発足当初考えられていたよりも部会活動の頻度や活動内容による委員への負担が過重ではないかとの議論があり、今後の円滑な部会活動を考慮し、特に会議やチームの中での役割を多く担う幹事会メンバーの負担軽減を目的として各チームの幹事を2名体制とするため新幹事の選出が行われた。この選出によって、エイベックス・ピクチャーズ(株)、ソニーPCL(株)、(株)パップの委員の方が新たに幹事会メンバーとなり、さらに2022年6月から部会リーダーを務められていた(株)ポニーキャニオン 村上 栄一氏の異動によるご退任に伴い、幹事会メンバーを対象に新リーダーの選出が行われ、松竹(株) 森 祐一氏がデジタル配信部会のリーダーに就任され、新たな体制での活動が始動した。

## 各チームの主な活動報告

### 市場規模マーケティングチーム

<b>KGI</b>	①ユーザー支出ベース(末端価格)の推計、②コンテンツホルダーの売上ベース(メーカー売上)の推計、この両方で、より精度を上げた、正確な市場規模(データ)を把握すること。
<b>KPI</b>	①調査方法とその課題把握 ②現在の消費者動向調査で精度を上げていくことが可能か検証 ③可能な限り視聴件数・金額の実数を把握(KGI①、②とも) ④SVOD、AVOD視聴者数、視聴回数の把握 ⑤SVOD、AVODの視聴金額等の把握 ⑥外部調査会社の市場規模に関する勉強会の開催

- 2023年5月 「ユーザー動向調査2022」について(株)文化科学研究所との報告会を開催。
- 2023年6月 (一財)デジタルコンテンツ協会にヒアリング実施。
- 2023年8月 ユーザー動向調査グループとのキックオフミーティング開催。
- 2023年9月 ユーザー動向調査グループとの第2回ミーティング開催。SVOD市場試算に向けた各サービスの数字の捉え方の協議を開始。
- 2023年10月 SVOD映像配信サービス会社一覧を作成。

### 業界統一コードの策定チーム

<b>KGI</b>	JVAとしての意見をまとめ、最終的には、他団体への提言発信するための役割を持つ。策定コードの運用を行うチームでは無い。今後、他団体への向き合いについては、JVA内部にて、プロジェクトもしくは部門の発足などを視野に入れ進行する。
<b>KPI</b>	①チーム内で、統一コードの必要性の審議、策定に関わる問題点などを洗い出しまとめる。 ●ヒアリングの実施 ●策定についての必要性の審議 ●その他、課題等の洗い出し。 ②業界統一コードの日本の映像コンテンツ業界への導入に向けた、JVAとしての提言をまとめる。 ③コンテンツメーカー(JVA加盟社・非加盟社)、OTTプラットフォーム各社、映像コンテンツ関連各社、関連業界団体等、映像コンテンツ業界に向けた、JVA内部での組織化を検討。

- 2023年7月 (一社)日本音楽著作権協会へのヒアリング実施。Digital Entertainment Group International(DEGI)へのヒアリング開始。
- 2023年9月 (株)IMAGICAエンタテインメントメディアサービスへEIDRコードについて再ヒアリング実施。
- 2023年10月 グローバルOTTプラットフォームへのヒアリング開始。
- 2023年11月 (株)TVerへのコンタクトを開始。
- 2024年2月 (株)TVerへのヒアリングを実施。

### 違法動画対策チーム

<b>KGI</b>	違法動画対策に関する知見の共有を業界で行うための、ガイドラインを作成する。
<b>KPI</b>	①実態の把握。 ②ガイドラインの作成。 ③専門家へのヒアリング。 ④各社の対応を共有。

- 2023年6月 (一社)コンテンツ海外流通促進機構と違法動画対策ガイドライン作成のためのキックオフミーティングを開催。
- 2023年7月 (一社)コンテンツ海外流通促進機構と第2回ミーティング開催。ガイドライン作成についてチームの見解を説明。
- 2023年8月 (一社)コンテンツ海外流通促進機構が中心となって作成したガイドライン案の確認のためのミーティングを実施。
- 2023年9月 (一社)コンテンツ海外流通促進機構とガイドラインの最終確認のミーティングを実施。
- 2023年11月 11月15日(水)14時から、日本映像ソフト協会大会議室とオンラインでのハイブリッド形式で(一社)コンテンツ海外流通促進機構が中心となって作成した違法動画対策ガイドブックの説明会(勉強会)を主催。デジタル配信部会以外にも、違法動画対策にかかわる会員各社の関連部署に開催を案内し、計23社68名の方々にご参加された。この勉強会をもって、違法動画対策チームの掲げていたKGIは達成したものとし、本チームは事実上活動終了となる。今後は年1回程度で定期的な勉強会開催を目指し、適宜アンケート等も継続して行っていく予定となっている。

### 情報シェアリング(勉強会)チーム

<b>KGI</b>	●各社(担当者)のデジタルビジネスに関するスキル(レベル)アップを図る情報共有と課題解決に向けた「アンケートの実施」、「勉強会」「情報共有会」の開催 ●共有すべき課題、テーマの決定と定例勉強会の頻度や参加メンバーなどのプランニングを行い実行する。
<b>KPI</b>	①アンケートによるヒアリングの実施。 ②情報共有会の実施。 ③各社共通課題解決に向けた勉強会の実施。

- 2023年8月 勉強会開催に向け、テーマや登壇者の希望を確認するアンケートを実施。
- 2023年9月 アンケートの集計結果に基づき、主要OTTプラットフォームへ登壇を打診。
- 2023年10月 勉強会開催に向け、アマゾンジャパン(同)のご担当者と打ち合わせを実施。
- 2023年12月 12月7日(木)16時から、日本映像ソフト協会大会議室とオンラインでのハイブリッド形式で、アマゾンジャパン(同)を登壇者にお招きし、勉強会を主催。デジタル配信部会へのご参加社を中心に開催案内を共有し、計17社98名の方々にご参加された。

2023年10月、違法動画対策チームの課題クリアが見えてきたことを受け、今後取り組むべき課題についてのアンケートを全委員に向けて再度実施。その結果、下記の課題が今後取り組むべき優先事項として挙げられた。

1. 動画配信検索サービスサイトの構築
  2. デジタル配信キャンペーン
  3. デジタルに関する知識の新人教育
  4. 映画・映像以外のコンテンツとして課題化
- ※得票数順に掲載

2023年11月28日(火)に、(一社)日本映像ソフト協会 大会議室にて、この年2度目となる吉村 隆会長、村上 潔副会長に向けたデジタル配信部会の第3回報告会が開催され、4つのプロジェクトチームの活動の進捗報告と今後の目標について報告が行われた。報告会には、井上 倫明部会長、村上 栄一元リーダー、森 祐一新リーダー、横田 祥平サブリーダーのほか、幹事会に参加されている(株)KADOKAWA、ジーエフケー・インサイト・ジャパン(株)、ソニーPCL(株)、東宝(株)、パップ(株)、(株)バンダイナムコフィルムワークス、ワーナー ブラザース ジャパン(株)の7名の幹事が各チームの代表として参加された。

後藤 健郎専務理事による開会の挨拶ののち、チームの進捗と今後の目標について各チーム所属の幹事より報告が行われた。当日、村上 潔副会長はご欠席となったため、吉村 隆会長より総評が伝えられたうえで、委員の活動負担やチーム活動の在り方等の諸問題に触れられ、今後の部会の在り方について慎重に検討して進めていくべきであるとの意見が述べられた。最後に、報告会の締めくくりと

して井上 倫明部会長がこれまでの活動に対する労いと今後の部会の在り方を考えるべき時期にきている旨の意見を述べられ、今年度の報告会は閉会となった。

第3回報告会を受け、吉村 隆会長、村上 潔副会長、井上 倫明部会長、後藤 健郎専務理事によるデジタル配信部会の今後の在り方についての話し合いが2024年1月30日に行われた。その結果、各委員の負担が過重ではないかとのことでチーム活動のスリム化を目指し、デジタル配信部会の活動として不可欠な、市場予測をテーマとする市場規模マーケティングチームと、情報共有や知識の向上をテーマとする情報シェアリング(勉強会)チームを2本の柱として残し、その他の課題については情報共有を行うことで一定の成果が得られる可能性が高く、情報シェアリング(勉強会)チームの活動に集約できるのではないかと提案があり、2月13日(火)14時より開催された定例のデジタル配信部会幹事会にて、井上部会長よりこの提案が幹事会メンバーに伝えられた。これにより、すでにチームの役割を一旦終えたとされる違法動画対策チームに続き、業界統一コードの策定チームも区切りのよいタイミングで解散となる可能性が高まっている。デジタル配信部会発足当時より、井上部会長は「サステナブルな部会活動を」ということを強く述べてきた。新たなチームの再編は、この「サステナブルな部会活動」につながるための足掛かりとなることを期待している。

違法動画対策チームの課題がクリアしたことを機に、新たなチーム編成や課題の取り組みが再度検討されている。2024年、部会活動をおとして、日進月歩と言われるデジタルへの理解や知識を高めることで、映像業界の今後を左右するであろう様々な問題と向き合いながら、デジタル配信部会は再び新たな局面を迎えようとしている。





# Relay essay

▶ vol.157

佐伯 整 氏 (株式会社ソニー・ピクチャーズ エンタテインメント ディストリビューション セールス ディレクター) からのご紹介

大橋 一貴 氏 株式会社ソニー・ピクチャーズ エンタテインメント 法務部

## 「山走人」

山を走る。  
これを聞いてピンと来る方がどのくらいいるでしょうか。

山登りを趣味にしておられる方は、自身のすぐ近くを駆け抜けていく危ない奴らかと、あまり印象もよくないかもしれません。私そのひとりです。ごめんなさい。

私は、トレイルランニング(トレラン)を趣味にしております。

もともと中・高・大と学生時代は短距離ランナーでした。転機となったのは、2社目(現職が7社目)の生命保険会社にいた、2012年。社内のランニング好きが集まるグループがあり、そこに参加したのが長距離ランとの出会いでした。

幼いころからあまり体力がなかったこともあり、長距離ランにはよい思い出がなく、どうして長い時間、苦しい思いをして走らないといけないのだろうと考えるほどでした。

実のところ、先ほどお話した社内のグループに参加した当初も、あまり走るほうには目が向いておらず、レース後の打ち上げで同僚とお酒を飲むことのほうが楽しみでした。

ただ実際に走ってみると、最初は10kmのレースへの参加だったのが、次はハーフマラソン、どうせ走るならフルマラソンもやらないと格好がつかないと思うようになり、どんどん走る距離を伸ばしていきました。

これまでフルマラソンは、6回完走しました。

数としては多くは無いと思います。とはいえ、中身は濃く、5月なのに気温32度に達する猛暑でのレース(岩手県)、台風が接近している暴風雨の中でのレース(静岡県)など、過酷な条件下でのレースもあり、自分の引きの強さ?を感じます。

初めて参加をしたトレランのレースは、2017年7月の妙高高原(新潟県)です。スキー場の閑散期で、ゲレンデや林道、一般道など様々な場所を走る25kmのコースでした。

当日は、降り続く雨によりスタート直前にコースが変更となったものの、同じ宿に泊まったランナーに教を請い、安心してスタートを迎えられたことを今でも覚えています。

トレランの魅力は、大会自体の規模が小さく、参加者や運営スタッフの方々とも距離が近いことがあります。レース中、参加者

どうしお互いを労い、励ましあいながらゴールを目指すことも珍しくありません。

トレランのレースには多数、参加していますが、中でも記憶に新しいのは、2023年1月の「石舞台100」(奈良県)です。前日に積雪30cmを超す雪が降り、当日も山頂900m付近は体感マイナス10度という命の危険も感じるレースでした。



目まぐるしく足元の環境が変わるトレランのレースでは、一瞬一瞬の判断が求められ、常に危険とも隣り合わせ。もはや修行といっても過言ではないような体験です。

この4月末には、「Mt.FUJI 100 KAI70k」というレースに初めて参加します。富士山麓の山々に囲まれた公園を深夜0時にスタートし、制限時間21時間で周辺の山々をまわりながらゴールを目指すレースです。

「なぜ高いお金を出してまで、つらい思いをするのか」とよく聞かれます。

たしかに大会参加費自体も高騰していますし、交通費や宿泊費もかかります。これに対する答えとして、最近、たまたま目にしたトレイルランナーの方の記事でとても強く印象に残っているのが、「挑戦の終わりを探している」という言葉でした。競技レベルは私とは比べるべくもないのですが、これだ!と直感しました。

私自身も、ゆくゆくはこれまで未経験の100kmや100mileのレースに出てみたいと夢を描いていますが、果たしてそれらを叶えたときに、次も次もと思えるのか、はたまたそこで挑戦の終わりが来るのかはわかりません。ただ、それまでは挑戦者としてトレランを楽しみながら続けていきたいと思っています。

## 第436回、第437回、第438回定例理事会報告

2月6日(火)午後2時00分より、第436回理事会は新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、リアルとリモートの併用でのハイブリッド開催となり、下記のとおり決議事項が2件承認決議されました。  
議事の要旨は次のとおり。

### ●決議事項

- 第1号議案 能登半島地震に係る義援金50万円寄付 承認の件  
第2号議案 2024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

### ●報告事項

1. 文化審議会著作権分科会法制度小委員会「AIと著作権に関する考え方について(素案)」に対する意見について
2. 各部会報告について
3. 2024年賀詞交歓会開催結果について
4. 2023年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について
5. 2023年11月度・12月度映像配信統計報告について
6. その他  
(1) 情報共有として「米国をはじめとする映像配信の最新動向について」

3月4日(火)午後2時00分より、第437回理事会は新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、リアルとリモートの併用でのハイブリッド開催となり、下記のとおり決議事項が3件承認決議されました。  
議事の要旨は次のとおり。

### ●決議事項

- 第1号議案 人事異動ならびに組織改編 承認の件  
第2号議案 2024年度事業計画(案)承認の件  
第3号議案 「JAVCOM No.167セミナー」後援名義使用承認の件

### ●報告事項

1. 各部会報告について
2. 2024年度会費算定について(暫定)
3. 2024年1月度ビデオソフト売上速報について
4. 2024年1月度映像配信統計報告について
5. その他

4月2日(火)午後2時00分より、第438回理事会は新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、リアルとリモートの併用でのハイブリッド開催となり、下記のとおり決議事項3件承認決議されました。  
議事の要旨は次のとおり。

### ●決議事項

- 第1号議案 2024年度収支予算(案)承認の件  
第2号議案 「第9回 関西放送機器展」への後援名義使用承認の件  
第3号議案 「第37回DVD&動画配信でー大賞」への後援名義使用および会長賞設定承認の件報告事項

### ●報告事項

1. 各部会報告について
2. 「知的財産推進計画2024」の策定に向けた意見
3. 2024年2月度ビデオソフト売上速報について
4. 2024年2月度映像配信統計報告について
5. 「コンテンツ産業政策の現状及び方向性について」  
(経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課長 渡邊 佳奈子氏)

### 日誌に見る協会の動き

#### 【1月】

- 9日 新年賀詞交歓会 会員会社のみ(コートヤード・マリオット銀座東武ホテル)  
25日 第330回業務部会幹事会(リアルとオンラインとのハイブリッド開催)  
30日 JASRAC協議  
31日 総務人事委員会

#### 【2月】

- 2日 権利者対応委員会  
著作権部会  
6日 第436回定例理事会(リアルとオンラインとのハイブリッド開催)  
マーケティング委員会  
13日 デジタル配信部会幹事会(オンライン開催)  
第329回総合連絡委員会(書面審議)  
16日 業務使用対策委員会(リアルとオンラインとのハイブリッド開催)  
22日 第331回業務部会幹事会(オンライン開催)

#### 【3月】

- 1日 著作権部会(書面審議)  
5日 第437回定例理事会(リアルとオンラインとのハイブリッド開催)  
6日 マーケティング委員会  
11日 デジタル配信部会(オンライン開催)  
12日 第330回総合連絡委員会(書面審議)  
13日 関西地区連絡協議会総会(～14日)  
14日 消費者委員会  
15日 業務使用対策委員会(リアルとオンラインとのハイブリッド開催)  
18日 ACA企画広報部会  
21日 第332回業務部会幹事会(オンライン開催)  
26日 東北地区連絡協議会  
27日 総務人事委員会(オンライン開催)

### 編集後記

皆様には「推し」がおりますでしょうか。「推し」と呼ぶのは少々はばかられますが、私には好きな俳優さんがおります。今更ながら彼の出演映画をコレクションしたいとパッケージの購入を試みましたが、なんと廃盤になっているではありませんか…!!メルカリなどで検索すると、数万円のお値段が付けられたものが見受けられますが、それすらもSOLD OUT。それが1作品や2作品ではなく、2000年台～2010年台の作品は総じて「お宝」になってしまっておりました。ぐぬぬ…なんとかして手に入れないものか…。そういった作品

は、面白いくらい映像配信のラインナップにもあがってきません。見られないとなるとなおも見たくなるのが人間の性。あの手この手でなんとか入手を試みましたが、結局手には入りませんでした(オチナンですみません)。映像配信で簡単に映像作品や映画が視聴できる便利な世の中になったと思っておりましたが、こんな落とし穴があるとは思ひもよらず、夜な夜なネットで宝探しに明け暮れる日々…「推し」を鑑賞することすら高いハードルがあるのだと気づかされたのであります。(K)