



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報
No.208

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4月1日現在

■ 正会員(25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)
日活(株)
(株)バップ
(株)ハピネット・メディアマーケティング
(株)バンダイナムコフィルムワークス
(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(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.208
2022.April

2022.4

Main Reports

- 「授業目的公衆送信補償金制度」について
- 2021年 年間統計調査結果

2022年4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>

アンチリッピングキャンペーン

① DVDのリッピングは違法です!

日本映像ソフト協会

知って
いますか?



Index

「授業目的公衆送信補償金制度」について	2
月間売上統計(12月、1月、2月)	5
2021年 年間統計調査結果について	6
第415回～417回 定例理事会報告	11
デジタル配信部会開催報告	11
コンテンツ海外流通促進機構	12
リレーエッセイVol.151	13
誰にもわかる「著作権」Vol.2	14
JVA事務局人事	14
日誌に見る協会の動き	14

「授業目的公衆送信補償金制度」について

染井・前田・中川法律事務所 弁護士 前田哲男

2018年の著作権法改正により、「**授業目的公衆送信補償金制度**」が創設され、**2020年4月**から施行されている。もともと2021年からの施行を予定していたが、コロナ禍に伴う遠隔授業等のニーズ増大に対応するため、施行が1年早められた。もっとも当初の1年間は補償金をゼロとする特例措置がとられたため、本格的な運用が開始されたのは2021年4月からだ。

この制度は、あらゆる著作物を対象にしており、映像ソフトも例外ではない。そこで、そもそも「授業目的公衆送信補償金制度」とは何なのか、映像ソフト業界とどういう関係があるのかを簡単に紹介することにしたい。



このような複製を行うことができるのは、もともと「教育を担任する者」だけだったが、学習者の自発性・主体性を尊重する観点から、2003年の著作権法改正(2004年施行)で「**授業を受ける者**」も複製ができるようになった。また当時から、遠隔会議システムを利用して離れた学校同士を同時中継でつないで行う「**遠隔合同授業**」が一部で行われており、そのための公衆送信もできるようになった。

2 公衆送信に拡大(2018年改正)

もともと授業目的のために許諾なく行えるのは、「複製」と複製物の譲渡であり、「公衆送信」は、上記のとおり「遠隔合同授業」という例外的な場合でしか認められていなかった。

そのため、遠隔授業(上記の「遠隔合同授業」ではなく、先生だけがいる場所から公衆送信により行うものや、オンデマンド授業等)で使用する教材に他人の著作物を用いたり、電子メールで一斉送信する予習・復習プリントに他人の著作物を掲載したりすることはできなかった。それらの著作物は、複製されるだけでなく、公衆送信されることになるからである。

そこで、教育現場のITC化を進めるために2018年の著作権法改正が行われ、授業で利用する目的であれば、複製だけでなく「公衆送信」も、著作権者の許諾を得ずにできるようにされた。その際、「**公衆送信**」(「遠隔合同授業」を除く)については、著作権者の許諾を得る必要はないものの、補償金(「**授業目的公衆送信補償金**」)を支払う

1 授業目的での複製(2018年改正前)

現在の著作権法(1970年制定)は1971年から施行されているが、その当初から、学校の授業で利用する目的での複製が一定範囲で認められてきた。それを定めているのは著作権法35条だ。教育を担任する教師は、授業に必要と認められる限度で他人の著作物を自由に**複製**することができる。ただし、**著作権者の利益を不当に害する場合は、その例外である。**

つまり、教育を担任する教師が授業に「必要と認められる限度」で複製する場合には、原則として著作権者の許諾を得なくてよい。「著作権者の利益を不当に害する」場合だけ、許諾が必要になるのである。

英語の授業でのヒアリングや会話の練習に利用するために、英語の先生がテレビ放送される洋画を録画できるかどうかは、「著作権者の利益を不当に害する」のかどうか、授業に「必要と認められる限度」内かどうかにより判断される。

表1. 著作権法35条の変遷

1970年 (1971年施行)	●教育を担任する者による複製は、原則無許諾でできる(著作権者の利益を不当に害する場合は例外)。
2003年 (2004年施行)	●教育を担任する者、 授業を受ける者 による複製は、原則無許諾でできる(著作権者の利益を不当に害する場合は例外)。 ● 遠隔合同授業における公衆送信 ができる(著作権者の利益を不当に害する場合は例外)。
2018年 (2020年施行)	●教育を担任する者、授業を受ける者による複製・ 公衆送信 は、原則無許諾でできる(著作権者の利益を不当に害する場合は例外)。 ● 遠隔合同授業以外の公衆送信については補償金を支払う義務 。

ことが必要とされた。今まで無償だった複製及び「遠隔合同授業」に補償金支払義務が生じてしまうのは教育現場の混乱を招きかねないことから、2018年改正によって新たに可能となった公衆送信についてのみ、著作権者への補償金の支払が必要とされたのである。

補償金を支払う義務を負うのは、教師や生徒ではなく、学校設置者である。この補償金を徴収し、著作権者に分配するための組織として、「**一般社団法人授業目的公衆送信補償金等管理協会**」(SARTRAS)が2019年に設立された。著作権者が学校設置者に対して直接補償金を請求することはできない。SARTRASが学校設置者から補償金を徴収し、著作権者はその分配を受けるのである。

SARTRASが徴収する補償金額には、文化庁長官の認可が必要である。補償金算定には、①学校の種別に応じた**年間包括料金**の方式と、②公衆送信の都度に支払う料金の方式の2つがあるが、実務的には①がほとんどになると思われる。①の金額は、表2記載のとおりである。

表2. 授業目的公衆送信を受ける学生／生徒／児童／幼児1人当たりの年額(年間包括料金)

大学	720円
高校	420円
中学校	180円
小学校	120円
幼稚園	60円

3 補償金の分配等

SARTRASが学校設置者から「年間包括料金」の方式で集めた補償金の分配は、大変難しい作業だ。学校教育の現場で、どのような著作物が何回公衆送信されたのか

を明らかにする確かな資料はない。だからって、公衆送信した著作物のすべてを報告するよう学校設置者に義務づけると、教育現場の負担が大きくなりすぎる。そこでSARTRASは、2021年度には全国の学校のうち1000校に対し、サンプル方式による利用報告への協力を依頼した。それらの結果等によって分配が実行されることになる。

分配は、SARTRASから個々の著作権者に直接行われるのではない。この制度はあらゆる分野の著作物を対象にしているため、分野ごとの著作権等管理事業者や権利者団体に分配業務を委託することとなる。そして、分配業務を受託した団体が、権利者が分かる場合や権利者から申告があった場合に、個々の権利者に分配する。権利者が分からない補償金額はSARTRASが文化庁の監督のもとで管理し、最大10年間、権利者を検索する。

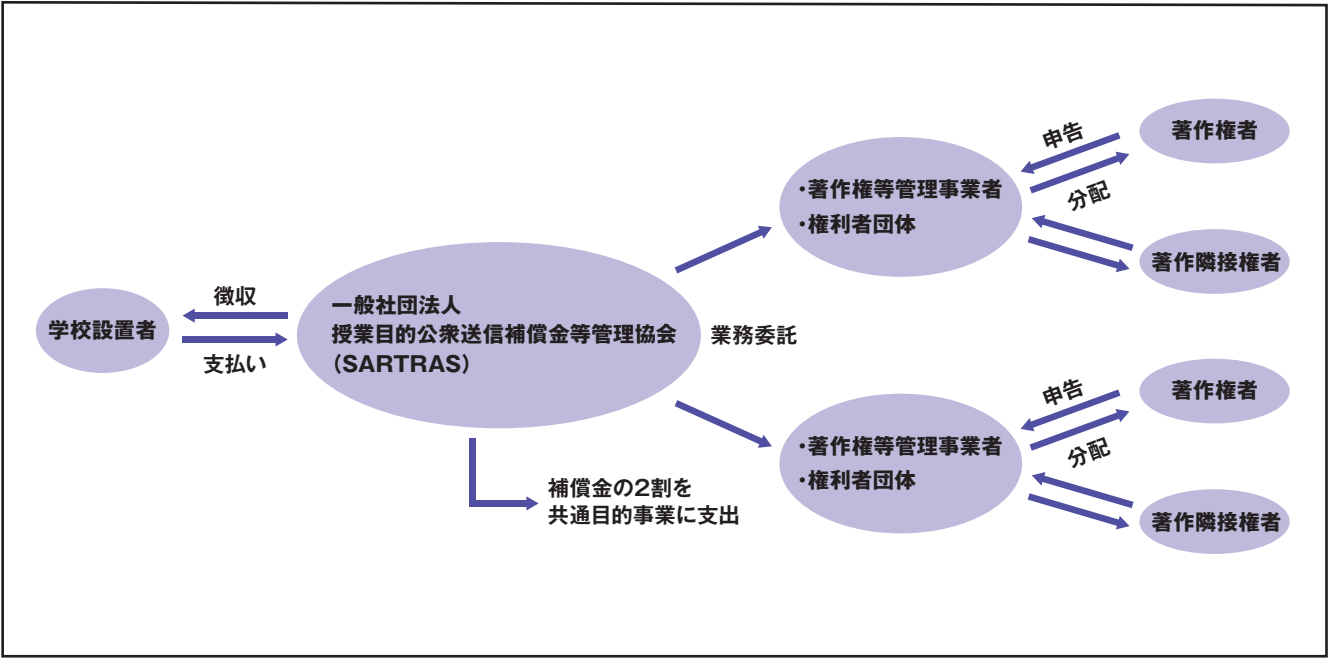
補償金収入の2割は、権利者に分配するのではなく、共通目的事業に支出しなければならない。共通目的事業とは、著作権等の保護に関する事業や著作物の創作の振興・普及に資する事業のことである。

4 映像の著作権者としての対応

上記のとおり、「授業目的公衆送信補償金制度」は既に動き始めている。著作権者は、補償金の対象となる公衆送信に対しては、許諾権・禁止権を行使できない。著作権者がやめてほしいと思ったとしても、授業に利用する目的であれば、授業に「必要と認められる限度」で、教育を担任する教師等が著作物を公衆送信できる。ただし、著作権者の利益を不当に害する場合は例外だから、その場合は、「補償金を支払っているから」という理由で公衆送信することは認められない。

どのような場合に「必要と認められる限度」といえるの

授業目的公衆送信補償金の支払い・分配等の仕組み



か、また「著作権者の利益を不当に害する」場合に当たるとの。これは難しい問題である。この点について、教育関係者、権利者、有識者で構成される「著作物の教育利用に関する関係者フォーラム」(教育著作権フォーラム)は、「改正著作権法第35条運用指針」を作成し、公表している。この運用指針では、映像の著作権との関係では、「例えば、放送から録画した映画や番組であれば、通常、全部を複製することは著作権者等の利益を不当に害する可能性が高い」とされている。コピーやアクセス制限がかけられているBlu-rayディスクやDVDから映画の著作物をリッピングして複製や公衆送信することが「著作権者の利益を不当に害する」かどうかについては、「著作権関係有識者専門ワーキング・グループを設置し、検討している。」とされており、結論は出されていない。

映像ソフト発売元には、学校関係者から、「映像ソフトを、このように授業目的で複製・公衆送信したいが、問題はないか?」との問合せが寄せられる可能性がある。その利用が、授業目的で必要と認められる限度内であって、かつ「著作権者の利益を不当に害する」とはいえない場合であれば、「無断使用は著作権侵害になる」とはいえない。しかし、問合せを受けた利用方法がそのような場合でないと考えるなら、その考えを発売元の見解として伝えることは許されよう。発売元としては、教育著作権フォーラムの

「運用指針」を参照しつつ、見解を整理しておくことが望ましいだろう。なお、「著作権者の利益を不当に害する」場合は、そもそも著作権者の許諾がなければ公衆送信が許されないのだから、補償金の対象にもならない。そのような利用について権利者が補償金の分配を受けることは矛盾である。

なお、補償金の分配に関しては、映像分野における分配について、JVAがSARTRASから協力を求められる可能性がある。



2021年（1月～12月）年間統計調査結果について

～売上金額は1,369億2,600万円で前年比99.8%に～

当協会の業務部会マーケット調査委員会は、2021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『データ版 日本映像ソフト協会統計調査報告書 Vol.93』にまとめた。

については、2021年の統計調査結果の概要を以下のとおりレポートする。

なお、本報告書は一般の方にも有料にて頒布しております。尚、例年、冊子でのご提供をしておりましたが、ペーパーレス化に伴い、今年度よりデータでのご提供になります。

本件のお問い合わせにつきましては、広報課(03-3542-4433)まで、または、協会ホームページの「お問い合わせ」にアクセスしてください。

以上

はじめに

2021年も、2020年から引き続きコロナ禍の影響を受けた年となった。しかしながら、そのような状況の中、2021年上半期には、『劇場版『鬼滅の刃』無限列車編』がリリースされ大ヒットとなったほか、下半期はコロナ禍の影響を最も大きく受けた2020年の同期に比べて102.6%の伸長を示し、いわゆる「コロナショック」からの回復を示す傾向が見られた。特に、年間の販売用市場は、実に8年ぶりに上昇に転じる結果となった。コロナ

禍においても、映像エンタテインメントに対する人々の変わらぬ期待と、それに応えようとする提供側の努力が、ビデオソフト売上の実績にも表われた と言えよう。

コロナ禍における映像配信市場の躍進という市場構造の激変に加え、次なるコロナ罹患の波など、先行きの不透明感はあるものの、ビデオソフト市場のポテンシャルを感じさせる年となった。

22021年のビデオソフトの総売上は1,369億2,600万円で前年比99.8%とほぼ前年並みの実績となった。上半期は695億2,700万円で前年同期比97.3%と前年同期を割り込んだが、下半期が673億9,900万円と前期よりも低い実績ながら、前年同期比では102.6%と伸長したことから、前年とほぼ同じ水準の実績となった。

ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、DVDビデオが559億9,300万円で前年比84.8%と約1.5割の

減少となったのに対し、ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む。以下同様) は809億3,300万円で前年比113.9%と大きく増加する結果となった。構成比ではDVDビデオの構成比が40.9%(2020年は48.2%)、ブルーレイの構成比が59.1%(2020年は51.8%)となり、ブルーレイの構成比が6割近くを占めることとなった。

<表1>

表1. ビデオソフトの売上

百万円 枚						
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	55,993	40.9%	84.8%	20,829,010	58.9%	80.3%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	80,933	59.1%	113.9%	14,528,986	41.1%	112.9%
ビデオソフトの総売上	136,926	100.0%	99.8%	35,357,996	100.0%	91.1%

表2. DVDビデオの流通チャネル別売上

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	数 量	構成比	前年比
販売用(個人向)	42,524	89.1%	93.4%	11,188,765	53.7%	93.7%
特殊ルート	209	0.4%	76.0%	818,561	3.9%	79.6%
レンタル店用(個人向)	12,868	10.0%	64.8%	8,676,611	41.7%	68.1%
業務用	392	0.5%	92.7%	145,073	0.7%	63.1%

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

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	数 量	構成比	前年比
販売用(個人向)	79,513	98.2%	115.7%	13,873,222	95.5%	116.6%
特殊ルート	352	0.4%	202.8%	55,404	0.4%	121.8%
レンタル店用(個人向)	799	1.0%	39.6%	559,642	3.9%	61.7%
業務用	269	0.3%	147.8%	40,718	0.3%	199.5%

2021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)	4,607	81.9%	98.4%	1,143	62.9%	100.6%	268	188.7%	増 減 7社 18社 2社	42,524	75.9%	93.4%	11,189	53.7%	93.7%	2,716	108.4%
特殊ルート	15	0.3%	150.0%	32	1.7%	95.7%	2	40.0%		209	0.4%	76.0%	819	3.9%	79.6%	15	27.3%
レンタル店用	972	17.3%	71.8%	636	35.0%	53.0%	480	151.9%		12,868	23.0%	64.8%	8,677	41.7%	68.1%	4,833	128.3%
業務用	29	0.5%	50.0%	6	0.3%	9.0%	2	28.6%		392	0.7%	92.7%	145	0.7%	63.1%	127	64.5%
DVDビデオ	5,623	35.6%	92.1%	1,816	48.3%	74.6%	752	160.0%	増 減 7社 18社 2社	55,993	40.9%	84.8%	20,829	58.9%	80.3%	7,691	117.9%
販売用(個人向)	9,975	98.2%	143.8%	1,865	96.0%	189.2%	268	227.1%		79,513	98.2%	115.7%	13,873	95.5%	116.6%	2,366	122.8%
特殊ルート	50	0.5%	147.1%	7	0.4%	108.6%	0	0.0%		352	0.4%	202.8%	55	0.4%	121.8%	3	17.6%
レンタル店用	95	0.9%	84.1%	67	3.5%	54.7%	22	733.3%		799	1.0%	39.6%	560	3.9%	61.7%	111	118.1%
業務用	33	0.3%	1100.0%	4	0.2%	1329.9%	0	－		269	0.3%	147.8%	41	0.3%	199.5%	1	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	10,153	64.4%	143.2%	1,943	51.7%	174.1%	290	232.0%	増 減 14社 9社 4社	80,933	59.1%	113.9%	14,529	41.1%	112.9%	2,481	121.8%
合 計	15,776	100.0%	119.6%	3,759	100.0%	105.9%	1,042	175.1%		136,926	100.0%	99.8%	35,358	100.0%	91.1%	10,172	118.8%

◎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。

2022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)	2,792	75.2%	89.7%	772	54.3%	101.0%	141	92.2%	増 減 9社 15社 3社	2,792	75.2%	89.7%	772	54.3%	101.0%	141	92.2%
特殊ルート	24	0.6%	266.7%	130	9.2%	311.0%	2	200.0%		24	0.6%	266.7%	130	9.2%	311.0%	2	200.0%
レンタル店用	847	22.8%	63.5%	512	36.1%	60.1%	401	106.4%		847	22.8%	63.5%	512	36.1%	60.1%	401	106.4%
業務用	48	1.3%	100.0%	6	0.4%	26.0%	4	133.3%		48	1.3%	100.0%	6	0.4%	26.0%	4	133.3%
DVDビデオ	3,711	44.2%	82.4%	1,420	61.6%	84.4%	548	102.6%	増 減 9社 15社 3社	3,711	44.2%	82.4%	1,420	61.6%	84.4%	548	102.6%
販売用(個人向)	4,535	96.6%	105.1%	845	95.6%	119.4%	136	100.7%		4,535	96.6%	105.1%	845	95.6%	119.4%	136	100.7%
特殊ルート	26	0.6%	650.0%	4	0.5%	393.0%	0	－		26	0.6%	650.0%	4	0.5%	393.0%	0	0.0%
レンタル店用	68	1.4%	100.0%	27	3.1%	48.6%	3	42.9%		68	1.4%	100.0%	27	3.1%	48.6%	3	42.9%
業務用	65	1.4%	722.2%	7	0.8%	125.5%	0	－		65	1.4%	722.2%	7	0.8%	125.5%	0	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,694	55.8%	106.8%	884	38.4%	114.7%	139	97.2%	増 減 12社 12社 3社	4,694	55.8%	106.8%	884	38.4%	114.7%	139	97.2%
合 計	8,405	100.0%	94.4%	2,303	100.0%	94.0%	687	101.5%		8,405	100.0%	94.4%	2,303	100.0%	94.0%	687	101.5%

◎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。

2022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)	2,388	72.0%	67.5%	677	47.9%	72.3%	225	93.8%	増 減 7社 16社 4社	5,180	73.7%	77.9%	1,449	51.1%	85.2%	366	93.1%
特殊ルート	5	0.2%	38.5%	20	1.4%	26.2%	1	33.3%		29	0.4%	131.8%	150	5.3%	127.0%	3	75.0%
レンタル店用	890	26.8%	77.3%	711	50.3%	83.4%	496	145.5%		1,737	24.7%	69.9%	1,224	43.2%	71.8%	897	124.9%
業務用	34	1.0%	69.4%	5	0.4%	24.2%	6	40.0%		82	1.2%	84.5%	11	0.4%	25.1%	10	55.6%
DVDビデオ	3,317	41.7%	69.8%	1,414	60.5%	74.9%	728	121.5%	増 減 7社 16社 4社	7,028	43.0%	75.9%	2,834	61.0%	79.4%	1,276	112.6%
販売用(個人向)	4,532	97.9%	82.2%	861	93.1%	88.5%	191	104.9%		9,067	97.2%	92.3%	1,706	94.3%	101.5%	327	103.2%
特殊ルート	25	0.5%	147.1%	5	0.5%	134.6%	0	－		51	0.5%	242.9%	9	0.5%	197.1%	0	0.0%
レンタル店用	59	1.3%	62.1%	58	6.2%	142.6%	5	38.5%		127	1.4%	77.9%	85	4.7%	88.0%	8	40.0%
業務用	15	0.3%	46.9%	2	0.2%	44.0%	0	－		80	0.9%	195.1%	8	0.5%	92.4%	0	－
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,631	58.3%	81.9%	925	39.5%	90.6%	196	100.5%	増 減 10社 13社 4社	9,325	57.0%	92.8%	1,808	39.0%	101.0%	335	99.1%
合 計	7,948	100.0%	76.4%	2,338	100.0%	80.4%	924	116.4%		16,353	100.0%	84.7%	4,642	100.0%	86.6%	1,611	109.5%

◎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。

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		
	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)	122,037	89.1%	106.9%	25,061,987	70.9%	105.2%
特殊ルート	561	0.4%	125.1%	873,965	2.5%	81.4%
レンタル店用(個人向)	13,667	10.0%	62.5%	9,236,253	26.1%	67.6%
業務用	661	0.5%	109.3%	185,791	0.5%	74.2%

表5. 各流通チャンネルにおける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	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	42,524	34.8%	93.4%	11,188,765	44.6%	93.7%
ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む)	79,513	65.2%	115.7%	13,873,222	55.4%	116.6%

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	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	12,868	94.2%	64.8%	8,676,611	93.9%	68.1%
ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む)	799	5.8%	39.6%	559,642	6.1%	61.7%

2 ビデオソフト全体の売上金額を流通チャン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、89.1対0.4対10.0対0.5となり、販売用の割合が増加し(2020年は83.3%)市場の9割近くを占めた。

<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1,220億3,700万円で、前年比106.9%と前年を上回った。販売用全体売上金額が前年を上回ったのは、2013年以来、8年ぶりとなる。そのうちブルーレイは795億1,300万円で前年比115.7%と二桁の伸長となったが、DVDビデオは425億2,400万円で前年比93.4%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65.2%となり、前年に続き6割を超えることとなった。

<表5>

販売用全体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)』(構成比2位 33.9%)は、『劇場版『鬼滅の刃』無限列車編』の記録的な大ヒットなどの影響で前年比161.0%と売上を大きく伸ばした。また、構成比5位(5.2%)の『邦画(TVドラマを除く)』も前年比116.2%と伸長した。

一方、構成比1位(35.8%)の『音楽(邦楽)』は前年比95.7%、構成比4位(5.6%)の『洋画(ドラマを除く)』も同76.3%となった。また、昨年、コロナ禍において旧作のヒットが目立っていた『日本のTVドラマ』は前年比92.8%と前年を下回ったものの、販売用全体の中で構成比3位(6.9%)を維持している。

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81.2%(前年79.5%)、『洋画(TVドラマを除く)』が76.9%(同76.9%)、『邦画(TVドラマを除く)』が58.7%(同52.5%)、『音楽(邦楽)』が56.0%(同56.2%)、『日本のTVドラマ』が54.0%(同46.4%)となっている。

<表7>

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)』(構成比1位42.2%)が、『劇場版『鬼滅の刃』無限列車編』の記録的な大ヒットの影響で前年比164.4%と大きく伸長、構成比4位(5.7%)の『日本のTVドラマ』も同108.1%、構成比5位(4.7%)の『邦画(TVドラマを除く)』も同129.9%となり、全体の売上の前年比115.7%の伸長に大きく貢献した。一方で、構成比2位(30.8%)の『音楽(邦楽)』は前年比95.4%にとどまり、3位(6.6%)の『洋画(TVドラマを除く)』も前年比76.3%と前年を下回った。

<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2位(18.3%)の『日本のアニメーション』が前年比147.7%と大きく伸長、さらに構成比4位(6.2%)の『邦画(TVドラマを除く)』が同101.0%と前年を上回ったが、構成比1位(45.2%)の『音楽(邦楽)』が前年比96.0%、3位(9.1%)の『日本のTVドラマ』は同79.6%、5位(5.4%)の『芸能・趣味・教養』も同60.6%と前年を下回った。

<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136億6,700万円で、前年比62.5%と前年を大きく下回った。売上金額全体に占めるブルーレイの割合が5.8%となり、前年の9.2%から減少した。全体の94.2%を占めるDVDビデオの売上金額は128億6,800万円で前年比は64.8%となった。一方のブルーレイのレンタル店用の売上金額は7億9,900万円で前年比39.6%と大きく減少した。

<表4, 表5>

レンタル店用全体の売上をジャンル別にみると、すべてのジャンルで前年を下回り、構成比1位(21.2%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が前年比65.8%、構成比2位(19.0%)の『邦画(TVドラマを除く)』が同70.1%、3位(18.8%)の『アジアのTVドラマ』も同70.8%、4位(12.1%)の『洋画(TVドラマを除く)』も同41.2%となっている。

<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3,801円で前年比99.7%、ブルーレイの販売用は5,731円で同99.2%となった。

DVDビデオの『レンタル店用』の平均単価は1,483円となり前年比95.2%と低下、『邦画(TVドラマを除く)』や『洋画(TVドラマを除く)』、『日本のTVドラマ』の単価低下が影響

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1,427円で前年比64.1%と低下、こちらも主要なジャンルにおいて単価の低下がみられた。

<表6>

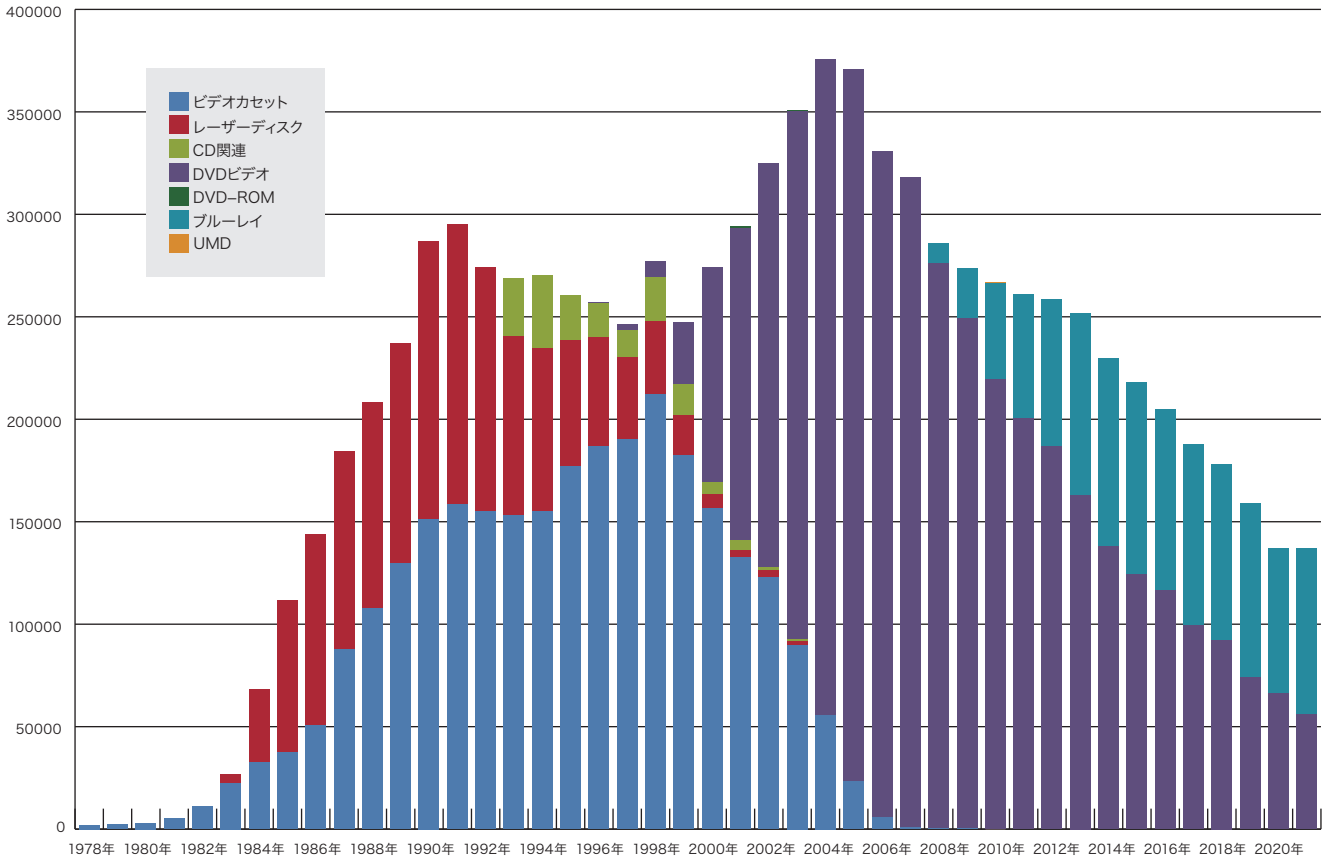
以上

表6. ビデオソフトの平均単価<参考>

摘 要	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,688	105.6%
販売用(個人向)	3,801	99.7%
レンタル店用(個人向)	1,483	95.2%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	5,570	100.9%
販売用(個人向)	5,731	99.2%
レンタル店用(個人向)	1,427	64.1%

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。

図1.ビデオソフトの売上金額の推移



※2008年のブルーレイにはHD DVDを含む。2016年からブルーレイにはUltra HDブルーレイを含む。

図2.各市場規模の推移

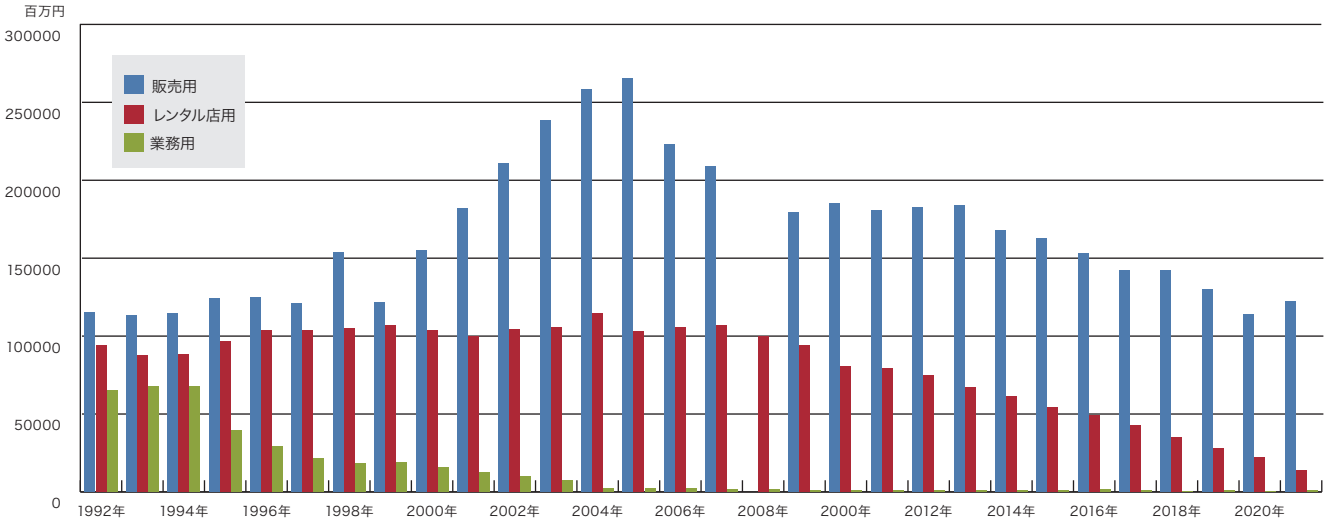


図3.「販売用」売上金額の推移(メディア別)

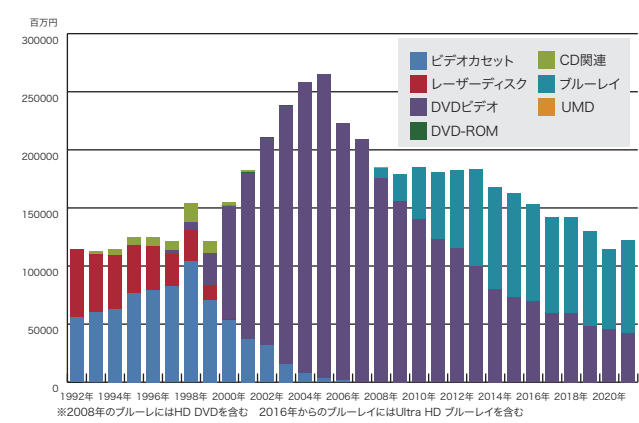


図4.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)

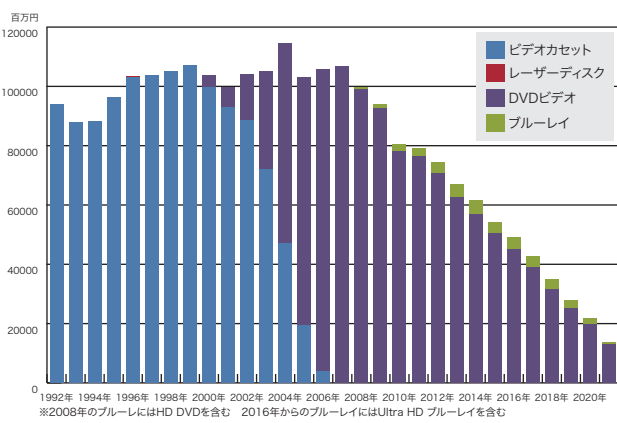


図5.ビデオソフト全体の「販売用」ジャンル別売上金額推移

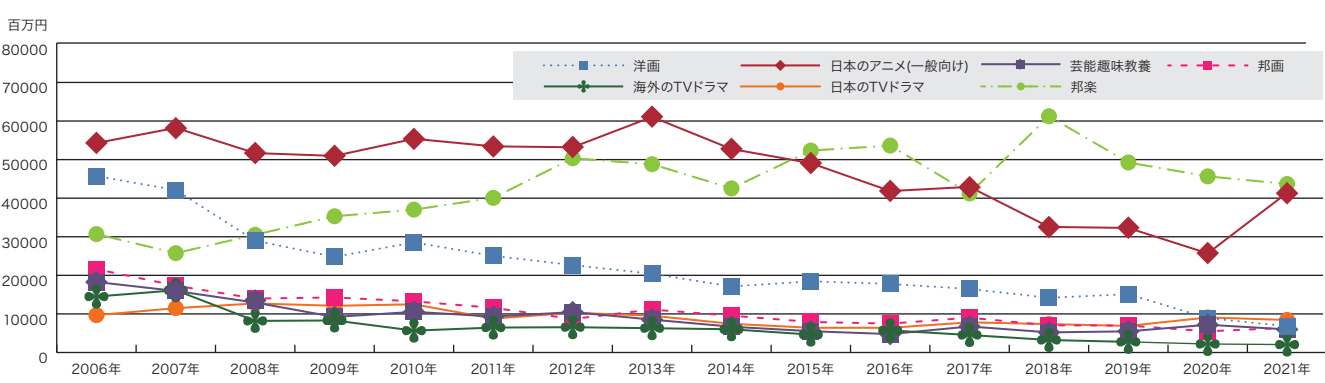


図6.ビデオソフト全体の「レンタル店用」売上金額の推移(ジャンル別)

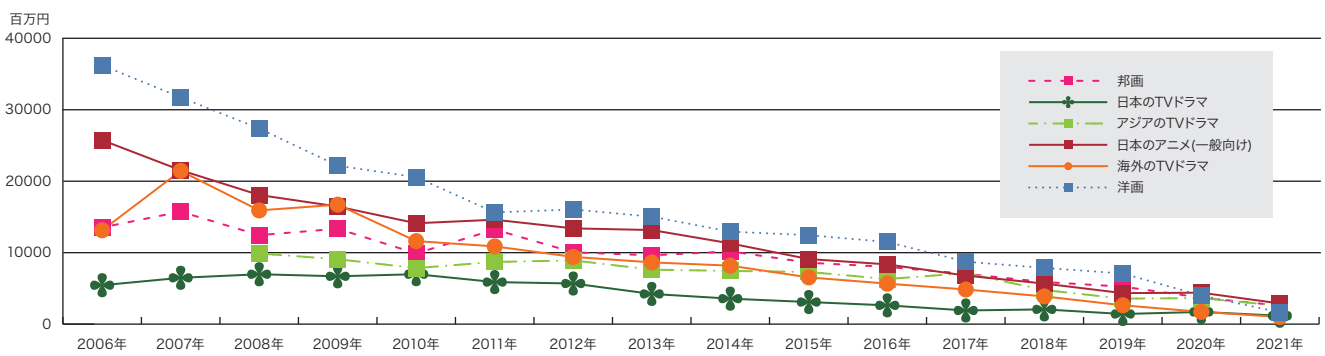


表7.販売用(個人向け)の集計

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 (UHDを含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	6,388	5.2%	116.2%	2,636	6.2%	101.0%	3,752	4.7%	129.9%
日本のTVドラマ	8,430	6.9%	92.8%	3,877	9.1%	79.6%	4,553	5.7%	108.1%
洋画(TVドラマを除く)	6,809	5.6%	76.3%	1,575	3.7%	76.4%	5,234	6.6%	76.3%
海外のTVドラマ	2,054	1.7%	93.2%	1,077	2.5%	76.8%	977	1.2%	121.8%
アジアの映画	253	0.2%	71.5%	94	0.2%	65.7%	159	0.2%	75.4%
アジアのTVドラマ	1,917	1.6%	98.8%	1,356	3.2%	94.6%	561	0.7%	110.7%
日本のアニメーション(一般向け)	41,380	33.9%	161.0%	7,789	18.3%	147.7%	33,591	42.2%	164.4%
海外のアニメーション(一般向け)	798	0.7%	29.0%	54	0.1%	11.4%	744	0.9%	32.6%
日本の子供向け(アニメーション)	1,235	1.0%	106.4%	788	1.9%	96.2%	447	0.6%	130.7%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,213	1.0%	104.1%	456	1.1%	76.9%	757	1.0%	132.3%
海外の子供向け(アニメーション)	738	0.6%	89.0%	648	1.5%	88.6%	90	0.1%	91.8%
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)	43,678	35.8%	95.7%	19,218	45.2%	96.0%	24,460	30.8%	95.4%
音楽(洋楽)	380	0.3%	107.1%	203	0.5%	110.9%	177	0.2%	103.0%
ビデオカラオケ	12	0.0%	120.0%	12	0.0%	120.0%	0	0.0%	-
芸能・趣味・教養	5,992	4.9%	83.3%	2,301	5.4%	60.6%	3,691	4.6%	108.6%
スポーツ	229	0.2%	96.8%	124	0.3%	80.5%	105	0.1%	127.0%
学校教育・企業教育・語学教育	152	0.1%	77.2%	149	0.4%	77.2%	3	0.0%	75.0%
成人娯楽	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	-
その他	378	0.3%	40.5%	167	0.4%	22.3%	211	0.3%	115.3%
計	122,037	100.0%	106.9%	42,524	100.0%	93.4%	79,513	100.0%	115.7%

表8.レンタル店用(個人向け)の集計

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ (UHDを含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	2,599	19.0%	70.1%	2,200	17.1%	71.2%	399	49.9%	64.9%
日本のTVドラマ	1,173	8.6%	68.7%	1,171	9.1%	68.6%	2	0.3%	200.0%
洋画(TVドラマを除く)	1,650	12.1%	41.2%	1,337	10.4%	43.8%	313	39.2%	32.8%
海外のTVドラマ	1,003	7.3%	58.5%	1,003	7.8%	58.7%	0	0.0%	0.0%
アジアの映画	129	0.9%	61.7%	116	0.9%	64.1%	13	1.6%	46.4%
アジアのTVドラマ	2,576	18.8%	70.8%	2,576	20.0%	70.8%	0	0.0%	-
日本のアニメーション(一般向け)	2,893	21.2%	65.8%	2,881	22.4%	69.9%	12	1.5%	4.4%
海外のアニメーション(一般向け)	230	1.7%	51.0%	177	1.4%	51.0%	53	6.6%	51.0%
日本の子供向け(アニメーション)	800	5.9%	72.3%	798	6.2%	72.2%	2	0.3%	100.0%
日本の子供向け(アニメーション以外)	203	1.5%	68.8%	203	1.6%	68.8%	0	0.0%	-
海外の子供向け(アニメーション)	159	1.2%	45.2%	154	1.2%	48.6%	5	0.6%	14.3%
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	241	1.8%	93.4%	241	1.9%	93.4%	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	10	0.1%	34.5%	10	0.1%	34.5%	0	0.0%	-
計	13,667	100.0%	62.5%	12,868	100.0%	64.8%	799	100.0%	39.6%

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。

第415回、第416回、第417回定例理事会報告

2月1日(火)午後2時00分より第415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。

- | | |
|--|--|
| <p>●決議事項</p> <p>第1号議案 「2022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</p> | <p>●報告事項</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 各部会報告について 2. 2022年度会費算定について 3. 2021年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について 4. 2021年11月度・12月度映像配信統計報告について |
|--|--|

3月1日(火)午後2時00分より第416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。

- | | |
|--|--|
| <p>●決議事項</p> <p>第1号議案 (株)バンダイナムコアーツ商号変更と理事継続承認の件</p> <p>第2号議案 2022年度事業計画(案) 承認の件</p> <p>第3号議案 「第7回 関西放送機器展」後援名義使用 承認の件</p> <p>第4号議案 日本ビデオコミュニケーション協会 No.160セミナー後援名義使用 承認の件</p> | <p>●報告事項</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 各部会報告について 2. 築地地区開発計画について 3. 2022年1月度ビデオソフト売上速報について 4. 2022年1月度映像配信統計報告について |
|--|--|

4月5日(火)午後2時00分より第417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

- | | |
|--|---|
| <p>●決議事項</p> <p>第1号議案 2022年度収支予算(案) 承認の件</p> <p>第2号議案 第35回DVD&動画配信で「大賞」への後援名義使用および会長賞設定申請 承認の件</p> | <p>●報告事項</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 「知的財産推進計画2022」の策定に向けた意見提出について 2. 各部会報告について 3. 退会の報告 4. 2022年2月度ビデオソフト売上速報について 5. 2022年2月度映像配信統計報告について 6. 経済構造実態調査の事前周知について 7. その他 |
|--|---|

デジタル配信部会

デジタル配信部会オンラインセミナー開催報告

デジタル配信部会オンラインセミナー開催報告デジタル配信部会(部会長:井上倫明(ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社)、運営委員長:栗橋三木也(株式会社KADOKAWA))は、2月1日(火)にオンラインセミナーを開催した。

このセミナーでは、映像メディア総合研究所合同会社の四方田浩一代表を講師としてお招きし、「SVODのピークアウトとTVODの今後について」をテーマとしたプレゼンテーションが行われた。

SNS全盛の様相を呈する今日、増大し高まり続ける情報流通量とその拡散速度にさらされる映像メディア市場において

は、配信ビジネスと既存のビジネスそれぞれの在り方を見直し、ウィンドウを再構築する必要があるのではないかとの提言がなされた。

同日開催されたJVA理事会終了直後にセミナーが開始され、当日は理事各位を含め総勢130名を超えるかつてない多くの聴講者を集めた。

デジタル配信部会では、今後も会員各社のニーズに沿ったセミナーを開催する予定である

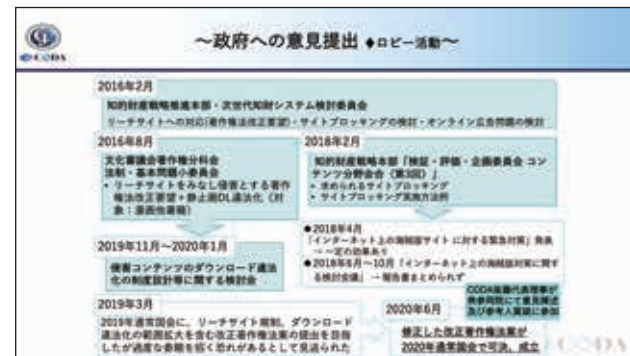


リーチサイトの運営者を逮捕

執筆者:一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構事務局

■リーチサイトの問題

インターネット利用者を侵害コンテンツに誘導する「リーチサイト」による被害は直接違法アップロードを行う海賊版サイトと同様に深刻である。Leechとは「蛭(ヒル)」のことで、リーチサイトとは他人の財産に寄生するサイトとの意である。運営者は、自らがアップロード行為を行っていないことから、直接の違法行為には該当しないとして、人気のあるコンテンツのリンクを大量に貼ることによってアクセスを集め、これによって広告収入を得るというのがその典型である。サイトには「アップロードやそれを推奨する行為は行っていない。当サイトには一切の責任はなく、各サイトへ直接削除要請を」という運営者からの「免責」が掲載されているのが常套となっていた。2020年著作権法改正前の著作権法でもリーチサイトの運営が著作権侵害のほう助に当たると考えられてはいたが、正犯を特定、摘発できない状況でほう助犯の摘発は不可能であり、さらにはリンク行為の削除要請には法的根拠が曖昧であることから厳しく対応を求めることが困難であった。



■リーチサイト規制、著作権法の改正

このような問題を受け、CODAはリーチサイトを「みなし侵害」として規制するよう求めた。2016年2月の「知的財産戦略推進本部・次世代知財システム検討委員会」で初めてこれを要請し、その後長期間にわたりこの著作権法改正について声を上げてきた。その後、文化審議会で丁寧な議論が重ねられ、また2019年にはダウンロード違法化の拡大に対する反対から、これとセットとなっていたリーチサイト規制も見送りになる難事を乗り越え、ついに2020年10月にリーチサイト規制が施行された。

リーチサイト規制施行の効果はすぐに表れた。日本国内にサーバーを置く複数のリーチサイトが閉鎖し、いくつかのサイト

は海外にサーバーを移した。一方で、海外の著名な複数の海賊版サイトも、日本におけるリーチサイト規制を理由に閉鎖するなど、想像以上の影響も見られた。



■一般の映画作品のリーチサイト、全国初摘発

CODAがリーチサイト規制を要請してから実に6年後となる2022年2月1日、群馬県警察本部サイバー犯罪対策課と前橋警察署は、違法にアップロードされた侵害コンテンツに公衆を誘導する「リーチサイト」を運営していた男性1名を著作権法違反の疑いで逮捕した。男性は自身が運営するリーチサイトに、別のサイトに違法にアップロードされた映画へのリンクを提供し、公衆を誘導していた。2020年10月1日に著作権法が改正されリーチサイト規制が施行されて以来、京都府警によるアダルトビデオ、警視庁によるアダルトアニメに関する摘発が行われたとそれぞれ報道されていたが、成人向け以外の一般の映画作品についての摘発は、今回が全国で初めてとなった。

男性が運営していたリーチサイトには、邦画約2,500 作品、洋画約3,500 作品、合計約6,000 作品の映画・ドラマについて、違法コンテンツへのリンクが提供されていた。侵害コンテンツは、海外のオンラインストレージサイトにアップロードされているもので、ストリーミング再生が可能となっていた。リンク先の1つが削除されても、別のリンクが機能するよう1つの作品につき複数の違法アップロードへのリンクが設置されていた。サイトにはアダルト系の広告が複数掲載されており、広告費を稼ぐ目的で運営がされていたものとみられる。

CODAは、権利侵害を続ける悪質なリーチサイトが摘発されたことが同様のサイト運営の抑止につながるものと期待し、コンテンツが適正に保護される健全な正規流通の促進のために尽力していく。

vol.151

齊藤 泰彦 氏 松竹株式会社
映像本部メディア事業部 商品事業室 室長

監修：染井・前田・中川法律事務所 弁護士 前田哲男

今後、会員社の皆様とも接する機会があると思います。どうぞよろしくお願い致します。

14