

# JVA REPORT

# 10

'11 OCTOBER  
NO.148

## MAIN REPORTS

- 2011年上半期(1月~6月)統計調査報告  
~ビデオソフト売上金額、5年ぶりに前年同期を上回る~
- 不競法改正法の周知に関し、各方面へ協力を要請
- CODA 自動コンテンツ監視・削除センター(仮称)  
実証実験とその狙いについて

SCIENCE FICTIONS

LOVE STORY

EDUCATION

ANIMATION

ACTION

KIDS

MUSICAL

CONCERT

HOW-TO

TV SHOW

一般社団法人 **日本映像ソフト協会** 会報



2011 年上半期(1月～6月)統計調査報告 .....	2
不競法改正法の周知に関し、各方面へ協力を要請 .....	6
CODA 自動コンテンツ監視・削除センター(仮称)実証実験と その狙いについて .....	7
第 306 回定例理事会開催報告 .....	9
映像配信の使用料につき、JASRAC と覚書を締結 .....	9
不正商品対策協議会 .....	9
違法対策活動 7月、8月度 .....	10
JVA 40 周年記念懇親ゴルフコンペ開催報告 .....	10
データ スクリーンダイジェスト社提供 .....	11
NEXT 第 1 回「Hulu」 .....	12
リレーエッセイ ⑨1 .....	13
日誌に見る協会の動き .....	13
月間売上速報(7月、8月) .....	14
JVA レンタルシステム加盟店数推移 .....	14

#### お悔やみ

当協会理事の内藤友樹氏(20世紀フォックスホームエンターテインメントジャパン(株)代表取締役社長)が去る8月25日(木)、交通事故によりご逝去されました。内藤理事のご冥福をお祈り申し上げます。

## 2011年上半期(1月～6月)統計調査報告 ～ビデオソフト売上金額、5年ぶりに前年同期を上回る～

業務部会統計調査委員会（藤浦 昭委員長（株）ポニーキャニオン）は、正会員を対象に行った2011年上半期（1月～6月）の出荷の統計調査の結果をまとめ、9月13日(火)に記者発表を行った。同調査結果は「統計調査 Vol.72」として報告書にまとめられ、会員社に配布された他、一般にも有料にて配布している。以下は同調査結果の概要である。

なお、本調査からUMDを対象外としているため、ビデオソフト全体の前期比、前年同期比を求める際には、当該期の実績からUMDを除いた数字を用いて比較している。

### ●2011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金額は1,256億4,000万円で前年同期比105.3%となり、上半期としては5年ぶりに前年同期を上回ることとなった。

そのうち、DVDビデオの売上金額は1,012億3,500万円で前年同期比99.5%と前年同期をわずかに下回ったが、ブルーレイは244億500万円で同138.3%と拡大傾向が続いており、ブルーレイの伸長が総売上金額の前年同期越えに貢献することとなった。総売上金額に占めるDVDビデオ、ブルーレイの割合は、80.6：19.4となり、ブルーレイの構成比が2割近くとなった。（表1）

表1. ビデオソフトの売上金額と売上数量

摘 要	百万円			枚		
	合計金額	構成比	前年同期比	合計数量	構成比	前年同期比
DVDビデオ	101,235	80.6%	99.5%	34,333,642	86.0%	99.6%
ブルーレイ	24,405	19.4%	138.3%	5,579,318	14.0%	123.3%
ビデオソフトの総売上	125,640	100.0%	105.3%	39,912,960	100.0%	102.4%

表2. DVDビデオの流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	63,303	62.5%	96.4%	20,214,859	58.9%	90.1%
レンタル店用(個人向)	37,278	36.8%	104.9%	13,827,034	40.3%	117.6%
業務用	654	0.6%	132.7%	291,749	0.8%	108.1%

表3. ブルーレイの流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	ブルーレイの売上金額			ブルーレイの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	23,240	95.2%	136.5%	5,008,390	89.8%	119.8%
レンタル店用(個人向)	1,145	4.7%	199.8%	563,608	10.1%	169.8%
業務用	20	0.1%	45.5%	7,320	0.1%	68.3%

表4. ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	ビデオソフト全体の売上金額			ビデオソフト全体の売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	86,543	68.9%	104.6%	25,223,249	63.2%	94.8%
レンタル店用(個人向)	38,423	30.6%	106.4%	14,390,642	36.1%	119.0%
業務用	674	0.5%	125.5%	299,069	0.7%	106.6%

2. ビデオソフトの総売上数量は、3,991万2,960枚で前年同期比102.4%となり、2009年下半年以降4期連続で拡大傾向が続いている。DVDビデオが3,433万3,642枚で前年同期比99.6%、ブルーレイが557万9,318枚で同123.3%となった。総売上数量に占めるDVDビデオとブルーレイの割合は、86.0：14.0となっており、金額の割合に比べるとブルーレイの構成比は低くなっている。(表1)

3. ビデオソフト全体 (DVDビデオとブルーレイの合計) の流通チャネル別売上を見てみると、販売用が865億4,300万円で前年同期比104.6%、レンタル店用が384億2,300万円で同106.4%となり、両市場とも前年同期を上回ることとなった。(表4)

DVDビデオの販売用金額は、633億300万円で前年同期比96.4%と前年同期を割り込んだのに対し、ブルーレイが232億4,000万円で同136.5%と伸長し、販売用の総売上金額の上昇に貢献した。DVDビデオとブルーレイの金額における構成比は、73.1：26.9となった。

またレンタル店用においては、DVDビデオが372億7,800万円で同104.9%、ブルーレイが11億4,500万円で同199.8%と伸長した。レンタル店用総売上金額におけるDVDビデオとブルーレイの構成比は97.0：3.0と圧倒的にDVDビデオが占めており、DVDビデオの伸長がレンタル店用総売上の拡大につながった。(表2、3)

4. ビデオソフト全体 (DVDビデオとブルーレイの合計) の販売用の売上金額をジャンル別にみると、前年同期同様に構成比1位は『日本のアニメーション (一般向け)』 (構成比29.5%)で前年同期比103.7%、2位に『音楽 (邦楽)』 (同25.8%) 前年同期比130.5%、3位に『洋画』 (同9.8%) 前年同期比63.4%、4位に『邦画』 (同7.7%) 前年同期比95.5%となった。3位の『洋画』の落ち込みが大きいのが、前年同期に『THIS IS IT』

や『アバター』といったビッグタイトルがリリースされたこともあり、大きく前年同期を割り込むこととなったと見られる。またその他のジャンルにおいても前年同期を下回るジャンルも多くみられ、販売用市場全体の上昇は構成比2位の『邦楽』の著しい伸長が支えたと言えよう。

各ジャンルごとの売上金額におけるブルーレイの構成比では、『日本のアニメーション (一般向け)』で55.9%となり、過半を占めることとなった。『洋画』では39.8%となったが、『音楽 (邦楽)』ではまだ10.1%に留まっている。(表5)

5. DVDビデオの販売用の売上金額は633億300万円で前年同期比96.4%となった。これをジャンル別に見てみると、構成比1位は『音楽 (邦楽)』で31.7%を占めることとなった。同ジャンルは2009年下半年以来、『日本のアニメーション (一般向け)』を抜いて1位となっているが、今期も前年同期比121.5%と2割増の伸長で好調ぶりを堅持している。2位は『日本のアニメーション (一般向け)』で17.8%を占めているが、前年同期比は81.3%、3位の『洋画』 (構成比8.1%) も前年同期比52.6%、4位の『邦画』 (同7.8%) も前年同期比88.0%となり、『邦楽』以外の主だったジャンルでは前年同期を大きく下回る結果となっている。(表5、図1)

6. ブルーレイの販売用の売上金額は232億4,000万円で前年同期比136.5%となった。ジャンル別では、『日本のアニメーション (一般向け)』が全体の61.4%を占め構成比1位、前年同期比も132.4%と伸長している。2位の『洋画』は構成比14.5%で前年同期比は92.3%と前年同期割れとなった。3位は『邦楽』で(構成比9.7%、前年同期比383.5%)、前期、前年同期において3位だった『邦画』 (構成比7.3%、前年同期比127.3%) と入れ替わることとなった。(表5)

図1. DVDビデオ「販売用」ジャンル別売上の推移 (各年の上半期実績での比較)

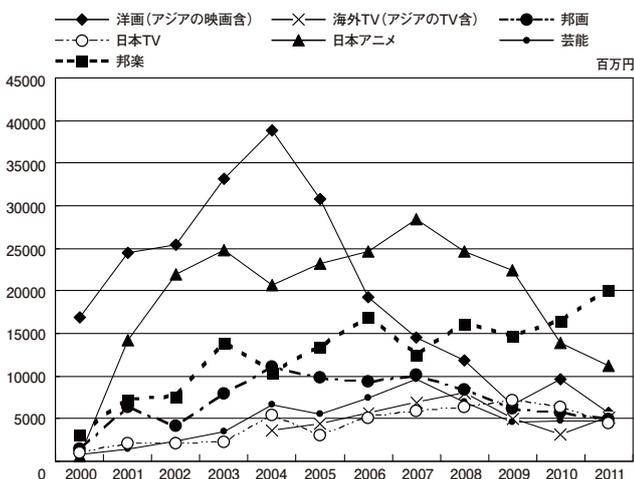
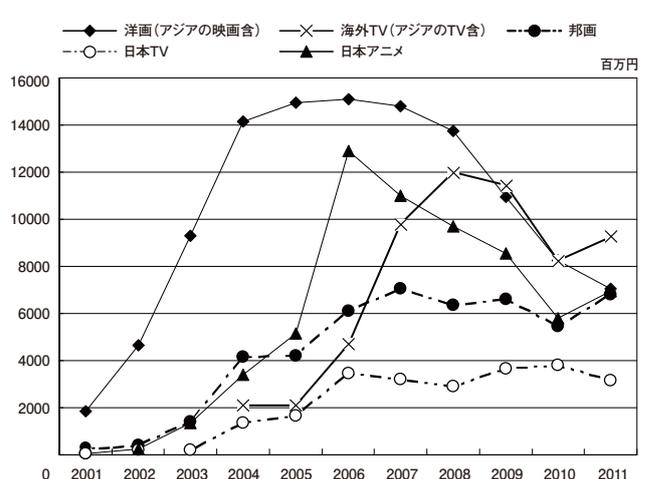


図2. DVDビデオ「レンタル店用」ジャンル別売上の推移 (各年の上半期実績での比較)



7. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイの合計）のレンタル店用の売上金額をジャンル別にみると、構成比1位は『洋画』で18.8%、2位が『日本のアニメーション（一般向け）』で18.3%、3位が『邦画』で18.1%、4位が『海外のTVドラマ』で13.9%となっており、1位から3位の構成比はほぼ同列で並んでいる。一方、前年同期比では『洋画』が84.4%と前年同期を下回ったが、『日本のアニメーション（一般向け）』が121.1%、『邦画』が127.9%、『海外のTVドラマ』が116.8%となり、『洋画』以外の主だったジャンルで前年

同期を上回る傾向となった。

前述のとおり、レンタル市場の売上金額全体に占めるブルーレイの割合は3.0%と小さいが、そういった中で『洋画』のジャンルではブルーレイが10.9%を占めており比較的高くなっている。（表6）

8. DVDビデオのレンタル店用の売上金額は372億7,800万円で前年同期比104.9%となった。ジャンル別に見てみると、これまで構成比1位を占めていた『洋画』が3位に後退することとなった。『洋画』に変わって

〈表5〉ソフト全体の販売用ジャンル別

金額 (金額単位:百万円)

ジャンル	合計金額	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	6,639	7.7%	95.5%	4,953	7.8%	88.0%	1,686	7.3%	127.3%
日本のTVドラマ	4,665	5.4%	71.9%	4,363	6.9%	68.7%	302	1.3%	212.7%
洋画(TVドラマを除く)	8,485	9.8%	63.4%	5,112	8.1%	52.6%	3,373	14.5%	92.3%
海外のTVドラマ	2,422	2.8%	209.7%	2,338	3.7%	208.4%	84	0.4%	254.5%
アジアの映画	649	0.8%	ERR	558	0.9%	ERR	91	0.4%	ERR
アジアのTVドラマ	3,037	3.5%	150.4%	2,940	4.6%	145.7%	97	0.4%	9700.0%
日本のアニメーション(一般向け)	25,517	29.5%	103.7%	11,242	17.8%	81.3%	14,275	61.4%	132.4%
海外のアニメーション(一般向け)	681	0.8%	52.0%	520	0.8%	50.0%	161	0.7%	59.9%
日本の子供向け(アニメーション)	1,852	2.1%	240.5%	1,826	2.9%	239.9%	26	0.1%	288.9%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,091	1.3%	72.6%	973	1.5%	64.8%	118	0.5%	11800.0%
海外の子供向け(アニメーション)	407	0.5%	313.1%	365	0.6%	285.2%	42	0.2%	2100.0%
海外の子供向け(アニメーション以外)	16	0.0%	123.1%	15	0.0%	115.4%	1	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	22,298	25.8%	130.5%	20,039	31.7%	121.5%	2,259	9.7%	383.5%
音楽(洋楽)	1,596	1.8%	123.1%	1,545	2.4%	127.0%	51	0.2%	64.6%
ビデオカラオケ	22	0.0%	115.8%	22	0.0%	115.8%	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	4,864	5.6%	100.0%	4,678	7.4%	99.2%	186	0.8%	124.0%
スポーツ	380	0.4%	68.1%	366	0.6%	65.6%	14	0.1%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	191	0.2%	163.2%	191	0.3%	163.2%	0	0.0%	ERR
成人娯楽	10	0.0%	62.5%	10	0.0%	62.5%	0	0.0%	ERR
その他	1,721	2.0%	331.6%	1,247	2.0%	255.5%	474	2.0%	1529.0%
計	86,543	100.0%	104.6%	63,303	100.0%	96.4%	23,240	100.0%	136.5%

数量 (単位:枚)

ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	1,770,389	7.0%	92.1%	1,445,676	7.2%	85.7%	324,713	6.5%	137.8%
日本のTVドラマ	620,178	2.5%	72.8%	597,598	3.0%	72.0%	22,580	0.5%	101.6%
洋画(TVドラマを除く)	5,666,778	22.5%	64.7%	4,189,838	20.7%	58.8%	1,476,940	29.5%	90.8%
海外のTVドラマ	944,988	3.8%	253.8%	935,529	4.6%	277.2%	9,459	0.2%	27.1%
アジアの映画	599,732	2.4%	ERR	558,180	2.8%	ERR	41,552	0.8%	ERR
アジアのTVドラマ	336,186	1.3%	182.7%	329,057	1.6%	178.9%	7,129	0.1%	64809.1%
日本のアニメーション(一般向け)	5,360,376	21.3%	101.0%	2,985,704	14.8%	88.2%	2,374,672	47.4%	123.4%
海外のアニメーション(一般向け)	386,586	1.5%	61.4%	321,444	1.6%	59.5%	65,142	1.3%	73.1%
日本の子供向け(アニメーション)	847,671	3.4%	213.6%	841,311	4.2%	212.2%	6,360	0.1%	2058.3%
日本の子供向け(アニメーション以外)	395,776	1.6%	72.7%	371,902	1.8%	68.3%	23,874	0.5%	20062.2%
海外の子供向け(アニメーション)	397,913	1.6%	223.3%	384,997	1.9%	217.9%	12,916	0.3%	816.4%
海外の子供向け(アニメーション以外)	3,312	0.0%	46.1%	2,102	0.0%	29.3%	1,210	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	5,370,798	21.3%	112.2%	4,862,093	24.1%	105.5%	508,705	10.2%	291.2%
音楽(洋楽)	638,016	2.5%	71.0%	618,264	3.1%	71.1%	19,752	0.4%	68.7%
ビデオカラオケ	15,948	0.1%	110.0%	15,948	0.1%	110.0%	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	1,428,703	5.7%	100.3%	1,385,634	6.9%	100.3%	43,069	0.9%	99.4%
スポーツ	124,457	0.5%	77.4%	103,942	0.5%	64.6%	20,515	0.4%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	35,012	0.1%	128.2%	34,640	0.2%	126.8%	372	0.0%	ERR
成人娯楽	1,814	0.0%	90.1%	1,463	0.0%	72.7%	351	0.0%	ERR
その他	278,616	1.1%	185.4%	229,537	1.1%	159.1%	49,079	1.0%	809.6%
計	25,223,249	100.0%	94.8%	20,214,859	100.0%	90.1%	5,008,390	100.0%	119.8%

1位となったのは『日本のアニメーション（一般向け）』で18.6%を占め、前年同期比は119.6%と伸長、2位の『邦画』は18.3%を占め同125.6%、3位の『洋画』は17.3%を占めるが前年同期比は80.1%と割り込んだ。4位（構成比14.3%）の『海外のTVドラマ』も同116.7%、5位（同10.6%）の『アジアのTVドラマ』も同106.2%で、『洋画』以外の主なジャンルは前年同期を上回ることであった。（表6、図2）

レンタル店用の売上数量においても前年同期比117.6%と大きく上昇することとなった。数量にお

ける構成比1位は20.5%を占める『洋画』だが、前年同期比は91.9%と前年同期割れした。一方で、2位（構成比18.7%）の『海外のTVドラマ』は同134.9%、3位（同18.3%）の『アジアのTVドラマ』は同133.4%と大きく伸長している。金額と数量でジャンルの構成比が異なっているが、レベニューシェアリングの導入率の高いジャンルが数量において上位にきていると考えられる。また総売上数量の上昇もレベニューシェアリングの導入に拠る影響が大きいと考えられる。（表6）

〔表6〕ビデオソフト全体のレンタル店用ジャンル別

金額									
(金額単位:百万円)									
ジャンル	合計金額	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	6,944	18.1%	127.9%	6,815	18.3%	125.6%	129	11.3%	ERR
日本のTVドラマ	3,131	8.2%	82.0%	3,126	8.4%	81.9%	5	0.4%	125.0%
洋画(TVドラマを除く)	7,239	18.8%	84.4%	6,450	17.3%	80.1%	789	68.9%	150.0%
海外のTVドラマ	5,337	13.9%	116.8%	5,333	14.3%	116.7%	4	0.4%	200.0%
アジアの映画	612	1.6%	280.7%	604	1.6%	277.1%	8	0.7%	ERR
アジアのTVドラマ	3,970	10.3%	107.2%	3,934	10.6%	106.2%	36	3.1%	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	7,023	18.3%	121.1%	6,933	18.6%	119.6%	90	7.9%	ERR
海外のアニメーション(一般向け)	559	1.5%	68.3%	492	1.3%	63.2%	67	5.9%	171.8%
日本の子供向け(アニメーション)	1,403	3.7%	100.4%	1,403	3.8%	100.4%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	621	1.6%	91.7%	621	1.7%	91.7%	0	0.0%	ERR
海外の子供向け(アニメーション)	346	0.9%	176.5%	329	0.9%	169.6%	17	1.5%	850.0%
海外の子供向け(アニメーション以外)	6	0.0%	54.5%	6	0.0%	54.5%	0	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	ERR
音楽(洋楽)	25	0.1%	416.7%	25	0.1%	416.7%	0	0.0%	ERR
ビデオカラオケ	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	820	2.1%	101.6%	820	2.2%	101.6%	0	0.0%	ERR
スポーツ	2	0.0%	18.2%	2	0.0%	18.2%	0	0.0%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	4	0.0%	ERR	4	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
成人娯楽	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	ERR
その他	381	1.0%	692.7%	381	1.0%	692.7%	0	0.0%	ERR
計	38,423	100.0%	106.4%	37,278	100.0%	104.9%	1,145	100.0%	199.8%

数量									
(単位:枚)									
ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	1,728,826	12.0%	114.4%	1,705,718	12.3%	112.8%	23,108	4.1%	1155400.0%
日本のTVドラマ	881,447	6.1%	106.2%	879,343	6.4%	106.0%	2,104	0.4%	287.0%
洋画(TVドラマを除く)	3,217,319	22.4%	94.6%	2,834,649	20.5%	91.9%	382,670	67.9%	121.2%
海外のTVドラマ	2,584,485	18.0%	134.9%	2,584,481	18.7%	134.9%	4	0.0%	133.3%
アジアの映画	370,580	2.6%	378.9%	358,360	2.6%	366.4%	12,220	2.2%	ERR
アジアのTVドラマ	2,632,383	18.3%	138.5%	2,535,280	18.3%	133.4%	97,103	17.2%	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	1,597,397	11.1%	149.2%	1,587,623	11.5%	148.3%	9,774	1.7%	81450.0%
海外のアニメーション(一般向け)	198,851	1.4%	68.7%	176,700	1.3%	64.5%	22,151	3.9%	144.5%
日本の子供向け(アニメーション)	410,360	2.9%	115.0%	410,360	3.0%	115.0%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	172,087	1.2%	78.1%	172,087	1.2%	78.1%	0	0.0%	ERR
海外の子供向け(アニメーション)	217,969	1.5%	241.5%	203,634	1.5%	225.7%	14,335	2.5%	59729.2%
海外の子供向け(アニメーション以外)	26	0.0%	0.6%	17	0.0%	0.4%	9	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	152	0.0%	4.8%	152	0.0%	4.8%	0	0.0%	ERR
音楽(洋楽)	2,828	0.0%	71.9%	2,828	0.0%	71.9%	0	0.0%	ERR
ビデオカラオケ	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	264,474	1.8%	85.2%	264,344	1.9%	85.1%	130	0.0%	ERR
スポーツ	20	0.0%	0.5%	20	0.0%	0.5%	0	0.0%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	695	0.0%	7722.2%	695	0.0%	7722.2%	0	0.0%	ERR
成人娯楽	1	0.0%	0.0%	1	0.0%	0.0%	0	0.0%	ERR
その他	110,742	0.8%	141.7%	110,742	0.8%	141.7%	0	0.0%	ERR
計	14,390,642	100.0%	119.0%	13,827,034	100.0%	117.6%	563,608	100.0%	169.8%

## 不競法改正法の周知に関し、各方面へ協力を要請

本年6月8日に公布された不正競争防止法改正法の施行日は政令で定めることになっていたが、その施行日を定める政令が9月13日の閣議決定を経て9月16日に公布され、不正競争防止法改正法は本年12月1日に施行されることとなった。

また、本年3月31日に公布された「関稅定率法等の一部を改正する法律」は技術的保護手段回避装置等の輸出入を規制する「関稅法」の改正規定の施行日を、不正競争防止法改正法の施行日とする旨を定めている。そのため、本年12月1日より技術的制限手段回避装置等の提供行為等の輸出入も同日から規制されることとなる。

ところで、DVDビデオに用いられている複製制御技術であるCSS等の技術的制限手段回避プログラム等の提供行為等はこれまでも不正競争防止法で規制されていたが、パソコン雑誌や書籍に「リッピングソフト」を取

録したCD-ROMを添付して販売される例が後を絶たない。改正法では規制を強化してそのような行為に刑事罰を科すこととしている。

この法改正の周知を図るため、9月28日(水)、当協会は関係団体とともに、関係事業者団体やユーザー団体等に不正競争防止法改正法の周知協力を要請する文書を送付した。

### ■不正競争防止法の一部を改正する法律の施行期日を定める政令(政令第二百九十号)

内閣は、不正競争防止法の一部を改正する法律(平成二十三年法律第六十二号)附則第一条の規定に基づき、この政令を制定する。

不正競争防止法の一部を改正する法律の施行期日は、平成二十三年十二月一日とする。

### ■周知協力依頼文

各位

2011年9月吉日

一般社団法人日本映画製作者連盟 株式会社日本国際映画著作権協会  
一般社団法人日本動画協会 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会  
社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会 一般社団法人日本映像ソフト協会

## 不正競争防止法改正に関する普及啓発ご協力のお願い

拝啓 時下益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。

弊協会らは、映画、アニメ、ゲームソフトなどのコンテンツ事業者を会員とし、会員の著作権を保護するとともに適正なコンテンツ利用のために普及啓発を行っている団体です。

この度、弊協会ら会員がコンテンツを提供するDVD、Blu-rayディスクなどに施している複製を防止する技術や、ゲーム機などに施している複製されたコンテンツを動作させない技術(以下、併せて「技術的制限手段」といいます。)を無効化するプログラム、装置の提供に関して規制している不正競争防止法が改正されました。

現在、できないはずのDVDビデオなどからの複製を可能とする「リッピングソフト」やできないはずの複製したゲームを動作させる「マジコン」が流通していることと、その情報がインターネットなどを通じてユーザーに広まっていることによって弊協会ら会員社は大きな不利益を被っています。この被害を減らすため、不正競争防止法が改正され、このようなプログラム、装置を提供することに刑事罰が導入されるなどの規制強化が行われました。また、このような装置が海外から輸入されて

いるという実状に鑑み、不正競争防止法の改正に併せて、関稅法も改正され、このような装置の輸出入は税関における差止対象となりました。

弊協会らといたしましては、この法改正を機に、不正競争防止法で規制されている行為である技術的制限手段を無効化するプログラム、装置の提供が行われない環境が構築されることを切に望んでいます。また、ユーザーの皆さまに対して、このようなプログラム、装置が提供されることはもとより、その使用方法や入手方法が紹介されることなども、結果としてこれらが広まる一助となることを憂慮しております。

つきましては、別紙内容(\*)をご確認いただき、貴団体加盟会員及び広く国民の皆様への不正競争防止法及び関稅法改正の周知にご協力を賜りますようお願い申し上げます。

末尾になりますが、貴団体の益々のご発展を衷心よりお祈り申し上げます。

敬具

### ●問い合わせ先

マジコン等ゲームソフトの技術的制限手段回避装置等について  
社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会  
担当 事業統括部 法務担当 中川

〒112-0012 東京都文京区大塚5-40-18 友成フォーサイトビル5F  
TEL:03-5976-5175 FAX:03-5976-5177  
URL <http://www2.accsjp.or.jp/>

ビデオソフトの技術的制限手段回避装置等について  
一般社団法人日本映像ソフト協会  
担当 管理部 酒井

〒104-0045 東京都中央区築地2-12-10 築地MFビル26号館3階  
TEL:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535  
URL <http://www.jva-net.or.jp/>

(※ [http://www.jva-net.or.jp/news/news\\_110928/02.pdf](http://www.jva-net.or.jp/news/news_110928/02.pdf) 参照)

# ＜寄稿＞ CODA 自動コンテンツ監視・削除センター（仮称） 実証実験とその狙いについて

一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構 (CODA)  
事務局担当部長 企画・広報担当 坂田 俊介

## ●はじめに (CODAについて)

一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構 (CODA) は、映画、アニメ、音楽、放送番組、ゲームなどの日本コンテンツ産業の海外展開を促進し、コンテンツ産業が一致協力して海外における海賊版対策を講じることを目的として、2002年8月、経済産業省・文化庁の呼びかけによって設立された。

長らく任意団体として活動を続けていたが、2009年4月に組織基盤の強化を目指して一般社団法人格を取得し、現在に至っている。今年10月現在の企業会員は27社、団体会員は11団体、賛助会員は6社/団体を数えている。

CODAは設立時より、JVAの会長職にある方に代表を務めていただいております。今年5月には桐畑敏春代表理事にご就任いただいた。また、JVAの後藤健郎専務理事には、CODAの専務理事も務めていただいております。

## ●CODAが取り組む侵害対策活動

海外、特にアジアの各国・地域では、日本コンテンツの正規流通の大きな阻害要因として、海賊版問題の深刻さが指摘されている。つまり、品質は低いながらも安価な海賊版が既に市場を席巻しているために、正規コンテンツを流通させる余地が無い、という問題だ。これらの侵害形態も、近年はフィジカル・パイレーツ (物としての海賊版) からオンラインへの違法アップロードへと「主戦場」が移行し、これに伴って侵害物も、直接には対価が不要 (無償) な形態へと変化することで、正規コンテンツ市場の拡大は、ますます厳しい状況になっている。

CODAは団体名の通り、日本コンテンツの海外での正規流通を促進することを目的としているが、このような現地事情から考えると、海外に正常な市場を創出するための最初の作業としては、やはり海賊版や違法アップロード等を減少させることが喫緊の課題となる。このためCODAでは、現在、次の取り組みを通じて、侵害を抑止する活動を進めている。

図1. 2005年1月～2011年3月までのエンフォースメント成果

	中国 (北京、上海、 広州、深圳など)	香港	台湾 (台北、台中、 桃園など)	合計
取締件数	8,824件	1,171件	1,950件	11,945件
逮捕者	294名	1,110名	1,916名	3,320名
押収DVD等	3,716,994枚	1,536,667枚	958,834枚	6,212,495枚

## 1. 侵害対策

- CJマーク事業として、会員企業による共同エンフォースメント、CJマーク商標権侵害による摘発
- 違法配信対策として、「自動コンテンツ監視・削除センター (仮称)」の実証実験

## 2. 取締機関との連携

- 現地捜査機関へのトレーニングセミナーの実施
- アジア各国・地域の取締機関への要請と関係構築

## 3. 国内外の政府機関や関連団体との連携

## 4. 広報啓発活動

具体的な侵害対策事業として実施している「共同エンフォースメント」は、DVD等のフィジカル・パイレーツへの対応を主眼とし、2005年よりMPA (米国映画協会) との提携の下で海賊版販売店等の摘発を進め、大きな成果を上げてきている (図1参照)。

また、侵害対策を円滑に進めることを目的として、現地の捜査員等の能力向上を狙ったトレーニングセミナーを、同じく2005年より文化庁受託事業として実施しており、こちらも効果を上げている (図2参照)。

このほか、国内外の政府機関等との連携も深めており、さらにイベント開催など、現地の一般消費者にも知

図2. トレーニングセミナー実施結果 (2010年度までの累計実績)

開催地	開催実績	参加人数
合計19ヶ所	開催回数51回	延べ4,187名
北京	2005、2006、2007、2008 (2回)、2010年	405名
瀋陽	2005年	71名
青島	2009年	117名
上海	2005、2006 (2回)、2008 (2回)、2009年	537名
杭州	2006、2008年	208名
安慶	2010年	90名
武漢	2005年	104名
福州	2010年	71名
廈門	2009年	70名
成都	2005年	94名
重慶	2006年	140名
貴陽	2009年	79名
広州	2005、2007 (2回) 年	340名
深圳	2005、2006、2007 (2回)、2008年	489名
香港	2005 (2回)、2006、2007、2008、2009、2010年	678名
南寧	2006年	143名
マカオ	2005、2006、2007、2008、2010年	172名
台北	2006 (2回)、2007、2008、2009、2010年	336名
高雄	2010年	43名

財保護の重要性を訴え、日本コンテンツの適正流通の必要性を理解してもらう広報啓発活動も進めるなど、CODAでは多角的・総合的な侵害対策の取り組みを進めている。

これらの活動の中で現在特に尽力しているのが、オンラインでの違法アップロード対策である。具体的には、中国、韓国などの動画投稿サイト（UGCサイト）へ削除要請を送付する「自動コンテンツ監視・削除センター（仮称）」の実証実験に係る事業に、集中的に取り組んでいるところだ。

### ●成果を上げた「自動コンテンツ監視・削除センター」

繰り返しになるが、日本コンテンツに対する侵害は、国内外を問わずオンラインにおける行為に大きく移行している。これによって、瞬時にかつ広範囲に被害が拡散することはもちろん、無許諾アップロードされたコンテンツがフィジカル・パイレートのリソースともなり得るといことも指摘されており、知的財産の保護は困難さを増している。

このような状況において、CODAでは、オンライン侵害のうちでも世界的な影響が大きいと目される中国のUGCサイトへの対策を中心に進めることとして、動画コンテンツの認識技術（フィンガープリント技術）の調査及びUGCサイトに対する削除要請通知の送付を、経済産業省からの受託事業（実証実験）として2009年度より実行してきた。

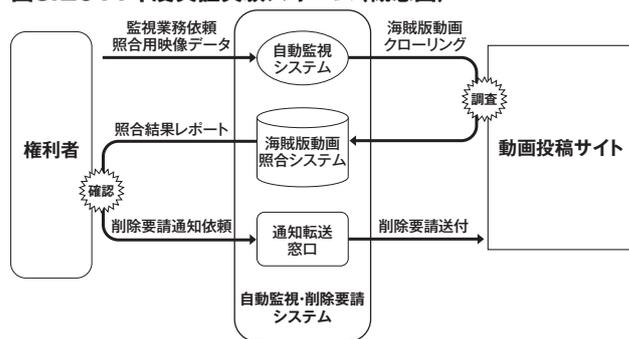
この実証実験では、相手方であるUGCサイト事業者と直接面談して適切な権利保護に関する協議を複数回にわたり実施した結果、2010年度の実証実験において通知の送付対象となった中国4サイト（56、ku6、tudou、youku）及び韓国1サイト（Pandora）では、CODAを経由した削除要請通知には100%対応（削除）するという成果を得た。

また、無許諾アップロードされた動画を検出するフィンガープリント技術についても、実用化するための十分な知見・情報を得る事ができた。

今年度は、これらの成果等を精査し、来年度以降に本格稼働することを計画している「CODA自動コンテンツ監視・削除センター」（仮称）を具体的に想定する形で、一連のシステムにフィンガープリント技術を実装するほか、削除要請通知の送付を自動化したスキームを構築してこれらを実際に運用し、その有効性を確認する実証実験に取り組んでいる（図3参照）。

今年度の実証実験については、昨年度より格段に多い23社／団体のCODA会員からの協力・参加を得て、また各社から120種類に及ぶ動画コンテンツを提供いただき、8月初旬より削除要請通知の送付を開始している。約1ヶ月を過ぎたところでの削除要請通知は、約8,000URL

図3.2011年度実証実験スキーム（概念図）



を対象としたものとなり、昨年度の通知送付実績をあとわずか2ヶ月で追い越さんばかりとなっている。

なお、削除要請通知の送付対象となっているUGCサイトは、昨年度の実証実験でも対象となった5サイトからスタートしているが、今後、中国本土、香港、台湾などの複数のUGCサイトを追加していく予定である。

### ●実証実験の目指すところ

この実証実験では、相手側UGCサイトに対して、本件が日本国を上げての事業であることを伝達しながら直接協議等を行うことで、適切な対応を促している。

また、相手国の政府機関にも認識を深めてもらうことを狙って、今年8月初旬に、日本国経済産業省が北京で主催したインターネット関連シンポジウムにおいて、CODAと昨年度の実証実験の対象となった中国の4UGCサイトとの間で、知財保護に関する覚書を、両国政府機関（中国・商務部、日本・経済産業省及び文化庁）の立ち会いの下で取り交わす等の活動も行っている。

また今年度は、対象となるUGCサイトについて、削除要請への反応や自主的な対応、正規配信への取り組み等に関するヒアリングを行い、この回答をベースとしたサイトごとの評価レポートを作成し、実証実験への参加企業等で共有する予定だ。これは、昨今、各UGCサイトが正規配信への意欲を明らかにしていることから、各サイトを単に侵害対策の相手方として捉えるだけではなく、各権利者にとってのビジネスパートナーとなり得るものかを考えるための試みである。侵害対策事業と合わせて重要なのは、正規流通の糸口を掴むことである。UGCサイト側も日本コンテンツの正規配信を渴望している現在、CODAとしても、この実証実験の「ゴール」は、我が国コンテンツホルダーの権利が保護され、安心してコンテンツを提供し、その正当な対価を得ることが出来る正規流通の基盤構築にあると考えている。

数年後には、権利者にとって良いビジネス環境が、これらUGCサイトによって創出されているかもしれない。今年度の実証実験は、そのような正規ビジネスの環境を創出するための第一歩となることを期待している。

## 第306回定例理事会開催報告

第306回定例理事会は、9月6日(火)午後2時より協会会議室において開催された。冒頭、桐畑会長から8月25日、内藤友樹理事が不慮の事故により逝去されたことが報告され、全員で黙とうを捧げた後、議事に入った。議事の要旨は次の通り。

第1号議案 「オーディオ&ホームシアター展TOKYO」に対する後援名義使用承認の件…承認

第2号議案 「第24回東京国際映画祭」に対する後援名義使用承認の件…承認

第3号議案 映像作品の配信利用に関する使用料等についての覚書承認の件…承認

その他、事務局からの報告事項は次の通り。

各部会報告について、公益目的財産額の確定について(内閣府通知)、東日本大震災への対応について、2011年上半年期統計調査報告書について、2011年6月度・7月度ビデオソフト売上速報について、DVD・BDハード出荷実績について、不正競争防止法改正に関する周知依頼文書送付について、等。

## 映像配信の使用料につき、JASRACと覚書を締結

このほど、インタラクティブ配信に関する音楽著作物の利用について、一般社団法人日本音楽著作権協会(JASRAC)との協議が整った。

JASRACの使用料規程第11節にインタラクティブ配信に関する規定があるが、当協会は2000年、2002年にJASRACとの間でその「動画」は「ホームビデオなどの簡便な映像」であることを確認しており、劇映画等の配信に関する使用料規程がない状態であったため、当協会は2008年頃よりJASRACに協議を申し入れていた。

時期を同じくして一般社団法人日本映画製作者連盟(映連)及びネットワーク音楽著作権連絡協議会(NMRC)も同一の協議を開始しており、その後、映連がJASRACとの協議を担うこととなった。その協議が整ったことから、JASRACと映連、NMRC、当協会等の間で協議結果に基づく覚書を締結することとなった。

今回の協議結果では、放送局制作の番組に関する日本経済団体連合会の場における暫定合意に準じたストリーミング配信使用料とすることに合意したほか、ダウンロード配信についても合意した。

## 不正商品対策協議会 THE ANTI-COUNTERFEITING ASSOCIATION

### 不正商品撲滅キャンペーン

許さない! 偽ブランド・海賊版・違法ダウンロード  
『ほんと? ホント! フェアin大阪』11月に開催

不正商品対策協議会では、11月19日(土)・20日(日)に、不正商品を排除しよう!との主旨のもと「許さない! 偽ブランド・海賊版・違法ダウンロード」をテーマに、『ほんと? ホント! フェアin大阪』を、あべのキューズモール(大阪市阿倍野区阿倍野)において開催する。

今回で25回目を迎える「ほんと? ホント! フェア」は、インターネットの進展と普及に伴い潜在かつ深刻化する知的財産の侵害問題をメインに取り上げ、知的財産の保護と不正商品の排除を訴える。

また今回も、若者に人気のタレントを迎えて知的財産〇×クイズ大会を実施するなど、知的財産を保護することの大切さについて、若年層を中心に楽しく学べるイベントを企画している。

当フェアの詳細については、随時、ホームページにて告知していく予定。

(不正商品対策協議会 <http://www.aca.gr.jp/>)

### 知的財産保護のための広報啓発ポスター・リーフレット「STOP! ネットでの知的財産権侵害」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・啓発ポスターとリーフレットを作成した。今回は、最近深刻化するインターネット上の著作権侵害や偽ブランド販売等に関し、若年層を対象に「違法アップロードや偽ブランドの購入等をしない」よう広く訴えかけるもの。

このポスターとリーフレットは、全国の警察署や税関などに配布して、各所にて掲示・配布いただくほか、不正商品対策協議会のイベントや展示会においても掲示・配布することとしている。

ポスターをご要望の方は、不正商品対策協議会小林(TEL 03-3542-2010)まで。

※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



## 7月度、8月度の調査報告

7月度、8月度は、大阪府、愛媛県、徳島県、静岡県、福島県、山形県、宮城県、秋田県、千葉県、東京都、高知県、山口県、岡山県、兵庫県、愛知県、富山県のビデオレンタル店229店の調査・折衝を実施した。廃業等の165店を除いて実質的に営業していた64店のうち、セル用商品のレンタル転用の23件の違法行為が確認された。海賊版所持は0件だった。違法行為の確認率は36%となった。

### 2011年7月、8月実績

調査店	229店	
営業店数	64店	
違法行為	海賊版所持	0件
確認件数	セル用商品のレンタル転用	23件
海賊版確認数	0枚	
刑事告訴事件数	1件	
警察による海賊版押収本数	18,000枚	
違法行為確認率	36%	

### 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			セル商品のレンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	所持店	確認数	回収数	
大阪府	22	1	51				10
愛媛県	1						1
徳島県	6		12				
静岡県	2		3				
福島県	2						2
山形県	3		5				
宮城県	9		15				2
秋田県	1						1
千葉県	1		25				
東京都	8		54				2
高知県	2						
山口県	1						1
岡山県	1		21				
兵庫県	1		1				1
愛知県	1		1				1
富山県		2					2
合 計	61	3	165	0	0	0	23

## EVENT イベント

### JVA40周年記念懇親ゴルフコンペ開催報告

去る9月9日(金)、埼玉県飯能市の武蔵丘ゴルフコースに於いて、JVA40周年記念懇親ゴルフコンペを開催した。会員社全社による懇親ゴルフコンペは、毎年春に実施していたが、東日本大震災の発生により延期となっていた。本年は、JVAの設立40周年の年であり、毎年秋に実施している役員の懇親ゴルフコンペと合同で、「40周年記念懇親ゴルフコンペ」として改めて開催することとなった。

当日は、夏を思わせる日差しの下、参加者50名が快音を響かせた。優勝は、今回で三度目となる椎名保副会長(株角川書店)が獲得、準優勝に(株)金羊社の神蔵龍太郎、3位に(株)ジャパン・ディストリビューションシステムの須貝和好社長が続いた。またベストスコア賞は、(株)NHKエンタープライズの佐藤寿美社長がグロス82の素晴らしいスコアで獲得した。

プレー終了後の表彰式・懇親会では、それぞれに日焼けした顔が揃い、JVAの会議室では普段は見られないような明るい笑い声と大きな歓声が会場のあちこちで上がっていた。予想以上の厳しい暑さの中、全員無事にプレーを終えることができ、40周年記念の思い出深いコンペとなったようである。



▲優勝した椎名保副会長(株角川書店)

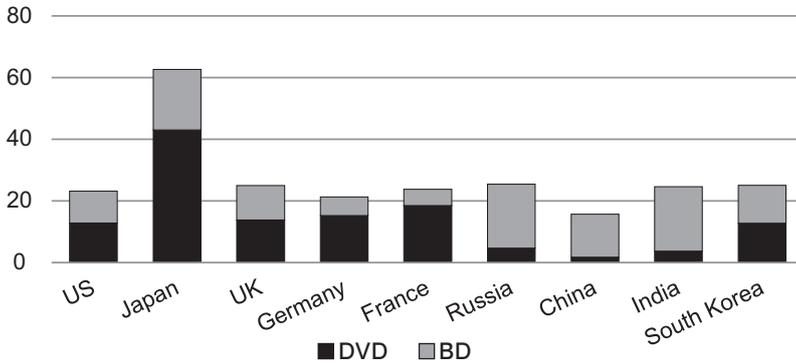


▲真夏のような日差しの下、50名がプレーを楽しんだ

当協会からの情報提供などを通じて、長年協力関係にある英国のメディア調査会社「スクリーンダイジェスト」社のデータから、許可を得て、2010年のBDの状況及び3DTVや映像配信等の将来予測についてのデータを掲載します。同社は最近、IHS社の傘下となっています。

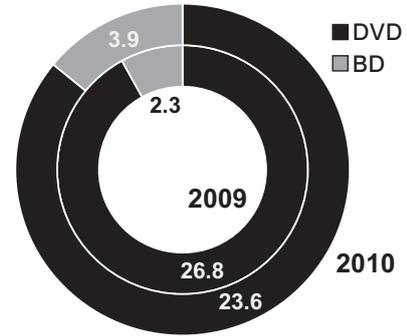
## BD

### ① 2010年のDVD及びBDの平均販売価格(ドル)



※世界におけるブルーレイディスクの平均販売価格はDVDの倍となっている。(26ドル 対 13ドル)

### ② 世界の売上額(10億ドル)

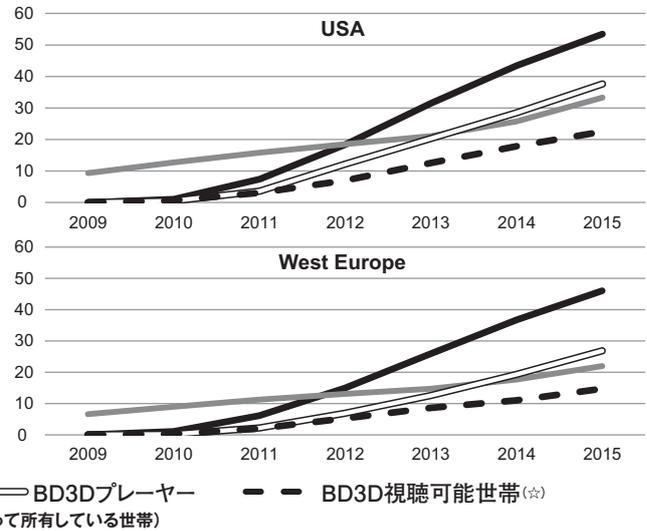
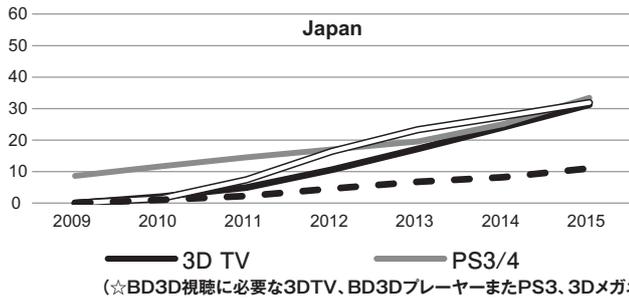


※ブルーレイディスクが2010年には売上額の14%を占めた。  
(注)世界=スクリーンダイジェストがVideo Intelligenceサービスでカバーしている37地域を指す。為替は2009年の数字で固定

## 3DTV

### ③ テレビ保有世帯への3D機器の普及率(%)

※3Dはいずれ殆どの中/高級HDテレビの標準機能となる。  
※2015年迄には、世界主要国のテレビ保有世帯の45%が3Dテレビとなる。

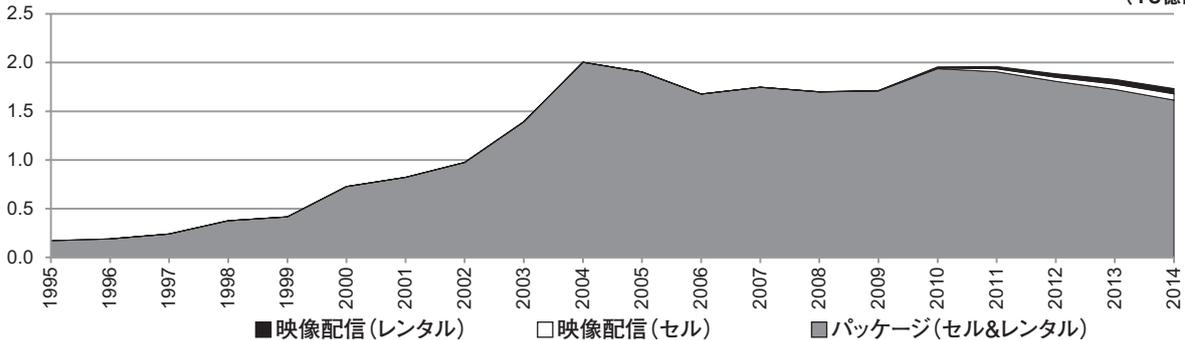


—— 3D TV      — PS3/4      — BD3Dプレーヤー      - - - BD3D視聴可能世帯(☆)  
(☆BD3D視聴に必要な3DTV、BD3DプレーヤーまたPS3、3Dメガネを揃って所有している世帯)

## 家庭での映画鑑賞のための支出予測

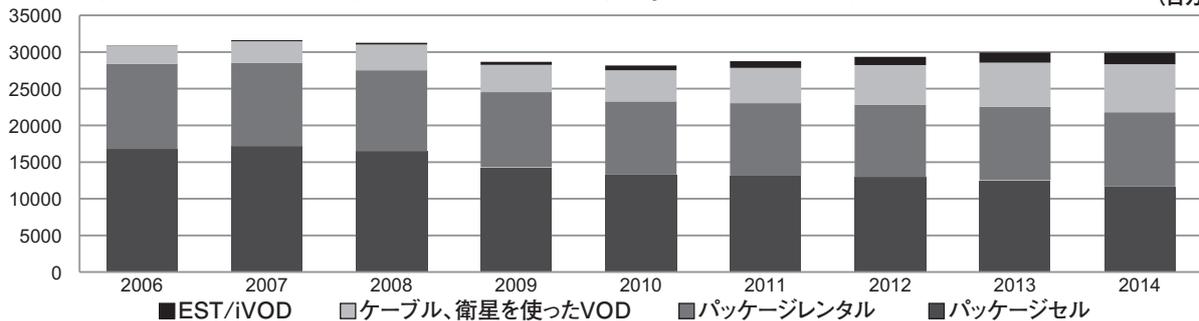
### ④ 日本 ※伝統的にパッケージメディアを購入するよりも安価なレンタルを好む日本にもゆっくりとインターネット映画配信の波が来ている。

(10億ドル)



### ⑤ 世界 ※2014年にはインターネット配信は映画鑑賞全体の支出の6%を占めるだろう(Pay TV VODを加えると全体の30%になる)

(百万ドル)



## 第1回 「Hulu」

2011年9月1日にいよいよ日本でもHuluがサービスを開始しました。そこでこのHuluについて、ご紹介したいと思います。

### 【Huluの概要について】

Hulu（フールー）の語源は中国語の瓢箪と互録（相互記録）とされています。貴重なものを入れておく瓢箪のように優れたコンテンツの入れ物としてのHuluと、いつでもどこでも好きなときにそのコンテンツを引き出して楽しめる互録（インタラクティブ性）を持つという意味だそうです。

このHuluは、2007年3月にNBC UniversalとNews Corp.が合弁事業として設立が発表されました。設立の目的は、合法的にテレビ番組を広告モデルで無料配信することにあります。当時、YouTubeにおけるテレビ番組の違法配信を強く批判していたNBC Universalは、YouTubeから違法コンテンツの排除に努めるとともに、それに代る合法的な配信サービスを提供する必要があると考えており、News Corp.がこれに同調したものです。

2007年10月末にHulu.comとしてベータサービスが開始され翌2008年3月に正式サービスが始まりました。Huluは、YouTubeなどにより、既存の伝統的なテレビビジネスが力を失う前に、新しいビジネスの芽を育てることを目的としているとしています。2009年4月末にはWalt DesnyがHuluに参加しています。

正式サービス開始時には、250以上のテレビシリーズや映画100作品のなどがすべて無料で提供されました。配信にはAdobeのFlashビデオが採用されており、ビデオ解像度と利用者の通信環境に合わせて複数のエンコードレートが用意されました。広告は、スタート当初はBest Buy、Chili's、DirecTV、GM、Intel、Nissan、State Farm、Unilever、Wal-Martなどから出稿され、その後MacDonald、Bank of America、BlackBerry（RIM）なども出稿しています。

Huluで配信されるテレビ番組は、テレビ放送と同じように番組の最初や番組間にビデオ広告が挿入される代わりに、無料で放送翌日から視聴することができるため、見逃しテレビとして、人気を集めることになりました。現在では、日本のアニメックスや松竹などを含む316社のコンテンツを配信しています。

### 【Huluの現状】

comScoreの調査によると、2011年7月総ユニークビューナー数は全米9位の2436.8万にもかわらず、一人当たりの視聴時間はYouTubeの353.7分に次ぐ205.5分となっています。その一方で視聴されるビデオ広告数は9億

6288.7万、視聴された月間総広告時間数は4億900万分、視聴者一人当たりの視聴広告数は40.4と他サイトを大きく引き離してトップとなっています。

無料の見逃しテレビとして発展してきたHuluですが、2010年6月からは月額9.99ドルのHulu Plusサービスを導入しました。PlusサービスではソニーのPlayStation 3やMicrosoftのXbox360を利用することでテレビでも視聴できるようになったほか、無料サービスでは放映終了後から5話程度までしか遡って視聴できないテレビ番組を、シーズンの最初から視聴できるようにしている他、放映済みの過去のシーズンもまとめて視聴できるようにしています。しかし、Plusの会費は、Netflixと比べても割高であったため、同年11月には7.99ドルに値下げされています。2011年6月末におけるHulu Plusの会員数は87.5万人（9月21日に100万人を越えたと発表されました。）、2011年の収益見込みは5億ドルとされています。

このHulu Plusの導入を巡りCEOのJason Kilar氏とDisneyやNews Corp.、Foxなどからなる取締役会のメンバーとの意見の対立も噂されるようになってきました。なお、共同創設者であるNBC Universalは、Comcastによる買収を承認される条件としてHuluの経営権を放棄していることから、取締役会のメンバーから外れています。Huluのビジネスが大きくなるに従い、設立当初に掲げていた“伝統的なテレビビジネスが力を失う前に新しいビジネスの芽を育てる”という目標が薄れ、旧来のテレビビジネスの出身者の経営陣とKilar CEOなどの対立は深まり、Huluの売却という結論に至っています。現在、買取り先を公募しており、AmazonやGoogle、Yahoo!、Dish Networkなどが関心を示しています。

### 【日本サービスの特徴】

最後に、日本サービスの特徴をあげてみましょう。まず、Huluの大きな特徴である無料サービスが用意されておらず、月額1,480円の有料サービスのみとなっています。利用できるコンテンツはABC、CBS、FOX、NBC Universal、Warner Bros.TV、Walt Disney、Sony Pictures、Warner Bros.のテレビシリーズと映画で、いずれも最新作は提供されていません。米国と比べるとコンテンツ提供会社、作品数ともに見劣りするの否めません。また、日本のテレビ番組はまだ提供されておらず、見逃しテレビが実現できていません。米国のように無料サービスから有料サービスへ誘導するフリーミアムモデルが構築されていない点は日本の課題かもしれません。反対に、有料サービスのみであるため広告がないのは日本の利点かもしれません。

（※文中の意見、見解は執筆者個人のもので。）



ワーナーエンターテインメントジャパン(株) 大谷一彦氏からのご紹介

●安武 美弥 氏(東宝(株) 映像事業部 映像ソフト事業室長)

## 「歌舞伎と着物」

ここ4、5年「歌舞伎観劇」が楽しみのひとつになってきた。きっかけは叔父が以前からイヤホンガイドの解説をしており、その叔父の解説を聞きたくて通い始めたところ、とてもわかりやすく新しい発見に驚かされ、歌舞伎が難解な古典芸能ではなくなってきたからだ。

伝統芸能としての素晴らしさは勿論だが、その様式美に始まり、衣装や小物に至るまで、全ての所作や音楽に意味があり、知れば知るほど面白くなっていく。とはいえ、私ごときが簡単に理解できるようなものでもなく、ほぼイヤホンガイドの手ほどきとプログラムによる復習でなんとか片鱗を理解しているという程度である。それでも、歌舞伎座や新橋演舞場で味わう高揚感は例えようもなく、特に女形の衣装を観るのが楽しみで「娘道成寺」や「鶯娘」は帯の結び方から襟の抜き方、裾からのぞく長襦袢、かんざしや扇子手ぬぐいなどを食い入るように見てしまう。また会場のそこかしこに着物を着ている女性を多く見かけることもその高揚感の原因の一つかもしれない。

私の実家は代々博多で細々と呉服屋を営んでいたようだ。過去帳から遡ると創業は元禄8年(1695年)らしく、まさに江戸で初代市川團十郎が活躍していた時代である。明治になって博多織の帯や帯締め、半襟等の小物を扱う和装小物屋を出したのが先々代の時で一時は商家の奥さんや中洲の芸妓さん達で賑わったようだ。祖母の娘時代には、博多三大祭りの一つの「放生会」の時に娘達は新しい縮緬の着物を仕立ててもらい、行きと帰りでは違う着物を着るのが常だったようで、華やかな街の風景が目につかんでくる。

いつしか時代は洋装文化に代わり、着物離れが始まり、私が物心ついた頃には、お客様は祖母と同年配の方々が娘や孫に着物を仕立ててあげるといった風情

で、むしろ観光客が博多織をお土産に買われていくということの方が多くなっていった。

和装関係の家に生まれた私ですら年に数回しか着物を着る機会がなくなり、恥ずかしいことに自分で着付けすらできないのだから、日常生活の中からどんどん着物が縁遠くなってしまったのは仕方のないことなのかもしれない。

そんな中、歌舞伎座や新橋演舞場という非日常的な空間には、着物姿の女性が多く集まり、時に着物の品評会のような研ぎ澄まされた空気が漂うことがある。梨園の妻たちの上品な着こなしに対し、粋筋の女性達の華やかな着こなし。お芝居や高価な買い物に勤しむお金持ちのご婦人たちの着物自慢と褒め殺し。

観劇の合間の着物チェックも楽しみの一つであり、まだまだ着物文化が廃れてはいないという安心感と自分もいつかは祖母が残してくれた着物を自分で着付けて、歌舞伎観劇に出掛けて行きたいという気概で胸が躍る。

一度、お正月の歌舞伎観劇の際に美容院で2時間ほど支度時間をかけて着物で出かけたことがあるが、髪を結って着物を着ると、私のような大女は想像以上に大きくなるようで、後ろの席のご婦人方が「前が…」とささやく声が聞こえ、居たたまれなかったことがあった。次回はできれば後ろの方にご迷惑がかからない棧敷席を押さえて臨みたいところだ。

日本古来の伝統芸能の歌舞伎と着物文化、どちらも魅力的で奥深い。これからまだまだ楽しみが続くのではないかと悦んでいる半面、家業を継げなかった祖母への罪滅ぼしに、着物文化を守っていかねればとも思う。

そして、いつか、歌舞伎発祥の地京都南座の艶やかな顔見世公演に祖母が見立ててくれた着物で出かけたと思う。

### ▼日誌に見る協会の動き

#### 【8月】

- 1日 配信委員会
- 2日 キャンペーン小委員会
- 9日 権利者団体対応委員会
- 24日 不正商品対策協議会・調査研究部会
- 25日 業務部会幹事会
- 26日 不正商品対策協議会・企画広報部会
- 30日 統計調査委員会

#### 【9月】

- 6日 定例理事会  
キャンペーン小委員会
- 7日 マーケティング委員会
- 9日 JVA40周年記念ゴルフ会  
(武蔵丘ゴルフクラブ)
- 13日 上半期統計調査記者発表会  
総合連絡委員会

#### 14日 DEGJ共催

- 「グリーン・プロジェクト・ワークショップ」
- 16日 業務使用対策委員会
- 28日 統計調査委員会  
著作権部会
- 29日 業務部会幹事会

# 統計

## 2011年7月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	7月実績								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	9,933	58.6%	87.9%	3,172	56.3%	74.6%	415	91.2%	増減 13社 17社 その他 0社	73,236	62.0%	95.1%	23,387	58.5%	87.7%	3,001	82.4%	
レンタル店用	6,946	41.0%	80.7%	2,428	43.1%	79.4%	471	85.0%		44,224	37.4%	100.2%	16,255	40.7%	109.7%	3,690	103.2%	
業務用	72	0.4%	50.3%	36	0.6%	53.1%	1	100.0%		726	0.6%	114.2%	328	0.8%	97.1%	45	63.4%	
DVDビデオ	16,951	75.1%	84.6%	5,636	79.0%	76.4%	887	87.8%		増減 19社 9社 その他 2社	118,186	79.7%	97.1%	39,970	84.9%	95.5%	6,736	92.4%
販売用	5,287	93.9%	128.9%	1,305	86.9%	131.6%	166	90.7%			28,527	95.0%	135.0%	6,313	89.2%	122.1%	1,023	121.6%
レンタル店用	339	6.0%	111.9%	196	13.1%	56.6%	91	130.0%			1,484	4.9%	169.4%	760	10.7%	112.0%	352	241.1%
業務用	2	0.0%	100.0%	1	0.1%	215.7%	0	ERR		22	0.1%	47.8%	8	0.1%	73.5%	0	ERR	
ブルーレイ	5,628	24.9%	127.7%	1,502	21.0%	112.2%	257	101.6%		30,033	20.3%	136.2%	7,082	15.1%	120.8%	1,375	139.3%	
合計	22,579	100.0%	92.4%	7,138	100.0%	81.9%	1,144	90.6%		148,219	100.0%	103.1%	47,051	100.0%	98.6%	8,111	98.0%	

◎今月の売上報告社数……31社(\*前年同月の報告社数31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ビデオおよびブルーレイの新作数の「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。  
 ◎累計値には、1月～6月の数値として、2011年上半年調査の数字(統計調査報告書Vol.72)を用いている。  
 ◎7月調査からUMDを調査の対象外としている。そのため、ビデオソフトの総売上の前年同月比、前年同期比の算出の際には、当該期のUMDの実績を除いた数値を用いている。

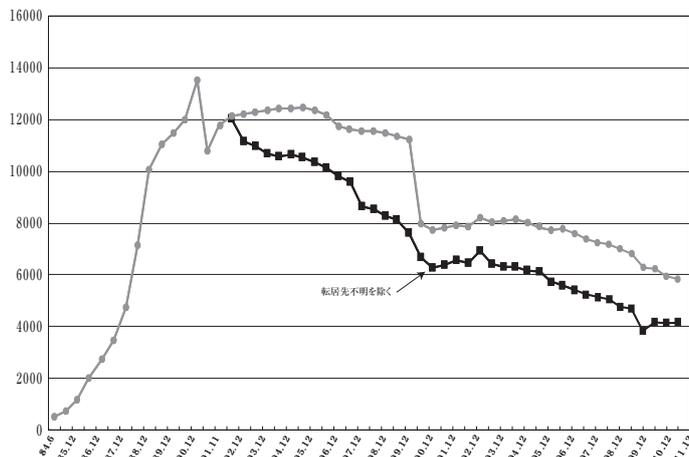
## 2011年8月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	8月実績								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	8,196	59.5%	76.7%	2,724	56.1%	83.3%	407	71.7%	増減 13社 17社 その他 0社	81,432	61.7%	92.9%	26,111	58.2%	87.2%	3,408	80.9%	
レンタル店用	5,475	39.7%	92.4%	2,058	42.4%	85.7%	487	119.1%		49,699	37.7%	99.3%	18,314	40.9%	106.3%	4,177	104.9%	
業務用	105	0.8%	118.0%	75	1.6%	88.9%	66	ERR		831	0.6%	114.6%	403	0.9%	95.5%	111	156.3%	
DVDビデオ	13,776	74.2%	82.5%	4,857	83.4%	84.4%	960	98.3%		増減 15社 12社 その他 2社	131,962	79.1%	95.3%	44,827	84.8%	94.2%	7,696	93.1%
販売用	4,626	96.8%	122.2%	905	93.4%	94.0%	146	101.4%			33,153	95.2%	133.0%	7,219	89.7%	117.7%	1,169	118.7%
レンタル店用	150	3.1%	63.6%	60	6.2%	51.7%	78	780.0%			1,634	4.7%	146.9%	820	10.2%	103.1%	430	275.6%
業務用	5	0.1%	166.7%	4	0.4%	631.6%	0	ERR		27	0.1%	55.1%	12	0.1%	100.8%	0	ERR	
ブルーレイ	4,781	25.8%	118.8%	969	16.6%	89.7%	224	145.5%		34,814	20.9%	133.5%	8,051	15.2%	116.0%	1,599	140.1%	
合計	18,557	100.0%	89.5%	5,827	100.0%	85.2%	1,184	104.7%		166,776	100.0%	101.4%	52,878	100.0%	97.0%	9,295	98.8%	

◎今月の売上報告社数……31社(\*前年同月の報告社数31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ビデオおよびブルーレイの新作数の「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。  
 ◎累計値には、1月～6月の数値として、2011年上半年調査の数字(統計調査報告書Vol.72)を用いている。  
 ◎7月調査からUMDを調査の対象外としている。そのため、ビデオソフトの総売上の前年同月比、前年同期比の算出の際には、当該期のUMDの実績を除いた数値を用いている。

## JVAレンタルシステム加盟店数推移



(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	2008.12	2009.6	2009.12	2010.6	2010.12	2011.6	
総数	7604	7499	7356	7304	7087	6742	6264	6247	5981	5840	
転居先不明を除く	5360	5199	5006	4846	4463	4362	3860	4101	4076	4130	

※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。  
 ※2010年6月の増加は、3月度に大手チェーン店の未加盟店分が加盟したため。

# 一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2011年10月1日現在

## ■ 正会員(32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  
(株)角川書店  
ギャガ(株)  
キングレコード(株)  
ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)  
(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  
TCエンタテインメント(株)  
東映ビデオ(株)  
東宝(株)  
東宝東和(株)  
(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)ボニーキャニオン  
(株)メディアファクトリー  
ユニバーサルミュージック(同)  
ワーナーエンターテイメントジャパン(株)

## ■ 協賛会員(21社)

(株)一丸堂印刷所  
(株)IMAGICA  
カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)  
(株)キュー・テック  
(株)金羊社  
(株)ケンメディア  
(株)シーエスロジネット  
(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)  
東洋レコーディング(株)  
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ  
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)