



2020.4 No.199
2020.APRIL

Main Reports

- 2019年統計調査結果について
- 「JVAの今後の在り方を考える検討会議」答申について
- 2019年度『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』
キャンペーン最終報告

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

2019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	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	新作数	前年同月比
販売用(個人向)	5,367	72.6%	82.2%	1,543	50.8%	79.8%	328	85.9%	増減 11社 17社 1社	48,227	65.2%	80.3%	13,432	43.3%	82.8%	3,406	83.0%
特殊ルート	15	0.2%	75.0%	21	0.7%	36.2%	12	54.5%		264	0.4%	65.7%	771	2.5%	76.5%	52	92.9%
レンタル店用	1,968	26.6%	85.3%	1,467	48.3%	94.3%	453	117.1%		25,000	33.8%	79.6%	16,662	53.7%	77.4%	4,347	86.3%
業務用	42	0.6%	87.5%	7	0.2%	88.9%	20	66.7%		521	0.7%	97.0%	144	0.5%	20.4%	168	49.9%
DVDビデオ	7,392	45.2%	83.0%	3,038	62.8%	85.4%	813	99.0%		74,012	46.6%	80.1%	31,009	65.3%	78.6%	7,973	83.6%
販売用(個人向)	8,604	96.0%	92.3%	1,551	86.2%	88.2%	307	115.8%		81,451	95.9%	98.8%	14,617	88.8%	96.7%	2,866	100.1%
特殊ルート	46	0.5%	328.6%	13	0.7%	179.0%	8	200.0%		248	0.3%	113.2%	67	0.4%	32.1%	25	92.6%
レンタル店用	266	3.0%	95.3%	229	12.7%	136.1%	14	107.7%		2,980	3.5%	87.3%	1,734	10.5%	85.5%	187	78.2%
業務用	51	0.6%	2550.0%	7	0.4%	3617.1%	0	-		228	0.3%	268.2%	34	0.2%	191.8%	0	0.0%
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	8,967	54.8%	93.3%	1,800	37.2%	93.1%	329	116.7%		84,907	53.4%	98.6%	16,452	34.7%	94.7%	3,078	98.3%
合計	16,359	100.0%	88.3%	4,838	100.0%	88.1%	1,142	103.5%		158,919	100.0%	89.0%	47,460	100.0%	83.5%	11,051	87.3%

◎今月の売上報告社数……29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、2019年上半期調査の数字を用いている。

2020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	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	新作数	前年同月比
販売用(個人向)	5,772	76.6%	120.9%	1,315	48.3%	101.1%	192	76.5%	増減 8社 19社 2社	5,772	76.6%	120.9%	1,315	48.3%	101.1%	192	76.5%
特殊ルート	28	0.4%	63.6%	158	5.8%	67.8%	2	33.3%		28	0.4%	63.6%	158	5.8%	67.8%	2	33.3%
レンタル店用	1,686	22.4%	58.8%	1,240	45.6%	79.9%	387	105.2%		1,686	22.4%	58.8%	1,240	45.6%	79.9%	387	105.2%
業務用	45	0.6%	100.0%	6	0.2%	101.5%	13	144.4%		45	0.6%	100.0%	6	0.2%	101.5%	13	144.4%
DVDビデオ	7,531	47.9%	97.4%	2,720	65.6%	87.9%	594	93.7%		7,531	47.9%	97.4%	2,720	65.6%	87.9%	594	93.7%
販売用(個人向)	8,004	97.6%	112.5%	1,316	92.4%	111.5%	166	86.9%		8,004	97.6%	112.5%	1,316	92.4%	111.5%	166	86.9%
特殊ルート	2	0.0%	5.3%	2	0.1%	24.5%	0	0.0%		2	0.0%	5.3%	2	0.1%	24.5%	0	0.0%
レンタル店用	153	1.9%	43.6%	101	7.1%	49.0%	11	50.0%		153	1.9%	43.6%	101	7.1%	49.0%	11	50.0%
業務用	46	0.6%	766.7%	5	0.4%	952.0%	0	-		46	0.6%	766.7%	5	0.4%	952.0%	0	-
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	8,205	52.1%	109.3%	1,424	34.4%	102.2%	177	82.7%		8,205	52.1%	109.3%	1,424	34.4%	102.2%	177	82.7%
合計	15,736	100.0%	103.3%	4,144	100.0%	92.4%	771	90.9%		15,736	100.0%	103.3%	4,144	100.0%	92.4%	771	90.9%

◎今月の売上報告社数……29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。

2020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	前年同月比	数量	構成比	前年同月比	新作数	前年同月比
販売用(個人向)	3,219	61.5%	91.8%	854	41.8%	86.9%	249	76.4%	増減 8社 18社 3社	8,991	70.4%	108.5%	2,169	45.5%	95.0%	441	76.4%
特殊ルート	35	0.7%	106.1%	106	5.2%	306.6%	3	37.5%		63	0.5%	81.8%	265	5.6%	98.7%	5	35.7%
レンタル店用	1,942	37.1%	89.0%	1,078	52.8%	82.1%	353	93.9%		3,628	28.4%	71.9%	2,319	48.7%	80.9%	740	99.5%
業務用	40	0.8%	87.0%	5	0.3%	76.3%	38	108.6%		85	0.7%	93.4%	11	0.2%	88.3%	51	115.9%
DVDビデオ	5,236	47.6%	90.8%	2,044	68.5%	87.4%	643	86.3%		12,767	47.8%	94.6%	4,763	66.8%	87.7%	1,237	89.7%
販売用(個人向)	5,484	95.3%	114.4%	832	88.5%	110.5%	214	85.3%		13,488	96.6%	113.3%	2,148	90.9%	111.1%	380	86.0%
特殊ルート	40	0.7%	108.1%	6	0.6%	73.7%	2	33.3%		42	0.3%	56.0%	7	0.3%	51.8%	2	28.6%
レンタル店用	225	3.9%	92.6%	101	10.7%	133.6%	12	80.0%		378	2.7%	63.1%	202	8.6%	71.7%	23	62.2%
業務用	8	0.1%	160.0%	1	0.1%	133.0%	0	-		54	0.4%	490.9%	6	0.3%	518.4%	0	-
ブルーレイ (Ultra HDブルーレイを含む)	5,757	52.4%	113.4%	940	31.5%	112.2%	228	83.8%		13,962	52.2%	110.9%	2,364	33.2%	105.9%	405	83.3%
合計	10,993	100.0%	101.4%	2,983	100.0%	94.0%	871	85.6%		26,729	100.0%	102.5%	7,128	100.0%	93.0%	1,642	88.0%

◎今月の売上報告社数……29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(2019年12月、2020年1月、2月)	1	2020年工業統計調査のお知らせ	11
2019年統計調査結果について	2	不正商品対策協議会	12
第395回、第396回定例理事会報告	6	新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者を活用いただける支援パンフレットについて	12
総務人事委員会2019年度活動報告	6	コンテンツ海外流通促進機構	13
アンチリッピングトレーラー収録作品数	6	日誌に見る協会の動き	13
「JVAの今後の在り方を検討する会議」答申について	7	リレーエッセイ142	14
2019年度「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」キャンペーン最終報告	9	事務局人事	14

2019年統計調査結果について

～売上金額は1590億9300万円で前年比89.3%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、2019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「報告書Vol.89」にまとめ会員各社に配布した。本報告書は、一般に有料にて頒布している。また、協会ホームページにおいて概要を公表している。

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					
	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	73,996	46.5%	80.2%	30,999,431	65.5%	79.7%
ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)	85,097	53.5%	99.1%	16,363,243	34.5%	95.4%
ビデオソフトの総売上	159,093	100.0%	89.3%	47,362,674	100.0%	84.5%

▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	百万円					
	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)	48,246	65.2%	80.7%	13,423,840	43.3%	82.8%
特殊ルート	252	0.3%	63.0%	778,043	2.5%	77.3%
レンタル店用(個人向)	24,969	33.7%	79.1%	16,653,709	53.7%	77.5%
業務用	529	0.7%	98.0%	143,839	0.5%	73.0%

▼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					
	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)	81,630	95.9%	99.3%	14,548,777	88.9%	96.7%
特殊ルート	250	0.3%	116.8%	66,684	0.4%	77.7%
レンタル店用(個人向)	2,988	3.5%	89.2%	1,713,639	10.5%	86.1%
業務用	229	0.3%	266.3%	34,143	0.2%	191.9%

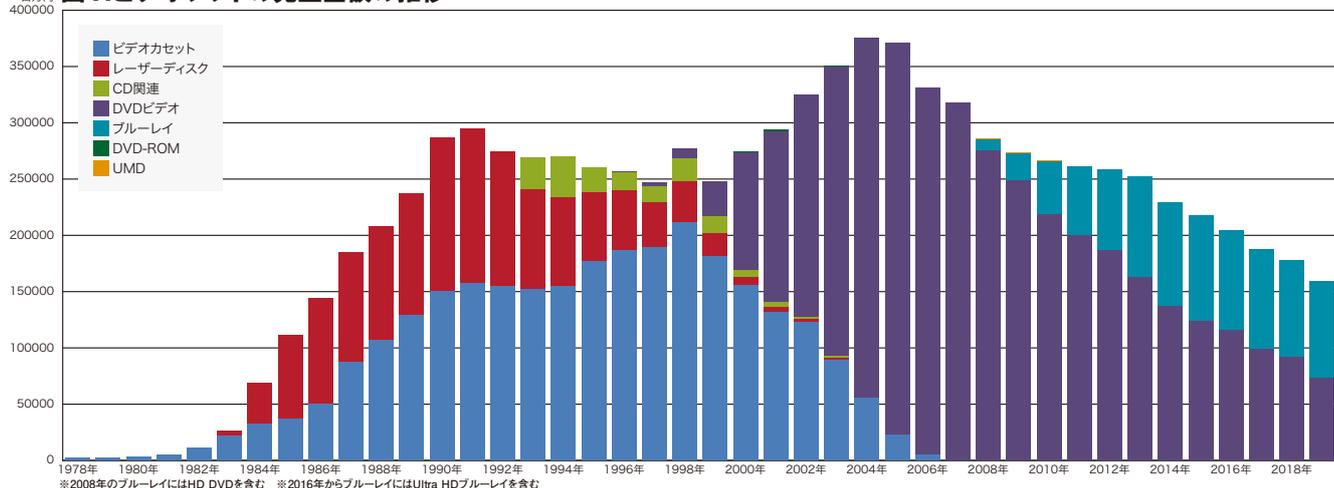
▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

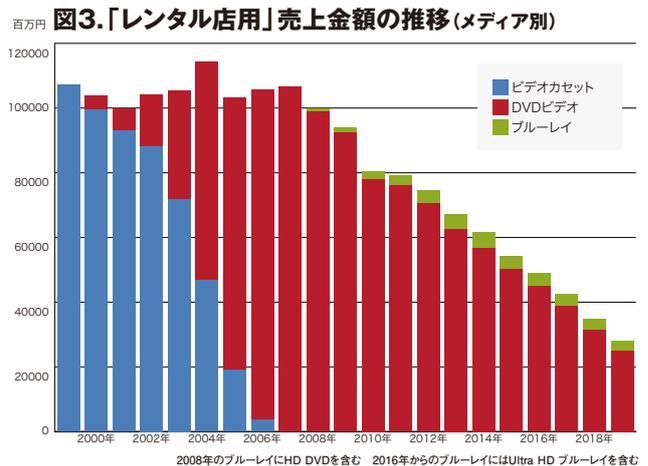
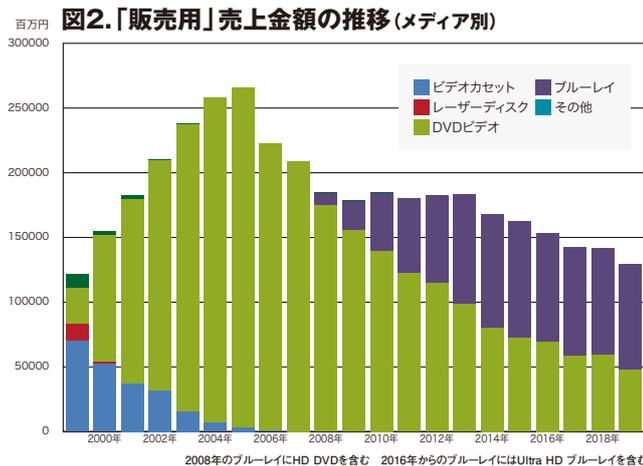
	百万円					
	ビデオソフト全体の売上金額			ビデオソフト全体の売上数量		
	金額	構成比	前年比	数量	構成比	前年比
販売用(個人向)	129,876	81.6%	91.5%	27,972,617	59.1%	89.5%
特殊ルート	502	0.3%	81.8%	844,727	1.8%	77.4%
レンタル店用(個人向)	27,957	17.6%	80.1%	18,367,348	38.8%	78.2%
業務用	758	0.5%	121.2%	177,982	0.4%	82.8%

▼表5.ビデオソフトの平均単価(金額を数量で割った値)

	円	
	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,387	100.7%
販売用(個人向)	3,594	97.5%
レンタル店用(個人向)	1,499	102.1%
ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む)	5,200	103.9%
販売用(個人向)	5,611	102.8%
レンタル店用(個人向)	1,744	103.5%

図1.ビデオソフトの売上金額の推移





1. 2019年のビデオソフトの総売上は1590億9300万円で前年比89.3%となった。上半期は775億7600万円で前年同期比90.3%、下半期が815億1700万円で前年同期比88.4%だった。

ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、ブルーレイ(Ultra HD ブルーレイを含む。以下同様)は850億9700万円で前年比99.1%と僅かに前年を割り込む程度となったが、DVDビデオが739億9600万円で前年比80.2%と2割の減少となった。DVDビデオの売上の減少によってブルーレイの構成比が53.5%と高まり、初めて過半に達した。<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、81.6 対 0.3 対 17.6 対 0.5 となり、販売用の割合が市場の8割強となった。<表4>

3. 販売用全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額は1298億7600万円で、前年比91.5%と前年を割り込んだ。そのうちブルーレイは816億3000万円で前年比99.3%、DVDビデオは482億4600万円で前年比80.7%となった。販売用全体に占めるブルーレイの売上金額の構成比は62.9%となり6割を超えることとなった。<表6>

▼表6.販売用(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 (Ultra HD ブルーレイ含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	6,985	5.4%	99.2%	3,141	6.5%	90.8%	3,844	4.7%	107.4%
日本のTVドラマ	6,890	5.3%	93.7%	3,695	7.7%	98.0%	3,195	3.9%	89.1%
洋画(TVドラマを除く)	15,120	11.6%	106.6%	2,881	6.0%	86.2%	12,239	15.0%	112.8%
海外のTVドラマ	2,748	2.1%	84.7%	1,740	3.6%	80.2%	1,008	1.2%	93.9%
アジアの映画	222	0.2%	75.8%	104	0.2%	60.1%	118	0.1%	98.3%
アジアのTVドラマ	1,510	1.2%	85.6%	1,348	2.8%	86.9%	162	0.2%	76.4%
日本のアニメーション(一般向け)	32,287	24.9%	99.2%	5,772	12.0%	91.9%	26,515	32.5%	100.9%
海外のアニメーション(一般向け)	2,492	1.9%	101.5%	116	0.2%	42.3%	2,376	2.9%	108.9%
日本の子供向け(アニメーション)	1,413	1.1%	98.4%	1,034	2.1%	87.4%	379	0.5%	149.8%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,665	1.3%	104.1%	798	1.7%	110.7%	867	1.1%	98.6%
海外の子供向け(アニメーション)	1,038	0.8%	86.7%	796	1.6%	86.5%	242	0.3%	87.4%
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	49,257	37.9%	80.4%	22,077	45.8%	70.9%	27,180	33.3%	90.4%
音楽(洋楽)	1,080	0.8%	134.5%	645	1.3%	127.7%	435	0.5%	146.0%
ビデオカラオケ	23	0.0%	88.5%	23	0.0%	88.5%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	5,485	4.2%	105.2%	3,243	6.7%	93.5%	2,242	2.7%	128.6%
スポーツ	887	0.7%	128.4%	417	0.9%	151.1%	470	0.6%	113.3%
学校教育・企業教育・語学教育	117	0.1%	92.1%	105	0.2%	88.2%	12	0.0%	150.0%
成人娯楽	5	0.0%	55.6%	5	0.0%	55.6%	0	0.0%	—
その他	652	0.5%	92.0%	306	0.6%	85.5%	346	0.4%	98.6%
計	129,876	100.0%	91.5%	48,246	100.0%	80.7%	81,630	100.0%	99.3%

図4.ビデオソフト全体の「販売用」売上金額の推移(ジャンル別)

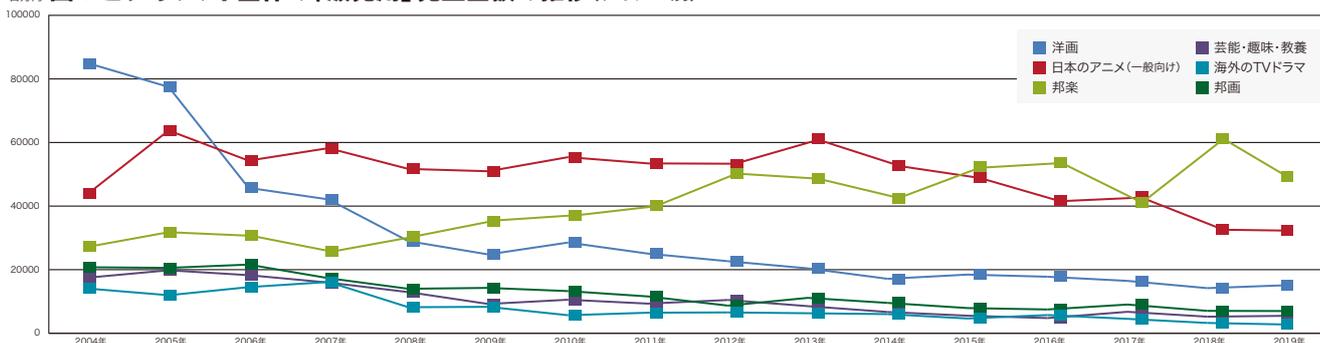


図5.ビデオソフト全体の「レンタル店用」売上金額の推移(ジャンル別)

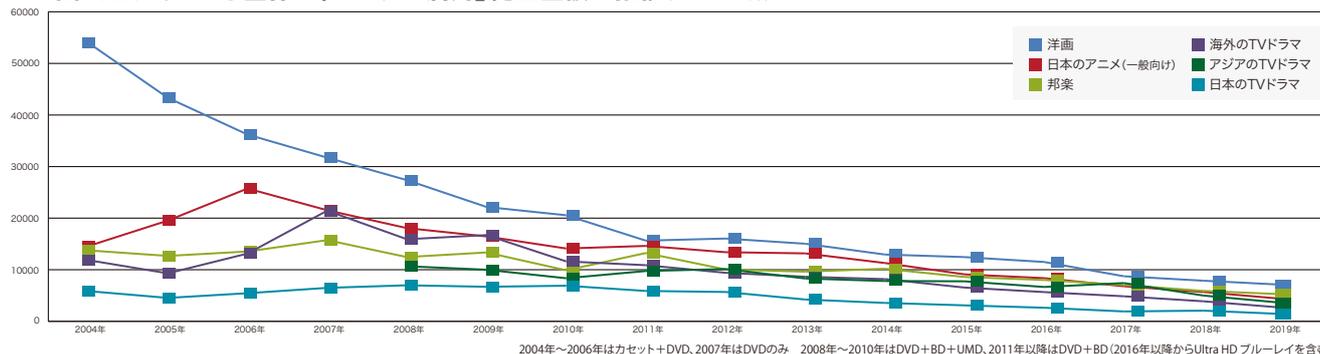
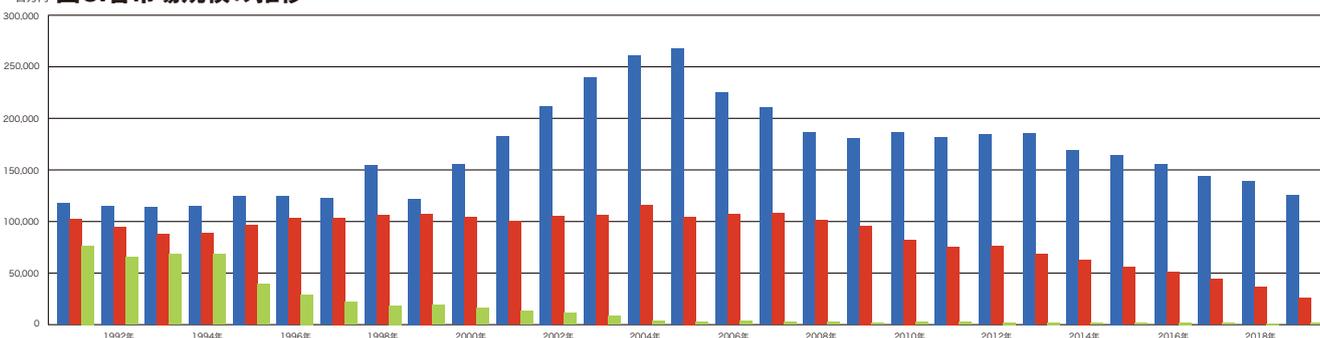


図6.各市場規模の推移



販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると、2018年に日本の映画興行収入で1位となった『ボヘミアン・ラプソディ』等がリリースされた構成比3位(11.6%)の『洋画(TVドラマを除く)』が前年比106.6%と売上を伸ばし健闘した。一方、構成比1位(37.9%)の『音楽(邦楽)』は、昨年『安室奈美恵/namie amuro Final Tour 2018 ~ Finally ~』等がリリースされ大きく伸ばした反動もあり前年比80.4%と大きくダウンした。また、構成比2位の(24.9%)『日本のアニメーション(一般向け)』は前年比99.2%、4位(5.4%)『邦画(TVドラマを除く)』が同99.2%と僅かに前年にとどかず、5位(5.3%)の『日本のTVドラマ』は同93.7%と前年を下回った。

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82.1%(前年80.7%)、『洋画(TVドラマを除く)』が80.9%(同76.4%)、『邦画(TVドラマを除く)』が55.0%(同50.8%)、『音楽(邦楽)』が55.2%(同49.1%)となり、主だったジャンルにおいてはブルーレイの比率がますます高まってきている。<表6>

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、構成比2位(32.5%)となった。『日本のアニメーション(一般向け)』は前年比100.9%、3位(15.0%)の『洋画(TVドラマを除く)』は同112.8%、4位(4.7%)の『邦画(TVドラマを除く)』も同107.4%と前年を上回ったが、1位(33.3%)の『音楽(邦楽)』が、前年リリースのビッグタイトル『安室奈美恵/namie amuro Final Tour 2018 ~ Finally ~』の影響を受け前年比90.4%と1割の減少となり、これが大きく影響し、全体の売上は僅かに前年に届かなかった。<表6>

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(45.8%)の『音楽(邦楽)』が前年比70.9%と前年を大きく下回り(ブルーレイ同様に前年リリースの『安室奈美恵/~ Finally』の影響が大きいと思われる)、2位(12.0%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は同91.9%、構成比3位(7.7%)の『日本のTVドラマ』も同98.0%、4位(6.7%)、『芸能・趣味・教養』も同93.5%、5位(6.5%)の『邦画(TVドラマを除く)』も同90.8%となり、主要なジャンルがいずれも前年を下回った。<表6>

6. レンタル店用全体（DVD ビデオとブルーレイの合計）の売上金額は279 億 5700 万円で、前年比 80.1%と前年を大きく下回った。売上金額全体に占める DVD ビデオの割合は 89.3% で、249 億 6900 万円、前年比 79.1% だった。

DVD ビデオのレンタル店用のジャンル別売上金額では、構成比1位（21.4%）の『洋画（TVドラマを除く）』は同 90.3%、2位（17.5%）の『邦画（TVドラマを除く）』は同 86.5%、3位（17.1%）の『日本のアニメーション（一般向け）』が同 77.3%、続く『アジアの TV ドラマ』（14.3%）が同 74.8%、『海外の TV ドラマ』（10.5%）が同 68.0%と、主だったジャンルが大きく前年を割り込んだ。ブルーレイのレンタル店用の売上金額は 29 億 8800 万円で前年比 89.2% だった。ジャンル別売上金額では、構成比2位の『邦画（TVドラマを除く）』（構成比 29.3%）は前年比 104.2%と健闘したが、全体の 58.2%を占める『洋画（TVドラマを除く）』が同 89.3%と割り込み、全体の前年割れに影響をした。

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 24.6%を占めた。< 表7>

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 3,594 円で前年比 97.5%となったが、売上構成比の高い『音楽（邦楽）』の単価の低下（4,732 円、前年比 96.9%）の影響が大きいと思われる。ブルーレイの販売用は 5,611 円で同 102.8%と上昇した。

DVD ビデオの『レンタル店用』の平均単価は 1,499 円となり前年比 102.1%と上昇、『海外の TV ドラマ』、『アジアの TV ドラマ』の単価上昇が影響したとみられる。ブルーレイの『レンタル店用』の平均単価も 1,744 円で前年比 103.5%と上昇、こちらは『邦画（TVドラマを除く）』の単価上昇（2,254 円、前年比 130.5%）が影響したとみられる。< 表5>

▼表7. 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 (Ultra HDブルーレイ含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	5,243	18.8%	89.0%	4,367	17.5%	86.5%	876	29.3%	104.2%
日本のTVドラマ	1,415	5.1%	68.6%	1,415	5.7%	68.6%	0	0.0%	—
洋画(TVドラマを除く)	7,084	25.3%	90.0%	5,344	21.4%	90.3%	1,740	58.2%	89.3%
海外のTVドラマ	2,634	9.4%	67.9%	2,629	10.5%	68.0%	5	0.2%	50.0%
アジアの映画	85	0.3%	39.7%	77	0.3%	43.0%	8	0.3%	22.9%
アジアのTVドラマ	3,570	12.8%	74.8%	3,570	14.3%	74.8%	0	0.0%	—
日本のアニメーション(一般向け)	4,339	15.5%	76.5%	4,258	17.1%	77.3%	81	2.7%	47.9%
海外のアニメーション(一般向け)	1,003	3.6%	106.6%	772	3.1%	103.1%	231	7.7%	120.3%
日本の子供向け(アニメーション)	1,375	4.9%	95.7%	1,374	5.5%	95.7%	1	0.0%	100.0%
日本の子供向け(アニメーション以外)	346	1.2%	87.8%	346	1.4%	87.8%	0	0.0%	—
海外の子供向け(アニメーション)	313	1.1%	29.9%	267	1.1%	29.9%	46	1.5%	29.9%
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)	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	—
音楽(洋楽)	8	0.0%	—	8	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	490	1.8%	72.7%	490	2.0%	72.7%	0	0.0%	—
スポーツ	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	—
学校教育・企業教育・語学教育	2	0.0%	66.7%	2	0.0%	66.7%	0	0.0%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	50	0.2%	128.2%	50	0.2%	128.2%	0	0.0%	—
計	27,957	100.0%	80.1%	24,969	100.0%	79.1%	2,988	100.0%	89.2%

第395回、第396回定例理事会報告

2月4日(火)午後2時30分より当協会会議室において、第395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 日本ビデオコミュニケーション協会への後援名義使用承認の件・・・承認
- 第2号議案「第4回関西放送機器展」への後援名義使用承認の件・・・承認
- 第3号議案「2020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

●報告事項

1. 各分会報告について
2. 2019年「ビデオの日」キャンペーン結果報告について
3. 2020年賀詞交歓会開催結果について
4. EB債償還について
5. 知財関係報告
6. 2020年会費算定について
7. 2019年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について
8. 2019年11月度・12月度映像配信統計報告について
9. その他

3月3日(火)午後2時より第396回定例理事会を開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、後日、書面審議による電子決議がおこなわれた。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 2020年事業計画(案)スケジュール変更承認の件・・・承認
- 第2号議案「DVD& 動画配信で一人大賞」への後援名義使用承認の件・・・承認

●報告事項

1. 各分会報告
2. EB債への投資について
3. 知財関係報告
4. 2019年統計調査報告について
5. 2020年1月度ビデオソフト売上速報について
6. 2020年1月度映像配信統計報告について
7. 「JVAの今後の在り方について考える検討会議」の答申について
8. その他

総務人事委員会

総務人事委員会2019年度活動報告

業務部会 総務人事委員会(枇榔浩史委員長 東宝(株)では、正会員社社員を対象とした合同研修会を企画運営している。この研修会は4月に新入社員、8月に異動や転職してきた方々を対象として、映像ソフト市場の現況や映像著作権の基礎を学んでいただくとともに、会員社間の交流を目的としている。昨年度の4月の新入社員研修は13社130名、8月の研修は12社37名が参加した。

また、年間5回程開催される委員会は、総務人事部門担当者の情報共有の場となっている。昨年度は、労働契約法の改正に係る問題、総務人事スタッフの育成について、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けての対応や、社員の副業についてといったテーマを取り上げた。

メンバーは正会員社より募っている、ご興味のある方は事務局までご連絡をいただきたい。

【お知らせ】

4月9日(木)と4月24日(金)に実施を予定していましたが2020年度新入社員合同研修会は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため開催を見合わせました。

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したものをアップロードすること」、「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」の違法性を広く消費者に訴えるための啓発キャンペーンを行っている。

その一環として、田中光氏の漫画「サラリーマン山崎シゲル」のキャラクターがアンチリッピングを訴えかけるオリジナル動画を制作し、会員各社のレンタル商品にトレーラーとして収録する『アンチリッピングキャンペーン』を実施している。

この進捗状況を把握するため、四半期ごとに収録作品を記録している。2020年1月から3月までの収録作品数は69作品、これまでに延べ2533作品に収録された。(未回答有)

【参加社】(17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)

「JVAの今後の在り方を検討する会議」答申について

映像ソフトを巡る環境が急速に変化する中において、当協会が果たすべき役割も大きく変わろうとしている。大きな変革期の中で、業界団体である当協会の存在意義を改めて問い、再確認する時期が来ているといった見地から、昨年秋に会長の諮問機関として『JVAの今後の在り方を考える検討会議』が設置された。会員社から選ばれた19社25名の委員によって討議が行われ、3月の理事会において答申をした。その経過と内容について報告する。

<委員の構成>

(※別添名簿)

<会議の経過>

- 第1回 2019年10月15日(火)14時～15時30分
於)JVA会議室
(会長からの趣旨説明、委員長・副委員長の選定、JVA歴史及び現状と課題の説明、今後の進め方について討議)
- 第1回の討議により、各社にアンケートを実施
(各社の映像コンテンツ市場への考え、JVAへ期待すること等)
- 第2回 2019年11月19日(火)14時～15時30分
於)JVA会議室
(JVAの組織と活動内容の説明、アンケート結果の報告、今後の進め方を決定)
- 第3回 2019年12月17日(火)14時～15時30分
於)JVA会議室

構成委員

	会社名	氏名	役職(2020年2月現在)
委員長	(株)ポニーキャニオン	鷲頭 哲郎	ビジュアルクリエイティブ本部本部長(兼)プランニング戦略部部長
副委員長	(株)KADOKAWA	大島 康裕	映像事業局 映像営業部 コンテンツ営業課マネージャー
副委員長	東宝(株)	岩橋 康平	デジタル・コンテンツ営業室セールス課長
委員	(株)アニプレックス (株)ソニー・ミュージックエンタテインメント)	大淵 薫	営業グループ 販売促進部 販売促進課 課長
		戸田 康一郎	業務推進グループ 業務推進部 課長
委員	エイベックス・ピクチャーズ(株)	前野 展啓	執行役員 プランニング&プロモーショングループゼネラルマネージャー
		大竹 海南	コンテンツビジネスグループ ゼネラルマネージャー
委員	(株)NHKエンタープライズ	太田 健也	コンテンツ販売 担当部長
委員	NBCユニバーサル・エンターテインメントジャパン(同)	正木 祥貴	営業部 部長
委員	ギャガ(株)	斉藤 和美	映像事業部TV版權・配信営業 担当部長
委員	キングレコード(株)	山口 幸彦	第一クリエイティブ本部映像制作部長(参与)
委員	松竹(株)	下角 哲也	メディア事業部マネージャー
		藤富 孝平	映像本部 メディア事業部 ホームエンターテインメント室 営業課
委員	東映ビデオ(株)	川崎 岳	コンテンツ部 チーフプロデューサー(兼)コンテンツ企画室長
委員	東映(株)	大越 鉄平	映像本部 ビデオ営業部門 ビデオ営業部営業室長代理(兼)西日本営業所長
委員	東宝(株)	小中 大典	映像本部 映像事業部 映像宣伝室 メディアグループリーダー
委員	東宝東和(株)	田村 貴一	営業本部 マルチメディア事業部長
		加藤 涼子	営業本部マルチメディア事業部
委員	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)	井上 倫明	マーケティング本部 本部長
		岡本 力	営業統括本部 リテイル営業部 部長
委員	日活(株)	宮前 孝幸	映像事業部門 版權営業部 商品企画チームリーダー
委員	(株)バップ	兵頭 寛	構成本部 編成部長
		菊地 龍一	営業本部コンテンツ営業部 部次長
委員	(株)バンダイナムコアーツ	川尻 富夫	マネジメント本部 プロモートセールス部 部長
委員	(株)ポニーキャニオン	福山 正伸	マーケティング本部副本部長(兼)マーケットプロモーション1部部長(兼)収支管理部担当部長

(アンケート結果とこれまでの意見より答申作成のための検討事項を整理、検討事項①「メーカー横断キャンペーンに関して」について検討)

- 分科会 2020年1月10日(金)13時～15時
於)JVA会議室
(「メーカー横断キャンペーン」を継続すべきとした委員により検討)
- 第4回 2020年1月21日(火)14時～15時30分
於)JVA会議室
(分科会報告、検討事項②「市場統計調査に関して」、検討事項③「他団体との連携に関して」を検討)
- 第5回 2020年2月21日(火)14時～15時30分
於)JVA会議室
(答申(案)につき検討)

<答申の内容について(概要)>

第1回目の会議に於いて話し合われた「今後の進め方」の方針に従い、各社が課題と感じている点、JVAに望む点などに関してのアンケートをとり、「I.JVAの役割についての委員の共通認識」、「II.当会議で検討すべきテーマ」を整理したうえで、第2回目以降に検討テーマについて討議した。

I.JVAの役割についての委員の共通認識

現在、協会の主要な活動が4分野であることを確認し、1.2.についてはこれまで同様必要事業であることを確認、3.4.を中心に、検討・協議を行うことになった。

1. 著作権侵害に対する刑事事件化などの違法利用対策
2. 著作権にかかわる政府および関係団体との調整
3. メーカー横断プロモーションの立案・実施
4. 市場統計調査

II. 当会議で検討すべきテーマ

- ① メーカー横断キャンペーン(現「ビデオの日」)に関して
- ② 統計調査に関して
- ③ 他団体との連携に関して

【検討テーマ① メーカー横断キャンペーン(現「ビデオの日」)に関して】

2016年より毎年実施している「ビデオの日」キャンペーン。委員会メンバーは昨年12月にはDEGデジタル配信部会が中心となって動いた配信事業者10社とのコラボレーションによる連動企画「ネットでビデオの日」もローンチしたことを、確認した。次に「メーカー横断キャンペーンは必要か」、「どういった内容であるべきか」という視点から、意見交換をした。

主な意見では、「ビデオの日に拘る必要はないが、ホームエンターテインメントコンテンツの良さを総合的に伝えるという観点で、横断キャンペーンは必要。この規模で出来るのはJVAしかない」という必要だという意見もあったが、「各社それぞれの戦略があるなかで、キャンペーンのメリットを感じない」「キャンペーンの認知度も上がっていない、効果も感じられない」等々と賛否意見が分かれることとなり、「必要ない」もしくは「内容を再考すべき」という意見が多数あった。また、「ぜひ継続すべき」という積極的な意見を出した委員も「今までの形ではなく、新たに形を変えて」というのが概ねの意見だった。

【①の答申】

「過去実施分のレビューと現状のリサーチをきっちり行った上で実施の有無を検討すべき。若しくは、次の方向性を定めるまでは一旦実施を休むこともありなのでは。」「実施するとしても、今一度目的の再確認・設定が必要であり、その上で実施内容の検討に進むべき。」という意見が多数あり、内容に関する議論には至らなかった。

【検討テーマ② 統計調査に関して】

まず、委員会メンバーは、現在、当協会でも実施をしている、「JVA会員社の売上統計」と「映像ソフト事情規模及びユーザー動向調査」について現状を確認し議論をおこなった。

②-1 JVAメーカー売上統計について

会員社からの数字の集計である「ビデオソフト売上統計調査」に関しては市場の実情とほぼ合っているが、「映像配信売上統計調査」に関してはテレビ局からの数字が反映されていないため、実情に差があると推測される。なお、過去にはこの「映像配信売上統計」実施のため、テレビ局(民放5社)に実績開示へのアプローチをおこなったが実現しなかった経緯があることを確認した。

委員からは、「このホームエンターテインメント市場全体の中でユーザーの視聴状況がどれだけシフトしているのかを正しく把握するためには、やはりテレビ局コンテンツの数字が必須と思われる故、テレビ局側に情報提供を再度アプローチ出来ないか。」「各プラットフォームとの連携をもっと強めることで彼らのデータ(加入者数、売上など)を共有してもらうことが今後出来るようにならないものだろうか。」等の意見が出された。

②-2 「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」について

現状認識として、現在JVAではDEGと共同で「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査」を年1回実施している。ユーザーアンケートは市場動向を踏まえ、映像配信に関する動向を探る調査についての充実を図っているところで、今年はサンプル数を昨年の300名から1,300人に増やし、より詳細なデータを取るよう進めていることを確認。それを踏まえたうえで、「デジタルがなぜフィジカルの落ち込みをカバー出来ていないのかの分析を求む。」「ライフスタイル含めユーザーの顔が見えるようなアンケート内容に加えてほしい。例えば、他にはどのようなエンターテインメントにどれだけ時間と金銭を使っているのか、またどのような時間帯での活動になっているか。」等、意見または要望があった。また、データの統計のみならずユーザー動向の現状分析や将来予測など内容の充実が望まれ、その結果を元に戦略を立てて行きたいというのが、共通の意見だった。

【②の答申】

フィジカルからデジタルに変わって行くなか、市場状況やユーザー動向の把握について、会員各社が積極的に知りたい情報であることが分かり、JVAに対し改めて配信売上の統計及びユーザーの動向の調査にこれまで以上に力を入れて欲しいとの要望が強かった。

【検討テーマ③他団体との連携に関して】

アンケートにおいて、他業界団体との連携による事業の強化を挙げているメーカーが数社あった。なかでもJVAと一部重複する機能を持つDEG(デジタル・エンターテインメント・グループジャパン)との連携について意見交換した。

【③の答申】

JVAとDEGでは、その両方に参加しているメーカーが多数あり、更には担当者がかぶっているケースもあるなか、重複する作業を無くして会員社の人的・費用的負担軽減と、より効果的な活動を目指すべく、内容を精査した上で作業を整理すべきではという意見が挙げられた。

答申の最後に、「個社では実施困難なことを可能にし得る業界団体としてのJVAに対しては、各社がその活動に強く期待をしているところであり、急速な変化をみせている市場環境において、そこにマッチした、参加社が求める形にシフト・変化していくことで、その存在は今後も変わらず必要なものになっていくのではないかと結んだ。

2019年度『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』 キャンペーン最終報告

市場活性化キャンペーンワーキンググループは、2019年度のキャンペーン実施がほぼ終了した、2月20日(木)14時から当協会会議室において、会員社を対象とした「2019年度ビデオの日キャンペーン報告会」を実施し、本年度のキャンペーン施策の内容とその結果について報告をした。また、同日に業界紙等に向けた記者発表と一般へのリリースも行った。

(http://www.jva-net.or.jp/news/news_200220.pdf)

結果報告については以下のとおり。

【主なキャンペーン施策の結果】

<オープンキャンペーン>

●『だれでも応募!「11月3日はビデオの日」4Kまるごとプレゼントキャンペーン』

「ビデオの日」の認知度向上のため、オープンキャンペーン『「11月3日はビデオの日」キャンペーン～4Kまるごとプレゼント!』を実施した。

【実施概要】

2019年10月1日～2019年12月31日まで、「11月3日は〇〇〇の日」のクイズに答えていただいたすべての方を対象に、4KTV&4K再生機&BOSEサウンドバー&4Kソフト50作品をセットにして、抽選で1名様にプレゼント。

パッケージ世代はアナログメディアを好む傾向を踏まえ、朝日・読売・毎日といった新聞や週刊ポスト・女性自身といった週刊誌等の16媒体にパブリシティを掲載し、総発行部数994万部を超える媒体に「ビデオの日」を露出できた。

【実施結果】

延べ応募総数は26,540件(昨年20,378件、前年比130%)だった。

また、協賛法人5社(セブンネットショッピング、楽天ブックス、TSUTAYA、ゲオ、Amazon、)による副賞には総数35,596件もの応募があった。その際にはリツイートキャンペーンやSNS等での発信などの協力もいただき、「ビデオの日」認知度の向上に大きく貢献していただいた。



<セル、レンタル共通の施策>

●『買って!借りても!「11月3日はビデオの日」プレミアムキャンペーン』を実施

前回、前々回と実施し好評であった『プレミアムキャンペーン』を、今年度はセルとレンタル共同のキャンペーンとして実施し、規模の拡大と内容の充実を図った。



◀プレミアムキャンペーン店頭用B2ポスター

【実施概要】

2019年11月1日～12月31日のキャンペーン期間中にECを含むすべての販売店・レンタル店において、ビデオソフト(DVD、ブルーレイ、4KUHD)を1,000円以上購入またはレンタルした人を対象に、総計229名様に全10商品を抽選でプレゼントする企画。

昨年も作成したキャンペーン小冊子23万部(前年比1.15倍)は、本年度よりデジタル・エンターテインメント・グループ・ジャパン(DEGジャパン)と合同で30万部制作した。キャンペーンの告知ツールとして制作したポスター7,500枚(前年比1.5倍)及び応募用紙18万5千枚(前年比1.85倍)は、11月1日のキャンペーン開始前に、(株)ハピネット様のご協力を得て、主なセルのリアルショップ向けに配送された。また各レンタル店へは、10月上旬からポスターの配布を開始し、各店ごとの事情を考慮しつつ露出機会の増大を図った。

【実施結果】

応募総数は3,659件(昨年2,336件、前年比157%)のご応募をいただいた。

◀DEGジャパンと合同制作した小冊子の表紙

▼ビックカメラ有楽町店ピロティでのセール



◀ヨドバシ秋葉原店 玄関口のセール

▲応募用紙の表面(三ツ折り)

また、「ビデオの日」に合わせて流通事業者の各法人が独自のコラボキャンペーンを実施され、キャンペーンを大いに盛り上げていただいた。

その一例を紹介する。

- (株)アニメイトは、昨年に引き続き「ビデオの日animate映像ソフト大感謝祭」を開催
- アマゾンジャパン(同)は、「ビデオの日」セールを11月一杯開催
- 楽天(株)は、「プレミアムキャンペーン」を軸に山分けキャンペーン、プレミアムプレゼント、フォロー&RTキャンペーンなど多方向で展開
- (株)セブンネットショッピングは、「プレミアムキャンペーン」を軸に、プレミアムプレゼントなど多彩に展開
- (株)ヨドバシカメラ、(株)ビックカメラなど家電量販店では「ビデオの日」特別セールを期間限定で開催
- タワーレコード(株)は、自社媒体で「ビデオの日」告知
- (株)山野楽器は、ヤマノミュージックギフトカードが当たる独自キャンペーンを実施
- WonderGOO/新星堂(株)ワンダーコーポレーションは、「ビデオの日」記念DVDセールを展開
- HMV(株)ローソンエンタテインメント)では、劇場での小冊子の配布協力、ポスター掲出協力



▲アニメイト「ビデオの日」×アニメイト映像ソフト大感謝祭」を展開

●「劇場用フリーペーパーへの共同出稿」

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月より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出稿しており、2019年度も引き続き掲載した。月130万部発行、全国の75%の映画館で配布された。

<PRイベント>

●「東京国際映画祭」×「11月3日はビデオの日」コラボイベント『映像 百花繚乱 上映会 2019』を開催

第32回東京国際映画祭の会期中、東京ミッドタウン日比谷の日比谷ステップ広場にて『映像 百花繚乱 上映会 2019』を実施した。第1回目より東京国際映画祭とコラボイベントを実施しているが、『ビデオの日』キャンペーンも広がりを見せ、昨年より東京国際映画祭の新会場として加わった東京ミッドタウン日比谷の日比谷ステップ広場にて、本年度も上映イベントを開催した。

【実施概要】

高画質・高音質の本格的な野外シアターを設置し、『ラ・ラ・ランド』、『ボヘミアン・ラブソディ(ライブエイド完全版)』、『スパイダーマン：ファーフロムホーム』をはじめとしたバラエティ豊かなコンテンツを期間中にビデオ上映した。上映期間中には「ビデオの日」実行委員会が『平成から令和へ』と題しオリジナルで制作した2019年のリリース作品のプロモーションビデオ集を上映し、観客や日比谷の道を行く方々に「ビデオの日」をアピールした。

【実施結果】

5日間の上映期間中の集客数は約7,500人と大盛況だった。11月1日(金)に上映された「ボヘミアン・ラブソディ(ライブエイド完全版)」の上映時には、日比谷ステップ広場の階段上部まで観客で埋め尽くされた。



▲「ボヘミアン・ラブソディ(ライブエイド完全版)」の上映時の様子



▲東京国際映画祭で作成した告知チラシ(裏面)

さらに本年度は、全国のレンタルへの店集客促進を目的とした『あなたの街でもビデオの日“全国上映会”』を日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合の運営協力のもと全国16箇所で開催した。こちらも延べ来場者数約1,000人といった実績となり、全国の多くの方に「ビデオの日」をアピールした。

【2019年度キャンペーンの総括】

4年目を迎えた2019年度の市場活性化キャンペーンは、これまでの成功や反省を踏まえた結果、各々のキャンペーンの役割をより明確に打ち出したキャンペーンとなった。「ビデオの日」認知度、知名度の向上を目指したオープンキャンペーン、メーカー・セル法人・レンタル法人が協力し市場活性化を目指すマストバイキャンペーン、「11月3日はビデオの日」を印象付けるための野外上映会。どの施策も昨年と比べて数字としては手ごたえを感じる結果となった。

また、セル法人が「ビデオの日」に合わせて実施した独自のキャンペーンも年々広がりを見せた。この様な協力や継続が消費者への認知には不可欠である。市場の縮小が進む中、メーカー・セル法人・レンタル法人が一丸となって本キャンペーンを進めたことの意義は大きかった。

お知らせ



政府統計

2020年工業統計調査を実施します

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2020年6月1日です。
調査票へのご回答をお願いいたします。



工業統計キャラクター・コワちゃん

同時に実施している経済構造実態調査の対象事業所・企業等におかれましては、両調査にご回答をお願いします。

総務省・経済産業省・都道府県・市区町村

『ほんと?ホント!フェアin 高知 ～海賊版は買わない! 偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない!海賊版サイトは見ない!～』を開催

不正商品対策協議会(ACA)は2月23日(日)に『ほんと?ホント!フェアin 高知 ～海賊版は買わない!偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない!海賊版サイトは見ない!～』を、イオンモール高知(高知市)にて開催した。会場には、家族連れを中心に約1,000人が来場した。

会場に設けられたステージでは、高知県警察防犯特捜「マモルマン」が知的財産権侵害に立ち向かうという、この日のために書き下ろされたオリジナルストーリーのショーが披露され、会場に詰めかけた子供たちから大きな歓声が沸き起こっていた。



ステージイベント第2部では、総勢20名からなる高知県警察音楽隊によるミニコンサートが行われた。音楽隊のオリジナル楽曲「高知振り込まない音頭」が披露されたほか、「パプリカ」の演奏中には子供たちが曲に合わせて一緒に踊り出すなど、会

場は一体となって大きく盛り上がった。

第3部では女芸人No.1決定戦で準優勝したお笑いコンビ「はなしょー」によるお笑いライブに続き、後藤事務局長とMCの田名部さんによる「不正商品ミニトークショー」、来場者参加型の勝ち抜きクイズ大会「ほんと?ホント!〇×クイズ」を実施した。クイズ終了後は全員で「不正商品撲滅」をコールし、イベントを締めくくった。

その他にも、「ホンモノ・ニセモノ比較展示」やお子様用警察制服の試着撮影会、バルーンアートプレゼント、などを実施し、家族連れを中心に会場は大きな賑わいを見せた。

開催日の時点では、新型コロナウイルスへの感染が高知県下では認められていなかったが、感染防止への配慮として、対面での遣り取りが発生する「ペーパークイズ」などは実施を控えた。

主催：不正商品対策協議会(ACA)

後援：警察庁/高知県警察/特許庁

協力：神戸税関高知税関支署/国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)

詳細は不正商品対策協議会ホームページまで

(<https://www.aca.gr.jp>)

(執筆：ACA事務局)

お知らせ

新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者に活用いただける支援パンフレットについて

経済産業省では、新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者の皆様にご活用いただける支援策をパンフレットにまとめ、HPに公開している。

パンフレットでは信用保証制度や無利子・無担保融資などの融資制度による資金繰り支援や、サプライチェーンの毀損等に対応するための設備投資・販路開拓支援、全国1,050カ所に設置した経営相談窓口・海外進出企業向け相談窓口などの経済産業省の支援策に加え、雇用調整助成金や保護者の休暇取得支援、テレワーク導入支援、税の申告・納付など関係省庁の支援策も含め、様々な情報を掲載している。

パンフレットの情報は随時更新されており、最新情報は総合連絡委員会と総務人事委員会の委員宛にメールにてご案内をしている。また、右のQRコードからも最新情報が確認できる。必要に応じた支援制度のご活用を検討いただきたい。

経済産業省

新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者の皆様へ

- 資金繰り**
総額1.6兆円規模で徹底的に支援
- 設備投資・販路開拓**
サプライチェーンの毀損等にも対応
- 経営環境の整備**
相談窓口の設置等で経営を下支え

本資料は経済産業省HP特設ページに掲載しております。
[経済産業省 新型コロナウイルス感染症関連](#)で検索、または右のQRコードよりご確認ください。

また、最新情報については、e-中小企業ネットマガジン/中小企業庁Twitterでも、ご登録いただいた方に随時配信しております。

e-中小企業ネットマガジンの登録 → [e-中小企業ネットマガジン](#)で検索、または右のQRコードよりご確認ください。

中小企業庁Twitterのフォロー → [@meti_chusho](#)で検索、または右のQRコードよりご確認ください。

令和2年4月2日10:00時点版



経済産業省
新型コロナウイルス
感染症関連



e-中小企業ネット
マガジンの登録



中小企業庁
Twitterのフォロー

「MioMio」などの海賊版サイト、次々と閉鎖へ

2020年3月、複数の海賊版サイトの閉鎖やUGCサイトへの違法アップロードの激減が確認されている。

悪質な海賊版サイトの1つである「MioMio.tv」は、2020年1月より、サイト上にゲーム画面が表示され、これまでの違法アップロード動画などが視聴できない状態になっていたが、3月24日にはIPアドレスが見つからない状態となり、完全閉鎖された。

MioMioは、2018年4月、知的財産戦略本部・犯罪対策閣僚会議が「運営管理者の特定が困難であり、侵害コンテンツの削除要請すらできない海賊版サイト」として、「漫画村」、「Anitube」とともに指定された悪質な海賊版サイトの1つである。

CODAではこれまでに、中国における行政投訴を含むさまざまな対策を実施してきた。2017年3月には、運営者が特定され、行政指導（サイト閉鎖とサービス中止）により行政処罰（罰金）が下されたが、これに対しMioMioは、中国国内でMioMioが視聴できない「ジオブロック」を導入した。このため、中国国内においては公衆送信権侵害が確認できないとして、対応ができない状況が継続していた。これに対して2019年12月、国家著作権局がオンライン上の著作権監視センターとして指定する「12426著作権監視中心」を運営するファーストプレイブ社に共同エンフォースメントを依頼した。その結果、再び運営者を特定することに成功し、サイトの完全閉鎖と二度としない旨の誓約書を受領した。

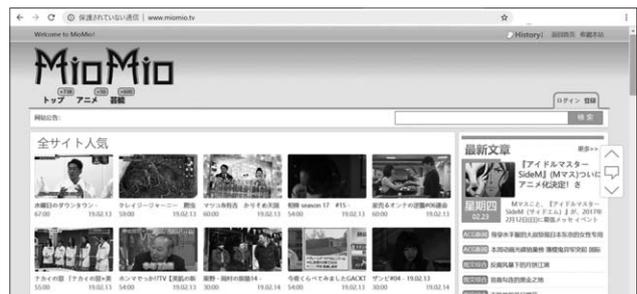
また、CODAの自動コンテンツ監視・削除センターの対象サイトである「dilandili.co」も3月5日、動画をすべて削除したとの謝罪のメールを受領するとともにサイトがメンテナンス中となったほか、「9tsu.com」も3月20日ごろからサイトが開けない状態が続いていたが、3月26日付で「we are closed」との連絡が入った。

このほか、韓国のUGCサイトの1つである「Pandora.tv」は、アップロードされるコンテンツのほとんどが日本の最新のテレビ番組であったことから、同サイトの担当者と直接に折衝するほか、広告掲載抑止などの取り組みを実施した結果、現在では最新の番組はほとんどアップロードされない状況となり、削除センターからの削除要請数、アクセス数ともに大幅に減少している。

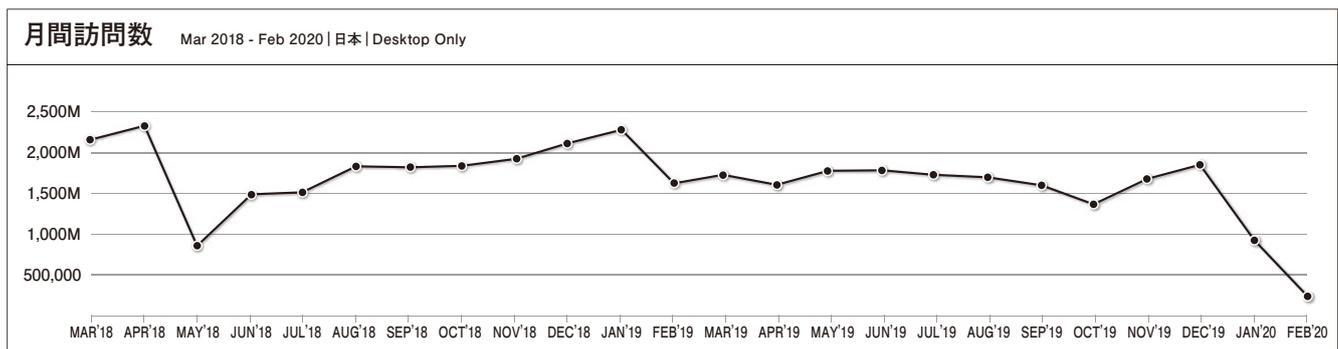
CODAはこのほかの複数の海賊版サイトについても、具体的な対策を継続している。

（執筆：CODA事務局）

▼MioMio.tvのトップページ



▼miomio.tvの延べアクセス数の推移 (SimilarWeb調べ)



▼日誌に見る協会の動き

【1月】

- 8日 JVA新年賀詞交換会
- 10日 JVAの今後の在り方を検討する会議分科会
- 16日 消費者委員会
- 21日 JVAの今後の在り方を検討する会議
- 23日 業務部会幹事会
- 27日 市場活性化キャンペーンWG
- 29日 総務人事委員会

【2月】

- 4日 定例理事会
- 5日 マーケティング委員会
- 7日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 12日 総合連絡委員会
- 18日 JVAの今後の在り方を検討する会議
- 20日 2019年度「ビデオの日」会員社報告会
2019年「ビデオの日」報告記者発表
- 21日 業務使用対策委員会
- 26日 JASRAC協議

【3月】

- 3日 定例理事会(中止※)
- 4日 マーケティング委員会(中止※)
- 5日 権利者団体対応委員会(中止※)
著作権部会(中止※)
- 12日 ユーザー動向調査G会議(中止※)
- 19日 業務使用対策委員会(中止※)
- 26日 業務部会幹事会(中止※)
※新型コロナウイルス感染拡大防止の為、開催中止



Relay essay

vol.142

森口 和則 氏(松竹株メディア事業部部长)からのご紹介

河野 聡 氏(株バンダイナムコアーツ 専務取締役)

「忘れかけていた、あの熱い憧れと想い…。」

最近、バイクにハマっています…。

5年程前に中型、大型のバイクの免許を立て続けに取得しました。いつか取りたいとずっと思っていたが、なかなか重い腰を上げられずにいましたが、長男が中型の免許を取る際に“ならば、俺も!”と一緒に教習所に通いました。学生時代に持っていた、忘れかけていたあの熱い思い!を胸に、半年かけて免許を取得しました。

忘れかけていたあの熱い思い…。

そう!ハーレー・ダビッドソンです。

学生時代にみたアメリカ映画に度々登場するあのハーレー・ダビッドソンです。

世界中に沢山のファンがいて、バイクに詳しくない方でも名前は知っているというくらい知名度の高いバイクの王様です。私も大好きで「イージー・ライダー」のデニス・ホッパーやピーター・フォンダに憧れ、いつか、いつの日か!と夢見た憧れのバイクです。

免許を取ってすぐにハーレーの中でもお手軽な、でもカッコいい、スポーツスターシリーズのアイアン883を購入し、3年程乗りました。今はフォーティ・エイト115周年記念の限定仕様に乗っています。操作性の良さとカッコいいビジュアル性に惹かれて購入しました。世界に2400台のみの生産でシリアルも付いた限定車です。写真は購入時のノーマル仕様ですが、今ではマフラー、グリップも変えてお気に入りの愛車です。

バイクという乗り物…。決して“快適”とは言い難いものです。

冬は指先がかじかむ程猛烈に寒いし、夏は頭上からの炎熱とエンジンの熱気で恐ろしく暑いです…。



でも、魅力的でカッコいい…。

全身で自然を感じ、筋肉と反射神経、そして感性を最大限に駆使しながら走る感覚…。

バイクには人を夢中にさせる何かがあります!

購入後は休日に長男と近場のツーリングを楽しんでいる程度だったのですが…。

そんな中、学生時代のバイト仲間、私を含めて4人組の一人とたまたま会い、そこから4人全員とコンタクトが取れて24~5年振りに4人で食事をしました。昔話に花が咲き、全員が憧れていたアメリカ映画やハーレーの話もしました。忘れかけていたいつか、きっと!と思っていた夢のハーレーを最近持てるようになったと話をしたら、“俺も!” “俺も!” “俺も!”と…!なんと!他の3人全員がハーレー・オーナーになっていたのです…。

みんなあの頃の熱い思いを胸に夢を実現していたのです。

今では、そんな素晴らしい仲間と3か月に1度くらいのペースでハーレーに乗ってツーリングをしています。

関東近郊ですが、様々な場所で満開の桜や紅葉を見たり、温泉やグルメを楽しんだりしています。

“充電させてもらえませんか”の番組ロケ中の出川さん、長嶋一茂さんと遭遇し、一緒に写真を撮ったこともありました。

ゴルフくらいの趣味しかなかった自分が今ではバイクに夢中です…。

忘れかけていた、あの頃の熱い憧れと想い…。

ちょっと振り返ってみてください、皆さんにもありませんか? どんな小さなことでもいいと思います。

今からでも遅くありません。夢を実現しましょう!!



▼JVA事務局人事

2020年2月25日付

佐々木 功 業務部長 (株ポニーキャニオンより出向)

八十河 恒治 業務部長 (株ポニーキャニオンへ復職)

2020年4月30日付 退職

倉橋 沙知緒 管理部広報課主事

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2020年4月1日現在

■ 正会員(28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)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)バンダイナムコアーツ
(株)ボニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)よしもとミュージック
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(14社)

(株)アニプレックス
(株)一丸印刷所
(株)IMAGICA Lab.
エイベックス・エンタテインメント(株)
SBS ロジコム(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)ジャパン・ディストリビューションシステム
ソニー PCL (株)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ
(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)

2020年4月28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/>

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!