

JVA REPORT

4

'17 APRIL
NO.181

MAIN REPORTS

- 市場活性化キャンペーン
「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!」
2016年実施報告および
2017年度活動方針等について
- 2016年統計調査結果について

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



市場活性化キャンペーン「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」	
2016年実施報告および2017年度活動方針等について	2
アンチリッピングキャンペントレーラー収録作品数	4
2016年統計調査結果について	5
第362回臨時理事会、第363回、364回定例理事会開催報告	9
法制・基本小委「中間まとめ」に対する意見提出	9
不正商品対策協議会	11
コンテンツ海外流通促進機構	12
リレーエッセイ⑫⑭	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計(2016年12月、2017年1月、2月)	14

<http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>



サラリーマン 山崎シゲル

× 日本映像ソフト協会

知っていますか？

アンチリッピングキャンペーン DVDのリッピングは違法です！

市場活性化キャンペーン 「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」 2016年度実施報告および2017年度活動方針等について

去る、2017年1月23日に開催した第362回臨時理事会において、2016年度の市場活性化キャンペーン「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」の最終実施報告と2017年度の同キャンペーンの活動方針が承認された。

2016年度「ビデオの日」キャンペーンの主な実施事項についての報告

1. 記念日の制定

日本記念日協会に11月3日を「ビデオの日」として正式に登録。11月1日に「記念日制定イベント」を「神楽座」で開催。アンバサダーにタレントの中川翔子さんを迎え、報道関係者を対象として実施した。

このイベントについてメディアの露出は、NHK『おはよう日本』での報道を含め、概況は下表のとおりとなった。

メディア	露出数	リーチ	広告換算額
TV	2	10.4%	¥22,338,667
PRINT	18	5,160,163部	¥3,419,183
WEB	225	392,424,488 UU	¥26,853,590
TOTAL	245		¥52,611,440



▲「記念日制定イベント」の様子

2. レンタルの活性化

CDVJ（日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合）が中心となり、全国のビデオレンタル店において、「11月3日」に新作を含めてビデオレンタル（DVD、BD）全品100円とする統一キャンペーンを実施（店舗参加率99%）。全国のレンタル店が一致してこのような統一キャンペーンを実施したのは、レンタル業界の歴史の中でも初めてのこと。CDVJでは、「映像レンタル全品100円」キャンペーンについて11月1日～11月3日にかけてテレビCMを打った。



▲「ビデオの日」当日の賑わうレンタル店内

■実績検証

＜11月3日の店頭波及効果について（対前年比）＞

※CDVJ理事社に対するアンケート結果より

総貸出数・・・205.8%

客数・・・・・・・158.8%

総売上・・・・・・・131.3%

新規会員・・・118.1%

休眠会員・・・169.7%（休眠会員の定義：1年以上利用無し）

＜今後の継続意向＞

※CDVJ組合員628サンプルより

継続したい65%／どちらともいえない27%／止めたほうがいい8%

11月3日の「ビデオの日」は非常に高い実績を示した。しかし一方で、11月1か月の売上金額は前年同月を割り込んでおり、次のレンタル行動に繋げる工夫が必要との意見も聞かれた。実施企画内容の賛否、告知方法、等々検討の余地はあるものの、業界統一キャンペーンの継続に6割以上の組合員が賛同している。

3. セルの活性化

「ビデオの日」応援企業を募集、11月3日時点で24企業が参加表明。各法人がキャンペーンを展開した。

■参加表明した企業

アマゾンジャパン合同会社／タワーレコード株式会社／楽天ブックス／株式会社山野楽器／株式会社ローソン／HMVエンタテインメント／株式会社セブンネットショッピング／株式会社TSUTAYA／株式会社勝木書店／中田図書販売株式会社／株式会社DMM.com／株式会社玉光堂／株式会社ヤマダ電機／株式会社ダイレクトショップ／株式会社三洋堂書店／株式会社音光／株式会社ヨドバシカメラ／株式会社イケヤ／株式会社エディオン／新星堂／WonderGOO／ディスクピアJoshin／イーベストCD・DVD館／TOHOシネマズ株式会社／イオンエンターテイメント株式会社

■参加企業へのアンケートから抜粋した意見

- ・当社ではキャンペーン直前に比べると、スタート時点で140%、それ以降でも平均10%の売上アップとなったが、目標値には至らなかった。
- ・レンタルのように統一施策が取れなかったのが残念。キャンペーン期間も統一したほうが良いと思う。
- ・「ビデオの日」が単純にディスカウントの日にならないような施策を考えたい。
- ・とにかく「継続」して実施してほしい。



▲セル売り場や劇場でもコラボ企画が

4. 「ビデオで観るべき100選」について

キャンペーン展開のためのツールとして「ビデオで観るべき100選」のタイトルを、第三者機関である日経BP社の『日経エンタテインメント!』編集部に出選を依頼。『日経エンタテインメント!』2016年10月4日号を皮切りに、一般への告知を図った。セル店では、この「100選」作品を中心にキャンペーンを展開するケースが多く見受けられた。

A・・・10月24日(月)～11月6日(日)(多くのセルの大型法人がキャンペーンを展開した期間)

「100選」タイトルの販売枚数・・・45,560枚

B・・・9月26日(月)～10月9日(日)(A期間の約ひと月前)

「100選」タイトルの販売枚数・・・42,000枚

●A/Bでは、108.5%の売り上げ枚数の上昇となった。
(GfKデータをもとにJVAで独自計算)

5. 劇場での展開

■劇場フリーペーパーでの「ビデオの日」と「ビデオで観るべき100選」の告知

『イオンENTERTAINMENT』『シネコンウォーカー』『TOHO CINEMAS MAGAZINE』に「11月3日はビデオの日」と「劇場でのビデオソフトの販売」、「ビデオで観るべき100選」の紹介記事を掲載し、劇場来場者に告知を図った。上記3誌の配布により全国の劇場の75%をカバー、発行部数120万部。

■全国32館の映画館において、「11月3日はビデオの日」の告知のシネアドを10月29日～11月3日に上映。同期間内における合計動員数11万7350人に告知された。

■既に劇場での販売を展開していたTOHOシネマズ(41館)においては、既存什器を用いて「11月3日はビデオの

日」をアド展開。その他、新たに20器の什器を新設し(Tジョイ、東京テアトル、松竹、イオンシネマ)で100選の販売を展開した。サンプル箇所(11か所)の「ビデオの日」告知展開前(10/10～30日)と、告知展開中(10/31～11/20)の販売枚数比較では153%の上昇となった。

6. 東京国際映画祭とのコラボ

東京国際映画祭のコラボ企画として、映画祭会期間中の10月26日から30日の間、会場となった六本木ヒルズのアリーナにて「ビデオで見るべき100選」から80年代の作品5作品が選ばれ、「11月3日はビデオの日」の告知とともに、野外上映が行われた。

7. JVA会員社へのアンケートに寄せられた意見(抜粋)

2016年12月15日(木)から2017年1月13日(金)までの間、JVA会員社全社に対し、「ビデオの日」キャンペーンについてのアンケートを実施した。24社からの回答があり、その内容はおおむね以下のとおりだった。

◆よかったところ、継続すべき点

- ・「記念日設立」を軸に、セル店、レンタル店、各メーカーなどビデオ業界が一丸となって、市場の活性を行ったこと
- ・制定発表イベント実施とそのメディア露出がしっかりできたこと、今後も「ビデオの日」定着へ知名度アップを!
- ・劇場、映画祭などとのコラボレーションが実現できたこと

◆反省点、改善すべき点

- ・JVA協会内での連絡の不徹底がみられた
- ・時間がなかった
- ・「ビデオの日」=「安売りの日」にならないようにしたい
- ・セル/バラバラ(施策、参加メーカー、期間など)だった
- ・レンタル/CDVJ「100円」施策に対しての賛否
- ・PR/「ビデオの日」知名度を上げる努力が必要、予算の限られた中、会員各社の媒体の使い方が十分でなかった
- ・100選/選び方、内容について(セル、レンタル共通で使いにくい等)

◆2017年にすべきこと! 是何か

- ・何はともあれ「継続!!」
- ・セルディーラー、CDVJと意見交換しながら一緒に盛り上げていく(早めのスタートを)
- ・経費捻出のため業界外スポンサーの獲得(各社宣伝担当者の分科会編成を)
- ・ディスカウントが恒常化しないように価格に頼らない市場活性化アイデアを模索

2017年度の活動方針と運営体制について

1. 活動方針について

- ① 初年度に制定した「ビデオの日」の知名度のさらな

る向上を目指す

- ② 引き続き協会加盟社が一丸となって市場活性化「ビデオの日」の活動を継続する
- ③ お店、CDVJ等とさらなる連携を深め業界全体で盛り上げる 他

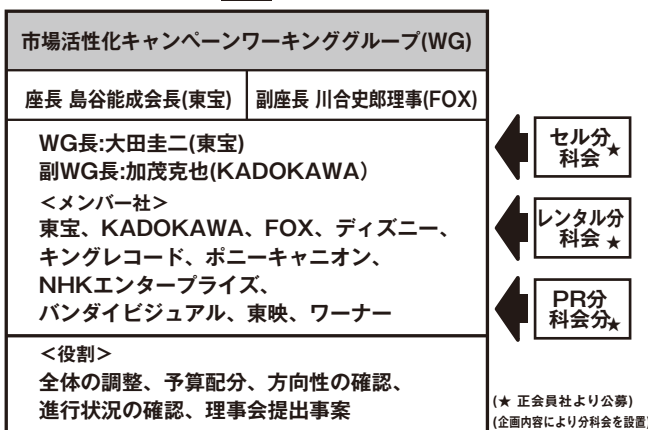
2. 運営体制について (下図参照)

- ① 「セル」「レンタル」「PR」の3部門の専門分科会を新たに設置する
- ② 会員各社の意見を反映させるため3分科会のメンバーを正会員より公募する
- ③ WGの活動をより迅速に進めるためWG長、副WG長を置く
- ④ WGに広く意見を反映させるべくマーケティング委員会より代表者が参加する

その後、臨時理事会での承認に基づき、各会員社から3つの専門分科会メンバーについて公募を実施、2月28日に第1回目の分科会会議を開催して以降、鋭意、2017年度のキャンペーン企画について検討会議を重ねている。各分科会への参加社は以下のとおり。

●セル分科会・・・エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)NHKエンタープライズ、松竹(株)、東映(株)、東宝(株)、20世紀FOX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、(株)ポニーキャニオン、ユニバーサルミュージック(同)

理事会



●レンタル分科会・・・ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)、エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)KADOKAWA、ギャガ(株)、東映(株)、東宝(株)、日活(株)、(株)バップ、(株)ハピネット、(株)ポニーキャニオン

●PR分科会・・・ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)、エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)NHKエンタープライズ、キングレコード(株)、東映ビデオ(株)、東宝(株)、(株)バップ

なお、本年1月に実施した「映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査2016」(15歳～69歳対象、インターネット調査、1500サンプル)の中で、昨年の「ビデオの日」キャンペーンの認知について調査したところ、次のような調査結果がまとまったので、ここに報告する。

<質問文>

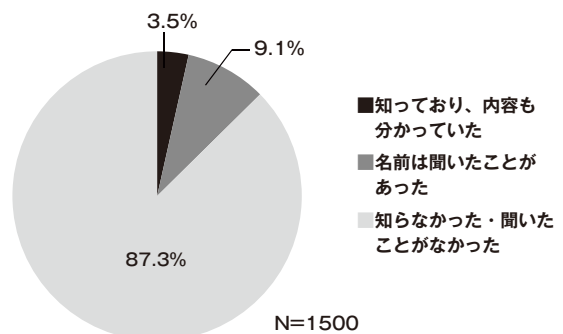
昨年の11月3日(祝・木)に、ビデオソフトの販売店やレンタル店では「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ～」と銘打ったキャンペーンを実施しました。全国のビデオレンタル店で新作を含め全品100円でのレンタルを実施したり、『Amazon』や『楽天』などのネット販売店や『ローソンHMV』『タワーレコード』などの全国のCDショップでもセールを実施したりしました。

Q14.

この『11月3日はビデオの日』キャンペーンについて見たり、聞いたりしましたか。

1. 知っており、内容もわかっていた
2. 名前は聞いたことがあった
3. 知らなかった/聞いたことがなかった

「ビデオの日」の認知



アンチリッピングキャンペーントレーラー収録作品数

当協会は、アンチリッピングを訴える「サラリーマン山崎シゲル」オリジナル動画を、2015年9月より会員各社のリリースするレンタル商品にトレーラーとして収録するキャンペーンを実施している。キャンペーンの推進状況を把握するため、四半期ごとに参加各社へアンケートを実施し、収録作品数を記録している。収録状況は表のとおり。

参加社数	2015年 9月～12月	2016年 1月～3月	2016年 4月～6月	2016年 7月～9月	2016年 10月～12月	2017年 1月～3月	合計
17社	192	164	132	149	158	145	940

2016 年統計調査結果について ～売上金額は 2047 億 2700 万円で前年比 93.9%に～

業務部会マーケット調査委員会ビデオ統計調査グループ(森口和則委員長 松竹(株))は、2016年1月～12月のビデオソフトの出荷についての統計調査をまとめた。調査結果は「報告書Vol.83」にまとめられ会員各社に配布されたほか、3月14日(火)13時30分からJVA会議室において記者発表を開催し、一般に公開された。また、協会ホームページ内の「最新情報」においても抜粋を掲載している。
(http://www.jva-net.or.jp/news/news_170314/result.pdf)

以下に2016年結果の概要をレポートする。

<本統計調査報告についての注意点>

- 本報告は、JVA会員社が発売、販売する自社作品および他社作品の出荷段階の売上をまとめた統計である。
- 返品分は金額、数量とも調査時点において差し引いている。
- DVDとブルーレイのコンボ作品はブルーレイにカウントしている。
- 「日本の子供向け(アニメーション)」などにある“子供向け”とは、目安として9歳以下の子供を対象とした作品のこと。

▼表1.ビデオソフトの売上

摘 要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
D V D ビ デ オ	116,370	56.8%	93.7%	54,264,082	74.2%	104.0%
ブルーレイ(ULTRA HD Blu-rayを含む)	88,357	43.2%	94.1%	18,836,391	25.8%	92.8%
ビデオソフトの総売上	204,727	100.0%	93.9%	73,100,473	100.0%	100.8%

▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	69,507	59.7%	95.4%	21,156,933	39.0%	88.0%
特殊ルート	574	0.5%	—	2,814,153	5.2%	—
レンタル店用(個人向)	45,144	38.8%	89.6%	29,327,759	54.1%	106.2%
業務用	1,145	1.0%	120.1%	965,237	1.8%	184.5%

▼表3.ブルーレイ(ULTRA HD Blu-rayを含む)の流通チャネル別売上

	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	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	83,658	94.7%	93.2%	16,285,461	86.5%	89.5%
特殊ルート	442	0.5%	—	120,770	0.6%	—
レンタル店用(個人向)	3,965	4.5%	102.7%	2,387,205	12.7%	116.4%
業務用	292	0.3%	119.3%	42,955	0.2%	73.8%

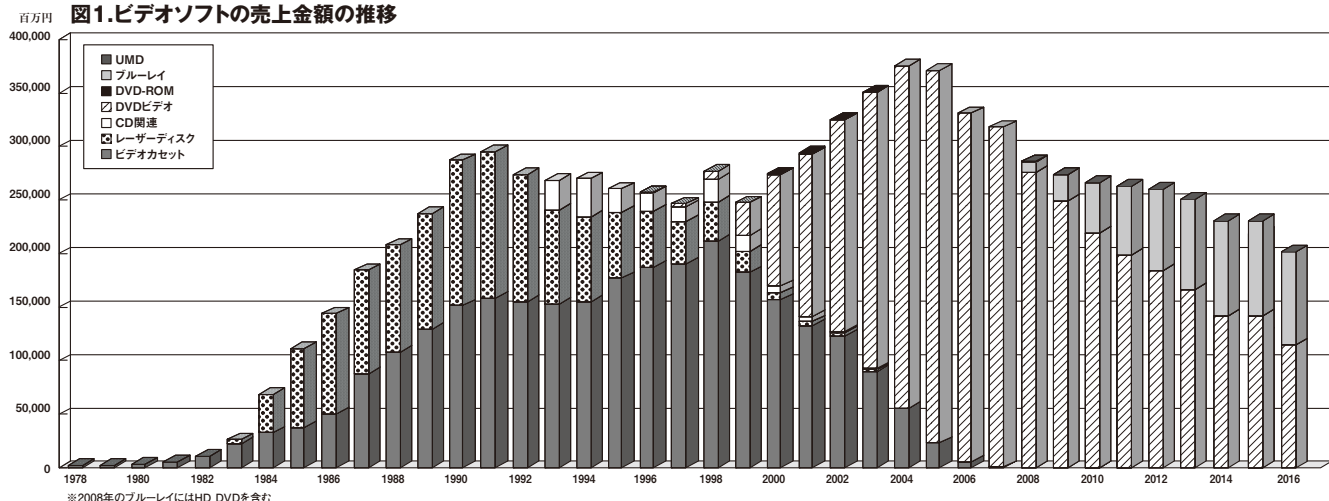
▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	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	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	153,165	74.8%	94.2%	37,442,394	51.2%	88.6%
特殊ルート	1,016	0.5%	—	2,934,923	4.0%	—
レンタル店用(個人向)	49,109	24.0%	90.5%	31,714,964	43.4%	106.9%
業務用	1,437	0.7%	119.9%	1,008,192	1.4%	173.5%

▼表5.平均単価(金額を数量で割った値)

	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,145	90.1%
販売用(個人向)	3,285	108.4%
レンタル店用(個人向)	1,539	84.4%
ブルーレイ(ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,691	101.5%
販売用(個人向)	5,137	104.1%
レンタル店用(個人向)	1,661	88.2%

図1.ビデオソフトの売上金額の推移



2016年(1月～12月)の実績について

※2016年調査より、雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの売上を「特殊ルート」として調査の対象に含むこととした。

※2016年よりULTRA HD Blu-rayを調査の対象としているが、当分の間、その実績はブルーレイの売上に含んで報告することとした。

1. 2016年のビデオソフトの総売上は2047億7700万円で前年比93.9%となった。上半期は1025億7700万円で前年同期比100.6%と2015年の上半期をわずかに上回る実績となったが、下半期が1021億5000万円で前年同期比87.9%と伸び悩み、年間実績で前年を割り込んだ。

ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、DVDビデオが1163億7000万円で前年比93.7%、ブルーレイが883億5700万円で前年比94.1%と、両方のフォーマットで前年を割り込んだ。DVDビデオとブルーレイの売上金額における構成比は56.8：43.2となり、ほぼ前年と同じ割合だった。＜表1＞

2. ビデオソフト全体の売上金額を流通チャネル別に見てみると、販売用が1531億6500万円で前年比94.2%、レンタル店用は491億900万円で同90.5%となった。本年、新たに調査

対象に加えた特殊ルートの売上金額は10億1600万円となった。販売用、特殊ルート、レンタル店用、業務用の売上金額における割合は、748対0.5対240対0.7となった。＜表4＞

3. 販売用全体（DVDビデオとブルーレイの合計）の売上金額におけるDVDビデオとブルーレイの割合は45.4：54.6となり、2014年以降はブルーレイの割合が過半を占めている。

販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると『音楽（邦楽）』が35.0%を占め、前年に引き続き構成比1位となり、前年比102.5%と好調に推移した。構成比2位の『日本のアニメーション（一般向け）』は前年比85.3%と1割以上の減少となった。続く『洋画（TVドラマを除く）』も前年比96.3%、『邦画（TVドラマを除く）』も同94.5%にとどまったが、『海外のTVドラマ』は好調で同123.4%と伸長した。

各ジャンルの売上金額におけるブルーレイの割合は、『日本のアニメーション（一般向け）』が76.6%、『洋画（TVドラマを除く）』が68.1%、『邦画（TVドラマを除く）』が47.5%、『音楽（邦楽）』も43.5%と高くなっている。また、売上金額は大きくはないが『海外アニメーション（一般向け）』は93.5%がブルーレイによる売上となっている。＜表6＞

図2.各市場規模の推移

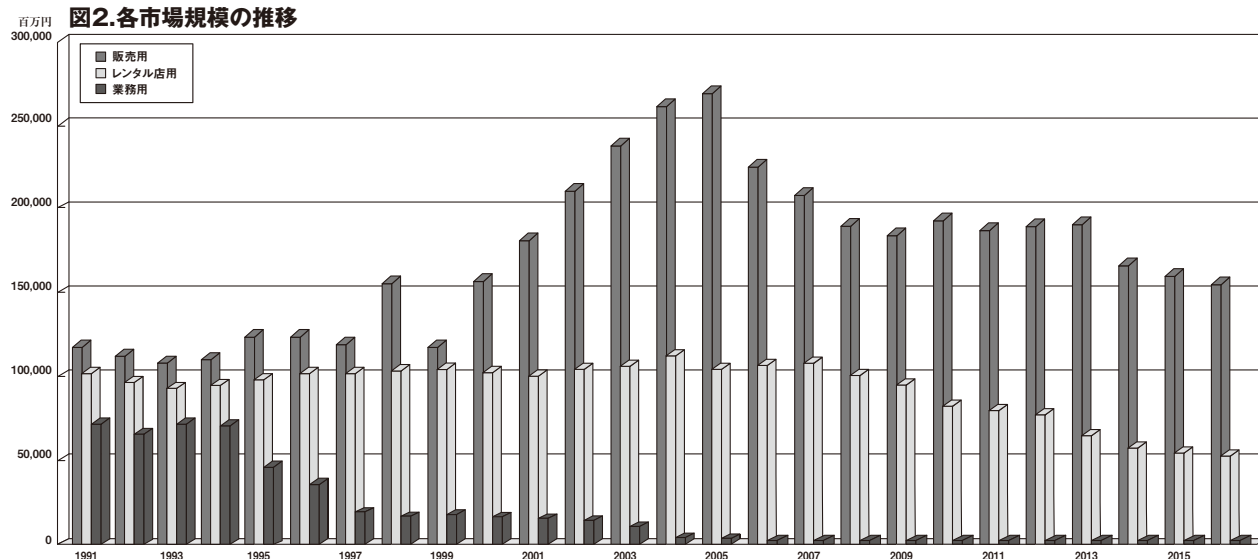
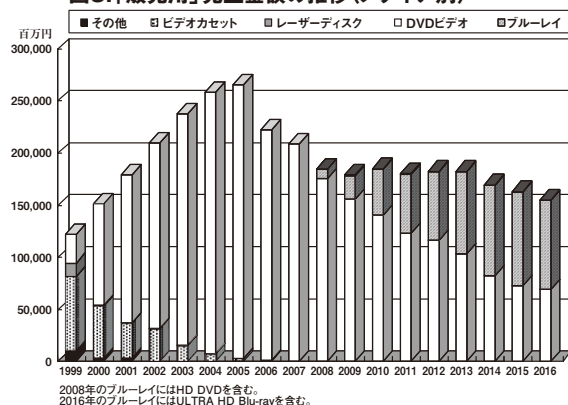
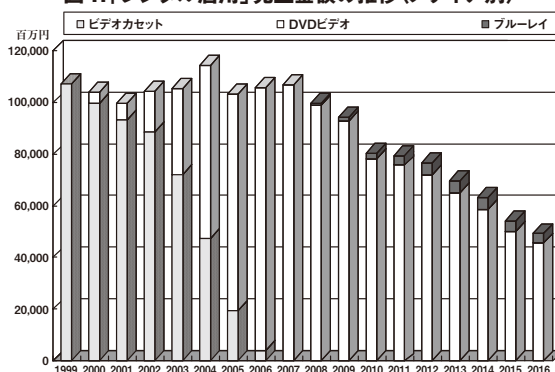


図3.「販売用」売上金額の推移(メディア別)



2008年のブルーレイにはHD DVDを含む。
2016年のブルーレイにはULTRA HD Blu-rayを含む。

図4.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)



4. ブルーレイの販売用の売上金額は836億5800万円で前年比93.2%となった。

ジャンル別では、構成比1位は38.3%を占める『日本のアニメーション（一般向け）』だが、前年比は82.4%と割り込んだ。これに対し、構成比2位（27.9%）となった『音楽（邦楽）』は前年比104.2%、また3位（14.5%）の『洋画（TVドラマを除く）』も同102.4%と伸長したが、『日本のアニメーション（一般向け）』のダウンが全体に大きく響くこととなった。第4位（4.2%）の『邦画（TVドラマを除く）』は前年比99.7%、第5位（3.8%）の『海外のアニメーション（一般向け）』も同97.0%とやや前年を割り込んだ。＜表6＞

5. DVDビデオの販売用の売上金額は695億700万円で前年比95.4%となった。ジャンル別では、全体の43.6%を『音楽（邦楽）』が占め、前年比101.2%となった。第2位（構成比14.1%）は『日本のアニメーション（一般向け）』だったが前年比は96.2%、第3位（同8.2%）の『洋画（TVドラマを除く）』も同85.6%、第4位（同5.6%）の『邦画（TVドラマを除く）』も同90.1%と振るわなかったが、同率第4位の『海外のTVドラマ』は同112.3%の伸長となった。＜表6＞

6. レンタル店用全体（DVDビデオとブルーレイの合

計）の売上金額におけるDVDビデオとブルーレイの割合は91.9：8.1（前年は92.9：7.1）となり、DVDビデオが主流を占めているが、徐々にブルーレイの比率が増加している。DVDビデオのレンタル店用の売上金額は451億4400万円で前年比89.6%と減少が続いているが、ブルーレイのレンタル店用は39億6500万円で、前年比102.7%とわずかながら前年を上回った。＜表2、3＞

7. レンタル店用全体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）』が23.4%を占め構成比第1位、構成比2位は『日本のアニメーション（一般向け）』（構成比17.0%）、第3位は『邦画（TVドラマを除く）』（同16.3%）、第4位が『アジアのTVドラマ』（12.9%）と続くが、6.5%～13.5%減と、いずれのジャンルも前年を割り込んだ。

売上金額におけるブルーレイの割合が最も高いのは『洋画（TVドラマを除く）』で、売上金額の22.3%を占めた。＜表7＞

8. DVDビデオのレンタル店用のジャンル別売上金額では、『洋画（TVドラマを除く）』が構成比19.8%を占めたが、前年比88.8%、『日本のアニメーション（一般向け）』が18.3%を占め同92.4%、『邦画（TVドラマを除く）』が15.9%を占め同93.2%、『アジアのTVドラ

▼表6.販売用（個人向け）の集計

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	7,482	4.9%	94.5%	3,927	5.6%	90.1%	3,555	4.2%	99.7%
日本のTVドラマ	6,399	4.2%	99.9%	3,676	5.3%	96.2%	2,723	3.3%	105.3%
洋画(TVドラマを除く)	17,777	11.6%	96.3%	5,673	8.2%	85.6%	12,104	14.5%	102.4%
海外のTVドラマ	5,728	3.7%	123.4%	3,889	5.6%	112.3%	1,839	2.2%	155.7%
アジアの映画	428	0.3%	82.9%	248	0.4%	72.9%	180	0.2%	102.3%
アジアのTVドラマ	1,997	1.3%	83.7%	1,788	2.6%	90.3%	209	0.2%	51.5%
日本のアニメーション(一般向け)	41,819	27.3%	85.3%	9,806	14.1%	96.2%	32,043	38.3%	82.4%
海外のアニメーション(一般向け)	3,411	2.2%	91.2%	221	0.3%	48.8%	3,190	3.8%	97.0%
日本の子供向け(アニメーション)	2,176	1.4%	59.0%	1,841	2.6%	68.2%	335	0.4%	33.8%
日本の子供向け(アニメーション以外)	2,433	1.6%	142.4%	1,015	1.5%	136.2%	1,418	1.7%	147.1%
海外の子供向け(アニメーション)	1,553	1.0%	70.9%	1,081	1.6%	79.4%	472	0.6%	57.1%
海外の子供向け(アニメーション以外)	2	0.0%	200.0%	2	0.0%	200.0%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	53,637	35.0%	102.5%	30,299	43.6%	101.2%	23,338	27.9%	104.2%
音楽(洋楽)	913	0.6%	62.3%	532	0.8%	89.0%	381	0.5%	43.9%
ビデオカラオケ	57	0.0%	178.1%	57	0.1%	178.1%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	4,775	3.1%	86.5%	3,820	5.5%	86.4%	955	1.1%	86.9%
スポーツ	378	0.2%	56.3%	319	0.5%	68.0%	59	0.1%	29.2%
学校教育・企業教育・語学教育	204	0.1%	143.7%	197	0.3%	138.7%	7	0.0%	—
成人娯楽	1	0.0%	100.0%	1	0.0%	100.0%	0	0.0%	—
その他	1,965	1.3%	112.7%	1,115	1.6%	91.4%	850	1.0%	162.2%
計	153,165	100.0%	94.2%	69,507	100.0%	95.4%	83,658	100.0%	93.2%

図5.全メディアの「販売用」ジャンル別売上金額推移

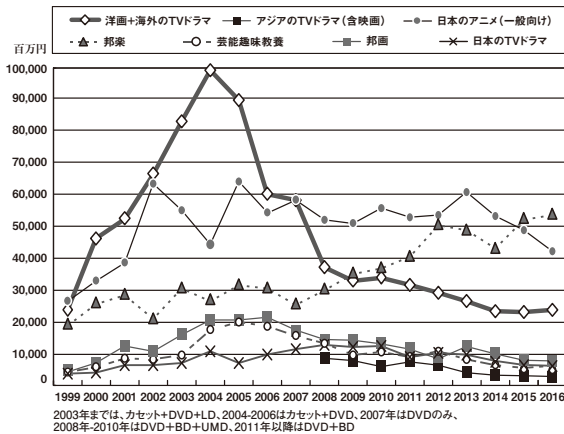
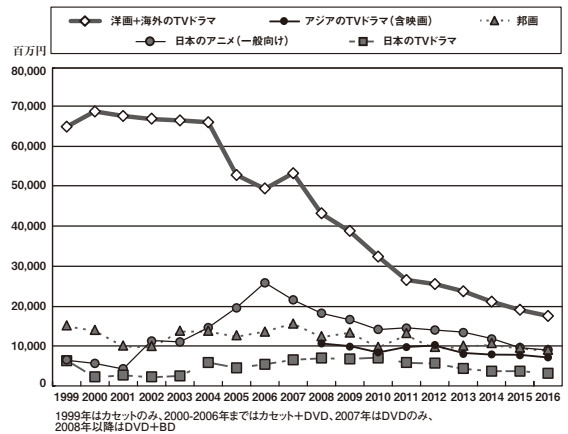


図6.全メディアの「レンタル店用」ジャンル別売上金額推移



マ』が14.0%を占め同86.5%、『海外のTVドラマ』が12.5%を占め同86.9%と、主だったジャンルで前年を下回った。

ブルーレイのレンタル店用のジャンル別売上金額では、全体の64.8%を『洋画（TVドラマを除く）』が占め、前年比107.7%と伸長した。『邦画（TVドラマを除く）』は20.9%を占めたが同93.6%にとどまった。＜表7＞
9. 売上金額を売上数量で割って単純に求めた1枚当たりの単価を見てみると、DVDビデオの販売用の平均単価

が3,285円で前年比108.4%、ブルーレイの販売用も5,137円で同104.1%となり、2年連続で販売用は全体的に平均価格が上昇した。DVDビデオ、ブルーレイともに、販売用の主流ジャンルである『日本のアニメーション（一般向け）』『音楽（邦楽）』の平均単価が上昇していることが影響している。

これに対しレンタル店用はDVDビデオが1,539円で前年比84.4%、ブルーレイが1,661円で同88.2%となり、価格の下落傾向が続いている。＜表5＞

▼表7.レンタル店用(個人向け)の集計

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	8,011	16.3%	93.2%	7,184	15.9%	93.2%	827	20.9%	93.6%
日本のTVドラマ	2,627	5.3%	85.0%	2,619	5.8%	84.9%	8	0.2%	133.3%
洋画(TVドラマを除く)	11,502	23.4%	92.4%	8,933	19.8%	88.8%	2,569	64.8%	107.7%
海外のTVドラマ	5,666	11.5%	86.6%	5,646	12.5%	86.9%	20	0.5%	50.0%
アジアの映画	338	0.7%	74.4%	309	0.7%	71.2%	29	0.7%	145.0%
アジアのTVドラマ	6,314	12.9%	86.5%	6,314	14.0%	86.5%	0	0.0%	—
日本のアニメーション(一般向け)	8,363	17.0%	91.9%	8,240	18.3%	92.4%	123	3.1%	66.8%
海外のアニメーション(一般向け)	1,643	3.3%	104.5%	1,345	3.0%	106.2%	298	7.5%	97.1%
日本の子供向け(アニメーション)	2,032	4.1%	73.6%	2,032	4.5%	73.8%	0	0.0%	0.0%
日本の子供向け(アニメーション以外)	603	1.2%	101.2%	601	1.3%	101.0%	2	0.1%	200.0%
海外の子供向け(アニメーション)	853	1.7%	130.6%	769	1.7%	121.9%	89	2.2%	342.3%
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	2	0.0%	6.1%	2	0.0%	6.7%	0	0.0%	0.0%
音楽(洋楽)	1	0.0%	—	1	0.0%	—	0	0.0%	—
ビデオカラオケ	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	1,049	2.1%	104.0%	1,049	2.3%	104.0%	0	0.0%	—
スポーツ	3	0.0%	42.9%	3	0.0%	42.9%	0	0.0%	—
学校教育・企業教育・語学教育	3	0.0%	150.0%	3	0.0%	150.0%	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	94	0.2%	92.2%	94	0.2%	92.2%	0	0.0%	—
計	49,109	100.0%	90.5%	45,144	100.0%	89.6%	3,965	100.0%	102.7%

第362回臨時理事会、第363回、364回定例理事会開催報告

2017年1月23日(火)午後4時より、当協会会議室において**第362回臨時理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 2016年「ビデオの日」最終報告書(案)承認の件・・・承認
第2号議案 2017年「ビデオの日」活動方針(案)承認の件・・・承認

2017年2月7日(火)午後2時より、当協会会議室において**第363回定例理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 「第30回DVD&ブルーレイでーた大賞」に対する後援名義使用及び会長賞設定承認件・・・承認
第2号議案 NPO法人JAVCOM No.148セミナーにする後援名義使用承認の件・・・承認
第3号議案 「第2回関西放送機器展」への後援名義使用承認の件・・・承認

●報告事項

各部会報告について／2017年賀詞交換会開催結果について

／知財関係報告(2016/12～2017/1)／2016年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について／2016年11月度・12月度映像配信統計報告について／その他

2017年3月7日(火)午後2時より、当協会会議室において**第364回定例理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 2017年度事業計画(案)承認の件・・・承認
第2号議案 2017年度収支予算(案)承認の件・・・承認
第3号議案 「2017年音楽著作権管理者養成講座」開催の後援名義使用承認の件・・・承認
第4号議案 「OTOTEN(audio.visual festival 2017)」に対する後援名義使用承認の件・・・承認
第5号議案 「MIDEM/JAPAN STAND 2016」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

●報告事項

各部会報告について／知財関係報告(2017/2)／2017年度新入社員合同研修会開催について／2016年統計調査報告書について／2017年1月度ビデオソフト売上速報について／2017年1月度映像配信統計報告について／その他

著作権関連 COPYRIGHT

法制・基本小委「中間まとめ」に対する意見提出

文化庁は、2月28日から3月29日にかけて「文化審議会著作権分科会法制・基本問題小委員会中間まとめ」（以下「中間まとめ」という。）に対する意見募集を行った。当協会はこの意見募集に対し、3月29日に意見を提出した。以下、「中間まとめ」と当協会意見について報告する。

1. 「中間まとめ」の概要

「中間まとめ」は以下の4章で構成される。

- 第1章 新たな時代のニーズに的確に対応した権利制限規定の在り方等
第2章 教育の情報化の推進
第3章 障害者の情報アクセス機会の充実
第4章 著作物等のアーカイブの利活用促進

第1章では、10年来主張されてきた「柔軟性の高い権利制限規定」創設に関し、行為類型を3類型に分けて、それぞれ「柔軟性の高い権利制限規定」、「柔軟性のある権利制限規定」、「立法府が適切な柔軟性の在り方を検討した権利制限規定」が適当との提言をしている。

第2章では、教育機関における複製等に関する権利制限

規定（著作権法35条）を改正して、ICT活用教育における著作物の送信行為を可能とするため、異時公衆送信（授業の時間とは異なる時間に公衆送信すること）についての権利制限規定を追加し、それに伴い補償金請求権を付与することを提言している（84頁）。

第3章では、マラケシュ条約締結のための法整備として、視覚障害者等のための権利制限規定である法37条3項の受益者の範囲と利用行為の拡大が提言されている。前者は、身体障害により読字に支障がある者の追加であり、後者は、録音図書等を図書館等がメール送信サービスを行うことを追加することである。

第4章では、以下の3つの法改正が提言されている。

第1は、国立国会図書館が行う絶版等資料の自動公衆送信の送信先に、外国の図書館等類似施設を追加することである。現行法では、図書館等が送信先とされており、政令では公共図書館や大学図書館等を定めている。

第2は、美術又は写真の著作物を原作品で展示する者が電子機器を用いて観覧者に著作物の解説等を行うことや展

示作品情報をサムネイル画像を使って提供することができるようにする法改正が提言されている。現行法では、小冊子で著作物の解説等を行う場合に当該著作物を掲載できているが、小冊子だけでなく電子機器による解説等ができるようにする趣旨である。

第3は、権利者不明の場合の文化庁長官裁定で著作物を利用する場合についてである。現行法では、文化庁長官の裁定によって著作物を利用する場合には、補償金を供託することが必要である。この場合の利用者が公的機関の場合には、権利者が現れた場合に補償金を支払うこととし、補償金の事前供託を不要とする法改正が提言されている。

2. 当協会の意見の概要

当協会は、「中間まとめ」の上記提言のうち第1章に関し意見を提出した。第2章以下の法改正提言は映画の著作物の著作権を制限する内容ではないと思われるため、意見を提出しなかった。

もっとも、教育機関における異時公衆送信は、改正法案の文理上、映画の著作物が含まれると予想される。

しかし、この法改正提言は、教育分野に関係する権利者団体との協議を経て出されており、権利者団体37団体で設置された「教育利用に関する著作権等管理協議会」が制度の受け皿づくりを検討している。そして、この協議会には映像関係の権利者団体は参加していないし、参加要請も受けていない。

したがって、映像の異時公衆送信は予定されていないと思われる。

第1章の「新たな時代のニーズに的確に対応した権利制限規定の在り方等」に関しては以下の3つの論点について意見を提出した。

(1) 総論的な意見

第1は、柔軟性の高い(ある)権利制限規定創設の提言に対する総論的な意見を以下のとおり提出した。

【意見】

当協会は、2015年に御庁が実施された「著作物等の利用円滑化のためのニーズの募集」に対し、「柔軟性の高い権利制限規定」導入には、立法目的の正当性、手段の相当性及び条約適合性等の点で問題があり導入すべきではない旨の意見を提出し、併せて、立法目的の正当性、手段の相当性及び条約適合性について慎重な検討を要望いたしました。

「本中間まとめ」では、第1層について「柔軟性の高い権利制限規定」を導入することとしており、上記当協会の意見の第1は退けられています。

しかし、「本中間まとめ」は、(1)柔軟な権利制限規定を設けた場合の影響等についての詳細な調査結果を踏まえ慎重な検討を経た結論であること、(2)当協会が要望いたしました立法目的の正当性、手段の相当性及び条約適合性についても慎重に検討していただいたこと、(3)著作物の通常の利用を妨げることがなく権利者の利益を不当に害することがないよう慎重なご配慮いただいていること、等、上記当協会意見で要望いたしました他の事項につきましては、ご

配慮をいただいたものと認識しています。多様な意見が主張された中、様々な論点を丁寧にご審議いただきましたことに対し御礼申し上げます。

立法化に際しては、「本中間まとめ」に示された権利制限の範囲を超えることのないよう変わらぬご配慮を要望いたします。

(2) 立法化にあたっての要望

第2は立法化にあたっての意見である。以下のとおり、「中間まとめ」が指摘するように権利者等の正当な権利が保護されるよう配慮を要望した。

【意見】

権利制限規定の柔軟性は、ある著作物の利用行為がその規定に該当する方向に柔軟性があるだけでなく、該当しない方向にも柔軟性がなければなりません。「道しるべ」としての著作物の表示は表示される著作物の量が少量であることが必要条件ですが、たとえ表示される量が少量でもそれが映画の核心部分である場合等は軽微な利用とはいえません。

「本中間まとめ」49頁で「事案ごとに権利者に及び得る不利益の度合いに応じて対応がなされるような制度設計を行うべき」とした緻密な利益較量は、立法化においても実現されることを要望いたします。

また、「本中間まとめ」51頁では、WTが実施したヒアリングで将来の取材活動が制約されることへの懸念や人権やプライバシーの問題等の指摘があったことを記しています。そして、「本中間まとめ」では「権利制限規定の整備によって、パブリシティ権を含む肖像権やプライバシー権など、著作権法上の保護を受ける権利以外の権利の侵害が認められることとなるものと解してはならない。」と述べています。

これらの記述を受けて、52頁では「当該規定の整備前と同様に、これらの権利を適切に保護することに留意する必要がある。」と結んでいます。

「本中間まとめ」46頁では、「社会に新たな知見や情報をもたらす、付加価値を創出する」点に権利制限の正当化根拠があるとしています。肖像権やプライバシー権等、個人の尊厳に関わるこれらの権利は、社会全体の利益に劣後するものではありませんので、「本中間まとめ」51頁から52頁の指摘はまさに正鵠を得た重要な視点だと考えます。著作権だけでなく幅広い視点から提言をおまとめいただきましたことに、心より敬意を表するものです。

ところで、国立国会図書館納本制度調査会の平成11年2月22日付「答申 21世紀を展望した我が国の納本制度の在り方 -電子出版物を中心に-」も著作物の収集と著作権以外の権利との関係について、幅広い視野と深い知見に基づいて論じています。

その11頁では、著作権者の意思に反する著作物の収集について、「人格権との関係で問題となることもあり得よう。」と「本中間まとめ」の上記視点と同旨の問題点を指摘しています。この納本制度調査会の答申では、加えて、

言論活動に対する萎縮効果を生じさせる懸念が指摘されているところだ。

「本中間まとめ」の提言は、新たな知見や情報をもたらすこと等を目的としているのですから、言論活動に対する萎縮効果を生じさせてしまえば本末転倒となってしまいます。

したがって、「本中間まとめ」の提言に基づく第1層、第2層の制度設計にあたっては、肖像権やプライバシー権等の権利が保護され、言論活動に対する萎縮効果を生じさせないよう、慎重なご配慮を要望いたします。

(3) メディア変換サービスに関する意見

第3はメディア変換サービスに関する意見である。その要旨は以下のとおりである。

【意見要旨】

「本中間まとめ」32頁では、2015年の意見募集において提出されたもののうち「正当化根拠の説明が困難と思われる事例」としてメディア変換サービスを位置づけているようにも思われる。

他方、「本中間まとめ」66頁では、メディア変換サービスを「順次検討を行うことが適当である。」としているのはわかりにくい。

とはいえ、今後検討ということなので、メディア変換サービスについての当協会の意見を以下に述べる。

米国連邦最高裁のベータマックス訴訟判決では、「もしベータマックスが商業的又は営利的目的でコピーを作った

めに使われたならば、そのような利用はアンフェアと推定される。」と判示している（“IV B Unauthorized Time-Shifting”の第2パラグラフ）。

英国著作権法28条のB第1項でも私的複製の権利制限は「直接的又は間接的に商業目的ではなくつくられた複製物である場合」に限られている。また、70条のタイムシフト規定も権利制限の対象は複製場所が家庭の構内に限定されている。

ドイツではメディア変換サービスが権利制限の対象とされているのは無料の場合か写真製版又はそれに類似する方法で紙又は紙類似の支持物に複製する場合だけで、書籍や雑誌の実質的に完全な複製は常に許諾を必要とする（53条1項、4項）。

フランスでは、私的複製に関する権利制限を定めた知的財産法L122-5条2項で、複製する者の私的使用に厳密に当てられる（reserves）場合に限定されている。

わが国の私的複製の権利制限規定が複製主体を私的使用する者に限定しているのは、私的複製の量が際限なく増えないようにする趣旨である。私的録音録画補償金制度創設は、複製技術の進歩により大量の私的複製が行われるようになったためであるのに、複製主体を拡大してしまえばさらに複製量が増大する。

したがって、メディア変換サービスについての権利制限はまったく正当性がない。

不正商品対策協議会

THE ANTI-COUNTERFEITING ASSOCIATION

不正商品対策協議会定時総会開催報告

不正商品対策協議会(ACA)は、2017年3月8日(水)午後6時より、大手町サンケイプラザにおいて第32期定時総会を開催した。

昨年度より就任した島谷能成代表幹事(JVA会長)の議事進行により、次の(1)(2)(3)議案が諮られ、原案どおり全会一致で承認された。

(1) 2016年度事業報告及び2016年度決算報告承認の件

2016年度は、ACA設立30周年の記念の年として、警察庁の支援のもと関係省庁、関係団体と連携して、知的財産の保護と不正商品の排除に係わる各種事業を積極的に展開した。

ACA設立日である8月7日から、記念シンポジウム開催日である12月19日の間を「設立30周年記念 模倣品・海賊版撲滅キャンペーン」として、ホームページ上で広報啓発活動をした。

12月19日には、30周年記念事業として、JPタワーホールにおいて、「アジア知的財産権シンポジウム2016」及び記念レセプションを開催した。

各種広報啓発活動としては、「第5回著作権を守ろう！ポスターコンクール」を開催した。また今回で13回目となる知的財産保護に関する啓発リーフレットを製作・配布した。その他外部主催の各種イベントへの出展参加は、サイバー犯罪防止キャ

ンペーンなど9行事を行った。

(2) 役員改選の件

役員の改選が行われ代表幹事には、日本映像ソフト協会の島谷能成会長、副代表幹事には日本レコード協会の斉藤正明会長、日本音楽著作権協会の浅石道夫理事長が再任された。

(3) 2017年度事業計画及び2017年度収支予算承認の件

2017年度の事業計画としては、広報・啓発キャンペーンを従前の年間1都市における集中的な開催ではなく、複数都市を対象に開催する。各開催には地元警察の支援を受け効果的なキャンペーンを目指す。

また、各種広報啓発活動としては、「第6回著作権を守ろう！ポスターコンクール」の開催、「第14回啓発リーフレット」の製作・配布、研修会への講師派遣や消費生活展等の各種展示会に出展参加など、広く国民に対して、知的財産の保護に関する広報・啓発活動を推進する。

調査・研究活動についても、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)との連携をさらに強化し国境を越えた知的財産の侵害と不正商品の排除に取り組むなど、昨年同様に力を入れることとされた。

(執筆：ACA事務局)

中国の違法漫画配信サイト、被告3名に有罪判決

成都市温江区法院（裁判所）は2月、ウェブサイト「愛漫画（imanhua.com）」が、権利者に無断で漫画をアップロードし送信できる状態にしていた事件に関し、同サイト責任者など男性3名に対して、それぞれ有罪判決を言い渡した。

中国において、日本を中心とした海外権利者の漫画配信に関する著作権侵害事件で刑事処罰が確定したのはこれが初めてのケースである。

事件の概要は以下の通り。

- ① 被告人らは、2014年8月に「深圳市漫遊文化科技有限公司」を設立。漫画配信サイト「愛漫画」を開設し、日本、韓国、アメリカなどの漫画作品を含む約6,000作品を掲載していた。その多くは無許諾アップロードである。サイト上にはアフィリエイト広告のリンクが設置されており、男性らはこれにより、8カ月の間に180万元(約3,000万円)の暴利を得ていた。
- ② 日本の漫画作品について中国で独占的なライセンスを取得している中国の企業が「愛漫画」を問題視し、中国当局に対応を求めた。その結果として行政手続きにより、無許諾でアップロードされたコンテンツの削除や、罰金が科されるなどした。しかし行政処罰で科される罰金は少額であり、同サイト運営で得る利益はこの罰金をはるかに超えるものであったことから、同サイトは一時的閉鎖ののちすぐ再開するなど営業は実質上継続されていた。
- ③ この情報を得た成都市公安局はCODAに対し、「愛漫画」にアップされている日本の漫画作品の使用許諾の有無について照会を行った。それを受けCODAは、(株)集英社をはじめとした日本の出版社5社から、「愛漫画」に対して許諾した事実はない旨の回答を受け通知書に取りまとめて提出した。
- ④ 2015年4月15日成都市公安局の特別捜査チームは、(株)集英社が著作権を有する漫画作品「ONE PIECE」、「NARUTO -ナルト-」などを無断でアップロードして不特定多数のインターネットユーザーに対して送信できるようにしていたとして、上海、蘇州、揚州等の各地に存在する「愛漫画」のサーバー、パソコン19台、複数枚の銀行カードなどを押収し、責任者3人を逮捕した。この事件に対しては、中国公安部が成都市公安局にエリアを超えての捜査を可能とする「指定授權書」を発行し、国家版權局が四川省の版權局に特別予算を措置するなど、中国政府も地方政府を支援するなど各方面から力を注いだ体制のもと捜査が行われた報道とされている。
- ⑤ 2015年5月30日から6月20日にかけて押収されたサー

バー等のデータ分析が行われ、この結果に基づきCODAは、日本の漫画5,216作品を確認した。報道によると、そのほかにも中国IT大手の騰訊(Tencent)が著作権を有する美術6作品、韓国の漫画23作品も無断にアップされていたことが確認されている。

- ⑥ 成都市温江区法院（裁判所）は2月、主犯とされる取締役男性A・Bに対しそれぞれ懲役3年・執行猶予4年・罰金100万元(約1,600万円)、従犯とされる代表取締役男性Cに対して懲役2年・執行猶予3年・罰金50万元(約800万円)の有罪判決を言い渡した。

今回のケースは、中国での現地ライセンスを介した中国政府への働きかけによる権利行使が大きな成果に結びついた成功事例である。

これまで中国の著作権侵害に関する、日本からの権利行使は苦汁を飲まされてきた。しかし、今回の事案をきっかけとした新たな対策のひとつとして、今後の参考にしていきたい。

CODAでは、2013年度より経済産業省の事業の一環として、出版社や弁護士などをメンバーとする「出版海賊版対策有識者委員会」を設置し、出版物における著作権侵害対策などについて具体的検討を重ねている。本件「愛漫画」の事件についてもこの委員会を通じて迅速かつ適切に対処することができた。

また本件に関連し、3月7日に行われたCODA理事会において、(株)講談社、(株)集英社、(株)小学館という日本を代表する出版社のCODA入会が承認されている。

CODAは今後も引き続き、現地政府機関、業界団体、事業者等との関係構築を行い、海外における効果的な著作権侵害対策を行っていく。

(執筆：CODA事務局)

▼男性らが運営していた「愛漫画」





リレーエッセイ 124

(株)JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント 菅原 洋介 氏からのご紹介

●瀬井 哲也 氏(株)バップ 取締役執行役員)

「いっそのこと捨ててしまわない?」

昨年秋に我が家に新しい家族仲間入りしました。毎日にぎやかですが、子供の成長にあわせてベビーベッド、玩具等々の子供用品があちこちに散らばり、日に日に家が狭くなっていくのを感じてしまいます。

「不要なものはいっそのこと捨ててしまわない?」突然、妻が切り出してきたのです。言葉が、ザクッと胸に突き刺さりました。この日が来ることを恐れていたのです。「とほほ…」

書籍、様々なコレクション、どれもこれも私にとってはこだわりの逸品です。ただ、子どものことを思うと決断の時ではあります。女性の潔さは本物です。2週間たらずで、尾崎豊、ミスチルのカセット・CD以外は、衣類、靴、バック等々ほとんど生活に困らない範囲で彼女の分はすべて処分したようです。

覚悟を決めました。私の番です。はじめてのブックオフ。書籍はすべて売却。パソコン、ゲーム、健康器具、ゴルフ道具類は、妻に頼んでヤフオクです。辛い日々が続きます。高校時代に喫煙が見つかってバリカンを頭に入れられたような感覚です。

作業から2か月目に入ったところで、押入れの中からあずき色のケースが出てきました。20年以上もふたを開けていないケースです。中学から使っていたヤマハのサクソでした。「ああこれがあったか」そっとケースを開くと、早く息を入れてくれと言わんばかりにゴールドラッカーの輝きが目に飛び込んできました。当時狂ったように練習していた楽譜、所属していたバンドのセットリストの紙がそのままの状態です。

私がアメリカに渡ったのは、1985年夏。19歳でした。増尾好秋に憧れ、「音楽やるならアメリカだ」と大学を1か月足らずで辞めて親の反対を押し切り武者修行の旅。私がかたどり着いたのは、中

西部のミズーリ・セントルイスという田舎でした。ダウントウンに行くストリートのあちこちで音が楽しめるジャズやブルースが盛んな街です。そこでビッグバンドのオーディションを受け、編成としては40人規模のモダン・クールジャズを中心に演奏するバンドに入りました。アジア人は私一人です。

アメリカ人はとにかく音がデカイ。最初の印象です。これほどまでに大きな音が響く楽器はどこのメーカーなんだ?どこ製?バンドメンバーの楽器ロゴをのぞいてみました。驚いたことにメンバーのほとんどが私と同じヤマハの楽器を使っているのです。

なぜ、ヤマハを使っているのかとメンバーに問うと…「世界のサクソフォン2大メーカーと言えばセルマーとヤマハに決まっているよ!クラシックをやるのであれば、フランス製。ジャズをやるのであれば、アメリカ製だよ」なんと、ヤマハはアメリカ製だったのかと苦笑いです。バンドは、全米各地をツアーする、まさに仕事があればどこへでもいきますよ的なビッグバンド界のよろずやです。1万人規模のフェスからアメフトの試合、刑務所内での演奏会まで東西南北、様々な都市をおんぼろバスで回りました。10万キロ以上を走り、5000曲以上を演奏。過酷な4年間でしたが、ジャズという音楽を深く感じる事ができた貴重な経験ではありました。ダニーは、いまごろ何やってるんだろう? ジェームスは、いいおっさんになったんだろうなあ。後でフェイスブックで調べてみようかな。

そうこう当時を回想していたら、背後から…「いつまで何やってるの!」と妻の声。そそくさと30年前の思い出にふたをしました。息子(七音(なおと))が、物心ついた頃にプレゼントしようと思い、もう少しだけヤマハを大事にすることにしました。

▼日誌に見る協会の動き

[1月]

- 6日 新年賀詞交歓会
- 18日 マーケティング委員会
- 19日 市場活性化キャンペーンWG
消費者委員会
- 23日 臨時理事会
- 25日 総務人事委員会
- 26日 業務部会幹事会
- 31日 配信マーケティング委員会

[2月]

- 2日 ACA企画広報部会
- 3日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 7日 JASRAC協議
定例理事会

eメディア部会運営委員会

- 8日 マーケティング委員会
- 10日 業務使用対策委員会
- 13日 日本脚本家連盟協議
- 14日 総合連絡委員会
- 21日 市場活性化キャンペーンWG
- 23日 業務部会幹事会
- 28日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル・PR)

[3月]

- 2日 マーケット調査委員会
ユーザー動向調査グループ
- 3日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 7日 定例理事会
- 8日 映像配信統計担当者説明会

「ビデオの日」セル分科会

- マーケティング委員会
- 10日 業務使用対策委員会
- 14日 2016年統計調査記者発表
総合連絡委員会
- 「ビデオの日」レンタル分科会
- 17日 マーケット調査委員会
ユーザー動向調査グループ
- 21日 「ビデオの日」セル分科会
- 22日 市場活性化キャンペーンWG
- 28日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル・PR)
- 29日 広報委員会
- 30日 業務部会幹事会

統計

JVA会員によるメーカー出荷段階の金額、数量について集計した統計調査

2016年12月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	12 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1 月 ～ 12 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(個人向)	9,233	65.4%	89.7%	3,027	48.3%	93.6%	575	76.6%	増 減 14社 14社 その他 2社	69,223	59.6%	95.0%	21,103	39.1%	88.0%	5,188	85.8%
特殊ルート	94	0.7%	—	140	2.2%	—	2	0.0%		810	0.7%	—	2,731	5.1%	—	497	0.0%
レンタル店用	4,677	33.1%	100.9%	3,056	48.8%	119.1%	550	127.6%		44,960	38.7%	89.1%	29,180	54.0%	106.0%	4,925	98.7%
業務用	109	0.8%	162.7%	43	0.7%	269.0%	74	370.0%		1,164	1.0%	127.5%	978	1.8%	199.4%	341	99.4%
DVDビデオ	14,113	53.1%	94.1%	6,266	70.8%	107.7%	1,201	99.9%		116,158	56.8%	93.5%	53,991	74.2%	103.8%	10,966	96.1%
販売用(個人向)	11,890	95.4%	90.2%	2,257	87.5%	85.7%	418	93.5%		83,724	94.8%	93.3%	16,278	86.7%	89.6%	3,320	98.3%
特殊ルート	70	0.6%	—	17	0.7%	—	2	0.0%		325	0.4%	—	68	0.4%	61.1%	31	0.0%
レンタル店用	495	4.0%	108.6%	304	11.8%	147.8%	31	140.9%		3,974	4.5%	103.3%	2,386	12.7%	116.4%	238	95.6%
業務用	10	0.1%	41.7%	2	0.1%	130.6%	0	—		292	0.3%	119.8%	43	0.2%	73.9%	0	0.0%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	12,465	46.9%	91.3%	2,579	29.2%	90.8%	451	96.2%		増 減 14社 14社 その他 2社	88,316	43.2%	94.1%	18,775	25.8%	92.6%	3,589
合 計	26,578	100.0%	92.8%	8,844	100.0%	102.2%	1,652	98.9%		204,474	100.0%	93.8%	72,767	100.0%	100.7%	14,555	96.8%

◎今月の売上報告社数……30社(※前年同月の報告社数32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、又は前年同月の報告がない場合
 ◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
 ◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。◎累計値には、1月～6月の数字として、2016年上半期調査の数字を用いている。

2017年1月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	1 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								1 月 ～ 1 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(個人向)	4,455	61.2%	64.4%	1,251	38.5%	67.0%	297	71.1%	増 減 8社 20社 2社	4,455	61.2%	64.4%	1,251	38.5%	67.0%	297	71.1%
特殊ルート	13	0.2%	－	78	2.4%	－	16	0.0%		13	0.2%	－	78	2.4%	－	16	0.0%
レンタル店用	2,727	37.5%	77.1%	1,908	58.7%	95.5%	317	101.0%		2,727	37.5%	77.1%	1,908	58.7%	95.5%	317	101.0%
業務用	80	1.1%	90.7%	16	0.5%	40.4%	34	47.2%		80	1.1%	90.7%	16	0.5%	40.4%	34	47.2%
DVDビデオ	7,275	58.5%	69.0%	3,253	76.4%	83.3%	664	82.6%		7,275	58.5%	69.0%	3,253	76.4%	83.3%	664	82.6%
販売用(個人向)	4,934	95.4%	64.3%	881	87.8%	63.1%	208	95.4%	増 減 9社 19社 2社	4,934	95.4%	64.3%	881	87.8%	63.1%	208	95.4%
特殊ルート	10	0.2%	－	2	0.2%	－	0	0.0%		10	0.2%	－	2	0.2%	－	0	0.0%
レンタル店用	224	4.3%	84.8%	120	12.0%	69.9%	8	44.4%		224	4.3%	84.8%	120	12.0%	69.9%	8	44.4%
業務用	2	0.0%	10.5%	0	0.0%	11.9%	0	－		2	0.0%	10.5%	0	0.0%	11.9%	0	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,170	41.5%	65.0%	1,004	23.6%	63.9%	216	91.5%		5,170	41.5%	65.0%	1,004	23.6%	63.9%	216	91.5%
合 計	12,445	100.0%	67.3%	4,257	100.0%	77.7%	880	84.6%		12,445	100.0%	67.3%	4,257	100.0%	77.7%	880	84.6%

◎今月の売上報告社数……30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、又は前年同月の報告がない場合
 ◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
 ◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。

2017年2月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	2 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								売上金額の 増減社数	1 月 ～ 2 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		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(個人向)	3,690	52.8%	47.1%	970	28.2%	42.2%	402	105.0%	増 減 5社 24社 1社	8,145	57.1%	55.2%	2,222	33.2%	53.3%	699	87.3%
特殊ルート	7	0.1%	—	26	0.7%	—	7	0.0%		20	0.1%	—	103	1.5%	—	23	0.0%
レンタル店用	3,218	46.0%	90.6%	2,431	70.6%	125.2%	375	126.3%		5,945	41.7%	83.9%	4,340	64.8%	110.1%	692	113.3%
業務用	79	1.1%	97.5%	16	0.5%	105.5%	34	117.2%		159	1.1%	94.0%	32	0.5%	58.9%	68	67.3%
DVDビデオ	6,994	57.2%	61.0%	3,444	77.3%	80.9%	818	115.4%	増 減 その 他 10社 18社 2社	14,269	57.9%	64.8%	6,697	76.9%	82.0%	1,482	98.0%
販売用(個人向)	4,937	94.5%	74.7%	838	83.0%	62.0%	223	83.5%		9,871	94.9%	69.1%	1,719	85.4%	62.6%	431	88.9%
特殊ルート	35	0.7%	—	7	0.7%	—	1	0.0%		45	0.4%	—	9	0.5%	100.0%	1	0.0%
レンタル店用	251	4.8%	80.2%	164	16.2%	67.6%	14	100.0%		475	4.6%	82.3%	284	14.1%	68.5%	22	68.8%
業務用	3	0.1%	11.5%	0	0.0%	15.9%	0	—		5	0.0%	11.1%	1	0.0%	14.0%	0	—
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,226	42.8%	75.2%	1,009	22.7%	63.2%	238	84.7%	10,396	42.1%	69.8%	2,013	23.1%	63.6%	454	87.8%	
合 計	12,220	100.0%	66.4%	4,257	100.0%	76.1%	1,056	106.7%		24,665	100.0%	66.8%	8,710	100.0%	76.9%	1,936	95.4%

◎今月の売上報告社数……30社(※前年同月の報告社数32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、又は前年同月の報告がない場合
 ◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
 ◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2017年4月1日現在

■ 正会員(29 社)

アスミック・エース(株)
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)
エイベックス・ピクチャーズ(株)
(株) NHK エンタープライズ
NBC ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)
(株) KADOKAWA
ギャガ(株)
キングレコード(株)
(株) JVC ケンウッド・ピクチャーエンターテインメント
(株) 小学館
松竹(株)
(株) ソニー・ピクチャーズエンターテインメント
(株) ソニー・ミュージックエンターテインメント
(株) 第一興商
TC エンターテインメント(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
バンダイビジュアル(株)
(株) ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株) よしもとアール・アンド・シー
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(18 社)

(株) アニプレックス
(株) 一丸印刷所
(株) IMAGICA
エイベックス・エンターテインメント(株)
カルチュア・エンターテインメント(株)
(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)
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
日本出版販売(株)
日本レコードセンター(株)
(株) 博報堂 DY ミュージック & ピクチャーズ
(株) ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)