



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報
No.207

一般社団法人 日本映像ソフト協会
会員社名(五十音順) 2022年1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)
株式会社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)
株式会社KADOKAWA
ギャガ(株)
キングレコード(株)
株式会社小学館
松竹(株)
株式会社ソニー・ピクチャーズエンタテインメント
株式会社ソニー・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)
株式会社東北新社
日活(株)
株式会社バップ
株式会社ハピネット
株式会社バンダイナムコアーツ
株式会社ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
株式会社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)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.207
2022.January
2022.

1

Main Reports

- 吉村会長 2022年年頭所感
- 続くコロナ禍での市況(ビデオソフト)の推移について

2022年1月17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>

アンチリッピングキャンペーン 知っていますか?

❗ DVDのリッピングは違法です!

日本映像ソフト協会

謹賀新年

JVA Report 2022.1 No.207



Index

2022年 年頭所感	2
関係官庁からの祝辞	3
月間売上統計(9月・10月・11月)	7
第413回・414回定例理事会報告	8
続くコロナ禍での市況の推移について	9
ACA・CODAイベント	12
リレーエッセイVol.150	13
誰にもわかる「著作権」VOL.1	14
日誌に見る協会の動き	14

2022年 年頭所感

一般社団法人日本映像ソフト協会 会長 吉村 隆



あけましておめでとうございます。

本来であれば恒例の賀詞交歓会にてご挨拶させていただくところですが、コロナ禍における皆様の安全確保と感染拡大防止の観点から、本年も残念ながら開催中止とさせていただくこととなりました。今年こそは直接皆様とお会いし新年のお慶びを分かち合いたく、ぎりぎりまで開催に向けての検討を重ねてまいりましたが、開催の中止により、本年も昨年引き続き本誌面にての年頭のご挨拶に代えさせていただくことをご理解申し上げます。

2021年を振り返りますと、新型コロナウイルスは依然終息には至っておらず、感染拡大の防止策とビジネスをいかに両立させていくのか、その難しい舵取りに今年も又苦勞させられた一年であったと思います。会員社の皆様におかれましても、コロナ禍でのビジネスとの折合いは、多くのご苦勞があったこととお察し申し上げます。

第5波のピークとなった8月の中旬には1日に2万5,000人超もの感染者を出し大きな不安の中で過ごす日々でしたが、ワクチン接種が進むにつれ徐々にその感染者数も減少傾向に向かい、10月には緊急事態宣言が解除されるまでになりました。しかし専門家によれば新たな流行も懸念されることと、今後も慎重な行動が求められることは致し方ないことと思っております。

こうした中、昨年のパッケージ市況は、映画館の営業自粛やライブ、イベントの中止、何よりユーザーの行動自粛が引き続き市況に大きな影響を与えましたが、何とか前年の規模を維持できる見込みとなっています。流通チャネル別ではセル市場においては、400億円を超える興行収入を記録し社会現象にもなった「鬼滅の刃 無限列車編」のパッケージリリースが大きく後押ししたことで、前年を上回る実績を確保できる見込みです。一方レンタル市場は低迷が続いております。その主因は、レンタルショップの顔というべき洋画や邦画の強力作品が、まさにコロナの影響によって発売できなかったことであつたとみえています。加えてリアル店舗においては、コロナ禍によるユーザーの行動変容が逆風となりました。つまりコロナ禍の巣ごもりがレンタルユーザーに映像配信、特にS-VODを中心としたデジタル配信への移行を強く促したものと推察しております。しかしパッケージレンタルはエンターテインメントを楽しむユーザーにとってまだまだ必要なメディアです。当協会と致しましてこの市場の維持にこれからも全力で努めてまいりたいと思っております。

とはいえ新型コロナはユーザーにおけるデジタル配信の利用を加速させており、さらにその傾向が進むことは間違いありません。我々が毎年実施しておりますユーザー動向調査によれば、現在、全映像ソフト市場における有料動画配信市場は、全体の半数以上を占めております。当協会としまして、デジタル配信についての調査・研究の深堀りや会員社間の情報共有の強化、さらにはユーザーそして会員社にとって、デジタル配信市場の健全な発展を目指すことはもはや必要不可欠なこと

捉えておりますので、従来の「eメディア部会」を「デジタル配信部会」

に改編し、昨年10月よりリスタートすることに致しました。昨年度はユーザー動向調査グループと協働し、先ずは市場やユーザー動向の把握をすべく活動を開始しました。デジタル配信市場は我々のようなプロが作ったコンテンツから一般消費者による投稿コンテンツなど、あらゆる種類の映像作品が混在します。それゆえ非常に分かりにくい混沌とした市場ともいえますので、その市場を的確に把握することは非常に困難と言えますが、会員社の皆様とともに英知を結集し対処してまいります。

また、権利侵害につきましては「ファスト映画」問題が発生しました。「ファスト映画」とは広告収入を得ることを目的に、話題の映画、ドラマなどを10分程度に『結末』を含めて編集し、YouTube等の動画投稿サイトにアップロードする侵害動画のことです。権利者に無断で使用、編集そして公衆送信されたことは大問題ですが、若年層がこういった動画を好んで見た事実も我々にとってはショッキングな出来事でした。この問題に対し逮捕者を出し、そのこと自体が広くメディアに取り上げられたことで、ファスト映画の投稿問題も、その後激減したとの報告を受けております。何より迅速なご対応をいただいた宮城県警察の皆様にはこの場をお借りして改めて感謝申し上げます。

テクノロジーの進化とともに、今後もあらたな権利侵害事案が発生することが予想されます。引き続きコンテンツ海外流通促進機構(CODA)をはじめ関係諸団体と共に、権利侵害の撲滅に向け努力してまいります。

我々のビジネスの第一歩は、多くの方々に映画館やライブ会場、イベント会場などに足を運んでいただき楽しんでいただくことからスタート致します。しかし新型コロナウイルスにおける感染拡大防止策は、そのこと自体、相反することになります。インターネットの活用などで皆様それぞれがご努力をされておりますが、コロナ前と同等の実績を得ることは大変難しいことです。我々を取り巻く環境は引き続き厳しい状況ですが、エンターテインメントが語られない日がないことも事実であります。ユーザー目線に転ずれば、こういう状況だからこそ、良質な作品がより求められているといえるのではないのでしょうか。

コロナの終息はまだ不明ですが、来るポストコロナに向け皆様方と手を取り合い、この難局を乗り越えたいと思っております。ユーザーの求める良質な作品を生み出し、その作品を消費者の皆様へ届ける努力を積み重ね、ますますの業界の発展に尽力してまいりたいと思っております。

本年も、会員各社、関係官庁、関係団体等の皆様からの一層のご協力を賜りますようお願い申し上げますとともに、何よりも皆様方のご健康を心から祈念いたします。

本年もどうぞ宜しくお願い致します。



新年祝辞

経済産業省
商務情報政策局長
野原 諭 様



令和4年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。

昨年は、新型コロナウイルスとの厳しい戦いを余儀なくされた一年でした。新たに報告されたオミクロン株が多くの国で確認されるなど、新型コロナウイルスとの戦いは続いています。

映像制作現場の中止や延期、映画館の座席制限、感染症対策の徹底が求められるなど映像制作に携わる皆様に与えた影響は非常に大きく、未だ様々な困難に直面しておられると存じます。そのような状況下においても、東京オリンピック・パラリンピックでは、HDと4Kのサイマル放送が初めて導入されるなど、映像技術を含めた様々な領域で技術革新は進んでおり、これからも多種多様なコンテンツが生まれていくでしょう。経済産業省としても、ウィズコロナやDXに対応した新しいビジネスモデルへの転換を支援してまいります。

他方、映像をはじめとするコンテンツは、通信環境の向上とスマートフォン等の普及、さらには新型コロナウイルスの影響による「ステイホーム需要」の拡大も相まって、インターネットを通じて好きな時に鑑賞するスタイルがさらに身近なものとなりました。こうした環境の変化とあわせて、映画の著作権

侵害の被害が問題となっています。最近では、ファスト映画による被害について、映画・映像業界の皆様のご尽力により運営者が逮捕されるというニュースがありました。関係者各位の迅速な御対応の賜だと思えます。

一方、日本国外を拠点にした海賊版サイトによる被害は収まる気配がありません。これらの海賊版サイトの閉鎖に向けては、刑事訴訟手続における運営者の身柄確保や、民事訴訟手続における損害賠償請求等の実力行使が重要です。そのため、今年度から経済産業省は一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)への委託事業として、ホワイトハッカーの協力を得て、海賊版サイトの運営者特定にも乗り出しているところです。

今年は、十干十二支の「壬寅(みずのえとら)」です。これは、「冬が厳しいほど春の芽吹きは生命力にあふれ、華々しく生まれること」を表しているそうです。春の来ない冬はありません。厳しい状況が続く中にあるからこそ、危機を乗り越えた先の未来はその分明るいものとなることを願っております。

本年も、皆様のより一層の御理解と御支援を賜りますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

新年祝辞

警察庁
生活安全局
生活経済対策管理官
江口 寛章 様



令和4年の新春を迎え、一般社団法人日本映像ソフト協会の皆様方に謹んで新年のご挨拶を申し上げます。また、貴協会の皆様方には、平素から知的財産権の保護、不正商品排除のため御尽力いただいていることに対し心から敬意を表するとともに、感謝申し上げます。

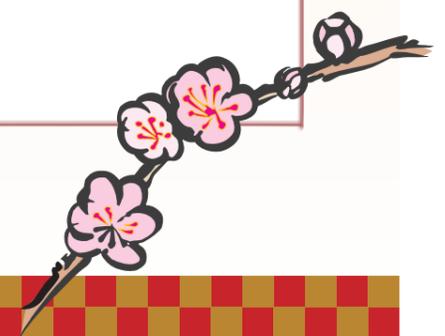
さて、昨年は、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響も色濃く残り、各種イベント等も思うように再開できない中、変異ウイルスの新株が出現する等、コロナ情勢はまだまだ予断を許さず、エンターテインメント産業に従事される方々にとっては、現在も深刻な状況が続き、憂慮に堪えないものと存じます。

そのような中、昨年中は、依然としてアニメのキャラクター等を模倣したグッズや海賊版DVDをインターネットで販売する事案が多数認められたほか、コロナ禍の巣ごもり需要を狙い動画配信サイトで、映画等を違法に配信するといった事案も認められたところです。関係者の皆様方の御協力により、悪質な事案については、少なからず検挙に至り、同種事犯に対する警鐘を鳴らすことができたものと考えております。

しかしながら、インターネット環境の変化や映像、音楽、画像等のデジタル化の進展は、海賊版サイトによる被害の深刻化や電子商取引を通じた侵害物品の流通拡大といった新たな治安課題を生み出しています。インターネットを利用した著作権侵害事犯については、被疑者の所在地、通信の中継地が外国である場合や高度な技術が用いられている場合など困難な点は少なくありませんが、国際捜査の枠組みを活用するなどして取締りを推進するとともに、引き続き貴協会をはじめとする関係者の皆様との連携強化に努めてまいります。

加えて、貴協会には従前から、不正商品対策協議会の事務局を担っていただくなど、知的財産権保護のための諸活動を積極的に推進していただき、この点についても感謝申し上げますとともに、本年も引き続き、警察活動への御理解と御協力を賜れば幸いです。

結びに、貴協会のますますの御発展と御多幸を祈念いたしまして年頭の御挨拶といたします。





新年祝辞

文化庁審議官
中原 裕彦 様



新年あけましておめでとうございます。日本映像ソフト協会におかれましては、日頃より映像ソフト業界の中核的団体として映像ソフト産業の発展のために、海賊版対策をはじめ、著作物の円滑な流通や著作権の保護意識の普及啓発などに熱心に取り組んで頂いております。貴協会や、加盟会員各社の方々の御尽力に対しましてこの場をお借りしまして深く敬意を表し、感謝を申し上げますとともに、本年1年が貴協会にとっても輝かしい年となるようお祈り申し上げます。

DX時代を迎え、コンテンツの創作、流通、利用を巡る環境は大きく変動しています。文化庁では、これまで、デジタル化・ネットワーク化に対応した必要な法整備等の措置を着実に講じてまいりました。

令和3年の第204回国会においては、放送番組のインターネット上での同時配信等の円滑化と、図書館によるインターネット送信を可能とする著作権法等の改正が成立・公布されました。本改正により、利用者の情報アクセスを充実させ、利便性の確保を図るとともに、著作権者等に適切な対価還元が行われることを期待しております。

また、令和3年7月には、文化審議会著作権分科会におきまして、文部科学大臣より「デジタルトランスフォーメーション(DX)時代に対応した著作権制度・政策の在り方について」諮問を行っています。

優れた多くのコンテンツが、既存の流通システムにとらわれない新たな公表・提供手段により創作される中、コンテンツの利用円滑化による対価還元の創出や増加が、新たな創作活動につながるとい

う「創作活動の好循環」を最大化させ、さらなる文化の振興を図るべく、検討を進めてまいります。

併せて、著作権の普及・啓発についてもDX時代に対応した検討が必要と指摘されています。著作物等をどのように適法に利用するか、また、著作権者等の意思表示の大切さについて、利用者のみならずクリエイターに対しての普及啓発が今後重要になってきます。

さらに、日本のコンテンツを海外展開するにあたっては、著作権に関する課題を整理しつつ、個別企業の枠を超えたオールジャパンでの連携が必要と指摘されています。先に述べた海賊版対策と正規版コンテンツの流通を車の両輪として進めるべく、貴協会との協力を深めてまいります。

そして、令和2年のインターネット上の海賊版対策をはじめとする著作権法等の改正もその一つです。昨年は、大規模な海賊版サイトの運営者や、映画を無許諾で短く要約して動画配信を行った者の取締が行われたところですが、こうした著作権侵害は、コンテンツ産業や文化振興の根幹を揺るがす事態となりかねないと考えます。文化庁においては、引き続き、関係府省庁と連携して、実効性のある取組を進めてまいります。

結びとなりますが、著作権行政に関する引き続きの御理解・御協力を賜りますようお願い申し上げますとともに、貴協会の御発展を心よりお祈り申し上げまして年頭の御挨拶とさせていただきます。本年もどうぞ宜しくお願い申し上げます。



新年祝辞

内閣府
知的財産戦略推進事務局長
田中 茂明 様



新年明けましておめでとうございます。

この場を借りて、政府の知的財産戦略の推進状況について簡単に触れさせていただこうと思っております。昨年7月、政府の知的財産戦略本部において、コロナ後のデジタル・グリーン競争を勝ち抜く無形資産強化戦略として、「知的財産推進計画2021」を決定しました。

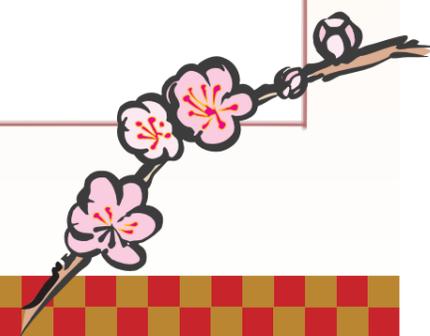
新型コロナウイルス感染症により人々の生活が大きく変化する中で、デジタルの活用といった「ニュー・ノーマル」への移行や、気候変動を始めとするグローバルアジェンダへの対応の重要性も益々高まっている環境変化の中で、世界は「デジタル」と「グリーン」の2つの課題への挑戦を起爆剤とした熾烈な競争に突入しており、日本もこの競争で生き残るためにイノベーションの力を最大限発揮する必要があります。こうした現状を受け止め、今後、知的財産をはじめとする無形資産の力を活かしてどのように社会課題を克服し、経済復興に繋げ、勝ち残っていくべきかについて、「知的財産推進計画2021」に方向性と政策対応を示しました。

コンテンツ分野については、デジタル化の進展によるコンテンツ市場の量的・質的な構造変化が進行し、コンテンツ市場が急速に拡大しており、権利者や利用者、そして国民経済全般にとって相互利益を拡大するチャンスが到来しています。このチャンスを最大限生かすためには、権利者への適切な対価還元を両立する形で、著作権の権利処理に係る取引コストを低減することが特に重要な課題です。文化庁の文化審議会著作権分科会において、

膨大かつ多種多様な著作物等を簡素迅速に権利処理できる仕組みの創設に向けた議論がなされ、昨年末に一定の方向性が取りまとめられました。今後は、これに基づき、簡素で一元的な新たな権利処理制度の具体設計を進めてまいります。

海賊版対策については、2019年10月に「インターネット上の海賊版に対する総合的な対策メニュー及び工程表」を公表し対策を進めてきましたが、各取組の進捗状況を踏まえて、昨年4月にこの総合対策メニューを更新しました。国境のないサイバー空間上の海賊版への対応には、国際的な連携や国際執行の強化が特に重要で、今回の更新に際しては、これを新に盛り込みました。昨今、ベトナム発の漫画海賊版サイトによる被害が依然として深刻な状況が続いておりますが、ABJやCODA等の民間の皆様と協力し、官民が一体となってサイト運営者の摘発に向けて取組を進めてまいります。

クールジャパン分野においては、新型コロナにより甚大な影響を受けている飲食、観光、文化芸術、イベント・エンターテインメントなどの関連分野の存続確保に向けた施策の実施を前提とした上で、コロナ後の社会や人々の価値観の変化への対応、輸出からインバウンドへの好循環の構築、デジタル技術の活用といった要素の追加等により、クールジャパン戦略を再構築しました。関係省庁とも密に連携し、政府一体となってクールジャパンの取組を推進してまいります。



第413回、第414回定例理事会報告

2021年9月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	9 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)							1 月 ~ 9 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)	2,657	74.3%	74.8%	688	47.1%	69.4%	198	58.9%	増減 4社 19社 4社	32,590	76.3%	93.8%	8,562	54.5%	93.3%	2,248	104.9%
特殊ルート	3	0.1%	15.0%	3	0.2%	3.0%	0	-		170	0.4%	76.9%	701	4.5%	83.2%	11	22.9%
レンタル店用	887	24.8%	71.1%	767	52.5%	83.0%	473	140.4%		9,684	22.7%	60.0%	6,330	40.3%	64.3%	3,865	124.2%
業務用	30	0.8%	51.7%	3	0.2%	7.3%	4	40.0%		296	0.7%	95.8%	131	0.8%	84.3%	97	77.6%
DVDビデオ	3,577	44.2%	73.3%	1,462	64.0%	70.6%	675	98.8%	増減 14社 10社 3社	42,740	42.1%	83.1%	15,725	60.0%	78.5%	6,221	114.6%
販売用(個人向)	4,454	98.5%	84.6%	763	92.7%	82.3%	195	124.2%		57,845	98.3%	112.9%	10,095	96.2%	111.2%	1,925	115.1%
特殊ルート	27	0.6%	337.5%	5	0.6%	172.5%	0	-		197	0.3%	221.3%	33	0.3%	124.5%	3	27.3%
レンタル店用	27	0.6%	23.1%	54	6.6%	218.9%	3	150.0%		551	0.9%	30.7%	336	3.2%	45.9%	76	87.4%
業務用	14	0.3%	350.0%	2	0.2%	352.3%	0	-	224	0.4%	144.5%	34	0.3%	191.8%	0	-	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,522	55.8%	83.8%	824	36.0%	86.2%	198	124.5%	増減 14社 10社 3社	58,817	57.9%	110.4%	10,499	40.0%	106.6%	2,004	113.2%
合 計	8,099	100.0%	78.9%	2,286	100.0%	75.6%	873	103.7%		101,557	100.0%	97.0%	26,223	100.0%	87.8%	8,225	114.3%

◎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10月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	10 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)							1 月 ~ 10 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)	2,979	71.0%	92.4%	810	46.4%	94.2%	200	90.1%	増減 10社 14社 3社	35,569	75.8%	93.7%	9,372	53.6%	93.4%	2,448	103.6%
特殊ルート	14	0.3%	40.0%	64	3.6%	49.6%	2	100.0%		184	0.4%	71.9%	765	4.4%	78.8%	13	26.0%
レンタル店用	1,171	27.9%	103.4%	867	49.7%	95.7%	488	143.5%		10,855	23.1%	62.9%	7,197	41.2%	66.9%	4,353	126.1%
業務用	30	0.7%	90.9%	4	0.2%	88.3%	28	43.1%		326	0.7%	95.3%	135	0.8%	84.4%	125	65.8%
DVDビデオ	4,194	38.7%	94.8%	1,745	59.9%	91.9%	718	114.1%	増減 13社 9社 5社	46,934	41.8%	84.1%	17,470	60.0%	79.7%	6,939	114.6%
販売用(個人向)	6,541	98.4%	117.2%	1,095	93.8%	109.4%	173	127.2%		64,386	98.4%	113.3%	11,191	95.9%	111.1%	2,098	116.0%
特殊ルート	35	0.5%	122.7%	6	0.5%	80.2%	0	-		232	0.4%	197.4%	39	0.3%	115.2%	3	23.1%
レンタル店用	62	0.9%	88.6%	65	5.5%	261.0%	13	325.0%		613	0.9%	32.9%	401	3.4%	52.9%	89	97.8%
業務用	8	0.1%	34.8%	2	0.2%	93.7%	1	-	232	0.4%	130.3%	36	0.3%	181.2%	1	-	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,646	61.3%	116.5%	1,168	40.1%	112.8%	187	131.7%	増減 13社 9社 5社	65,463	58.2%	111.0%	11,666	40.0%	107.2%	2,191	114.6%
合 計	10,840	100.0%	107.0%	2,912	100.0%	99.3%	905	117.4%		112,397	100.0%	97.9%	29,136	100.0%	88.8%	9,130	114.6%

◎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11月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	11 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)							1 月 ~ 11 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)	2,348	68.3%	81.9%	674	43.7%	88.3%	182	128.2%	増減 9社 16社 2社	37,917	75.3%	92.9%	10,046	52.8%	93.0%	2,630	104.9%
特殊ルート	10	0.3%	111.1%	22	1.4%	92.1%	1	20.0%		194	0.4%	73.2%	787	4.1%	79.1%	14	25.5%
レンタル店用	1,041	30.3%	84.6%	843	54.7%	105.9%	457	144.6%		11,896	23.6%	64.3%	8,041	42.3%	69.6%	4,810	127.7%
業務用	37	1.1%	160.9%	4	0.2%	120.5%	4	57.1%		363	0.7%	99.5%	139	0.7%	85.1%	129	65.5%
DVDビデオ	3,436	39.4%	83.2%	1,543	62.8%	97.3%	644	137.0%	増減 15社 9社 3社	50,370	41.6%	84.0%	19,013	60.2%	80.9%	7,583	116.2%
販売用(個人向)	5,152	96.9%	104.0%	818	88.9%	98.3%	191	161.9%		69,538	98.2%	112.6%	12,009	95.4%	110.1%	2,289	118.8%
特殊ルート	70	1.3%	318.2%	9	1.0%	186.7%	0	0.0%		302	0.4%	216.4%	48	0.4%	124.1%	3	17.6%
レンタル店用	91	1.7%	216.7%	92	10.0%	334.8%	14	466.7%		704	1.0%	36.9%	492	3.9%	62.8%	103	109.6%
業務用	4	0.1%	400.0%	1	0.1%	509.2%	0	-	236	0.3%	131.8%	37	0.3%	183.9%	1	-	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,317	60.7%	106.0%	920	37.3%	106.3%	205	164.0%	増減 15社 9社 3社	70,780	58.4%	110.6%	12,586	39.8%	107.1%	2,396	117.6%
合 計	8,753	100.0%	95.7%	2,463	100.0%	100.5%	849	142.7%		121,150	100.0%	97.7%	31,599	100.0%	89.6%	9,979	116.5%

◎今月の売上報告社数……27社(*前年同月の報告社数27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。 ◎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。

11月2日(火)午後2時20分より第413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

該当事項はありません。

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 知財関係報告
3. 2021年9月度ビデオソフト売上速報について
4. 2021年9月度映像配信統計報告について
5. 職場での転倒災害を予防するための取組の推進について(厚生労働省)
6. 下請取引適正化月間の実施について(公正取引委員会)
7. 暴風雨等による災害の影響を受けている下請中小企業との取引に関する配慮について(経済産業省)

12月7日(火)午後2時00分より第414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。

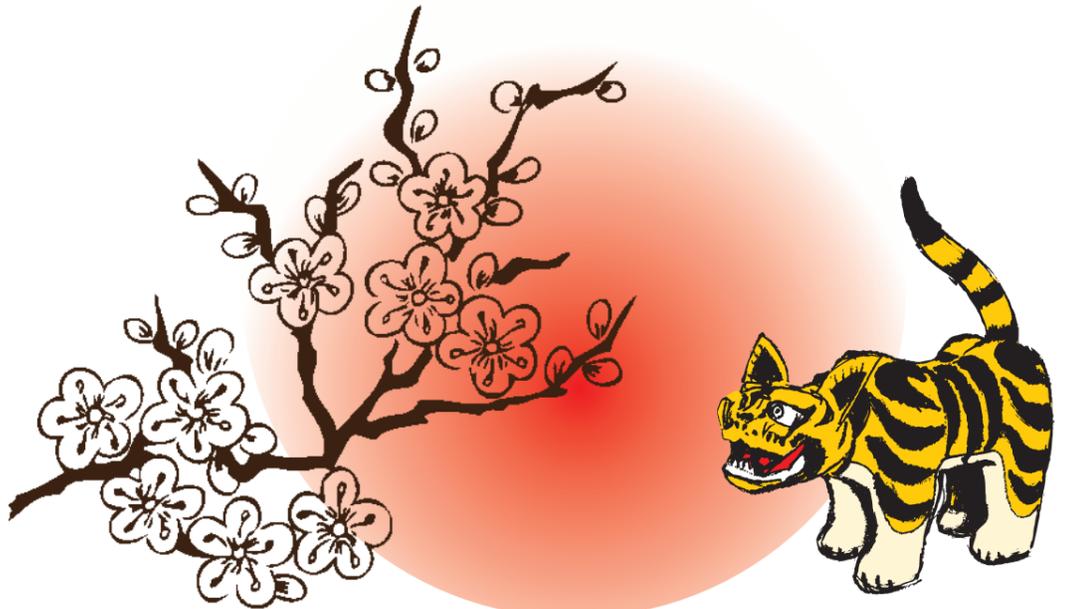
議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

第1号議案 2021年下期賞与支給額(案)承認の件

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 2021年10月度ビデオソフト売上速報について
3. 2021年10月度映像配信統計報告について
4. その他としまして、「アジア知的財産権シンポジウム 2021」開催のご案内について



続くコロナ禍での市況(ビデオソフト)の推移について

JVA 業務部 統計担当

ビデオソフトの市況も、他業種同様、一昨年から引き続き、現在まで新型コロナウイルスの影響を多々受けている。多数の感染者を発生させた第5波も終息に向かい昨年9月末に、緊急事態宣言が解除されたが、第6波発生の懸念もあり、慎重に経済活動が行われているのが現状である。

今まで経験したことのない状況下、市況の推移も例年と異なる様相を呈してきた。ウィズコロナの環境下での市況の推移について、特徴的な事象を下記の通りまとめるものである。

考察する期間は、個人タクシーの組合支部の新年会でクラスターが発生したニュースが20年1月中旬、クルーズ船ダイヤモンド・プリンセス号が横浜港に入港したニュースが同2月上旬にあったことに鑑み、2020年1月以降をコロナ期と規定する。

○2020年度、下落幅が拡大

表1(表2は表1をグラフ化したものである)は過去5年間の市場の推移である。ビデオソフト市場は、ユーザーレベルの視聴形態の変容を受け、年々下降傾向にあるが、2020年度の落ち幅が、以前と比較して大きくなっている。ユーザーレベルの行動自粛による消費の低迷も勿論大きい、映画館の営業自粛、ライブ、イベントの中止による発売点数の減少が下落幅を大きくした主因と考えられる。実際のところ、売り上げ構成のトップ3、「音楽(邦楽)」が前年比で92.6%、「日本のアニメーション」同82.2%、「洋画」が同58.6%と大きく売り上げを下げた。(表3)

反面、巣ごもり需要といった正の要因も働いたとは思われるが、全体を通してみれば、下振圧力の方が強かったものと考えられる。

○2020年下半年(2020/7月~12月)に影響が顕著に表れる

半期ごとに分解してみると2020年度は、上半期については例年並みの落ち幅であったのに対し、下半期は対前年同期比80.6%と大幅に業績を落としている。(表4)

上半期も店舗の営業自粛、何より、ユーザーの行動自粛は売上の下振れ要因であったが、リリースについてはあまり影響を受けなかった。一般的に1次使用から数か月後にビデオソフト化されることによるもので、上半期については既に発売品

目が決定しており、リリースを要因とする下落は見られなかったといえる。一方、上半期に1次使用された作品は概ね、下半期にビデオソフト化されるので、2020/4/7の第一回目の緊急事態宣言発令で映画館の営業自粛、ライブ、イベントの開催自粛が本格化し、それを受けてパッケージのリリース自体の中止や延期が余儀なくされ、業績を下振れさせた。

○セルは堅調、レンタルは大苦戦

流通チャネル別に見てみると、表5、表6の通りでセル、レンタルとも2020下半期に売上を下げるものの、2021年上半期以降は明暗分けている。

セルの売上は2021年度上半期累計で前年同期比106.9%であった(表5)が、この実績は、コロナ前の2019年度比でも100.0%であった。対象期間内に発売されるタイトル、権利元によるウィンドウ戦略等に多々影響はされるものの、統計数値上は底打ち感が感じられるものとなった。この結果をもって「底を打った」と考えるのは早計だと思うが、6月に発売されたビッグヒット作「鬼滅の刃 無限列車編」に押し上げられた数字で一過性にとらえるのもまた同じく早計と思っている。なぜなら、2018年の「安室奈美恵/namie amuro Final Tour 2018~Finally~」、2019年の「ボヘミアン・ラブソディ」等、毎年、セールス的にも話題となる作品が世に出ており2021年だけが特別ではないとの見方があるからだ。

セルが今後、安定軌道に入るか否かは、もう少し先まで統計を見る必要がある。とはいえ新型コロナ禍の下、健闘したと評価できるだろう。

表1 ビデオソフト売上の推移

	合計金額	前年比
2017年度(1月~12月)	187,670	91.7%
2018年度(1月~12月)	178,084	94.9%
2019年度(1月~12月)	159,093	89.3%
2020年度(1月~12月)	137,137	86.2%
2021年度(1月~10月)※参考	112,397	97.9%

表2

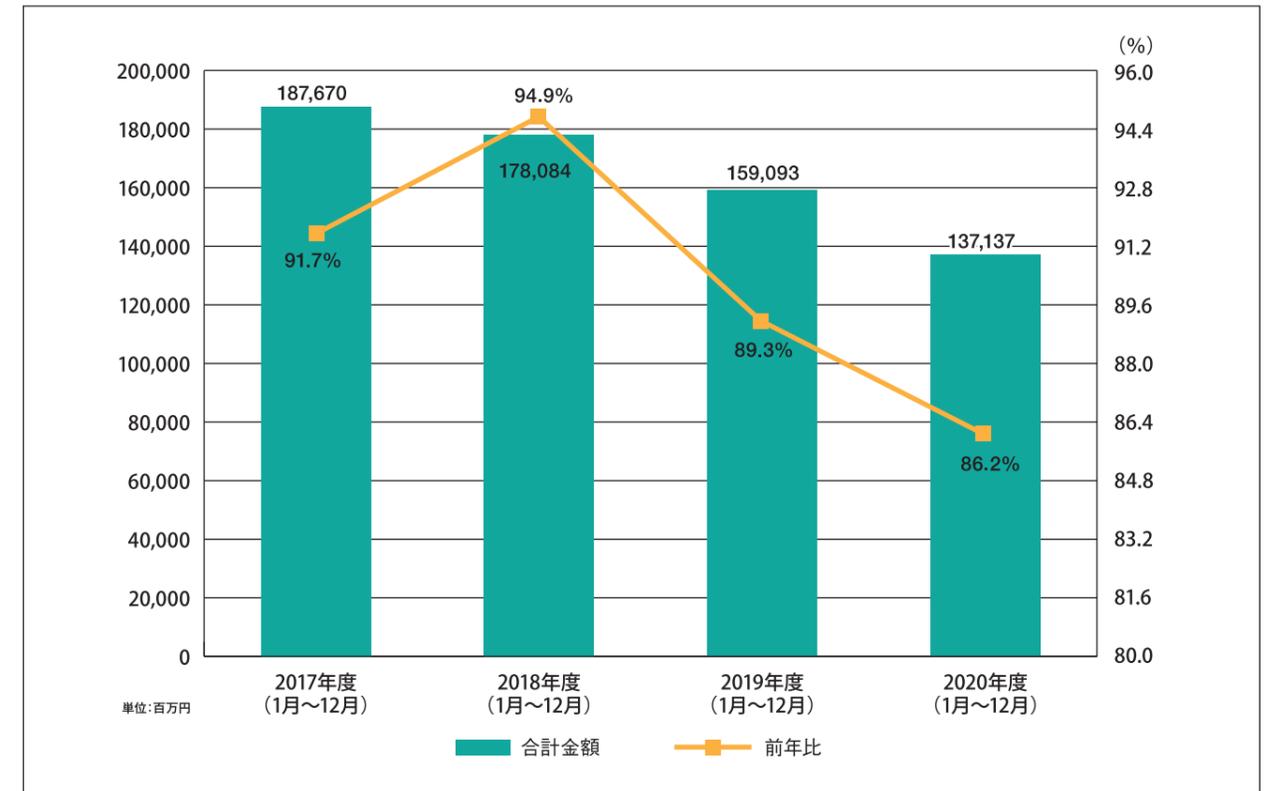


表3 2020年度ジャンル別売上

ジャンル	合計金額	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	9,399	6.9%	75.4%
日本のTVドラマ	10,794	7.9%	130.0%
洋画(TVドラマを除く)	13,164	9.6%	58.6%
海外のTVドラマ	3,944	2.9%	73.1%
アジアの映画	568	0.4%	183.2%
アジアのTVドラマ	5,585	4.1%	109.9%
日本のアニメーション(一般向け)	30,278	22.1%	82.2%
海外のアニメーション(一般向け)	3,251	2.4%	91.1%
日本の子供向け(アニメーション)	2,278	1.7%	81.4%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,460	1.1%	72.5%
海外の子供向け(アニメーション)	1,255	0.9%	88.6%
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	-
音楽(邦楽)	45,805	33.4%	92.6%
音楽(洋楽)	358	0.3%	32.8%
ビデオカラオケ	10	0.0%	43.5%
芸能・趣味・教養	7,589	5.5%	123.8%
スポーツ	237	0.2%	26.7%
学校教育・企業教育・語学教育	197	0.1%	165.5%
成人娯楽	3	0.0%	60.0%
その他	962	0.7%	135.7%
計	137,137	100.0%	86.2%

一方レンタルは、売上を下げた2020年下半期の後の2021年上半期に、さらに落とす結果となってしまった。レンタルショップの一等地で展開される、いわゆるレンタルショップの顔というべき、洋画、邦画が、まさにコロナの影響で十分な量(タイトル数)、質(興行成績)をもって発売できなかったことが主因だった。実績数値は表7の通りである。

また、映像配信、特にS-VOD市場が急激に伸長しており(JVA映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査より)レンタルのライトユーザーは、こちらにその多くが流れたと見られている。

セルの主流がEC流通で、こちらは宅配サービスも含めた非接触型であったのに対し、レンタルは従来型のリアル店舗での営業が主軸で、ウィズコロナ時代のユーザーの行動変容を考えると、レンタル市場にとっては逆風となった。

○その他

2020年度にコロナの影響が顕著に表れたことは既述の通りである。全般的には、上記のように下振れ圧力の方が大きかったことは確かだが、細部を見れば、すべてのジャンルが押しなべて悪かったわけではない。比較的売上シェアの高い「日本のテレビドラマ」(構成比:7.9%)が前年比で130.0%、「アジ

アのTVドラマ」(構成比:4.1%)が前年比で109.9%と良好な結果をだした。(表3)前者は、2020年4月以降、各TV局とも新作の制作が中断したため、該当ジャンル好きのユーザーが旧作に欲求を求めたことによるものとみられる。また、該当期に旧作ドラマの再放送がなされたことも、プロモーション効果として表れた。後者については韓国ドラマ「愛の不時着」がバラエティ番組などで取り上げられ、ちょっとしたブームになったことが波及効果となった。「愛の不時着」自体はNetflix社のオリジナル作品で、この作品そのものの盛り上がりはビ

デオソフト市場に寄与していないが、ジャンルとしての伸びの要因となったことは間違いないだろう。

○まとめ

今考察は、コロナ期だからこそ起きたと考えられる事象をあぶりだし、統計担当のコメントを加え整理したものである。アフターコロナ到来後、市場がどのように動くか予測することは難しいが、傾向をつかむうえでは必要と考え、例年と比較し大きく変化したものを特徴ととらえ抽出したものである。

表4

	合計金額	前年比
2017年度上半期(1月～6月)	91,685	89.4%
2017年度下半期(7月～12月)	95,985	94.0%
2018年度上半期(1月～6月)	85,888	93.7%
2018年度下半期(7月～12月)	92,196	96.1%
2019年度上半期(1月～6月)	77,576	90.3%
2019年度下半期(7月～12月)	81,517	88.4%
2020年度上半期(1月～6月)	71,439	92.1%
2020年度下半期(7月～12月)	65,698	80.6%
2021年度上半期(1月～6月)	69,527	97.3%
2021年度下半期(7月～10月)※参考	42,870	98.9%

表5 ビデオソフト売上の推移(販売用(個人向))

	合計金額	前年比
2017年度上半期(1月～6月)	69,836	89.5%
2017年度下半期(7月～12月)	72,536	96.5%
2018年度上半期(1月～6月)	67,718	97.0%
2018年度下半期(7月～12月)	74,222	102.3%
2019年度上半期(1月～6月)	61,932	91.5%
2019年度下半期(7月～12月)	67,944	91.5%
2020年度上半期(1月～6月)	57,980	93.6%
2020年度下半期(7月～12月)	56,228	82.8%
2021年度上半期(1月～6月)	61,982	106.9%
2021年度下半期(7月～10月)※参考	37,973	103.2%

表6 ビデオソフト売上の推移(レンタル店用(個人向))

	合計金額	前年比
2017年度上半期(1月～6月)	20,349	88.2%
2017年度下半期(7月～12月)	22,342	85.8%
2018年度上半期(1月～6月)	17,568	86.3%
2018年度下半期(7月～12月)	17,336	77.6%
2019年度上半期(1月～6月)	14,966	85.2%
2019年度下半期(7月～12月)	12,991	74.9%
2020年度上半期(1月～6月)	12,950	86.5%
2020年度下半期(7月～12月)	8,925	68.7%
2021年度上半期(1月～6月)	6,971	53.8%
2021年度下半期(7月～10月)※参考	4,497	72.7%

表7 レンタル店用(個人向け)主要ジャンルの推移

ジャンル	2020年度下半期(7月～12月)		2021年度上半期(1月～6月)	
	合計金額	前年同期比	合計金額	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	1,367	62.1%	1,288	55.1%
洋画(TVドラマを除く)	1,212	34.4%	882	31.6%

「アジア知的財産権シンポジウム2021」開催報告

不正商品対策協議会(ACA)とコンテンツ海外流通促進機構(CODA)は、2021年12月20日(月)、日経ホール(千代田区大手町1-3-7)において、「アジア知的財産権シンポジウム2021 産・官・消で守る知財の権利～エンタメのニューノーマルを考える～」を開催した(主催:日本経済新聞社 共催:ACA、CODA 後援:知的財産戦略本部、警察庁、総務省、外務省、文化庁、経済産業省)。

今回で15回目の開催にあたるこのシンポジウムは、経済のグローバル化やコロナ禍がもたらした新生活様式におけるコンテンツ産業の持続的な成長を見据え、これからの知的財産保護と活用について、広く議論・啓発することを目的とし開催に至ったもの。

【プログラムと出演者(敬称略)】

●キーンノートスピーチ①

「我が国の成長投資とコンテンツ保護について」

甘利 明氏
自由民主党知的財産戦略調査会顧問/コンテンツ産業振興議員連盟会長

●キーンノートスピーチ②

「デジタル時代に適合したコンテンツ戦略について」

田中 茂明氏
内閣府知的財産戦略推進事務局長

●関係省庁の取り組み

「知的財産権侵害事犯取締りの現状」

江口 寛章氏
警察庁 生活安全局 生活経済対策管理官

「インターネット上の海賊版対策に係る総務省の取組の進捗状況について」

小川 久仁子氏
総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 消費者行政第二課長

「DX時代における著作権政策について」

吉田 光成氏
文化庁 著作権課長

「ニュー・ノーマルとコンテンツ産業政策」

高木 美香氏
経済産業省 商務情報政策局 コンテンツ産業課長

●講演①

「アニメ配信市場とアニプレックスの取組み」

岩上 敦宏氏 (株)アニプレックス代表取締役

●講演②

「映画産業の促進と保護が持続的なデジタル経済へどのように貢献するのか」

ベリンダ・ルイ氏
モーション・ピクチャー・アソシエーション(MPA)アジア太平洋地域プレジデント

●パネルディスカッション

「コンテンツ産業の持続的成長と知的財産保護に向けて」

パネリスト
中島 博之氏
弁護士(東京フレックス法律事務所)

北村 まあさ氏
フリーアナウンサー/漫画家

後藤 健郎
ACA事務局長/CODA代表理事

コーディネーター
岩澤 明信
日本経済新聞社 サイバーセキュリティーエディター



このシンポジウムの模様は、右のQRコードからアーカイブ視聴が可能。





Relay essay

vol.150

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)からご紹介

穀田 正仁 氏 エイベックス・ピクチャーズ株式会社 映像事業本部 映像制作&配給グループ
映像事業ユニット マネージャー 兼 ゼネラルプロデューサー
コンテンツ調達ユニット ゼネラルプロモーター

「本日は仕事を離れ、私の趣味の話をして頂きます。」

皆様普段より大変お世話になっております。コロナ禍も少し落ち着いたらと思えば、また新しい変異株の情報等で一喜一憂する日々が続いております。一日も早く、心置きなくコンテンツを楽しめる世の中になることを心より祈念しております。

今回は少し仕事を離れ、私が趣味の一環として楽しんでいることを中心にご紹介させて頂ければと思います。

長く趣味として楽しんでいることの一つに「お菓子作り」があります。父が乳業関係で働いていた関係で、子供の頃から自宅には常に牛乳やヨーグルト、アイスといった乳製品が多くストックされており、そのまま食べても美味しいのですが、長く食べ続けていると次第に飽きてきてしまったことをきっかけに、少しアレンジして食べてみようと考えたのが始まりで、今も趣味として続けております。

このお話しをふとした機会に外部の方にお話しすると「お料理とかはしないんですか?」と聞かれたりするのですが、料理は妻に任せっきりでございまして専らお菓子作りのみでございまして。あえて理由を考えると手作りのお菓子を出す機会は「少し特別な場面」が想像でき、これまで自分のためよりも何かメモリアルな場面やインパクトを伝えたい場面のために作ってきたことが多かったことから、お渡しした際の喜んでいただけたら驚いていただけたりするリアクションが嬉しくて、趣味を続けられているような気がしております。

作るジャンルは様々で、洋菓子だけでなく和菓子などお菓子全般好きなのですが、お渡しする際日持ちしないものや温度や鮮度等を気にしないといけないものはタイミングを逸すると渡せなくなるリスクもあることから、昨今は焼き菓子が多くなりました。



写真は少し前に自宅でチョコマフィンを焼こうと型に生地を入れて「これから焼こう!」と準備しているものです。街中の洋菓子屋さんのように日持ちさせるエージレス剤(脱酸素剤)や防腐剤などは当然入れませんので、できるだけ早くお召し上がりいただきたく、だいたいお渡しする前日深夜に作業することが多いです(この写真も真夜中25時に撮影しております...)。でも、この夜中の作業が楽しいですよー。もしご興味ございましたら、ご相談(ご予約)ください!(決してプロではございませんので美味しいかどうか、ご判断はお任せ致します!)

その他、乗り物全般の趣味(鉄道だけでなく、バスやエアライン、船舶等も含め全般。時刻表検定1級取得)や、乗り物の趣味が高じてテレビ「沸騰ワード10」やパラダイス山元さんの弾丸旅行などのお話もさせて頂いたのですが、文章量の都合により今回は割愛させて頂きます(もしこちらに関して趣味があう方がいらっしゃいましたらお声がけ頂ければと思います!)

写真は先日総二階建て飛行機A380の観覧ツアーに参加した時の写真です。日本に来たばかりのレアなオレンジの機材の前で楽しそうです...



昨今「推し活」といった趣味に高じる時間が人生の幸福度を増すと記事を読ませて頂きました。皆様もご多忙の折かと存じますが、各々の良き趣味で、日々の日常から少し離れ幸福を感じる時間をお過ごし頂ければ幸いです。

誰にもわかる「著作権」VOL.1

▶ 今回のテーマ

違法なアップロードに注意!

違法なアップロードに気をつけよう

著作物を著作権者に無断でアップロードすることは、公衆送信権を侵害する行為です。

※この記事は一般の方を含め、著作権に触れる機会が少ない方々への啓発の意図で企画されております。会報はHPにて掲載中です。

違法なアップロードに注意!



※チーム員が「多数」であることを前提としています。監修:染井・前田・中川法律事務所 弁護士 前田哲男

日誌に見る協会の動き

【10月】	1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)	11日 デジタル配信部会(オンライン開催)
4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)	5日 第412回定例理事会(オンライン開催)	12日 第306回総合連絡委員会(書面審議)
6日 マーケティング委員会(オンライン開催)	6日 マーケティング委員会(オンライン開催)	15日 業務使用対策委員会(オンライン開催)
【11月】	2日 第413回定例理事会(オンライン開催)	27日 ACA企画広報部会
5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)	8日 デジタル配信部会(オンライン開催)	28日 第308回業務部会幹事会(オンライン開催)
8日 デジタル配信部会(オンライン開催)	9日 第307回総合連絡委員会(書面審議)	
9日 第307回総合連絡委員会(書面審議)	0日 マーケティング委員会	【11月】
0日 マーケティング委員会	1日 中部地区連定例会議(オンライン開催)	12日 東北地区連定例会議(オンライン開催)
1日 中部地区連定例会議(オンライン開催)		15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)
【12月】	3日 著作権部会(メール開催)	18日 関西地区連定例会議(オンライン会議)
7日 第414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	19日 業務使用対策委員会
8日 マーケティング委員会	13日 デジタル配信部会(オンライン開催)	24日 総務人事委員会(オンライン会議)
13日 デジタル配信部会(オンライン開催)		25日 第309回業務部会幹事会(オンライン開催)
		14日 第308回総合連絡委員会(書面審議)
		17日 業務使用対策委員会
		20日 ACAアジア知的財産シンポジウム2021(日経ホール)