



2018.4 No.187
2018.APRIL

Main Reports

- 2017年統計調査結果について
～売上金額は1876億7000万円で前年比91.7%～
- 2017年度『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』
最終報告と2018年度の活動方針等について



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

月間売上統計

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

2017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)	7,097	64.7%	76.9%	2,182	46.7%	72.1%	467	81.2%	増 減 その 他 9社 20社 1社	58,775	59.6%	84.9%	17,372	38.6%	82.3%	4,975	95.9%
特殊ルート	40	0.4%	42.6%	29	0.6%	20.9%	4	200.0%		557	0.6%	68.8%	1,319	2.9%	48.3%	174	35.0%
レンタル店用	3,773	34.4%	80.7%	2,433	52.1%	79.6%	494	89.8%		38,533	39.0%	85.7%	26,032	57.8%	89.2%	4,899	99.5%
業務用	57	0.5%	52.3%	24	0.5%	56.3%	54	73.0%		822	0.8%	70.6%	295	0.7%	30.2%	398	116.7%
DVDビデオ	10,967	52.6%	77.7%	4,668	68.3%	74.5%	1,019	84.8%		98,687	52.7%	85.0%	45,018	70.4%	83.4%	10,446	95.3%
販売用(個人向)	9,433	95.3%	79.3%	1,906	88.1%	84.5%	396	94.7%	増 減 その 他 12社 17社 1社	83,509	94.4%	99.7%	16,385	86.5%	100.7%	3,464	104.3%
特殊ルート	12	0.1%	17.1%	2	0.1%	12.3%	7	350.0%		1,009	1.1%	310.5%	370	2.0%	542.6%	31	100.0%
レンタル店用	444	4.5%	89.7%	255	11.8%	84.1%	22	71.0%		3,672	4.1%	92.4%	2,145	11.3%	89.9%	258	108.4%
業務用	9	0.1%	90.0%	1	0.0%	61.3%	1	－		305	0.3%	104.4%	49	0.3%	113.6%	2	－
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	9,898	47.4%	79.4%	2,165	31.7%	83.9%	426	94.5%		88,495	47.3%	100.2%	18,949	29.6%	100.9%	3,755	104.6%
合 計	20,865	100.0%	78.5%	6,833	100.0%	77.3%	1,445	87.5%		187,182	100.0%	91.5%	63,967	100.0%	87.9%	14,201	97.6%

◎今月の売上報告社数……30社(※前年同月の報告社数30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、2017年上半期調査の数字を用いている。

2018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)	5,144	64.6%	115.5%	1,253	42.8%	100.1%	324	109.1%	増 減 その 他 12社 16社 2社	5,144	64.6%	115.5%	1,253	42.8%	100.1%	324	109.1%	
特殊ルート	30	0.4%	230.8%	82	2.8%	105.4%	3	18.8%		30	0.4%	230.8%	82	2.8%	105.4%	3	18.8%	
レンタル店用	2,745	34.5%	100.7%	1,520	51.9%	79.6%	402	126.8%		2,745	34.5%	100.7%	1,520	51.9%	79.6%	402	126.8%	
業務用	45	0.6%	56.3%	71	2.4%	454.5%	58	170.6%		45	0.6%	56.3%	71	2.4%	454.5%	58	170.6%	
DVDビデオ	7,964	56.9%	109.5%	2,926	72.5%	90.0%	787	118.5%		7,964	56.9%	109.5%	2,926	72.5%	90.0%	787	118.5%	
販売用(個人向)	5,727	94.8%	116.1%	1,024	92.4%	116.2%	186	89.4%	増 減 その 他 14社 14社 2社	5,727	94.8%	116.1%	1,024	92.4%	116.2%	186	89.4%	
特殊ルート	23	0.4%	230.0%	3	0.3%	167.3%	0	－		23	0.4%	230.0%	3	0.3%	167.3%	0	－	
レンタル店用	291	4.8%	129.9%	81	7.3%	67.1%	13	162.5%		291	4.8%	129.9%	81	7.3%	67.1%	13	162.5%	
業務用	2	0.0%	100.0%	0	0.0%	103.4%	0	－		2	0.0%	100.0%	0	0.0%	103.4%	0	－	
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	6,043	43.1%	116.9%	1,109	27.5%	110.4%	199	92.1%		6,043	43.1%	116.9%	1,109	27.5%	110.4%	199	92.1%	
合 計	14,007	100.0%	112.6%	4,035	100.0%	94.8%	986	112.0%		14,007	100.0%	112.6%	4,035	100.0%	94.8%	986	112.0%	

◎今月の売上報告社数……30社(※前年同月の報告社数30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。

2018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)									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	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)	3,835	56.0%	103.9%	1,022	34.0%	105.3%	368	91.5%	増 減 その 他 10社 19社 1社	8,979	60.6%	110.2%	2,275	38.3%	102.4%	692	99.0%
特殊ルート	41	0.6%	585.7%	66	2.2%	256.3%	2	28.6%		71	0.5%	355.0%	147	2.5%	142.8%	5	21.7%
レンタル店用	2,925	42.7%	90.9%	1,911	63.6%	78.6%	404	107.7%		5,670	38.3%	95.4%	3,431	57.8%	79.1%	806	116.5%
業務用	50	0.7%	63.3%	9	0.3%	54.8%	20	58.8%		95	0.6%	59.7%	80	1.3%	251.4%	78	114.7%
DVDビデオ	6,851	57.2%	98.0%	3,007	73.0%	87.3%	794	97.1%		14,815	57.0%	103.8%	5,933	72.8%	88.6%	1,581	106.7%
販売用(個人向)	4,823	94.3%	97.7%	884	79.6%	105.5%	226	101.3%	増 減 その 他 10社 18社 2社	10,550	94.5%	106.9%	1,908	86.0%	111.0%	412	95.6%
特殊ルート	15	0.3%	42.9%	3	0.3%	46.5%	0	0.0%		38	0.3%	84.4%	7	0.3%	72.7%	0	0.0%
レンタル店用	265	5.2%	105.6%	223	20.1%	136.0%	18	128.6%		556	5.0%	117.1%	304	13.7%	106.8%	31	140.9%
業務用	13	0.3%	433.3%	1	0.1%	154.2%	1	－		15	0.1%	300.0%	1	0.0%	134.3%	1	－
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	5,116	42.8%	97.9%	1,110	27.0%	110.0%	245	102.9%		11,159	43.0%	107.3%	2,219	27.2%	110.2%	444	97.8%
合 計	11,967	100.0%	97.9%	4,118	100.0%	92.5%	1,039	98.4%		25,974	100.0%	105.3%	8,152	100.0%	93.6%	2,025	104.6%

◎今月の売上報告社数……30社(※前年同月の報告社数30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。

Index

月間売上統計 (2017年12月、2018年1月、2月)	1	アンチリッピングトレーラー収録作品数	9
2017年統計調査結果について	2	著作権法改正案等が国会に提供される	10
2017年度「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」		平成30年工業統計調査について	11
最終報告と2018年度の活動方針等について	6	コンテンツ海外流通促進機構	12
第373回、第374回定例理事会開催報告	9	不正商品対策協議会	13
eメディア部会「VR検討委員会」の設置に関して	9	日誌に見る協会の動き	13
eメディア部会報告会開催のお知らせ	9	リレーエッセイ vol.130	14

2017 年統計調査結果について

～売上金額は1876億7000万円で前年比91.7%に～

業務部会マーケット調査グループ（森口和則委員長 松竹株）は、2017年1～12月のビデオソフトの出荷についての統計調査を「報告書Vol.85」にまとめ会員各社に配布した。また、3月12日(月)13時30分からJVA会議室にて記者発表を開催し一般に公開した。また、協会ホームページにおいても抜粋を掲載している。（www.jva-net.or.jp/report/）以下に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げをまとめた統計である。
- 返品分は金額、数量ともに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。
- 雑誌やコミック、玩具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」としている。

▼表1.ビデオソフトの売上

摘 要	百万円			枚		
	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	99,484	53.0%	85.5%	44,423,430	70.3%	81.9%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	88,186	47.0%	99.8%	18,747,229	29.7%	99.5%
ビデオソフトの総売上	187,670	100.0%	91.7%	63,170,659	100.0%	86.4%

▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	59,157	59.5%	85.1%	17,400,282	39.2%	82.2%
特殊ルート	464	0.5%	80.8%	1,205,330	2.7%	42.8%
レンタル店用(個人向)	39,029	39.2%	86.5%	25,522,665	57.5%	87.0%
業務用	834	0.8%	72.8%	295,153	0.7%	30.6%

▼表3.ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む) の流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	83,215	94.4%	99.5%	16,236,276	86.6%	99.7%
特殊ルート	1,003	1.1%	226.9%	368,778	2.0%	305.4%
レンタル店用(個人向)	3,662	4.2%	92.4%	2,093,371	11.2%	87.7%
業務用	306	0.3%	104.7%	48,804	0.3%	113.6%

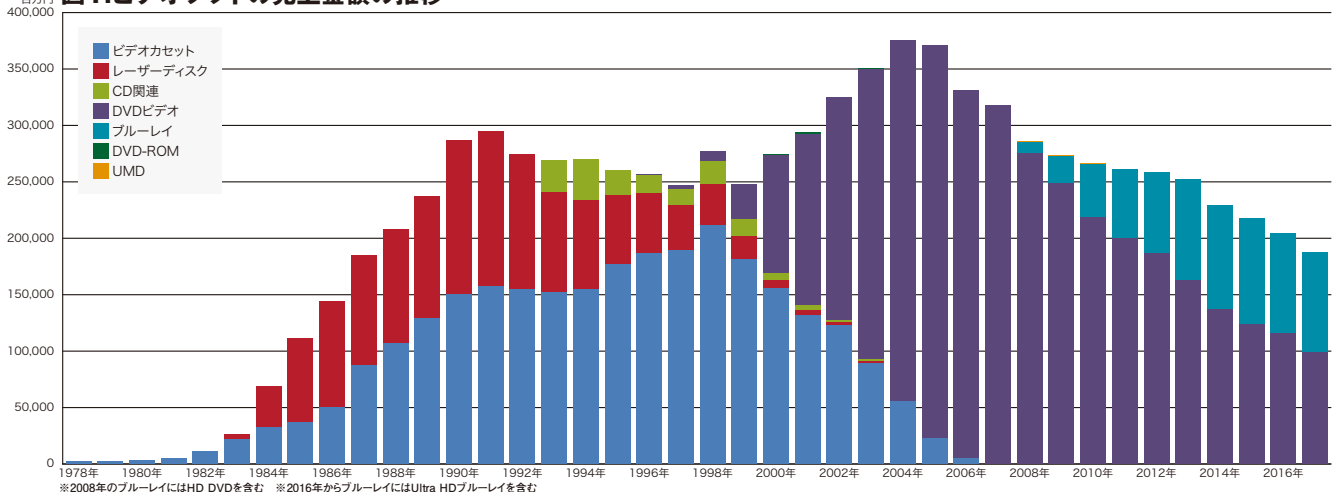
▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	142,372	75.9%	93.0%	33,636,558	53.2%	89.8%
特殊ルート	1,467	0.8%	144.4%	1,574,108	2.5%	53.6%
レンタル店用(個人向)	42,691	22.7%	86.9%	27,616,036	43.7%	87.1%
業務用	1,140	0.6%	79.3%	343,957	0.5%	34.1%

▼表5.平均単価(金額を数量で割った値)

	円	
	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,239	104.4%
販売用(個人向)	3,400	103.5%
レンタル店用(個人向)	1,529	99.3%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	4,704	100.3%
販売用(個人向)	5,125	99.8%
レンタル店用(個人向)	1,749	105.3%

図1.ビデオソフトの売上金額の推移



＜2017年(1月～12月)の実績について＞

1. 2017年のビデオソフトの総売上は1876億7000万円で前年比91.7%となった。上半期が916億8500万円で前年同期比89.4%と2016年の上半期を大きく下回り、下半期も959億8500万円で前年同期比94.0%と伸び悩んだ。

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994億8400万円で前年比85.5%と大きく前年を割り込んだが、ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む。以下同様) は881億8600万円で前年比99.8%とほぼ前年並みだった。DVDビデオの売上が減少していることにより、ブルーレイの構成比は47.0%と過半に近づいてきている。＜表1＞

2. ビデオソフト全体の売上金額を流通チャネル別の構成で見ると、販売用、特殊ルート、レンタル店用、業務用の割合は、75.9対0.8対22.7対0.6となり、レンタル店用の割合が減少し、販売用の割合が大きくなる傾向が続いている。＜表4＞

3. 販売用全体 (DVDビデオとブルーレイの合計) の売上金額は1423億7200万円で、前年比93.0%となった。そのうちブルーレイが832億1500万円で前年比99.5%と微減にとどま

たが、DVDビデオが591億5700万円で前年比85.1%と前年を大きく割り込んだ。(表6A)

販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると、2015年から構成比1位を占めていた『音楽 (邦楽)』が前年比76.9%と前年を大きく下回ったことが全体の前年割れに大きく影響した。構成比3位の『洋画 (TVドラマを除く)』も前年比92.7%と伸び悩んだが、大ヒットとなった『君の名は。』のリリースがあった『日本のアニメーション (一般向け)』が同102.6%と伸長し、構成比1位 (30.2%) に返り咲いたほか、構成比4位の『邦画』も同120.7%、構成比5位の『日本のTVドラマ』が同122.3%、構成比6位の『芸能・趣味・教養』が同141.3%と大きく伸長するジャンルもあった。

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77.6%、『洋画 (TVドラマを除く)』が75.0%、『邦画 (TVドラマを除く)』が47.5%、『音楽 (邦楽)』が47.7%、『日本のTVドラマ』も48.6%となり、ほぼすべてのジャンルでブルーレイの比率が高まってきている。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94.7%がブルーレイによる売上となっている。＜表7＞

▼表6.各流通チャネルにおけるDVDビデオとブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む) の割合

A.販売用 (個人向け)

摘要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	59,157	41.6%	85.1%	17,400,282	51.7%	82.2%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	83,215	58.4%	99.5%	16,236,276	48.3%	99.7%

B.レンタル店用 (個人向け)

摘要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	39,029	91.4%	86.5%	25,522,655	92.4%	87.0%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	3,662	8.6%	92.4%	2,093,371	7.6%	87.7%

図2.各市場規模の推移

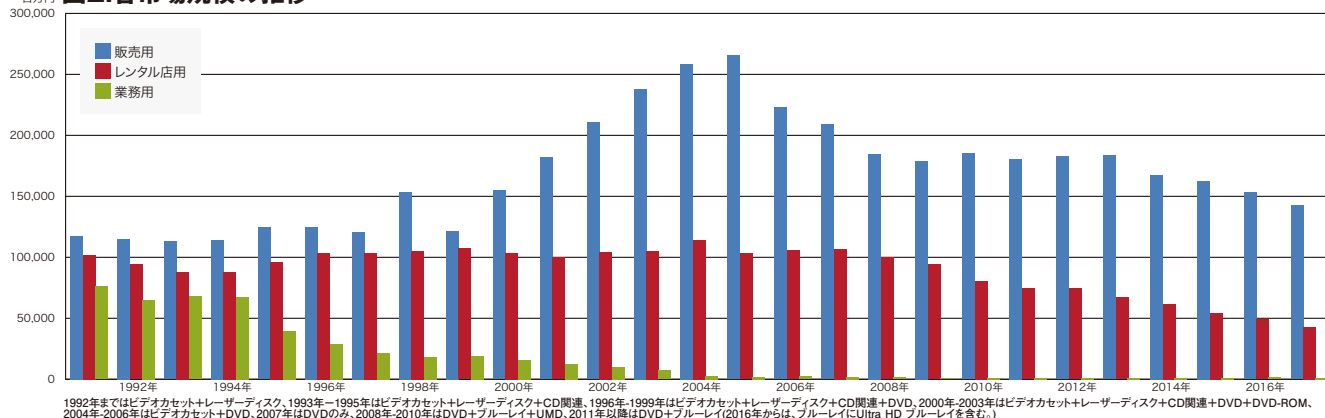


図3.「販売用」売上金額の推移 (メディア別)

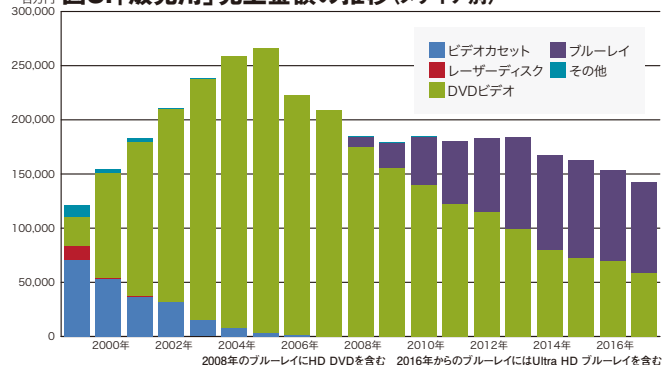


図4.「レンタル店用」売上金額の推移 (メディア別)

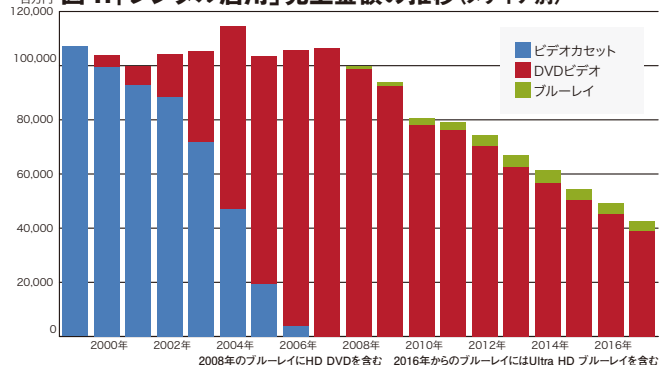


図5.ビデオソフト全体の「販売用」売上金額の推移(ジャンル別)

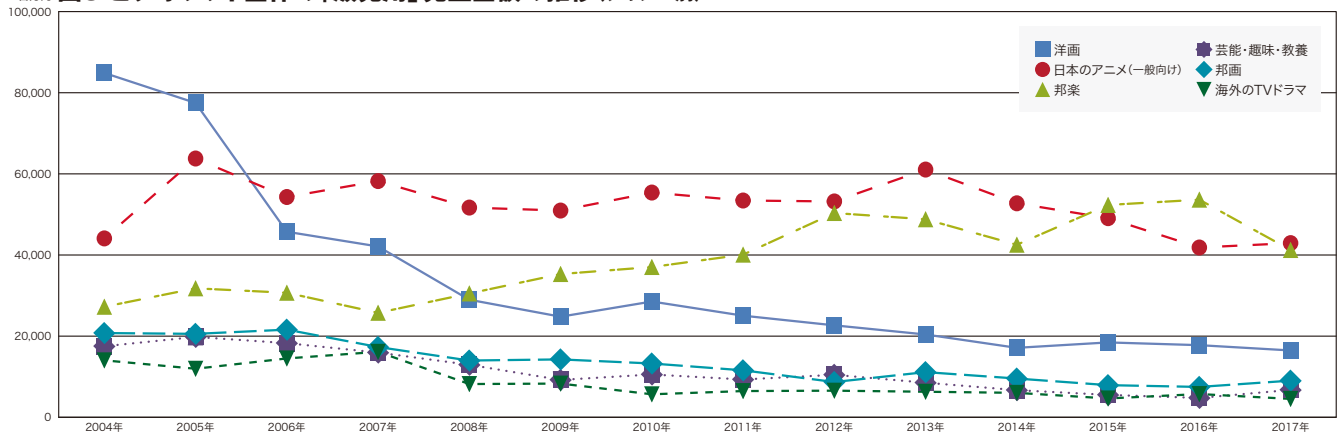
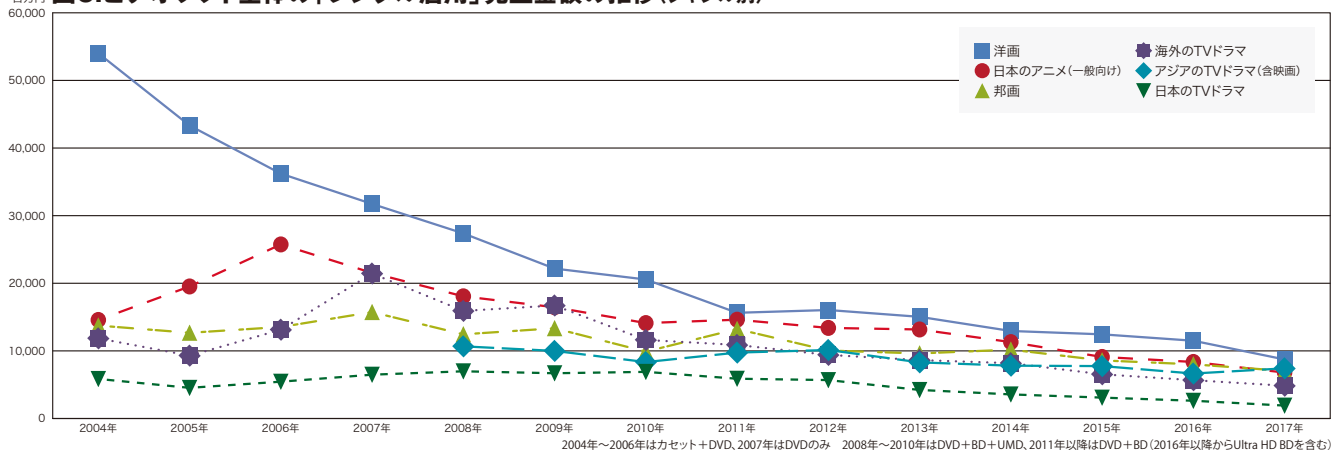


図6.ビデオソフト全体の「レンタル店用」売上金額の推移(ジャンル別)



4. ブルーレイの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、『日本のアニメーション(一般向け)』が前年比は103.9%と伸長し、構成比1位(40.0%)を占めた。また3位(14.8%)の『洋画(TVドラマを除く)』も同102.1%、第4位(5.2%)の『邦画(TVドラマを除く)』も前年比120.7%、第5位(4.6%)の『日本のTVドラマ』も同139.8%と、主要ジャンルはおおむね好調だったが、構成比2位(23.6%)の『音楽(邦楽)』が前年比84.3%と大きくダウンし、全体では微減(99.5%)となった。＜表7＞

5. DVDビデオの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位(36.4%)の『音楽(邦楽)』が前年比71.1%と前年から大きくダウン、第2位(16.3%)の『日本のアニメーション(一般向け)』も前年比98.3%と伸び悩んだ。一方で、第3位(8.0%)の『邦画(TVドラマを除く)』は同120.7%、第4位(7.8%)の『芸能・趣味・教養』は同120.7%と大きく伸長したが、全体を押し上げるには至らなかった。＜表7＞

6. レンタル店用全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額は426億9100万円で、前年比86.9%となった。前年は、レベニューシェアリングの影響で売上金額が前年割れとなるなか、売上数量が前年を大きく上回る傾向を見せたが、当年は売上数量の前年比も87.1%となり、金額と同じ傾向となった。売上金額全体に占めるDVDビデオの割合は91.4%で、390億2900万円、前年比86.5%となった。＜表6B＞

DVDビデオのレンタル店用のジャンル別売上金額では、『アジアのTVドラマ』が前年比112.9%と売上を伸ばし構成比1位

(18.3%)となった。続く第2位の『洋画(TVドラマを除く)』(17.1%)は同74.6%、『日本のアニメーション(一般向け)』(16.8%)が同79.5%、『邦画(TVドラマを除く)』(15.7%)が同85.1%、『海外のTVドラマ』(12.4%)が同85.7%と、主だったジャンルは前年を下回った。

ブルーレイのレンタル店用の売上金額は36億6200万円で前年比92.4%だった。ジャンル別売上金額では、全体の56.5%を占める『洋画(TVドラマを除く)』が前年比80.5%と前年を大きく下回ったが、続く『邦画(TVドラマを除く)』(構成比25.4%)は同112.5%、『日本のアニメーション(一般向け)』(同6.7%)も同199.2%と前年を大きく上回りシェアを伸ばした。

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23.7%を占めた。＜表8＞

7. 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3,400円で前年比103.5%となった。比較的単価の高い『音楽(邦楽)』が主流を占めていることに加え、好調だった『邦画(TVドラマを除く)』の単価が20%近く上昇したことが影響している。一方、数年来下落傾向が続いていたDVDビデオの『レンタル店用』の平均単価が1,529円で前年比99.3%と前年並みにとどまった。下落傾向を牽引していた『アジアのTVドラマ』が前年比130.4%と上昇に転じ、そのほかのジャンルにおいても下落幅がこれまでよりも小さくなっている。

ブルーレイの販売用は5,125円で同99.8%と前年並みだった。＜表5＞

2017統計報告

▼表7.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)	9,032	6.3%	120.7%	4,740	8.0%	120.7%	4,292	5.2%	120.7%
日本のTVドラマ	7,826	5.5%	122.3%	4,019	6.8%	109.3%	3,807	4.6%	139.8%
洋画(TVドラマを除く)	16,473	11.6%	92.7%	4,117	7.0%	72.6%	12,356	14.8%	102.1%
海外のTVドラマ	4,534	3.2%	79.2%	3,165	5.4%	81.4%	1,369	1.6%	74.4%
アジアの映画	372	0.3%	86.9%	214	0.4%	86.3%	158	0.2%	87.8%
アジアのTVドラマ	2,091	1.5%	104.7%	1,775	3.0%	99.3%	316	0.4%	151.2%
日本のアニメーション(一般向け)	42,931	30.2%	102.6%	9,635	16.3%	98.3%	33,296	40.0%	103.9%
海外のアニメーション(一般向け)	2,312	1.6%	67.8%	122	0.2%	55.2%	2,190	2.6%	68.7%
日本の子供向け(アニメーション)	2,012	1.4%	92.5%	1,671	2.8%	90.8%	341	0.4%	101.8%
日本の子供向け(アニメーション以外)	2,214	1.6%	91.0%	971	1.6%	95.7%	1,243	1.5%	87.7%
海外の子供向け(アニメーション)	2,612	1.8%	168.2%	1,345	2.3%	124.4%	1,267	1.5%	268.4%
海外の子供向け(アニメーション以外)	2	0.0%	100.0%	2	0.0%	100.0%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	41,229	29.0%	76.9%	21,551	36.4%	71.1%	19,678	23.6%	84.3%
音楽(洋楽)	631	0.4%	69.1%	348	0.6%	65.4%	283	0.3%	74.3%
ビデオカラオケ	19	0.0%	33.3%	19	0.0%	33.3%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	6,747	4.7%	141.3%	4,612	7.8%	120.7%	2,135	2.6%	223.6%
スポーツ	462	0.3%	122.2%	295	0.5%	92.5%	167	0.2%	283.1%
学校教育・企業教育・語学教育	143	0.1%	70.1%	106	0.2%	53.8%	37	0.0%	528.6%
成人娯楽	1	0.0%	100.0%	1	0.0%	100.0%	0	0.0%	—
その他	729	0.5%	37.1%	449	0.8%	40.3%	280	0.3%	32.9%
計	142,372	100.0%	93.0%	59,157	100.0%	85.1%	83,215	100.0%	99.5%

▼表8.レンタル店用(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)	7,040	16.5%	87.9%	6,110	15.7%	85.1%	930	25.4%	112.5%
日本のTVドラマ	1,911	4.5%	72.7%	1,910	4.9%	72.9%	1	0.0%	12.5%
洋画(TVドラマを除く)	8,733	20.5%	75.9%	6,665	17.1%	74.6%	2,068	56.5%	80.5%
海外のTVドラマ	4,849	11.4%	85.6%	4,838	12.4%	85.7%	11	0.3%	55.0%
アジアの映画	288	0.7%	85.2%	271	0.7%	87.7%	17	0.5%	58.6%
アジアのTVドラマ	7,130	16.7%	112.9%	7,129	18.3%	112.9%	1	0.0%	—
日本のアニメーション(一般向け)	6,794	15.9%	81.2%	6,549	16.8%	79.5%	245	6.7%	199.2%
海外のアニメーション(一般向け)	1,313	3.1%	79.9%	1,084	2.8%	80.6%	229	6.3%	76.8%
日本の子供向け(アニメーション)	1,781	4.2%	87.6%	1,777	4.6%	87.5%	4	0.1%	—
日本の子供向け(アニメーション以外)	624	1.5%	103.5%	624	1.6%	103.8%	0	0.0%	0.0%
海外の子供向け(アニメーション)	1,226	2.9%	142.9%	1,076	2.8%	139.9%	150	4.1%	168.5%
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)	9	0.0%	450.0%	9	0.0%	450.0%	0	0.0%	—
音楽(洋楽)	4	0.0%	400.0%	4	0.0%	400.0%	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	831	1.9%	79.2%	829	2.1%	79.0%	2	0.1%	—
スポーツ	4	0.0%	133.3%	4	0.0%	133.3%	0	0.0%	—
学校教育・企業教育・語学教育	4	0.0%	133.3%	4	0.0%	133.3%	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	150	0.4%	159.6%	146	0.4%	155.3%	4	0.1%	—
計	42,691	100.0%	86.9%	39,029	100.0%	86.5%	3,662	100.0%	92.4%

2017年度『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』 最終報告と2018年度の活動方針等について

市場活性化キャンペーンワーキンググループでは、昨年度キャンペーンの実施をほぼ終え、2月16日(金)16時から当協会会議室において、会員社を対象とした「2017年度キャンペーン報告会」を行った。2017年度に実施した主な施策の概要とその結果については以下のとおり。

<セル・レンタル共通の施策>

●劇場用フリーペーパーへのメーカー共同出稿



劇場ユーザーにビデオの楽しさをアピールすることを目的に、2017年8月から毎月、劇場用フリーペーパー3誌(『イオンエンターテイメントマガジン』『TOHOシネマズマガジン』『シネコンウォーカー』)にビデオ作品の新作情報を共同で出稿している。2017年8月号から2018年3月号まで、セルリリース作品、レンタルリリース作品合計で99作品が紹介され、3誌合わせて毎月130万部が全国の75%にあたる映画館で配布された。同ページ掲載の『ムビチケGIFTプレゼント』企画には、2月までの半年間に約1500通の応募があった。応募状況からパッケージ世代の30代～50代を中心に同企画ページが読まれていることがわかる。

<レンタルの施策>

●11月3日限定『ムビチケGIFT』1000名プレゼント

ビデオレンタル店と映画館の間で、お客様の好循環を生み出そうとの狙いから、『ムビチケGIFT』をレンタルユーザー1000名様にプレゼントする企画を実施した。『ムビチケGIFT』はeメール型映画前売券の購入に利用できる。ビデオレンタル店に掲出されているポスターのQRコードから、「ビデオの日」の11月3日限定で応募してもらう本企画に1,651人の応募があった。また、当日の「11月3日はビデオの日キャンペーンホームページ」へのアクセス数は13,705件にのぼった。

●『月末金曜はレンタル店へ行こう!』キャンペーン

毎月、プレミアムフライデーにビデオレンタルを促進させようというキャンペーンで、ショップそれぞれでユーザーサービスの施策を実施しようとするもの。8月以降、リリースされる

会員各社のレンタル作品の冒頭に、「プレミアムフライデーは、おうちでエンタメ!」を告知するPVを挿入、12月までに349作品に挿入されている。12月以降も継続中。



●映画チケット半券キャンペーン

これも映画館とビデオレンタル店でお客様の好循環を促すことを目的とした施策で、10月、11月に鑑賞した映画チケットの半券を11月にレンタル店に持っていくと、旧作1枚が無料となるキャンペーン。CDVJ加盟店(2,707店)の97%のショップが参加し、半券チケットの利用人数はのべ30,176人、総利用枚数は49,639枚となった。

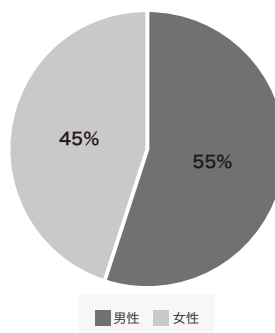
<セルの施策>

●プレミアム体験キャンペーン

10月1日～12月31日のキャンペーン期間中(当初11月30日だった締切を1ヶ月延長することとなった)にECを含むすべての販売店において、ビデオソフト(DVD、ブルーレイ、4K UHD)を3000円以上の購入者を対象に、お金では買えない、業界ならではの「プレミアムな体験」(全32賞品、総計785名)を抽選でプレゼントするという企画。こちらにはのべ応募総数1,434件の応募があった。応募数の多かったものとしては、「ムビチケGIFTプレゼント」「日本アカデミー賞授賞式参加」「東宝スタジオ見学」「バンダイビジュアル アフレコ収録見学」「ワーナーブラザーズ 独占試写会」「BIG ECHO パーティー券プレゼント」「東宝 映画出演」「ディズニー試写室映画観賞」などだった。

応募者のプロフィールは以下のとおり。

▼応募者の男女比



▼応募者の年代別構成

年代	人数	割合
10代	38	5.5%
20代	135	19.7%
30代	114	16.6%
40代	187	27.2%
50代	201	29.3%
60代	12	1.7%
計	687	100.0%

11月3日は「ビデオの日」

▼都道府県別の応募者数

北海道	9	埼玉	33	滋賀	1	徳島	0
青森	3	東京	118	京都	9	愛媛	7
秋田	3	山梨	2	兵庫	93	高知	1
岩手	2	神奈川	65	奈良	12	福岡	9
山形	1	長野	31	大阪	42	大分	1
宮城	2	静岡	6	和歌山	2	宮崎	8
福島	5	愛知	75	鳥取	11	佐賀	2
茨城	20	岐阜	6	島根	0	熊本	5
栃木	11	富山	7	岡山	4	鹿児島	7
群馬	12	石川	3	広島	7	長崎	2
新潟	3	福井	3	山口	1	沖縄	1
千葉	40	三重	1	香川	1	合計	687

また、現在までに既に当選者が確定し実施されたプレミアム体験の賞は以下のとおり。実施の様子は『ビデオの日』公式ツイッターとフェイスブックで配信されている。

・エイベックス・ピクチャーズ編・・・『アニメJAM2017』へご招待(2017年12月24日(日)実施)

・日本アカデミー賞編・・・第41回日本アカデミー賞授賞式と祝賀パーティーへの参加(2018年3月2日(金)実施)

・ソニー・ピクチャーズ編・・・SPE試写室での『ブレードランナー2049』の上映会(2018年3月9日(金)実施)

・20世紀フォックス編・・・『Xファイル』吹き替えに挑戦(2018年3月20日(火)実施)

・ポニーキャニオン(吹き替え)編・・・韓国ドラマ『六龍が飛ぶ』の日本語吹き替えの疑似体験(2018年3月23日(金)実施)

・東宝(スタジオ)編・・・東宝スタジオの見学(2018年3月24日(土)実施)

・Anime Japan編・・・『Anime Japa2018』の入場ファストチケットプレゼント(2018年3月24日(土)25日(日)のいずれかのチケットをプレゼント済)

・キングレコード編・・・キングレコード関口台スタジオの見学(2018年3月26日(金)実施)

・ディズニー編・・・ディズニー試写室での『美女と野獣』の上映会(2018年3月29日(木)実施)

・東宝東和ユニバーサル編・・・東宝東和試写室での『パシフィック・リム：アップライジング』の上映会(2018年4月5日(木)実施)

・NHKエンタープライズ編・・・野外ロケ施設『ワープ江戸』見学会(2018年4月5日(木)実施)

・日活編・・・日活撮影所でお好きな映画を鑑賞(2018年4月7日(日)と4月12日(木)実施)

なお、その他各賞についても今後、続々と実施される予定となっている。

●初ブルーレイ化作品の集中リリース

11月3日近辺にこれまでブルーレイ化されていなかった作

品を集中してリリースしボリューム感を演出しようという企画で、23作品がリリースされた。キングレコード(株)からリリースされた『ストリート・オブ・ファイヤー』は5,000枚を越えるヒットとなった。



＜イベント・メディア露出＞

●イベント開催『プレミアムフライデーハロウィンシネマパーティーin東京国際映画祭』



▼六本木アリーナでのイベント出演者全員で(ビィくんを除いて左から2番目が島谷委員長)

年間を通して実施している、『月末金曜はレンタル店へ行こう。』キャンペーンのPRとして、東京国際映画祭の期間中の10月27日(金)に、映画祭会場の一角である六本木ヒルズアリーナにおいてイベントを開催した。またPRイベントに引き続き、ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)にご協力いただき、『パイレーツ・オブ・カリビアン／呪われた海賊たち』の無料上映会を実施した。このイベントのメディアへの露出は次のとおり。

媒体	露出数	総オンエア時間/ 総発行部数
TV	4番組	6分36秒
新聞	8紙	3,619,906
WEB	210サイト	210

●TV報道 NHK『首都圏ネットワーク』

11月2日(木)午後6時44分～6時50分の間、「ビデオの日」の取り組みやイベント等の話題について報道された。視聴率は首都圏で10.3%だった。

●TV放送 NHK『ごごナマ』

11月2日(木)午後3時28分～4時の間、同番組の『大人の遊び場』コーナーで、ビデオの歴史を紹介しながら「ビデオの日」キャンペーンをPRした。視聴率は全国で1.2%だった。

●TVコマーシャル

会員社(株)パップのご協力により、『パップは「ビデオの日」を応援しています!』のCMを10月28日(土)～11月3日(金)の間、日本テレビの関東ローカル放送において計14本を放映した。

●露出協力 サントリービールとのタイアップキャンペーン

『プレミアム体験キャンペーン』の告知を目的として、サントリービール(株)とタイアップし、『プレモル×ビデオで『豊かな時間』を過ごそう!DVDまたはブルーレイ当たります。』キャンペーンを実施。10月24日から全国のビール販売店で、「プレミアム体験キャンペーン」を告知するジャケット印刷をしたザ・プレミアムモルツ6缶パック66,000個が出荷された。プレゼントキャンペーンには13社から46作品のDVD、ブルーレイが提供され、当選者132名の方に希望の作品がプレゼントされた。

会員社向けの説明会に先立ち、2月度の第373回定例理事会において、2018年度の市場活性化キャンペーンの活動方針が以下のように承認された。

<2018年「ビデオの日」活動指針>

- (1)3年目となる「ビデオの日」定着に向け知名度の更なる向上を目指す
- (2)引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)セル店、CDVJ等と更なる連携を深め業界全体で盛り上げる
- (4)前年に引き続き、企画運営組織としてセル、レンタル、PRの各分科会を設け、キャンペーン内容の更なる改善をはかるよう努める。

▼主な施策と実施期間

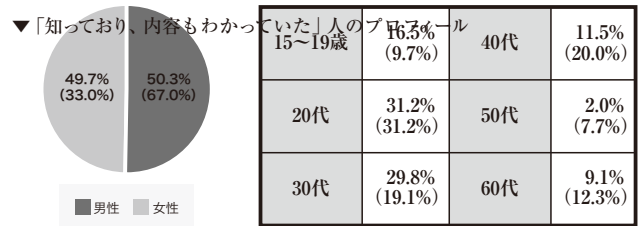
		10月	11月	12月
レンタル施策	映画チケット半券キャンペーン	映画チケット半券キャンペーン 10/1～11/30		
	11月3日はビデオの日キャンペーン	11/3 レンタル店来店促進 1000名様に「ムビチケGIFT」プレゼント		
セル施策	プレミアム体験キャンペーン 10/1～12/31	初ブルーレイ化作品(23作品)リリース		
	初ブルーレイ化作品リリース	ザ・プレミアム・モルツ タイアップ 「DVDまたはブルーレイ当たります。」キャンペーン 10/24～12/18		
	ザ・プレミアム・モルツ タイアップキャンペーン (プレミアム体験キャンペーン告知)			
イベント・露出	プレミアムフライデー ハロウィン シネマパーティー	10/26 イベント開催 「プレミアムフライデーハロウィンシネマパーティー in 東京国際映画祭」		
	放送	11/2 TV放送 NHK「ごごナマ」 NHK「首都圏ネットワーク」 10/28～11/3 TVCM 「パップはビデオの日を応援しています。」		

さらに2018年度の同キャンペーン実施に向け、ワーキンググループの体制を改めることとなり、新たに委員長に加茂克也氏(株)KADOKAWA)、副委員長に大田圭二氏(東宝(株))がそれぞれ就任した。また、メンバー社に理事社から新たに2社が加わり以下のとおりとなった。

<ワーキンググループメンバー社>

ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)／(株)NHKエンタープライズ／(株)KADOKAWA／キングレコード(株)／(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント(新)／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)／(株)バンダイナムコアーツ／(株)パップ(新)／(株)ポニーキャニオン／ワーナーブラザースジャパン(同)

なお、本年1月に実施された『映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査』(15歳～69歳、1500サンプル、インターネット調査)において、「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、以下のような結果となった。()内は前年度「知っており、内容も分かっていた」……2.9%(3.5%)
「名前は聞いたことがあった」……9.1%(9.1%)
「知らなかった・聞いたことがなかった」……88.0%(87.3%)



第373回、第374回定例理事会開催報告

2018年2月6日(火)午後2時より、当協会会議室において**第373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「ビデオの日」最終報告書(案)承認の件・・・承認
- 第2号議案 2018年「ビデオの日」活動方針(案)承認の件・・・承認
- 第3号議案 「第31回DVD&ブルーレイ で一人大賞」に対する後援名義使用及び会長賞設定承認の件・・・承認
- 第4号議案 NPO法人JAVCOM No.151セミナーに対する後援名義使用承認の件
- 第5号議案 「OTOTEN(audio・visual festival 2018)」における後援名義使用承認の件・・・承認
- 第6号議案 「2018年度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

●報告事項

- 1. 各部会報告について
- 2. VR検討委員会設置について

- 3. 2018年賀詞交歓会開催結果について
- 4. 知財関係報告
- 5. 2018年度会費算定について
- 6. 2017年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について
- 7. 2017年11月・12月度映像配信統計報告について
- 8. その他

2018年3月6日(火)午後2時より、当協会会議室において**第374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 2018年度事業計画(案)承認の件・・・承認
- 第2号議案 「第3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

- 1. 各部会報告について
- 2. 知財関係報告
- 3. 2017年統計調査報告書について
- 4. 2018年1月度ビデオソフト売上速報について
- 5. 2018年1月度映像配信統計報告について

eメディア部会

eメディア部会「VR検討委員会」の設置に関して

eメディア部会(田中久也部会長 ウォルト・ディズニー・ジャパン(株))は、「VR検討委員会」として、VRの現状、課題、今後の将来性等について検討協議する場を下記のとおり新設する。

- 開催 2018年4月以降に不定期開催(年3回程度)
- 委員 広く会員社より募集する。
- 内容 VRに係る現状、課題、将来性、米国市場の動き等について、有識者を招き広く情報を共有し、会員間で意見交換、各種検討などを行う。
- その他 既存の(一社)日本VR振興普及協会と連携するなど広く情報共有に努める。

【eメディア部会報告会開催のお知らせ】

eメディア部会運営委員会(栗橋三木也委員長(株)KADOKAWA)は、『2020年を見据えて』を2017年度のテーマとし、有識者を委員会に招きディスカッションを重ねるなど議論を深めてきた。その活動報告会を下記の日程で実施する。

- 日時 2018年5月18日(金)午後3時～5時30分
- 場所 JVA会議室
- ※詳細が決まり次第、総合連絡委員にご案内する。

アンチリッピング キャンペーン

アンチリッピングトレーラー収録作品数

当協会は、リッピング行為により「私的複製」「複製したものを利用すること(販売、譲渡、P2Pソフトを使ってファイル共有、動画共有サイトへの投稿など)」、「リッピングによってコピーされたものをダウンロードすること」の違法性を消費者に訴えることを目的に、「アンチリッピングキャンペーン」を2015年3月より実施している。その一環とし「サラリーマン山崎シゲル」のオリジナル動画を2015年9月より会員各社のリリースするレンタル商品のトレーラーとして収録しており、その進捗状況の把握をするため定期的に各社の収録数をアンケートし記録している。現在協力を頂いている17社で、2018年1月～3月の収録数は138作品、キャンペーン開始から累計1513(未回答有)に作品収録されている。

【参加社】

アスミック・エース(株)、(株)アニプレックス、エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)KADOKAWA、ギャガ(株)、キングレコード(株)、松竹(株)、東映ビデオ(株)、東宝(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)博報堂DYミュージック&ピクチャーズ、(株)バップ、(株)ハビネット、(株)バンダイナムコアーツ、(株)ポニーキャニオン、ワーナー ブラザースジャパン(同)

著作権法・TPP11 関連法・不正競争防止法の改正案が国会に提出される

〔1〕著作権法改正案

「著作権法の一部を改正する法律案」が2月23日の定例閣議で決定され、同日、開会中の通常国会に提出された。その骨子は次のとおりである。

1. 権利制限規定の改正

- (1) 柔軟性のある権利制限規定の整備
 - (2) 国立国会図書館の自動公衆送信先の拡大
 - (3) 学校等における著作物利用に関する権利制限の拡大
 - (4) 視覚障害者等に関する権利制限の適用対象者の拡大
 - (5) 美術の著作物等の展示に伴う権利制限の拡大
2. 著作権者不明等の場合の裁定による利用の円滑化

改正案の内容は以下のとおりである。

1. 柔軟性のある権利制限規定の整備

柔軟性のある権利制限規定の導入は、ハードメーカーや利用者等が要求していたものである。改正案では、権利制限規定を整理し、3か条にまとめている。

第1は、改正案30条の4で、著作物の表現の享受を目的としない利用である。このような利用は権利者の利益を通常害さないと考えられるものとして、権利制限の対象とされている。現行法30条の4に定められている「技術開発又は実用化のための試験の用に供するための利用と47条の7の「電子計算機による情報解析」を例示する形式で、表現の享受を目的としない利用について規定している。

第2は、電子計算機での利用に付随する利用等についての改正案47条の4である。現行法47条の8（キャッシュのための複製）、47条の5（送信障害防止等のための複製）、47条の9（ネットワークでの情報提供の準備のための複製）及び47条の4（複製機器の保守・修理・交換のための一時的複製、サーバーの滅失等に備えたバックアップ）をまとめた規定となっている。

第3は、権利者の不利益が軽微な利用を定める改正案47条の5である。現行法の47条の6を含む規定で、所在検索サービスや情報分析サービスに対応するための権利制限規定である。

この3か条の権利制限規定は、いずれも「必要と認められる限度」であることと「著作権者の利益を不当に害さない」ことが要件となっている。

2. 国立国会図書館の自動公衆送信先の拡大

国会図書館に関する権利制限規定は、絶版等資料の公衆送信先に外国の図書館等を追加する改正である。送信できる外国の図書館等は政令で指定される。

3. 学校等における著作物利用に関する権利制限の拡大

現行法35条では、授業を担当する者と授業を受ける者が授業の過程で使用する目的で複製し、公衆送信することについて、著作権等が制限されている。著作権分科会の審議では、予習や復習のために著作物を利用する異時

送信も権利制限の対象とし補償金制度を設けることとなっていた。改正法案では、1項で複製権、公衆送信権及び公衆伝達権を制限し、2項で公衆送信について補償金支払義務を規定している。そして、3項で同時公衆送信については2項を適用しないとする規定振りになっている。

この補償金は、私的録音録画補償金と同様に、文化庁長官が指定する指定管理団体によって徴収分配を行うことになる（改正案104条の11）。

4. 視覚障害者等に関する権利制限の適用対象者の拡大

マラケシュ条約締結に向けた法改正である。現行法37条の適用を受ける対象は「視覚障害者その他視覚による表現の認識に障害のある者」とされている。改正案では、視覚の障害だけでなく、肢体不自由のために書籍を持っていない方々にも対象を拡大するため、「視覚障害その他の障害により視覚による表現の認識が困難な者」に改めることとしている。

5. 美術の著作物等の展示に伴う権利制限の拡大

アーカイブの利活用促進のための法改正である。現行法47条では、美術館等が展示作品を解説又は紹介するために小冊子に展示著作物を掲載できるとされている。これを小冊子だけでなくデジタル化してタブレット等で閲覧等をできるようにする法改正である。

6. 著作権者不明等の場合の裁定による利用の円滑化

著作権者不明等で権利者の許諾が得られない場合には、文化庁長官の裁定によって他人の著作物を利用することができる。その際には通常の使用料に相当する額の補償金を供託する必要がある（67条1項）。改正案では、この場合の利用者が国や地方公共団体等である場合には、補償金の供託を要しないとしている。

7. 施行日

これらの改正案の施行日は来年の1月1日とされているが、学校等の権利制限規定は、公布の日から3年以内で政令の定める日とされている。

〔2〕TPP11関連法案

3月8日にTPP11が締結された。TPP11関連法案も3月27日に閣議決定され、同日国会に提出された。著作権法については、TPP12関連法の内容はそのまま、施行日をTPP11がわが国について効力を生ずる日と改正するものである。

〔3〕不競法改正案

2月27日に、不正競争防止法の一部を改正する法律案が閣議決定され、同日、国会に提出された。改正案の内容は次のとおりである。

第1に、限定提供データの不正取得、使用及び開示を不正競争とすることである（改正案2条1項11号から16号）。改正案2条7項では、限定提供データを次のとおり定めている。

「業として特定の者に提供する情報として電磁的方法（電子的方法、磁気的方法その他の知覚によっては認識することができない方法をいう。次項において同じ。）により相当量蓄積され、及び管理されている技術上又は営業上の情報（秘密として管理されているものを除く。）をいう。」

第2は、技術的制限手段に関し、その効果を妨げる役割の提供等も不正競争とすることである。

現行法では、技術的制限手段は「電磁的方法により影像若しくは音の視聴若しくはプログラムの実行又は影像、音若しくはプログラムの記録を制限する手段」とされている（2条7項）。改正案では「影像若しくは音の視聴、プログラムの実行」に「情報の処理」を加えて、2条8項とされている。

技術的制限手段の無効化を不正競争行為とする2条1項11号と12号は、それぞれ17号と18号と改め、「情報の処理」「情報の記録」に関する技術的制限手段の無効化も不正競争行為に追加されている。

第3は、裁判所の書類提出命令規定である。

現行法上、次のように規定されている。

不正競争防止法の営業上の利益の侵害訴訟において、裁判所は当事者の申立てにより侵害行為の立証又は損害額計算に必要な書類の提出命令を発することができる（7条1項本文）。しかし、正当な理由がある場合にはこれを拒否できる（7条1項ただし書）。この場合、裁判所は、正当な理由があるかどうかを判断するために書類を提示させることができる（7条2項）。

改正案では、書類提出拒否に正当な理由があるかどうかを判断するために「書類を開示して専門的な知見に基づく説明を聴くことが必要であると認めるときは、当事者の同意を得て」専門委員に書類を開示できるとする規定を追加している（7条4項）。

お知らせ



平成30年工業統計調査を実施します



工業統計キャラクター・コウちゃん

工業統計調査は我が国の工業の実態を明らかにすることを目的とした統計法に基づく報告義務がある重要な統計調査です。

調査結果は中小企業施策や地域振興などの基礎資料として利活用されます。

調査時点は平成30年6月1日です。

調査票へのご回答をお願いいたします。

経済産業省・都道府県・市区町村

日中韓三カ国協同一般消費者向け広報啓発活動

CODAと経済産業省は、中国政府、韓国政府と協同して、それぞれの国で著名なキャラクターを起用して、「違法サイトは見ない!」、「海賊版は買わない!」、「偽キャラクターグッズは買わない!」といった知的財産の保護に関する世界初となる日中韓協同キャンペーンを3月24日より開始した。

今回の三カ国協同のキャンペーンは、2017年6月に東京で開催された「第10回日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」において、CODA後藤代表理事の「知的財産保護を目的に三カ国が協同して、各国の消費者に向けた広報・啓発事業を実施する」との提案が共同宣言文に盛り込まれ、この度実現したものである。

同フォーラムは、経済産業省が主催し日中韓三カ国におけるコンテンツ産業政策、動向に関する継続的な情報交換及び各国産業界間のビジネスチャンス創出のために平成14年に設立された官民合同会議で、CODAも毎年参加して日中韓の政府・関係団体等との良好な協力関係に繋がっている。

現在、権利者に無断でコンテンツをアップロードする違法サイトなどの著作権侵害が世界中で問題視されており、日本においても法制度、法の執行・運用、広報・啓発の在り方なども含めた総合的な対策が急務とされている。国境を越えて行われる著作権侵害は、悪質化・巧妙化の一途をたどり、権利者に深刻な損害を与えている。

文化庁で開催されている文化審議会著作権分科会国際小委員会においても、平成29年度は「インターネットによる国境を越えた海賊行為に対する対応の在り方」について議論が行われた。各国の法制度や技術的な対策が紹介されると同時に、委員からは制度や技術で侵害を止めることには限界があることから、日本国内はもちろん、国外においても普及啓発が重要であるとの意見が多く出された。

CODAは、子どもたちから大人まで広く一般消費者が「海賊版や違法サイトを見ない・買わない」ことが著作権侵害の問題のもっとも有効な解決策であり、映画・アニメ・漫画・音楽・放送番組・ゲームなどのコンテンツの未来への力強い支援となるというメッセージを込めて、以下のポスター、映像コンテンツを作成した。

■若年層向けコンテンツ

日中韓三カ国が協同で実施するもので、日本からは「名探偵コナン」、中国からは「大暴れ孫悟空」、韓国からは「ポンポン ポロロ」が起用され、「違法サイトは見ない!」、「海賊版は買わない!」、「偽キャラクターグッズは買わない!」というメッセージとともに、知的財産とコンテンツの未来を守るよう訴える内容のポスター、映像コンテンツをそれぞれ作成した。ポスター、映像コンテ

ツは各国語に翻訳され、三カ国それぞれの国で知財保護の普及啓発に広く活用される予定である。

■大人向けコンテンツ

名探偵コナンから「江戸川コナン」と「怪盗キッド」を起用し、日本の中高生以上を対象とした大人向けのポスターと映像コンテンツも作成した。「海賊版や違法サイトを見ない・買わないこと」がもっとも効果的な海賊版対策であることを訴えている。

■展開

映像コンテンツは、3月24日からYouTubeをはじめとした各国の動画サイトの広告等で配信されるほか、国内外のさまざまなイベント等で掲示・上映を行い、教育現場等への配布も予定している。

24日・25日には、東京ビッグサイトで開催された「Anime Japan 2018」で初めての掲示・上映を行い、来場した多くのアニメファンに対し「海賊版や違法サイトを見ない・買わない」ことの重要性を訴えることができた。次回は、5月6日に不正商品対策協議会が開催する「ほんと? ホント! フェア in 秋葉原」でも同様にポスターの掲示や映像コンテンツの上映を予定している。

コンテンツが国境を越え世界中で保護され、適切に流通する環境を目指し、CODAは活動を継続する。

(執筆: CODA事務局)



若年層向け: <https://www.youtube.com/watch?v=eJ5sRsK8j-c>
大人向け: <https://www.youtube.com/watch?v=geAR5MJ6PPU>

定時総会開催報告

不正商品対策協議会(ACA)は、2018年3月9日(金)午後6時より、銀座ブロッサムにおいて第33期定時総会を開催した。

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

(1) 2017年度事業報告及び2017年度決算報告承認の件

2017年度は、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のメイン事業である広報啓発キャンペーン「ほんと？ホント！フェア」は、従来の年1回1都市開催を改め、6都市で開催した。

複数都市開催に際しては、フェア会場の選定など現地警察本部等の協力は必要不可欠であるが、千葉県開催をはじめに6道府県の警察本部より格別の支援をいただき、キャンペーンを開催し各地共に成功裏に終えることができた。

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」の開催や、今回で14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、4行事となった。

(2) 2018年度事業計画及び2018年度収支予算承認の件

2018年度の事業計画としては、広報・啓発キャンペーンを昨年度と同様に複数都市での開催を予定する。各開催は地元警察の支援を受け、低予算による効果的なキャンペーンを目指す。そのため開催地となる地元の警察とは企画段階から連携を密にして取り組んでいく。

グローバル社会における知的財産の保護と不正商品の排除を目的とした「第15回アジア知的財産権シンポジウム」を開催する。共催社を含めて関係者間で種々の検討・協議を行う。

また、各種広報啓発活動としては、「第7回著作権を守ろう！ポスターコンクール」の開催、「第15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、広く消費者に対して、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、ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害対策協議会(CCIF)の活動や、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ていく。

(執筆：ACA事務局)

『ほんと？ホント！フェア in 熊本～守ろう情報セキュリティと知的財産～』盛大に開催

不正商品対策協議会(ACA)では、2月17日(土)、『ほんと？ホント！フェア in 熊本～守ろう情報セキュリティと知的財産～』を、イオンモール熊本(熊本県上益城郡)において開催した。来場者は約1,200人だった。今回で36回目を迎える「ほんと？ホント！フェア」は、インターネットを悪用したサイバー犯罪が増加している中、広く一般消費者に知的財産の保護と不正商品の排除を訴えた。

当日は、ゴスペルグループのスペシャルライブや熊本県PRマスコットキャラクター“くまモン”のトーク&くまモン体操等で会場は大いに盛り上がった。また、熊

本県警察のシンボルマスコットである“ゆっぴー”も応援に駆け付けるなど、来場者は、ステージで繰り広げられる様々なプログラムや、ホンモノ・ニセモノを比較する約100点の展示品やクイズラリーなどを楽しんでいた。

◇主 催 不正商品対策協議会(ACA)

◇後 援 警察庁／特許庁

◇協 力 熊本県警察

国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)

イオンモール熊本

(執筆：ACA事務局)

▼日誌に見る協会の動き

[1月]

4日 仕事始め
10日 新年賀詞交歓会
17日 西日本合同賀詞交歓会
18日 消費者委員会
24日 総務人事委員会
25日 業務部会幹事会
29日 市場活性化WG全体会議
30日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル・PR)

[2月]

2日 権利者団体対応委員会
著作権部会
6日 定例理事会

7日 マーケティング委員会

ACA企画広報部会
9日 業務使用対策委員会
13日 総合連絡委員会
15日 JASRAC協議
16日 2017年「ビデオの日」
会員社向け報告会・記者発表
22日 業務部会幹事会
26日 市場活性化WG全体会議
27日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル)

[3月]

2日 権利者団体対応委員会
著作権部会

6日 定例理事会

ユーザー動向調査グループ会議
7日 マーケティング委員会
8日 eメディア部会運営委員会
12日 2017年統計調査記者発表
13日 総合連絡委員会
14日 JASRAC協議
15日 関西地区連絡協議会定例会議
16日 業務使用対策委員会
20日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル)
26日 市場活性化WG全体会議
27日 ユーザー動向調査グループ会議
29日 業務部会幹事会



Relay essay

vol.130

㈱ソニー・ミュージックマーケティング 執行役員 マーケット・プロモートグループ 兼 総合企画本部 本部長 本橋 龍一 氏からのご紹介

佐々木 卓也 氏 (㈱ハビネット 執行役員 ピーエムユニット ゼネラルマネージャー)

「南の島へ行こう!」

今でも空を飛ぶ夢を見ますが、幼い頃に見たピーターパンの映画の影響だと思います。小さい頃から見知らぬ土地に憧れて、行きたい場所や旅行・冒険の企画をして想いを巡らした記憶があります。6歳の頃、突然、東京タワーに行きたくなり、黙って祖母の家（八丁堀）から5km往復し、心配をかけた事もありました。

そして中学生の頃、読みまくったのは、「十五少年漂流記」「謎の神秘島」や「ロビンソンクルーソー」などの無人島が舞台の冒険小説でした。ここから島旅の思いが強くなり、友人と「南の島へ行こう!」と実行に移しました。

15歳の時に与論島などの奄美群島を周遊し、16歳の夏には目的地「沖縄」だけ決めて、行程も帰る日も決めず旅に出ました。奄美群島を転々とし、沖縄海洋博が行われている本部半島からヒッチハイクなどで那覇、船で石垣島へ。石垣島では同室になった大学生4人とその後の行動をともにし竹富島、西表島へ。西表島は当時舗装道路もなく、500mの山、鬱蒼としたジャングル、マングローブ、サンゴ礁とまさに昔読んだ本の舞台そのもの!夜、島には似つかない白いドレス（に見えた）を着た美女がふたり歩いていて、声をかけたら姉妹で民宿経営をしていると聞き、そのままそこに長逗留することに。ジャングル探検やシュノーケリング三昧です。シュノーケリングは500mぐらい沖に向かって泳ぎ、ドロップオフでダイブします。ドロップオフとは環礁の端、海の底へと急激に降下している外洋との境目です。底が見えない上、波が荒くちょっと怖いですが（決してマネをしないでください）、熱帯業がワンサカいて珊瑚もすごくキレイ。結局、1ヶ月沖縄に滞在し、帰路は一文無し。知り合った女性にパンを奢ってもらい帰りました。

余談ですがこの友人とはそれ以来、一切交流が無かったのですが、なんと10年前に新規取引先契約書の代表者にその名前を見つけ、今では重要な取引相手です。

その後、沖縄の離島や小笠原などへいきましたが、海外の南の島への思いが膨れ上がり、20代最後の年に長期休暇を取るために転職を決意、ミクロネシアに1ヶ月間ひとり旅を決行しました。もちろん企画、ホテル&飛行機の手配は自分で。

行程はミクロネシア一周、サイパン、トラック（現在はチューク）、ボナペ、ヤップ、パラオ。トラック諸島は環礁の中に250もの島が浮かんでいます。かつて太平洋戦争の前線

基地があり、戦争の爪痕が多くあります。その影響で、年寄りには日本語を話せ、大変親日的でした。現地では元日本のプロ野球選手だった大酋長ススム・アイザワさんにお世話になり、戦跡や観光へ行く手配もしてもらいました。エピソードは沢山あります。一般の人が入らない島では酋長に挨拶をして島巡りをしたり、チンピラ風の人に強引に車に乗せられ、ビールの闇販売店（トラックは禁酒）へ行き、奢ってもらうという”おもてなし”を受けたり、沈船ダイブ中にバラクーダの群れに囲まれたり。

ボナペでは建設作業員8名に囲まれて泥水のようなものを回し飲むシャカオの儀式をしました。桃太郎を歌わされたっけ。印象に残っているのは、1300年頃造られたナンマドール遺跡。こんな南の島にと驚かされます。水深5mぐらいの浅瀬でサメや大量のエイにも遭遇しました。

パラオでは日系2世のカープ・アイランド岸川さんの案内で、彼が発見した「ブルーコーナー」でダイブ。透明度、ナボレオン、サメ等の大型魚、小型魚の数の多さは世界一。後にも先にもこんな綺麗な海は見たことがありません。

この旅で様々な経験をし、自分の知らない世界、価値観の違いを発見し、自分で切り開いて挑戦することを学びました。この3ヶ月後、多少の自身をつけ、この業界へ飛び込みました。

またきっと「南の島へ行きたい病」が発症するのかな。



一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2018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・ビクターエンタテインメント
(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)ハビネット
(株)バンダイナムココアーツ
(株)ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)よしもとミュージックエンタテインメント
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(17 社)

(株)アニプレックス
(株)一丸印刷所
(株)IMAGICA
エイベックス・エンタテインメント(株)
カルチュア・エンタテインメント(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)

2018年4月11日発行

編集・発行 一般社団法人 日本映像ソフト協会

〒104-0045 東京都中央区築地2-11-24 第29興和ビル別館2F
電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>



サラリーマン 山崎シゲル

✕ 日本映像ソフト協会 <http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>

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!

知って
いますか?

毎年 11月3日は
ビデオの日
<http://www.videonohi.jp/>