

JVA REPORT

12

'07 DECEMBER
NO.125

MAIN REPORTS

BBマルチメディア委員会海外研修ツアー報告
ビデオレンタル店実態調査結果報告
～「ビデオ」レンタル店から「DVD」レンタル店へ～
文化庁文化審議会へ意見書を提出

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**



BBマルチメディア委員会海外研修ツアー報告	2
2007年ビデオレンタル店実態調査報告	6
文化庁文化審議会へ意見書を提出	7
JVAショップコンテスト2007 作品募集開始	8
違法対策部会活動報告	8
第267、268回定例理事会開催報告	10
広報委員会『RENTAL年報2007』を発行	10
私的録画補償金分配申請社について	10
新入会員社自社紹介	11
不正商品対策協議会	11
経済産業省からのお知らせ	12
平成20年度重要会議・行事日程	12
平成20年 JVA新年賀詞交歓会のご案内	12
リレーエッセイ⑥⑧	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計(9月度、10月度)	14
JVAレンタルシステム加盟店数推移	14

BBマルチメディア委員会海外研修ツアー報告

BBマルチメディア委員会では、米国映像配信関連市場研修ツアーを、10月14日から21日の8日間に亘り実施した。今回は、下記の通りの13名の参加を得た。

桐畑 敏春	(株)ポニーキャニオン 代表取締役社長
別所 冬樹	(株)東京現像所 取締役
関口 立之	(株)NHKエンタープライズ 開発センター デジタル開発 エクゼクティブ・プロデューサー
伊橋 達彦	角川映画(株) 映像事業部 著作権事業グループ 音楽出版・著作権事業チーム チーム長
三木 学	松竹(株) 映像ライツ部国内ライセンス室 ブロードバンド課
高野 宏之	バンダイビジュアル(株) 新規事業グループ
小林 聡	(株)ポニーキャニオン 事業開発本部長
内古閑 宏	ヴィジョネア(株) 代表取締役社長
池上 幸一	(株)キューテック 営業2部第1企画 営業グループ 第5チーム
大竹 信義	ソニーPCL(株) 事業本部 メディア事業部 営業2部 営業4課
高橋 洋平	(株)東京現像所 映像本部ビジュアル イメージ部映像プロセス課 デジタルシネマグループ長
今野 一幸	メモリーテック(株) 戦略営業室長
駒崎 武一	(社)日本映像ソフト協会 業務部次長 兼事業課長

訪問先は、下記の通り。

1. 3ality Digital Entertainment
2. Disney ABC Television Group Digital Media
3. EFilm
4. Netflix
5. Technicolor
6. Microsoft Research : Silicon Valley
7. Linden Lab
8. 特別セミナー『AppleのiPhone戦略と米国オンライン映像配信市場のその後』

今回のツアーは、デジタル技術による映像産業の変化を改めて俯瞰することを目的として企画、実施した。訪問先も劇場の魅力をもつ新たな映像技術として注目される3D映像技術の開発と3D映像の製作・公開を行なっている3ality Digital Entertainment、現在の劇場用映画などには欠かせないデジタルによる映像の中間処理を行なっているEFilmとTechnicolor、テレビ番組の新しい流通方法としてのインターネットによるデジタル配信に積極的に取り組んでいるDisney ABC Television Group Digital Media、オンラインDVDレンタルという新しいDVDレンタルのビジネスモデルを開発し、定着させ、更にインターネットでのストリーミング配信も開始したNetflix、Windows Media Playerなどデジ



タル映像配信関連技術の研究開発を行なっているMicrosoft Research、次のワールド・ワイド・ウェブ(WWW)として期待されている3Dバーチャルワールド(メタバース)のSecond Lifeを運営するLinden Labと、劇場用映画からDVDなどの家庭用映像に至るまで、またバーチャルワールドからリアルな世界に至るまで、幅広い企業を巡ることができた。

研修ツアーの成果をひと言で表わすと、独自の技術やサービスを提供する企業の元気の良さと自信を感じることができた。それぞれの企業が、自分たちのビジネスの根本を知り、それにフォーカスすることで成功していることを、改めて感じることもできた。また、日本と米国という社会背景の違いや、規模の違いなども実感させられるツアーであったといえる。日米の違いといえば、余談になるが、規模の違いはあるものの、訪問した全ての会社がキITCHンスペースを有しており、社員が自由に飲み物や軽食を取ることができることは、大変羨ましく思われた。

それでは、各訪問先の企業について、個別に報告していこう。

【3ality Digital Entertainment】

3ality Digitalは、統括会社としての3ality Digital LLCとシステム開発を行なう3ality Digital Systems、映像の製作・配給・公開などを行なう3ality Digital Entertainmentの3つの企業で構成されている。

米国では、家庭用の映像機器が高画質、高音質、大画面化が進むことにより、劇場来場者が激減していくのではないかとという危機感から、劇場の魅力をもつ映像技術として、3D映画の開発・製作が活発になっている。数年前から、James Cameron監督が積極的に発言し、3D化を進めていることは有名である。それを背景としてDolby 3DやReal Dなどの3D映像技術が開発されているが、3ality Digitalの技術は、それらの技術に勝るとも劣らないものであることが分かった。

3ality Digital Entertainmentは、今年5月にカンヌ国際映画祭で「U23D」を公開し、各方面から高い評価を得ていた。我々も「U23D」の一部を鑑賞することができ、奥行きと立体感が豊かであることはもちろん、3D映像で失われがちな輝度がきちんと獲得されていることに驚かされた。これらの映像を撮影するカメラは、自社開発されたものだが、ベースとなっているのは標準的なHDカメラであった。そこに、撮影現場での取り回しやすさや3D映像として撮影する時の工夫が追加されているものであった。特に、遠景と近景を撮影する時の視度の違いを自動的に調整する機構は、初めて目にするものであった。これにより、おそらく3D酔いと称される違和感を軽減しているものと思われる。また、上映に際しては、1台のDLPで3D映像を映写する技術を開発し、米国で急速に普及するデジタルシネマの環境を追い風として利用する意図が感じられた。更に、3ality Digitalの特徴としては、劇場用ばかりでなく、家庭用のPDPや液晶テレビでも3D映像を再生することや、HD DVDやBDによる専用メガネなしの3D映像視聴の可能性が探求されていることがあげられる。また、3D映像は、劇映画ではなく音楽ライブコンサートやライブのスポーツ中継などにこそ、特性が発揮されると考えている点にもあるだろう。これらの高い技術と映像は、グループ内にSystemとEntertainmentという部門（企業）を持ち、常に撮影・編集結果とSystemとの交流が図れることにあるのではないかとと思われる。

【EFilmとTechnicolor】

EFilmとTechnicolorは、デジタル・インターメディアイトとデジタルシネマ作成という点では、二社ともほぼ同じプロセスで業務を行なっている。基本的な作業は、日本のポストプロダクションで行なわれている作業と同様であった。撮影されたフィルムをデジタルスキャンし、データ化、デジタルデータをコンピュータにより編集、カラー調整、特殊効果を加えたデータを再びフィルムレコーダーにより上映用の35ミリフィルムに焼き付けるといった流れである。しかし、日本と米国では、製作される映画の数の桁が違い、それに伴い使用される機材の数量、データを保存するサーバーの規模、作業量などが、決定的に異なっている。

デジタル技術の進歩により、中間作業のほとんど全てがデジタル化されているものの、撮影と上映という入口と出口の部分では、まだまだフィルムが主流となっている。そのため、それぞれメディアや作品にふさわしい色域を設定しながら、トータルで最も良い状態に調整していることが確認できた。また、インターメディアイトのスタジオは、両社ともDLPと35ミリフィルムが同時に併映できる形態となっており、常にデジタルとフィルムとでチェックを行なっているとのことである。

EFilmでは、デジタル・インターメディアイトの実際の作業を、オペレータが手際よく実演してくれ、米国映画が撮影後の画作りの多くをポストプロダクションに委ねていることが実感できた。

劇場向けのデジタル配信に関しては、通信環境の関係から、米国ではほとんど行なわれておらず、逆に日本の方が進んでいるのではないかとされるほどであった。

Technicolorは、DVD、HD DVD、BDのオーサリングなども手がけており、米国におけるそれらのメディアの現状についても話をうかがうことができた。

【Disney ABC Television Group Digital Media】

Disney ABC Television Group Digital Mediaは、最初にAppleのiTunes Storeでテレビ番組を有料販売したネットワークである。その後、自社サイトから広告モデルによる無料の配信を開始するなど、もっともデジタル配信に積極的なネットワークの一つといえる。ABCでは、ネットワークの役割を、コンテンツを視聴者に届けることと位置づけている。届ける方や届け先は、時代の変化により異なってきているが、視聴者が望む機器に、望む方法で届けることが重要と位置づけていた。それにより、テレビ番組は視聴者を広げることができると考えているようだ。実際に、iTunesからの有料配信を開始した際に、多くはプライムタイムの視聴者が減り、DVDの売上が減少すると批判した。しかし、実際にはプライムタイムの視聴者は増加し、DVDも販売を増やしている。また、広告モデルによる無料配信でも、iTunesでの売上は落ちなかったとのことである。結局、人気番組を支えているのは、熱心なファン層であり、そのようなファンは、あらゆる機会を捉えて番組を視聴していることが分かったとのことだった。逆に、映像産業に携わるものとして一番恐れることは、SNSなどのネットのコミュニケーションに楽しみを見だし、映像を楽しむことがライフスタイルから外れることだという指摘は、常に留意しておくべきことではないだろうか。

また、無料配信であっても満足な視聴が実現できるように利用者の通信帯域の変化を常に監視し、その変化に合わせて転送ビットレートを自動的に変える技術を開発するなど、自らのコンテンツのクオリティを維持することへの姿勢にも学ぶべきものがあった。

音楽業界がネットワーク配信に踏みだすことをためらった結果が、海賊版の蔓延という状況を生み出した反省から、映像はその轍を踏まないように積極的に取り組む必要を実感したそうである。iTunesでの有料配信は、当時、iTunesが唯一の合法的な音楽配信サービスとして成立しており、合法的な映像配信を行なうにも最適なサービスであると判断したからとのことである。また、Appleとの契約は、話し合いを開始して僅か2日で契約を果たしたそうである。これは、両社のトップによる決定だったようだが、このような早さで決定が下されたこと背景には、ネットワークといえどもインターネット技術に関して深く理解しているスタッフが擁していることがあったそうである。このあたりも、日本との人材の質の違いを感じざるを得なかった点である。

YouTubeやBitTorrentなどに対しては、海賊版と合法的なコンテンツの識別ができない点やビジネスモデルが不安定であることなどから、配信プラットフォームとし信用していないと断言したことが印象的である。また、ネット企業は、放送など既存のチャンネルに進出できないが、放送局はネットに進出できると、多様な展開ができる強みがあり、今後も柔軟に対応していけるという自信を示していたことも印象的であった。

【Netflix】

Netflixは、オンラインDVDレンタルという新しいビジネスを確立しており、現在、米国のDVDレンタル市場で15%のシェアを確立している。米国においてDVDレンタル市場は縮小気味であるが、その中であって成長を続けていることに、大きな自信がうかがわれた。それを支えているのは、顧客一人一人にパーソナライズしたレンタル履歴やそれに基づくレコメンド機能である。また、他の顧客のデータからも、類似したレンタル傾向を分析してレコメンドするなど、データベースを活用している様子がうかがわれた。その意味では、NetflixもやはりWeb2.0的なサービスのように思えた。Netflixが今年開始したデジタル配信については、試験的なサービスと位置づけており、そこから収益をあげることは念頭がなく、これも本格的な配信サービスがビジネスとなった時のために、データを収集しているとのことであった。将に、データこそ命という姿勢がみられた。それでも700万人の会員の内10%を越える会員が、デジタル配信を利用しており、8月には1000万ストリームを達成したことは、大きな可能性を示しているようである。

また、自らのビジネスの中心をDVDレンタルだと断言し、セル市場への参入には、全く関心を示さなかった。セルは、Amazonには勝てないと、選択と集中を行なっているようである。

会費制のオンラインDVDレンタルは、ヘビーユーザーばかりで、収益性が悪いのではないかと考えられていたが、ヘビーユーザーとライトユーザーのバランスが取れていることから、全体的には収益があげられているとのことであった。会員の構成比で50%が女性であり、新作とカタログタイトルのレンタル構成比も30:70と、圧倒的にカタログタイトルが多いことなど、店舗でのレンタルとの違いが目立っている。また、米国の郵送料は、DVD1枚の場合、往復で42セントと低額であること、レンタル用のDVDは、パッケージの無いスピンドルで仕入れていること、DVDは紙製の封筒に入れて送っているが、この封筒を裏返すと返信用封筒となっており、裏返した部分に広告を掲載するなど、経費削減と収益性を確保することに努力していることがうかがわれた。また、掲載する広告は、利用者が必ず利用する封筒の見開きとなることから、認知度が高く、広告主からも喜ばれているとのことである。日本における類似サービスとの違いを感じる点が多くあったように思える。

【Microsoft Research Silicon Valley】

Microsoft Researchでは、P2P技術の現状やMicrosoft TV (Microsoft Mediaroom)の現状、SilverLight技術の概要と今後の展開についてお話をうかがうことができた。特にMicrosoft TVは、電話会社と協力してセット・トップ・ボックスに内蔵させたり、米国では好調なXbox360が対応するなど、インフラも整いつつあることから、かなり期待をしているようであった。日本での展開も考えられているようだが、多チャンネルに対する欲求が米国ほど高くない日本で、IPTVによる多チャンネルサービスがどれだけ受け入れられるのか、また、ケーブルや電力会社が進めているセット・トップ・ボックス型の映像配信の現状、Xbox360の普及状況などからも、困難が予想されそうである。それでもPinPの画面入れ換えがスムーズであったり、チャンネル切り替えが地上デジタル放送よりも圧倒的に速いなど、技術的に見るべき点は多かった。

SilverLightは、AdobeのFlash対抗技術として開発されたもので、WebブラウザベースでHDにも対応した高画質なストリーミングコンテンツを視聴できること、WindowsだけでなくMacやLinuxでも視聴できることが大きな特徴である。更に、来年夏に発表が予定されているSilverLight1.1では、ハリウッドのスタジオからの承認を得た著作権管理技術(DRM)が実装されることが明らかとなっている。これまでのWindows Mediaに取って代わる技術ではなく、WebベースのストリーミングコンテンツはSilverLightで、ダウンロード型の大容量なコンテンツはWindows Mediaでというような、棲み分けを図っていくとのことであった。既に、日本でもGyaOがSilverLightの採用を明らかにしており、これまで利用できなかったMacユーザーにもGyaOのコンテンツが提供できると期待を表明していた。

【Linden Lab】

Linden Labは、3Dバーチャルワールド(メタバース)のSecond Lifeを運営しており、今回のミーティングでもCFOのJohn Zdanowski氏が、Second Lifeの中から説明を行なうなど、ミーティングそのものが、既にSecond Life利用方法の一つを示していた。Linden Labは、Second Lifeの運営を行なっているとはいうものの、Second Lifeを管理するわけではなく、Second Lifeのソフトの開発とIslandと呼ばれるバーチャルスペースの販売、バーチャル貨幣であるLinden Dollar(L\$)の管理を行なっている。Second Life内のサービスやコンテンツの制作、販売などは、利用者が自由に行なうことができる。また、Second Life内で制作されたコンテンツをリアルな世界で販売することなども、利用者に任されているとのことであった。唯一、禁じられているのはギャンブルだが、これもクレジットカードの決済がギャンブルの決済を認めていないためでありLinden Lab自身が、ギャンブルを禁止しようとしているわけではなさそ

うであった。また、L\$と現実世界の通貨交換をすることができ、その際にLinden Lab が手数料を徴収している。これが、数少ないLinden Lab の収益となっているようだ。もう一つの収益はSecond Life内のIslandの販売であり、これは、現実世界ではサーバのホスティングに相当しており、あまり収益性が高いものとは言えないとのことである。

今後の展望としては、全てのサーバをLinden Lab自身が用意するのではなく、Second Lifeサーバソフトの販売により企業などが自由にSecond LifeのIslandを構築できるようにしていくとのことであった。インターネットのWWWサーバが、企業や教育機関、個人の手で構築され、運営管理されているようにSecond Lifeサーバも自由に設置できるようにすることを考えているとのことである。ソフトの販売の方が、サーバのホスティングよりも収益性は高いと考えられるので、現実的な選択と思われた。また、このために、Second Lifeのようなメタバースが、次のWWWとなるといわれる所以かもしれない。そのため、Linden Labは、IBMなどと協力し、一つのアバター（メタバース内で表示される利用者の仮身）を異なるサービスのメタバースで共通に利用できる標準化に乗り出しているそうである。

【特別セミナー】

「AppleのiPhoneビジネスの実態と米国デジタル映像配信市場のその後」をテーマとした特別セミナーを開催した。これは、昨年開催して好評だった特別セミナー「米国デジタル映像配信市場の現状」のアップデートにあたるものであり、さらに加えて、日本では未発売ながらも話題性や関心が高いAppleのiPhoneについての講演を、San FranciscoでFirst Compas Groupというコンサルティング会社を経営する外村仁さんをお願いしたものである。概要は以下の通り。

まず、iPhoneについてだが、このプロモーション展開にはApple特有のしたたかさが感じられ、今年1月の発表以後、実際に発売が開始されるまで、繰り返し繰り返し、メディアが勝手に取り上げ、話題を盛上げていたそうである。その背景には、これまで米国の携帯電話は、一部を除けば電話をかけるだけの単機能の携帯電話しか存在せず、初めて普通の人を対象とした多機能電話が登場した、という物珍しさがあったとのことである。多機能な携帯電話が当たり前の日本では、あまり考えられないことでもあった。しかも、メディアが勝手に使用方法を解説していくという、珍しい機器となったそうである。

iPhoneの特徴は、機能的には最先端ではないにもかかわらず、ユーザーインターフェースが秀逸であることは、よく報じられている通りである。特に、フィンガジェスチャーとリアルなものを使用しているように感じさせる手触り感が、特に重要であると思われる。また、これまでの機器、特にPCと異なるのは、アプリケーションを起動して操作するの

ではなく、目的に従ってアプリケーションが起動していくという点にある。例えば、住所録などの電話番号を触れば電話がかけられたり、メールアドレスを触れば、メールソフトが開くといった点である。

しかし、iPhoneの成功は、既存の電話会社にとって喜ばしいことばかりではない。このビジネスモデルを認めることは、携帯電話のコンテンツ販売に、キャリアが関与しないという先例を認めることになり、また、キャリアが関与できないApple Storeでの携帯電話の販売を認めることにもなる。通信方式の違いばかりでなく、このようなビジネスモデルの違いを容認できるかが、iPhoneの日本での展開の鍵を握っているのではないかと。iPhoneは、これまでの携帯電話ビジネスから、PC的、Web2.0的なビジネスモデルへの転換を、日本のキャリアやコンテンツホルダーに促すことになるのかもしれない。

デジタル映像配信市場のその後についての講演では、iTunesやAmazon、YouTube、新たに開始されるFuluなど、1年間に起こった変化がフォローされた。iTunesが最も成功していることは明らかなのだが、映画やテレビ番組など映像配信については、作品を提供するスタジオを増やすことができず、苦戦しているようである。その一方で、作品数だけであれば、意外にもAmazonが、スタジオの協力でiTunesの10倍以上集めることに成功しているとのことであった。また、日本ではあまり知られていないが、P2P技術を利用したストリーミング配信サービス（インターネットTV）が急成長している。例えばVeohやBrightcove、Joost、Zattooなどが、ネットワークやケーブルなどと契約して、合法的な映像配信を行っており、インターネットを利用したタイムシフト視聴が生まれつつあるとのことである。これらのインターネットTVサービスは、YouTubeなどと同様に、違法なコンテンツも含んでいるが、違法なコンテンツがあるからと正規の配信をためらっていると、結局は違法なコンテンツばかりがあふれてしまう。インターネットの配信はコストが安いので、違法なコンテンツの中でも10~15%でも合法的なコンテンツが利用されるのであれば、そこから十分収益があげられるという割り切り方が重要なのではないかと。日本のコンテンツホルダーは、YouTubeへの対応に見られる通り、あまりにも白か黒かをハッキリさせようとすすぎすぎているのではないかと。それにより、結局はビジネス機会を失う可能性が高くなる。コンテンツホルダーだけがコンテンツを持っており、それ以外にはコンテンツが存在しない時代であれば、後から進出しても十分ビジネスとして成立するが、現在のようにDVDや放送のコピーなどコンテンツがあふれている中では、違法なコンテンツが先に占拠してしまい、後から出ていったのでは、手に入れられていたはずの収益を得ることができなくなる可能性の方が高いのではないかと、という示唆に富むお話をいただいた。

2007年ビデオレンタル店実態調査報告 ～「ビデオ」レンタル店から「DVD」レンタル店へ～

統計調査委員会（上田武二郎委員長 ㈱ポニーキャニオン）は、今回で21回目となるビデオレンタル店実態調査を本年7月に実施し、調査結果を報告書にまとめた。本号と次号（1月号）では、その調査結果の中から概要をピックアップして掲載する。

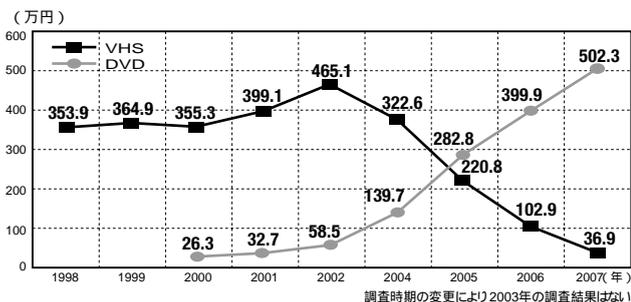
調査対象	JVAレンタルシステム加盟店 (ネットとレンタル自動レンタル機は除く)
調査時期	平成19年7月
調査方法	郵送アンケート
調査票配布	4,787票
有効回収票	725票（回収率15.1%）

売上

DVD売上金額は前年比125.6%。DVDの売上シェアは9割を超える。

DVDレンタルの月平均売上金額は502.3万円で前年比125.6%と大幅に伸張。反対にVHSの月平均売上金額は36.9万円で前年比35.9%と激減。売上に占めるDVDレンタルの割合は9割を超え、ユーザーニーズはほぼ完全にDVDとなった。面積規模別に見てみるとビデオレンタル面積40坪以下の小規模店のDVD売上の伸張率が一番高く、前年の段階で既にDVDレンタルへと移行が進行していた中規模店（40坪～100坪）や大規模店（100坪以上）の伸張率を上回っており、DVD在庫整備が遅れていた小規模店においてようやくDVDレンタルの成果が表れてきたようである。

月平均レンタル売上推移



月平均売上金額DVD/VHS比率

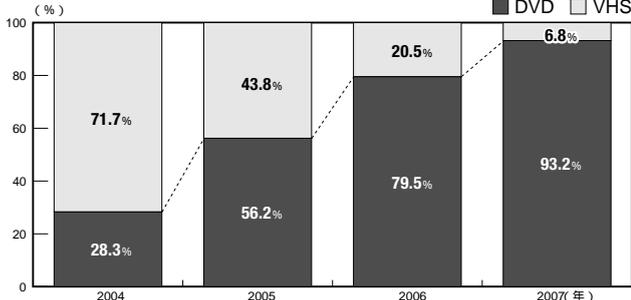
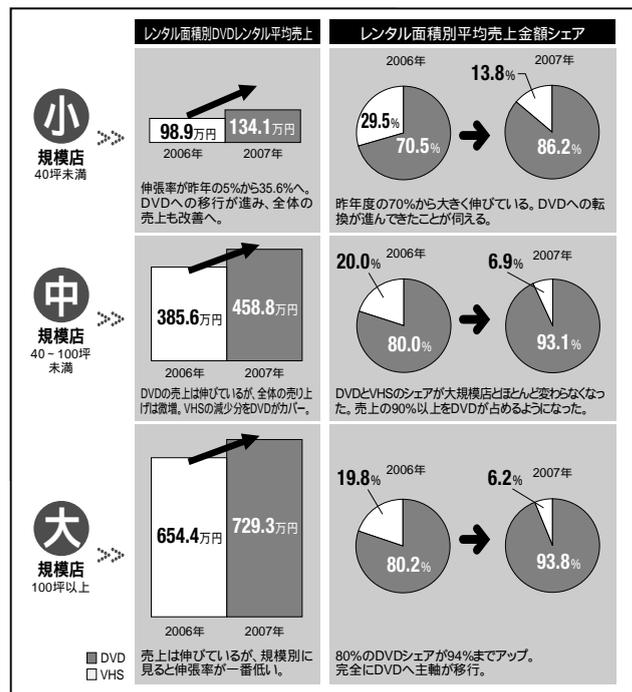


表1. 各調査項目の平均値

項目	2006年		2007年 (内は前年比)		
	DVD	VHS	DVD	VHS	
ビデオレンタル部門月平均売上	494.0万円		528.7万円 (107.0%)		
	399.9万円	102.9万円	502.3万円 (125.6%)	36.9万円 (35.9%)	
DVD・VHS売上シェア	79.5%	20.5%	93.2%	6.8%	
ビデオレンタル月平均売上対前年比較	DVD・VHS合計		DVD・VHS合計		
(増)	33.3%		46.5%		
(減)	62.3%		51.8%		
(増減なし)	4.5%		1.7%		
	DVD	VHS	DVD	VHS	
(増)	81.2%	1.8%	71.8%	1.1%	
(減)	12.8%	93.6%	20.1%	94.1%	
(増減なし)	6.0%	4.5%	8.1%	4.8%	
DVD以外実施率	97.8%		98.8%		
標準レンタル料金	1泊2日(新作)	388円	389円	385円	386円
	1泊2日(準新作)	359円	354円	340円	345円
	1泊2日(旧作)	297円	291円	292円	280円
	1週間料金(新作)	479円	467円	462円	467円
	1週間料金(準新作)	384円	376円	379円	377円
	1週間料金(旧作)	323円	310円	319円	291円
月平均貸出	枚・本数	14,634枚	4,080本	18,764枚 (128.2%)	1,604本 (39.3%)
DVD・VHS合計	225.8万円		268.0万円 (118.7%)		
月平均仕入	金額	207.1万円	19.3万円	256.2万円 (123.7%)	1.6万円 (8.3%)
	枚・本数	384.5枚	28.6本	543.0枚 (141.2%)	2.9本 (10.1%)
在庫	タイトル数	8,458タイトル	10,179タイトル	12,853タイトル (152.0%)	6,113タイトル (60.1%)
	枚・本数	14,525枚	14,874本	21,433枚 (147.6%)	9,191本 (61.8%)
店舗面積	店舗総面積	189.9坪		214.0坪 (112.7%)	
	ビデオレンタル部門面積	77.2坪		87.5坪 (113.3%)	
兼業比率	兼業	91.7%		90.4%	
	専業	8.3%		9.6%	
会員	総数	8,254人		9,880人 (119.7%)	
	男性比率	65.5%		62.3%	
	女性比率	34.5%		37.7%	
駐車場	保有率	81.1%		85.5%	
	台数	45.2台		50.9台	
	坪効率(坪当たりの月間売上)	6.4万円		6.0万円	
経営効率の年次比較	レンタル全体	0.63		0.65	
	DVD	1.00	0.27	0.88	0.17
	VHS	0.27	0.88	0.17	0.88
	レンタル全体	45.7%		50.7%	
	DVD	51.8%	18.8%	51.0%	4.3%
	VHS	18.8%	51.0%	4.3%	51.8%



文化庁文化審議会へ意見書を提出

当協会は、「文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会中間整理」（以下「中間整理」という。）と「文化審議会著作権分科会法制問題小委員会 平成19年度・中間まとめ」（以下「中間まとめ」という。）に関する文化庁の意見募集に対し、違法複製物のダウンロードの権利制限規定からの除外とスリーステップテスト条項の明文化等を求める意見や、著作権保護技術の実効性を確保するための措置等を求める意見等、合計6項目の意見を提出した。その趣旨は以下のとおり。

「中間整理」に対する意見

違法複製物のダウンロードに関する意見

違法複製物のダウンロードについては、以下の意見を提出した。

1. 違法複製物ダウンロードの権利制限不適用の明文化

当協会は、従来から、違法複製物のダウンロードは、公衆送信権侵害行為と一体となって、著作権者の利益を不当に害する行為であるからダウンロード行為も違法であるべきと考えてきた。今回もその考えに沿って、違法複製物のダウンロードを権利制限の対象から除外することの明記を求めた。

2. スリーステップテスト条項の明文化

違法複製物のダウンロードを違法と明記すると否にかかわらず、「著作物の通常の利用を妨げるものであってはならず、かつ著作権者の正当な利益を不当に害するものであってはならない」旨の但書を加えることを要望した。

3. 著作権保護技術を回避した複製物のダウンロードが違法であることの明文化

技術的保護手段を回避してアップロードされた違法複製物は技術的保護手段の回避によって複製できるようになったものであるから、それをダウンロードすることは、「技術的保護手段の回避によって可能」（30条1項2号）となった複製である。したがって、技術的保護手段を回避してアップロードされた複製物をダウンロードすることは、現行法上違法であることが明記されている。

実質的に複製を制限する著作権保護技術を回避して複製することと技術的保護手段を回避して複製することとを区別する合理的理由は見出すことができないことから、提出意見では、技術的保護手段を回避してアップロードしたもののダウンロードと技術的保護手段を回避してアップロードされたもののダウンロードを同様に扱うべきことを要望した。

私的録画に関する補償の必要性について

提出意見では、著作権保護技術と補償の必要性についての当協会の考え方を述べた上、著作権保護技術の実効性確保のための措置を求めた。また、タイムシフトや放

送番組の録画についての補償の必要性等についてもこれを肯定する意見を提出した。

1. 著作権保護技術と補償の必要性についての考え方

提出意見では、以下の から のとおり、当協会の基本的な考え方を表明した。

複製禁止の著作権保護技術により現実に複製されていない場合及び著作権保護技術の利用にも拘わらず複製される事実は存するがその複製を著作権法が禁止している場合には、補償の必要は無いと考える。

複製禁止の著作権保護技術が用いられているが、その実効性が充分でなく複製されている事実があり、かつ、その複製を著作権法が許容している場合（すなわち、当該著作権保護技術を回避して行われる複製行為が、私的複製に関する権利制限の適用範囲外とされていない場合）には補償の必要性が否定できないと考える。

この点、現状はCSSを回避する複製や無反応機による複製が行われている状況にあるのに加え、CSSを回避することは著作権侵害ではないとの見解が広く流布されているため、CSSが技術的保護手段であろうとなかろうと著作権法が許容する複製が行われているという状況が存在するという事実は、権利者に対する補償の必要性が否定できない事情となるものと考えられる。

複製制限の著作権保護技術により現実に複製が制限されている場合であっても、一定範囲の複製が許容されている場合には、当該複製が、別途の補償措置の存在を前提とせず、各コンテンツの関係権利者の明確な意思に基づき選択・許容された複製でない限り、その許容されている範囲について補償が必要であると考えられる。

2. 補償の必要性に関する諸論点について

以上の基本的考え方に基づいて、提出意見では以下の諸点について意見を表明した。

(1) 著作権保護技術の範囲内の録画と権利者の不利益について

「中間整理」114頁に「私的録音録画により著作物等を楽しむという社会現象は、確立された社会慣行である」との記述がある。

提出意見では、私的録画の大半が補償金制度の対象外のメディアになされている状況を著作権者が支持したり、許容したなどなく、常に是正を求めつづけていることから、私的録画を「確立された社会慣行」であると認定することには強く反対することを表明した。

(2) 「中間整理」116頁のイ-iiの見解について

「権利者は提供された著作物等がどのような範囲で録音録画されるかを承知の上（著作権保護技術の内容により想定できる）で提供している」ので「補償の必要性はない」とのイ-iiの見解について、提出意見では、著作権保護技術のすべてが権利者の意思によるとは認めがたい現

状では、著作権保護技術の内容により結果が想定できることと、想定された範囲内で補償を不要とすることを直ちに結び付けられるものではないと批判し、「著作権保護技術が施されていれば、直ちに権利者はその範囲内の録音録画から補償を求めるべきでないとするのは不適切である」とする「イ」の見解が正当であるとの意見を表明した。

(3) タイムシフトについて

(a) タイムシフトの定義について

「中間整理」では、タイムシフトを「放送時間とは別の時間に視聴するための録音録画」と定義している(111頁)が、この定義によれば、「タイムシフト」は単なる「録画」と同義である。そのため、二次使用に支障が生じるかどうか、著作権保護技術の普及によって補償の必要性が無くなるかどうか等の目安として機能する概念とはなりえない。

そのような目安となりうるためには「放送番組を録画して別の時間に一度視聴した上で消去すること」(「中間整理」111頁脚注59)とする米国連邦最高裁判所判決の定義によるべきとの意見を提出した。

(b) タイムシフトの補償の必要性について

私的録画に関する権利制限により視聴者は放送された著作物を録画できる。そしてこの権利制限により、録画という著作物の利用行為が可能になった結果、自身の好きな時間に視聴できるという効用を得ることができる。

そこで、提出意見では、「本来の意味での「タイムシフト」は、補償金の額が相対的に低くなる利用形態とはいえませんが、録画という著作物の利用行為により新たな著作物の効用を獲得しているので補償の必要性はあると考えます。」とした。

(4) 広告収入で投資回収完了との意見について

広告収入は、著作権隣接者である放送事業者の収入であるし、放送を一次利用形態とするコンテンツは放送事業者からの収入が全くないものがある。

提出意見では、「中間整理」117頁の「放送時点で広告収入により投資回収は完了している」との見解について事実誤認を指摘し、広告収入は形式的にも実質的にも著作権者の投資回収とは無関係であることを指摘した。

(5) 放送番組の二次利用と経済的不利益

「中間整理」117頁には、放送番組の二次利用は進んでいないので経済的不利益はないとの意見が記されている。提出意見では、二次利用は進んでいるとの事実を指摘した上、「潜在的市場への影響」(米国連邦著作権法107条参照)をフェアユースの判断要素とする立法例を挙げ、「二次利用が進んでいないことをもって経済的不利益がないという判断が是認されるものではない」との意見を表明した。

(6) 録画禁止の著作権保護技術と補償の必要性

「中間整理」114頁では「劇映画のDVD」を例示して「そもそも私的録音録画ができないので権利者の不利

益も生じていないものと考えられる。」としている。

しかし、現実には、権利者が複製禁止の著作権保護技術を用いることを選択した場合でも、著作権保護技術が無効化されて複製されうる。しかも、著作権法がその無効化を許容していること等から、現に著作権法が許容している私的複製によって権利者に不利益が生じている。

そこで提出意見では、権利者に不利益が生じているならば、不利益を生じさせている複製行為を権利制限の範囲から除外する措置を講ずるべきことを要望した。

もし、このような措置が講じられず、現に存在する著作権者の不利益を放置するならば、複製権制限の代償措置としての補償金の必要性は否定できないとの意見を表明した。

「中間まとめ」に対する意見

海賊版譲渡の告知行為について

海賊版の頒布を未然に防ぐため、海賊版の譲渡告知行為を権利侵害と構成するよう要望した。

聴覚障害者関係についての対応策について

当協会は、聴覚障害者の方々を含む多くの方々にビデオソフトをご視聴いただくことを望むものである。そこで、提出意見では、ビデオソフトのご視聴を妨げる状況を改めていくことに賛成を表明した。

しかしながら、複製権を制限しても著作権保護技術が用いられているDVDビデオ等は字幕を付して複製することはできないため、聴覚障害者の方々のご要望を実現できない。また、DVDビデオを複製しなくてもコンソールを用いて字幕を同期させてDVDビデオ等を視聴する方法がある。

そこで提出意見では「著作権者を含む関係者間の協力関係を構築するルールづくりが必要」との意見を表明した。

検索エンジンの法制上の課題について

動画共有サイト等では、自ら違法にアップロードされたものを発見して削除しているのであるから、提出意見では、検索エンジンの運用者に対して、違法複製物の蓄積や表示を回避するための積極的作為義務を課すべきことを要望した。

ライセンス保護の在り方について

ライセンス保護については取引慣行の尊重が必要である。そして、特許権の制度であるライセンス保護のための登録制度を著作権制度に持ち込んでも、著作権の取引慣行に合致するとはいいがたい。

そこで、提出意見では、新たに登録制度を設けるのではなく、現実の事業化に対抗力を認める制度を要望した。

なお、提出した意見の全文は、以下のURLに掲載している。

<<http://www.jva-net.or.jp/news/news071122.pdf>>

『ショップコンテスト2007』作品募集開始

マーケティング委員会・キャンペーン小委員会では、本年もレンタル推進を目的とした全国共同キャンペーン「JVAショップコンテスト2007」を、11月1日から12月31日の期間中実施している。今回は、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合（CDV-J）のプロモーション研究会の共同プロモーションとも連携を試みるなど、昨年以上の協力を図り、組合員各店舗からの多くの応募を得られるよう努めている。

本年の参加メーカーは次の17社。

参加ソフトメーカー：アミューズソフトエンタテインメント、ウォルト ディズニー スタジオ ホーム エンターテイメント、エスピーオー、角川エンタテインメント、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、松竹、ソニー・ピクチャーズエンタテインメント、東映ビデオ、東宝、20世紀フォックス ホーム エンターテイメント ジャパン、パップ、ハピネット、パラマウントジャパン、バンダイビジュアル、ポニーキャニオン、ワーナー・ホーム・ビデオ。

応募用紙は、10月下旬に店頭配布されるビデオレンタル店向けの業界紙、日之出出版(株)の『THE NEW RELEASE 12月号』および、(株)フットノートの『ビデオ・インサイダー・ジャパン12月号』に同封された他、12月初旬に発行されるJVA広報委員会発行のビデオレンタル店向け広報誌『RENATL年報2007』（10頁参照）にも掲載されており、JVAレンタルシステム加盟店全店に配布された。



違法対策部会

9月に「東海地区レンタル店啓発キャンペーン」を実施

平成19年9月、10月の間、福岡県、富山県、岐阜県、三重県、熊本県、愛知県、兵庫県、のレンタルビデオ店69店の調査・折衝を実施した。調査結果は、廃業等14店を除き、実質的に営業していた55店の内、海賊版DVD所持1件、セル用DVDのレンタル転用20件が確認された。違法行為の確認率は38%となった。

特に、9月には「東海地区レンタル店啓発キャンペーン」として、アミューズソフトエンタテインメント、東宝、松竹、バンダイビジュアル、パップ、ポニーキャニオンの各社から10名が参加し、上記記載の調査店のうち、三重県・愛知県・岐阜県下の10店舗の調査・折衝を実施した。同キャンペーンの実施結果では、セル用DVDのレンタル転用が5件確認されている。

また、熊本県では、見たい作品がレンタル中であった時に同作品の海賊版DVDを500円で販売していたとされる店舗（熊本県天草市）が熊本県天草警察署に著作権法違反の疑いで摘発され、海賊版DVD、387枚が押収された。

9～10月実績

調査店数	69店
営業店数	55店
違法行為 確認件数	海賊版所持 1件 DVD、VCセル、レンタル転用 20件
海賊版確認本数	DVD 10枚
刑事告訴事件数	3件
警察による海賊版押収本枚数	DVD 1787枚 VHS 8枚
違法行為確認率	38%
廃業率	20%

調査状況一覧表

調査地区	内 訳			海賊版・サンプル版頒布所持			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	確認数	回収数		
福岡県	1	1						
富山県	10	1	6				2	
三重県	7						4	
愛知県	4						2	
岐阜県	2							
熊本県	23	4	8	1	DVD 10	DVD 10	11	
兵庫県	1	1					1	
合 計	48	7	14	1	DVD 10	DVD 10	20	0

第267、268回定例理事会開催報告

第267回定例理事会は、10月2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 平成20年度重要会議・行事日程の件・・・承認
（12頁参照）

第2号議案 平成20年新年賀詞交歓会開催の件・・・承認
日時 平成20年1月9日（水）午前11時30分開宴
場所 アルカディア市ヶ谷（私学会館）
（12頁参照）

その他、事務局からの報告事項は次の通り。

文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会中間整理案について、各部会報告について、営業部会米国市場視察ツアー報告について、2007年8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等。

第268回定例理事会は、11月6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 協賛会員入会承認の件・・・承認
（入会）KDDI(株)

第2号議案 「MIDEM JAPAN STAND 2008」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第3号議案 「第8回ブロードバンド特別講演会」に対する

共催名義使用承認の件・・・承認

第4号議案 「DVD・オブ・ザ・イヤー2007」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第5号議案 「ビデオ・オブ・ザ・イヤー2007」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第6号議案 商標使用に関する覚書の件・・・承認
（財）日本バレーボール協会との間で締結するJVAの商標登録使用に関する覚書の更新を承認。

第7号議案 文化庁文化審議会著作権分科会の意見募集に関する件・・・承認（7頁参照）

文化庁文化審議会著作権分科会の意見募集に対する意見素案について、役員及び関係部会委員の素案に対する意見を取りまとめた上最終案を作成し、役員及び関係部会委員に確認後提出することを承認した。

第8号議案 平成19年工業統計調査の広報依頼に関する件・・・承認（12頁参照）

その他、事務局からの報告事項は次の通り。

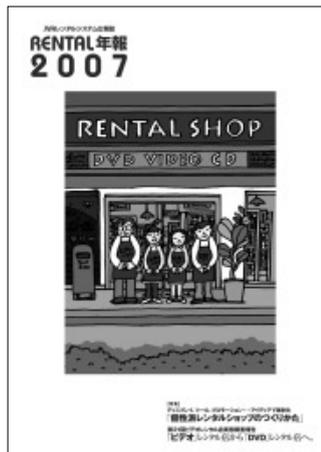
各部会報告について、倫理法・倫理規程に係る協力依頼について等。

PUBLIC RELATIONS **広報委員会**

JVAレンタルシステム広報誌『RENTAL年報2007』を発行

広報委員会（田中勇委員長 キングレコード(株)）は、JVAレンタルシステム加盟店向けの広報誌『RENTAL年報2007』を12月4日付で発行した。本号では、現在実施中の「JVAショップコンテスト2007」の応募募集や前回コンテストの受賞店の作品紹介をはじめ、ショップの販売促進活動にヒントとなるよう「個性派ショップのつくりかた」と題した特集記事を組んでいる。その他、本年7月に実施した「第21回ビデオレンタル店実態調査」の結果報告や各種データの報告も掲載している。

同誌はシステム加盟店全店に無料で配布された他、JVA会員社にも配布されている。



その他

私的録画補償金分配申請社について

平成20年1月末に協会より分配予定の私的録画補償金の申請が9月末で締め切れ、8社から申請があった。今期の対象放送期間は平成18年下期（平成18年10月～19年3月末）であり平成14年7月に初の分配を開始して以来、今回で12回目となる。この申請は対象放送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ない（重複しない）権利者からの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。

<今期の申請受理社>

(株)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(株)

(株)第一興商

(株)ショウゲート

東宝東和(株)

日活(株)

バンダイビジュアル(株)

(株)ポニーキャニオン

◆◆◆ 新入会員社 自我介绍 ◆◆◆

協賛会員(平成19年11月6日付) KDDI株式会社

弊社はこの度、観たいDVDが自宅で焼ける「DVD Burning」サービスを9月27日からスタートしました。本サービスは、「DVD Burning」対応の「PC(DVDドライブ)」および「DVDレコーダー(来年度)」で、直接DVDに焼いて(Burning)、リビングやマイルームなど、どこへでも持ち運び・視聴が出来るものです。回線はオープンですので、ブロードバンド回線をお持ちの方ならどなたでもご利用いただけます。加入料や月額会費もないので、欲しいときだけ購入代金のみのお支払いで利用できますし、店舗などでは手に入らないようなコンテンツも購入できます。

本サービスの検討時におきましては、日本映像ソフト協会様並びに協会加盟各社様には大変お世話になっており、またこの度協賛会員として貴協会に入会させていただき運びとなりました。心より御礼申し上げます。

DVDビジネスも今後大きく変わっていく可能性もあり、弊社もDVD販売の新しい流通モデルを提案し、DVD市場の活性化に貢献したいと考えております。どうぞよろしく願いいたします。

(コンテンツ・メディア本部メディア開発部映像サービス企画グループ 課長補佐 橋本 薫氏)

会社プロフィール

代表者	小野寺 正(代表取締役社長兼会長)
住所	東京都新宿区西新宿2-3-2
URL	http://www.kddi.com/
設立	1984年6月1日
資本金	1418億5177万円
主な営業種目	電気通信事業法に定める電気通信事業 電気通信に関するソフトウェアの研究、開発、 製作、運用、保守、販売 その他
推薦会社	(株)ポニーキャニオン ワーナーエンターテインメントジャパン(株)

不正商品対策協議会

THE ANTI-COUNTERFEITING ASSOCIATION

「まなびピア岡山2007」に出展参加

不正商品対策協議会(ACA)では、平成19年11月2日(金)~11月6日(火)に開催された「第19回全国生涯学習フェスティバル まなびピア岡山2007」(文部科学省及び岡山県教育委員会等の主催)に出展参加した。(開催地:岡山県総合グラウンド内桃太郎アリーナ、来場者数17万2000人)

まなびピアは、例年この時期に生涯学習のあり方を提案する場として全国都道府県で持ち廻りにより開催されており、生涯学習活動の成果発表や学習情報の提供を通じて体験・交流の機会が深められている。

ACAは平成元年の第1回千葉県開催時より参加しており、今回も知的財産権の大切さを来場者に楽しみながら学んでいただくため、ホンモノ・ニセモノの比較展示や知的財産権に関するクイズ大会を行った。知的財産権を身近な問題として考えていただくことができるこのACAブースでは、毎回数多くの来場者で賑わい、クイズ大会でも解説者の解答に熱心に耳を傾けていた。



●●● 経済産業省からのお知らせ ●●●

当協会の主務官庁である経済産業省から「平成19年工業統計調査」への協力依頼がありました。この工業統計調査は、わが国製造業の実態を明らかにすることを目的として、製造業を営む事業所を対象に行われるもので、「製造業の国勢調査」と言われるものです。対象となりました会員社様におかれましては、調査へのご協力をお願いいたします。

製造事業所の皆様へ

経済産業省

経済産業省では、工業統計調査を平成十九年十二月三十一日現在で実施します。

この調査は製造業を営む事業所を対象として、その活動実績を明らかにすることを目的として実施します。

調査結果は、国や地方公共団体の行政施策の重要な基礎資料として利用されるとともに、大学や民間の研究資料、小・中・高等学校の教材などにも広く利用されているところで、皆様から提出していただく調査票については、統計法に基づき調査内容の秘密は厳守されますので、正確なご記入をお願いいたします。

平成20年
重要会議・行事日程

月	理事会	総合連絡委員会	業務部会幹事会	その他
H.20/1月	休会	休会	1月31日(木) 16時30分	新年賀詞交歓会 9日(水)11:30~ アルカディア市ヶ谷
2月	5日(火)14時	12日(火)16時	2月28日(木) 16時	
3月	4日(火)14時	11日(火)16時	3月27日(木) 16時	
4月	1日(火)14時	8日(火)16時	4月24日(木) 16時	懇親ゴルフコンパ (予定)
5月	13日(火)14時	20日(火)16時	5月22日(木) 16時	総会 29日(木)14時
6月	5月29日(木) 総会後	10日(火)16時	6月26日(木) 16時	
7月	1日(火) 16時30分	8日(火)16時	休会	役員懇親会 (予定)
8月	休会	休会	8月28日(木) 16時	
9月	2日(火)14時	9日(火)16時	9月25日(木) 16時	役員懇親ゴルフ会 (予定)
10月	7日(火)14時	14日(火)16時	10月30日(木) 16時	
11月	4日(火)14時	11日(火)16時	11月27日(木) 16時	
12月	2日(火)14時	9日(火)16時	休会	
H.21/1月	休会	休会		新年賀詞交歓会 8日(木)11:30~ アルカディア市ヶ谷

『平成20年 JVA新年賀詞交歓会』のご案内

毎年恒例の『JVA新年賀詞交歓会』を次の要領にて開催します。会員社をはじめ、関係官庁・団体、報道関係の方々など、映像ソフト業界に携わる皆様にご参集いただき、来る平成20年が明るい年となりますよう共に新年の門出をお祝いしたいと存じます。

日時 平成20年1月9日(水) 午前11時30分 開宴
場所 アルカディア市ヶ谷(私学会館)
東京都千代田区九段北4-2-25
URL <http://www.arcadia-jp.org>
TEL 03-3261-9921

会費 お一人様 壹万円

ご案内につきましては、既に、各会員社の総合連絡委員宛に、その他関係各位にも郵送にてご案内済みです。参加の申し込みは12月7日(金)となっておりましたが、まだお申し込みがお済みでない場合には、JVA管理部肥田(03-3542-4433)までご連絡いただきますようお願い申し上げます。



<交通のご案内>

- JR中央線 市ヶ谷駅から徒歩2分
- 地下鉄有楽町線、南北線 市ヶ谷駅A1-1出口から徒歩2分
- 地下鉄新宿線 市ヶ谷駅A1-1、A4出口から徒歩2分

リレーエッセイ 68



㈱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 竹内成和氏からのご紹介
稲垣 博司 氏 (エイベックス・マーケティング株式会社 代表取締役会長)

「聖地シリーズその ベツレヘムと縄文杉」

現在公開中の映画「マリア」の舞台はイスラエルの町、ベツレヘムです。今から15年程前、南仏カンヌで開催された「MIDEM国際音楽産業見本市」出席の帰り、イスタンブール滞在後、イスラエル探索の道中で、私は実際にこの町を訪ねました。そしてキリスト生誕の伝説の洞窟も見学したのです。当時は中東和平協定がまだ締結されておらず、当地の政情が不安定極まりない中での探索でした。故山本七平氏の聖書に関する著作数作品で、ある程度の予備知識を得てはいたものの、自分が仏教徒であるせいか、それほど感激を受けた記憶もありません。でも伝説とはいえ、あの奇跡の子イエス・キリストが生まれたと称される薄暗い場所は今でも脳裏にしっかり残っています。

しかしキリスト縁の場所ということでは、彼の終焉の地、エルサレム市内の「ゴルゴタの丘」を見物した時の方が、はるかに衝撃的でした。肉体を通して釘で打ち付けられた大きな木の十字架を背負わされ、傷口からダラダラと血を流しながら、一步一步ゴルゴタの石の坂道を登っていくイエス。そして十字架上で力尽き、助ける人も無く、息絶えるイエス。また復活を果たして、天界の神となり人界の民を救うイエス。西洋文明の壮大な幕開けの扉を垣間見た瞬間でした。同じ伝説の場所でも、イエスの流したであろう夥しい血の色が、圧倒的なリアリティーを伴って自分に迫ってきたのを、今でも思い出します。―― ゴルゴタの丘 ――

そして時は巡って今年の夏、私は41才の甥を誘って九州の最高峰宮之浦岳に登りました。宮之浦岳は屋久島に位置します。14年程前から誘われて突然始めた登山で、本州の高山は大体登りつくした(?)という判断で、九州に赴いたという訳です。10月初旬の3連休を使っただけの登山行でしたが、

季節が良かったのか、1ヶ月に35日も雨が降るといふ屋久島が3日間とも快晴。疲れはしたものの素晴らしい旅行でした。

島に到着してすぐに午後の時間を全部使って、宮崎アニメ「もののけ姫」の舞台となった屋久杉林の奥にある深緑に覆われた苔の森までの登山です。目的地まで思いの他時間がかかってしまいましたが、到着地帯は樹木に、岩に、川淵に一面の緑の絨毯、まさに幽玄の世界。言葉も文字もデジタルもITも吹き飛ばす世界。甥と言葉を交わすこともなく30分程まるで深海のような沈黙の世界を味わいました。そして翌日はよいよ宮之浦岳登山に。山頂を経て無人の避難小屋まで約10時間の行程ですが、山頂付近で自分がバテてしまい、小屋到着時には辺りは真っ暗闇。でも基本的には登山には問題のない、快適で眺望も素晴らしい山でした。

引き続き快晴の翌早朝小屋を出発。目指すはあの縄文杉です。我々は通常の観光コースとは逆に島を縦走する道なので、縄文杉までは急降コースとなります。途中にある名前のついた屋久杉を一本一本確かめつつ、急勾配を降りること約3時間。あの縄文杉が突如その姿を現しました。過去に写真や映像で限りなく詰め込んだ予備知識が、現物を目の当たりにして木っ端微塵となりました。その孤独感、存在感、あまりにも雄大なスケール感、私はまるで木の「グランドキャニオン(?)」かと思いました。縄文杉は木ではない! 神か化物か、もしくはまるで漫画の世界であると断定できます。日本の神道、宗教の原形が土俗信仰にあるとすれば、日本のキリスト教は縄文杉であり、ベツレヘムは屋久島です。そして縄文杉は伝説でもなく、現実に存在するのです。

P.S. 皆さんにも是非縄文杉見物をお勧め致します。

日誌に見る協会の動き

【9月】

- 3日 米国市場視察ツアーミーティング
- 4日 理事会
- 5日 マーケティング委員会
- 6日 ACA企画広報部会
- 7日 業務使用対策委員会
- 9日 営業部会米国市場視察ツアー(～16日)
- 11日 総合連絡委員会
- 12日 2007年上半期統計調査記者発表
BBマルチメディア委員会
- 13日 権利者団体対応委員会
- 14日 ACAシンポジウム打合せ

- 19日 中部地区連絡協議会(～20日)
- 20日 著作権部会
- 21日 権利者団体対応委員会
- 26日 映像倫理協議会総会
BBマルチメディア委員会米国研修ツアーミーティング
- 27日 業務部会幹事会

【10月】

- 2日 理事会
- 4日 ACA企画広報部会
- 9日 総合連絡委員会
中国地区連絡協議会(～10日)

- 12日 役員懇親ゴルフ会(於:横浜カントリークラブ)
権利者団体対応委員会
- 14日 BBマルチメディア委員会米国研修ツアー(～21日)
- 15日 私的録画補償金問題委員会
- 17日 マーケティング委員会
- 18日 著作権部会
業務使用対策委員会
- 22日 私的録画補償金問題委員会
ACA企画広報部会
- 25日 業務部会幹事会
- 26日 法務打合せ

統計

2007年9月度

	9 月 実 績 (金額単位: 百万円 数量単位: 千本・千枚)									1 月 ~ 9 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	16,502	63.0%	118.3%	4,738	65.4%	100.9%	729	98.4%	増減 19社 11社 その他 3社	143,712	64.7%	95.8%	44,772	67.6%	85.8%	7,109	102.6%
レンタル店用	9,429	36.0%	122.0%	2,220	30.7%	112.6%	717	150.3%		76,916	34.7%	106.4%	18,429	27.8%	114.4%	4,558	92.8%
その他・業務用	251	1.0%	135.7%	284	3.9%	59.7%	2	28.6%		1,332	0.6%	82.8%	3,037	4.6%	81.7%	19	41.3%
DVDビデオ	26,182	99.8%	119.8%	7,242	99.8%	101.4%	1,448	118.2%	増減 3社 12社 その他 2社	221,960	99.7%	99.1%	66,238	99.6%	92.0%	11,686	98.3%
カセット	45	0.2%	11.5%	13	0.2%	12.3%	3	6.5%		676	0.3%	13.6%	287	0.4%	24.8%	132	12.3%
合 計	26,227	100.0%	117.9%	7,255	100.0%	100.1%	1,451	114.2%		222,636	100.0%	97.3%	66,525	100.0%	90.9%	11,818	91.2%

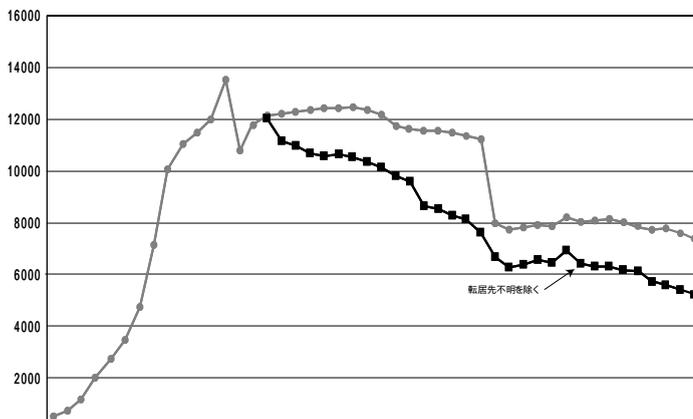
今月の売上報告社数.....34社 (前年同月の報告社数: 33社) 無回答社..... 2社
 売上金額の増減社数.....前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
 2007年7月度より、カセットのルート別調査は中止
 累計値については、1月~6月の累計として2007年上半期調査の数字を用いている

2007年10月度

	10 月 実 績 (金額単位: 百万円 数量単位: 千本・千枚)									1 月 ~ 10 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	15,013	65.5%	87.4%	4,764	66.7%	67.7%	840	96.6%	増減 13社 18社 その他 3社	158,725	64.8%	95.0%	49,536	67.5%	83.7%	7,949	101.9%
レンタル店用	7,792	34.0%	78.2%	2,079	29.1%	96.8%	480	113.2%		84,708	34.6%	103.0%	20,507	27.9%	112.3%	5,038	94.5%
その他・業務用	121	0.5%	69.5%	303	4.2%	84.4%	1	100.0%		1,453	0.6%	81.5%	3,340	4.6%	82.0%	20	42.6%
DVDビデオ	22,926	99.8%	83.9%	7,146	99.9%	74.9%	1,321	102.0%	増減 1社 12社 その他 1社	244,886	99.7%	97.5%	73,384	99.6%	90.0%	13,007	98.7%
カセット	37	0.2%	21.6%	9	0.1%	18.1%	3	8.1%		713	0.3%	13.9%	296	0.4%	24.5%	135	12.1%
合 計	22,963	100.0%	83.6%	7,155	100.0%	74.6%	1,324	99.4%		245,599	100.0%	95.8%	73,680	100.0%	89.0%	13,142	92.0%

今月の売上報告社数.....34社 (前年同月の報告社数: 32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
 2007年7月度より、カセットのルート別調査は中止
 累計値については、1月~6月の累計として2007年上半期調査の数字を用いている

JVA レンタルシステム加盟店推移



(月末)	1984.12	1985.6	1985.12	1986.6	1986.12	1987.6	1987.12	1988.6	1988.12	1989.6	1989.12
総数	514	738	1181	2000	2733	3475	4748	7139	10067	11056	11472
転居先不明を除く											
(月末)	1990.6	1990.12	1991.6	1991.11	1992.5	1992.12	1993.6	1993.12	1994.6	1994.12	1995.6
総数	11993	13529	10802	11776	12017	12129	12202	12279	12370	12424	12436
転居先不明を除く						11141	10964	10682	10578	10660	10529
(月末)	1995.12	1996.6	1996.12	1997.6	1997.12	1998.6	1998.12	1999.6	1999.12	2000.6	2000.12
総数	12454	12348	12177	11753	11611	11570	11536	11476	11214	8180	7689
転居先不明を除く	10358	10135	9803	9600	8626	8526	8264	8138	7610	6687	6257
(月末)	2001.6	2001.12	2002.6	2002.12	2003.6	2003.12	2004.6	2004.12	2005.6	2005.12	2006.6
総数	7811	7940	7895	8281	8086	8095	8187	8052	7923	7693	7746
転居先不明を除く	6371	6544	6448	6915	6430	6300	6296	6094	6077	5706	5618
(月末)	2006.12	2007.6									
総数	7604	7499									
転居先不明を除く	5360	5199									

JVAレンタルシステム加盟店数であるため、実際のビデオレンタル店数とは異なる。
 1992年以降は、転居先不明となっている店舗の数を除いた数値を併記。
 1991年6月は、システム改訂による更新手続きを行ったため、加盟店数が減少している。
 1991年11月と1992年5月は、システム改訂に伴う更新手続きの事務処理上、発表時期が変動的になっている。
 2000年6月の減少は、2000年前半に行った加盟店の整理作業によって、それまでの転居先不明店の廃業が確認されたため。

社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名（五十音順） 2007年12月1日現在

正会員（36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(株)
(株)エスピーオー
(株)NHKエンタープライズ
角川映画(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
(株)ショウゲート
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 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
(株)メディアファクトリー
ユニバーサル・ピクチャーズ・ジャパン(有)
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)一丸堂印刷所
(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
KDDI(株)
(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)
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クレスト
メモリーテック(株)