

# JVA REPORT

# 8

'06 AUGUST  
NO.117

## MAIN REPORTS

桐畑敏春専務理事 就任のご挨拶

役員名簿 / 協会組織図(2006年7月現在)

『私的録画問題に関する要望書』の検討経過と考え方について

SCIENCE FICTIONS

LOVE STORY

EDUCATION

ANIMATION

ACTION

KIDS

MUSICAL

CONCERT

HOW-TO

TV SHOW

社団法人 **日本映像ソフト協会 会報**

〒104-0045 東京都中央区築地2丁目12番地10号(築地MFビル26号館3階)

電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>

編集・発行 社団法人 日本映像ソフト協会

2006年8月10日発行



桐畑敏春専務理事 就任のご挨拶 .....	2
第255回定例理事会開催報告 .....	2
役員名簿 .....	3
協会組織図 .....	4
B Bマルチメディア委員会海外研修ツアー概要について .....	4
『私的録画問題に関する要望書』の検討経過と考え方について .....	5
私的録音録画問題の原点～秋山多喜男氏に聞く～その2 .....	7
『映像ソフト及びAV機器の消費実態に関する調査』結果報告(2) .....	9
第20回『ビデオレンタル店実態調査』を実施 .....	9
違法対策部会活動報告 .....	11
『知的財産推進計画2006』発表される .....	11
新入会員社自社紹介 .....	12
リレーエッセイ⑥0 .....	13
日誌に見る協会の動き .....	13
月間売上統計(2006年5月度、6月度) .....	14
DVD生産統計 .....	14

## 桐畑敏春専務理事 就任のご挨拶



この度、板谷前専務理事の退任により、諮らずも専務理事をお引き受けすることとなりました。この半年の間に専務理事が2回交代するというめぐり合わせとなりましたが、これに影響されることなく、協会事務局の磐石な基盤を築くことがなよりの課題であると認識しております。まずは、協会活動に携わる皆様から多大なるご協力を賜りますことをお願い申し上げます。

さて業界内を俯瞰しますと、現在わが業界は好機の中にも様々な課題を抱えております。ご承知のとおり業界全体としての実績は、成長率が緩やかになったとは言え右肩上がりの途上にあります。ここから更に市場を拡大するには既存マーケットの拡充、および新たなるマーケットの開拓・整備ということになります。

現状、業界を支える大きな柱であるDVDの「セルマーケット」「レンタルマーケット」に対してはきめ細かな施策による拡販が必要であり、そのための基礎資料作りや会員社共同で実施する販促キャンペーンなどには積極的に取り組んでいく所存です。

また、新たなるマーケットとなるべき次世代DVDや映像配信の事業については各社の対応にまだ相違が見られる時期ですが、業界全体から見渡した際に必要な情報収集や判断を的確に為せるよう取り組んでいきたいと考えます。

特に、こういった新しいメディアの振興は最終的にはユーザーニーズが鍵を握るものであり、その動向を注視し、幅広い方面から情報収集していくべきだと考えています。

さらに、技術革新が進むにつれ映像の利用方法も多岐に亘ってきております。「ユビキタス」社会の中では、著作権法で守られるべき映像ソフトが、いとも簡単に違法行為に晒される場面が多々生じています。私たちが提供する映像ソフトを多くの人々に安心して楽しんでいただくためには、社会状況に合った的確なルール作りが必要です。そのためにかつての海賊版VHSを駆逐したように、業界内における自浄努力を続けていくことも大切です。また、ルールに則った映像ソフトの利用についての啓発や著作権法の改正等も含めて、関係各位及び文化庁等に対しても積極的に働きかけていく必要があると考えます。

取り組むべき課題を挙げたらきりが無い状況ですが、パッケージ映像産業の地位は映像産業全体から見ても確固たるものとなり、マーケットが大きく成長するにつれ協会の果たすべき役割も益々大きくなってきています。私は、専務理事として業界発展のために精一杯の仕事をしていく所存ですので、会員社の皆様をはじめ関係官庁・関係団体、報道を含め業界関係の皆様からのご指導ご鞭撻を切にお願いし、私の挨拶とさせていただきます。

## THE BOARD OF DIRECTORS 理事会

### 第255回定例理事会開催報告

第255回定例理事会は、7月4日(火)午後4時30分より協会会議室において開催された。議事の要旨は次の通り。

- 第1号議案 理事就退任の件・・・承認  
(退任)宗方 謙  
(株)ソニー・ピクチャーズエンタテインメント  
(退任)荒井善清  
ジェネオンエンタテインメント(株)  
(退任)板谷駿一  
(株)NHKエンタープライズ  
(就任)気賀純夫  
ジェネオンエンタテインメント(株)  
(就任)北川直樹  
(株)アニプレックス  
(就任)三枝 武  
(株)NHKエンタープライズ
- 第2号議案 専務理事選任の件・・・承認  
(退任)板谷駿一

- (株)NHKエンタープライズ  
(就任)桐畑敏春  
(株)ポニーキャニオン
- 第3号議案 部会長選任の件・・・承認  
業務部会長 三枝 武理事  
営業部会長 気賀純夫理事
- 第4号議案 協賛会員入会の件・・・承認  
(入会)ヴィジョネア(株)
- 第5号議案 正会員退会の件・・・承認  
(退会)凸版印刷(株)
- 第6号議案 「CEATEC JAPAN 2006」協賛名義使用承認の件・・・承認

その他、事務局からの報告事項は次の通り。  
各部会報告について、平成18年度「青少年の非行問題に取り組む全国強調月間」について、2006年5月度ビデオソフト売上速報について、DVDハード出荷実績について、「平成17年度C」マーク事業活動報告」について等。

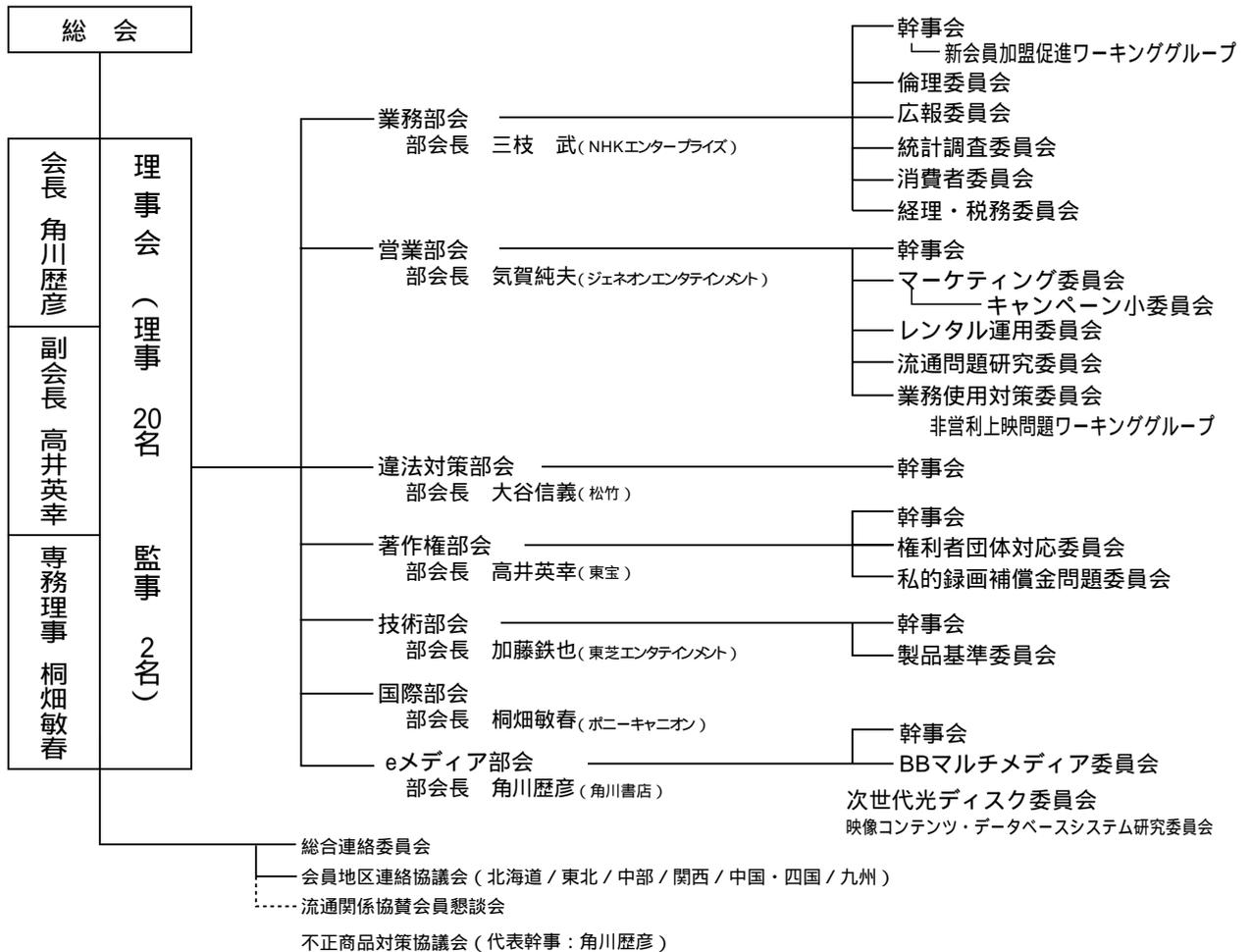
# 役員名簿

## 理事

 <p><b>会長</b> かどかわ つぐひこ <b>角川 歴彦</b> ㈱角川書店 代表取締役会長</p>	 <p><b>副会長</b> たかい ひでゆき <b>高井 英幸</b> 東宝㈱ 代表取締役社長</p>	
 <p><b>専務理事</b> きりはた としはる <b>桐畑 敏春</b> ㈱ポニーキャニオン 代表取締役社長</p>	 <p>いしぐろ よしさだ <b>石黒 吉貞</b> 東映ビデオ㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>いながき ひろし <b>稲垣 博司</b> エイベックス・マーケティング・コミュニケーションズ㈱ 代表取締役会長</p>
 <p>おたに のぶよし <b>大谷 信義</b> 松竹㈱ 代表取締役副会長</p>	 <p>かとう てつや <b>加藤 鉄也</b> 東芝エンタテインメント㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>かわしる かずみ <b>川城 和実</b> バンダイビジュアル㈱ 代表取締役社長</p>
 <p>きが すみお <b>気賀 純夫</b> ジェネオンエンタテインメント㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>きたがわ なおき <b>北川 直樹</b> ㈱アニプレックス 代表取締役社長</p>	 <p>くろい かずお <b>黒井 和男</b> 角川ヘラルド映画㈱ 代表取締役社長</p>
 <p>こいけ たけひさ <b>小池 武久</b> キングレコード㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>さいぐさ たけし <b>三枝 武</b> ㈱NHKエンタープライズ 代表取締役社長</p>	 <p>しいな やすし <b>椎名 保</b> ㈱角川エンタテインメント 代表取締役社長</p>
 <p>たけうち しげかず <b>竹内 成和</b> ㈱ソニー・ピクチャーズエンタテインメント 代表取締役会長</p>	 <p>どうやま しょうじ <b>堂山 昌司</b> 東芝EMI㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>とくいち しんじ <b>徳市 慎治</b> ㈱バップ 代表取締役会長</p>
 <p>ないとう ともき <b>内藤 友樹</b> 20世紀フォックスホームエンターテイメントジャパン㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>ひろせ さだひこ <b>廣瀬 禎彦</b> コロムビアミュージックエンタテインメント㈱ 代表執行役社長</p>	 <p>みやした まさゆき <b>宮下 昌幸</b> アミューズソフトエンタテインメント㈱ 代表取締役社長</p>

## 監事

 <p>しばや としあき <b>澁谷 敏旦</b> ビクターエンタテインメント㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>よねだ たつよし <b>米田 龍佳</b> ㈱第一興商 代表取締役社長</p>
---	--



## eメディア部会

### BBマルチメディア委員会海外研修ツアー概要について

BBマルチメディア委員会では、2006年10月1日から8日までの6泊8日の予定で、米国研修ツアーを企画している。前年度までは、4月にラスベガスで開催されるNABに併せて実施してきたが、今回は、企業訪問に集約した研修を行なうこととした。

2005年10月にAppleが、iTunes Music Store (iTMS) において、ABC放送が放映する5つの人気テレビ番組を、放送翌日から1エピソード1.99ドルでダウンロード販売を開始した。同時に、ビデオ再生機能付きのiPodが発表された。一部には、iPodのような小型の画面で映像を楽しむ需要は少ないという見方もあったが、結果は、これらの否定的な見方を全て覆すことになった。この結果、NBCやFOX、MTVなどが、続々とiTMSからのテレビ番組の販売を開始した。この流れは、MovielinkやCinemaNowなどの映画配信サイトにも及び、今年4月には、ついに大手映画会社が、映画作品のダウンロードによる販売を開始、中には、DVDビデオの発売と同時に提供される作品も多くなっている。

このように米国では、現在、ブロードバンド配信市場

の動向が、急激な変化を見せている。今回の研修ツアーは、このような変化の最先端にある企業を訪問し、そのビジネスモデルや将来展望について学ぶと共に、日本のコンテンツを米国市場で流通させることの可能性をさぐる、日本市場の可能性についての意見交換を行うことなどを目的として企画したものである。

その目的を達成するための訪問先として、ブロードバンド配信を行なうために、ハリウッドのメジャー映画会社が共同で設立したMovielinkや、限られた映画館でしか上映されないような良質な映画を家庭に届けるために設立されたClickStar、最も早くビデオ・オン・デマンドサービスに取り組み、ブロードバンドコンテンツへの取り組みにも積極的なTime Warner Cable、米国において日本のアニメや関連コンテンツの市場開拓に取り組むViz Media、更に携帯電話向け放送技術として注目されるMediaFLOについて、本放送開始直後という多忙な時期にあるQualcommなどを予定している。

費用は、一人42万3000円。申込締切は8月21日。

お問い合わせ、お申込は、事務局駒崎まで。

## 『私的録画問題に関する要望書』の検討経過と考え方について

7月20日(木)開催の著作権部会で、『私的録画問題に関する要望書』が承認された。

現在、文化庁の文化審議会著作権分科会では、私的録音録画小委員会と法制問題小委員会を設置し、私的録音録画問題の抜本的見直しを審議している。当協会著作権部会でも、本年4月に「私的録画補償金問題委員会」を設置して私的録画に関わる問題点とそれについての考え方を整理する作業を行ってきた。

今回まとめた要望書は、私的録画問題に関する当協会の基本的考え方をまとめたもので、この見解に沿って、今後、文化庁等関係各方面に働きかけていく予定である。

以下、要望書の検討経過と考え方について詳解する。

### 昭和45年著作権法改正と私的録画問題の顕在化

旧著作権法では、器械的又は化学的方法による複製には著作権者の権利が及んでいたため、私的領域での複製であっても、ビデオレコーダー等の複製機器を用いた複製行為は著作権者の許諾なく行うことはできなかった。

ところが、技術の発達により複製機器を用いた複製を禁止することが適切ではないということから、現行著作権法第30条では、複製手段を問うことなく私的使用目的の複製について、著作権者の許諾を要しないこととした。これは、私的領域における複製を禁止してもその実効性がないことと個々の複製行為は零細であり著作権者の利益を不当に害することがないと考えられたからである。

### 私的録音録画補償金制度の導入とその見直し論議

しかし、平成4年、「私的録音・録画は、総体として、その量的な側面からも、質的な側面からも、立法当時予定していたような実態を超えて著作者等の利益を害している状態に至っているということができ」(『著作権審議会第10小委員会(私的録音・録画関係)報告書』(平成3年12月)73頁)として、録音・録画機器及び記録媒体に補償金を上乗せして販売し、これを著作権者等に分配する「私的録音録画補償金制度」が導入された。

ところで、我が国の私的録音録画補償金制度は、デジタル方式の録音又は録画機器で政令で定める機器とそれに用いられる記録媒体で政令が定めるものに限定されている。ところが、最近の録音録画は、パソコンやハードディスク等政令で定められていない機器や記録媒体が用いられるケースが増加している。そのため、著作権者側より補償金対象機器・記録媒体の拡大要求があり、昨年度の法制問題小委員会では、「ハードディスク内蔵型録音機器」の補償金対象化の是非等が審議されたのである。

しかし、その審議の過程で、私的録音録画しない人からも補償金をとることになるとか、配信やパッケージのレンタル又は購入に際し対価を支払っており二重課金ではないかとか、DRM(Digital Rights Management)によるべきで補償金制度を廃止すべきである等の意見が出された。

その結果、最終的には「私的録音・録画についての抜本

的な見直し及び補償金制度に関してもその廃止や骨組みの見直し、更には他の措置の導入も視野に入れ、抜本的な検討を行うべきである」(『文化審議会著作権分科会報告書(平成18年1月)』54頁)とされている。

### 私的録画の実態について

私的録画問題の抜本的見直しにあたっては、私的録画の実態把握が必要がある。そこで、著作権部会では、当協会が2005年9月に実施した『映像ソフト及びAV機器の消費実態に関する調査研究報告書』中の私的録画に関する調査結果の分析も行った。

この調査では、次のような結果が出ている。

・ 普段録画やダビングをしている人	80.0%
・ 私的録画に用いられる記録媒体	
・ ビデオカセット	54.6%
・ DVDレコーダーやTVの内蔵HDD	17.8%
・ パソコンのHDD	6.2%
・ DVD	6.7%
・ その他・不明	14.7%

まず、記録媒体に着目すると、補償金対象の私的録画は、「DVD」と「その他・不明」の合計21.7%からデータ用DVDとSDカード等を除いた録画である。そうすると、少なくとも私的録画の80%程度またはそれ以上は補償金の対象外と考えられる。また、録画機器に着目しても「DVDレコーダーやTVの内蔵HDD」の17.8%からTVの内蔵HDDを除いたものが補償金対象であり、やはり私的録画の80%以上は補償金制度の対象外と考えられる。

平成4年の制度導入当時の調査結果では、直近1年間に録画したことのある人は57.4%で、これはすべて補償金という代償措置のない私的録画であった。現在では80%の人が録画を行い、少なくともその80%(全体の64%)は代償措置のない私的録画となる。したがって、代償措置のない私的録画は補償金制度導入時より増加していると考えられる。

また、私的録画の目的は次のとおりである。

- (1) 見たい番組の放映時間に外出していたり手が離せない場合、後でみるため 94.3%
- (2) 同じ時間帯に複数のチャンネルで見たい番組が重なった場合、裏番組を録画する 64.1%
- (3) CMを飛ばしたり、興味のあるところだけ見たいので、後で早送りしながら見るために録画する 14.8%
- (4) BS、CSなどの番組を、その放送が見られない家族や友人などのために録画する 9.5%
- (5) お気に入りの連続ドラマや興味のある番組を録画して、自分用に保存する 36.0%

(1)が94.3%を占めているが、(5)も36.0%を占めているから、(1)の目的の録画のうち、自分用に保存する目的も併せ持つケースが30数%あると考えられる。

私的録画のほとんどが補償金の対象外である現状を踏まえ、著作権部会では、私的複製として権利制限規定に該当する行

為を、「真に著作権を制限する社会的必要性がある場合のみに限定する必要がある」と考え、“無許諾複製物のダウンロード”と“CSS(Content Scramble System)を無効化する複製”の2つを権利制限の必要がない場合として例示し、私的録画制度の見直しを要望していくこととした。

### 無許諾複製物のダウンロード

無許諾複製物のダウンロードは私的複製にあたり違法ではない、といわれることがある。しかし、著作権部会では次の理由から、私的複製として著作権が制限される場合には当たらないと考えるべきであるし、そのことを明確にする立法措置が必要であると結論づけた。

- (1) 無許諾複製物のダウンロードは常に公衆送信権侵害を惹き起こすのであるから、公衆送信権侵害が違法である以上、それを惹き起こす行為も違法である。
- (2) 公衆送信権侵害罪の必要的関与者(ダウンロードする人)について処罰規定(犯罪構成要件)がないのは、典型的に著作権侵害の程度が軽微であるから刑罰を科すほどの違法性(可罰的違法性)がないと考えられるにすぎず、軽微ではあっても違法性がないとはいえない。
- (3) 無許諾複製物のダウンロード行為には社会的相当性を肯定できる事情は存しない。
- (4) 昭和59年の改正で、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を用いて複製することは著作権制限の対象外とされたが、そのような複製を私的使用目的で行った場合には、罰則の適用がないことも併せて明記された(著作権法119条括弧書き)。その理由は「可罰的違法性があるとはいえないこと」が指摘されている(加戸守行著『著作権法逐条講義 五訂新版』(2006年著作権情報センター 726頁)から、無許諾複製物のダウンロードも同様に、可罰的違法性はないとしても、違法性はゼロではないので、民事上の違法性はありうると考えるべきである。
- (5) 公衆送信権は準物権<sup>(1)</sup>であるから著作権者は準物権的請求権を有し、準物権的請求権は誰に対してでも主張できるはずであるから、私的複製として著作権が制限されるとするべきではない。

### CSSは視聴制限技術か複製制限技術か

CSS(Content Scramble System)とは、コンテンツを暗号化して記録する技術である。現在、DVDビデオにはCCI(Copy Control Information)とともにCSSが用いられ、パソコン等でDVDビデオの映像ファイルをコピーすることを制限している。

ところが、平成10年12月の『著作権審議会マルチメディア小委員会ワーキング・グループ(技術的保護・管理関係)報告書』第2章第4節4では、DVDビデオに用いられているCSSをアクセスコントロールと位置づけ、その答申に沿って平成11年に著作権法の改正が行われた。その改正の趣旨は、著作権の内容ではない「アクセス(視聴)」をコントロールする技術は著作権法では規制しないということと、現状では、不正競争防止法によって規制されるということである。それは、DeCSS<sup>(2)</sup>を搭載したリッピングソフトを配付することは、不正競争防止法違反とはなるが、著作権法違反

にはならないということになる。すなわち、著作権法はDeCSS等を用いてCSSを無効化して複製することを積極的に許容しているということになる。

したがって、現行著作権法の技術的保護手段に関する規定はCSSを想定していない書きぶりとなっている。『文化審議会著作権分科会報告書(平成18年1月)』75頁では、CPPM<sup>(3)</sup>、CPRM<sup>(4)</sup>、DTC<sup>(5)</sup>、VCP<sup>(6)</sup>等の技術については「コピーコントロール機能にアクセスコントロール機能を加えた技術」とする一方、CSSについては「アクセスコントロール機能のみの技術」としている。

しかし、前者もデータの暗号化とCCIによる技術だから、CSSと異なるところはないと思われる。したがって、CSSだけが「アクセスコントロール機能のみの技術」とされる理由はないはずである。

### 視聴制限技術を無効化する複製の禁止は複製権問題

また、視聴が著作権の支分権の対象ではないから、これをコントロールする技術的手段の回避を著作権侵害とすることは、新たな権利の創設にも等しいとして、CSSの回避行為を制度的に防止することに難色を示す意見があるようである(『文化審議会著作権分科会報告書(平成18年1月)』76頁)。

確かにアクセスコントロール技術を無効化して「視聴すること」を制度的に防止するならば、新たな権利の創設に等しいといえるかもしれない。しかし、アクセスコントロール技術を無効化して「複製すること」を制度的に防止することは「複製権」の問題であって、「新たな権利の創設にも等しい」との批判は当たらない。

昨年度の文化審議会著作権分科会法制問題小委員会では、補償金制度は廃止しDRM(Digital Rights Management)によるべきとの意見も強かったようである。

しかし、複製権制限の代償措置である補償金制度を不要とするDRMは、複製権に関わる技術的手段でなければならない。著作権法第30条1項を考える場合に暗号化技術が複製権とは無関係というのならば、同条2項を考える場合も複製権とは無関係な技術とすべきである。

このように考えると、CSSだけではなくCPPM等も著作権法上の技術的手段とはいえない可能性があり、そうであるならば、これらの技術的手段は補償金制度を考えるとときに考慮すべきDRMなのかとの疑問が生じる。

CSSは複製したファイルを復号する正規の手段が存在せず、しかもCCIが用いられている。このような見地から、著作権部会では、CSSを著作権法第30条1項2号の技術的保護手段とすべきことを要望していくとともに、アクセスコントロール技術を無効化して複製すること(視聴することではない)も複製権制限の対象外とすることを要望していくこととした。

(1) 準物権とは、所有権等の物権に準ずる権利で対世的効力(権利の行使を妨げている人であれば誰に対してでも主張できる権利)だとされている。これに対し債権は原則として債務者に対してのみ主張できる権利で、差止請求権等は通常認められない。著作権は、準物権であるから、差止請求権が認められている(著作権法112条)。

(2) CSSを解除するプログラム。1999年ノルウェーの少年によって開発されインターネットにより世界に流布された。

(3) Content Protection for Pre-recorded Media...DVD-Audioの保護技術

(4) Content Protection for Recordable Media...DVD-Recorderの保護技術

(5) Digital Transmission Content Protection...デジタルインターフェイスの保護技術

(6) Video Content Protection System...DVD+R/RWの保護技術

## 私的録音録画問題の原点 ～報酬請求権制度と技術的保護手段～ 秋山多喜男氏(元私的録画委員会委員長に聞く その2)

現在、文化庁の文化審議会著作権分科会では、私的録音録画補償金制度についての抜本的見直しを行い、平成19年度中に具体的結論を得るよう、私的録音録画問題小委員会を設けて審議を行っている。また、デジタル対応ワーキングチームでは、昨年度に引き続いて技術的保護手段の見直しも課題となっている。前号(No.116号)に引き続き、私的録画委員会(録画にかかわる権利者の団体の代表で構成)の委員長であった秋山多喜男氏(元JVA専務理事・事務局長)に私的録音録画補償金制度導入の経過や技術的保護手段要求の経緯についてインタビューした報告を掲載する。

### 私的録画委員会中間報告の内容

(報酬請求権制度が立法化された1992年の翌年、録画に関わる権利者で構成される「私的録画委員会」が設立された。)

私的録画委員会では、私的録画を防止する技術の導入を要求しました。その内容は、以下のとおりです。

(1) パッケージソフトについては、コピー禁止フラッグ信号を附加し、対象機器がこれを読み取り、「子」の複製ができないような対応を要望する。

(2) 放送番組については、放送番組を機器が収録する時点で、対象機器が録音における「SCMS方式」と同レベルの制限が働くような信号を附加し、これを「親」としてデジタル方式による「孫」の複製ができないような対応を要望する。

いささか今回の問題から脱線しますが、30条は「家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用することを目的とすること」と、使用する場所だけを限定しています。もっと慎重に検討する必要がありますが、「家庭内及びそれに準ずる限られた範囲内で、複製し使用することを目的とするときには」というように「複製」を「使用する」の前にいれるだけでずいぶん違ってくると思います。そうすれば、たとえば映連や全興連が抱えている劇場の中での盗み撮りの問題も、違法ということがはっきり文章で読み取れるわけです。

私的録画そのものが全面的に禁止できるとは考えていませんでしたので、30条の立法趣旨から逸脱している複製のことからお願いしていったほうがいいという認識があり、私的録画防止技術導入の要求はそういう発想によるものです。

ですから、私的録画委員会の委員長として、交渉技術として言ったかもしれませんが、協会として全面的に廃止、禁止してほしいと言った記憶はありません。私の「提案」は、技術的保護手段を用いて一世代コピーも不可とした場合、当然、報酬請求権の対象外というものです。

### 「審議の経過」意見との相違

昨年の法制問題小委員会中間報告の中で、そもそも

DRMが働くならば30条1項自体がいらなくなって、権利制限の代償措置である2項もいらなくなるという趣旨の記述があります(\*1)が、そこまでの考えではありません。私の考えは、著作権者の意思でコピー不可・一世代コピー可・コピーフリーとできる技術的手段を用い、法律を犯さない範囲で著作権者の意向に従った複製を行った場合には、報酬請求権の対象としませんというものです。だからそういう機能をきちんと搭載した機器は報酬請求権の対象とはしないというのが当時の考え方です。ですから、コピー不可のものはコピーできませんが、一世代コピー可とかコピーフリーのものはコピーして構わない、30条1項は残すという考えです。

### 関係者の反応

この考えは私的録画委員会で提案し、「私的録画委員会中間報告書」(\*2)の中に採り入れられました。それを第2回私的録画懇談会で、「コピー不可」を含む提案に、ハード側の方々はびっくりしておられました。

余談ですが、MPAの紹介で来られた外国の方も当協会事務所にきたとき、私はこう考えていると言ったら、ちょっとびっくりしておられました。

私が協会に来たときには、一世代コピー可という考え方がレコード業界では定着していました。しかし、一世代可ならば何十万枚だってコピーをつくれることになります。ですから、コピー不可から始めなければならないと考え、そうした方式は作れないのかと言うと、作れると言う。この問題ではソニーの出井さん(前・会長 当時常務)に非常に感謝しています。ソニー・ミュージックエンタテインメントの松尾さんのご紹介で、協会事務局にみえたことがあります。こういう話など諸々1時間くらいお話ししたら、それでは担当者を、ということになり、後日担当部長が来られました。

そこで、こういうことをやったら一般消費者の側にどういう不都合が起きるのか、私はまったく起きないと思っているので、起きるといふならばご説明くださいと申し上げました。1ヶ月経って、松下電器産業の部長さんと2人でお見えになって、..みんな検討しましたがありません、というお答えでした。私は、松下電器産業さんにも1度大阪までお邪魔をして、同じ説明を20人ほどの方に申し上げたことがあります。この時も結局、無いということになったのです。

## コピーコントロールとアクセスコントロール

最近、CSSがコピーコントロールかアクセスコントロールかという問題がありますが、私的録画委員会の時代に議論していたアクセスコントロールというのは、お金を払ってくれてる人以外には見られない方法という意味でアクセスコントロールが言われていました。

この技術的保護手段の問題は、著作権法の中で解決しておきたいとお考えになるのは理解できるのですが、ある部分ではもっと別な切り口で検討してみる必要があるのではないかと思います。CSS等がアクセスコントロールかコピーコントロールかという問題も整理する必要がありますが、これは実態をきちんと理解してどちらに入れるかみたいな議論です。そういうことはあまり法律上の字句だけにこだわって解決しようと思うのは、もう無理だと思います。

昔からの持論ですけど、著作権法を一般の方たちに理解していただくためには、聖書、バイブルではないけど、口語訳が必要だと思います。書いた人は拳足を取られるような話ですから難しいですが、必要だと思う。全くの私見ですが、デジタルの技術が世の中に出てきてからは、基本理念は一本で、著作物利用技術としてのデジタル分野を一応切り離して法律を作ったほうが、整理がしやすいと思っていました。さもないと非常に混乱が大きいだけで、一般の人たちが著作物に対応するとき、たとえば学校で教育したりするときに、非常に難しい法律だということだけで終わってしまう気がします。

## 公益目的の回避

さらに、公益上の目的で制限をするというのが報告書にあります。技術的保護手段を回避するような形で教育目的で使ってもいいのではないかと、みたいなニュアンスの記述です(\*3)。しかし、法律だけでものを考えようとするからそういう議論になっていくのであって、こういうのは別のルールを作ればいわけです。

この雰囲気としては、教育機関が技術的保護手段を迂回して複製することを認めていいと書いているわけですが、そのこと自体、迂回手段がいけばポピュラーになるということです。しかし、どうしても教育機関等においてその著作物は利用したい、利用する必要があるというならば、もっと現実的な別の方法が考えられます。文部科学省などどこでもいいですが、「これ使いたい」と申請をする。そこは著作権者に対して、かくかくしかじかの教育目的で使うのだから、その著作物を利用できる形で供給してやってくれ、というだけのことです。わざわざ迂回技術云々といひ、ますます世の中を混乱に陥れる必要はありません。

理論的にどうしても整理をしておきたいという気持ちは分かりますが、現実的な問題をもっときちんと考えてほしい。なぜならば、著作物の利用は実生活に密着していることなんです。遊離してしまったら意味がありません。密着していることですから、昔から私見として持ってるのは、一般の人が分かるように口語訳著作権法を作ってくださいということです。

## コピーコントロールの権利

報酬請求権制度については、もともと音とスタンスがちがいました。先ほどいっましたように私はコピー不可ということもスタートとして考えるべきだという立場でした。

購入者の初期の目的は、物として供給されたときに実現されるわけです。DVDにしるビデオテープにしる再生してご覧になることは可能なわけで、それ以上は嫌だというのは権利者側の権利として主張すべきだという考え方でした。

そういう意味でコピー不可がスタートですが、権利者がコピー可だというならそれも自由という考え方です。

最近、ハードメーカーの方々は、DRMが普及すれば報酬請求権制度はいらないではないかといっていますが、私もそう思います。ただし、それが徹底されればですが。そして、DRMは、権利者がコピー不可だと考えたらそうできるべきだと思います。権利者が、自らの著作物にどのような技術的手段を用いて複製物を提供するかというのは、まさしく著作権者の権利だからです。

(平成18年5月12日 収録)

(\*1)「文化審議会著作権分科会法制問題小委員会審議の経過」

(平成17年8月25日 文化審議会著作権分科会法制問題小委員会) 37頁  
「(1) DRMによって個別課金が可能である以上、その部分については、私的複製に対する権利制限の根拠である「市場の失敗がなく、そもそも権利制限の正当性もないし、これを前提とする補償金制度の正当性もない。」

(\*2)「私的録画委員会中間報告書」(平成6年1月21日付)

(\*3)「文化審議会著作権分科会報告書」(平成18年1月 102頁)

「図書館等における複製や教育間における複製等公益の上の理由から認められている権利制限規定に基づく利用については、当該規定が設けられている趣旨が、原則として、公益を著作権者等の意思に優先させているものと考えられることから、また、引用等社会慣行として行われており、著作権等を制限しても著作権者等の経済的利益を不当に害しないとして認められている権利制限規定に基づく利用については、技術的保護手段の回避を伴う利用であっても、著作権者等の経済利益を著しく害するおそれがあるとは現状では言えないと考えられることから、それぞれ規制の対象とすることは適当でないと考えられる。一方、これらの場合においても利用実態をよく見極めた上で公益性そのものの見直しを行うべきとの意見もあったところである。」

## 『映像ソフト及びAV機器の消費実態に関する調査』 (DVDマーケット調査) 結果報告(2)

本年4月に発表した『映像ソフト及びAV機器の消費実態に関する調査(DVDマーケット調査)』に関し、前号に引き続きサマリーからの抜粋を掲載する。なおサマリー(概要)は当協会ホームページにも掲載している(<http://www.jva-net.or.jp/jva/newsrelease/040506/DVDsummary.pdf>)。

### <調査の実施方法>

対象・・・全国に居住する満16才から69才の男女でインターネット利用者

方法・・・インターネットによる調査

時期・・・2005年9月

回収サンプル・・・2,311票

データ補正・・・調査対象がインターネット利用者である事に因るバイアスを補正するため、インターネット非利用者を含む一般個人を想定した補正計算を施している(詳細については前号No.116 5頁参照)。

### 第20回『ビデオレンタル店実態調査』を実施

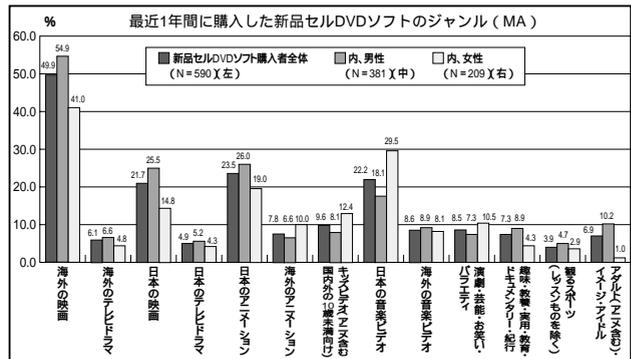
統計調査委員会では、本年で20年目となる『ビデオレンタル店実態調査』を7月に実施した。この調査は、「個人向けレンタル業務許諾契約書」の第7条1項(報告・調査協力の義務)に基づき、JVAレンタルシステムに加盟するビデオレンタル店全体に対して実施しているものである。

近年、ビデオレンタルショップに於いてもVHSからDVDへと大きな変遷期の中にあり、かつ全体のショップ総数が減少傾向にあるなど構造的な変化も起きている。ユーザーレベルの市場規模では売上総額よりもレンタル売上総額のほうが上回り、ユーザー数においても圧倒的な広がりを持っていることから(2005年『DVDマーケット調査』結果より)、レンタル市場はパッケージ映像産業の中でも重要な位置を占めている。このような状況の中にあるビデオレンタルショップの実態を数値で捉え分析することで、今後のレンタル市場の行方を推し測るための基礎資料としたい。集計結果の発表は本年11月頃の予定。

### 調査結果(前号から続く)

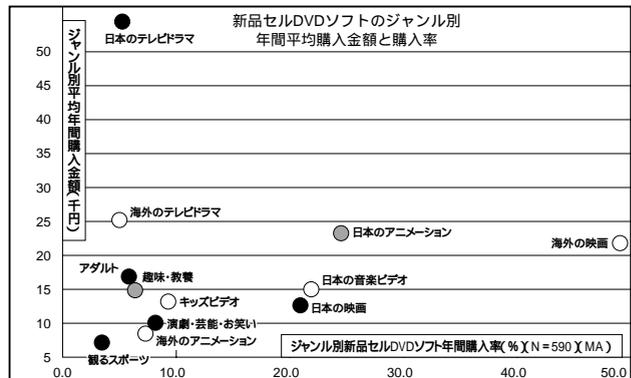
#### 7. 1年間に新品DVDを購入した人のうち、半数が「海外の映画」を購入。

男性は「海外の映画」「日本の映画」「日本のアニメ」が多く、女性は「日本の音楽ビデオ」が多い。



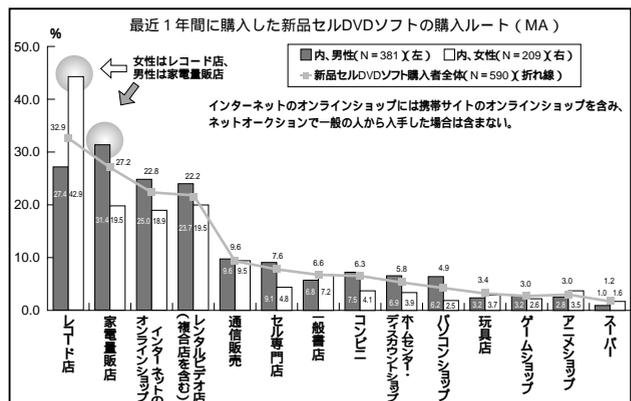
#### 8. ジャンルによって大きく異なる市場特性。

「日本のTVドラマ」は「海外の映画」に比べてユーザー数は1/10だが客単価は2.7倍。「海外の映画」は客単価は高くないが、ユーザーの裾野が広い。



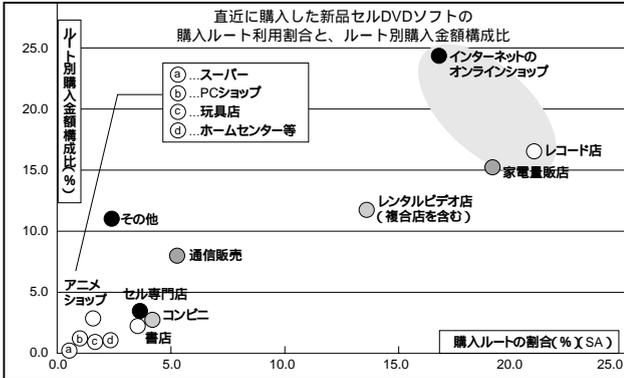
#### 9. レコード店、家電量販店、オンラインショップ、レンタルビデオ店からの購入が多い。

男性は家電量販店が一番高く、女性はレコード店での購入が高い。性別によって購入ルートに格差がある。



### 10. オンラインショップは購入金額が高い。

オンラインショップは、ルートの利用はレコード店、家電量販店に次ぐ3位だが、購入金額構成比ではもっとも高くなっている。



### 11. ジャンル別のよく売れる購入ルート

「海外の映画」は家電量販店、レンタルビデオ店。「音楽ビデオ」はレコード店。「テレビドラマ」と「日本のアニメ」はオンラインショップが強い。

直近で購入した1枚(組)の新品セルDVDソフトの購入ジャンル別の購入ルート(%)	調査数	レコード店	家電量販店	レンタルビデオ店	インターネットのオンラインショップ	通信販売	レコード店	一般書店	セル専門店	玩具店	PCショップ	ゲームショップ	その他	不明			
全体	590	20.5	18.2	15.7	13.0	5.1	4.0	3.6	3.5	2.6	1.8	1.8	1.1	0.6	0.4	2.4	5.4
海外の映画	201	15.4	22.7	13.7	22.4	2.5	6.1	3.9	1.7	2.8	0.4	0.0	1.1	0.7	0.8	1.8	4.1
海外のテレビドラマ	13	10.0	14.5	43.2	11.7	11.2	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
日本の映画	46	26.7	23.0	16.6	9.7	1.3	3.0	0.0	5.1	0.0	1.7	0.0	2.1	1.4	1.8	0.0	7.7
日本のテレビドラマ	13	13.6	21.0	30.4	9.8	5.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
日本のアニメーション	67	7.8	18.0	20.1	6.1	8.4	4.0	6.1	4.0	3.8	1.2	14.9	1.3	1.2	0.0	0.0	3.1
海外のアニメーション	22	17.5	17.8	7.5	21.9	0.0	3.5	3.8	0.0	3.8	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5
キッズビデオ	37	13.0	16.4	2.1	10.6	3.7	0.0	11.3	0.0	14.1	13.8	0.0	0.0	2.3	0.0	10.4	2.3
日本の音楽ビデオ	89	45.8	13.2	17.7	7.3	3.1	0.0	0.7	2.7	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	1.9	4.7
海外の音楽ビデオ	25	48.6	2.6	19.6	3.2	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.2	12.8
演劇・芸能・お笑い(バラエティ)	24	24.3	26.7	18.8	4.1	2.6	21.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0
演劇・芸能・お笑い(バラエティ)	15	11.4	9.9	12.3	11.9	29.4	5.6	13.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	3.9
観るスポーツ(レスリングを除く)	7	0.0	35.5	13.1	12.1	8.1	0.0	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.1	7.9
アダルト(アニメ含む)イメージソフト	25	3.1	0.0	9.3	3.6	20.8	0.0	0.0	40.1	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	15.6
その他	6	0.0	26.0	29.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.2	0.0	0.0	0.0	0.0	15.2	15.2

### 12. ルート別のよく売れるジャンル

各購入ルートとも「海外の映画」はよく売れているが、レコード店では「音楽ビデオ」が、オンラインショップでは「日本の音楽ビデオ」と「日本のアニメ」、通信販売では「アダルト」と「日本のアニメ」、コンビニでは「バラエティ」が強い。

直近で購入した1枚(組)の新品セルDVDソフトの購入ジャンル別の購入ルート(%)	調査数	レコード店	家電量販店	レンタルビデオ店	インターネットのオンラインショップ	通信販売	レコード店	一般書店	セル専門店	玩具店	PCショップ	ゲームショップ	その他	不明			
全体	590	121	107	93	77	30	24	21	21	16	11	11	7	4	2	14	32
海外の映画	34.0	25.6	42.1	30.1	58.4	16.7	50.0	38.1	14.3	37.5	9.1	0.0	28.6	25.0	100.0	28.6	25.0
海外のテレビドラマ	2.3	0.8	1.9	6.5	2.6	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
日本の映画	7.9	9.9	10.3	8.6	5.2	3.3	4.2	0.0	9.5	0.0	9.1	0.0	14.3	25.0	50.0	0.0	12.5
日本のテレビドラマ	2.2	1.7	2.8	4.3	1.3	3.3	4.2	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
日本のアニメーション	11.3	4.1	11.2	14.0	5.2	20.0	12.5	19.0	14.3	18.8	9.1	90.9	14.3	25.0	0.0	0.0	6.3
海外のアニメーション	3.8	3.3	3.7	2.2	6.5	0.0	4.2	4.8	0.0	6.3	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
キッズビデオ	6.3	4.1	5.6	1.1	5.2	3.3	0.0	19.0	0.0	31.3	45.5	0.0	0.0	25.0	0.0	28.6	3.1
日本の音楽ビデオ	15.0	33.9	11.2	17.2	7.8	10.0	0.0	4.8	9.5	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	14.3	12.5
海外の音楽ビデオ	4.2	9.9	0.9	5.4	1.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	9.4
演劇・芸能・お笑い(バラエティ)	4.0	5.0	5.6	4.3	1.3	3.3	20.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
演劇・芸能・お笑い(バラエティ)	2.6	1.7	1.9	2.2	2.6	13.3	4.2	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
観るスポーツ(レスリングを除く)	1.3	0.0	2.8	1.1	1.3	3.3	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	3.1
アダルト(アニメ含む)イメージソフト	4.3	0.8	0.0	2.2	1.3	16.7	0.0	0.0	47.6	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	12.5
その他	0.9	0.0	0.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	7.1	3.1

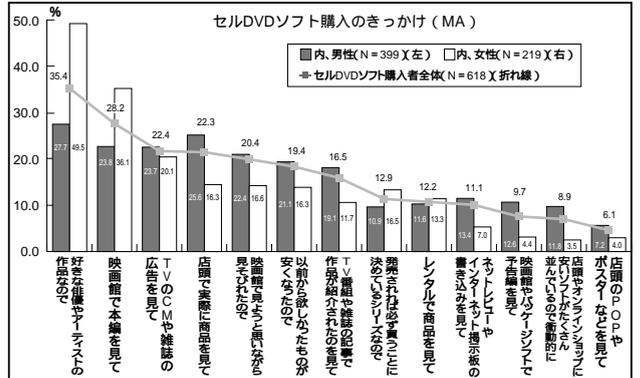
本調査は(社)私的録音補償金管理協会の著作権制度の普及を目的とする基金から助成を受けて実施された。

調査時期の都合上、本調査における「1年間」とは、2004年9月～2005年8月の期間を指す。

本調査では、セルDVDのことを中古で売買されるものと区別するために「新品セルDVD」と称している。新譜ソフトとは異なる。

### 13. 女性のほうが強い購入動機。

女性購入者の半数が「好きな俳優やアーティストの作品なので」。映画館やレンタルで既に見た作品を購入する傾向が強い。男性は「店頭で実際に商品を見て」「安かったので衝動的に」。



## ネット購入のDVDから海賊版VHSを製造、レンタルに使用～石川県

4、5、6月度は、兵庫県、大阪府、石川県、佐賀県、滋賀県、北海道のビデオレンタル店94店の調査・折衝を実施した。調査結果は、廃業等42店を除く実質営業店52店のうち、18件の違法行為が確認された。違法行為の確認率は35%。その内訳は海賊版レンタル1件、セル用DVDのレンタル転用13件、セル用VHSのレンタル転用が4件となった。また刑事告訴件数は12件となった。

主な事例は以下のとおり。

4月、石川県珠洲市内のJVAレンタルシステム加盟店では、陳列棚にセル用DVDパッケージがあったことから電話で経営者と連絡をとり、カウンター内を検査したところ、セル用DVD500枚を確認。同時に手書きラベルの新作・準新作の海賊版VHSを646本確認した。経営者の話では、インターネットで購入したセル用DVDからVHSの海賊版を製造したとのこと。海賊版レンタルとセル用DVDのレンタル転用について即刻中止を指示、警告書を渡した。またすべての海賊版と誓約書を提出するよう指示し、後日受領した。

6月、静岡県警は、著作権法違反の疑いで奈良県に住むAと御殿場市に住むBを捜索した。調べによるとBは、インターネット上でAから人気アニメの海賊版DVDを購入。その後両者は共謀し、Bが注文を受けAが海賊版DVDを製造し販売していた。その他、奈良県、大阪府、新潟県、愛知県等で海賊版DVDの頒布目的所持の疑いで摘発が相次いだ。

### 4月～6月実績

調査店数	94店
営業店数	52店
違法行為	海賊版所持
確認件数	DVD、VCセルのレンタル転用
海賊版確認本数	VHS 646本
海賊版回収本数	VHS 646本
刑事告訴事件数	12件
警察による海賊版押収本枚数	DVD 2649枚 VHS 71本
違法行為確認率	35%
廃業率	45%

### 調査状況一覧表

V=VHS

調査地区	内訳			海賊版所持店			海賊版 確認本数	海賊版 回数本数	セルDVDの レンタル転用	セルVCの レンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	許諾店	無許諾	計				
兵庫県		1								
大阪府		1							1	
石川県	14		15	1		1	V:646本	V:646本	1	
佐賀県	14	1	6						5	3
滋賀県	12		12						3	1
北海道	8	1	9							3
合計	48	4	42	1	0	1	V:646本	V:646本	13	4

## 『知的財産推進計画2006』発表される

政府の知的財産戦略本部（本部長：小泉総理大臣）は、6月8日に「知的財産推進計画2006」を決定した。今回の推進計画は、「世界最先端の知財立国を目指す」を大きな目標として掲げ、2006年から今後3年間を知財立国の「第2期」（第1期は2003年度から2005年度の間）と位置づけ、

「知財立国の実効を上げる」

「知財を活用した国際競争力強化」

「新たな課題に対応した制度整備」等を取組方針とした。

コンテンツ分野に関しては、「世界トップクラスのコンテンツ大国を実現する」として、国民一人一人が満足できるユーザー大国、クリエイターが最大限能力を発揮できるクリエイター大国、国際競争力を有したピ

ジネス大国、の3つの目標を同時に実現し、ユーザー、クリエイター、ビジネスのすべてがWin Winの関係となることを目指す（推進計画本文89頁）としている。

当協会の角川会長は、知的財産戦略本部員として、本推進計画の起草・審議に参加。6月8日の本部会合では、「模倣品・海賊版対策」に関して、「劇場内で無断撮影された映像の違法流通への対策を推進する」（本文65頁）や「コンテンツ海外流通マーク（Cマーク）等を活用する」（本文57頁）等について意見を述べている。

（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/dai14/14gijiroku.html>）

# ◆◆◆ 新入会員社 自社紹介 ◆◆◆

協賛会員(平成18年5月9日付)

## 株式会社 オプトロム

弊社は、独立系の光ディスクメーカーとして1986年に都の都仙台に設立されました。以来「時代とともに変化するお客様のニーズ追及し、高品質な商品とサービスの提供を目指す」という経営理念の下、CD、DVD等の光ディスク製造を手掛け、今年満20年を迎えることができました。

本社工場は、青々と繁った雑木林に囲まれ、敷地の裏手には、歌に唄われた「広瀬川」が流れております。日々、環境保護の大切さを実感する、そのような自然に恵まれた只中にあります。

今後益々多様化する社会において弊社は、これまで蓄積してきた「高画質・高音質」のノウハウをさらに進化させ、企業理念である「グローバルに通用するオンリーワンの物づくりによって、世の中に貢献できる夢ときめきのある会社」-デジタルコンテンツの未来をプロデュースする光ディスク・プロバイダーとして、優れた製品づくりに邁進する所存です。

長年の経験と技術を活かし、映像ソフト業界の発展に貢献できるよう、努力して参りますので、何卒よろしくご指導の程お願い申し上げます。

(常務取締役 吉田 実氏)

### 会社プロフィール

代表者	三浦 一博 (代表取締役社長)
住所(本社)	〒989-3124 宮城県仙台市青葉区上愛子字松原27番地 022-392-3711
(東京支店)	〒105-0004 港区新橋6-4-9 北海ビル新橋4F 03-3433-4581
URL	http://www.optrom.co.jp/
設立	1986年7月1日
資本金	7億8200万円
主な営業種目	CD-DA、CD-ROM他各種CDの製造・販売。 DVD-Video・DVD-ROMの製造・販売。 CD-R・RW、DVD±R(DL)・RW向けスタンパーの製造・販売 等。
推薦会社	キングレコード(株) (株)ポニーキャニオン

協賛会員(平成18年5月9日付)

## トエミ・メディア・ソリューションズ

クリエイターたちが創り出す、かけがえの無い音楽や映像を、最高のクオリティと最良のサービスでお客様へお届けしたい。

私たちトエミ・メディア・ソリューションズ(株)は、「人々の生活に役立つ製品作りを通じて、ゆるぎない信頼を得られる企業として社会と共に歩む」を企業理念として、2005年12月に東芝EMI(株)から会社分割、独立会社として新たな一歩を歩み始めました。

弊社のメディア製造における歴史は長く、1955年のアナログレコードに始まり、カセットテープ・VC・LD・CD・DVDといった多彩なパッケージメディアの製造に50年以上の豊富な経験を持っております。更に2006年4月には、三洋マービック・メディア社の光ディスク部門の営業譲渡を受け、岐阜事業所が新たな製造拠点として加わりました。

私たちは、お客様がパッケージメディアに求める価値を最大限に発揮できるよう、永年培ってきた技術力と品質を基盤に、価格・納期などのサービスを充実させ、次世代メディアの研究も重ねながら、日々新たな変革に挑戦してまいります。

微力ながら、映像ソフト産業の発展に貢献していきたいと思っておりますので、ご指導のほどよろしくお願い致します。

(常務取締役 重野 陽一氏)

## 株式会社

### 会社プロフィール

代表者	安尾 正義 (代表取締役社長)
住所(本社)	〒412-8505 静岡県御殿場市保土沢985番地 0550-89-3611
(東京営業所)	〒100-0014 千代田区永田町2-4-8 03-5512-1746
URL	http://www.tm-sol.co.jp/
設立	2005年12月
資本金	4億9800万円
主な営業種目	CD-DA・CD-ROM・DVD-Video・DVD-ROM、 その他光ディスク関連商品の製造・販売。 DVD-Video・DVD-ROM用画像圧縮。 オーディオ、ビデオ、ROMデータの編集・加工 等。
推薦会社	東芝EMI(株) 東芝エンタテインメント(株)

協賛会員(平成18年7月4日付)

## ビジョネア 株式会社

このたびは日本映像ソフト協会に入会させて頂きありがとうございます。

小生は2000年4月に「日本発世界初の技術を開発し新しい産業を創る」を設立理念として、ビジョネア株式会社を設立いたしました。設立以来、DVDとインターネットを融合させる技術である「DVDMAGIC」を開発しています。映像データのデジタル化によってDVDというメディアの新たな用途が出てきています。その中で、デジタルメディア同士の運動・融合、中でもインターネットとの融合が進むと考え事業を進めて参りました。

インターネットの進化も目覚しく、「WEB2.0」と呼ばれる第二世代インターネットサービスが台頭してきました。これからは映像流通にもネットワーク時代が到来すると思われます。ネットワーク時代のパッケージメディア、映像流通はどのような形態になっていくのか。会員の皆様と是非議論させて頂きたいと思っております。

弊社は、新しいコンテンツ流通の仕組みを構築できるような技術開発を進め、ネットワーク時代の映像ソフト業界に貢献していきたいと考えております。よろしくごお願い申し上げます。

(代表取締役社長 内古閑 宏氏)

### 会社プロフィール

代表者	内古閑 宏 (代表取締役社長)
住所	〒150-0043 渋谷区道玄坂1-22-7 道玄坂ピアビル10F 03-6415-3088
URL	http://www.visionare.co.jp/
設立	2000年4月7日
資本金	1億5589万円
主な営業種目	デジタルメディア(DVDなど)の技術開発及び販売業務。 デジタルコンテンツ流通のプラットフォーム構築。 ビデオ映像、音楽CDソフト、ゲームソフトCD-ROM、 DVD、コンピュータソフトウェア等のマルチメディア コンテンツ全般の企画、デザイン、開発、制作、販売 等。
推薦会社	(株)角川書店 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)

# リレーエッセイ 60



㈱金羊社 代表取締役社長 浅野 健氏からのご紹介

森本 義久 氏(株式会社 キュー・テック 代表取締役社長)

## 「健康維持の方法」

丁度6年前、夏の終わりに1ヶ月で10キロ痩せてしまいました。夏痩せなどしたことがないので、心配になりあまり好きではない病院に、朝会社に行く前にいきました。すると、医者は紹介状を書いてくれました。これを持ってこの病院に今すぐに行きなさい、と言われました。この病院でまた同じように紹介状を書いてもらって、次の病院に行くように言われました。病名も言われず病院のタライ回しではないか?と聞いてみると、「住まいに近い所がいいですから」と言われました。言われるままに地図をたよりに、病院を訪ねると「お待ちしていました」と言われて、しばらく待たされました。丁度昼時なので待たすのかな?とと思ってました。午後2時を過ぎても何もないので聞いてみると、「今奥さんをお呼びしますから」と言われてびっくりしました。しばらくすると妻が来て「どうしたの」と言いました。妻は「2・3日検査入院するから、その用意をして来てください」と言われたそうです。その日から入院し翌日から2日間色々な検査をされました。3日目に医者が糖尿病だと教えてくれました。原因はストレスから来ているので、ストレスを貯めないようにと、言われました。

それから1週間又1週間と入院が伸びてインスリンの注射をしながら1ヶ月入院していました。体重も元に戻

り退院することができました。療法は、食事療法が一番良い方法なので、あれはダメこれはダメと普通は医者の方では言うけれど、「あなたの場合はそれがストレスの一部になるのであまり気にしないで、好きなものを量を取らないように少しずつ取るようにしなさい」と言われました。

又、睡眠時間も充分取るように言われましたが、昔から遅寝早起きの習慣が身についているため、入院中の消灯時間が早いのに耐えるのがつらかったです。今も気にせず習慣どおり朝は5時に目がさめるので起きてしまいますが、「病は気から」と云うぐらいで自分にあった自分なりの生活をするのも健康維持の一つの方法ではないのかな?とってます。

医者の言うことを全部守っていれば、健康を維持できるとは必ずしも言い切れません。守らないより守った方が良いとは思いますが、自分がその事を守ることがストレスの要因であるならば、それが原因で病気になることもあるのではないのでしょうか?

今は、あれから6年経ちますが酒もタバコもあいかわらず続行しています。本人は健康だと思って個人の生活には、色々と気を使わないようにしています。

## 日誌に見る協会の動き

### 【5月】

- 9. 理事会  
関西地区連絡協議会(～10)
- 11. インターネットカフェWG
- 12. 営業部会懇親ゴルフ会
- 15. マーケティング委員会
- 16. 総合連絡委員会
- 17. 違法対策部会
- 18. 権利者団体対応委員会  
著作権部会
- 19. 業務使用対策委員会
- 22. 映像倫理協議会運営委員会
- 25. 業務部会幹事会
- 29. 権利者団体対応委員会

- 30. 通常総会  
理事会  
記者発表

### 【6月】

- 5. 広報委員会
- 6. BBマルチメディア委員会
- 8. 私的録画補償金問題委員会  
中部地区連絡協議会
- 9. 業務使用対策委員会
- 12. キャンペーン小委員会
- 13. 総合連絡委員会
- 15. 統計調査委員会  
著作権部会

### 権利者団体対応委員会

- 19. 米国市場視察ツアーミーティング
- 21. 不正商品対策協議会企画広報部会
- 22. 統計担当者会議  
北海道地区連絡会議(～23日)
- 23. 法務打合せ(於JIMCA)
- 26. 新会員加盟促進ワーキンググループ
- 29. 業務部会幹事会  
権利者団体対応委員会

# 統計

## 2006年5月度

	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	15,344	70.7%	114.2%	5,632	76.7%	124.9%	588	124.6%	増減 17社 12社 その他3社	86,627	67.6%	104.6%	29,873	74.9%	107.2%	3,759	119.4%	
レンタル店用	6,239	28.7%	123.9%	1,379	18.8%	155.4%	613	223.7%		40,803	31.8%	159.2%	8,452	21.2%	184.5%	2,673	121.0%	
その他・業務用	128	0.6%	110.3%	334	4.5%	160.7%	11	ERR		811	0.6%	130.3%	1,582	4.0%	144.4%	22	244.4%	
DVDビデオ	21,711	98.1%	116.8%	7,346	98.2%	131.1%	1,212	162.5%		128,241	97.4%	117.6%	39,907	98.2%	119.0%	6,454	120.2%	
販売用	101	24.5%	280.6%	81	59.9%	91.3%	18	36.0%		増減 4社 19社 その他5社	675	19.9%	60.4%	312	42.2%	77.1%	128	51.6%
レンタル店用	292	70.7%	19.7%	48	35.1%	21.5%	66	49.3%			2,612	77.0%	29.7%	386	52.1%	27.1%	551	61.6%
その他・業務用	20	4.8%	64.5%	7	4.9%	34.7%	1	25.0%			107	3.2%	49.1%	43	5.7%	40.7%	9	39.1%
カセット	413	1.9%	26.7%	136	1.8%	41.1%	85	45.2%			3,394	2.6%	33.5%	741	1.8%	38.3%	688	59.1%
合計	22,124	100.0%	109.9%	7,481	100.0%	126.1%	1,297	138.9%			131,635	100.0%	110.4%	40,648	100.0%	114.6%	7,142	109.3%

今月の売上報告社数.....32社 (前年同月の報告社数: 31社) 無回答社.....4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

## 2006年6月度

	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	16,230	65.8%	78.1%	5,820	69.0%	79.3%	891	89.8%	増減 12社 16社 その他3社	102,857	67.3%	99.3%	35,693	73.8%	101.4%	4,650	112.3%	
レンタル店用	8,218	33.3%	160.1%	2,033	24.1%	170.1%	411	135.2%		49,021	32.1%	159.3%	10,486	21.7%	181.6%	3,084	122.7%	
その他・業務用	236	1.0%	126.9%	583	6.9%	135.4%	8	40.0%		1,047	0.7%	129.5%	2,164	4.5%	141.9%	30	103.4%	
DVDビデオ	24,684	98.0%	94.5%	8,436	98.5%	94.1%	1,310	99.5%		152,925	97.5%	113.1%	48,343	98.2%	113.7%	7,764	116.2%	
販売用	115	22.8%	35.6%	46	35.7%	31.1%	21	38.2%		増減 3社 22社 その他3社	785	20.2%	54.5%	359	41.2%	64.7%	149	49.2%
レンタル店用	361	71.6%	26.1%	68	52.1%	23.2%	83	48.0%			2,973	76.4%	29.2%	454	52.1%	26.4%	634	59.4%
その他・業務用	28	5.6%	40.6%	16	12.2%	20.2%	4	100.0%			135	3.5%	47.0%	58	6.7%	31.9%	13	48.1%
カセット	504	2.0%	28.4%	130	1.5%	25.0%	108	46.6%			3,893	2.5%	32.7%	871	1.8%	35.5%	796	57.0%
合計	25,188	100.0%	90.3%	8,566	100.0%	90.4%	1,418	91.6%			156,818	100.0%	106.6%	49,214	100.0%	109.5%	8,560	105.9%

今月の売上報告社数.....32社 (前年同月の報告社数: 31社) 無回答社.....3社  
売上金額の増減社数.....前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合

# DVD生産統計

(単位: 千枚)

地域	区分	04/1-3	04/4-6	04/7-9	04/10-12	04年計	05/1-3	05/4-6	05/7-9	05/10-12	05年計	06/1-3	06/4-6		06年計
国内向け	合計枚数	54,540	52,454	55,477	74,065	236,536	52,036	49,407	58,938	85,877	246,258	59,183	38,040		97,223
	前年同期比	136.0%	128.7%	117.3%	113.9%	122.4%	95.4%	94.2%	106.2%	115.9%	104.1%	113.7%	77.0%		95.8%
	DVDビデオ	41,558	44,864	45,817	58,881	191,120	41,432	42,754	49,053	73,938	207,177	47,315	36,892		84,207
	前年同期比	156.4%	140.1%	140.7%	117.1%	135.1%	99.7%	95.3%	107.1%	125.6%	108.4%	114.2%	86.3%		100.0%
	DVD-ROM	12,982	7,590	9,660	15,184	45,416	10,604	6,653	9,885	11,939	39,081	11,868	1,148		13,016
	前年同期比	96.0%	86.8%	65.6%	102.8%	87.7%	81.7%	87.7%	102.3%	78.6%	86.1%	111.9%	17.3%		75.4%

回答社... (株)ソニー・ミュージックコミュニケーションズ / コロムビアデジタルメディア(株) / トエミメディア・ソリューションズ(株) / 日本ビクター(株) / 松下電器産業(株) / メモリーテック(株)の6社  
2006年第1四半期調査から、東芝EMI(株)からトエミメディア・ソリューションズ(株)に変更

# 社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名（五十音順） 2006年8月1日現在

## 正会員（35社）

(株)アニプレックス  
アミューズソフトエンタテインメント(株)  
(株)インプレスホールディングス  
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)  
エイベックス・マーケティング・コミュニケーションズ(株)  
(株)NHKエンタープライズ  
角川ヘラルド映画(株)  
(株)角川エンタテインメント  
(株)角川書店  
カルチュア・パブリッシャーズ(株)  
(株)ギャガ・コミュニケーションズ  
キングレコード(株)  
コロムビアミュージックエンタテインメント(株)  
ジェネオンエンタテインメント(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  
東映ビデオ(株)  
東芝EMI(株)  
東芝エンタテインメント(株)  
東宝(株)  
東宝東和(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)バップ  
(株)ハピネット  
パラマウント ホーム エンタテインメント ジャパン(株)  
バンダイビジュアル(株)  
ビクターエンタテインメント(株)  
(株)ポニーキャニオン  
ユニバーサル・ピクチャーズ・ジャパン(株)  
ユニバーサルミュージック(株)  
ワーナーエンターテイメントジャパン(株)

## 協賛会員（23社）

(株)アイ信  
(株)一丸印刷所  
(株)IMAGICA  
ヴィジョネア(株)  
(株)オプトロム  
(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)  
大日本印刷(株)  
(株)東京現像所  
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  
トエミ・メディア・ソリューションズ(株)  
(株)トーハン  
東洋レコーディング(株)  
(株)図書館流通センター  
日本出版販売(株)  
日本レコードセンター(株)  
富士フイルムイメージング(株)  
メモリーテック(株)