

# JVA REPORT

# 10

'08 OCTOBER  
NO.130

## MAIN REPORTS

2008年上半期統計調査報告

～1415億9100万円、前年同期比94.9%に～

第22回ビデオレンタル店実態調査結果報告

～過去最高の売上を更新ながらも、効率化を目指した経営に～

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

2008年10月14日発行



2008年上半期統計調査報告 .....	2
第22回ビデオレンタル店実態調査結果報告 .....	5
第276回定例理事会開催報告 .....	9
JVAレンタルシステム広報誌『RENTAL年報2008』を発行 .....	9
違法対策部会活動報告 .....	9
不正商品対策協議会 .....	10
総務省情報通信審議会第5回中間答申へ意見書を提出 .....	11
リレーエッセイ ⑦③ .....	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
JVAレンタルシステム加盟店数推移 .....	14

## 2008年上半期統計調査報告

～ 総売上1415億9100万円、前年同期比は94.9%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、2008年上半期（1月～6月）の統計調査を実施、その結果を『統計調査報告書Vol.66』にまとめた。今期の統計から、ブルーレイ（HD DVDを含む）、UMDの実績を新たに調査項目に加え発表している。

同調査結果については9月11日（木）午前11時から協会会議室において記者発表会を開催し、一般に公表した。以下に、同調査結果について概要を掲載する。

### 2008年上半期（1月～6月）の実績について

1．今期のビデオソフトの総売上は1415億9100万円で前年同期比94.9%となった 図1。今期調査からブルーレイ（HD DVDを含む）、UMDの実績を新たに調査項目に加えているが、前期比、前年同期比については、当該の期のこれらのメディアの実績を加算した数字を用いて比率を求めている。

2．ビデオソフトの総売上金額のうちそれぞれのメディアの構成比は、DVDビデオが98.2%、ビデオカセットが0.1%、ブルーレイ（HD DVDを含む）が1.6%、UMDが0.1%となった 表1-1。

3．DVDビデオの売上金額は1390億3200万円で、前年同期比94.0%と前年同期を割り込むこととなり、上半期のDVDビデオの実績としては上位から4番目となった 図2。

4．DVDビデオの流通チャンネル別売上金額では、「販売用」が64.7%、「レンタル店用」が35.0%、「業務用」が0.3%となった 表2-1。

「販売用」は899億4300万円で前年同期比92.8%となり、上半期実績としては2004年をピークに下降傾向が続いている 図3。「レンタル店用」は486億2800万円で前年同期比97.0%と、はじめての前年同期割れとなった 図4。

5．今期の調査から、ジャンル別に新たに『ア

<表1-1>ビデオソフトの売上金額

百万円

摘要	合計金額	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
DVDビデオ	139,032	33社	98.2%	82.1%	94.0%
ビデオカセット	149	20社	0.1%	55.8%	29.2%
ブルーレイ(HD DVD含)	2,266	19社	1.6%	107.3%	195.5%
UMD	144	7社	0.1%	70.2%	64.6%
ソフトの総売上	141,591	34社	100.0%	82.5%	94.9%

<表1-2>ビデオソフトの売上数量

本・枚

摘要	合計数量	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
DVDビデオ	40,898,935	34社	98.3%	77.1%	93.4%
ビデオカセット	36,997	22社	0.1%	28.9%	17.7%
ブルーレイ(HD DVD含)	586,011	21社	1.4%	83.1%	179.4%
UMD	100,341	15社	0.2%	56.0%	74.0%
ソフトの総売上	41,622,284	34社	100.0%	77.2%	94.1%

<表2-1>DVDビデオの流通チャンネル別売上金額

百万円

	DVDビデオの売上金額			
	金額	構成比	前期比	前年同期比
販売用（個人向）	89,943	64.7%	80.3%	92.8%
レンタル店用（個人向）	48,628	35.0%	86.1%	97.0%
その他・業務用	461	0.3%	54.1%	57.0%

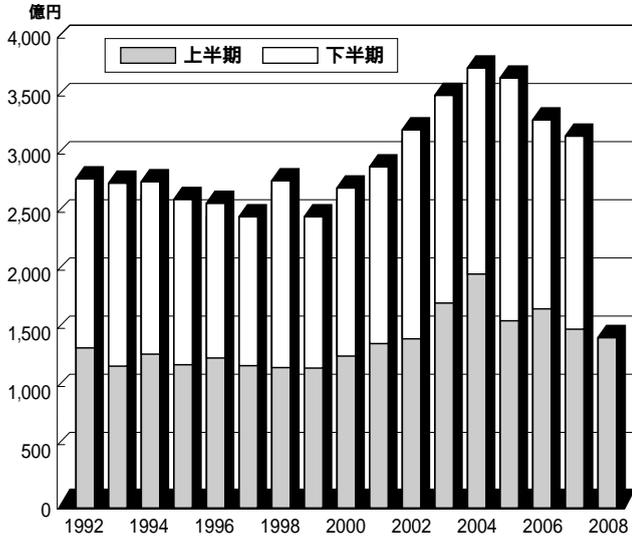
<表2-2>DVDビデオの流通チャンネル別売上数量

枚

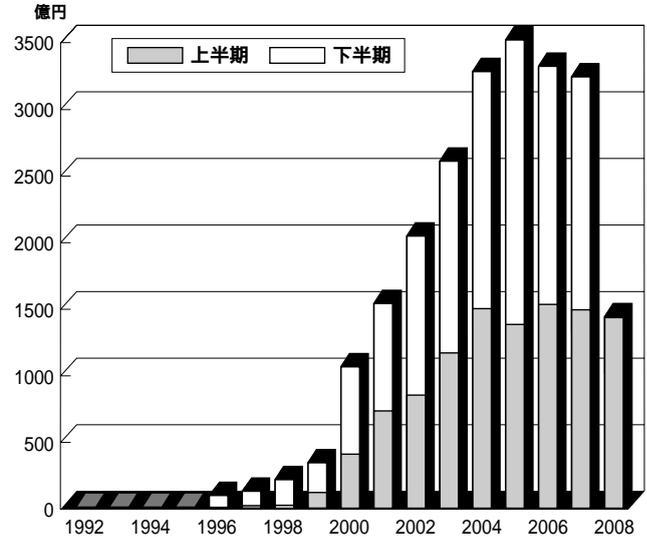
	DVDビデオの売上数量			
	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用（個人向）	26,911,940	65.8%	72.6%	90.4%
レンタル店用（個人向）	13,748,420	33.6%	95.3%	116.8%
その他・業務用	238,575	0.6%	15.5%	10.6%

ジアの映画』と『アジアのTVドラマ』を加えている。DVDビデオの「販売用」売上金額の構成をジャンル別に見てみると、構成比1位は『日本のアニメーション（一般向け）』（構成比27.4%）と前年同期と変化はなかったが、これまで第2位につけていた『洋画（TVドラマを除く）』が同12.9%（これまでのジャンル別と比較するために『洋画(TVドラマを除く)』と『アジアの映画』を合計すると構成比13.1%）となり、『音楽（邦楽）』の同17.9%に抜かれ、構成比は3番目となった 表3。

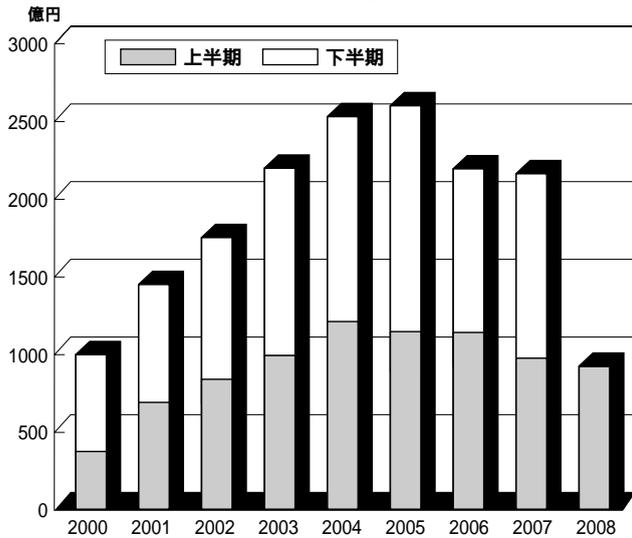
<図1> ビデオソフト全体の売上金額の推移



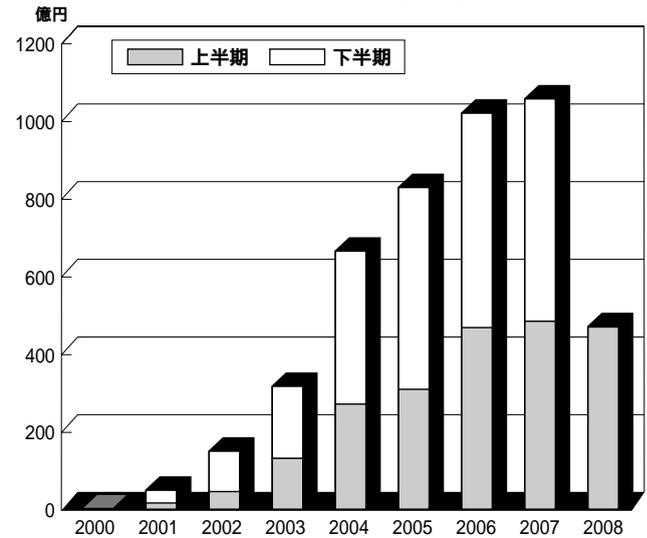
<図2> DVDビデオの売上金額の推移



<図3> 販売用DVDビデオの売上金額の推移



<図4> レンタル店用DVDビデオの売上金額の推移



6. DVDビデオの「販売用」売上金額をジャンル別に見てみると、今期最も好調が目立ったのは『音楽(邦楽)』で、前年同期比129.5%と大きく伸長した。また『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』を合計して、前年同期と比較すると116.7%となっており、このジャンルも好調であったことがわかる。ちなみに『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』の売上金額の比率は43.8対56.2で『アジアのTVドラマ』のほうが高い比率となっている。

一方その他のジャンルでは、『日本のアニメーション(一般向け)』は前年同期比86.5%、『洋

画(TVドラマを除く)』と『アジアの映画』の合計は同81.3%、『邦画(TVドラマを除く)』は同82.1%と、主だったジャンルで前年同期を大きく下回ることとなった。『芸能・趣味・教養』も同71.8%と前年同期割れしているが、これは今期中に退会した社の売上が反映されなくなったことが大きな要因となっている 表3。

7. DVDビデオの「レンタル店用」の売上金額をジャンル別に見てみると、『洋画(TVドラマを除く)』と『アジアの映画』の合計が構成比28.3%と1位を占めているが、『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』を合計すると構成比

24.7%となり、『日本のアニメーション（一般向け）』の構成比19.9%を抜いて第2位の構成比を占めることとなった表4。

8. DVDビデオの「レンタル店用」売上金額のジャンル別の増減を見てみると、『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』の合計は前年同月比122.4%と大きく伸長しており、このジャンルの好調さが目立つ。『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』の売上金額の比率は、58.5対41.5となり、「販売用」と比率が逆転している。

一方、その他の主だったジャンルでは、『洋画（TVドラマを除く）』と『アジアの映画』の合計が同92.8%、『日本のアニメーション（一般向け）』は同88.1%、『邦画（TVドラマを除く）』は同89.6%、『日本のTVドラマ』は同91.1%と、どのジャンルも1割前後の減少となった。

『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』の売上数量の合計を前年同月と比較すると、前年同月比は167.3%と大きく伸長しているが、これはレベニューシェアリング方式の採用のためと見られる。これにより、数量における構成比では、『海外のTVドラマ』と『アジアのTVドラマ』の合計が38.1%を占めて1位となり、次に『洋画（TVドラマを除く）』と『アジアの映画』の合計が26.9%で2位、『日本のアニメーション（一般向け）』が13.6%で3位となる表4。

9. ブルーレイ（HD DVDを含む）の売上金額は22億6600万円でソフト全体の売上金額の中では1.6%の構成となるが、前年同期比は195.5%と2倍近い伸長となっている。売上金額に占めるHD DVDの割合は3.7%、数量においては4.7%となっている表1-1。

ジャンル別の構成では、『洋画（TVドラマを除く）』が68.6%と7割近くを占め、次に『日本のアニメーション（一般向け）』が20.9%を占めている。

<表3> DVDビデオ 販売用（個人向け）の売上金額の集計

（金額単位：百万円）

ジャンル	合計金額	構成比	前期比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	8,346	9.3%	116.7%	82.1%
日本のTVドラマ	6,294	7.0%	111.1%	107.9%
洋画（TVドラマを除く）	11,576	12.9%	42.0%	79.6%
海外のTVドラマ	3,522	3.9%	38.1%	51.1%
アジアの映画	244	0.3%	ERR	ERR
アジアのTVドラマ	4,526	5.0%	ERR	ERR
日本のアニメーション（一般向け）	24,606	27.4%	82.6%	86.5%
海外のアニメーション（一般向け）	559	0.6%	19.0%	118.9%
日本の子供向け（アニメーション）	1,867	2.1%	58.4%	101.8%
日本の子供向け（アニメーション以外）	2,330	2.6%	103.7%	93.6%
海外の子供向け（アニメーション）	473	0.5%	57.3%	127.8%
海外の子供向け（アニメーション以外）	103	0.1%	79.8%	55.4%
音楽（邦楽）	16,094	17.9%	120.8%	129.5%
音楽（洋楽）	1,354	1.5%	66.6%	61.5%
ビデオカラオケ	12	0.0%	120.0%	120.0%
芸能・趣味・教養	6,876	7.6%	107.8%	71.8%
ゲーム	0	0.0%	ERR	0.0%
スポーツ	374	0.4%	59.2%	79.1%
学校教育・企業教育・語学教育	59	0.1%	65.6%	122.9%
成人娯楽	11	0.0%	4.9%	157.1%
その他	717	0.8%	113.6%	77.2%
計	89,943	100.0%	80.3%	92.8%

（参考：a部分をこれまでのジャンル分けに集計しなおし、前期、前年同期と比較した場合）

ジャンル	合計金額	構成比	前期比	前年同期比
洋画+アジアの映画	11,820	13.1%	42.9%	81.3%
海外+アジアのTVドラマ	8,048	9.0%	87.1%	116.7%

<表4> DVDビデオ レンタル店用（個人向け）の売上金額の集計

（金額単位：百万円）

ジャンル	合計金額	構成比	前期比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	6,333	13.0%	73.1%	89.6%
日本のTVドラマ	2,912	6.0%	88.7%	91.1%
洋画（TVドラマを除く）	13,356	27.5%	78.9%	90.2%
海外のTVドラマ	7,020	14.4%	60.3%	71.6%
アジアの映画	385	0.8%	ERR	ERR
アジアのTVドラマ	4,984	10.3%	ERR	ERR
日本のアニメーション（一般向け）	9,695	19.9%	92.0%	88.1%
海外のアニメーション（一般向け）	718	1.5%	54.5%	94.0%
日本の子供向け（アニメーション）	1,773	3.7%	77.7%	91.4%
日本の子供向け（アニメーション以外）	571	1.2%	83.2%	83.4%
海外の子供向け（アニメーション）	173	0.4%	98.3%	110.2%
海外の子供向け（アニメーション以外）	21	0.0%	161.5%	31.8%
音楽（邦楽）	1	0.0%	7.7%	6.3%
音楽（洋楽）	4	0.0%	66.7%	50.0%
ビデオカラオケ	0	0.0%	ERR	ERR
芸能・趣味・教養	546	1.1%	75.4%	123.8%
ゲーム	0	0.0%	ERR	ERR
スポーツ	8	0.0%	21.1%	15.1%
学校教育・企業教育・語学教育	0	0.0%	ERR	0.0%
成人娯楽	5	0.0%	500.0%	500.0%
その他	123	0.3%	66.5%	106.0%
計	48,628	100.0%	86.1%	97.0%

（参考：a部分をこれまでのジャンル分けに集計しなおし、前期、前年同期と比較した場合）

ジャンル	合計金額	構成比	前期比	前年同期比
洋画+アジアの映画	13,741	28.3%	81.2%	92.8%
海外+アジアのTVドラマ	12,004	24.7%	103.1%	122.4%

# ビデオレンタル店実態調査

## 第22回ビデオレンタル店実態調査 結果報告

～ 過去最高の売上を記録ながらも、効率化を目指した経営に～

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、本年の6月に今回で22回目となるビデオレンタル店実態調査を実施した。同調査は、JVAレンタルシステム加盟のビデオレンタル店(ネットレンタルと自動レンタル機を除く)に対して郵送アンケート方式で行ったものである。以下に調査結果の概要を掲載する。

### < 調査実施概要 >

調査対象 (社)日本映像ソフト協会レンタルシステム  
加盟店のレンタルビデオ店(ネットレンタル  
及び自動レンタル機器によるレンタルを除く)

調査時期 2008年6月  
調査方法 郵送アンケート方式  
調査票送付数 4,468票  
有効回答標本数 700票(有効回収率 15.7%)  
調査主体 (社)日本映像ソフト協会  
集計分析 (株)文化科学研究所  
集計機関 (株)ビデオリサーチ

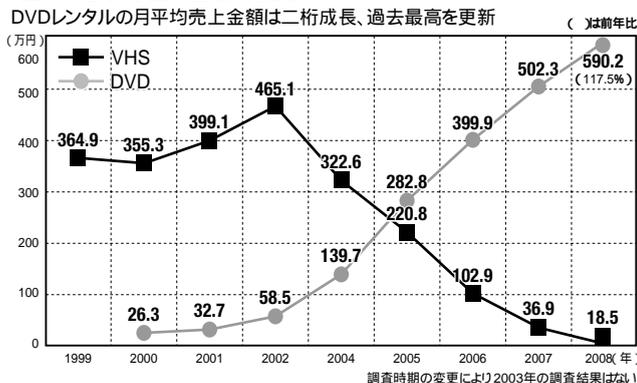
### 2008年各調査項目の平均値

項目	2008年(内は前年比)		2007年(内は前年比)		
	金額	本数	金額	本数	
ビデオレンタル部門 月平均売上	DVD・VHS合計	610.3万円(115.4%)	528.7万円(107.0%)		
	DVD	590.2万円(117.5%)	502.3万円(125.6%)		
DVDの標準レンタル料金	DVD	18.5万円(50.1%)	36.9万円(35.9%)		
	VHS	3.0%	6.8%		
DVDの標準レンタル料金	DVD・VHS売上シェア	97.0%	93.2%		
	新作				
	旧作				
	当日料金	324円(+1円)	261円(+6円)	323円	255円
	1泊2日料金	380円(-5円)	292円(+0円)	385円	292円
	2泊3日料金	452円(+1円)	302円(-18円)	451円	320円
月平均貸出枚・本数	1週間料金	436円(-26円)	314円(-5円)	462円	319円
	延長料金	262円(+8円)	250円(+8円)	254円	242円
月平均貸出枚・本数	総貸出枚・本数	23,404枚・本(116.9%)	20,023枚・本(106.5%)		
	DVD				
	VHS				
月平均仕入	金額	279.7万円(109.2%)	256.2万円(123.7%)	1.6万円(8.3%)	
	本・枚数	680.8枚(125.4%)	543.0枚(141.2%)	2.9本(10.1%)	
	シェア	96.7%	3.3%	92.1%	7.9%
在庫	金額	33,382枚・本(108.7%)	30,700枚・本(103.5%)		
	DVD				
	VHS				
店舗面積	金額	27,534枚(128.5%)	6,775枚(73.7%)	21,433枚(147.6%)	9,191本(61.8%)
	本・枚数	80.3%	19.7%	70.0%	30.0%
	タイトル数	17,524タイトル(136.3%)	4,760タイトル(77.9%)	12,853タイトル(152.0%)	6,113タイトル(60.1%)
店舗面積	店舗総面積	203.5坪(95.1%)	214.0坪(112.7%)		
	ビデオレンタル部門面積	82.8坪(94.6%)	87.5坪(113.3%)		
兼業比率	兼業	93.2%	90.4%		
	専業	6.8%	9.6%		
会員	総数	9,826人(99.5%)	9,880人(119.7%)		
	男性比率	64.6%	62.3%		
	女性比率	35.4%	37.7%		
駐車場保有率	保有率	83.1%	85.5%		
	台数 <sup>1</sup>	48.8台	50.9台		

<sup>1</sup> 専用駐車場のみのショッピングモールなどの共有駐車場は除く

## 売上

図1 月平均仕入金額の推移



## 面積

図3 レンタル部分面積の店舗数構成比の推移

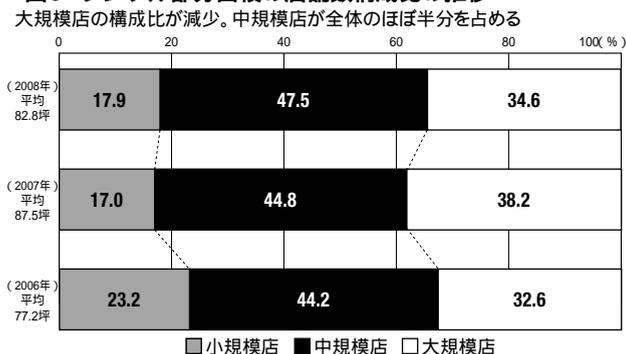
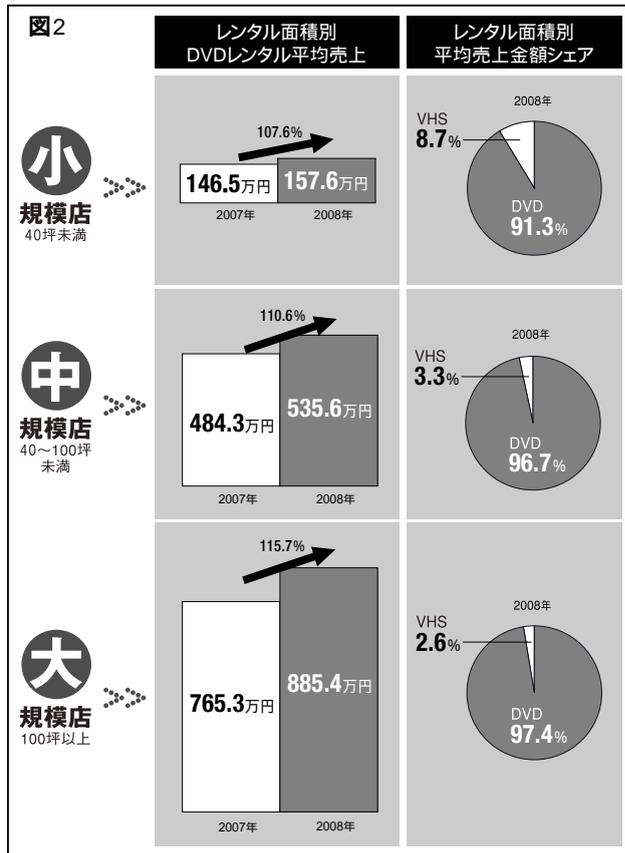


図2



<調査結果の概要>

**レンタル売上は過去最高。**

**脱VHSが売上増加のカギとなる**

2008年調査におけるレンタルビデオ部門の平均総売上(DVDレンタル+VHSレンタル)は、前年比115.4%の610.3万円となり、過去最高の売上を更新した。増加率は2007年時点での前年比107%を越え大きな伸長となった。

DVDレンタルについては前年比117.5%で590.2万円と増加しているが、増加率としては2007年の125.6%を下回った

図1。しかしVHSの在庫整理が一通り完了し売上シェアもDVDレンタルの比重がさらに高まったことで、VHSレンタル売上による負の影響が前回より緩くなったことが、総売上の前年比を押し上げる要因となっている。

総売上を店舗の面積規模別に見ると、大規模店(100坪以上)で885.4万円/前年比115.7%、中規模店(40坪以上100坪未満)で535.6万円/同110.6%、小規模店(40坪未満)で157.6万円/同107.6%と、どのランクでも総売上は増加した。最も前年比が高い100坪以上の大規模店のDVDレンタル売上シェアは97.4%と最も高く、中規模店で96.7%、小規模店で91.3%と、ここでもDVDレンタルのシェアが高いほど総売上の

前年比も高くなっていく傾向が表れている 図2。

また、VHSからDVDへと商材の入替が進み効率化が図られた結果、今回調査では店舗内レンタルコーナー部分の平均面積が若干減少している 図3。このため、坪効率(坪当りの売上)がどの規模の店舗においても上昇する結果となった。

**貸出料金は低価格化ながらも、延滞料金が値上がり。店舗規模によりそれぞれの工夫。**

DVDレンタルの新作DVD(1泊2日)の平均貸出料金は、380円と前年に比べて5円となり、低価格化傾向は続いている 図4。一方で、新作DVDの延滞料金は262円で8円の上昇となり、低価格化による売上減を延滞料金の値上げによって補う工夫が数値に表れたと言える。

レンタル部分の面積規模別にDVD新作の貸出料金について傾向を見てみると、小規模店では1泊2日料金が1円のマイナス、一週間レンタルでは10円のマイナスとなったのに対し、延滞料金は9円の上昇、当日料金では11円の値上がりとなった。中規模店では、1泊2日が12円のマイナス、一週間レンタルでも31円ものマイナスとなったのに対し、延滞料金

レンタル面積規模別各調査項目の平均値

( )内は前年比

	総売上	小規模店(40坪未満)		中規模店(40坪以上100坪未満)		大規模店(100坪以上)	
		DVD	VHS	DVD	VHS	DVD	VHS
ビデオレンタル部門 月平均売上	610.3万円	157.6万円(107.6%)	14.7万円	535.6万円(110.6%)	17.7万円	885.4万円(115.7%)	22.3万円
(前年比)	115.1%	115.1%	68.7%	114.7%	52.4%	116.1%	46.1%
DVD・VHS売上シェア	91.3%	91.3%	8.7%	96.7%	3.3%	97.4%	2.6%
DVDの標準レンタル料金	新作	旧作	新作	旧作	新作	旧作	
	当日料金	344円(+11円)	272円(+12円)	323円(-2円)	260円(+9円)	316円(-1円)	255円(-1円)
	1泊2日料金	389円(-1円)	290円(-7円)	381円(-12円)	295円(+1円)	371円(-3円)	290円(+2円)
	2泊3日料金	453円(-11円)	302円(-44円)	455円(-1円)	299円(-15円)	445円(+6円)	306円(+0円)
	1週間料金	426円(-10円)	315円(-1円)	429円(-31円)	317円(-7円)	452円(-15円)	310円(-4円)
延滞料金	281円(+9円)	263円(+14円)	260円(+9円)	249円(+10円)	252円(+2円)	241円(-1円)	
月平均貸出枚・本数	総貸出枚・本数	4,842枚・本(85.7%) <sup>1</sup>		20,958枚・本(118.6%)		35,724枚・本(123.8%)	
	DVD	VHS	DVD	VHS	DVD	VHS	
	本・枚数	5,066枚(108.9%)	420本(61.0%)	20,696枚(125.0%)	789本(56.0%)	34,657枚(127.7%)	1,067枚(48.4%)
シェア	92.3%	7.7%	96.3%	3.7%	97.0%	3.0%	
月平均仕入	金額	62.7万円		252.2万円		421.9万円	
	対前年比	105.2%		108.8%		117.4%	
	本・枚数	129.6枚		625.2枚		934.0枚	
	対前年比	98.2%		134.2%		107.5%	
在庫	総在庫枚・本数	11,222枚・本(97.6%)		31,779枚・本(112.6%)		48,021枚・本(115.4%)	
	DVD	VHS	DVD	VHS	DVD	VHS	
	本・枚数	6,802枚(121.1%)	5,099枚(86.5%)	26,353枚(130.7%)	6,158枚(76.6%)	39,428枚(132.3%)	8,594枚(71.0%)
	シェア	57.2%	42.8%	81.1%	18.9%	81.5%	18.5%
タイトル数	4,916タイトル(95.5%)	4,456タイトル(78.8%)	17,401タイトル(147.4%)	4,310タイトル(80.6%)	26,307タイトル(151.2%)	5,584タイトル(76.1%)	
店舗面積	店舗面積	56.2坪(117.6%)		177.5坪(92.8%)		326.2坪(98.3%)	
	ビデオレンタル部門面積	20.8坪(95.0%)		69.0坪(101.9%)		134.0坪(95.6%)	
兼業比率	兼業	83.3%		94.7%		95.0%	
	専業	16.7%		5.3%		5.0%	
会員	総数	2,402人(92.1%)		9,284人(97.7%)		13,998人(102.6%)	
	男性	77.2%		61.9%		60.7%	
	女性	22.8%		38.1%		39.3%	
駐車場保有率	保有率	69.8%		83.8%		91.5%	
	台数 <sup>2</sup>	12.9台		47.3台		68.0台	

1 VHSのみ実施で月平均10-30本の5店舗分の回答を含むため、平均値が大きく減少  
2 専用駐車場のみ(ショッピングモールなどの共有駐車場は除く)

# ビデオレンタル店実態調査

は9円のプラスとなっている。また大規模店では、1泊2日が3円のマイナス、一週間レンタルでは15円のマイナスとなったのに対し、延滞料金は2円のプラスとなった 図5。このように面積規模によって変動した貸出期間設定の種類やその変動の大きさは異なるが、特に中・小規模店舗においては、経営体力の強い大規模店に対抗すべく低料金設定を取り入れつつも、各貸出期間設定や延滞ごとに料金を見直すことで、面積規模なりの経営バランスをとりながら価格競争をしのいでいる工夫が表れていると言えよう。

## DVDへの主軸転換に伴う在庫整備は一段落。さらなる充実が体力次第

レンタルDVDの在庫枚数は今回調査でも増加しているが、

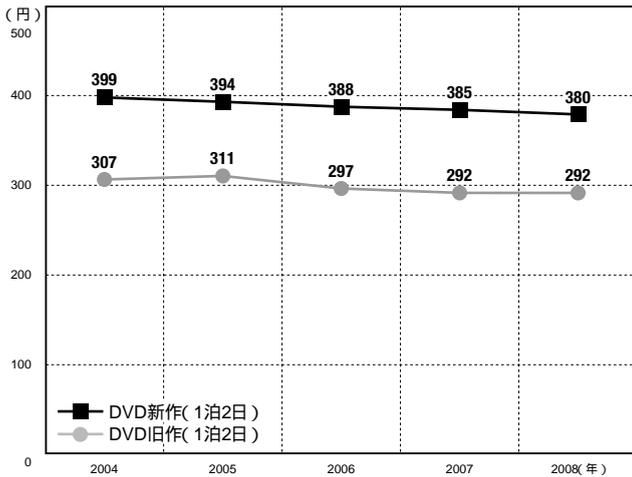
仕入動向においてピークを過ぎていることから、在庫枚数でもその増加率は前回147.6% 今回128.5%とやや落ち着いた状態にある 図6。

DVDレンタルの仕入金額では279.7万円(前年比109.2%)、仕入枚数680.8枚(同125.4%)と増加は続いた 図7。しかし前回調査時の仕入金額前年比123.7%、仕入枚数前年比141.2%に比べると増加率は緩やかになり、DVDレンタルへの主軸転換にともなう在庫整備がほぼ完了した様子が伺える。しかし、レンタル部分の面積規模別では、仕入金額の増加率が前回調査時点の前年比を下回ったのは小規模店のみで、中規模店舗、大規模店では依然DVDの在庫整備が続いている様子が窺える 図8。仕入金額の売上金額に対する割合である「売上高原価率」では、レンタル全体で51.0% 47.4%と減少し効率化が図られた。

## 貸出料金

図4 DVD平均貸出料金の推移

レンタル料金は低価格化。延滞料金は値上げ



## 在庫枚数

図6 DVD/VHS在庫本枚数推移

DVD在庫枚数はますます増加

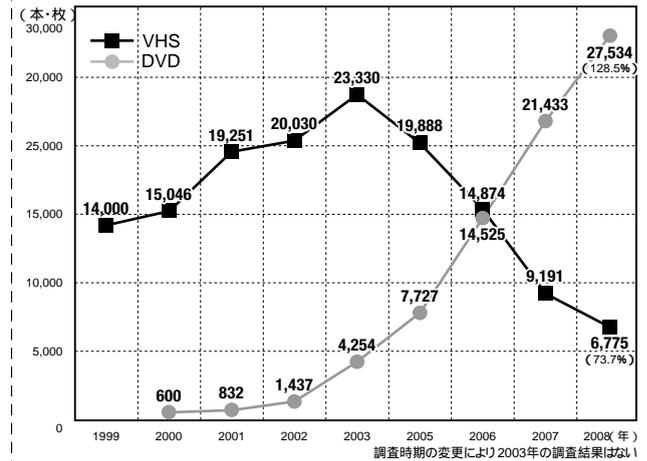
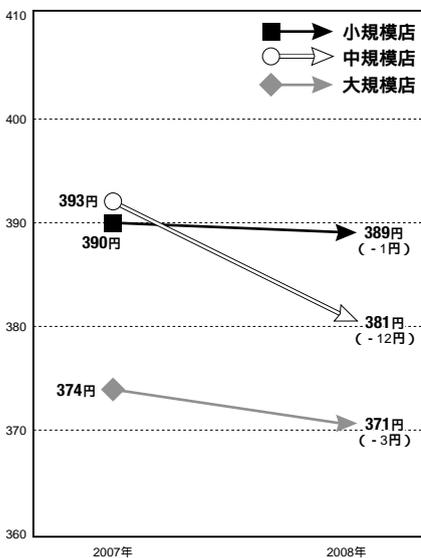


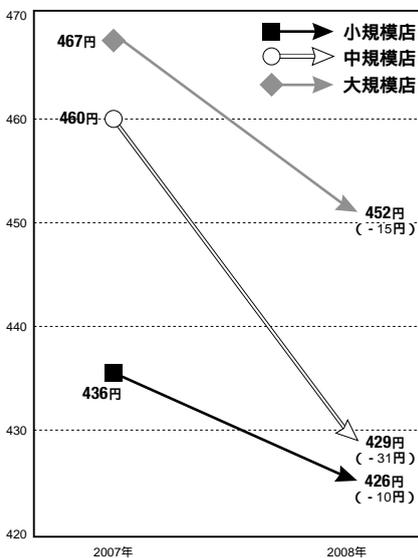
図5 DVD新作1泊2日

新作1泊2日レンタル料金は値下げ



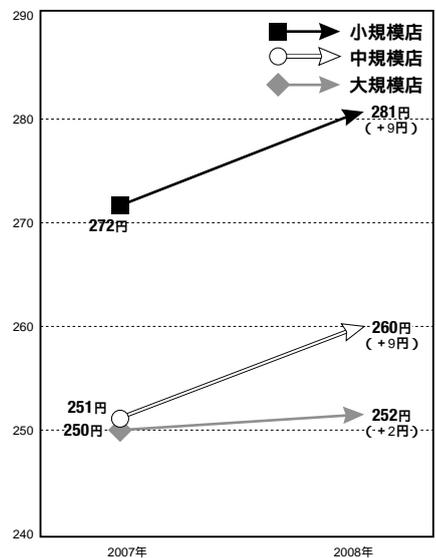
DVD新作1週間

大規模店が一番値段が高い設定。中規模店の低下が目立つ



DVD新作延滞料金

料金の低価格化を延滞料で補う傾向 中・小規模店で顕著



レンタル部分の面積規模別では、中規模店と小規模店で、50.5% 48.2%(中規模)、44.4% 40.6%(小規模)とそれぞれ売上高原価率が減少したが、反対に大規模店舗では49.3% 49.8%と微増している 図8。

### 経営方針は経営効率化が最大の目標。小規模店の厳しさも如実にあらわす。

今回の調査で顕著にあらわれた傾向の一つが経営方針における「客層拡大と経営効率化」層の増加で、前回調査の57.1%から68.6%までシェアを伸ばした。一方「事業拡大」

層は22.6%から9.7%と半分以上に減少している。レンタル事業に関しては、すでに事業拡大時期を終え、客層拡大あるいは店舗統合までを視野に入れ、経営効率化をはかることが最も大切な時期にきていると感じているようだ 図9。

そんな中、新たな試みとして、ブルーレイレンタルを手がける店舗もあらわれている。視聴環境の普及、タイトルの整備などにまだ時間がかかるため本格導入はまだ先と思われ、小規模店舗では未だ現実的な対応は望んでいないようであるが、中・大規模店舗の5割以上が今後の導入に前向きである 図10。

## 仕入

図7 月平均仕入金額の推移  
伸長率は緩やかになったが、過去最高の仕入金額に

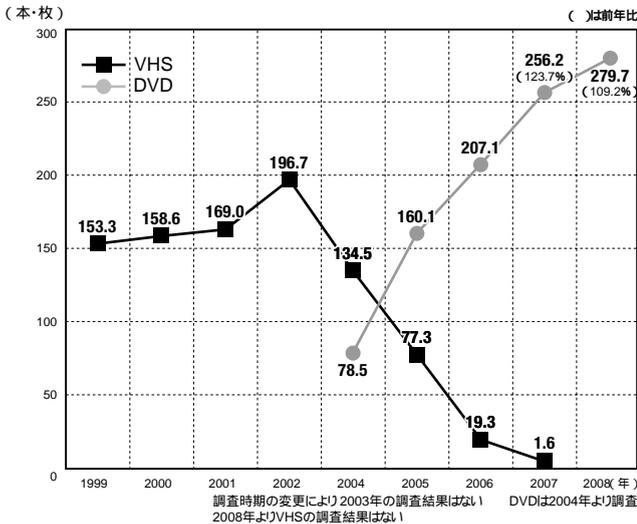
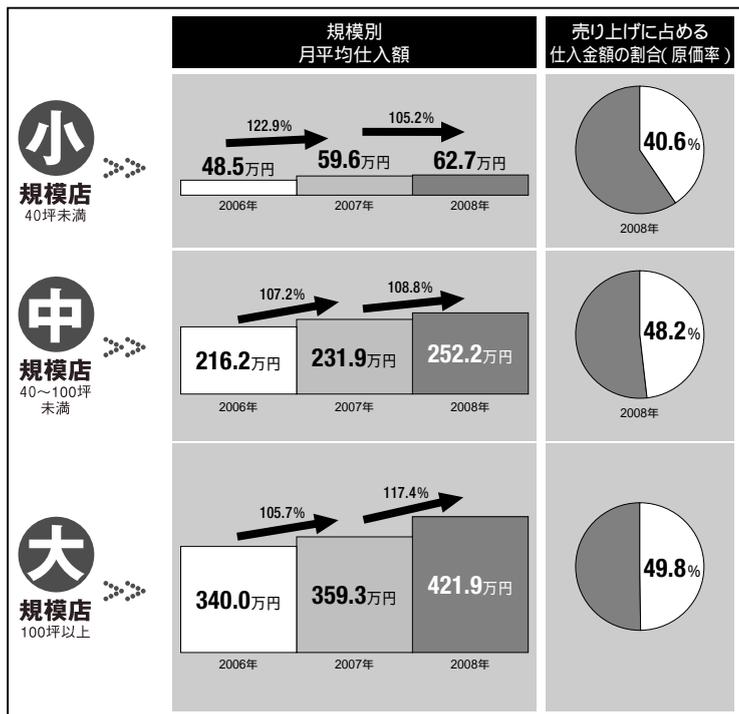
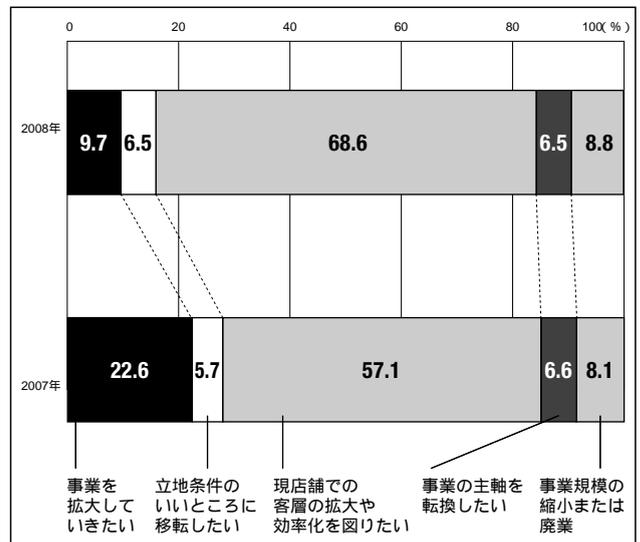


図8 大規模店になるほど仕入金額の伸長率が高く、原価率も増大



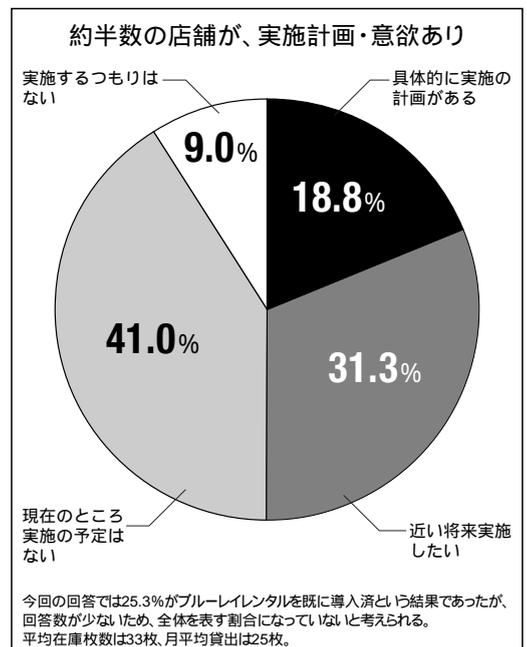
## 今後の経営方針

図9 事業の拡大より効率化。より堅実な経営方針へ



## ブルーレイ レンタル

図10 ブルーレイレンタル非導入店の実施予定



## 第276回定例理事会開催報告

第276回定例理事会は、9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 「第21回東京国際映画祭」開催に伴う後援名義使用承認の件・・・承認

第2号議案 「CEATEC JAPAN2008」に対する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。

各分会報告について、2008年上半期統計調査報告書について、2008年6月度ビデオソフト売上速報について、2008年7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。

## JVAレンタルシステム広報誌『RENTAL年報2008』を発行

広報委員会(田中勇委員長 キングレコード株)は、レンタルシステム加盟店向けの広報誌『RENTAL年報2008』を10月1日付で発行した。本号では、10月末日まで実施されている「JVAショップコンテスト2008」の応募募集や前回コンテストの入賞店についての結果報告をはじめ、「居心地のいいお店作り・コミュニケーション力で差をつける」と題した特集を組んだ。その他、JVAで行った各種調査結果のレポートなども掲載している。

同誌は、JVAレンタルシステム加盟のショップ全店および会員各社に無料配布された。



## 違法対策部会 ANTI-PIRACY

### 調査店の半数でセル用DVDのレンタル転用を確認

2008(平成20)年7月、8月は、鹿児島県、山口県、千葉県、熊本県、福岡県、徳島県、群馬県、兵庫県のレンタルビデオ店106店の調査・折衝を実施した。調査結果は、廃業等44店を除く実質営業の62店中、セル用DVDのレンタル転用36件の違法行為が確認された(違法行為確認率、58%)。

昨今、ビデオレンタル店における違法行為は、海賊版所持からセル用DVDのレンタル転用という頒布権侵害行為へと変化しているが、今期の調査においても調査店の半数以上がセル用DVDをレンタルに用いていた。調査の対象となる店舗は比較的小規模な店舗が多いが、今回の調査において、鹿児島のあるチェーン店(全て許諾店)では、DVD在庫枚数が1万枚を超える規模でありながらそのうち3,000枚がセル用DVDを使用するなど、侵害行為が大規模となっていた。同店については、経営者に直接、警告書を手渡している。

また、7月には宮城県仙台市のビジネスホテルに対し調査・折衝を実施したところ、違法上映行為が確認されたため、前田弁護士より警告書を送付し、違法上映を中止する内容の文書を受領した。その後、違法上映の中止を確認している。

#### 7月~8月実績

調査店	106店
営業店数	62店
違法行為	海賊版所持 0件
確認件数	DVD、VHSセルのレンタル転用 36件
海賊版確認数	0枚
刑事告訴事件数	0件
警察による海賊版押収本数	0枚・本
違法行為確認率	58%
廃業率	42%

#### 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VHS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		
鹿児島県	17	5	24				17	
山口県		2	2					
千葉県		2					2	
熊本県	1	1					2	
福岡県	12	4	1				9	
徳島県	8	1	12					
兵庫県	7	1	5				5	
群馬県	1						1	
合 計	46	16	44	0	0	0	36	0

## 海賊版・偽ブランド撲滅キャンペーン 『ほんと?ホント!フェア in 横浜』盛大のうちに幕。

不正商品対策協議会では、9月27日(土)、28日(日)に、不正商品を排除しよう!との主旨のもと「買わない!持たない!許さない!海賊版・偽ブランド」をテーマに、『ほんと?ホント!フェアin横浜』(主催 不正商品対策協議会)を開催した。同フェアは今回で22回目となる。

今回は、横浜みなとみらい地区にあるクィーンズスクエア横浜を舞台に、偽ブランド品や偽キャラクター商品、音楽や映画の海賊版などを街から一掃しようと、不正商品対策協議会が警察庁、神奈川県警本部等のご協力のもと実施したものである。

当日は、ブランド品やDVDなどのホンモノとニセモノの比較展示や素敵な賞品の当たるクイズラリーを開催し、ホンモノとニセモノの見分け方や知的財産権について、来場者に楽しく学んでいただいた。また、人気お笑いコンビ『TKO』にキャンペーン隊長に就任していただき、不正商品に関するクイズ大会など、笑いたっぷりに大いに盛り上げていただいた。2日間のクイズ・イベント参

加者は延3,000人、5万人の集客があった。

### イベント概要

日時：9月27日(土)、28日(日)11:00～18:00

会場：クィーンズスクエア横浜 クィーンズサークル  
横浜市西区みなとみらい二丁目3番

主催：不正商品対策協議会(ACA)

<正会員>

(社)日本映像ソフト協会/(社)日本音楽著作権協会

日本国際映画著作権協会/日本商品化権協会

(社)日本レコード協会/ビジネスソフトウェアアライアンス

有限責任中間法人ユニオン・デ・ファブリカン東京

<協賛会員>

(社)コンピュータソフトウェア著作権協会

LVJグループ(株)/シャネル(株)、エルメスジャパン(株)

後援：警察庁、神奈川県警察本部、神奈川県、横浜市

協力：松竹芸能(株)、(株)モリサワ



## 知的財産保護のための広報啓発ポスター 「DON'T BUY COPY GOODS!」を作成

不正商品対策協議会では、「知的財産権の保護と不正商品の排除」を目的とした毎年恒例の広報・啓発ポスター「DON'T BUY COPY GOODS!」を製作した。ポスター製作は今回で5回目となるが、今回のデザインにおいても若い女性をターゲットに「偽ブランドや海賊版を購入しない」よう訴えかけている。

今回もこのポスターは、全国の警察署や交番など1,600ヶ所に配布し、各所にて掲示いただく予定。なお、ポスターの使用期間は、9月1日から1年間となっている。



このポスターは(財)社会安全研究財団からの助成を受けて製作しています。

## 総務省情報通信審議会第5次中間答申へ意見書を提出

当協会は、総務省情報通信審議会第5次中間答申に関する意見募集に対し、2つの意見を提出した。以下に全文を掲載する。

### 「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」に対する意見

(これらの答申については以下のURLをご参照)

[http://www.soumu.go.jp/s-news/2008/080627\\_7.html](http://www.soumu.go.jp/s-news/2008/080627_7.html)

#### 「対価の還元」の具体策提示期限を明確にすることに関する意見

意見・「対価の還元」の具体策を提示する期限を明確にすべきです。もし早期に適切な具体策が提示できない場合には、補償金制度が適切であるとの結論や著作権者が複製禁止を選択できる著作権保護方式の採用も含め、明確な結論を早期に提示すべきです。

また、具体策の検討に当たっては、デジタル放送における複製行為の実態(デジタル放送の複製はHDDへの録画であること、HDDの大容量化・ホームサーバー化、アナログ出力からの複製に関する著作権保護技術の機能等)を踏まえ、デジタル放送に着目した検討・提案を行うべきです。

理由・貴審議会第4次中間答申では「著作権保護方式の見直し」の項目の中で、「適正な対価を得られる環境の実現」をコピーワンスの見直しと並べて掲げていました(21頁)。

それに対し、当協会は、コピーワンスの緩和に強く反対する意見を提出させていただきましたが、残念ながら貴審議会第5次中間答申(以下「本答申」といいます。)には反映していただけませんでした。それどころか、コピーワンスの緩和がすでに実施されてしまったにもかかわらず、本答申には「適正な対価の還元」について、何ら具体策が記されていません。

本来、並べて書かれていたコピーワンス緩和と適正対価の還元は同時に実現されるべきものでありますが、本答申では、後者については「当審議会の場において真剣に検討を行っていくべきである。」(8頁)と述べるに留まっています。このように、対価還元策の実施はおろか、具体策の影も形も見えていない状況はまったく納得いかないものです。

しかも「この検討状況については、当審議会として毎年公表することとする。」(8頁)と記されているのをみると、いつになったら対価還元の具体策が提示されるのか、不安になりますので、具体策公表までの期限を区切った審議を要望いたします。

ところで、第4次中間答申以降、私的録画補償金制度によらない「対価還元策」を主張される方々には、その検討期間が十分あったのですから、すでに具体案を当然お

持ちだと思われま

持ただと思われま

持ただと思われま

持ただと思われま

持ただと思われま

持ただと思われま

持ただと思われま

#### いわゆる「ダビング10」の実効性を確保することに関する意見

意見・いわゆる「ダビング10」は、貴審議会の答申に従って実施され、ハードメーカーが深くかかわって策定されたルールですから、貴審議会とハードメーカーの責任においてその実効性の完全なる確保を実現していただくよう強く要望いたします。また、ルールの実効性確保に当たっては、民間ルールによる解決のみに委ねるのではなく、権利者を含めた関係者全員が、必要な場合には公権力の行使を通じて法的手段等により著作権保護技術の回避・無効化を実効的に阻止できるための制度的枠組の整備も必要と考えます。

理由

##### 1. 著作権保護技術の意義

「テープ録音事件」ドイツ連邦通常裁判所判決の説くように、録画という新たな著作物の利用は、本来、著作権者に帰属するものですから、著作権者の意に反する利用を防止又は抑止するために著作権保護技術を選択し利用

ることは、本来、著作権者の自由に属すべきものです。

貴審議会第5次中間答申(以下「本答申」といいます。)10頁では、「コンテンツ大国」に相応しいコンテンツの製作・流通の促進のためには、「コンテンツを尊重し、これを適切に保護すること」が必要である、との共通認識に達した」と記されています。

確かに、著作権法を産業振興法と位置づける米国著作権法に関する学説では、「コンテンツの製作・流通の促進」を著作権制度や著作権保護技術の正当性の根拠とする説もあり(インセンティブ論)、わが国でも同様に捉える学説があることも承知しています。

しかしながら、わが国の著作権制度は「文化の発展」(著作権法1条)を目的とする文化保護法であり、各々の著作物の有する価値を正当に保護することこそ目的と解すべきと考えます。著作物の持つ価値を正当に保護した結果、「コンテンツの製作・流通」が促進されるかもしれませんが、それを目的と捉えるべきではありません。

著作権保護技術は、事実上排他性がない著作物に対し有体物と同様に排他性を付与することによって、著作物の持つ価値を正当に保護するものです。そして、このような技術の進歩は肯定的に評価されるべきもので、技術によって生じた事実上の排他性を、法的に裏打ちするエンフォースメントも必要だと考えます。

## 2. エンフォースメントの在り方について

### (1) 制度的担保の必要性について

当協会は、貴審議会の第4次中間答申に関する意見募集に対し、いわゆる「ダビング10」への著作権保護技術緩和に強く反対する意見を提出させていただきましたが、残念ながら本答申に取り入れていただけず、本年7月4日から実施されました。

「ダビング10」の必要性自体に大きな疑問があるという当協会の意見はこれまでと変わるものではありませんが、かかる技術が一旦導入されてしまったからには、「ダビング10」実施により権利者が受忍しなければならない制限・不利益を、当該枠組において想定されている範囲内最小限に抑えること、またその努力を行うことが必要不可欠と考えます。

したがって、著作権保護技術が回避・無効化された場合に関し、民間ルールによる解決のみに委ねるのではなく、権利者を含めた関係者全員が、必要な場合には公権力の行使を通じて法的手段等により実効的に阻止するための制度的枠組の整備が不可欠なのではないでしょうか。

ただし、エンフォースメントの在り方についての利用者の利便性のみを過度に重視し、十分なコンテンツ保護手段(技術の実効性確保や対価補償を含む)が講じられないまま、拙速にすべての暗号化技術を外すことにも慎重であるべきだと考えます。たとえば、パソコンでのコピー

制御のために暗号化技術以外の方法がないならば、暗号化技術を用いるか、制度上パソコンに録画機能を付けられないようにする必要があると考えます。

### (2) 「制度」エンフォースメントの受信機メーカーの負担について

本答申43頁から44頁では、「受信機メーカー等の技術開発や商品開発の活動に不要な制約を与えることなく、かつ「対象機器」の外縁を明確化するルール策定は困難ではないか、との指摘がある。」とされています。

しかしながら、この点、特にハードメーカーは、何らかの著作権保護技術が用いられていることを前提として権利者への補償の必要性を否定しようとする立場にあるのであり、かかる主張を行うのであれば、積極的に著作権保護技術の実効性の完全な確保を行うよう強く要望いたします。いわゆる「ダビング10」は受信機メーカーが深くかかわって策定されたルールであり、そのルールを守ることが「不要な制約」というのは理解不能です。

### (3) エンフォースメントの趣旨について

本答申44頁には、「エンフォースメントの趣旨が、悪意でルール違反の機器の製造・販売を行う者を取り締まる点にあり、善意の製造者等が行う技術開発や製造販売活動を萎縮させることは厳に避けるべきことは言うまでもない。」としています。

しかし、当協会はこのようには考えません。著作権保護技術は気休めに用いられるものではなく、著作権を保護するために用いられるものですから、エンフォースメントの趣旨は実効的に著作権を保護することにあります。したがって、著作権保護技術が機能しない機器があった場合に「開発者は善意だったのだから」といって笑って済ませられるものではありません。

もちろん、故意がない場合には原則として刑罰が科せられないのは当然ですし、無過失の場合に民事責任を負わないのが原則であることも理解できます。

しかし、貴審議会が関与して策定された著作権保護技術が機能しない機器を、そうと判明した後もそのまま販売するようなことは許されるべきではないと考えます。

本答申44頁では「ソフトのバグにより結果的にルール違反機器が出る可能性がある」として「萎縮効果」を懸念しているようですが、そのような問題は過失責任の原則等一般原則によって充分配慮されているのであり、バグがあることがわかった後もバグを放置したまま商品販売しつづけることを正当化するものではないと考えます。

したがって、バグを放置した機器の販売を禁止する等、著作権保護技術の実効性を確保する制度的エンフォースメントを強く要望いたします。以上

# リレーエッセイ 73



バンダイビジュアル(株) 常務取締役 前田明雄氏からのご紹介

堀 徹 氏 (株式会社キュー・テック 代表取締役社長)

## 「サッカーと私」

映像業界のお仲間に入れていただいてまだ2年の新参者に、かくも歴史があり争々たる方々によるリレーエッセイにまさかお呼びが掛かるとは思ってもいませんでした。二十数年前、商社在籍時にCDに関わり、その後、コンテンツやマーケティング絡みで放送メディアや広告業界ともお付き合いさせていただきました。現職への就任直前は通信業界やIT業界に身を置いたこともありましたが、ポストプロ業界ではまだ名も無き新人です。是非よろしくご指導のほどお願い申し上げます。

さて、終わったばかりの北京オリンピック/パラリンピックの余韻に引きずられて、今日は映像・音楽とは若干遠い分野のスポーツ関連、就中サッカーとの関わりについて触れさせていただこうと思います。

会社の大先輩が英国駐在時にプレミアリーグに触発され、少しでも「蹴球」を「フットボール」に近づけたいと、その映像を日本に紹介しました。93年、「Jリーグが始まりその役割を終えた「ダイヤモンドサッカー」です。ご記憶の方もいらっしゃると思います。本場物に接する唯一のウィンドウに毎週かじりついて見入っていたものです。70年メキシコW杯、ペレ率いるブラジル対チェコ戦で「左足の魔術師」といわれたロベルト・リベリーノのフェイントに、テレビの画面にも拘わらず私はボールを見失い見事に抜かれていました。

子供にはサッカーをやらせよう！2、30年もすれば、きっと日本でもあんな足技を駆使する世界レベルのプレーヤーも夢ではない、自分はテニスで話題のステージババ「マッケンローの父」を目指そう！などと無謀な夢を描いて、男の子二人はサッカー小僧からJリーガーを狙わせたのですが一歩手前で挫折、それでも一人は広告代理店で日本代表にベッタリ同行、未だにサッカーで喰っているの、少しは役に立っ

たか、やっぱりミスリードだったか、私には判りません。

ついでに仕事の方も、イタリア・セリエAなどの放映権販売やJリーグのプリシーズンマッチに海外チームを招聘したり、拳句はユース年代の息子のチームのために海外チームを呼んでの大人顔向けの大会を会社を巻き込んで仕組んだり。公私混同？でもその大会などで川口能活、中田英寿、中村俊輔、小野伸二などの若きプレーヤーの才能にじかに触れることができました。流石に弱点など克服はしていても未だに弱点は弱点、いろいろ見えて来ますので、彼らのプレーはいま見てもとても面白いものです。

2002W杯招致では先ほど触れた大先輩が先頭に立って協力したことから、招致委員会にスタッフを派遣、共催になったところで日韓記念試合を電通さんとともに仕切ったりしました。そして日本代表の4試合と決勝戦を観戦しました。日本がW杯で戦っているなんて夢のようでした。でも最近思うにW杯に出るのはちょっと早かったかなとも思います。選手だけでなく協会、指導者、マスコミ、施設などまだまだ一流とは言えません。

「ダイヤモンドサッカー」の後番組として、W杯招致も念頭におきつつ、各国のサッカー事情を歴史、風土、施設そして協会幹部のみならず各国首脳のインタビューなどもまじえて紹介する、という企画を提案しましたが、お金が集まらず実現しませんでした。いまでも必要なステップではないかと思ひ出します。

日本代表を見るにつけ、いつになったら「日本らしさ」を世界にアピールできるのか、誠に心もとない限りですが、もう一度2、30年後に思いを馳せ、一歳の孫に期待を掛けて2030年、せめて2026年W杯辺りまで夢を見続けようか！などと思ひ悩んでいます。

## 日誌に見る協会の動き

### 【8月】

- 6日 マーケティング委員会
- 21日 統計調査委員会
- 22日 動画投稿対策打合せ
- 25日 ACA企画広報部会
- 28日 ACA調査研究部会  
業務部会幹事会

### 【9月】

- 2日 理事会
- 4日 BBマルチメディア委員会海外研修ツアー説明会
- 9日 権利者対応委員会  
総合連絡委員会
- 10日 広報委員会  
マーケティング委員会
- 11日 2008年上半期統計調査報告書記者発表
- 14日 BBマルチメディア委員会海外研修ツアー(～21日)

- 17日 ACA調査研究部会  
ACA企画広報部会
- 18日 著作権部会
- 19日 業務使用対策委員会
- 22日 映像倫理協議会運営委員会
- 25日 業務部会幹事会
- 26日 統計調査委員会
- 27日 ACA「ほんと！ボート？フェアin横浜」(～28日)

# 統計

## 2008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	17,963	67.6%	116.7%	5,839	69.4%	107.5%	719	96.5%		107,906	65.2%	96.1%	32,751	66.4%	93.1%	4,645	82.0%
レンタル店用	8,504	32.0%	107.8%	2,445	29.0%	127.8%	684	135.2%		57,132	34.5%	98.5%	16,193	32.8%	118.4%	5,087	157.2%
その他・業務用	97	0.4%	102.1%	133	1.6%	61.3%	12	600.0%		558	0.3%	61.7%	371	0.8%	15.0%	130	812.5%
DVDビデオ	26,564	95.7%	113.7%	8,416	96.2%	111.3%	1,415	112.9%	増減 18社 その他 14社 1社	165,596	97.8%	96.7%	49,315	97.9%	96.0%	9,862	110.6%
カセット	31	0.1%	48.4%	4	0.0%	25.2%	1	11.1%	増減 5社 3社 その他 2社	180	0.1%	31.4%	41	0.1%	18.2%	21	17.6%
ブルーレイ (HD-DVD含)	1,148	4.1%	397.2%	319	3.7%	459.3%	70	291.7%	増減 7社 2社 その他 8社	3,414	2.0%	235.8%	905	1.8%	228.5%	264	188.6%
UMD	14	0.1%	73.7%	10	0.1%	47.4%	1	100.0%	増減 1社 1社 その他 2社	158	0.1%	65.3%	110	0.2%	70.6%	11	122.2%
合 計	27,757	100.0%	116.9%	8,749	100.0%	114.1%	1,487	115.5%		169,348	100.0%	97.6%	50,371	100.0%	96.6%	10,158	110.6%

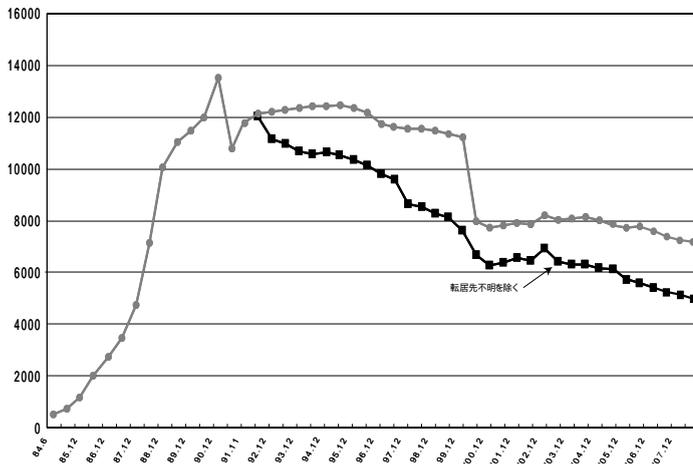
今月の売上報告社数.....34社 ( 前年同月の報告社数: 33社 ) 無回答社.....1社 売上金額の増減社数.....前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合  
DVDビデオの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。  
累計値については、1月~6月の数値として2008年上半期調査の数字を用いている。  
ビデオソフトの合計について、前年同月比、前年同期比に使用した数値は、当該期のブルーレイ、HDDVD、UMDの実績を加算したものをを用いている。

## 2008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	12,608	62.8%	84.5%	3,858	60.2%	79.8%	690	96.1%		120,514	64.9%	94.7%	36,609	65.7%	91.4%	5,335	83.6%
レンタル店用	7,284	36.3%	77.0%	2,436	30.8%	96.3%	660	108.9%		64,416	34.7%	95.4%	18,629	33.4%	114.9%	5,747	149.6%
その他・業務用	195	1.0%	110.2%	117	1.8%	40.7%	2	200.0%		753	0.4%	69.7%	488	0.9%	17.7%	132	776.5%
DVDビデオ	20,087	96.1%	81.8%	6,411	96.5%	83.8%	1,352	102.0%	増減 13社 18社 その他 3社	185,683	97.6%	94.8%	55,725	97.7%	94.5%	11,214	109.5%
カセット	16	0.1%	28.1%	2	0.0%	3.7%	2	20.0%	増減 2社 5社 その他 2社	196	0.1%	31.1%	43	0.1%	15.6%	23	17.8%
ブルーレイ (HD-DVD含)	780	3.7%	339.1%	225	3.4%	369.0%	69	287.5%	増減 5社 5社 その他 7社	4,194	2.2%	249.9%	1,130	2.0%	247.3%	333	203.0%
UMD	19	0.1%	105.6%	8	0.1%	48.2%	0	0.0%	増減 1社 2社 その他 1社	177	0.1%	68.1%	118	0.2%	68.3%	11	110.0%
合 計	20,902	100.0%	84.1%	6,646	100.0%	85.4%	1,423	104.6%		190,250	100.0%	95.9%	57,017	100.0%	95.2%	11,581	109.9%

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.....1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ビデオの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。  
累計値については、1月~6月の数値として2008年上半期調査の数字を用いている。  
ビデオソフトの合計について、前年同月比、前年同期比に使用した数値は、当該期のブルーレイ、HDDVD、UMDの実績を加算したものをを用いている。

## 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	2007.12	2008.6							
総数	7604	7499	7356	7304							
転居先不明を除く	5360	5199	5006	4846							

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） 2008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)  
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)  
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)  
(株)東北新社  
20世紀フォックス  
ホームエンターテイメントジャパン(株)  
日活(株)  
(株)バップ  
(株)ハピネット  
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（24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  
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  
(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)  
ビクタークリエイティブメディア(株)  
(株)富士フイルムメディアクレスト  
(株)ムービーマネジメントカンパニー  
メモリーテック(株)