

# JVA REPORT

# 8

'07 AUGUST  
NO.123

## MAIN REPORTS

私的録画問題の課題

協会組織図

DVDマーケット調査 結果報告(2)

SCIENCE FICTIONS

LOVE STORY

EDUCATION

ANIMATION

ACTION

KIDS

MUSICAL

CONCERT

HOW-TO

TV SHOW

社団法人 **日本映像ソフト協会 会報**



著作権関連	2
私的録画問題の検討課題	2
映画の盗撮の防止に関する法律が成立・施行へ	5
「知的財産戦略推進計画2007」発表される	5
第265回定例理事会開催報告	6
協会組織図	6
第2回DVDマーケット調査 結果報告(2)	7
全国共同キャンペーン『JVAショップコンテスト2007』実施概要決定	9
違法対策部会活動報告	9
新入会員社自社紹介	10
私的録画補償金分配申請社について	10
関係官庁 人事異動	10
不正商品対策協議会	11
海外の情報から	12
リレーエッセイ ⑥⑥	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計(5月度、6月度)	14
主要耐久消費財普及率	14

## 私的録画問題の検討課題

現在、文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会（以下「私的録音録画小委員会」という）では、私的録音録画に関する見直しが審議されている。そこでは以下のような課題が審議されており、近く報告書がまとまったところで意見募集が行われると思われる。

### 1. 違法複製物のダウンロード

違法複製物のダウンロードについては、前号（「JVA REPORT No.122」11頁）を参照。

### 2. 複製防止のための暗号を回避して行う複製

著作権法30条1項2号は、私的使用目的であっても技術的保護手段を回避してする複製を複製権制限の範囲外としている。しかし、CSSなどの暗号化技術は、複製コントロール技術ではなく視聴コントロール（アクセスコントロール）技術で、著作権保護技術ではないというのが文化審議会著作権分科会の見解である（\*1）。

この見解の根拠は、暗号化技術は複製権を保護するものではなく視聴をコントロールする技術であること、視聴コントロール技術を著作権法が保護することはアクセス権を認めるに等しいこと等が揚げられている（\*2）。

当協会は、DVDビデオに用いられているCSSは複製したものを再生しようとしても暗号を解く正規の手段が存しないこと、暗号を解いてコピーすることは複製権の問題であること等から、複製コントロールのための暗号化技術が著作権保護技術かどうかについて、審議会で検討を要望してきた。

私的録音録画小委員会においては、複製防止技術だという意見が出され（\*3）、また、CSSについて「それを回避する行為を違法とするというような方向性が、別に僕はあってもいいと思います。」との発言もある（\*4）。

しかしながら、CSS等の複製防止のための暗号化技術を回避する複製が著作権法30条の範囲外かどうかについては審議の項目となっていない（\*5）。

もし、CSS等の暗号化技術が複製防止技術でないとすると、DVDビデオの複製防止技術は擬似シンクパルスとCGMSとなるが、いずれも出力信号に機能する技術であるから、アナログ to デジタルの複製しか防止できず、デジタル to デジタルの複製を防止する技術は何があるのか、ということになる。また、暗号化技術を回避し

て複製することを著作権法が許すのであれば、著作権法は複製権制限の代償措置をどうするのかという問題が生じることになる。

当協会は、リッピングソフトによってCSSが無効化される状況にあっても、これを著作権保護技術と位置付けることを主張して、複製権制限の代償措置を要求してこなかった。

DVDビデオのリッピングが「違法コピー」という委員の発言が、審議会の報告書にどう反映されるのか気になるところである。

（\*1）平成18年1月「文化審議会著作権分科会報告書」75頁

（\*2）前掲（\*6）76頁では、「著作権法の支分権の対象ではない「単なる視聴行為」をコントロールする技術的手段の回避を制度的に防止することは、実質的には視聴等の行為に関する新たな権利の創設にも等しい効果をもたらすという意見もあった」と記されている。

（\*3）文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会（平成18年10月17日）で亀井正博委員は、「回避のためのソフトが確かにございます。そういうものを使うとそれは回避措置の規制対象だと思えますけれども、そういうものがあれば違法コピーができる場合もあるということだと思います。」と、回避のためのソフトを使うコピーが「違法コピー」だと述べている。

<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/06101802.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/06101802.htm)>

（\*4）文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会（平成18年7月27日）における津田大介委員の発言

<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/06072718.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/06072718.htm)>

（\*5）「私的録音録画に関する制度設計について」

<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07062817/011.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07062817/011.htm)>

### 3. 私的録画補償金の必要性の根拠

#### （1）いわゆる「そもそも論」について

私的録音録画小委員会では、「何が損失なのかははっきり示してください」との発言（\*6）や、自分が買ったパッケージからのプレイソフトやメディアソフト、タイムシフトのための複製等に補償金が必要か等の発言があ

る(\*7)。また、私的録画することは憲法13条の幸福追求権に含まれるとの見解もある(\*8)。

何が損失かについてのひとつの回答は、1955年5月18日の「テープ録音事件」ドイツ連邦通常裁判所判決で示している。すなわち「技術の発展によって生ずる著作物の新しい利用方法は著作権者に帰属する」として、私的複製による損失とは、売上の減少等ではなく著作物の複製から報酬を受け得ないことである(\*9)としているのである。私的録音録画補償金制度はこの判決を契機としてドイツで導入された制度であり、補償金の必要性の根拠としてこの判決が参考となろう。

また、各種調査によってCDの売上に影響があることが示されているとの見解(\*10)や、行為類型を区分してエンフォースメントできないので、分けて論ずる実益がないとの意見もある(\*11)。

## (2) 私的複製は権利か

上記のように、何が損失なのかという「そもそも論」が私的録音録画小委員会で問題となっているが、どうして他人の創作した著作物を自由に複製できるのかという「そもそも論」も重要であるように思われる。

憲法13条の幸福追求権を私的複製の自由の根拠とする見解もある(\*8)が、著作権法30条は、私的録音録画の権利を利用者に付与しているのではなく、複製権を制限しているとするのが一般的解釈であろう(\*12)。

## (3) タイムシフト、プレースhift、メディアシフトと補償金

自分の購入したソフトからの複製を禁止したとしてもそれが売上に繋がる可能性は少ないので補償の必要はないのではないかとの見解がある。

アメリカ著作権法の私的複製に関する著作権制限は、107条のフェアユース規定によることになるが、フェアユースに該当するかどうかは、目的が非営利の教育目的であるかどうか、著作物の性質、著作物の利用の程度(著作物の一部か全部か)、潜在的市場への影響を総合的に判断するとされている。

ベータマックス訴訟アメリカ連邦最高裁判所判決(\*13)(\*14)は、ビデオレコーダーを販売するメーカーに寄与責任は認められないと判示した。その判決の中でタイムシフティングを、後で見るために録画し1度見たら消去することと定義している(\*15)。したがって、アメリカ

判例のいうタイムシフトは単に時間をずらして視聴する行為に限定されており、プレースhiftやメディアシフトのように、コピーの数が増える場合とは大きな相違がある。

また、タイムシフトを許容している著作権者がいることとタイムシフトによる損害の可能性を立証しなかったことから、機器メーカーの寄与責任が否定された(\*16)のであって、立法によって補償金制度を設けることを否定したものではないと思われる。

ところで、ドイツ判例の考え方によれば、タイムシフトであろうとプレースhift・メディアシフトであろうと、著作物を複製しているのであるから、補償金の対象であるべきこととなろう。

## (3) 著作権法は競争規制法か

著作権法を競争規制法と捉える見解(\*17)がありこの見解が私的複製の権利性を肯定する見解と結びついて、補償金制度を否定する見解が唱えられることがある。

他方、「知的財産権の保障は競争秩序の前提を構成する」(\*18)との見解もある。

著作物には物理的排他性がないためにその有する財産的価値を実現することは困難であるから、法律が排他性を付与してその実現を可能とした。その仕組みが著作権制度とみることもできよう。このように解するならば、著作権法は、競争規制法ととらえるべきではないということになる。

そして、前述したように著作権法30条が私的複製の権利を定めたものではないという一般的理解(\*12)の下では、私的録画補償金制度は肯定されると思われる。

(\*6) 文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会(平成19年6月15日)における河村真紀子委員の発言  
<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07061916.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07061916.htm)>

(\*7) 文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会(平成19年6月15日)における河野智子委員の発言  
<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07042409.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07042409.htm)>

(\*8) 小倉秀夫弁護士「私的使用目的の複製が自由に行える理由」

<[http://benli.cocolog-nifty.com/benli/2007/07/post\\_2938.html](http://benli.cocolog-nifty.com/benli/2007/07/post_2938.html)>

( \*9 ) 半田正夫「著作権法の研究」(昭和46年 一粒社) 325-326頁

( \*10 ) 文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会(平成19年5月10日)における松田政行委員の発言  
<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07051108.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07051108.htm)>

( \*11 ) 文化審議会著作権分科会私的録音録画小委員会(平成19年5月10日)における椎名委員の発言  
<[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07051108.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07051108.htm)>

( \*12 ) 佐野文一郎「新著作権セミナー」『ジュリスト No.473』(1971年 有斐閣)120頁第1段の発言

( \*13 )  
<<http://caselaw.lp.findlaw.com/scripts/getcase.pl?court=us&vol=464&invol=417>>

( \*14 ) 黒川徳太郎訳「「ベータマックス」事件に関する合衆国最高裁判所の判決」(1984年 著作権資料協会)

( \*15 ) 前掲( \*11 ) は次のように述べている。

「the practice of recording a program to view it once at a later time, and thereafter erasing it.」

なお、前掲( \*14 ) では5頁に該当箇所

( \*16 ) 前掲( \*14 ) 30頁

( \*17 ) 小倉秀夫「私的使用目的の複製が自由に行える理由」<[http://benli.cocolog-nifty.com/benli/2007/07/post\\_2938.html](http://benli.cocolog-nifty.com/benli/2007/07/post_2938.html)>

( \*18 ) 正田彬「知的財産権と独占禁止法」『知的財産権と独占禁止法 経済法学会年報 No.10』(1989年 有斐閣) 4頁

#### 4. 補償金の対象機器・記録媒体

補償金の対象機器・記録媒体については、以下の諸点が問題となっている。

##### (1) 記録媒体内蔵型録音機器等

記録媒体内蔵型機器については、著作権法30条2項は機器と記録媒体とを分けて規定している。ところが、記録媒体内蔵機器は両者が一体なので補償金対象とするには、30条2項の改正が必要であるとの見解がある( \*19 )。

記録媒体内蔵型録画機器といえども、録画機器と記録媒体が存在している。外付けと内蔵とで異なる取扱をする理由はないとも考えられるよう思われるが立法的解決

のほうが明確であろう。

その他、汎用機器・記録媒体と同様の問題が指摘されている。

##### (2) 汎用機器・記録媒体

汎用機器・媒体を補償金の対象とすることについては、

(a) 録音録画を行わない人にも課金することになる

(b) 課金対象が無制限に拡大することにつながる。

(c) 実態として他人の著作物の録音録画が利用の相当割合を占めるとは考えにくい。

等が指摘されている( \*20 )。

ところで、汎用機器で録画するためには、TVチューナーカードやビデオキャプチャーカードが必要であり、加えて録画するためのアプリケーションソフトが必要である。そして、これらを備えた汎用機器を購入する人が録画しない割合は専用機と異ならないという見方もできよう。

( \*19 ) 前掲( \*1 ) 52頁脚注17

( \*20 ) 前掲( \*1 ) 53頁

#### 5. その他の問題

その他、著作権保護技術が用いられている場合にも補償措置が必要な場合があるか、対象機器・記録媒体の政令指定方式を改めるべきか否か、補償金支払義務者を利用者とする現行制度を改めるか否か、補償金の額の決定のための評価機関の設置の可否等が検討課題として掲げられている。

## 映画の盗撮の防止に関する法律が成立・施行へ

先に閉幕した第166回通常国会において、「映画の盗撮の防止に関する法律」が成立し、5月30日に公布、8月30日より施行されることとなった。

我が国の映画館での盗撮による被害に関しては、これまで当協会とIMCAとの合同調査により、P2Pにアップされている映画作品の中からその実態等を把握してきた。この調査は2003年9月公開の『座頭市』の盗撮物からはじまり、本年の『武士の一分』や『硫黄島からの手紙』など22作品が我が国の映画館で盗撮された事実を確認していた。

これらの盗撮に対して劇場側としては、施設管理権の行使や自主的な防犯体制を構築するなどして盗撮の防止に努めてきた。しかし、撮影する者のなかには著作権法第30条第1項の私的使用のための複製を主張する者が出てくるなど、その対応に苦慮してきた経緯がある。

最近の我が国の映画作品は、アニメを中心に世界で高い評価を受けているが、その一方でアジアを中心とする海賊版業者から映画盗撮のターゲットとなりつつあった。また最近ではハリウッドのメジャー作品が海賊版防止の目的から日本で世界先行公開するケースが増えてきたこともあり、我が国が海賊版マスターの出元となり世界に海賊版のソースが発信されてしまう危険性が高まっていた。

このような背景を受けて、知的財産戦略本部員である角川 歴彦・現JVA顧問をはじめとした映画会社幹部により、映画盗撮防止法成立に向けての諸努力が続けられた結果、このたび議員立法によって同法律が成立し施行されることとなった。

### 「映画の盗撮の防止に関する法律」 (平成19年法律第65号)

(目的)

**第一条** この法律は、映画館等における映画の盗撮により、映画の複製物が作成され、これが多数流通して映画産業に多大な被害が発生していることにかんがみ、映画の盗撮を防止するために必要な事項を定め、もって映画文化の振興及び映画産業の健全な発展に寄与することを目的とする。

(定義)

**第二条** この法律において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- 一 上映 著作権法(昭和四十五年法律第四十八号)第二条第一項第十七号に規定する上映をいう。
- 二 映画館等 映画館その他不特定又は多数の者に対して映画の上映を行う会場であつて当該映画の上映を主催する者によりその入場が管理されているものをいう。
- 三 映画の盗撮 映画館等において観衆から料金を受けて上映が行われる映画(映画館等における観衆から料金を受けて行われる上映に先立って観衆から料金を受けずに上映が行われるものを含み、著作権の目的となっているものに限る。以下単に「映画」という。)について、当該映画の影像の録画(著作権法第二条第一項第十四号に規定する録画をいう。)又は音声の録音(同項第十三号に規定する録音をいう。)をすること 当該映画の著作権者の許諾を得てする場合を除く。をいう。

(映画産業の関係事業者による映画の盗撮の防止)

**第三条** 映画館等において映画の上映を主催する者その他映画産業の関係事業者は、映画の盗撮を防止するための措置を講ずるよう努めなければならない。

(映画の盗撮に関する著作権法の特例)

**第四条** 映画の盗撮については、著作権法第三十条第一項の規定は、適用せず、映画の盗撮を行った者に対する同法第百九条第一項の規定の適用については、同項中「第三十条第一項(第百二条第一項において準用する場合を含む。)に定める私的使用の目的をもつて自ら著作物若しくは実演等の複製を行った者、第百十三条第三項」とあるのは、「第百十三条第三項」とする。

2 前項の規定は、最初に日本国内の映画館等において観衆から料金を受けて上映が行われた日から起算して八月を経過した映画に係る映画の盗撮については、適用しない。

附 則

この法律は、公布の日から起算して三月を経過した日から施行する。

## 「知的財産戦略推進計画2007」発表される

政府の知的財産戦略本部(本部長・安倍晋三内閣総理大臣)は、5月31日に「知的財産推進計画2007」を決定し発表した。2003年7月に第一回推進計画が発表されてから毎年発表されており今回で5回目の推進計画となる。

今回の推進計画は、昨年から「第二期」(06年~08年)と位置付けた我が国の知的財産戦略のうち、重点項目として挙げられる「国際的な展開」をこれまで以上に意識して、我が国が世界に開かれた最先端の知財立国となるための施策に関して、一層の絞り込みと深掘りを行ったものである。

主な施策としては、国際標準活動の強化や世界特許システムの構築、模倣品・海賊版拡散防止条約の早期実現などがあ

る。コンテンツに関しては、「世界最先端のコンテンツ大国を実現する」と銘打ち、デジタルコンテンツの流通を促進する法制度等を整備や、JAPAN国際コンテンツフェスティバルを実現するなどが策定されている。

当協会は、本件推進計画の決定に先立ち求められた意見募集に対して、違法複製物のダウンロードを複製権制限規定の対象外と明記すること 複製防止のための暗号化技術を回避してする複製を複製権制限規定の対象外と明記すること

不正競争防止法の定める技術的制限手段の無効化機器等の譲渡について罰則を設けること CJマーク事業への政府からの支援を継続すること、を提案している。

## 第265回定例理事会開催報告

第265回定例理事会は、7月3日(火)午後4時30分より協  
会会議室において開催された。議事の要旨は次の通り。

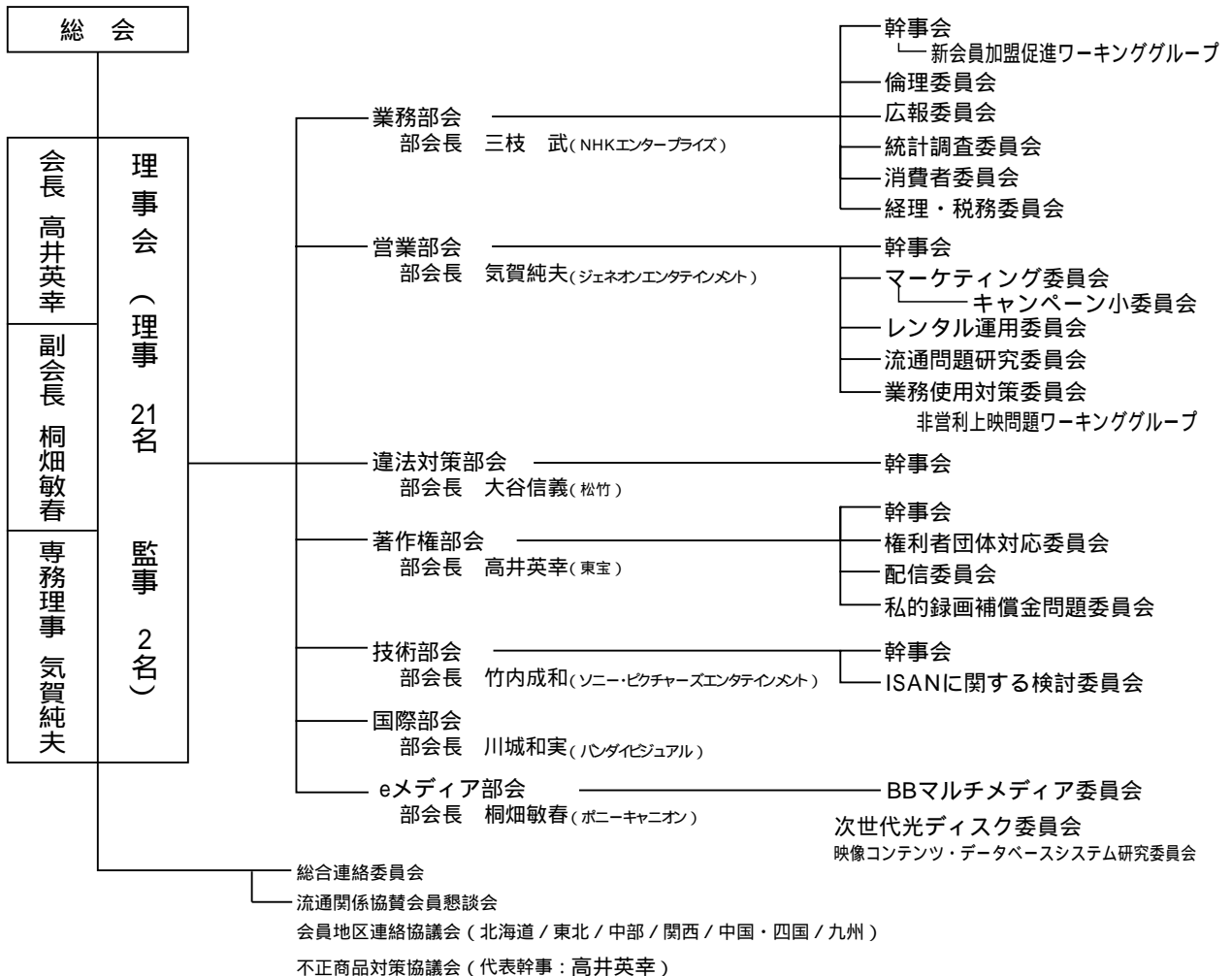
- 第1号議案 理事就任承認の件...承認  
(退任)石黒吉貞 東映ビデオ(株)  
(就任)福原英行 東映ビデオ(株)
- 第2号議案 監事就任承認の件...承認  
(退任)澁谷敏旦 ビクターエンタテインメント(株)  
(就任)加藤裕一 ビクターエンタテインメント(株)
- 第3号議案 正会員入会承認の件・・・承認  
(入会) (株)メディアファクトリー
- 第4号議案 JASRACとの確認書調印承認の件...承認  
包括契約控除に関する確認書の調印について、  
従来の包括契約内容の引き下げではないこ

とを権利者団体対応委員会に確認した上で  
調印することを承認した。

- 第5号議案 「TIFFCOM 2007～アジア・パシフィック・  
エンタテインメント・マーケット」に対す  
る後援名義使用承認の件...承認
- 第6号議案 常勤役員の報酬の件...承認  
その他、事務局からの報告事項は次の通り。  
各部会報告について、私的録画補償金分配について、  
2007年5月度ビデオソフト売上速報について、DVDハー  
ド出荷実績について、平成18年度CJマーク事業活動につ  
いて等。

### (社)日本映像ソフト協会 組織図

2007.7.31 現在



## 第2回DVDマーケット調査 結果報告(2)

本年4月に発表した『第2回DVDマーケット調査』に関し、前号に引き続きサマリーからの抜粋を掲載する。なお、本調査のサマリーは、協会ホームページからも閲覧可能。

<http://www.jva-net.or.jp/report/dvd-market-report-2006.pdf>

### 第2回DVDマーケット調査 調査方法

調査対象：16歳～69歳の男女でインターネット利用者

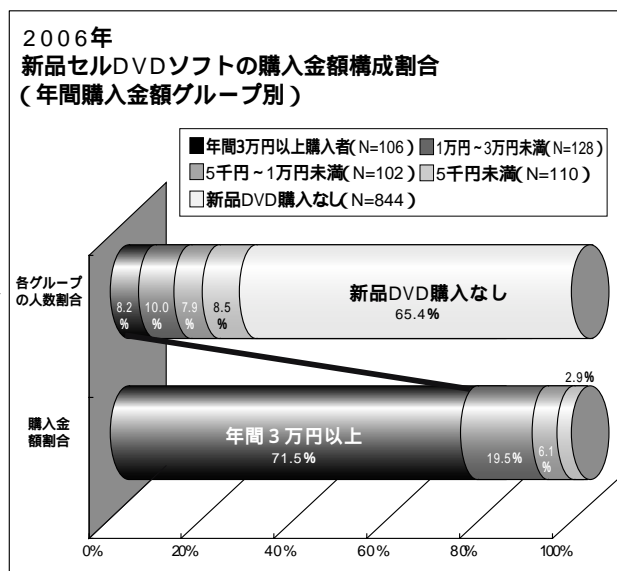
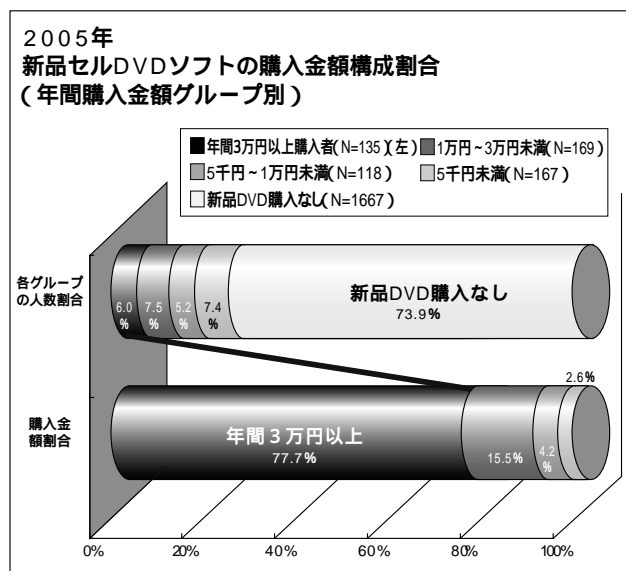
方法：インターネット調査

調査時期：2006年9月

回収サンプル：1,361票

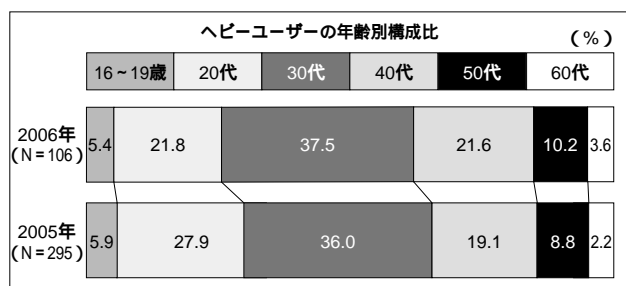
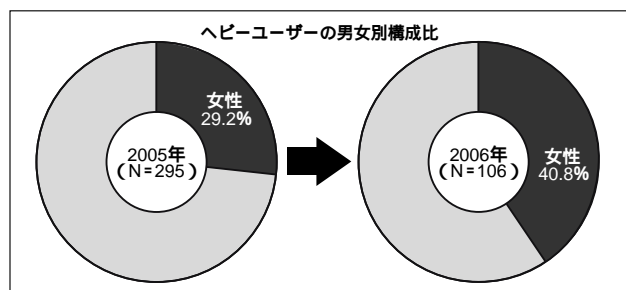
データ補正：調査対象がインターネット利用者であることら因るバイアスを補正するため、インターネット非利用者を含む一般個人を想定した補正計算を施している（詳細については前号No.122 7頁参照）。

### 1. ヘビーユーザーの構成比6%から8%に上昇。少数派が多くを支える構造に変化はない。

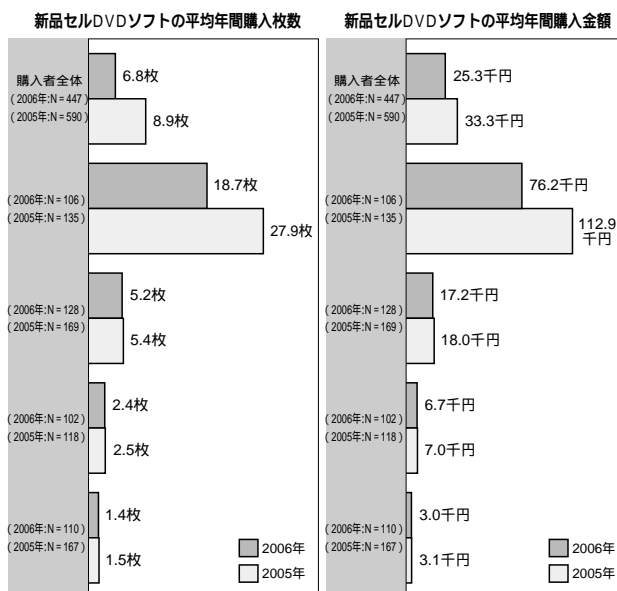


(ヘビーユーザーとは...セルDVDソフトの年間購入金額3万円以上の人)

### 1-2. ヘビーユーザーの中で女性の占める割合が上昇。年代別では30代以上の構成比が上昇。

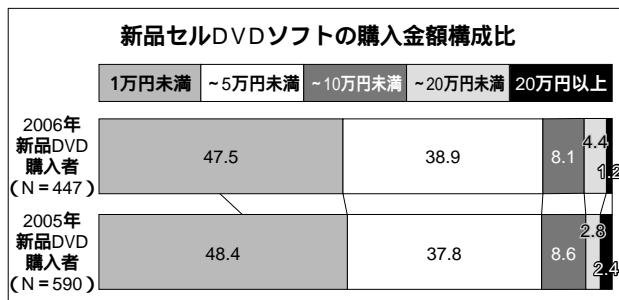
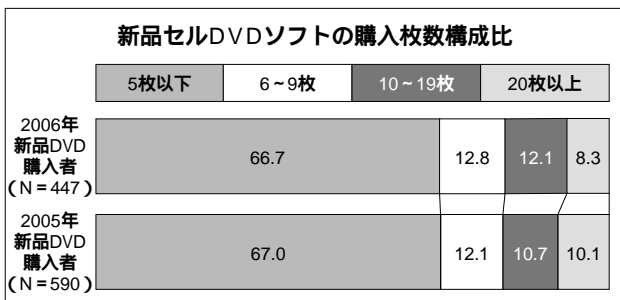


### 2. ヘビーユーザーの年間購入数量および購入金額が大きく低下。ヘビーユーザー層の購入減が全体の市場拡大を阻んだ結果に。

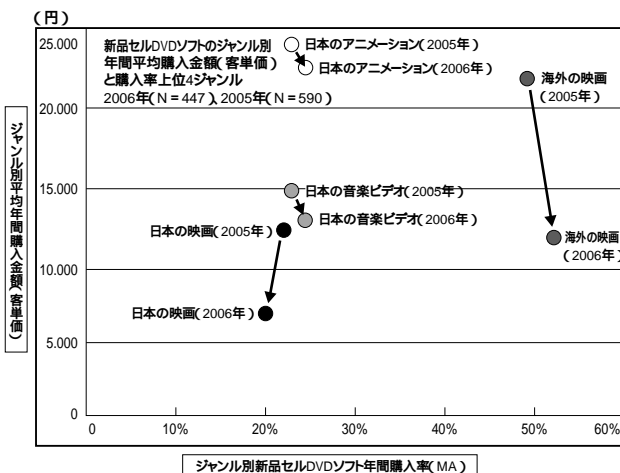




## 2-2. ヘビーユーザーの中でも年間購入20枚以上、20万円以上の超ヘビーユーザー層が減少。

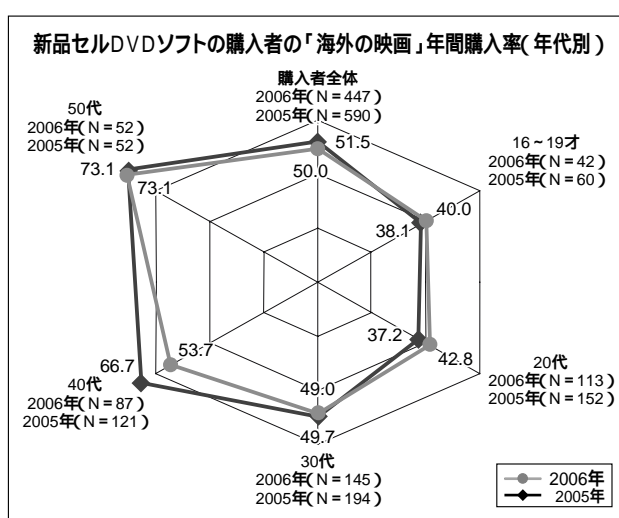


## 3. ジャンルごとの購入率（年間に一枚以上購入したジャンルに全てチェック、その割合）に大きな変化はないが、「海外の映画」の客単価が大きく低下。



横軸は購入率(右へ行くほどユーザー数が多い)、縦軸は客単価。  
左上に行くほどマニアックなまとめ買いの市場で、右下に行くほど一般的な市場と言える。

## 4. 「海外の映画」は、年代が高いほど、購入率が高い。 10代~20代・・・3人に1人 30代・・・2人に1人 40代・・・3人に2人 50代・・・4人に3人



## 4-2. ヘビーユーザーほど、「海外の映画」の購入金額構成比が減少した。(前年は、ヘビーユーザーほど同ジャンルの購入金額が高かったのだが・・・)

**2006年ジャンル別購入金額構成比 (セルDVDソフト購入金額別)**

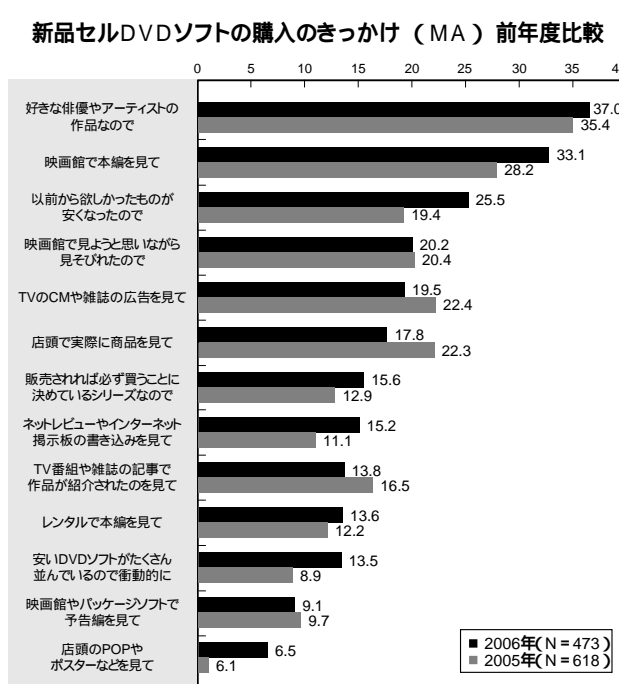
【2006年】 (凡例)	海外の映画	日本の映画	日本のアニメーション	日本の音楽ビデオ	その他
購入者全体 (N=447)	24.2	5.6	20.5	12.2	37.5
3万円以上購入者 (N=106)	22.3	4.8	23.2	10.2	39.6
1万~3万円未満 (N=128)	26.6	7.7	14.7	16.0	35.0
5千~1万円未満 (N=102)	29.9	8.3	13.4	24.9	23.5
5千円未満 (N=110)	42.1	6.0	7.3	10.4	34.2

**2005年ジャンル別購入金額構成比 (セルDVDソフト購入金額別)**

【2005年】 (凡例)	海外の映画	日本の映画	日本のアニメーション	日本の音楽ビデオ	その他
購入者全体 (N=590)	32.6	8.1	16.7	10.0	32.6
3万円以上購入者 (N=135)	33.4	8.0	18.0	7.4	33.2
1万~3万円未満 (N=169)	29.5	8.9	11.8	19.3	30.4
5千~1万円未満 (N=118)	25.1	10.3	13.7	18.7	32.2
5千円未満 (N=167)	39.1	8.0	8.2	12.4	32.4

## 5. セルDVD購入のきっかけについて

広告、TV・雑誌、店頭で見て・・・作品情報に接する従来の機会が減少



## 全国共同キャンペーン『JVAショップコンテスト2007』実施概要 決定!

マーケティング委員会・キャンペーン小委員会では、本年もレンタル推進を目的とした全国共同キャンペーン「JVAショップコンテスト2007」を開催することとした。

ビデオレンタルを促進するためのディスプレイを競う本コンテストは、今年で12回目となる。今回も、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合からご協賛いただくとともに、組合員各店舗への告知をお願いし、多くの応募を得られるよう協力していくこととしている。また、今回は、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合が企画中の共同プロモーションとの連動も視野に入れて、より一層ビデオレンタルの活性化を図ることをめざしている。

作品は、基本的には、参加メーカー各社が選定したコンテスト対象作品のディスプレイを募る形となっているが、参加各社の作品に関連したレンタル推進施策であれば選考対象とすることとしている。

表彰式は、2008年2月末に行なう予定。昨年同様に全入賞

店の担当者を東京会場の表彰式に招聘する予定で、全国のレンタル店が一堂に会し、情報交換を行なえる場としても大きな魅力となるのではないかと考えている。

表彰と入賞店数は、下記の通り。

最優秀大賞	表彰楯と20万円分のギフト券	1店
エリア最優秀賞	表彰楯と5万円分のギフト券	7店
エリア優秀賞	表彰楯と1万円分のギフト券	50店
CDV-J特別賞	表彰楯と15万円分のギフト券	1店

(表彰と入賞店数に関しては、本ショップコンテスト参加メーカー数に応じて変更する場合有。9月初旬には、最終的な概要を決定する予定。)

応募締め切りは、2007年12月末必着としている。

昨年に引き続き、作品をご応募いただいたショップ全てに参加賞を贈呈するほか、入賞店をご推薦いただいた担当セールスにも、推薦者賞を贈呈する予定。なお、応募店は、日本映像ソフト協会の「個人向けレンタル業務許諾契約」店であることが条件。

## 違法対策部会

ANTI-PIRACY

### 愛媛県下のレンタル店でサンプル版VCの頒布を確認

～平成19年5月度、6月度活動報告～

平成19年5月、6月の間、鳥取県、東京都、山梨県、北海道、宮城県、群馬県、茨城県、愛媛県のビデオレンタル店142店の調査・折衝を実施した。調査結果は、廃業等73店を除き、営業の確認された69店のうち13件の違法行為が確認された。違法行為確認率は19%。その内訳は、海賊版DVD所持が1件(確認数19枚、回収数19枚)、サンプル版VC頒布1件(確認数58本、回収数58本)、セル用DVDのレンタル転用11件だった。

「3000円分のレンタルチケットを事前購入した客に、サービスで店内閲覧用サンプルVCを頒布している」との情報が入った。愛媛県松山東署に寄せられ、この情報を受け、当該店舗を調査したところ、カウンター前のテーブルにサンプルVCを確認。違法行為の中止を申し入れ、誓約書とサンプル版の提出を受けた。

また、鳥取県境港市内のビデオレンタル店において、カウンター内におかれたインクジェット印刷の新作海賊版DVD19枚を確認。経営者によれば店内上映用に作成したとのことであったが、同一タイトルが複数作成されていることから、レンタルに使用している可能性が高い。その場で誓約書と海賊版DVDの提出を受けた。

一方、刑事告訴・摘発活動では、山形県警と静岡県警がそれぞれ、インターネット上で人気アニメの海賊版DVDを販売していたとされる容疑者(合計4名)を逮捕した。

#### 5月～6月実績

調査店数	142店
営業店数	69店
違法行為	海賊版所持 1件
確認件数	DVD、VCセルのレンタル転用 11件
	サンプル版頒布 1件
海賊版確認数	DVD 19枚
海賊版回収数	DVD 19枚
サンプル版回収数	VC 58本
刑事告訴事件数	2件
警察による海賊版押収本枚数	DVD 1157枚
違法行為確認率	19%
廃業率	51%

#### 調査状況一覧表

調査地区	内訳			海賊版・サンプル版頒布所持			海賊版確認数	海賊版回収数	サンプル版確認数	サンプル版回収数	セルDVDのレンタル転用	セルVCのレンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	許諾店	無許諾	計						
鳥取県	8		7	1			DVD:19枚	DVD:19枚				2
東京都	3	1	12									1
山梨県	1		4									
北海道	4	2	11									1
宮城県	7		11									
群馬県	9		4									3
茨城県	28		23									4
愛媛県	3	3	1	1					VC:58本	VC:58本		
合計	63	6	73	2	0	0	DVD:19枚	DVD:19枚	VC:58本	VC:58本	11	0

# ◆◆◆ 新入会員社 自社紹介 ◆◆◆

## 正会員(平成19年7月3日付) 株式会社 メディアファクトリー

弊社は株式会社リクルートの書籍出版部門を分離・独立し、1986年に「リクルート出版」として設立されました。16年前には出版業から総合感動エンターテイメント企業を目指し、社名も「メディアファクトリー」へと変更し、出版に限らず映像・音楽・キャラクター事業への事業展開を進めてまいりました。現在では全社における映像事業の比率も急速に高まっております。この間、日本映像ソフト協会様並びに協会加盟各社様には大変お世話になってまいりました。また、今回貴協会にお声がけをいただき、正会員として入会させていただく事となったことを心よりお礼申し上げます。

さて、業界を取り巻く様々な環境が大きく変化する中、弊社としてもあらためて総合感動企業としての原点に立ち返り、コンテンツのマルチパブリッシャーであるという特徴を活かし単体のメディアにとらわれることなく、世の中の人々に心震えるような感動(エンターテイメント)と多様な喜び(エンジョイメント)を提供し、心豊かな人々が暮らす自由で多様な社会の実現に貢献できる企業を目指していきたくと考えております。微力ながらも業界の発展に貢献できるよう努力していく所存です。ご指導・ご鞭撻を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

(執行役員 映像事業部事業部長 永田勝治)

### 会社プロフィール

代表者	芳原 世幸
住所(事業所)	東京都渋谷区渋谷3-3-5モリモビル 03-5469-4770
URL	<a href="http://www.mediafactory.co.jp/">http://www.mediafactory.co.jp/</a>
設立	1986年12月1日
資本金	10,000万円
主な営業種目	映像ソフト・ビデオディスクの企画、制作、販売及び輸出入業務。 音楽ソフト・コンパクトディスクの企画、制作、販売及び輸出入業務。 各種出版物の企画、制作及び販売業務。 キャラクター商品並びに玩具の企画、開発、販売及び輸出入業務。 各種イベントの企画、立案、運営及びその請負業務。 著作権・著作隣接権・工業所有権の取得、利用、管理、使用許諾、及びこれらの仲介業務 他
推薦会社	ジェネオンエンタテインメント(株)、東宝(株)

## 私的録画補償金分配申請社について

平成19年7月末協会より分配の私的録画補償金の申請は3月末で締め切れ、8社から申請があった。今期の対象放送期間は平成18年上期(平成18年4月~18年9月末)であり平成14年7月に初の分配を開始して以来、今回で11回目となる。この申請は対象放送期間に当協会の正会員の資格を有し、対象著作物(映像作品)の権利者で他の該当申請団体がない(重複しない)権利者からの規定の申請書による申請で受理され、協会規定/細則により監査・分配となった。

<今期の申請受理社>

(株)ギャガ・コミュニケーションズ/ジェネオンエンタテインメント(株)/第一興商/シヨウゲート/東宝東和(株)/日活(株)/バンダイビジュアル(株)/ポニーキャニオンの8社。

## 異動

### 関係官庁 人事異動

#### <経済産業省>

平成19年7月10日付

特許庁長官

肥塚 雅博 氏(前 商務情報政策局長)

商務情報政策局長

岡田 秀一 氏

商務情報政策局文化情報関連産業課長

前田 泰宏 氏

大臣官房付

小糸 正樹 氏(前 文化情報関連産業課長)

#### <文部科学省文化庁>

平成19年7月11日付

長官官房著作権課長

山下 和茂 氏

大臣官房付

甲野 正道 氏(前 長官官房著作権課長)

## 海賊版・偽ブランド撲滅キャンペーン 「売るな!買うな!海賊版・偽ブランド ほんと?ホント!フェアin大阪」 盛大のうちに幕。

不正商品対策協議会では、7月7日(土)、8日(日)に海賊版・偽ブランド撲滅キャンペーン「売るな!買うな!海賊版・偽ブランド ほんと?ホント!フェアin大阪」を開催した。

このフェアは、偽ブランド品や偽キャラクター商品、音楽や映画の海賊版などを街から一掃しようと、不正商品対策協議会と大阪日本橋筋商店街振興組合、でんでんタウン共栄会と大阪府警察本部、浪速警察署が合同で実施したもの。

7日は、日本橋筋の両側で一般消費者が参加し、ホンモノとニセモノを見分けてもらう「クイズラリー」を行ったり、8日には、お笑い界の人気者「ますだおかだ」さんにニセモノ撲滅キャンペーン隊長として参加していただき、日本橋筋で「売るな!買うな!海賊版・偽ブランド」のシュプレヒコールをあげながらキャンペーンを盛り上げた。午後には800人以上が集まった「なんばパークス」のステージで「ホンモノ・ニセモノ ×クイズ」を実施し、観客と共に大いに盛り上がった。この模様は、NHK-TVや読売テレビ、朝日放送、関西テレビなど多くのメディアが取り上げ、各々ニュース番組で報道された。(2日間で参加者延4,800人)

期 日：2007年7月7日(土)、8日(日)

会 場：大阪市・日本橋周辺

メイン会場：日本橋筋商店街会場および浪速警察署前会場

サテライト会場：なんばパークス キヤニオンコート

主 催：不正商品対策協議会(ACA)

正会員7団体・・・(社)日本映像ソフト協会(JVA)、(社)日本音楽著作権協会(JASRAC)、日本国際映画著作権協会(JIMCA)、日本商品化権協会、(JAMRA)、(社)日本レコード協会(RIAJ)、ビジネス ソフトウェア アライアンス(BSA)、有限責任中間法人ユニオン・デ・ファブリカン東京(UDF)

協賛会員・・・(社)コンピュータソフトウェア著作権協会、LVJグループ(株)、シャネル(株)、エルメスジャポン(株)

後 援：警察庁、大阪府警察本部、浪速警察署、大阪府、大阪市

特別協力：日本橋筋商店街振興組合、でんでんタウン協栄会

協 力：松竹芸能(株)、東宝(株)関西支社、(株)モリサワ、

Motion Picture Association(MPA)



×クイズは、大いに盛り上がりました

キャンペーン隊長に任命された  
ますだおかださん(右二人)



警察、商店街、権利者の皆さんで「海賊版・偽ブランド撲滅」を宣言!

## 「iPhone販売開始-モバイル動画配信への影響は？」

6月29日午後6時。待望のアップル「iPhone」の発売解禁時刻である。アップルストア、サービスプロバイダーのAT&T各店舗には、当日昼までに、いち早く機種を手に入れたい若者で数十メートルの列ができた。

2月25日、アカデミー賞のテレビ放送で、初めてスポットCMが流れた。過去の映画作品から「Hello(もしもし)」の台詞カットをつなぎ合わせたもの。iPhoneは文字ではなくイメージで最後の数秒間紹介され、「Coming in June(6月発売)」とアップルのロゴマークで締めくくられる内容だった。実際の発売日とタッチスクリーンなどの詳細機能を紹介した本格的プロモーションCM(4バージョン)は、6月3日に立ち上がった。6月21日には、iPhoneでユーチューブも楽しめるというバージョンも加わり、現在も積極的に展開されている。

発売から1ヵ月たった今も、iPhoneはテクノロジー界の話題の中心で、CNNやニューヨーク・タイムズといったニュースサイトの多くは特別ページを設け、動向を追っている。関心の高さは映画/テレビ産業も例外ではない。ハリウッドには、iPhoneが現在不成功/未熟状態にあるモバイル動画配信市場を救うのではないかとの見方もあるようだ。

調査会社テレフィアによると、2007年3月末現在、動画サービスと契約する携帯電話ユーザーは840万人、普及率は3.6%に留まっている。昨年6月、ロサンゼルス・タイムズとブルームバーグが12~24歳を対象に行った調査では、携帯電話(もしくはiPodなどの携帯機器)で映画やテレビなどの映像を見たいとの回答が10%前後、40~50%の若者は見たくないと答えた。携帯電話には、未だ「会話」と「テキスト」という実用性のみが求められる現状がある。画質が悪いためか、単に動画視聴機能をユーザーが知らないだけなのか、「サービスや宣伝の努力が足りない」と、携帯キャリアや機器メーカーを非難する声も、ハリウッドには見られる。

iPhoneは、こうした悲観的現状を一掃する - 3.5インチ画面、タッチスクリーン操作に加え、シンプルなデザインも概ね好評で、実用性にエンタテインメントとファッション要素が加わったことが明らかに認識できる、初の携帯電話の登場である。ハリウッドには、iPodが音楽流通のコンセプトを変化させたように、iPhoneも動画配信を革

新する可能性もあると見ているようだ。

現状では障害もある。限定されたサポートプログラムや、「携帯電話」「プレイヤー」と呼ぶには高額な価格(4GBモデル499ドル、8GBモデル599ドル)などが、一部消費者の購買意欲を抑制していると言われる。それ以上の難点は、AT&T独占のサービス提供だろう。アップルとの契約は今後数年間続行される見込みで、他者ユーザーがiPhoneを有効にするには、キャリア変更を余儀なくされるのは、不都合な条件だ。

ただし競合メーカーは、明らかにiPhoneから刺激を受け、このデビューと同時期に、スクリーンサイズ拡大や新機能を搭載した機種を投入した。モバイル動画市場の飛躍には、iPhone以外のツールも支持されることが必至である。なおデジタル・テック・コンサルティング社は、モバイル動画契約者総数が2007年末までに1,200万人、5年後には4,090万人に拡大すると予測している。

### 出だしは好調

このほど発表されたアップルの第3四半期決算(4~6月)によると、発売から30時間(6月末日現在)のiPhone売上数は27万台、うちAT&Tとのサービスを有効にしたのは、14万6,000台という。

アップルストアのiPhone在庫状況はオンラインで確認できる。発売から1週間後の7月5日現在、全米164店で在庫を抱えるのは2店舗のみ。AT&Tの全米1,800店舗は、1週間でほぼ完売した。アップルのウェブサイトのみで行われるオンライン販売については、発売当日の注文で発送までの目安が2~4週間となっていた(7月末時点では、24時間以内に改善された)。

アップルは第4四半期(9月末)までの売上目標を100万台としているが、独立記念日(7月4日)までに、既にその数値を達成したとのインサイダー情報もある。

ちなみに既存のiPod売上は、2001年10月の市場投入から1年間で37万2000台、100万台突破には2年を要した。もっとも現在までの普及台数が1億を超えていること、iTunesサービス自体の定着度などを加味すると、単純に比較はできないが、数値だけ見ればiPhoneはiPod以上に好調な滑り出しと言える。

# リレーエッセイ 66



松竹㈱代表取締役会長 大谷信義氏からのご紹介

**角川 歴彦 氏** (株式会社角川グループホールディングス 代表取締役会長、現JVA顧問/前JVA会長)

## 「22年の思い出」

『JVA REPORT』を読む隠れた楽しみがリレーエッセイだったが、今回は松竹㈱大谷信義会長から私にバトンが引きつがれた。

当協会に入会してから22年を経て、今回目出たく卒業の時期に、奇しくも指名されたのも、そういう巡り合わせだったのだろうとの思いから引き受けさせていただいた。

あの頃、私はVTRという革新的なパッケージの登場に衝撃を受けた1人であった。大衆を対象とした映像録画技術の出現で、出版は大きく影響を受けると確信した。出版社は互いに手を携えて、この大きな変化をチャンスにしようと、講談社の野間惟道副社長(当時)と小学館相賀徹夫社長(当時)を説得に訪ねた。業界の雄であったお二人から、意外にも「君ならやれる！」と逆に激励され、1985年6月「出版ビデオ懇話会」を立ち上げた。他に学研、岩波書店等を加え13社でスタートしたが、命名者は相賀さんで会への熱い想い入れからだった。恐るおそる戸を叩いた当時の日本ビデオ協会から代表に理事の椅子をいただいた。懐かしい思い出になった。

手元にある『日本映像ソフト協会・25年の歩み』を繰くと、当協会は1971年の設立(初代理事長 秋本茂TBSサービス社長)以来、パッケージ産業の立ち上がりの難産そのものの、苦難の連続だったことが解る。角川書店はポニーキャニオンに委託して、それこそ協会史に残る薬師丸ひろ子主演『セーラー服と機関銃』で12万本の大ヒットを送り出していたが、私は映画によらないもっと出版に根ざした分野で新しい挑戦を目ざしていた。

海賊版ビデオの撲滅に全力を傾けておられた石田達郎氏の知遇を得たことも楽しい思い出となった。警察庁に不正商品取締官が配置され、「不正商品対策協議会」も設置される中、海賊版4万4000本、ビデオデッキ158台が押収される有名な福岡事件が起こった。全国のビデオ店のほとんど全てが海賊版を扱っているという時代だった。

『25年の歩み』には東京国際映画祭で、J・バレンティMPAA会長(当時)と闊達な笑い顔で握手をされている石田会長の写真も掲載されているが、心中を察すると私もつらいものがある。今日の協会の隆盛は先達の苦労の上にあるとつくづく感じる。

5代の会長に仕え、気がつくとも私も会長の重責を全うし、古参兵の気分で卒業を迎えた。懸案だったJASRACとの長期交渉も吉田理事長の御好意をいただき解決し、海外に日本のコンテンツを輸出するCJマークも軌道に乗りつつある。

思い残すことは無い — といえば嘘になる。

私は今、アスキー㈱から依頼されて『web・2.0時代の著作権』を執筆している。秋山専務理事時代に著作権委員長を拝命しながら、怠けて勉強しなかったツケが今まわってきている。もっと勉強しておけばよかった。

映像ソフト協会は小さな所帯のわりに、ビデオパッケージ産業を担う重要なプレイヤーが会員に揃っていることに大きな価値がある。これからの時代の要請に敏感に伝えていただくことを切にお願いして筆を置きたい。

## 日誌に見る協会の動き

### 【5月】

- 8. 理事会
- 9. マーケティング委員会
- 10. BBマルチメディア委員会
- 11. AACCS設立メンバーとの会議
- 14. ACAシンポジウム打合せ
- 15. 総合連絡委員会  
東北地区連絡協議会(～16日)
- 16. 配信情報交換会
- 17. 配信委員会  
著作権部会
- 18. JASRAC映像部打合せ  
業務使用対策委員会
- 21. 映像倫理協議会 運営委員会

### ACA企画広報部会

- 22. ISANに関する検討委員会
- 24. 業務部会幹事会
- 29. 通常総会、理事会、記者発表
- 30. AACCS設立メンバーとの会議

### 【6月】

- 1. マーケティング委員会懇親ゴルフ会
- 4. 広報委員会  
札幌地区連絡協議会(～5日)
- 6. 権利者団体対応委員会
- 7. 統計調査委員会  
消費者委員会
- 8. 業務使用対策委員会

- 12. 総合連絡委員会
- 13. キャンペーン小委員会  
ACA企画広報部会  
マーケティング委員会
- 15. ACAシンポジウム打合せ
- 18. 権利者団体対応委員会
- 20. 統計担当者説明会
- 21. レンタル運用委員会  
著作権部会
- 22. 法務打合せ(於JIMCA)
- 25. 営業部会米国視察ツアー参加者打合わせ
- 28. ACA企画広報部会  
業務部会幹事会

# 統計

## 2007年5月度

	5 月 実 績 (金額単位：百万円 数量単位：千本・千枚)								1 月 ~ 5 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	15,075	67.0%	98.2%	4,794	70.1%	85.1%	621	105.6%	増 減 12社 18社 その 他 2社	81,377	66.7%	93.9%	24,913	69.6%	83.4%	4,051	107.8%
レンタル店用	7,303	32.4%	117.1%	1,780	26.0%	129.1%	406	66.2%		39,936	32.7%	97.9%	8,848	24.7%	104.7%	2,187	81.8%
その他・業務用	128	0.6%	100.0%	268	3.9%	80.2%	2	18.2%		685	0.6%	84.5%	2,019	5.6%	127.6%	12	54.5%
DVDビデオ	22,506	99.7%	103.7%	6,842	99.5%	93.1%	1,029	84.9%	増 減 2社 14社 その 他 1社	121,998	99.6%	95.1%	35,780	99.4%	89.7%	6,250	96.8%
販売用	32	47.8%	33.3%	29	83.0%	35.1%	1	5.6%		235	50.4%	35.1%	161	79.1%	51.4%	34	26.6%
レンタル店用	17	25.4%	5.8%	3	7.7%	5.5%	10	15.2%		156	33.5%	6.0%	18	8.8%	4.6%	55	10.0%
その他・業務用	18	26.9%	90.0%	3	9.4%	48.4%	0	0.0%	75	16.1%	70.1%	25	12.1%	57.7%	0	0.0%	
カセット	67	0.3%	16.4%	34	0.5%	25.4%	11	12.9%	466	0.4%	13.8%	203	0.6%	27.4%	89	12.9%	
合 計	22,573	100.0%	102.1%	6,877	100.0%	91.9%	1,040	80.2%		122,464	100.0%	93.0%	35,983	100.0%	88.5%	6,339	88.8%

今月の売上報告社数.....33社 ( 前年同月の報告社数：32社 ) 無回答社.....2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、または前年同月の報告がない場合

## 2007年6月度

	6 月 実 績 (金額単位：百万円 数量単位：千本・千枚)								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	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	16,618	63.5%	102.4%	5,265	66.3%	90.5%	833	93.5%	増 減 14社 15社 その 他 3社	97,995	66.1%	95.3%	30,177	69.0%	84.5%	4,884	105.0%
レンタル店用	9,446	36.1%	114.9%	2,442	30.8%	120.1%	487	118.5%		49,382	33.3%	100.7%	11,290	25.8%	107.7%	2,674	86.7%
その他・業務用	114	0.4%	48.3%	231	2.9%	39.6%	3	37.5%		799	0.5%	76.3%	2,249	5.1%	103.9%	15	50.0%
DVDビデオ	26,178	99.7%	106.1%	7,937	99.7%	94.1%	1,323	101.0%	増 減 2社 17社 その 他 0社	148,176	99.6%	96.9%	43,717	99.5%	90.4%	7,573	97.5%
販売用	49	65.3%	42.6%	12	57.0%	25.7%	3	14.3%		284	52.5%	36.2%	172	77.0%	48.1%	37	24.8%
レンタル店用	12	16.0%	3.3%	6	31.0%	9.6%	7	8.4%		168	31.1%	5.7%	24	10.9%	5.4%	62	9.8%
その他・業務用	14	18.7%	50.0%	3	12.0%	16.0%	0	0.0%	89	16.5%	65.9%	27	12.1%	46.5%	0	0.0%	
カセット	75	0.3%	14.9%	21	0.3%	16.1%	10	9.3%	541	0.4%	13.9%	224	0.5%	25.7%	99	12.4%	
合 計	26,253	100.0%	104.2%	7,958	100.0%	92.9%	1,333	94.0%		148,717	100.0%	94.8%	43,941	100.0%	89.3%	7,672	89.6%

今月の売上報告社数.....33社 ( 前年同月の報告社数：32社 ) 無回答社.....2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、または前年同月の報告がない場合

< DATA >

### 「主要耐久消費財普及率」

調査項目	調査時期	平成 10.3	11.3	12.3	13.3	14.3	15.3	16.3	17.3	18.3	19.3
カラーテレビ		99.2	98.9	99.0	99.2	99.3	99.4	99.0	99.3	99.4	99.5
ブラウン管									97.4	96.2	92.9
薄型(液晶、プラズマ等)									11.5	19.8	29.4
ビデオカメラ		35.0	36.3	37.9	36.8	37.2	39.1	42.0	39.6	40.2	41.2
デジタルカメラ		17.3以下カメラ付携帯は含まない				22.7	32.0	51.8	46.2	53.7	58.9
DVDプレーヤーレコーダー						19.3	25.3	35.4	49.0	61.1	65.1
再生専用機		カーナビ、パソコン、ゲーム機 などに付属のものは含まない							28.8	32.5	34.5
再生録画兼用機									28.7	40.0	43.2
パソコン		25.2	29.5	38.6	50.1	57.2	63.3	65.7	64.6	68.3	71.0
VTR		76.8	77.8	78.4	79.3	79.6	81.4	82.6	( )		
携帯電話						78.6	83.3	85.1	82.0	85.3	88.0

内閣府経済社会総合研究所 「消費動向調査」 平成19年3月末現在 ( )17.3以降は調査なし

# 社団法人 日本映像ソフト協会

## 会員社名（五十音順） 2007年8月1日現在

### 正会員（36社）

(株)アニプレックス  
アミューズソフトエンタテインメント(株)  
(株)インプレスホールディングス  
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)  
エイベックス・マーケティング(株)  
(株)エスピーオー  
(株)NHKエンタープライズ  
角川映画(株)  
(株)角川エンタテインメント  
(株)角川書店  
カルチュア・パブリッシャーズ(株)  
(株)ギャガ・コミュニケーションズ  
キングレコード(株)  
コロムビアミュージックエンタテインメント(株)  
ジェネオンエンタテインメント(株)  
(株)小学館  
(株)ショウゲート  
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  
東映ビデオ(株)  
東宝(株)  
東宝東和(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)バップ  
(株)ハピネット  
パラマウント ホーム エンタテインメント ジャパン(株)  
バンダイビジュアル(株)  
ビクターエンタテインメント(株)  
(株)ポニーキャニオン  
(株)メディアファクトリー  
ユニバーサル・ピクチャーズ・ジャパン(株)  
ユニバーサルミュージック(株)  
ワーナーエンターテイメントジャパン(株)

### 協賛会員（22社）

(株)アイ信  
(株)一丸印刷所  
(株)IMAGICA  
ヴィジョネア(株)  
(株)オプトロム  
(株)キュー・テック  
(株)金羊社  
(株)ケンメディア  
(株)ジャパン・ディストリビューション  
システム  
(株)星光堂  
ソニーPCL(株)  
大日本印刷(株)  
(株)東京現像所  
東芝デジタルフロンティア(株)  
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ  
トエミ・メディア・ソリューションズ(株)  
(株)トーハン  
東洋レコーディング(株)  
日本出版販売(株)  
日本レコードセンター(株)  
(株)富士フイルムメディアクレスト  
メモリーテック(株)