

# JVA REPORT

# 10

'06 OCTOBER  
NO.118

## MAIN REPORTS

2006年上半期(1月~6月)統計調査 結果報告  
~ソフト全体売上 前年同期の4.6%増~  
営業部会 米国映像市場視察ツアー2006レポート

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**



|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2006年上半期（1月～6月）統計調査 結果報告       | 2  |
| 営業部会 米国映像市場視察ツアー2006レポート       | 4  |
| 著作権関連                          |    |
| 総務省情報通信審議会に対し、『E P N』に関する意見を提出 | 8  |
| 文化庁へ「違法複製物のダウンロード」に関し要望書を提出    | 10 |
| ユーチューブに対する対応について               | 11 |
| 第256回定例理事会開催報告                 | 11 |
| 次世代光ディスク委員会 活動を再開              | 11 |
| 不正商品対策協議会                      | 12 |
| 違法対策部会活動報告                     | 13 |
| リレーエッセイ⑥                       | 13 |
| 日誌に見る協会の動き                     | 13 |
| 月間売上統計（7月度、8月度）                | 14 |
| 私的録画補償金分配の申請社について              | 14 |
| 事務局人事                          | 14 |

**経済産業省 「調査票提出促進運動」及び総務省「事業所・企業統計調査」からのお知らせ**

毎年10月18日は「統計の日」です。経済産業省経済産業政策局調査統計部では、この時期、これまで実施された調査について、調査票未提出等の事業者に対して改めて調査票提出の依頼を行う「調査票提出促進運動」を実施しています。統計局が実施している各種統計調査は、様々な分野で活用される貴重な基礎データとなります。調査対象となられた社がありましたら、ご協力をお願いいたします。

また総務省からも、「平成18年度事業所・企業統計調査の実施に関する協力依頼」が経済産業省を通じてきています。この調査は統計法第3条第1項に基づく指定統計調査として、我が国に所在する国、地方公共団体及び民営のすべての事業所を対象に、10月1日現在によって行われるものです。こちらの調査へのご協力も合わせてお願い申し上げます。

## 2006年上半期(1月～6月)統計調査 結果報告

ソフト全体売上 前年同期の4.6%増 DVD『洋画』の前年同期割れが目立つ結果に

統計調査委員会(上田武二郎委員長 (株)ポニーキャニオン)は、2006年上半期(1月～6月)の統計調査を行い、その結果について9月12日(火)に協会会議室において記者発表を行った。今期の調査結果の概要は以下のとおり。なお、同調査結果は『報告書vol.62』にまとめられている。

### 総論

1. ビデオソフトの総売上は1546億4700万円で前年同期比104.6%、数量では4763万0037本/枚で同105.7%となった。上半期では売上金額で過去3番目(2004年、2003年に次ぐ)、数量においては過去2番目(2004年に次ぐ)の売上となった。

2. DVDビデオの売上金額は1508億0100万円(前年同期比111.6%)、数量は4675万2434枚(同110.0%)となり、DVDビデオの売上は金額、数量ともに上半期では過去最高となった。

一方、ビデオカセットの売上金額は38億4600万円で前年同期比30.4%と大幅な縮小が続いている。このことから、ビデオソフト全体の売上金額に占めるDVDビデオの割合は、金額で97.5%、数量で98.2%を占めることとなった。

3. DVDビデオの「販売用」の売上金額は1021億2900

万円で前年同期比99.8%と僅かながら前年同期を下回り、2004年の上半期を最高にして2005年、2006年と前年同期を下回ることとなった。

一方で、DVDビデオの「レンタル店用」は476億円の前年同期比148.9%、数量では1029万3486枚で同172.7%と大きく伸長し過去最高、レンタル店におけるDVDビデオの在庫拡張が更に進んだ様子が窺える。

4. ソフト全体(ビデオカセットとDVDビデオの合計)の売上金額におけるチャンネル別売上の構成は、「販売用」対「レンタル店用」対「その他・業務用」の順に66.6対32.6対0.8となった。一番大きな市場である「販売用」であるが、売上金額は1029億4900万円で前年同期比99.0%となり僅かながら前年同期を割り込むこととなった。一方2005年は成長率が鈍化する傾向をみせていた「レンタル店用」市場だったが、今期はDVDビデオの売上が貢献し504億0200万円で同118.3%となった。

5. これまで「販売用」「レンタル店用」共に市場を牽引してきた『洋画(TVドラマを除く)』の落ち込みが目立った。ビデオソフト全体の売上金額の66%を占めるDVDビデオの「販売用」においては同ジャンルの前年

### ビデオソフトの売上金額と数量

| 摘要      | 百万円     |      |        |       |        |            | 本・枚  |        |       |        |  |
|---------|---------|------|--------|-------|--------|------------|------|--------|-------|--------|--|
|         | 合計金額    | 回答社数 | 構成比    | 前期比   | 前年同期比  | 合計数量       | 回答社数 | 構成比    | 前期比   | 前年同期比  |  |
| DVDビデオ  | 150,801 | 31社  | 97.5%  | 70.9% | 111.6% | 46,752,434 | 31社  | 98.2%  | 69.2% | 110.0% |  |
| ビデオカセット | 3,846   | 33社  | 2.5%   | 36.6% | 30.4%  | 877,603    | 33社  | 1.8%   | 42.1% | 34.6%  |  |
| ソフトの総売上 | 154,647 | 33社  | 100.0% | 69.3% | 104.6% | 47,630,037 | 33社  | 100.0% | 68.4% | 105.7% |  |

### メディア別流通チャンネル別売上

|             | 百万円         |       |        |        | 本・枚         |       |        |        |
|-------------|-------------|-------|--------|--------|-------------|-------|--------|--------|
|             | DVDビデオの売上金額 |       |        |        | DVDビデオの売上数量 |       |        |        |
|             | 金額          | 構成比   | 前期比    | 前年同期比  | 数量          | 構成比   | 前期比    | 前年同期比  |
| 販売用(個人向)    | 102,129     | 67.7% | 63.9%  | 99.8%  | 34,297,491  | 73.4% | 62.9%  | 97.9%  |
| レンタル店用(個人向) | 47,600      | 31.6% | 91.7%  | 148.9% | 10,293,486  | 22.0% | 102.1% | 172.7% |
| その他・業務用     | 1,072       | 0.7%  | 132.0% | 130.3% | 2,161,457   | 4.6%  | 74.4%  | 141.5% |

|             | 百万円          |       |        |       | 本・枚          |       |       |       |
|-------------|--------------|-------|--------|-------|--------------|-------|-------|-------|
|             | ビデオカセットの売上金額 |       |        |       | ビデオカセットの売上数量 |       |       |       |
|             | 金額           | 構成比   | 前期比    | 前年同期比 | 数量           | 構成比   | 前期比   | 前年同期比 |
| 販売用(個人向)    | 820          | 21.3% | 49.6%  | 49.8% | 371,998      | 42.4% | 82.8% | 66.0% |
| レンタル店用(個人向) | 2,802        | 72.9% | 32.0%  | 26.3% | 442,765      | 50.5% | 28.5% | 24.9% |
| その他・業務用     | 224          | 5.8%  | 191.5% | 65.9% | 62,840       | 7.2%  | 79.1% | 32.0% |

|             | 百万円        |       |        |        | 本・枚        |       |       |        |
|-------------|------------|-------|--------|--------|------------|-------|-------|--------|
|             | ソフトの合計売上金額 |       |        |        | ソフトの合計売上数量 |       |       |        |
|             | 金額         | 構成比   | 前期比    | 前年同期比  | 数量         | 構成比   | 前期比   | 前年同期比  |
| 販売用(個人向)    | 102,949    | 66.6% | 63.8%  | 99.0%  | 34,669,489 | 72.8% | 63.0% | 97.4%  |
| レンタル店用(個人向) | 50,402     | 32.6% | 83.1%  | 118.3% | 10,736,251 | 22.5% | 92.3% | 138.8% |
| その他・業務用     | 1,296      | 0.8%  | 139.5% | 111.4% | 2,224,297  | 4.7%  | 74.5% | 129.0% |

同期比は62.4%と大きく落ち込んだ他、「レンタル店用」においては、DVDビデオで同100.8%とちょうど前年同期を維持したが、ビデオカセットで同21.3%と大きく落ち込み、DVDビデオとビデオカセットの「販売用」「レンタル店用」「その他・業務用」のすべてを合わせた全売上金額で同ジャンルの前年同期比は69.1%となった。

全売上金額のジャンルでは、『邦画（TVドラマを除く）』が同104.1%と小さな伸長率に留まったが、『洋画』を除くその他の主だったジャンルでは軒並み二桁の伸長となった。

## セル市場（販売用）

DVDビデオの「販売用」の売上をジャンル別に見てみると、今期はじめて『日本のアニメーション（一般向け）』が『洋画（TVドラマを除く）』を抜いて構成比第1位となった。これまで『洋画（一般向け）』は圧倒的なシェアを占め「販売用」市場の伸長を牽引してきたが、今期の売上金額は前年同期比62.4%と大きく落ち込み、構成比を18.8%に落とした。数量においては32.7%と構成比第1位を保っているが、前年同期比ではやはり78.3%にまで落ち込んでいる。一方で『日本のアニメーション（一般向け）』は売上金額で前年同期比106.5%と着実に市場拡大しており、構成比を24.2%と伸ばし、約1/4のシェアを占めることとなった。

その他のジャンルでは、構成比3位（16.5%）を占めている『音楽（邦楽）』が前年同期比125.5%と好調を維持したほか、構成比5位の『芸能・趣味・教養』（TVバラエティを含む）も同135.1%と伸長している。また構成比としては5%台と大きくはないが、2005年は落ち込みがちだった『日本のTVドラマ』や『海外のTVドラマ』が各々、前年同期比171.6%、同125.5%と盛り返しの様子を見せた他、『日本の子供向け（アニメーション）』が同187.1%と大

ビデオソフトのジャンル別売上金額

百万円

| ジャンル               | 合計金額    | 構成比    | 前期比    | 前年同期比  | DVDビデオ  | カセット  |
|--------------------|---------|--------|--------|--------|---------|-------|
| 邦画（TVドラマを除く）       | 16,072  | 10.4%  | 89.4%  | 104.1% | 15,452  | 620   |
| 日本のTVドラマ           | 8,859   | 5.7%   | 134.6% | 176.0% | 8,771   | 88    |
| 洋画（TVドラマを除く）       | 35,651  | 23.1%  | 51.4%  | 69.1%  | 34,322  | 1,329 |
| 海外のTVドラマ           | 10,563  | 6.8%   | 75.1%  | 147.0% | 10,336  | 227   |
| 日本のアニメーション（一般向け）   | 37,964  | 24.6%  | 70.9%  | 127.1% | 37,595  | 369   |
| 海外のアニメーション（一般向け）   | 1,875   | 1.2%   | 27.2%  | 43.9%  | 1,837   | 38    |
| 日本の子供向け（アニメーション）   | 8,609   | 5.6%   | 117.0% | 135.3% | 8,050   | 559   |
| 日本の子供向け（アニメーション以外） | 2,704   | 1.8%   | 98.7%  | 110.3% | 2,562   | 142   |
| 海外の子供向け（アニメーション）   | 360     | 0.2%   | 22.8%  | 121.6% | 357     | 3     |
| 海外の子供向け（アニメーション以外） | 218     | 0.1%   | 163.9% | 151.4% | 205     | 13    |
| 音楽（邦楽）             | 17,271  | 11.2%  | 93.8%  | 126.8% | 17,214  | 57    |
| 音楽（洋楽）             | 3,074   | 2.0%   | 65.5%  | 119.1% | 3,068   | 6     |
| ビデオカラオケ            | 18      | 0.0%   | 105.9% | 72.0%  | 18      | 0     |
| 芸能・趣味・教養           | 8,305   | 5.4%   | 57.8%  | 130.7% | 8,104   | 201   |
| ゲーム                | 5       | 0.0%   | ERR    | ERR    | 5       | 0     |
| スポーツ               | 1,157   | 0.8%   | 34.8%  | 153.4% | 1,160   | -3    |
| 学校教育・企業教育・語学教育     | 597     | 0.4%   | 110.1% | 111.8% | 428     | 169   |
| 成人娯楽               | 10      | 0.0%   | 28.6%  | 17.5%  | -5      | 15    |
| その他                | 1,335   | 0.9%   | 89.1%  | 111.2% | 1,322   | 13    |
| 計                  | 154,647 | 100.0% | 69.3%  | 104.6% | 150,801 | 3,846 |

DVDビデオのジャンル別売上金額

百万円

| ジャンル               | 販売用     | 構成比    | 前期比    | 前年同期比  | レンタル店用 | 構成比    | 前期比     | 前年同期比  |
|--------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
| 邦画（TVドラマを除く）       | 9,340   | 9.2%   | 88.2%  | 95.6%  | 6,078  | 12.8%  | 99.0%   | 144.0% |
| 日本のTVドラマ           | 5,282   | 5.2%   | 137.1% | 171.6% | 3,442  | 7.2%   | 140.2%  | 209.4% |
| 洋画（TVドラマを除く）       | 19,200  | 18.8%  | 41.3%  | 62.4%  | 15,080 | 31.7%  | 79.8%   | 100.8% |
| 海外のTVドラマ           | 5,618   | 5.5%   | 75.1%  | 125.5% | 4,718  | 9.9%   | 84.4%   | 224.6% |
| 日本のアニメーション（一般向け）   | 24,698  | 24.2%  | 61.7%  | 106.5% | 12,885 | 27.1%  | 107.2%  | 251.4% |
| 海外のアニメーション（一般向け）   | 1,040   | 1.0%   | 24.0%  | 31.5%  | 783    | 1.6%   | 36.5%   | 116.2% |
| 日本の子供向け（アニメーション）   | 5,196   | 5.1%   | 160.6% | 187.1% | 2,852  | 6.0%   | 96.9%   | 137.3% |
| 日本の子供向け（アニメーション以外） | 1,810   | 1.8%   | 101.9% | 112.2% | 746    | 1.6%   | 93.8%   | 173.9% |
| 海外の子供向け（アニメーション）   | 221     | 0.2%   | 17.0%  | 152.4% | 133    | 0.3%   | 77.3%   | 81.6%  |
| 海外の子供向け（アニメーション以外） | 162     | 0.2%   | 154.3% | 140.9% | 42     | 0.1%   | 1050.0% | ERR    |
| 音楽（邦楽）             | 16,893  | 16.5%  | 93.6%  | 125.5% | 9      | 0.0%   | 75.0%   | 900.0% |
| 音楽（洋楽）             | 3,045   | 3.0%   | 65.4%  | 118.8% | 10     | 0.0%   | 32.3%   | 500.0% |
| ビデオカラオケ            | 11      | 0.0%   | 157.1% | 84.6%  | 0      | 0.0%   | ERR     | ERR    |
| 芸能・趣味・教養           | 7,383   | 7.2%   | 54.4%  | 135.1% | 659    | 1.4%   | 144.8%  | 207.2% |
| ゲーム                | 5       | 0.0%   | ERR    | ERR    | 0      | 0.0%   | ERR     | ERR    |
| スポーツ               | 1,143   | 1.1%   | 36.4%  | 185.9% | 13     | 0.0%   | 7.4%    | 10.3%  |
| 学校教育・企業教育・語学教育     | 134     | 0.1%   | 59.8%  | 87.6%  | 1      | 0.0%   | 33.3%   | 20.0%  |
| 成人娯楽               | -5      | ERR    | ERR    | ERR    | 0      | 0.0%   | 0.0%    | 0.0%   |
| その他                | 953     | 0.9%   | 96.2%  | 112.5% | 149    | 0.3%   | 165.6%  | 130.7% |
| 計                  | 102,129 | 100.0% | 63.8%  | 99.8%  | 47,600 | 100.0% | 91.7%   | 148.9% |

きく伸長している。一方、『邦画（TVドラマを除く）』は前年同期比95.6%とやや落ち込んだ。

このように、多くのジャンルにおいては前年同期の売上を上回っており、『洋画（TVドラマを除く）』の大きな落ち込みが「販売用」市場全体の前年同期割れに影響したと言える。

## レンタル市場（レンタル店用）

DVDビデオの「レンタル店用」の売上金額をジャンル別に見ると、『洋画（TVドラマを除く）』の構

成比が31.7%（前年同期比100.8%）で1位を占め、『日本のアニメーション（一般向け）』同27.1%（同251.4%）、『邦画（TVドラマを除く）』同12.8%（同144.0%）、『海外のTVドラマ』同9.9%（同224.6%）、『日本のTVドラマ』同7.2%（同209.4%）、『日本の子供向け（アニメーション）』同6.0%（同137.3%）となっているが、『洋画（TVドラマを除く）』の前年同期比にほぼ変化がなかったのを除いて、その他の主だったジャンルは全て前年同期を大きく上回る事となった。

## 営業部会 米国映像市場視察ツアー2006年レポート

営業部会では本年度で7度目となる米国映像市場視察ツアーを8月27日(日)～9月3日(日)の8日間で実施した。今回の参加者は以下の17名(敬称略)。

- 大澤 修二 東映(株)映像本部ビデオ営業部次長  
 中野 剛 東映ビデオ(株)商品管理部係長  
 藤田 雅規 東宝(株)映像事業部ビデオ営業室DVD営業課  
 塚本 貞一 バンダイビジュアル(株)東日本営業グループ  
 中田 正美 バンダイビジュアル(株)西日本営業グループ  
 大阪営業所  
 細字 慶一 (株)ポニーキャニオン取締役経営情報本部長  
 工藤 孝次 (株)ソニーピクチャーズ・エンタテインメント  
 H・E営業部レンタルグループディレクター  
 山本 義晴 松竹(株)ビデオ事業室営業課課長代理  
 南出 貴弘 (株)NHKエンタープライズ事業本部  
 営業センター営業副部長  
 小原 景介 (株)一九堂印刷所営業部営業2課係長  
 坂本 勝 (株)ハピネットピクチャーズ第一営業部  
 企画販売チームリーダー  
 吉本 陽一 ジェネオンエンタテインメント(株)  
 制作本部営業部レンタル販売グループマネージャー  
 濱田 哲史 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)  
 レンタル営業本部東日本営業所  
 大塚 和幸 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)  
 西日本営業所主任  
 沢田 弘之 アミューズソフトエンタテインメント(株)  
 東京営業所課長  
 中井 暁 (社)日本映像ソフト協会業務部長  
 高木 俊 (社)日本映像ソフト協会業務部法務課主事

以下に、参加した事務局の中井業務部長の報告を掲載する。

## はじめに

今年もVSDA (Video Software Dealers Association) の副社長によるセミナーから、米国の映像市場全般についての最新情報や変化の状況を知ることができた。2005年度でハードが85%近くまで普及し、成熟した市場となったDVDマーケットの変化は、今までと異なる形で感じられた。TVドラマシリーズやキッズ作品等のジャンルの拡大がヒット映画の不足分をカバーすることによって成長を維持してきたDVDも、昨年後半から今年の前半にかけては前年実績を割ることになり、既存のレンタル業界の苦戦に加えて、セル市場においても大手有力チェーンが発注数を抑えるなどの動きが出はじめている。映画の興行成績が前年比94%と前年を割ったことが、DVDにそのままスライドして影響した部分大きいのが、今までに多くのタイトルが発売されたことなど成熟市場特有



の飽和感的な状況も出てきているようだ。しかし、ネットと郵便を使うネットフリックス社の月極会費制のオンラインレンタルサービスは着実に会員数を400万人にまで増やすなど、このような時期でも大きな成長を続けている。今年は次世代ディスクのHD DVD、ブルーレイディスクが発売になり、パッケージビジネスにも新たな変化のはじまる節目の年となったが、新製品についての今後の期待度などをメーカーや販売店で探ってみた。

また、エンタテインメント情報誌の発刊で著名なパラエティー社グループのVIDEO MAGAZINEから、エンタテインメント全般の話も聞くことができた。今年の大きなニュースでもあったが、ドリームワークス社を吸収したパラマウント社を傘下に持つなど成長著しいパイアコム社によるセミナーの開催も今年は実現することができた。

## 米国の映像ソフト市場

2005年度の米国の映像ソフト全体の売上げは、248億ドルと前年実績をわずかに割ることになったがほぼ横ばいで、映画興行やレコード産業、ゲーム業界のような大きな落ち込みは避けられたと報告されている。DVDのセルスルー市場は堅調な伸びを示したが、大きく割ったカセットの数字をカバーするには至らなかった。また、従来の二桁成長というDVDの伸張ペースが落ちてきたこともあり、いくつかのメジャースタジオでは昨年からの組織の再編が行われ、今年に入って大規模なリストラ計画が発表されるなど大きな影響が出始めている。さらに、今年前半のビデオソフトの実績はレンタル市場が40億ドル、セル市場が70億ドルで共に昨年の同時期を3%前後割った旨が日本でも報道されている。

米国でも賛否の分かれる発売ウインドウの短縮化傾向は相変わらずで、2005年度は主要97作品の平均が142日(4.3ヶ月)と、前年よりさらに4日短くなっている(1999

年は179日で6ヶ月であった)。これはスタジオ側の宣伝やマーケティング費用をセーブするためというのが大き理由だそうだが、ウィンドウの短縮が与える影響についての分析評価がしにくいこともあり、特に短期間の劇場公開期間で終了した作品などにこの傾向が今後も続く可能性が高い。

### ハードの状況

堅調な出荷の中、昨年までのDVDハードの累計出荷台数は8200万台となり、普及率は85%前後まで達していることになるが、実態は複数所有の所帯が多いので(ある調査によれば、DVD所有所帯の80%が複数所有とのこと)まだDVDを持っていない家庭もかなりの比率であることが推測できる。DVDハードの価格は上位機種が昨年よりもさらに安くなっており、訪問した家電量販店のベストバイでは、VHSとのコンパチ型でおおむね100ドル前後の商品が主力のようだ。ハードディスク内蔵型の録再機は200ドル前後が主流だが、東芝をはじめとした大手メーカーでも録画可能DVDハードを130ドル前後で設定して売り出している。日本でも安価のものが出始めた液晶モニター付きの携帯型も2台目3台目の再生機として購入する客が多いようだ。これらは100ドル前後で販売されるものが多い。これらの新しい利用形態を産み出すハードの普及が、さらなるソフトのニーズ、ジャンルの拡大にもつながってセル市場の拡大に寄与しているようだ。次世代ディスクに関しては、両陣営でまだ5000台ぐらしか売れていない段階であり、今の情勢では当分の間、両陣営からは互換性のないハード、ソフトが発売される模様であり、販売店にとって仕入れや品揃えの負担が大きい時期が続くことになりそう。まだユーザーの大きな反応は感じられないが、ブルーレイディスクの再生可能なプレステ3が年末に発売される予定であり、この動向も注目される。大型のHDTVが今年中に2800万所帯に普及するといわれている背景の中、映画好きのユーザーが高画質のソフトを求める動きがあるだろうが、一般的なハードの値ごろ感としては250ドル以下が妥当ではないかと考えられている。

### レンタル市場

2005年度のレンタル市場は85億ドルで、その内ビデオカセットが11億ドルと報告されていた。こここのところ前年割れが続いているレンタル市場であるが、ネットフリックス社の伸張などで地図も大きく変わりつつある中、全体の数字としては少し落ち着いてきたように見える。

しかし、久しぶりに大きな変化が店頭で見られた。レンタル料金のここ数年間の標準は、新作5日間で3ドル50~4ドル以下であったが、今年はこれらが1ドル近く上昇している店があった。経営面の苦境を反映してか、ロス郊外にあるムービーギャラリー傘下のハリウッドビデオチェー

ンの店では、5日間で4.64ドルに上がっていた。また、以前はあった店頭でのレンタル価格の表示看板が同店にはなく、店員に聞かないと価格がわからないという状況であった。同チェーン店は14.99~29.99ドルの様々な設定の月極プランを打ち出しているの、このサービスを推進するための戦略かもしれない。顧客を増やし続けているオンラインレンタルの最大手のネットフリックス社では、月の固定レンタル料金で40%近く安い9.99ドルの新料金設定プランもスタートしている。ネットフリックス社とほぼ同様のオンラインレンタルサービス分野に最大手のブロックバスター社も参入し、昨年はこの分野からの利益が同社でも大きく貢献することになったと伝えられているが、同チェーン店でも店頭での新作料金が2日間で3.99ドルと昨年より高くなっている。ある消費者調査によれば、25~44歳のレンタルユーザーの約半数はオンラインや月極固定でのレンタル習慣に移りつつあると報告されており、2008年には月極定額料金のものが20億ドルに達すると見られている中、既存のタイトルごとの料金設定のレンタルビジネスの価格は高く感じられた。

DVDへのシフトもさらに各店で進行しているが(VHSは在庫処分セール以外、ほとんど見ることはない状態)店頭の商品の品揃え等は十分とは云えず、多くのタイトルをそろえるネットレンタルは、その優位性からも毎年多くの会員を増やしていると思われる。ネットフリックス社は幅広い日譜のニーズが売上全体の50%を占めると云われ、通常のビジネスでよく云われる、20%の商品で80%を売ると云うパターンとは異なったビジネスモデルを作り上げること成功している。既存のレンタル店はレンタルで使用后の中古販売が大きな収入源となりつつあるが、中古ビジネスが本筋にはなり得ないのだから、まず品揃えの充実などにより、従来からのレンタル部門でがっちり顧客をつかむ方策を取ることが必要ではないかと感じた。店頭商品を対象にした月極のレンタルもよほど在庫の幅に魅力がないと今後は伸びないとも見られている。

今後はレンタル業界にも様々な競争相手がでてくると思われるが、その一つに、日本でも同種のサービスが始まったばかりのベンダー機を利用したDVDレンタルサービスがあるが、マクドナルド社は「redbox」というベンディングマシンの導入を6地域で1000店規模で展開中とのことである。この種のベンダービジネスには、他にセル用も含めスーパーマーケットやドラッグストア、書店などへの設置で数社の市場参入やテスト導入が行われている。ラスベガス郊外のスミスというスーパーの入り口に設置されていたものは、最新新譜も含め100タイトルほどが1日1ドルで借りることができ、クレジットカードで決済する。スーパーという商売柄がファミリー向けの作品も多く、毎週月曜日に入れ替えがあるようだ。特に専門の販売員のいない小規模の独立店舗では有効な仕組みと考えられ、今後、数年間の間にこれらのDVDベンダー機の導入を検討中の経営者が多いとの調査結果が出ている。パラマウントのマネージャーからも今後はスーパーマーケットやドラッグストアの売上が増えてくると期待しているとの話もあった。

マクドナルド社が導入したレンタルマシン「redbox」



### セルスルー市場

昨年の163億ドルのセル市場の中で、VHSはわずかに4億ドルと報告されている。VSDAからの報告によれば、総合小売業のウォールマート、同じく総合小売業のターゲット、家電量販店のベストバイの3社でセル市場の50%を占め、その他もディスクストアや会員制の小売チェーンなどが上位を占め、セル市場全体の60%以上を5つの大規模小売業種が占める。レコードショップ、ビデオレンタル店などの専門店の売上が60%以上を占める日本とはかなり異なる市場が形成されている。

昨年前半はテレビドラマシリーズなど映画以外のジャンルがユーザーをとらえ、セル市場はほぼ前年以上の実績を残せたと云えるが、後半に入って新作映画のヒット商品が少なくなるにつれ、セル市場全体の伸びが小さくなってきた。今年に入ってからもこの傾向が続く中、今まで順調に推移していたDVDセルの前年割れの後退は、各店に初めてのショックをあたえ、店頭戦略面でも少なからず影響を与えているようだ。ベストバイは大型作品でも仕入れ数を減らしていく方針を検討している。サーキットシティーやベストバイ、ターゲットなどの量販店では各メジャースタジオとの個別のタイアップにより、10ドル前後の設定で主力旧作シリーズを特別セールするなど、厳しい販売競争も見られるようになってきた。

このような動きの中、多くの作品タイトルを揃える専門店の占めるシェアはさらに縮小しているようだ。訪問したセル店でのDVDの新譜(『ポセイドン』、『サイレントヒル』)の価格は、19.99ドルでほぼ横並びになっており、最安値のウォールマートで19.96ドルなど、こういった作品に関しては昨年よりも店舗毎の価格差はなくなっ

ていた。

セル市場においてはキッズものやTVシリーズの伸張などジャンルの拡大が顕著であるが、現在、最強の地位にあるウォールマート各店では、スペースに限度があることから主力商品中心の展開になっている。これに対し、きめ細かい品揃えや陳列を行うことのできる専門店が、今後それらの総合小売業とどう闘ってユーザーの強い支持を持つことができるか、ということが課題であろう。

### 次世代ディスクについて

ベストバイ、タワーレコード、サンコースト、ウォールマート、シアーズ、フライズなど多くの店頭で陳列が確認できたが、ほとんどの店ではブルーレイディスク作品の方が目についた。パッケージサイズは両陣営とも現行のものより小さく薄く角が丸いタイプ。別コーナーで展開されていることもあり、DVD商品との差別化は出来ている。レンタルではネットフリックス社が扱ってい

現行DVDよりも小型、丸みを帯びたパッケージの次世代光ディスクのディスプレイ



るとの情報があった。HD DVDハードは499ドルで店頭と並んでいた。ラスベガスのウォールマートでは、HD DVDハードが1台だけ売れたが、その後は補充していないとのこと。HD DVDソフトは24ドル~35ドルぐらいが中心だが、ウォールマート、フライズでは『スカイキャプテン』が19.99ドルと驚く程安い設定のものがあった。ブルーレイディスクのハードはサムソン社製が999.99ドルだった。ブルーレイディスクのソフトは『ターミネーター』、『ウルトラバイオレット』等が24.96ドル。他は30ドル以上のものが多かったが、思ったよりも安く

次世代のディスクが各店頭に並んでおり、これではDVDの価格低廉化傾向を是正するきっかけに、と期待されていた次世代のディスクのイメージが壊れるのでは、と心配である。

HD DVDが83タイトル、ブルーレイディスクが57タイトルの計140タイトルが発売されるか、あるいはリリースされることが発表されている。ほとんどは比較的新しい作品を中心にしたカタログタイトルであるが、今後各スタジオは年末商戦に向けて新作映画についても早めのリリースを行い、高画質を“売り”に、次世代市場を盛り上げる計画である。来年はHD DVDハードで300ドルを切った商品が発売されるのではという期待・観測もあるが、ユーザーは高画質であるという優位性だけでは、今の価格帯での魅力は感じないだろうと思われる。今後の買い換え時期などのタイミングでハードが250ドル以下、ソフトが25ドル以下が一般的にならないと大きな流れにはならないのではと見られている。(われわれは1ドル100円という換算でイメージしてしまうが、実際の米国での生活感覚換算レートは1ドル160円前後と云われているので、今の499ドル、1000ドルというハードの価格設定は消費者にかなり高く感じられているそうだ。)

### 「エレクトリックダウンロードビジネス」

ユーザーがDVDに“焼く”ことの出来るコンテンツ供給の仕組みで、エレクトリックセルスルー、エレクトリックデリバリーなどの表現もされている。ユーザーの意向調査でも、単なる配信での視聴やダウンロードの利用だけでなく、手元にディスクが残るなら約3倍のユーザーがコンテンツを利用したいと答えたという調査結果もできているとのこと。ウォールマート社などスペースに限りのある店舗におけるDVDの拡販に有効な手段と考えられている。近い時期に実験的なスタートをするスタジオが出てくる見込みとのことだが、センターサーバーをどこに設置するか、店頭でのキオスク端末をどう位置づけるかなど課題も多く、映画の場合はコンテンツの容量が大きいだけに、現在の回線状況ではまだ当分実験レベルが続くのかもしれない。VSDAの話によれば、2011年にはエレクトリックデリバリーの市場が10%ぐらいになるとも予測されているが、出来る限り店頭でのなんらかの接点を設けることにより、幅広いカタログ商品をユーザーに届けるための一つの手段にしたいとのこと。

### まとめ

映画コンテンツのマーケット全体の中で、昨年の劇場収入は90億ドルと前年を下まわり芳しい成績を残せなかった。メジャースタジオの収入に占めるDVD等のビデオソフトが占める比率は、年々高くなる一方である。ビデ

オオンデマンドサービスが年間5億ドルで頭打ち状態が続いている中で、ネットでの配信ビジネスも、昨年でまだ1500万ドルと報告されているように、あまりにもその基数は小さい。一部の報道では配信ビジネスの伸張がDVD市場の減速に大きな影響を与えはじめたと伝えられているが、数字を見る限りでは250億ドルのビデオ市場への影響はそれほど出ていない状況である。各訪問先でも、米国におけるネット事情の悪さからいってパッケージの優位性が当分続くだろう、という意見を耳にすることが多かった。

DVDのさまざまな新しいビジネス展開が見られる米国であるが、一方で海賊行為による侵害の拡大も大きな問題となっている。アメリカ映画協会(MPAA)は、年間の被害額を60億ドルと推定しており、そのうちネット経由のものが23億ドルと推計している。しかし最近のユーチューブなどによる侵害対策にはコストがかかり、有効な防止策を実行できないケースも出てきているとのことであった。

ロングテールのビジネス発想の成功事例が多く伝えられる昨今、ネットフリックス社が会員数をさらに25%伸ばし400万人に達するなど、当初は忙しいビジネスマンや近隣にレンタル店がないなどの隙間ビジネスからスタートしたベンチャー企業が、まさにこのコンセプトで躍進を続け既存のレンタルマーケットに様々な影響を与えている。店舗の課題である在庫の充実、ジャンルの拡大がまだ充分果たされていない中、既存店のもつタイトル数とは比較にならない程の55000タイトルという幅広いカタログを持つネットフリックス社のビジネスモデルは、どこまで顧客を増やし続けるのであろうか。また、ベンディングマシーンによるDVDのセル、レンタルの取扱店が今後も大きく拡大していくのであろうか。次世代ディスクの浸透にはまだまだ時間を要する状況の中で、エレクトリックダウンロードサービスの導入など新たなスタイルも登場しつつある。アダムスメディアリサーチ社によれば、2010年のビデオソフト市場は290億ドル、興行が101億ドル、VODが42億ドル、ケーブルその他PPVが17億ドルと、エンタテインメントの需要、映画を楽しみたいというニーズは高いレベルで維持・成長すると予測されている。

アメリカは、日本ほど目まぐるしい形ではないにしろ、いろいろな分野でユニークな試みがためされ、変化の波を感じる国である。生活様式がさらにアメリカのそれに近付つつある中で、アメリカで起こっている様々なビジネススタイルの変化は今後も注目してゆく必要があると感じた。

市場数値はVSDA及びアダムスメディアリサーチ社の資料による。

## 総務省情報通信審議会に対し、 『EPN』に関する意見を提出

去る8月1日、総務省情報通信審議会は、「地上デジタル放送の利活用の在り方と普及に向けて行政の果たすべき役割」と題する第3次中間答申（平成18年8月1日）を発表し、同日から9月15日まで、これに対する意見募集を行った。

同報告書42頁では、「デジタル放送の全ての放送番組は、『コピーワンジェネレーション』の取り扱いとなっているが、これらを『EPN』の取り扱いとしていく方向で検討」していく、とされている。「EPN」（Encryption Plus Non-assertion）は、「“受信コンテンツを家庭内使用の範囲外へ送信（再送信）すること”を明示的に禁止するためのコンテンツ管理情報」（\*i）で、「特定機器（地上デジタル放送受信機能を持つ全ての機器）であれば、コンテンツを出力したり、リムーバブルメディアに自由に記録」（\*ii）できる技術である。

ところで、「コンテンツを暗号化し視聴を制限する手段」（\*iii）は著作権法上の「技術的保護手段の対象外であると解されている。」（\*iii）ことからすると、「EPN」は著作権上の技術的保護手段に当たらず、「著作権保護技術」と呼べるものではないように思われる。そこで、当協会は、同審議会の答申にある「『EPN』の取り扱いとしていく方向で検討」していくことに対し、反対である旨を表明する意見（後掲）を提出した。

（\*i）加藤拓著『コンテンツ保護アーキテクチャー』「東芝レビュー Vol.58 No.6」9頁

<[http://www.toshiba.co.jp/tech/review/2003/06/58\\_06pdf/a03.pdf](http://www.toshiba.co.jp/tech/review/2003/06/58_06pdf/a03.pdf)>

（\*ii）社団法人電子情報技術産業協会デジタル家電部会コンテンツ保護検討委員会「地上デジタル放送のコンテンツ保護に関するJEITA提案内容」（平成18年3月2日）

<[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/policyreports/joho\\_tsusin/joho\\_bukai/pdf/060302\\_1\\_2.pdf](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/policyreports/joho_tsusin/joho_bukai/pdf/060302_1_2.pdf)>

（\*iii）平成18年1月「文化審議会著作権分科会報告書」72頁

<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/toushin/06012705/002/003/002.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/toushin/06012705/002/003/002.htm)>

### <当協会が提出した意見>（原文のまま）

第3次中間答申（以下「本答申」といいます。）42頁では、「デジタル放送の全ての放送番組は、『コピーワンジェネレーション』の取り扱いとなっているが、これらを『EPN』の取り扱いとしていく方向で検討」していく旨（以下「本検討要請」といいます。）を記していますが、以下の理由により反対します。

#### 理由

1. 私的録音録画補償金制度の整備に関する議論（文化庁所管）と、デジタル放送におけるコンテンツ保護に関する議論（総務省所管）との間で整合性が取れておらず、権利者保護の視点・施策が十分でないと考えます。

すなわち、デジタル放送における著作権保護方式につ

いて、放送コンテンツの私的録画を自由に可能とする方向で検討を行うことになるのであれば、権利者としては、当該私的録画に対する補償金制度の整備を主張します。つまり、複製可能な機器・記録媒体については、私的録画補償金制度の適用対象とすべきであると考えます。この意味において、デジタル放送のコンテンツ保護技術としてコピーフリーであるとされる「EPN」の採用の検討を行うに当たって、私的録画補償金制度の整備に関する検討を同時並行で進めることが必須であり、デジタル放送の著作権保護方式については、私的録画補償金制度における問題点解決をも視野に入れたうえでの技術の検討を行うべきであると考えます。

なお、「EPN」への変更を主張されている社団法人電子情報技術産業協会は、著作権法上の私的録音録画補償金制度に関し、私的録音録画補償金制度の「廃止に向けた検討」をすべきとのご見解を採っておられます（\*1）。そして、このようなご見解は、

- （1）制度の不知。
- （2）徴収の不公平（私的録音録画を行わない人からも補償金が徴収されること）。
- （3）二重負担の可能性。
- （4）分配の不透明性。

等の問題点の指摘がある一方、技術的保護手段の普及とその法的保護の存在と個別徴収の可能性、機器の汎用化の進展等の状況を根拠とされています。

このような立場に立つ同協会は、指摘されている問題点を解決する技術、すなわち、私的録画を行わない人に課金せず、しかも二重課金を避けつつ録画する人に課金しうる技術をすでにお持ちであるか、又は、そのような技術の構想をお持ちのほうです。

しかるに、「EPN」に関する同協会の提案資料（\*2）をみるかぎり、「EPN」は、コンテンツを暗号化するもののコピーを何ら制限するものではありません。したがって、上記において同協会らが指摘された私的録画補償金制度の問題点を解決するような機能（録画しない人には課金せず録画する人のみに課金する機能）を有する（可能性のある）技術であるのかどうか検討すべきであると考えます。

本答申においては、無制限の私的複製を可能とする「EPN」の採用の方向性を要請しながら、権利者に対する私的録画補償金制度その他の補償措置については検討が行われておらず、権利者保護の視点・施策の検討が不十分であると考えますので、かかる不十分な検討に基づく本検討要請については反対します。

2. 「EPN」について、現行法制上の「技術的保護手段」としての位置づけが不明確であり、回避措置が行われた場合に、権利者として取り得る手段が不明確です。

「EPN」が、コピーコントロールではなく、アクセスコントロールに係る技術であると解されるとすれば、現行の技術的保護手段回避規制（著作権法による。罰則あ

り)の対象とならない可能性があることとなります。「EPN」採用の可否の判断に際し、当該技術が、現行法制上その回避が規制される「技術的保護手段」に該当するか否かは重要な判断要素のひとつであると考えます。

この点、本答申41頁の「今後の対応について」の書き出しは、「デジタル放送における著作権保護の仕組みのあり方に関しては」となっており、本答申では「EPN」を著作権保護技術と位置づけているように思われます。

しかしながら、著作権審議会マルチメディア小委員会ワーキング・グループの報告書(\*3)では、複製を制限する手段(コピーコントロール)を技術的保護手段の対象とし、たとえばDVDビデオのCSS(Content Scramble System)のような暗号化技術(いわゆるアクセスコントロール)は「著作権」を保護する技術ではないと位置づけており、技術的保護手段の対象外であると理解しているものと思われまます。(当協会は必ずしも上記見解に同意するものではなく、CSSのような暗号化技術であってもCCI(Copy Control Information)も入っていること等から、著作権保護技術だと考えていますが、)上記著作権審議会マルチメディア小委員会ワーキング・グループのご見解に従う限り、「EPN」がコピーコントロールを行う手段でないと解される以上、現行著作権法上の技術的保護手段といえるか甚だ疑問です。あるいは、インターネットへの再送信を防止する技術であることから、公衆送信権を保護する技術といえることができるのかもかもしれませんが、いずれにしても、「EPN」が著作権法2条1項20号の技術的保護手段に該当するといえるかどうか、いえるとすればどのような根拠によるものか、十分なご説明をいただくことが、権利者にとっても当該技術の利用者である視聴者にとっても、非常に重要なことであると考えます。本答申においてかかる疑問点に対するご説明がなされているとは思われまますので、「『EPN』の取り扱いとしていく」(本答申42頁)という本検討要請について、反対です。

3. デジタル放送により放送されたコンテンツを視聴者がデジタル機器に録画する場合、当該録画の時点で、オリジナルの放送コンテンツについて一回のデジタル複製(第一世代コピー)が行われることとなります。現状では、第一世代コピーである限り、このコピーをデジタル機器間で「ムーブ」することは可能とされており、この限度で視聴者による「私的複製」が許容されているといえます。

しかし、「EPN」が予定しているような第二世代以降のデジタル複製を無制限に可能とするような態様での複製が、果たして著作権法や条約において認められる、「権利者の正当な利益を不当に害しない特別な場合」に該当すると思えるのか、アナログ放送時に行われていた「私的複製」の範囲と同等の複製を、デジタル放送にそのまま適用すべきとの判断を行うことが果たして妥当なのか否か、(過去にも議論され続けてきた問題ではありますが)改めて検討すべきであると考えます。

当協会としては、デジタル放送(受信機)に対する視聴者の理解を得ることに傾注する余り、拙速に「EPN」取扱いの方向性を結論づけることは、以下に述べるとおりコンテンツ製作者の制作意欲ないしデジタル放送へのコンテンツ提供意欲をそぐことになりかねず、ひいては、コンテンツの多様性確保等最終的な視聴者の利益に資する結果を阻害する要因のひとつになりかねない点を危惧するものです。

デジタル放送の対象となるコンテンツの多くは、パッケージビデオ商品のコンテンツと重なるものです。アナログ放送においては、その録画物とパッケージ商品との品質には大きな差異がありました(\*4)が、デジタル放送のデジタル録画物は、その画質に劣化がなく、市場におけるパッケージ商品と同一の内容・品質となり得るものとなります。そうである以上、デジタル放送の録画物は、パッケージビデオ商品との市場において完全に競合することとなり得るものであり、コンテンツ権利者としては、自己のパッケージ商品の競合商品であるデジタル放送へのコンテンツ提供について慎重にならざるを得ません。これは、デジタル放送におけるコンテンツ多様化の阻害要因を生じることを意味するものと考えます。

以上のとおり、「EPN」採用の可否検討に当たっては、「Digital to Digital」での無制限の複製を可能とするこの法的妥当性や、それがコンテンツ権利者に与えるインパクトをより慎重に検討すべきところ、本答申においては、かかる点について十分な検討が行われたとは認められないため、当協会としては、本検討要請に反対します。

4. 情報通信審議会答申においても「行政として、放送事業者、受信機メーカーのみならず、著作権に係る行政、消費者、権利者等幅広い関係者の参加を得た、上記のような多角的な検討に相応しい適切な場を設定すること」が要請されているところですが、当協会としても、放送行政、著作権行政、競争法行政等、行政組織間相互の連携による、省庁横断的な検討・協力を強く要請するものであります。

以上

#### 【参考資料】

(\*1)「私的録音録画補償金制度の問題点とJEITAの見解」

( (社)電子情報技術産業協会)

<<http://www.jeita.or.jp/japanese/hot/2005/0819/0819.pdf>>

(\*2)「地上デジタル放送のコンテンツ保護に関するJEITA提案内容」

(平成18年3月2日 社団法人電子情報技術産業協会デジタル家電部会コンテンツ保護検討委員会)

<[http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/policyreports/joho\\_tsusin/joho\\_bukai/pdf/060302\\_1\\_2.pdf](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/policyreports/joho_tsusin/joho_bukai/pdf/060302_1_2.pdf)>

(\*3)平成10年12月「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

<[http://www.cric.or.jp/houkoku/h10\\_12\\_1/h10\\_12\\_1.html](http://www.cric.or.jp/houkoku/h10_12_1/h10_12_1.html)>

(\*4)もちろん、録画のソースがアナログ放送かデジタル放送かは、著作物の利用という観点からは理論上区別すべき理由はありません。それゆえ、私的録音補償金の受皿等を検討した私的録画委員会(録画に関わる権利者で構成)は、平成6年1月21日付中間報告書で、すでに放送からの録画を制限する技術の導入を要求しています。

## 文化庁へ「違法複製物のダウンロード」 に関し要望書を提出

去る8月1日、当協会は文化庁に対し、違法複製物のダウンロードが複製権制限規定に該当しないことを明確にする立法を要望した。その際提出した、違法複製物のダウンロードに関する当協会の見解を以下に掲載する。なお同要望は、7月20日（木）開催の著作権部会で承認された『私的録画問題に関する要望書』にまとめられた見解に基づき提出されたものである。（関係記事 JVA REPORT NO.117 6頁参照）

2006年8月1日

無許諾複製物のダウンロードについて

社団法人日本映像ソフト協会

### 無許諾複製物のダウンロード適法説は公衆送信権侵害の実質的許容となる。

無許諾複製物をアップロードすることは、公衆送信権侵害、自動公衆送信可能化権侵害になりますが、ダウンロードする行為は著作権法第30条第1項柱書で違法ではない、といわれることがあります。しかし、無許諾複製物のダウンロード行為は常に公衆送信権侵害を惹き起こすのですから、著作権法第30条第1項柱書が無許諾複製物のダウンロードを積極的に適法としていると解すべきではありません。法が違法を許容することになってしまうからです。

しかし、文理上、それを許容しているかのような法文になっていますから、無許諾複製物のダウンロードは適法ではないことを明確にする立法措置を講じていただきたく存じます。

加えて、田村善之北海道大学大学院教授が「公衆送信禁止権は、貸与権と同様、複製禁止権を補完する役割を果たしている。」（「著作権法概説[第2版]」（2001年 有斐閣）181頁）と指摘するように、そもそも無許諾複製物のアップロードを著作権侵害としたのは、これがダウンロードされては著作権者の利益が害されるところからだと考えられます。そうであるならば、著作権法第23条は無許諾複製物のダウンロードを否定的に評価しているのですから、第30条でこれを是認するのは背理です。

### 無許諾複製物ダウンロード行為不可罰の根拠は実質的違法性を欠くことではない。

ダウンロードする人は、公衆送信権侵害罪の必要的関与者ですから、その処罰規定がない以上不可罰であるとは言えますが、それが直ちに無許諾複製物のダウ

ンロード行為が適法だということの意味することにはなりません。刑法学上、犯罪構成要件は違法類型であるだけでなく有責類型でもあり考えられていますし、刑法の補充性から違法行為のすべてを犯罪としているわけでもありませんので、構成要件該当性を欠くからといって、その行為がすべて適法だということではできません。

違法性の実質は法益侵害という結果無価値面と実行行為の社会的相当性の逸脱という行為無価値面を総合的に考える立場に立ってみても、無許諾複製物のダウンロードは法益侵害の結果を惹起している点ではアップロードと変わりがありません。ただ、アップロードが多数の人のダウンロードを惹起する点で、法益侵害の量が異なるにすぎません。また、著作権者の許諾を得て放送される著作物をタイムシフトのためにエア・チェックする場合とは異なり、無許諾複製物のダウンロード行為に社会的相当性を肯定する余地があるとは考えられませんし、著作権の保護を目的とする著作権法が、そのような行為について社会的相当性を肯定するようなことはあってはなりません。

そうであるならば、ダウンロードについて犯罪構成要件が設けられなかったのは、法益侵害の程度が軽微な類型であり、典型的に可罰的違法性を欠いていると考えられたからだと解すべきです。

私的使用目的の複製は、たとえ第30条第1項柱書に該当しなくても罰則の適用はありません（119条1項1号括弧書）。その理由について「著作権法逐条講義」（前掲）726頁は、「個々の私的複製者の行為については刑事責任を追及すべき可罰的違法性があるとはいえないこと、また、権利の及ぶ範囲の拡大に伴う罰則の適用は罰則の新設と同様であり、慎重を期する必要があること等」を掲げています。

無許諾複製物のダウンロードも私的使用目的の複製である限り、複製目的と法益侵害の程度の点では自動複製機を用いた複製と同様であること、刑事政策的にみても他の必要的関与者の行為のみを罰則の対象とすれば法益侵害の抑止が可能であること等に鑑みれば、自動複製機による私的使用目的の複製と同様の価値判断が是認されうるものと考えられます。

したがって、ダウンロードが不可罰とされているのは、可罰的違法性を欠いているからであって、違法ではないからだと解すべきではありません。そして、たとえ軽微ではあっても違法性のある行為を第30条第1項柱書に該当すると解するべきではありません。法が違法を容認することはあってはならないからです。

### 公衆送信権に基づく準物権的請求権は対世的効力を有する。

また、公衆送信権は準物権的権利ですから、準物権

権の排他性及び民法第202条により、準物権的請求権を有すると考えられます。著作権法第112条は準物権的請求権のうち、差止請求権を確定的に定めていますが、公衆送信権が侵害された場合、それを侵害前の状態に復することを請求できなければ公衆送信権は準物権とはいえません。したがって、公衆送信権者は、無断で自己の著作物が公衆送信されてしまった場合、公衆送信された結果の除去（例えばダウンロードしたファイルの消去）を請求できると解されるべきであり、著作権法第30条第1項柱書が適用されるべきではありません。公衆送信権については民法第192条のような規定がありませんので、無権利者の公衆送信によってダウンロードした人が、著作物の複製物に対する正当な権限を取得することはありえないからです。そして、それを明確にするため、しかるべき立法措置を講じていただくことを要望いたします。

以上

## “YouTube(ユーチューブ)”に対する対応について

最近、ユーザーが動画をアップロードできる動画共有サイトが現れている。その中でも、多くの日本の動画コンテンツが違法にアップロードされている“YouTube”という米国のウェブサイトがある。

現在、当協会会員社は、自社のコンテンツが無許諾でアップロードされるたびに、YouTube社に削除要請をしているが、削除されてもすぐに新たな無許諾アップロードがなされ、権利侵害状況を根絶するには至っていない。

そのような状況を打開するため、9月8日、関係権利者団体の意見交換会が行われた。当協会は、関係権利者団体とともに、無許諾アップロードがなされない状況をつくるため、YouTube社をはじめ各方面に働きかけを行っていくことにしている。

## 第256回定例理事会開催報告

第255回定例理事会は、9月5日(火)午後2時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 監事就退任の件・・・承認  
(退任)米田龍佳 (株)第一興商  
(就任)和田康孝 (株)第一興商
- 第2号議案 「2006年度DVDマーケット調査」に対する調査費用追加予算の件・・・承認  
DVDマーケット調査に充てるため調査費を200万円増額する。
- 第3号議案 「東京国際映画祭 海賊版対策セミナー」の共催に対するお願いの件・・・承認  
「東京国際映画祭 海賊版セミナー」に対する共催名義使用及び分担金60万円の支出をする。
- 第4号議案 「秋葉原エンタまつり2006」に対する後援名義使用承認の件・・・承認
- 第5号議案 次世代光ディスク委員会の再開に関する件・・・承認(右記事参照)
- 第6号議案 総務省情報通信審議会第3次中間報告に対する意見提出の件・・・承認(8頁参照)
- 第7号議案 文化審議会著作権分科会意見募集に関する件・・・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、私的録画補償金分配について、2006年上半期統計調査報告書について、2006年6月度ビデオソフト売上速報について、2006年7月度ビデオソフト売上速報について、DVD生産実績及びDVDハード出荷実績について等。

## 次世代光ディスク委員会 活動を再開

次世代光ディスク委員会は、9月11日、委員会活動を再開した。当日の会議の場にて、新委員長にジェネオンエンタテインメント(株)代表取締役社長の気賀純夫氏が選任された他、「AACCS(Advanced Access Content System)」に関して現在提案されている料金体系の見直しを求め、「AACCS」の設立メンバーで構成される委員会宛にJVAから要望書を提出した経緯などについて事務局より報告し、今後はこれらの案件の継続検討も当委員会でもフォローしていくことが確認された。リージョンコードに関しては、ブルーレイディスクは世界を3つのリージョンで設定することが発表されているが、この設定に関する影響について、各社の判断や問題点について検討して行くこととなった。

同委員会は、昨年3月より、HD DVD、ブルーレイディスク両陣営からの初期の情報の収集・共有を経て、ディスクの仕様あるいはパッケージ関連の課題等を中心にワーキンググループの活動も含め検討を重ねていたが、本年1月19日に開催された委員会において、発売前の段階としての検討がほぼ完了したとし、委員会の活動を一旦終了し、閉会となっていたもの。しかし最近になり、新たなコンテンツ保護技術「AACCS」の利用料金に関して、あるいは「リージョンコード」の設定等に関して、従来のDVDの場合と異なる提案が行われつつあり、JVAとしてこれらの問題を検討する場の必要性を求める声が会員社の中から上がってきていた。

## 創立20周年記念セミナー、レセプションを開催

本年度、不正商品対策協議会は創立20周年の記念すべき年を迎え、平成18年9月8日、「グランドアーク半蔵門」（東京都千代田区）を会場に、20周年を総括し未来を見つめる機会として、創立20周年記念セミナー、記念レセプションを開催した。

記念セミナーでは、「映画・映像のコンテンツビジネス」というテーマのもと警察庁知的財産権保護対策官古谷洋一氏と映画監督の平山秀幸氏、評論家の襟川クロさんによるトークショー等が行なわれた。

また当日は、不正商品協議会をさらに広くPRする目的で、啓発ポスター製作に関する記者会見も開催され、知的財産保護のための広報啓発ポスター「Don't buy Copy Goods!」のモデルでファッション雑誌「CanCam」の専属モデルとして活躍中の西山茉希さんにご登場いただき「偽ブランド品を購入しない」ようアピールした。続くレセプションパーティーには約200名の参加者のご列席を賜り、盛況のうちに幕を閉じた。



▶ 広報啓発ポスター  
「Don't buy Copy Goods!」

20周年レセプションでの記念撮影

## 違法対策部会

ANTI-PIRACY

### カバン屋から海賊版DVDを購入～福岡市のレンタル店 中国製DVDの海賊版を輸入販売～横浜の雑貨輸入商逮捕

7、8月度は、山梨県、静岡県、滋賀県、宮崎県、佐賀県、岡山県、福岡県、鹿児島県、福島県のビデオレンタル店72店の調査・折衝を実施した。調査結果は、廃業等34店を除く実質営業38店中13件の違法行為が確認された（違法行為確認率は34%）。その内訳は、海賊版DVD所持1件、セル用DVDのレンタル転用13件、セル用VCのレンタル転用1件だった。

8月に訪店した福岡市内のビデオレンタル店において、DVD陳列棚にカラーコピーパッケージ23個を確認。カウンター内の保管されたDVD本体も市販用DVD-Rにセル用DVDのディスクレーベルをインクジェット印刷した海賊版であった。店長と折衝したところ、1枚2000円でカバン屋から購入したとのこと。その他、セル用DVD22枚のレンタル転用も確認したので、併せて店長に対し、違法行為の中止を指導し、警告書を手渡した。

刑事告訴・摘発活動では、今年6月に上越市内のゲームセンターで景品用として海賊版DVDを所持していた上越市内のゲームセンターの店長らが逮捕されていたが、この海賊版を鑑定したところ中国製の疑いが強まり、新潟県警と上越警察署は7月、横浜市 of 雑貨輸入会社の社長を逮捕した。同社長は大阪市内の雑貨等卸業者に海賊版DVD30枚を販売した疑いが持たれている。

#### 7～8月実績

|               |                                       |
|---------------|---------------------------------------|
| 調査店数          | 72店                                   |
| 営業店数          | 38店                                   |
| 違法行為<br>確認件数  | 海賊版所持<br>1件<br>DVD、VCセル、レンタル転用<br>12件 |
| 海賊版確認本数       | DVD 23枚                               |
| 海賊版回収本数       | DVD 24枚                               |
| 刑事告訴事件数       | 4件                                    |
| 警察による海賊版押収本枚数 | DVD 197枚<br>VHS 130枚                  |
| 違法行為確認率       | 34%                                   |
| 廃業率           | 47%                                   |

#### 調査状況一覧表

| 調査地区 | 内 訳 |     | 海賊版所持 |     |   | 海賊版<br>確認本数 | 海賊版<br>回数本数 | セルDVDの<br>レンタル転用 | セルVCの<br>レンタル転用 |   |
|------|-----|-----|-------|-----|---|-------------|-------------|------------------|-----------------|---|
|      | 許諾店 | 無許諾 | 許諾店   | 無許諾 | 計 |             |             |                  |                 |   |
| 山梨県  | 1   |     |       |     |   |             |             | 1                |                 |   |
| 静岡県  |     | 1   |       |     |   |             |             |                  |                 |   |
| 滋賀県  | 4   |     | 7     |     |   |             |             |                  |                 |   |
| 宮崎県  | 1   |     |       |     |   |             |             | 1                |                 |   |
| 佐賀県  | 3   | 1   | 6     |     |   |             |             | 3                |                 |   |
| 岡山県  | 5   |     | 5     |     |   |             |             | 1                |                 |   |
| 福岡県  | 8   | 1   | 8     | 1   | 1 | DVD 23      | DVD 24      | 4                |                 |   |
| 鹿児島県 | 1   |     |       |     |   |             |             | 1                |                 |   |
| 福島県  | 12  |     | 8     |     |   |             |             | 2                | 1               |   |
| 合 計  | 35  | 3   | 34    | 1   | 0 | 1           | DVD 23      | DVD 24           | 13              | 1 |

# リレーエッセイ 61



㈱キュー・テック 代表取締役社長 森本義久氏からのご紹介

児玉 昭義 氏 (日本映像振興株式会社 取締役・総務財務部長 / 前 JVA専務理事)

## 「生誕250年」

私のことではありません。勿論、あの楽聖モーツァルトのことです。今年、その生誕250年祭ということで、彼方此方で催し物などが目白押しです。

私は、今年、生誕66年です。歳の差は184歳もあるのですが、私にとってモーツァルトは全く同時代・同世代の友人のように感じられるのです。

最近、古い紙焼きの写真をパソコンに取り込んで、永久保存をするという作業を、暇に飽かせて行っているのですが、先日、私の初節句の時の写真を取り込みました。その写真には、しょうき様や金太郎などの五月人形と並んで、手巻きの蓄音機が写っていました。私にとって、大変懐かしい蓄音機です。それは、肺病で早世した私の叔父が残っていたもので、併せて、78回転のSPレコードのアルバムが数冊ありました。何れも、クラシック音楽で、交響曲や協奏曲は1枚の片面に3分程しか録音されていませんから、7～8枚ぐらいで1曲(1～4楽章)が収められていましたので大変な重量でした。

私は、典型的なB型人間のようで、多趣味で、熱しやすく冷めやすいことが、66年の経験で良く分かります。多趣味ということでは、小学生の頃から昆虫採集、ラジオ作り、アマチュア無線、登山、海釣り等、大体10年サイクルで、道楽息子と言われながら趣味の世界に没頭してきました。その一つがHi-Fiオーディオの機械作りだったので、当時有名だった音響機器メーカーに転職したことが、今日、皆さんとご一緒に、映画産業の一郭で仕事をやる契機となったのです。

ただ、クラシック音楽、取り分け、モーツァルトに関しては、生涯、ずっと続けて鑑賞してきました。音楽で言えば通奏低音のようなもので、他の趣味は変わっても、クラシックだけは如何なる時期でも、ずっと聴いていました。

初節句の写真にあった蓄音機では、その後、就学前から、私は毎日おもちゃのようにレコードを乗せて音を出す遊びに夢中になりました。当時はまだ戦争中です。夜になれば、B29の空襲を避けるため、上空から家があることが分からない

ように灯火管制と言って、唯でさえ暗い電灯に黒い布で覆いをし、また、音が外に漏れてはいけないということで、蓄音機の音が出る場所(スピーカーではない)の前に、座布団で遮音をして、耳を近づけてレコードの音を聴いたのです。

3～4歳の子供のことですから、おそらく、円盤を廻してその上に針を置くと音が出てくる、という仕組みに興味を覚えたのでしょう。また、その針というのも竹針といって、三角形の断面を持つ竹製のチップで、それを特別の形をした鉄で片面演奏が終わる毎に先端を尖らせて聴くので、この鉄にも興味を覚えたのも思い出します。竹のほうが鉄よりも柔らかい音がするという音質志向だったのです。

叔父が残してくれたクラシックのアルバムの中に、モーツァルトの「フィガロの結婚・序曲」がありました。何故か、この曲だけを頻りに繰り返して聴くようになったのが、小学校就学前からだったのでしょか?とうとう、このレコードは擦り切れて、音が擦れてしまいました。これが、私のモーツァルトとの出会いの第一歩だったのです。

爾来、クラシックファン、モーツァルトファンとして、60有余年モーツァルトと共に毎日を過ごしてきたのです。レコードも、SPからLP、LPからステレオ、ステレオからCDに、その都度買い換えました。

モーツァルトの何処がいいの?という質問によく接します。はっきり言って、言葉では答えられません。でも、強いて答えれば、「心が洗われる」のです。特に、数々のピアノ協奏曲の第2楽章(K467, K488等)、レクイエムに代表される宗教音楽、室内楽曲ではソロとピアノの掛け合いなどは、心の疲れや悩みに行き当たったとき、それを聴くだけで、癒され、また、活力が戻ってくるのです。

生誕250年を機会に様々なコンサートや記念レコードが発売されています。是非、皆様もモーツァルトの癒しを体験して見て下さい。

## 日誌に見る協会の動き

### 【7月】

- 3. 映像関連団体事務局長会議
- 4. 理事会 役員懇親会
- 10. 関西地区連絡協議会
- 11. 総合連絡委員会
- 14. 映像倫理協議会総会  
業務使用対策委員会

- 18. 統計調査委員会  
レンタル運用委員会  
マーケティング委員会
- 20. 著作権部会
- 27. 広報委員会
- 28. 法務打合せ(JIMCA)

### 【8月】

- 9. 不正商品対策協議会企画広報部会
- 21. 米国映像市場視察ツアーミーティング
- 23. キャンペーン小委員会  
マーケティング委員会
- 27. 米国映像市場視察ツアー(-9月3日)
- 29. 消費者委員会
- 31. 業務部会幹事会

# 統計

## 2006年7月度

|         | 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     | 17,241                          | 63.6%  | 84.8%     | 6,883 | 70.7%  | 86.1%     | 873   | 124.2%    | 増 10社<br>減 19社<br>そ の 他 4社 | 119,370         | 67.1%  | 97.3%     | 41,180 | 72.9%  | 95.7%     | 5,455  | 101.5%    |
| レンタル店用  | 9,720                           | 35.8%  | 123.8%    | 2,264 | 23.2%  | 135.6%    | 599   | 117.5%    |                            | 57,320          | 32.2%  | 143.9%    | 12,558 | 22.2%  | 164.6%    | 3,702  | 111.9%    |
| その他・業務用 | 154                             | 0.6%   | 117.6%    | 595   | 6.1%   | 141.0%    | 2     | 200.0%    |                            | 1,226           | 0.7%   | 128.5%    | 2,757  | 4.9%   | 141.4%    | 31     | 41.3%     |
| DVDビデオ  | 27,115                          | 98.6%  | 95.8%     | 9,742 | 98.9%  | 96.6%     | 1,474 | 121.4%    | 増 2社<br>減 20社<br>そ の 他 4社  | 177,916         | 97.7%  | 108.8%    | 56,495 | 98.3%  | 107.4%    | 9,188  | 104.9%    |
| 販売用     | 71                              | 17.9%  | 32.0%     | 16    | 14.8%  | 31.7%     | 10    | 22.2%     |                            | 891             | 21.0%  | 47.7%     | 388    | 39.3%  | 63.1%     | 182    | 47.5%     |
| レンタル店用  | 295                             | 74.3%  | 16.7%     | 66    | 60.3%  | 21.4%     | 68    | 41.0%     |                            | 3,097           | 73.0%  | 24.9%     | 509    | 51.6%  | 24.4%     | 738    | 55.0%     |
| その他・業務用 | 31                              | 7.8%   | 110.7%    | 27    | 24.8%  | 461.8%    | 3     | ERR       | 255                        | 6.0%            | 69.3%  | 90        | 9.1%   | 44.5%  | 28        | 73.7%  |           |
| カセット    | 397                             | 1.4%   | 19.7%     | 110   | 1.1%   | 29.9%     | 81    | 38.4%     | 4,243                      | 2.3%            | 29.0%  | 988       | 1.7%   | 34.0%  | 948       | 53.8%  |           |
| 合 計     | 27,512                          | 100.0% | 90.7%     | 9,852 | 100.0% | 94.2%     | 1,555 | 109.1%    |                            | 182,159         | 100.0% | 102.3%    | 57,482 | 100.0% | 103.5%    | 10,136 | 96.3%     |

今月の売上報告社数.....33社 ( 前年同月の報告社数: 31社 ) 無回答社.....2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  
 累計値については、1月~6月の累計として2006年上半期統計報告 ( Vol.62 ) の数字を用いている

## 2006年8月度

|         | 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     | 16,672                          | 69.1%  | 89.0%     | 6,302 | 75.3%  | 100.3%    | 732   | 110.7%    | 増 10社<br>減 18社<br>そ の 他 5社 | 136,042         | 67.3%  | 96.2%     | 47,482 | 73.2%  | 96.3%     | 6,187  | 102.5%    |
| レンタル店用  | 7,250                           | 30.1%  | 107.6%    | 1,586 | 18.9%  | 123.7%    | 730   | 200.0%    |                            | 64,570          | 32.0%  | 138.7%    | 14,143 | 21.8%  | 158.7%    | 4,432  | 120.6%    |
| その他・業務用 | 198                             | 0.8%   | 142.4%    | 484   | 5.8%   | 107.0%    | 8     | 160.0%    |                            | 1,424           | 0.7%   | 130.3%    | 3,241  | 5.0%   | 134.9%    | 39     | 48.8%     |
| DVDビデオ  | 24,120                          | 98.7%  | 94.2%     | 8,371 | 99.2%  | 104.4%    | 1,470 | 142.6%    | 増 2社<br>減 18社<br>そ の 他 4社  | 202,036         | 97.8%  | 106.9%    | 64,866 | 98.4%  | 107.0%    | 10,658 | 108.9%    |
| 販売用     | 56                              | 17.0%  | 36.8%     | 18    | 27.2%  | 44.9%     | 15    | 48.4%     |                            | 947             | 20.7%  | 46.9%     | 406    | 38.6%  | 62.0%     | 197    | 47.6%     |
| レンタル店用  | 254                             | 77.0%  | 18.8%     | 34    | 51.4%  | 15.0%     | 57    | 37.3%     |                            | 3,351           | 73.3%  | 24.3%     | 543    | 51.5%  | 23.5%     | 795    | 53.2%     |
| その他・業務用 | 20                              | 6.1%   | 50.0%     | 14    | 21.3%  | 36.7%     | 11    | 275.0%    | 275                        | 6.0%            | 67.4%  | 104       | 9.9%   | 43.3%  | 39        | 92.9%  |           |
| カセット    | 330                             | 1.3%   | 21.4%     | 66    | 0.8%   | 21.6%     | 83    | 44.1%     | 4,573                      | 2.2%            | 28.2%  | 1,054     | 1.6%   | 32.8%  | 1,031     | 52.8%  |           |
| 合 計     | 24,450                          | 100.0% | 90.1%     | 8,438 | 100.0% | 101.4%    | 1,553 | 127.4%    |                            | 206,609         | 100.0% | 100.7%    | 65,920 | 100.0% | 103.3%    | 11,689 | 99.6%     |

今月の売上報告社数.....33社 ( 前年同月の報告社数: 31社 ) 無回答社.....2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  
 累計値については、1月~6月の累計として2006年上半期統計報告 ( Vol.62 ) の数字を用いている

## 私的録画補償金分配の申請社について

平成18年度上半期の私的録画補償金の分配につき、下の会員社より申請があった。今期の対象期間は平成17年4月1日から同年9月30日となる。同期間に当協会の正会員の資格を有し、対象著作物(映像作品)の権利者で、他の該当申請団体が無い(重複しない)権利者から規定の申請書による申請で受理され、協会規定/細則により監査・分配となる。

### <今期の申請社>

㈱ギャガ・コミュニケーションズ/ジェネオンエンタテインメント㈱/㈱第一興商/東芝エンタテインメント㈱/東宝東和㈱/日活㈱/バンダイビジュアル㈱/㈱ポニーキャニオンの8社。

## 事務局人事

平成18年7月24日付

鈴木 靖子 業務部法務課



# 社団法人 日本映像ソフト協会

## 会員社名（五十音順） 2006年10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)  
(株)富士フイルムメディアアクセスト  
メモリーテック(株)