



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報
No.206

一般社団法人 日本映像ソフト協会
会員社名(五十音順) 2021年10月1日現在

■ 正会員(26 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
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
日活(株)
(株)バップ
(株)ハピネット
(株)バンダイナムコアート
(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
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(15 社)

(株)アニプレックス
(株)一丸印刷所
(株)IMAGICA エンタテインメントメディアサービス
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
ジーエフケー・インサイト・ジャパン(株)
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)

JVA Report

No.206
2021.October

2021. 10

Main Reports

- 2021年度 一般社団法人 日本映像ソフト協会 組織図／会議・委員会
- 2021年度 上半期統計調査報告
- 映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2020②

2021年10月14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>





Index

月間売上統計(6月・7月・8月)	2
2021年度 日本映像ソフト協会 組織図	3
主な会議・委員会の紹介	3
2021年 上半期統計調査報告	5
第411回、412回定例理事会報告	8
2022年度 重要会議・行事予定	8
映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2020②	9
リレーエッセイVol. 149	13
日誌に見る協会の動き	14

2021年6月度

2021年6月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	6 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 ～ 6 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)	4,987	83.2%	174.5%	1,450	67.6%	175.1%	238	111.7%	増減 その 他 11社 14社 2社	23,139	77.1%	104.8%	6,044	56.5%	101.0%	1,430	105.3%
特殊ルート	47	0.8%	142.4%	86	4.0%	41.1%	1	33.3%		124	0.4%	96.9%	483	4.5%	81.5%	8	53.3%
レンタル店用	929	15.5%	58.6%	602	28.1%	53.3%	458	155.8%		6,560	21.9%	56.8%	4,070	38.0%	58.5%	2,356	106.0%
業務用	28	0.5%	121.7%	5	0.2%	83.2%	30	187.5%		197	0.7%	108.8%	108	1.0%	194.4%	68	69.4%
DVDビデオ	5,991	38.5%	133.2%	2,143	54.5%	98.6%	727	138.2%	増減 その 他 11社 12社 4社	30,020	43.2%	88.5%	10,706	60.3%	78.8%	3,862	104.6%
販売用(個人向)	9,471	98.9%	229.2%	1,774	99.1%	236.7%	188	114.6%		38,843	98.3%	108.2%	6,794	96.2%	106.4%	1,178	105.6%
特殊ルート	32	0.3%	213.3%	5	0.3%	85.0%	0	0.0%		114	0.3%	165.2%	21	0.3%	110.9%	3	37.5%
レンタル店用	48	0.5%	26.8%	6	0.4%	8.8%	2	15.4%		411	1.0%	29.5%	221	3.1%	36.5%	56	80.0%
業務用	29	0.3%	170.6%	5	0.3%	230.2%	0	－		139	0.4%	106.1%	25	0.3%	169.0%	0	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	9,580	61.5%	220.5%	1,791	45.5%	215.6%	190	106.1%	増減 その 他 11社 12社 4社	39,507	56.8%	105.3%	7,061	39.7%	100.5%	1,237	103.6%
合 計	15,571	100.0%	176.1%	3,934	100.0%	130.9%	917	130.1%		69,527	100.0%	97.3%	17,768	100.0%	86.2%	5,099	104.3%

◎今月の売上報告社数……27社(※前年同月の報告社数28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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。

2021年7月度

2021年7月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	7 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 ～ 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		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)	4,213	75.7%	79.5%	1,131	55.6%	90.9%	277	156.5%	増 減 その 他 8社 17社 2社	27,352	76.9%	99.9%	7,175	56.3%	99.3%	1,707	111.2%
特殊ルート	6	0.1%	10.0%	17	0.9%	20.0%	1	33.3%		130	0.4%	69.1%	501	3.9%	73.7%	9	50.0%
レンタル店用	1,313	23.6%	66.3%	883	43.4%	80.7%	590	175.6%		7,873	22.1%	58.2%	4,954	38.9%	61.5%	2,946	115.2%
業務用	30	0.5%	75.0%	4	0.2%	7.3%	22	200.0%		227	0.6%	102.7%	112	0.9%	106.7%	90	82.6%
DVDビデオ	5,562	38.4%	75.4%	2,035	55.7%	82.2%	890	168.9%	増 減 その 他 17社 7社 3社	35,582	42.4%	86.1%	12,741	59.5%	79.3%	4,752	112.6%
販売用(個人向)	8,807	98.7%	168.6%	1,574	97.5%	162.8%	231	163.8%		47,650	98.4%	115.8%	8,369	96.4%	113.8%	1,409	112.1%
特殊ルート	33	0.4%	412.5%	4	0.3%	161.3%	0	－		147	0.3%	190.9%	25	0.3%	116.8%	3	37.5%
レンタル店用	61	0.7%	37.0%	35	2.2%	47.2%	9	81.8%		472	1.0%	30.3%	256	3.0%	37.6%	65	80.2%
業務用	25	0.3%	312.5%	2	0.1%	152.5%	0	－		164	0.3%	118.0%	27	0.3%	167.7%	0	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	8,926	61.6%	165.2%	1,616	44.3%	154.6%	240	157.9%	増 減 その 他 17社 7社 3社	48,433	57.6%	112.9%	8,677	40.5%	107.5%	1,477	109.7%
合 計	14,488	100.0%	113.3%	3,651	100.0%	103.7%	1,130	166.4%		84,015	100.0%	99.8%	21,418	100.0%	88.7%	6,229	111.9%

◎今月の売上報告社数……27社(※前年同月の報告社数28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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。

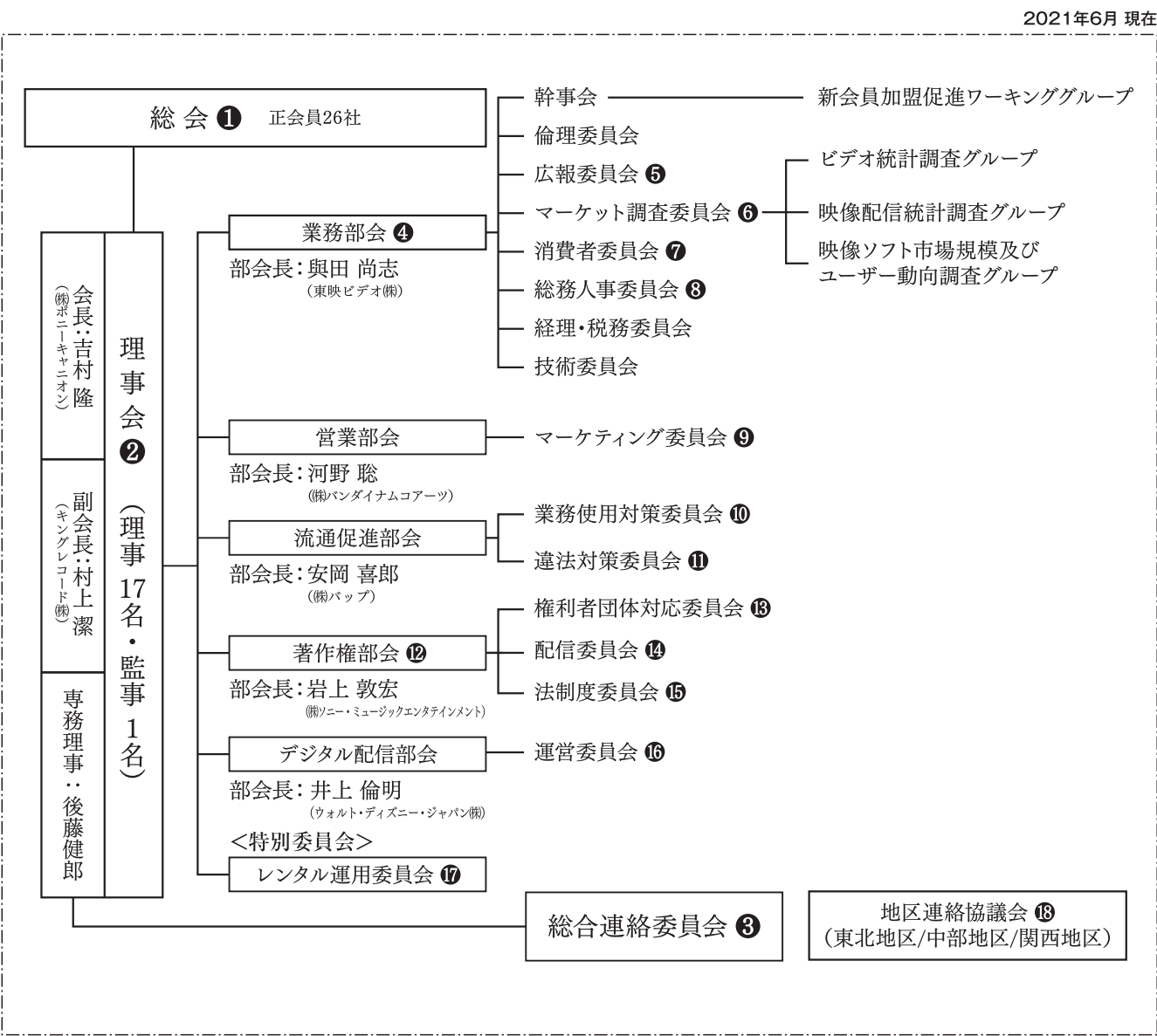
2021年8月度

2021年8月度
(金額：百万円 数量：千枚)

	8 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 ～ 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		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)	2,581	72.1%	67.6%	699	45.9%	72.9%	343	126.6%	増減 その 他 4社 22社 1社	29,933	76.4%	96.0%	7,874	55.2%	96.2%	2,050	113.5%
特殊ルート	37	1.0%	284.6%	197	13.0%	346.9%	2	6.7%		167	0.4%	83.1%	698	4.9%	94.8%	11	22.9%
レンタル店用	924	25.8%	68.1%	610	40.1%	70.3%	446	205.5%		8,797	22.5%	59.1%	5,563	39.0%	62.4%	3,392	122.2%
業務用	39	1.1%	130.0%	16	1.0%	415.4%	3	50.0%		266	0.7%	106.0%	128	0.9%	117.5%	93	80.9%
DVDビデオ	3,581	37.9%	68.7%	1,521	60.4%	80.7%	794	151.5%	増減 その 他 15社 9社 3社	39,163	41.9%	84.2%	14,263	59.6%	79.4%	5,546	116.9%
販売用(個人向)	5,741	97.9%	119.0%	963	96.5%	120.9%	321	124.4%		53,391	98.3%	116.2%	9,332	96.5%	114.5%	1,730	114.2%
特殊ルート	23	0.4%	575.0%	3	0.3%	139.9%	0	0.0%		170	0.3%	209.9%	29	0.3%	118.9%	3	27.3%
レンタル店用	52	0.9%	43.7%	25	2.5%	97.0%	8	200.0%		524	1.0%	31.2%	282	2.9%	39.8%	73	85.9%
業務用	46	0.8%	383.3%	6	0.6%	390.3%	0	－		210	0.4%	139.1%	33	0.3%	187.8%	0	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,862	62.1%	118.2%	998	39.6%	120.7%	329	124.2%	増減 その 他 15社 9社 3社	54,295	58.1%	113.4%	9,675	40.4%	108.7%	1,806	112.1%
合 計	9,443	100.0%	92.8%	2,519	100.0%	92.9%	1,123	142.3%		93,458	100.0%	99.0%	23,938	100.0%	89.2%	7,352	115.7%

◎今月の売上報告社数……27社(※前年同月の報告社数28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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。

一般社団法人 日本映像ソフト協会 組織図



主な会議、委員会の紹介

①総会

議長：吉村 隆代表理事長(㈱ポニーキャニオン)

定款に定める事項の他、当協会の運営に関する重要事項を決議する機関。通常総会は事業年度終了後3ヶ月以内に開催され、前年度の事業報告、収支決算、次年度の事業計画、収支予算等についての決議の他、理事・監事の選任を行う。

②理事会

代表理事長：吉村 隆(㈱ポニーキャニオン)

役員：18名(代表理事長を含む)

総会の決議した事項の執行に関することや、総会に上程すべき事項について検討、決議する。その他、総会の決議を要しない業務の執行に関する事項についても決議する。会議開催は原則として毎月第1火曜日。

③総合連絡委員会

委員：41名

全会員社から1名の委員によって構成され、理事会ならびに各部会・委員会の活動報告や、関係官庁、関係団体からの連絡事項等について報告している。また、各部会から上程された事項に関し、各会員社の意見をフィードバックし協議を行なうこともある。会議開催は原則として毎月第2火曜日。

④業務部会幹事会

幹事：18名

理事会に上程する重要事項について協議をしている。会議開催は原則として第4木曜日。

⑤広報委員会(業務部会)

委員：5名

年に4回発行される協会会報誌「JVA REPORT」や、当協会のホームページ(<http://www.jva-net.or.jp>)などの監修を行っている。会議開催は不定期。

⑥マーケット調査委員会(業務部会)

当協会が実施している各種マーケット調査についての企画実施および調査結果の検分をグループごとに担当して行う。現在行われている調査は以下のとおり。

- ビデオ統計調査グループ…会社員のビデオソフトの出荷段階の売上について統計調査を実施。
- 映像配信統計調査グループ…会社員の映像配信事業による売上についての統計調査を実施。
- 映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査グループ…一般消費者を対象に、年間のビデオソフトのセル、レンタルの利用実態や映像配信の利用実態を調査し、映像パッケージと映像配信市場の規模を推計する調査。1月実施、5月発表。

⑦消費者委員会(業務部会)

委員：20名、オブザーバー1名

DVDビデオやBlu-ray Discなどの製品管理に関する情報交換や、各社のお客様相談窓口寄せられた利用者の声の中で、業界として取り組むべき課題などを検討している。会議開催は不定期に年4回程度。

⑧総務人事委員会(業務部会)

総務人事担当者による情報交換、意見交換、勉強会を行ない諸課題について検討会を行う。

協会会員社を対象とした合同研修会の企画、運営を行う。会議開催は不定期に年3～4回程度。

⑨マーケティング委員会(営業部会)

委員：27名

主にパッケージソフトのマーケットに関する情報の交換と、市場活性化のための施策の検討や課題の解決にあたっている。会議開催は毎月第1水曜日。

⑩業務使用対策委員会(流通促進部会)

委員：21名

時代と共にビデオソフトの業務使用は様々なビジネス形態が生まれているが、スムーズにビデオソフトの流通を促進させるため、これらの業務使用に関する対応を検討すると共に、市場動向の意見交換を行なっている他、各地区連絡協議会とも協力して活動している。また、業務使用に関する問合せに対応するために「上映・業務用をご利用になるには」と、各会員社の業務使用契約窓口一覧を協会ホームページで広報している。会議開催は月1回。

⑪違法対策委員会(流通促進部会)

委員：14名

映像ソフトに係わる著作権侵害行為の早期の確認と防止、そして対応することを活動方針とし、悪質な侵害行為者に対し法的措置を講ずるための手続きを担当している。警察庁、各都道府県警察、地区連絡協議会、関係諸団体と連携して違法対

策活動を推進している。海外の侵害に対して、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)とも連携して対策に取り組んでいる。

⑫著作権部会

委員：30名

著作権部会は、定款の事業目的のひとつである『知的財産権の擁護確立および施策の推進』を主たる役割とする部会で、次の3つが柱となる。

- 内外の著作権法制に関する調査・研究
- 著作権処理に関する諸問題への対応
- 知的財産権擁護確立のための広報活動

その役割を果たすため、著作権部会では3つの委員会の活動報告や上記3点に関する課題を検討している。会議開催は毎月1回程度。

⑬権利者団体対応委員会(著作権部会)

委員：11名

著作権部会の役割のうち、著作権処理に関連する諸問題の調査研究および著作権管理事業者等関係団体との協議を主たる役割とする。

⑭配信委員会(著作権部会)

委員：15名

権利者団体対応委員会に各社のネット配信担当者も参画していただく、権利者団体対応委員会の拡大委員会。ネット配信の権利処理に関連する諸問題の調査研究を行なっている。これに関連して動画投稿サイト等に関する諸問題にも対応している。

⑮法制度委員会(著作権部会)

委員：9名

著作権部会の役割のうち、著作権法制度に関わる諸問題への対処を担う委員会。文化庁文化審議会著作権分科会とその各小委員会等で審議されている著作権法制度上の課題等の調査研究を行っている。

⑯デジタル部会運営委員会

委員：9名

映像配信の在り方について調査・研究を行う。必要に応じてセミナーや勉強会を主催する予定。会議開催は不定期。

⑰レンタル運用委員会

委員：10名

「個人向けレンタルシステム」の運用を行う。現行のレンタルシステムに当てはまらない問題などにつき検討し、システムの変更、改変を行う。部会に属さない特別委員会として常設する。会議開催は不定期。

⑱地区連絡協議会

東北・中部・関西に地区連絡協議会が設置されている。地区連では参加メーカーが持ち回りで幹事を担当し、違法対策部会、業務使用対策委員会と連動した調査・啓発キャンペーンを実施している。また、定例会、総会、新年賀詞交歓会、懇親会など、地域に密着した活動と情報交換が行われている。

2021年上半期統計調査結果報告

～ビデオソフト総売上金額は695億2,700万円で前年同期比97.3%～

マーケット調査委員会(鶯頭哲郎委員長(株)ポニーキャニオン)は2021年上半期の統計調査結果をまとめた。統計調査の結果の概要は以下のとおり。なお、本調査結果は当協会ホームページ内の「最新情報」において抜粋を掲載している。

<2021年上半期(1月～6月)の実績について>

はじめに

今期も昨年同様に新型コロナウイルスの影響を多分に受けた期となった。今期実績については、市場性によるものに加えて、新型コロナ禍による発売点数の減少、行動自粛による消費の低迷も加味し現状を認識しておく必要がある。

1. 今期のビデオソフトの総売上金額は695億2,700万前年同期比97.3%だった。

そのうち、DVDビデオは300億2,000万円で前年同期比88.5%に対し、ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む。以下、ブルーレイと表記。)は395億700万円で同105.3%と前年同期を上回った。DVDビデオとブルーレイの構成比率は概ね前年同期並みだが、ブルーレイの比率がやや上がっており、ブルーレイの拡大傾向が見られる結果となった。<表1>

2. ビデオソフト全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額を販売用、レンタル店用の市場別にみると、販売用が619億8,200万円で前年同期比106.9%と好調だった。一方でレンタル店用は69億7,100万円で前年同期比53.8%の大幅な減少となり、急速に縮小が進んでいる。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、89.2対0.3対10.0対0.5となり、レンタルの割合の減少により市場における販売用のシェアがさらに拡大している。<表4>

3. DVDビデオの販売用売上金額は231億3,900万円で前年同期比104.8%、ブルーレイの販売用は388億4,300万円で同108.2%とどちらも前年同期実績を上回った。また、販売用全体に占めるブルーレイの割合は62.7%となり、前年同期と同程度であった。<表5A>

販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位の『日本のアニメーション(一般向け)』(37.9%)は、昨年10月に劇場公開され、大ヒットを記録した『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』のリリースがあり、前年同期比157.5%と大きく伸長した。一方、構成比2位(33.2%)の『音楽(邦楽)』は同92.7%とやや伸び悩んだ。この上位2ジャンルで全体の7割以上の売上を占めている。また、構成比3位以下では『日本のTVドラマ』(構成比6.7%)が前年同期比114.9%、『邦画(TVドラマを除く)』(同5.6%)が同116.1%、『芸能・趣味・教養』(同4.9%)が同102.6%となるなど、『洋画(TVドラマを除く)』(同4.1%)の同50.7%以外の主だったジャンルでは前年同期実績を上回り、回復傾向が見られた。なお、『海外のアニメーション(一般向け)』は前年同期に大ヒットタイトルとなった『アナと雪の女王2』のリリースがあった影響により前年同期比は10.6%にとどまっている。<表7>

図1.ビデオソフト全体の売上金額の推移

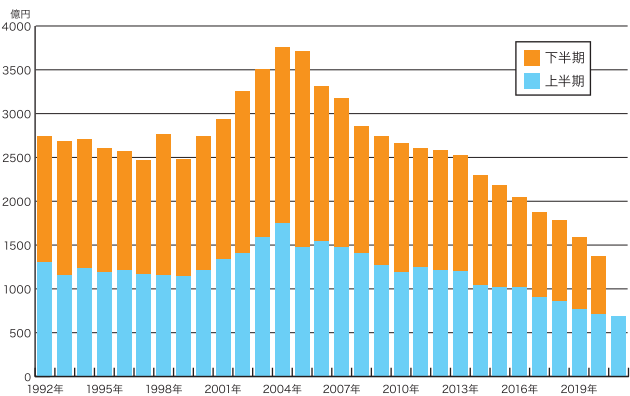


図2.「販売用」売上金額の推移(メディア別) 上半期実績のみの比較

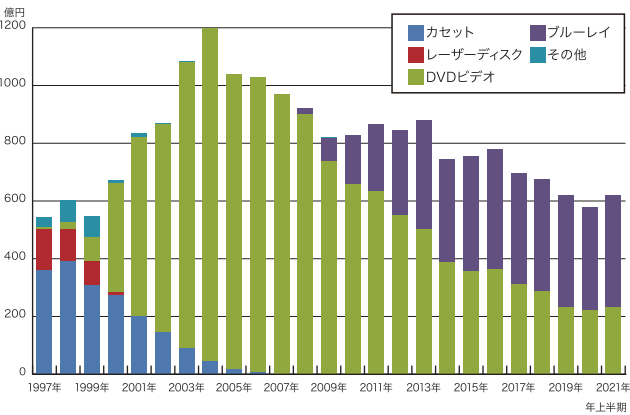
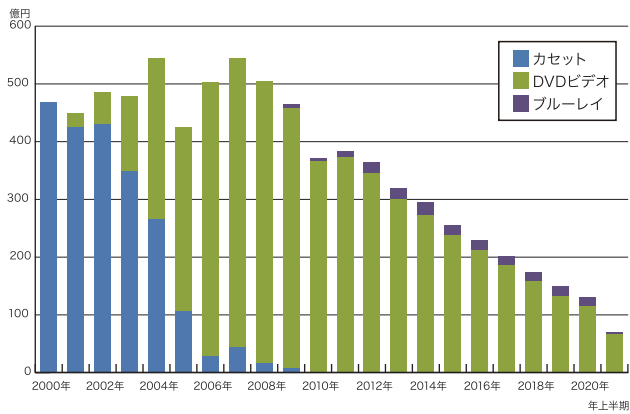


図3.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別) 上半期実績のみの比較



4. DVDビデオの販売用の売上金額は231億3,900万円で前年同期比104.8%だった。
- ジャンル別に見てみると、前年同期に構成比46.6%を占めた『音楽(邦楽)』は構成比43.2%、前年同期比97.2%となり、若干伸び悩んだ。一方、構成比2位(23.2%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は、『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』のリリースがあり、前年同期比184.8%と大きく伸長し、前年同期リリースの『アナと雪の女王2』の影響で前年同期比4.4%と落ち込んだ『海外のアニメーション(一般向け)』の減少をカバーした。
- また、構成比3位(8.2%)の『日本のTVドラマ』は同99.6%とほぼ前年同期並み、構成比4位(6.0%)の『邦画(TVドラマを除く)』は同106.0%と前年同期を上回ったほか、構成比2.7%と比率的には低いものの『アジアのTVドラマ』が前年同期比112.2%と健闘した。<表7>
5. ブルーレイの販売用の売上金額は388億4,300万円で前年同期比108.2%となった。
- ジャンル別に見てみると、構成比1位(46.7%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が大ヒットタイトル『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』のリリースの影響により前年同期比150.4%と大きく伸長した。一方、構成比2位(27.3%)の『音楽(邦楽)』が前年対比で88.8%と前年を下回ったほか、『洋画(TVドラマを除く)』(構成比4.6%)が同44.6%、前年同期に『アナと雪の女王2』のリリースのあった『海外のアニメーション(一般向け)』(同0.6%)が同12.1%と前年同期を割り込んだ。しかし、前述の『日本のアニメーション(一般向け)』の大きな伸長に加え、構成比3位の『日本のTVドラマ』が同

- 132.0%、4位の『邦画(TVドラマを除く)』が同124.0%、5位の『芸能・趣味・教養』が同129.7%と多くのジャンルで回復傾向を示し、全体的に前年同期の売上を上回った。<表7>
6. レンタル店用全体の総売上金額に占めるDVDビデオとブルーレイの構成比は、94.1対5.9となり、昨年以上にDVDビデオが占める割合が大きくなっている。DVDビデオのレンタル店用の売上金額は65億6,000万円で前年同期比56.8%、ブルーレイも4億1,100万円で同29.5%と前年同期縮小傾向が顕著になっているが、特にブルーレイの縮小が目立つ結果となっている。<表5B>
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、構成比8.2%の『日本の子供向けアニメーション』が前年同期比124.8%と健闘したものの、構成比1位(18.5%)の『邦画(TVドラマを除く)』が前年同期比55.1%、構成比2位(18.1%)の『アジアのTVドラマ』が同65.3%、構成比3位(18.0%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が同46.8%、構成比4位(12.7%)の『洋画(TVドラマを除く)』が同31.6%と、主要ジャンルが軒並み大きく売上を下げた。(なお、販売用市場の売上に大きく貢献した『日本のアニメーション』ジャンルの『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』はレンタルリリースが本年8月の予定のため、今期のレンタル店用売上には含まれていない。) <表8>
8. 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ビデオ及びブルーレイの「レンタル用」の平均単価が前年同期を下回ったが、「販売用」はどちらも上昇している。<表6>
- 以 上

表1. ビデオソフトの売上金額

摘 要	百万円				枚			
	合計金額	構成比	前年比	前年同期比	合計数量	構成比	前年比	前年同期比
DVDビデオ	30,020	43.2%	93.4%	88.5%	10,706,289	60.3%	86.7%	78.8%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	39,507	56.8%	117.7%	105.3%	7,061,387	39.7%	120.9%	100.5%
ビデオソフトの総売上	69,527	100.0%	105.8%	97.3%	17,767,676	100.0%	97.7%	86.2%

表2. DVDビデオの流通チャンネル別売上

	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	前年比	前年同期比	数 量	構成比	前年比	前年同期比
販売用(個人向)	23,139	77.1%	98.7%	104.8%	6,044,480	56.5%	101.5%	101.0%
特殊ルート	124	0.4%	84.4%	96.9%	483,133	4.5%	111.0%	81.5%
レンタル店用(個人向)	6,560	21.9%	79.0%	56.8%	4,070,320	38.0%	70.3%	58.5%
業務用	197	0.7%	81.4%	108.8%	108,356	1.0%	62.2%	194.4%

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

	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	前年比	前年同期比	数 量	構成比	前年比	前年同期比
販売用(個人向)	38,843	98.3%	118.5%	108.2%	6,794,305	96.2%	123.3%	106.4%
特殊ルート	114	0.3%	109.1%	165.2%	21,341	0.3%	81.3%	110.9%
レンタル店用(個人向)	411	1.0%	65.7%	29.5%	221,141	3.1%	73.6%	36.5%
業務用	139	0.4%	272.5%	106.1%	24,600	0.3%	120.5%	169.0%

表4. ビデオソフト全体の流通チャンネル別売上

	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	前年比	前年同期比	数 量	構成比	前年比	前年同期比
販売用(個人向)	61,982	89.1%	110.2%	106.9%	12,838,785	72.3%	112.0%	103.8%
特殊ルート	238	0.3%	94.4%	120.8%	504,474	2.8%	109.3%	82.5%
レンタル店用(個人向)	6,971	10.0%	78.1%	53.8%	4,291,461	24.2%	70.5%	56.7%
業務用	336	0.5%	114.7%	107.7%	132,956	0.7%	68.3%	189.1%

表5. 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)								
百万円								
摘 要	合計金額	構成比	前年比	前年同期比	合計数量	構成比	前年比	前年同期比
DVDビデオ	23,139	37.3%	98.7%	104.8%	6,044,480	47.1%	101.5%	101.0%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	38,843	62.7%	118.5%	108.2%	6,794,305	52.9%	123.3%	106.4%

B. レンタル店用(個人向け)								
百万円								
摘 要	合計金額	構成比	前年比	前年同期比	合計数量	構成比	前年比	前年同期比
DVDビデオ	6,560	94.1%	79.0%	56.8%	4,070,320	94.8%	70.3%	58.5%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	411	5.9%	65.7%	29.5%	221,141	5.2%	73.6%	36.5%

表6. ビデオソフトの平均単価<参考>

摘 要	平均単価	前年比	前年同期比
DVDビデオ	2,804	107.8%	112.3%
販売用(個人向)	3,828	97.2%	103.8%
レンタル店用(個人向)	1,612	112.4%	97.1%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	5,595	97.4%	104.8%
販売用(個人向)	5,717	96.1%	101.7%
レンタル店用(個人向)	1,859	89.2%	80.9%

注) この平均単価とは、売上金額の合計値を売上数量合計値で割って求めている。

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	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前期比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年比	前年同期比
邦画 (TVドラマを除く)	3,496	5.6%	140.5%	116.1%	1,386	6.0%	106.4%	106.0%	2,110	5.4%	177.9%	124.0%
日本のTVドラマ	4,147	6.7%	75.7%	114.9%	1,893	8.2%	63.7%	99.6%	2,254	5.8%	90.0%	132.0%
洋画 (TVドラマを除く)	2,517	4.1%	63.6%	50.7%	741	3.2%	68.8%	75.3%	1,776	4.6%	61.6%	44.6%
海外のTVドラマ	946	1.5%	71.6%	107.0%	579	2.5%	73.8%	93.7%	367	0.9%	68.5%	138.0%
アジアの映画	133	0.2%	52.6%	131.7%	51	0.2%	53.7%	106.3%	82	0.2%	51.9%	154.7%
アジアのTVドラマ	964	1.6%	76.3%	142.4%	618	2.7%	70.0%	112.2%	346	0.9%	90.9%	274.8%
日本のアニメーション (一般向け)	23,499	37.9%	217.9%	157.5%	5,367	23.2%	226.7%	184.8%	18,132	46.7%	215.4%	151.0%
海外のアニメーション (一般向け)	256	0.4%	75.5%	10.6%	21	0.1%	-	4.4%	235	0.6%	69.3%	12.1%
日本の子供向け (アニメーション)	752	1.2%	137.5%	122.5%	412	1.8%	95.6%	106.2%	340	0.9%	293.1%	150.4%
日本の子供向け (アニメーション以外)	705	1.1%	122.2%	119.9%	267	1.2%	94.0%	86.4%	438	1.1%	149.5%	157.0%
海外の子供向け (アニメーション)	299	0.5%	71.2%	73.1%	274	1.2%	70.4%	80.1%	25	0.1%	80.6%	37.3%
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)	20,594	33.2%	87.8%	92.7%	10,001	43.2%	102.9%	97.2%	10,593	27.3%	77.2%	88.8%
音楽(洋楽)	147	0.2%	69.4%	102.8%	78	0.3%	80.4%	90.7%	69	0.2%	60.0%	121.1%
ビデオカラオケ	7	0.0%	233.3%	100.0%	7	0.0%	233.3%	100.0%	0	0.0%	-	-
芸能・趣味・教養	3,015	4.9%	70.9%	102.6%	1,157	5.0%	50.6%	76.7%	1,858	4.8%	94.5%	129.7%
スポーツ	101	0.2%	146.4%	60.1%	58	0.3%	101.8%	59.8%	43	0.1%	361.6%	61.1%
学校教育・企業教育・語学教育	120	0.2%	666.7%	67.0%	120	0.5%	857.1%	67.0%	0	0.0%	0.0%	-
成人娯楽	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	-	-
その他	283	0.5%	35.5%	209.6%	109	0.5%	16.2%	139.7%	174	0.4%	138.1%	305.3%
計	61,982	100.0%	110.2%	106.9%	23,139	100.0%	98.7%	104.8%	38,843	100.0%	118.5%	108.2%

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	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前期比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年比	前年同期比
邦画 (TVドラマを除く)	1,288	18.5%	94.2%	55.1%	1,086	16.6%	93.2%	56.4%	202	49.1%	100.0%	48.9%
日本のTVドラマ	626	9.0%	77.2%	69.8%	624	9.5%	77.0%	69.6%	2	0.5%	200.0%	-
洋画 (TVドラマを除く)	882	12.7%	72.8%	31.6%	717	10.9%	74.8%	34.2%	165	40.1%	65.0%	23.6%
海外のTVドラマ	560	8.0%	75.2%	57.7%	560	8.5%	75.2%	58.1%	0	0.0%	-	0.0%
アジアの映画	87	1.2%	59.6%	138.1%	78	1.2%	65.0%	127.9%	9	2.2%	34.6%	450.0%
アジアのTVドラマ	1,260	18.1%	73.7%	65.3%	1,260	19.2%	73.7%	65.3%	0	0.0%	-	-
日本のアニメーション (一般向け)	1,253	18.0%	72.9%	46.8%	1,250	19.1%	76.7%	50.2%	3	0.7%	3.3%	1.6%
海外のアニメーション (一般向け)	111	1.6%	53.1%	45.9%	84	1.3%	52.2%	45.2%	27	6.6%	56.3%	48.2%
日本の子供向け (アニメーション)	573	8.2%	88.4%	124.8%	573	8.7%	88.4%	125.4%	0	0.0%	-	0.0%
日本の子供向け (アニメーション以外)	111	1.6%	96.5%	61.7%	111	1.7%	96.5%	61.7%	0	0.0%	-	-
海外の子供向け (アニメーション)	84	1.2%	70.0%	36.2%	81	1.2%	70.4%	40.1%	3	0.7%	60.0%	10.0%
海外の子供向け (アニメーション以外)	1	0.0%	-	-	1	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-
音楽(邦楽)	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-
音楽(洋楽)	0	0.0%	-	0.0%	0	0.0%	-	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	127	1.8%	115.5%	85.8%	127	1.9%	115.5%	85.8%	0	0.0%	-	-
スポーツ	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-
学校教育・企業教育・語学教育	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-
成人娯楽	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-	0	0.0%	-	-
その他	8	0.1%	57.1%	53.3%	8	0.1%	57.1%	53.3%	0	0.0%	-	-
計	6,971	100.0%	78.1%	53.8%	6,560	100.0%	79.0%	56.8%	411	100.0%	65.7%	29.5%

追記
<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ビデオ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。
●ブルーレイの売上にはUltra HDブルーレイの売上を含む。
●「特殊ルート」とは、雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるものの売上のこと。

2021年9月7日臨時総会、第411回、第412回定例理事会報告

9月7日(火)午後2時00分より、当協会会議室において臨時総会が開催された。折からの新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、出席者の人数を制限しながらの開催となり、正会員26社のうち、出席者25社(委任状出席者3社、議決権行使書提出12社)となった。下記のとおり決議事項1件が承認された。
議事の要旨は次のとおり。

- 決議事項
第1号議案 理事1名補欠選任の件
議長は後藤専務理事より、理事 安齋尚志氏は本年7月6日をもって理事を辞任により退任されたので、その後任の下記理事1名の候補者を説明し、可否を諮ったところ、出席者全員異議なく承認したので、下記のをを選任することを可決決定した。
理事 松本浩司(新任)

続いて9月7日(火)午後2時10分より第411回定例理事会は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、リモートによって執り行われた。議事の要旨は次のとおり。

- 決議事項
第1号議案 秋の懇親会の中止 承認の件
第2号議案 「TIFFCOM 2021」後援名義使用承認の件

- 報告事項
1. DX時代に対応した著作権制度・政策の在り方に関する意見について
2. 各部会報告について
3. 知財関係報告
4. 2021年度上半期統計調査報告者について
5. 2021年6月度・7月度ビデオソフト売上速報について
6. 2021年6月度・7月度映像配信統計報告について

2022年度 重要会議・行事予定

2022年通常総会：6月7日(火)午後2時00分より

月	理事会	総合連絡委員会	業務部会幹事会	その他
2022年 1月	休会	休会	27日(木)16時00分	1月6日(木)11:30 アルカディア市ヶ谷(仮)
2月	1日(火)14時00分	8日(火)16時00分	24日(木)16時00分	――
3月	1日(火)14時00分	8日(火)16時00分	24日(木)16時00分	――
4月	5日(火)14時00分	12日(火)16時00分	28日(木)16時00分	懇親ゴルフコンペ(仮)
5月	9日(月)14時00分	16日(月)16時00分	26日(木)16時00分	――
6月	7日(火)14時20分	14日(火)16時00分	23日(木)16時00分	6月7日(火)14:00通常総会
7月	5日(火)16時00分	12日(火)16時00分	休会	役員懇親会 (理事会終了後)
8月	休会	休会	25日(木)16時00分	――
9月	6日(火)14時00分	13日(火)16時00分	22日(木)16時00分	秋の懇親会 (総合連絡委員会終了後)
10月	4日(火)14時00分	11日(火)16時00分	27日(木)16時00分	――
11月	1日(火)14時00分	8日(火)16時00分	24日(木)16時00分	――
12月	6日(火)14時00分	13日(火)16時00分	休会	――
2023年 1月	休会	休会	26日(木)16時00分(仮)	新年賀詞交歓会 6日(金)11:30(仮) アルカディア市ヶ谷

映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2020結果報告②

前号にて既報のとおり、業務部会マーケット調査委員会では、『映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査』を本年1月に実施し、このたび報告レポートをまとめた。本号では前号に引き続き、その結果から抜粋して報告する。

本調査は「ビデオソフト市場(DVDとBDのセル及びレンタル)」と、ユーザーがコンテンツに対して対価を払うことで視聴する「有料動画配信市場」を、『映像ソフト市場』として定義した上で、その市場規模とユーザーの利用動向について、ユーザーに対するアンケートを基に調査したものである。

今回調査における変更点として、上記の映像ソフト市場に加え、有料動画配信ユーザーの分析の拡充として、ライブ配信の有料視聴に関する設問、ユーザーが映像メディアに対してどのような考えをもっているかの設問を追加した。

調査概要

- (1)調査対象
全国に居住する満16歳～69歳の男女で、インターネット利用者。(性年代別・都道府県別構成比を住民基本台帳に基づいて割り付けたインターネット利用者を対象に調査を実施し、その回収標本に対する補正をACR／Ex調査結果((株)ビデオリサーチ)を用いて実施した。)2013年度から開始した有料動画配信利用者のみを対象としたオプション調査(以下「有料動画配信調査」)も同様の調査設計で行った。
- (2)調査実施 2021年1月
- (3)調査対象期間 2020年1月～12月
- (4)調査方法 インターネットによる調査
- (5)回収サンプル構成
(a)一般調査:1,500サンプル (b)有料動画配信(オプション調査):1,300サンプル
- (6)調査機関 企画分析:(株)文化科学研究所／調査実施:(株)ビデオリサーチ
- (7)有料動画配信サービスについて
2015年から、有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOWやスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約無しでみられる見放題のVODや、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題のVOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題のVODの視聴を含む。
- (8)集計データの補正
本調査は16歳～69歳のインターネット利用者を対象として実施したため、同世代の一般個人におけるデータとして推計するために、補正データとして、「ACR／ex調査」を用い、「ACR／ex調査」の対象者全体が一般の市場全体を代表しているとみなして、性年齢別にウエイト値を求め、データの補正を行った。

<ポイント7>Netflixユーザーはやや若年女性が多く、海外ドラマが視聴の中心。またオリジナル作品きっかけで加入した層が多い。dアニメユーザーは男性のアニメファンが中心。

主要な配信事業者のユーザー属性をみると、性別で最も差があるのはdアニメユーザーで、男性が56.7%を占める。他の事業者では、Amazonユーザー、Huluユーザー、J:COM等ユーザーで男性が多め、Netflixユーザー、U-NEXTユーザー、WOWOWユーザーで女性が多めとなっている。また、年齢別では、Netflixユーザーとdアニメユーザーでやや若め(それぞれ若年女性と若年男性が多い)、WOWOWユーザーでは年齢層が高めとなっている。また、セルやレンタルの利用状況との関係でみると、Amazonユーザー(28.5%)やdアニメユーザー(27.3%)ではセル利用が少なく、J:COM等ユーザー(47.1%)やWOWOWユーザー(44.6%)では利用が多い。レンタルでは、Huluユーザー(36.4%)とNetflixユーザー(30.8%)を除き利用率が30%を下回っている。セル・レンタル同様に利用率は2019年より低下している。

また、定額見放題サービスの年間視聴本数が多いのはHuluユーザーの84.0本、少ないのはAmazonユーザーの59.6

本である。ジャンル別視聴本数では、Amazonユーザー、U-NEXTユーザー、dアニメユーザーで「日本のアニメ」が最も多く、Netflixユーザー、Huluユーザー、J:COM等ユーザー、WOWOWユーザーで「海外のドラマ」が多い。

各配信事業者ユーザーの定額見放題の利用きっかけをみると、「オリジナル作品」ではNetflixユーザーとディズニープラスユーザー、「スポーツの独占配信」ではDAZNユーザーとWOWOWユーザー、「品揃え」ではU-NEXTユーザーとdアニメストアユーザー、「DVDレンタルより手軽」はWOWOWユーザー、dアニメユーザー、「一話無料等」はU-NEXTユーザー、Huluユーザー、「無料から有料へ」はdアニメユーザー、U-NEXTユーザー、「テレビ等の広告」はHuluユーザーとdTVユーザー、「友人や家族にすすめられて」はNetflixユーザーとディズニープラスユーザーなどが高い数値を示している。

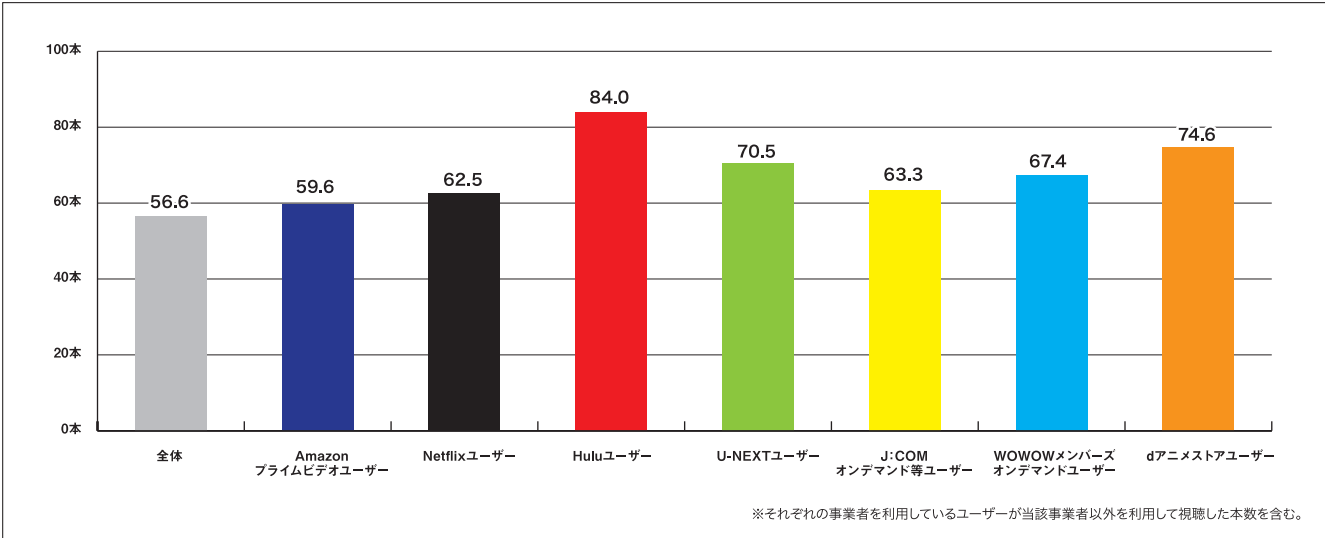
図表7-1:男女構成比/主要配信事業者ユーザー別(%)

	調査数	男性	女性
全体	N=1,300	50.5	49.5
Amazonユーザー	N=749	54.1	45.9
Netflixユーザー	N=242	45.2	54.8
Huluユーザー	N=189	52.3	47.7
U-NEXTユーザー	N=89	46.2	53.8
J:COM等ユーザー	N=71	54.1	45.9
WOWOWユーザー	N=66	44.0	56.0
dアニメユーザー	N=54	56.7	43.3

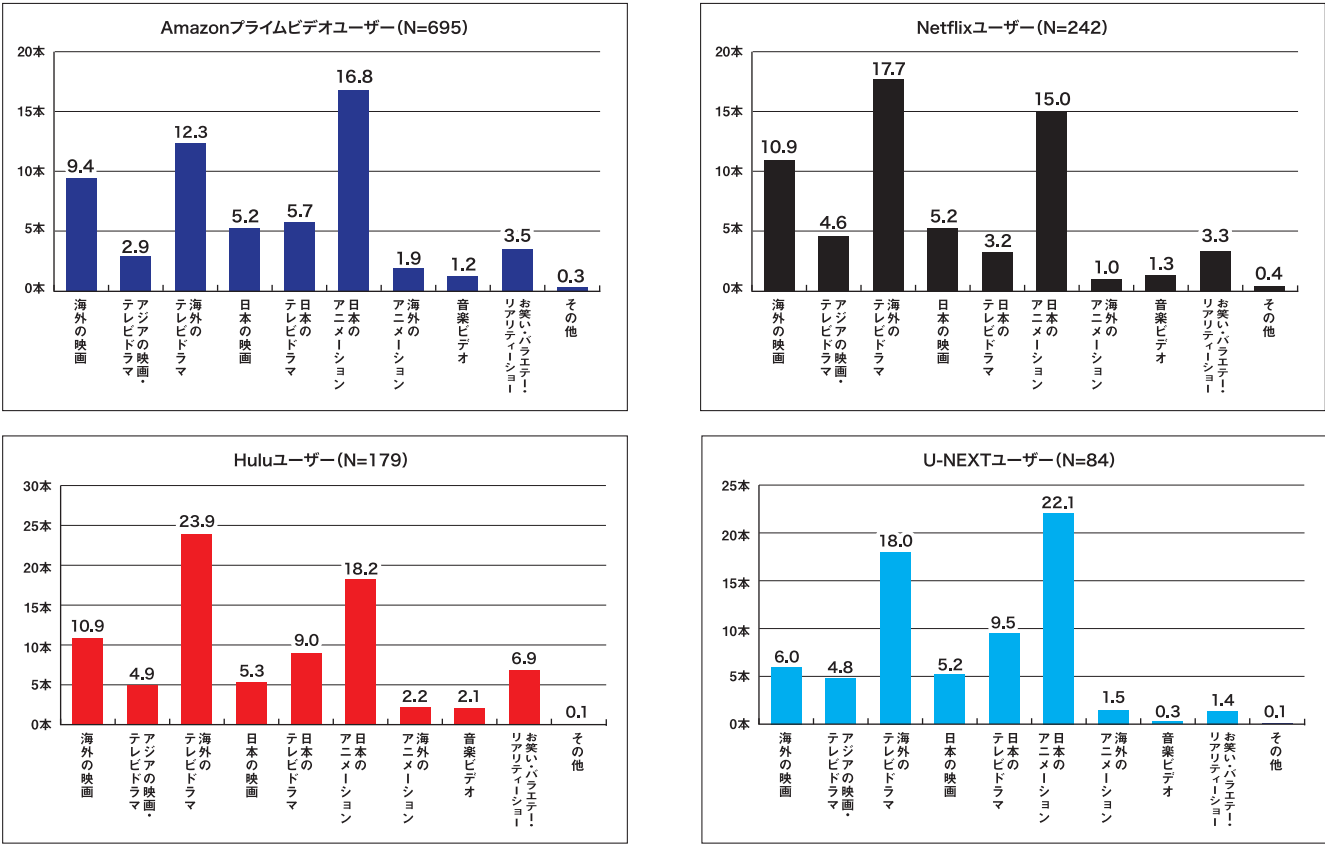
図表7-2:年齢構成比/主要配信事業者ユーザー別(%)

	調査数	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代
全体	N=1,300	7.4	19.2	20.5	24.9	17.9	10.1
Amazonユーザー	N=749	6.2	18.2	22.1	24.3	18.5	10.8
Netflixユーザー	N=242	8.6	26.9	17.5	21.2	20.3	5.6
Huluユーザー	N=189	8.0	27.0	23.1	21.6	14.8	5.4
U-NEXTユーザー	N=89	10.7	28.6	19.3	18.2	16.7	6.4
J:COM等ユーザー	N=71	3.4	14.8	11.3	26.7	24.1	19.6
WOWOWユーザー	N=66	2.0	6.6	8.7	24.3	35.8	22.7
dアニメユーザー	N=54	13.5	32.6	29.9	20.3	3.6	0.0

図表7-3:定額見放題サービスの平均利用本数(年間)/主要配信事業者ユーザー別



図表7-4:定額見放題サービスのジャンル別平均利用本数/主要配信事業者ユーザー別



図表7-5:定額見放題サービス利用のきっかけ/主要配信事業者ユーザー別(上位3項目)

	Amazonユーザー	Netflixユーザー	Huluユーザー	U-NEXTユーザー	WOWOWユーザー
1位	オリジナル作品 (32.7%)	オリジナル作品 (63.5%)	オリジナル作品 (58.8%)	品揃え (45.2%)	オリジナル作品 (42.6%)
2位	品揃え (26.4%)	品揃え (28.5%)	品揃え (36.4%)	オリジナル作品 (43.6%)	DVDレンタルより手軽 (34.4%)
3位	DVDレンタルより手軽 (23.6%)	DVDレンタルより手軽 (19.7%)	DVDレンタルより手軽 (19.7%)	一話無料等 (26.6%)	スポーツの独占配信 (30.8%)
	DAZNユーザー	J:COM等ユーザー	dアニメストアユーザー	dTVユーザー	ディズニープラスユーザー
1位	スポーツの独占配信 (50.8%)	DVDレンタルより手軽 (37.0%)	品揃え (55.5%)	品揃え (41.1%)	オリジナル作品 (75.3%)
2位	オリジナル作品 (22.5%)	他サービスや光回線などとセット (23.7%)	DVDレンタルより手軽 (47.1%)	オリジナル作品 (35.4%)	品揃え (41.1%)
3位	品揃え (18.2%)	品揃え (23.0%)	オリジナル作品 (28.2%)	DVDレンタルより手軽 (24.8%)	DVDレンタルより手軽 (24.2%)

<ポイント8>テレビの視聴、購入、レンタルは今後、ネットに代替されて減っていく、映像やエンタメをネットで楽しむ人が増えるとの考えが多数。一方で、映画館に行く人は減らないという考えも多くみられた。

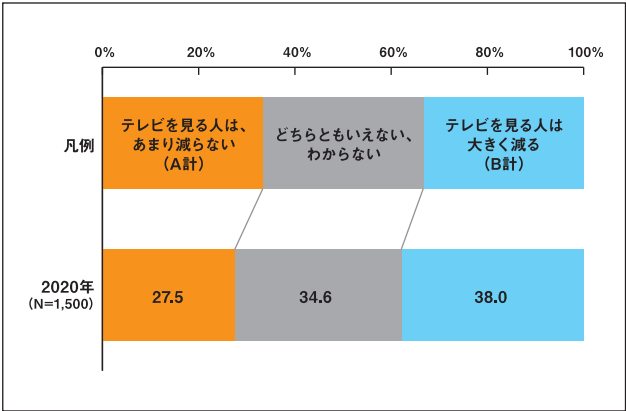
今回の調査では『映像メディアの今後に関する考え』の間を新たに設け、消費者が現在のメディア状況をどう感じているかを確認した。結果をみると、「テレビを見る人が減る」「レンタルビデオはインターネットに代替される」「映像ソフトの購入はインターネットに代替される」という意見が、それぞれ反対の意見よりも多く、レンタルビデオやセルビデオだけでなく、通常のテレビも視聴が減っていくと多くの人が考えていることが明らかになった。

また、「インターネットでの映像視聴で増えるのは有料か無料か」という間については、「有料」が22.5%、「無料」が

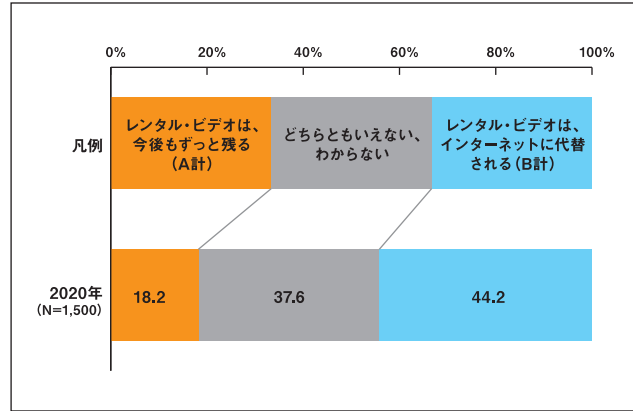
28.9%と、無料の方がやや多いものの顕著な差ではなく、また「わからない」も48.6%とほぼ半数に達しており、インターネットだからといって無料という考え方が決して主流とはなっていないことがわかる。

「映画館に行く人が減るか減らないか」については、「減る」の24.7%に対し、「減らない」が30.1%と減らないという意見が多く、他の既存の映像メディアに比して、インターネットによる影響が比較的少ないと考えられていることがわかる。

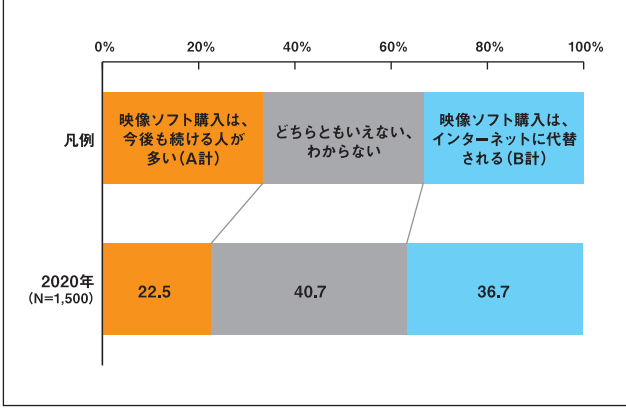
図表8-1: 今後、テレビを見る人は減る／減らない



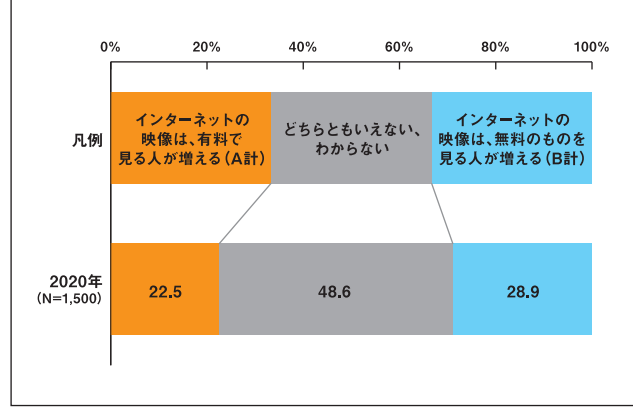
図表8-2: 今後、レンタルビデオは残る／残らない



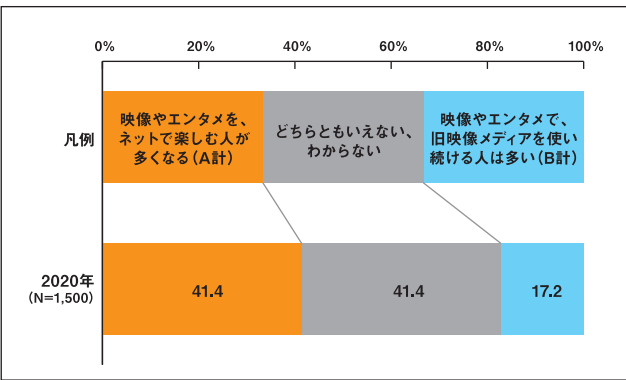
図表8-3: 今後、セルビデオの購入を続ける人は減る／減らない



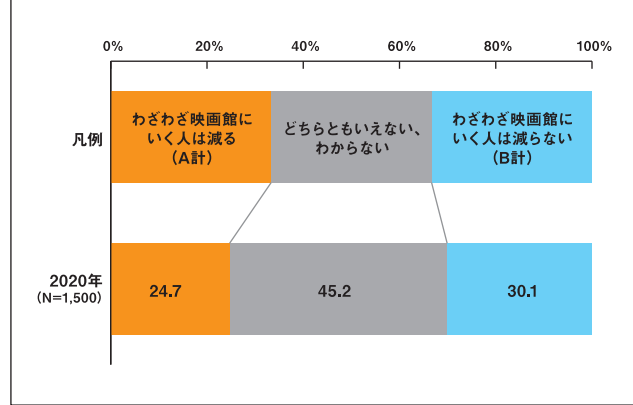
図表8-4: 今後、インターネットの映像で見る人が増えるのは有料／無料



図表8-5: 映像やエンタメを、ネットで楽しむ人が増える／旧映像メディアを使い続ける人は多い



図表8-6: 今後、映画館に行く人は減る／減らない



<ポイント9>インターネットの無料動画は「日常的に映像を楽しむメディア」3位、「趣味の映像を楽しむメディア」1位。

各メディアをユーザーがどのような手段として活用しているかを聞いてみると、「日常的に映像を楽しむメディア」としては、1位「無料放送のリアルタイム視聴」、1位「無料放送の録画視聴」、ついで3位に「無料動画配信」が、「趣味の映像を楽しむメディア」としては、2位「無料放送のリアルタイム視

聴」、3位「無料放送の録画視聴」を押さえ、1位に「無料動画配信」が入っており、無料動画配信が幅広く定着していることがわかる。

特に男女ともに10代では、日常的に楽しむ手段としても1位となっている。

図表9-1: 各映像サービス手段(メディア)の位置付け(上位3項目)

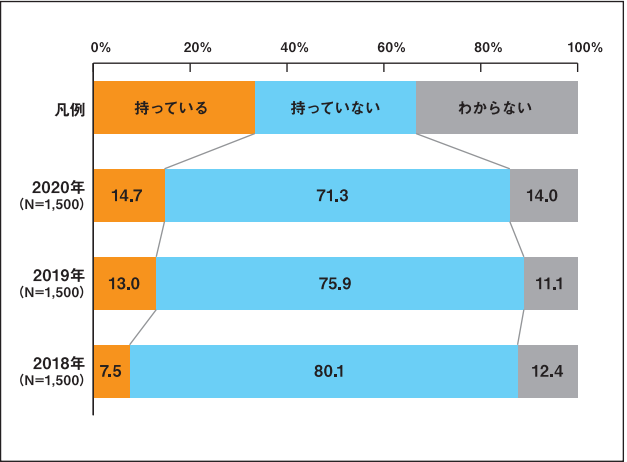
	日常的に楽しむメディア	趣味の映像を楽しむメディア
1位	無料放送のリアルタイム視聴(41.4%)	無料動画配信(20.5%)
2位	無料放送の録画視聴(31.4%)	無料放送のリアルタイム視聴(14.3%)
3位	無料動画配信(27.3%)	無料放送の録画視聴(14.1%)

<ポイント10>4K対応テレビの所有率は14.7%。UHDは認知度13.9%、所有率3.7%。5Gの認知率は「知っている」34.1%、全体の所有率は16.7%。

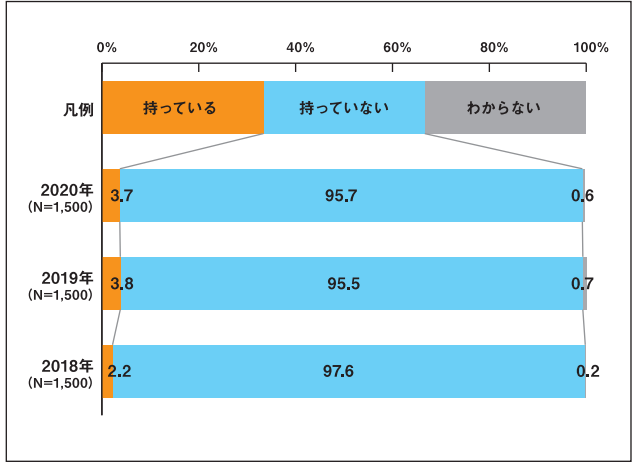
4Kテレビについては、所有率14.7%と微増しており、一方、UHDはまだ所有率3.7%(再生可能パソコン含む)と非常に少ない状態である。

一方、5Gについては、名前のみでも知っている比率が86.3%とかなり高く、認知者における所有率でも48.9%となった。(全体での所有率は16.7%)

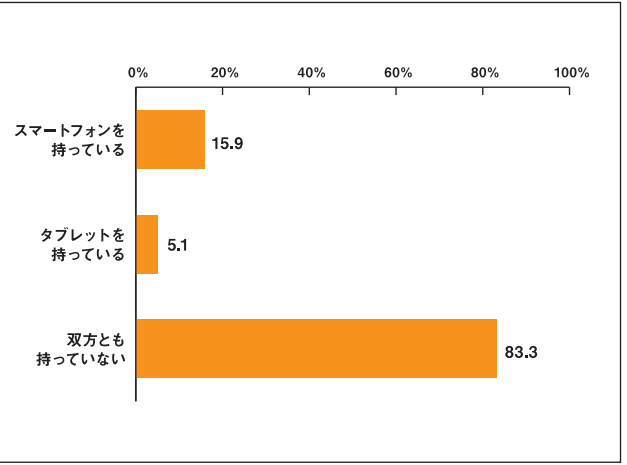
図表10-1: 4Kテレビ所有率



図表10-2: UHD所有率



図表10-3: 5G対応端末所有率





Relay essay

vol.149

大熊 一成 氏(株式会社ポニーキャニオン 取締役 ミュージッククリエイティブ本部 本部長)からのご紹介

水上 繁雄 氏 株式会社KADOKAWA
文芸・映像事業局 映像企画制作部 担当部長

「憧れの旅」

昨年からのこれまでの当たり前が、次々と当たり前ではなくなりました。非日常の暮らしが長引き、第四次緊急事態宣言も延長されると、いよいよ非日常が日常となってきます。コロナ禍にあって、こうも単調な日々が続くと、日常のほころびが欲しくなりますよね。

そんな中で今、最もあこがれるのが「旅行」です。これまで、出不精な性格も手伝って、海外は元より国内旅行も数えるほどしか行っていなかったのが悔やまれます。国から“不要不急の外出は控える様”と言われると、余計に行きたくなる、というのが人情。そんな御触れを無視して、いっそ遠出してやろうか!と自棄を起こしたくなりますが、そこをグッと堪えています。

自己紹介も兼ねて書かせて頂くと、私の生まれは九州・熊本。大学時代は京都。就職と共に上京し、関東の土地勘もないまま、初めて住んだのが、家賃が安いという理由だけで決めた神奈川・相模原でした。思い返すと入社一年目は友人もおらず、ひたすら駅と自宅を往復する日々…。相模原在住の方には失礼ですが、全くと云っていいほど思い出がない場所です。

外出が憚られる日々の中、発作的に上京して最初に住んだアパートに行ってみたくなりました。映画館も時短営業を強いられる環境が続き、世の中が変わりつつあることを肌で感じていたせいか、映画を夢見て上京した時の気分を思い出したかったのでしょうか。相模原駅周辺にカーナビをセットし車を走らせました。

目的地が近づいても、25年の歳月で景色が変わり過ぎたのか、そもそも一切思い出に残っていることなど無かったのか、上京当時の記憶は全く蘇ってきません。

車を降り、「確かこの辺だった様な…」と路地を歩きさまよう事、30分…。ありました。何の特色も無いタイル張りのワンルームマンションですが、確か25才の自分が住んだマンションがありました。

その瞬間、記憶に埋もれていた、大したことは無いけれど、ちょっとした思い出が正にフラッシュバックするんですね。薄給だったので、映画1本見るのも躊躇っていたあの頃。決心して映画を見に行こう!と、意気込んで向かう駅までの道中。パチンコ屋に足止めを食らって、映画5本分の金を損したなあ、とか。楽しいとは言い難い思い出ですが、上京したての不安感だったり、映画に携われる期待感だったり…。当時の心情がまざまざと蘇り、ちょっとしたトリップ感覚を味わえました。恐らくコロナ禍でなければ絶対やらなかった、小旅行でした(笑)。

こうした暇人の戯言の様な「旅」ではなく、早く気軽に「旅行」できる日常が戻ってきて欲しいものです。宣言明けた暁に一番行きたい先は台湾です。隣国・台湾はオードリー・タン氏をはじめとした若い政治家たちの見事な手腕で、パンデミック封じ込め策を行い、更には自国製ワクチンの実用化も目前、と報道されています。この駄文がJVA様会報として掲載される頃には、日本では衆議院選挙が終わっている頃でしょうか。この困難な時代を乗り越えられる様な、新たな兆しが生まれていることを願わざるにおれません。

最後になりましたが、この1年半の間に、エンタテインメントの重要性を心底感じました。自助努力だけでは、前向きな気持ちを維持するのも中々難しい。立ち上がる前向きな気持ちを得られる作品を欲している人々の気持ちに応える作品を提供する、して貰える事の有難みを骨身で感じる月日でした。そうした素晴らしい「作品」を生み出すJVAご参加皆様の、ご健康とご健勝をお祈りしております！

日誌に見る協会の動き

【7月】

- 2日 権利者対応委員会(オンライン開催)
- 著作権部会(オンライン開催)
- 6日 第410回定例理事会(オンライン開催)
- 7日 マーケティング委員会(オンライン開催)
- 13日 第304回総合連絡委員会(書面審議)
- 15日 中部地区連定例会議(オンライン開催)
- 16日 業務使用対策委員会(オンライン開催)
- 28日 総務人事委員会(オンライン開催)

【8月】

- 26日 第306回業務部会幹事会(オンライン開催)

【9月】

- 3日 著作権部会(メール開催)
- 6日 マーケット調査委員会(映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査)(オンライン開催)
- 7日 臨時総会
- 第411回定例理事会(オンライン開催)
- 8日 マーケティング委員会(オンライン開催)
- 14日 第305回総合連絡委員会(書面審議)
- 17日 業務使用対策委員会(オンライン開催)
- 20日 中部地区連定例会議(オンライン会議)
- 24日 第307回業務部会幹事会(オンライン開催)
- 29日 総務人事委員会(オンライン開催)