

# JVA REPORT

# 10

'07 OCTOBER  
NO.124

## MAIN REPORTS

(社)日本映像ソフト協会 役員一覧  
2007年上半期(1月~6月)統計調査結果報告  
総務省情報通信審議会第4次中間答申に対し  
意見書を提出  
営業部会米国映像市場視察レポート

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**

〒104-0045 東京都中央区築地2丁目12番地10号(築地MFビル26号館3階)

電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>

編集・発行 社団法人 日本映像ソフト協会

2007年10月9日発行



(社)日本映像ソフト協会 役員一覧 .....	2
2007年上半期(1月～6月)統計調査結果報告 .....	3
総務省情報通信審議会第4次中間答申に対し意見書を提出 .....	5
営業部会 米国映像市場視察ツアー2007レポート .....	7
第266回定例理事会開催報告 .....	11
BBマルチメディア委員会海外研修ツアーについて .....	11
不正商品対策協議会 .....	12
違法対策部会活動報告 .....	12
リレーエッセイ ⑥7 .....	13
日誌に見る協会の動き .....	13
月間売上統計(7月度、8月度) .....	14
DVD生産統計 .....	14

# (社)日本映像ソフト協会 役員一覧

## 理事

(2007年10月1日 現在)

 <p><b>会長</b> たかい ひでゆき <b>高井 英幸</b> 東宝(株) 代表取締役社長</p>	 <p><b>副会長</b> きりはた としはる <b>桐畑 敏春</b> ㈱ポニーキャニオン 代表取締役社長</p>	 <p><b>専務理事</b> きが すみお <b>気賀 純夫</b> ジェネオン エンタテインメント(株) 代表取締役社長</p>
 <p>いながき ひろし <b>稲垣 博司</b> エイベックス・ マーケティング(株) 代表取締役会長</p>	 <p>いのうえ たいいち <b>井上 泰一</b> 角川映画(株) 代表取締役社長</p>	 <p>おおたに のぶよし <b>大谷 信義</b> 松竹(株) 代表取締役会長</p>
 <p>かわしろ かずみ <b>川城 和実</b> バンダイビジュアル(株) 代表取締役社長</p>	 <p>こいけ たけひさ <b>小池 武久</b> キングレコード(株) 代表取締役社長</p>	 <p>さいぐさ たけし <b>三枝 武</b> ㈱NHKエンタープライズ 代表取締役社長</p>
 <p>さとう なおき <b>佐藤 直樹</b> 日活(株) 代表取締役社長</p>	 <p>しいな やすし <b>椎名 保</b> ㈱角川エンタテインメント 代表取締役社長</p>	 <p>たけうち しげかず <b>竹内 成和</b> ㈱ソニー・ピクチャーズ エンタテインメント 代表取締役会長</p>
 <p>ないとう ともき <b>内藤 友樹</b> 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) 代表取締役社長</p>	 <p>なつめ こういちろう <b>夏目 公一朗</b> ㈱アニプレックス 代表取締役</p>	 <p>はるな けい <b>春名 慶</b> ㈱ショウゲート 代表取締役社長</p>
 <p>ひらい ふみひろ <b>平井 文宏</b> ㈱パップ 代表取締役社長</p>	 <p>ひろせ さだひこ <b>廣瀬 禎彦</b> コロムビアミュージック エンタテインメント(株) 代表執行役社長</p>	 <p>ふくはら ひでゆき <b>福原 英行</b> 東映ビデオ(株) 代表取締役社長</p>
 <p>まつざき すみお <b>松崎 澄夫</b> アミューズソフト エンタテインメント(株) 代表取締役社長</p>	 <p>よだ たつみ <b>依田 巽</b> ㈱ギャガ・ コミュニケーションズ 代表取締役会長</p>	 <p>ごとう たけるう <b>後藤 健郎</b> ㈱日本映像ソフト協会 事務局長</p>

## 監事

 <p>かとう ゆういち <b>加藤 裕一</b> ピクチャー エンタテインメント(株) 代表取締役社長</p>	 <p>わだ やすたか <b>和田 康孝</b> ㈱第一興商 代表取締役社長</p>
---	---



## 2007年上半期(1月～6月)統計調査結果報告 ソフト全体では4.1%減、DVDレンタルは過去最高

統計調査委員会(上田武二郎委員長 (株)ポニーキャニオン)は、2007年上半期(1月～6月)の統計調査を実施し、その結果について9月12日(水)に協会会議室において記者発表会を行った。本調査結果は「統計報告書Vol.64」にまとめられ、一般にも頒布されている。なお、当期調査より、ビデオカセットについての流通チャネル別及びジャンル別調査は取りやめ、DVDビデオのみ実施することとした。調査結果の概要は以下のとおり。

### 2007年上半期(1月～6月)の実績について

1. ビデオソフトの総売上は1483億5800万円で前年同期比95.9%となった。上半期の実績としては過去4番目(2004年、2003年、2006年に続く)となる。
2. ビデオソフトの総売上のうち、99.7%をDVDビデオが占め、ビデオカセットは僅か0.3%となった(前年2006年の上半期のビデオカセットの構成比は2.5%だった)。
3. DVDビデオの売上金額は1478億4800万円で、前年同期比98.0%と前年同期を僅かながら割り込むこととなったが、上半期のDVDビデオの実績としては前年に続いて2番目の高実績となった。

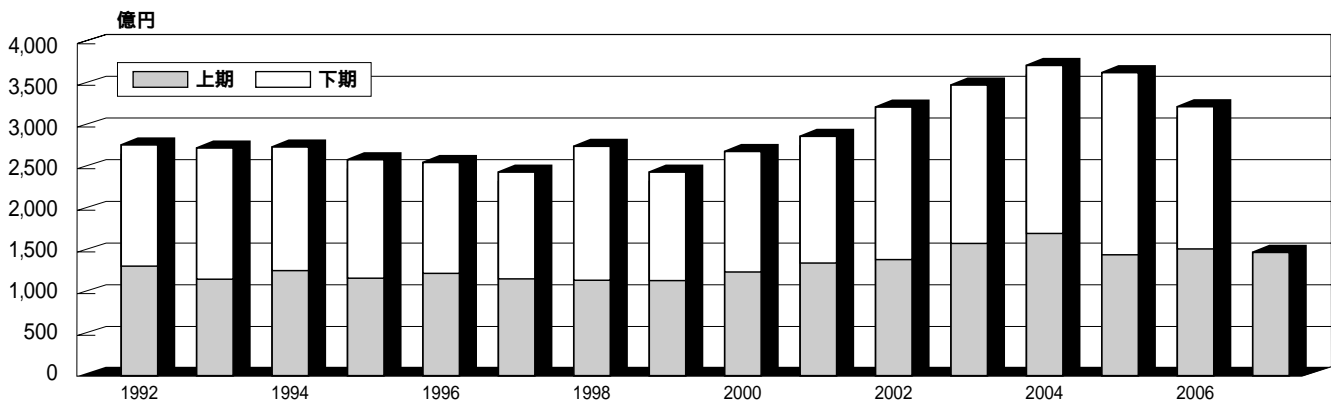
4. DVDビデオの流通チャネル別売上金額では、「販売用」が65.5%、「レンタル店用」が33.9%、「その他・業務用」が0.5%となった。

5. DVDビデオの「レンタル店用」は501億3900万円で前年同期比105.3%と前年同期を上回り、上半期の売上としては過去最高となった。一方、「販売用」の売上金額は969億円となり、上半期実績としては過去5番目、前年同期比は94.9%と2004年をピークに前年同期割れが続いている。

6. DVDビデオの「販売用」売上金額の構成をジャンル別に見てみると、前年同期に引き続き、構成比1位は『日本のアニメーション(一般向け)』となっており(構成比29.4%)、『洋画(TVドラマを除く)』は第2位に留まった(同15.0%)。しかし数量の構成比では逆転し、『洋画(TVドラマを除く)』が1位(構成比26.9%)、『日本のアニメーション(一般向け)』は2位(同22.0%)となる。3位以下は金額、数量共に『邦楽』『邦画(TVドラマを除く)』『芸能・趣味・教養』の順となった。

7. DVDビデオの「販売用」売上金額のジャンル別の伸張を見てみると、構成比2位の『洋画』が前年同期比75.7%、3位の『邦楽』が同73.6%と落ち込んだ。しかしながら、

### ビデオソフトの総売上金額の推移



### ビデオソフトの売上金額と数量

摘要	百万円				本・枚			
	合計金額	回答社数	構成比	前年同期比	合計数量	回答社数	構成比	前年同期比
D V D ビデオ	147,848	33社	99.7%	98.0%	43,782,449	33社	99.5%	93.6%
ビデオカセット	510	24社	0.3%	13.3%	208,944	27社	0.5%	23.8%
ソフトの総売上	148,358	33社	100.0%	95.9%	43,991,393	33社	100.0%	92.4%

### DVDビデオの流通チャネル別売上

	百万円			本・枚		
	D V D ビデオの売上金額			D V D ビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	96,900	65.5%	94.9%	29,764,805	68.0%	86.8%
レンタル店用(個人向)	50,139	33.9%	105.3%	11,768,103	26.9%	114.3%
その他・業務用	809	0.5%	75.5%	2,249,541	5.1%	104.1%

注) 2007年上半期調査より、流通チャネル別及びジャンル別調査はDVDビデオのみ実施することとした。

構成比1位の『日本のアニメーション（一般向け）』が前年同期比115.2%と二桁の成長となった他、その他の主なジャンルは軒並み前年同期を上回っている（『邦画（TVドラマを除く）』同108.9%、『芸能・趣味・教養』同129.6%、『海外のTVドラマ』同122.7%、『日本のTVドラマ』同110.4%、等）。したがって、つまり『洋画』と『邦楽』の減少が「販売用」総売上金額の前年同期割れに大きく影響したが、その他のジャンルにおいてははまだ成長過程にあると言えよう。特にテレビのバラエティ番組を含

む『芸能・趣味・教養』は大きく伸張しており、『邦画（TVドラマを除く）』に迫る売上実績となっている。

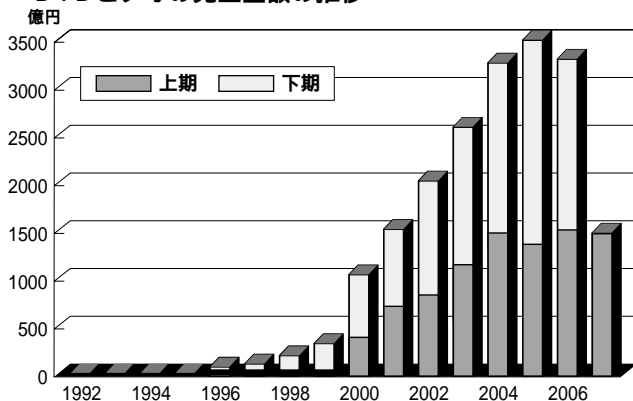
8. DVDビデオの「レンタル店用」の売上金額をジャンル別に見てみると、『海外のTVドラマ』が前年同期比207.8%と2倍の伸張となっており、売上構成では『邦画（TVドラマを除く）』を抜いて3位となりビデオレンタル店での人気の高さを示している。構成比1位は相変わらず『洋画（TVドラマを除く）』が占めているが前年同期比では98.2%と僅かながら前年同期割れ（数量で

DVDビデオのジャンル別売上金額

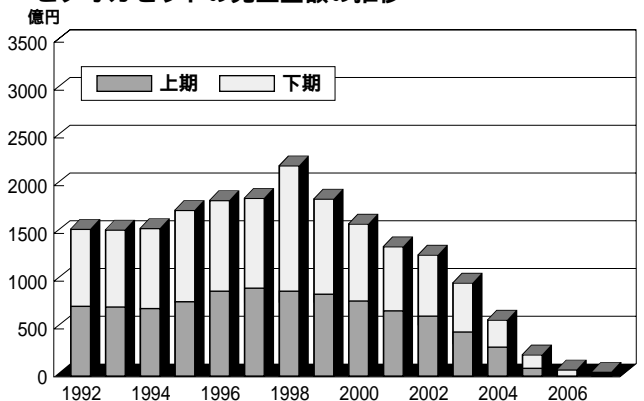
(金額単位: 百万円)

ジャンル	販売用	構成比	前年同期比	レンタル店用	構成比	前年同期比
邦画 (TVドラマを除く)	10,169	10.5%	108.9%	7,070	14.1%	116.3%
日本のTVドラマ	5,833	6.0%	110.4%	3,197	6.4%	92.9%
洋画 (TVドラマを除く)	14,537	15.0%	75.7%	14,810	29.5%	98.2%
海外のTVドラマ	6,894	7.1%	122.7%	9,804	19.6%	207.8%
日本のアニメーション (一般向け)	28,455	29.4%	115.2%	11,002	21.9%	85.4%
海外のアニメーション (一般向け)	470	0.5%	45.2%	764	1.5%	97.6%
日本の子供向け (アニメーション)	1,834	1.9%	35.3%	1,939	3.9%	68.0%
日本の子供向け (アニメーション以外)	2,488	2.6%	137.5%	685	1.4%	91.8%
海外の子供向け (アニメーション)	370	0.4%	167.4%	157	0.3%	118.0%
海外の子供向け (アニメーション以外)	186	0.2%	114.8%	66	0.1%	157.1%
音楽 (邦楽)	12,426	12.8%	73.6%	16	0.0%	177.8%
音楽 (洋楽)	2,203	2.3%	72.3%	8	0.0%	80.0%
ビデオカラオケ	10	0.0%	90.9%	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	9,571	9.9%	129.6%	441	0.9%	66.9%
ゲーム	-3	ERR	ERR	0	0.0%	ERR
スポーツ	473	0.5%	41.4%	53	0.1%	407.7%
学校教育・企業教育・語学教育	48	0.1%	35.8%	10	0.0%	1000.0%
成人娯楽	7	0.0%	ERR	1	0.0%	ERR
その他	929	1.0%	97.5%	116	0.2%	77.9%
計	96,900	100.0%	94.9%	50,139	100.0%	105.3%

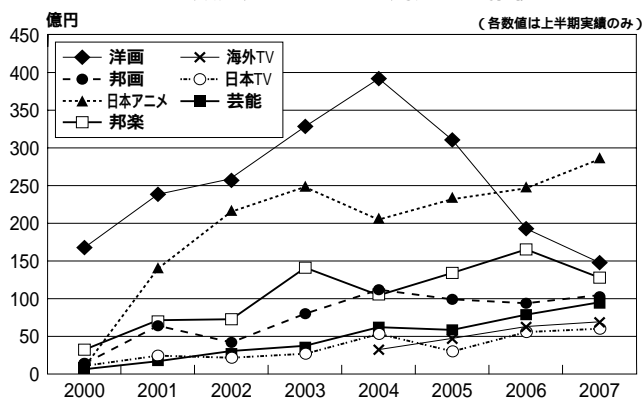
DVDビデオの売上金額の推移



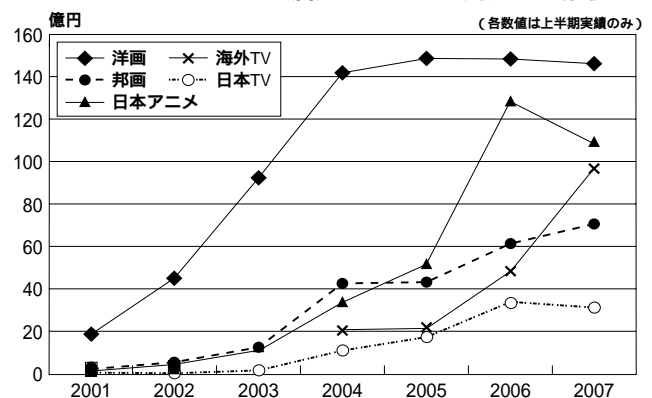
ビデオカセットの売上金額の推移



DVDビデオ「販売用」ジャンル別売上の推移



DVDビデオ「レンタル店用」ジャンル別売上の推移



は112.5%と二桁成長となっている。レベニューシェアリング方式の導入などにより数量は多く出荷されるが、1本あたりの売上金額は低くなっている傾向がうかがえる。構成比2位の『日本のアニメーション（一般向け）』も同85.4%に留まった。『邦画（TVドラマを除く）』は『海外のTVドラマ』に抜かされたものの前年同期比は116.3%と二桁成長であり、「レンタル店用」全体の売上金額の前年同期比105.3%という成長は、『海外のTVドラマ』と『邦画（TVドラマを除く）』の好調に支えられたと言える。

9. 出荷金額を出荷数量で割って求めた平均単価を見てみると、「販売用」DVDビデオの平均単価が3255.5円で前年同期比109.3%と大きく上昇した。これは『洋画（TVドラマを除く）』（平均単価1815.0円、前年同期比106.1%）をはじめ、主だったジャンルのほとんどが価格上昇に転じたためである（『日本のアニメーション（一般向け）』@4356.0円、前年同期比103.2%。『邦楽』@3495.8円、同107.1%。『海外のTVドラマ』@9191.2円、同202.6%）。しかし『邦画(TVドラマを除く)』は平均単価2885.5円で前年同期比は87.2%と大きく低下している。

10. 「販売用」のDVDビデオのルート別売上の構成では、相変わらず構成比の過半を「レコード店ルート」が占めているが、「インターネットルート」が大きく構成を伸ばし、「家電ルート」を抜いて構成比2位となった。この結果ルート別構成の順位は「レコード店ルート（構成比52.3%）」、「インターネットルート（同12.3%）」、「家電店ルート（同11.3%）」、「ビデオレンタル店ルート（同8.4%）」となった。

### ビデオソフトの平均単価

DVDビデオ 販売用（個人向け）		
ジャンル	平均単価	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	2885.5	87.2%
日本のTVドラマ	6150.9	118.6%
洋画（TVドラマを除く）	1815.0	106.1%
海外のTVドラマ	9191.2	202.6%
日本のアニメーション（一般向け）	4356.0	103.2%
海外のアニメーション（一般向け）	1424.1	68.5%
日本の子供向け（アニメーション）	2370.7	44.0%
日本の子供向け（アニメーション以外）	3162.3	122.8%
音楽（邦楽）	3495.8	107.1%
音楽（洋楽）	3303.1	107.5%
芸能・趣味・教養	3200.7	109.9%
販売用（個人向け）全体の平均	3,255.5	109.3%

### 販売用（個人向け）DVDビデオのルート別売上

百万円

	構成比	金額	前年同期比
レコード店ルート	52.3%	50,721	91.0%
書籍店ルート	4.3%	4,131	114.0%
家電店ルート	11.3%	10,944	83.4%
スーパー・コンビニルート	2.8%	2,695	82.2%
ホームセンタールート	0.3%	296	54.3%
玩具店	1.0%	983	70.4%
ビデオレンタル店ルート	8.4%	8,141	125.8%
通販・訪販ルート	1.6%	1,503	92.9%
インターネットルート	12.3%	11,933	174.1%
パソコンルート	0.2%	146	50.7%
その他	5.6%	5,407	50.8%
計	100.0%	96,900	94.9%

出荷段階におけるメーカー出荷分類による構成比であり、実際の末端小売レベルでのルート別構成とは異なる。

## 著作権関連

COPYRIGHT

### 総務省情報通信審議会第4次中間答申に対し意見書を提出 「コピー1+9」に強く反対

地上波デジタル放送におけるコピー制御のあり方等に関する総務省情報通信審議会第4次中間答申に関する意見募集に対し、当協会は、コピーワンスを緩和する提言に強く反対する意見を提出した。

同中間答申は、現在地上波デジタル放送に用いられているコピーワンスを緩和し、コピーワンジェネレーショ

ンとし、ただし、コピーワンジェネレーションによるコピーの回数を9回に制限することを内容とする提言を行っている。

コピーワンスは放送をコピーして子をつくることはできるが孫コピーはできないのに対して、コピーワンジェネレーションは孫コピーまで可能とするものである。

当協会は、私的録画補償金の受け皿を協議した私的録画委員会が、平成6年1月21日の中間報告書でコピーワンスを要望とした頃から、コピーワンスを要望してきた。それは、孫コピーが可能であるということは、何個でもコピーがつかれることになり、著作権者の正当な利益が害されるばかりでなく、海賊版の横行も懸念されるからである。

今回の中間答申は、技術の進歩によって漸く実現したコピーワンスの緩和を提言するものであるにもかかわらず、緩和の必要性と根拠について説得的な説明がなされているとは言い難い。

提出した意見とその理由の要旨は以下のとおりである。

### 【意見】

地上波デジタル放送におけるコピー制御の在り方に関して、すべての番組についてコピーワンスを「コピー1+9」に変更することに強く反対します。

DVDなどの映像パッケージ商品・有償ダウンロード販売によって制作資金の回収をはかることが予定されている映画やアニメーションなどの映像コンテンツについては、現状のコピーワンスが維持されるべきであり、「コピー1+9」への移行は、当協会の会員社が営んでいる映像パッケージ産業の破壊につながります。

審議会におかれましては、放送されるコンテンツごとにコピー制御の方法を使い分けるとの技術的可能性について、更に慎重なご審議をお願いしたいと存じます。

「コピー1+9」は、映像コンテンツ製作者の犠牲のもとで不必要に多くのコピーを認めるものであって、不当です。

### 【理由の骨子】

- 第1．映像コンテンツのビジネスモデルが破壊される
  - 1 映像コンテンツの製作者は、DVD等の販売・レンタル、有料配信などによって制作資金の回収をはかっている
  - 2 まず放送し、後にDVD等によって制作資金を回収するビジネスモデルでは、影響がより深刻である
- 第2．コンテンツによってコピー制御の方法を使い分ける技術的可能性を追求すべきである
- 第3．9つのコピーは明らかに多すぎ、不必要である
  - 1 個人的使用以外の目的に流出するおそれが大きい
  - 2 中間答申の挙げる9個の根拠が説得的でない

- 3 コピーワンスの問題点とされるムーブの失敗やバックアップの必要性等は、現実的でない

上記意見では、第1に、映像コンテンツのビジネスモデルが破壊されるのではないかと指摘した。

すなわち、劇場用映画のように、放送時にすでにパッケージ化されているコンテンツであっても、放送から「マスタークオリティー」のコピーが9つできることはDVD等の購入自体に代替してしまう効果をもたらすが、アニメーションなどのように、放送後パッケージ化されるコンテンツについてはビジネスモデルが破壊されかねない点である。

しかるに、かかるビジネスモデルのコンテンツへの影響は検討をされた形跡がない。

第2に、コンテンツによってコピー制御の方法を使い分ける技術的可能性の追求を要望した。

著作権者がコピー制御の方法を緩和してよいと考えるものもありえるが、そうであるならば、コピー制御の方法を使い分ければ調和のとれた解決をはかることが可能となると考えるからである。

第3に、9つのコピーは多すぎることを指摘した。

「コピー1+9」を採用した場合に発生する9つのコピーが友人・知人等に配布されることが想定される等、個人的使用以外の目的に流出するおそれが大きく、それらはタイムシフトをはるかに越える複製であるし、9つものコピーを必要とするというのは現実的ではない。そもそも、ムーブの失敗というがそれがどの程度発生していて、その原因は何かということも明らかにされていない。

以上の理由から、コピーナインの提言は不当であるとの意見を表明した。

なお、提出した意見の全文は、以下のURLに掲載した。  
<http://jva-net.or.jp/news/news070919.pdf>



### 営業部会 米国映像市場視察ツアー2007年レポート

営業部会では本年度で8度目となる米国映像市場視察ツアーを9月9日(日)～9月16日(日)の8日間で実施した。今回の参加者は以下の16名(敬称略)。

- 清水 直樹 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)  
レンタル営業本部本部長
- 井石 綾 (株)NHKエンタープライズ 事業本部  
営業センター営業マネージャー
- 大上 祐司 (株)NHKエンタープライズ 事業本部  
営業センター商品企画制作プロデューサー
- 青木 裕 ジェネオンエンタテインメント(株)  
営業部東京第2営業所所長
- 染谷 潤 (株)ソニー・ピクチャーズエンタテインメント  
HE 営業部セルグループマネージャー
- 鈴木 智盛 東映(株)ビデオ営業部業務室/営業室次長
- 加藤 和夫 東映ビデオ(株)第一企画製作部次長
- 広瀬 真 東宝(株)関西支社 映像事業部映像営業課
- 森 雅史 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)  
リーテイル営業本部営業部係長
- 高梨 孝司 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)  
リーテイル営業本部リーテイルマーケティング部係長
- 大島 満 (株)パップ コンテンツ事業局局長
- 久保田 忠洋 バンダイビジュアル(株)東日本営業グループ
- 永井 浩二 バンダイビジュアル(株)生産グループ
- 木村 康詩 (株)ポニーキャニオン レンタル営業部長
- 永瀬 智人 (株)ポニーキャニオンセルスルー営業部副部長
- 中井 暁 (社)日本映像ソフト協会業務部長

以下に、参加した事務局の中井業務部長の報告を掲載する。

#### はじめに

今年もema(旧称VSDA)の副社長によるセミナーから、米国の映像市場全般についての最新情報を幅広くお聞きすることができた。さらに多くの関連データを提供しているアダムスメディアリサーチ社、またエンターテイメント関連各社への経営に関するアドバイザーをされている方からも貴重なレクチャーを受けることも出来た。映画の興行成績が少し上向きつつある中ではあるが、大型

映画のDVDリリースはこれからであり、人気のTVシリーズの売行きも昨年ほどは伸びなかった為に、今年前半のビデオソフト売上は約5%前年を割り込んだ推移と報告されている。そして既存のレンタル業界の苦戦が伝えられる中で、ネットと郵便を使うネットフリックス社のオンラインレンタルサービスは、既に650万人と大きく会員数を増やしている。今年は次世代ディスクとしてHD DVD、ブルーレイディスクが発売2年目になり、再生用ハードは思いきった市場価格を打ち出して、これからの年末商戦を迎えようとしているが、まだパッケージビジネス全体に影響するような新たな変化がはじまったという状況ではなかった。

#### 米国の映像ソフト市場

2006年度の映像ソフト全体の売上げは249億ドルで前年実績とほぼ横ばいであった。DVDのセルスルー市場は4.6%増の156億ドルと堅調な伸びを示したが、大きく割ったカセットの数字をカバーするには至らなかった。さらに、今年前半のビデオソフトの実績はレンタル(38億ドル)、セル市場(62億ドル)で共に昨年の同時期を4～6%前後割ったスタートとなったが、後半にリリースされるビッグタイトルの動向に期待が寄せられている。リリース数も一昨年より1,000タイトル少ない12,648と報告されている。今までに70,000タイトルがリリースされた米国でも、最も販売シェアの高いウォールマート店で約1,500タイトル、大手系列のレンタルショップで平均2,000～3,000タイトル、家電店でも4,000タイトル程度の在庫状態で、多くの在庫を持っていた専門店の破たんが相次ぐ中、幅広いタイトルを入手するのが困難な状況になっている。セル、レンタルともに店舗での所有タイトル数が少ないというのが、米国のDVD市場の特徴であり、これが原因でさまざまなビジネスが日本と異なる形で現れてきているとも云える。

#### ハードの状況

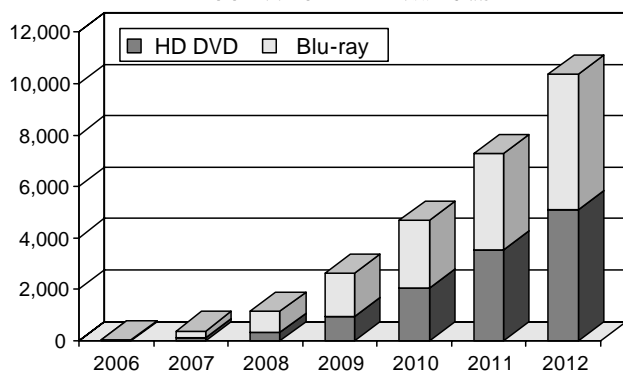
昨年までのDVDハードの累計出荷台数は8,800万台となり、普及率は90%前後まで達していることになるが、実態は複数所有の所帯が多いので(最近の調査によれば、DVD所有所帯の55%が複数所有とのこと)、まだDVDを持ってない家庭もかなりの比率であることが推測できる。DVDハードの価格は上位機種が100ドル前後、家電量販店やウォールマートでは、20ドル台からの再生機が並び、VHSとのコンパチ型でおおむね50～60ドル前後と昨年よりも1～2割価格が下がっているようだ。液晶モニター付きの携帯型も相変わらず人気で、これらも100ドル前後で販売されるものが多い。画質の差はあ





るにせよ、次世代の再生用のハードはこのDVD再生機の価格と比較対象されることになる。次世代ハードに関しては、両陣営でまだ30万台ぐらいしか売れていない段階であり、勝負の決着は全く見えていない。昨年訪問時には、一般的な値ごろ感としてはハードが250ドル以下、ソフトも25ドルを切らないと大きな流れにはならないと見られていたが、HD陣営の東芝は今年に入って、ほぼそのライン以上の価格設定に加えて、ソフトの100ドル分のサービス提供まで試みたが、まだ大きな動きにはなっていない。今回の訪問時ではベストバイで、東芝製の機種がサマーセールとして目玉の平積みになって199ドルと最も安価な設定であった。600～800ドル台の機種が多いブルーレイ陣営もパナソニックが599ドルと値下げしたが、訪問した各店には細かく在庫がされていないケースが目についた。PS3が発売され70万台が市場に出たが、このハードに関しては499～599ドルという設定のため、ゲームよりもブルーレイソフトを見るために購入したユーザーが多かったと報告されている。しかし、現実は一一般的なユーザーは高画質であるという優位性だけでは今の価格帯での魅力は感じないだろうと思われる。現在ではハードが150ドル以下、ソフトが新譜で25ドルを切ったあたりから消費者の買い換え需要の選択肢に入り、流れがでてくるものと見られている。さらに100ドルを切る段階でマスのマーケットに入り、2011年に専用機で4,000万台、36%の普及率が予測されているが、まだ今の価格帯ではユーザーは差しせまった必要性を感じておらず、動きは冷静なようだ。

図1.次世代ソフトの販売予測



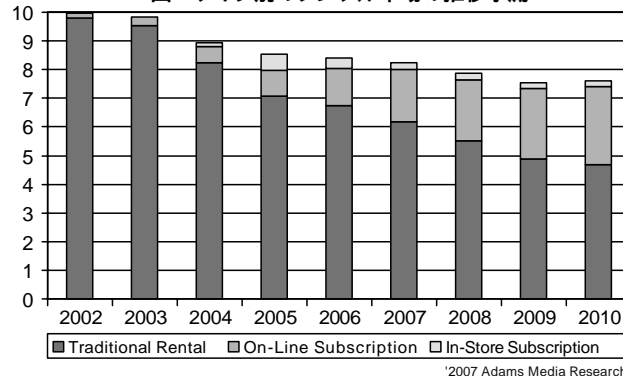
### レンタル市場

2006年度のレンタル市場は85億ドル(前年比100%)で、その内ビデオカセットが11億ドル(DVDは74億ドル)と報告されていた。レンタル市場は、ネットフリックスの伸張などで地図も大きく変わりつつある中で、昨年も全体の数字としては前年をキープしている。オンラインレンタルはブロックバスター社の参入もあり、前年より17%伸び全体の20%近くを占めるようになった。

前年比51%増の650万人と顧客を増やし続けているオ

ンラインレンタル最大手のネットフリックス社であるが、同社の月極固定レンタル料金は、一度に3枚借りられる平均的なプランが16.99ドルである。ネットフリックス社とほぼ同様のオンラインレンタルサービス分野に、レンタル最大手のブロックバスター社も昨年から参入し、2億ドルにも及ぶ投資を行ったと云われるが、返却時に店舗も経由できる「トータルアクセス」というサービスを加えるなどのサービスで、現在までに200万人に会員を増やしてきた。このような付加サービスを維持する為

図2.タイプ別のレンタル市場の推移予測



の投資額がかなりの負担になりつつも、同社にとって相変わらずこの分野からの利益が高い貢献度を示していると報告されている。一方、この分野のビジネスを持っていないハリウッドビデオを傘下におさめたムービーギャラリーチェーンの経営は、かなり厳しいとのことである。店頭ではDVDへのシフトがほぼ完了している状態であるが、店頭の商品の品揃え等は十分とは云えず、加えてレンタル価格もハリウッドビデオで5日間4.64ドル、ブロックバスター社も4.29ドルと上昇しており、かなり割高に感じられた。それぞれ70,000～80,000のタイトルをそろえる定額制のネットレンタルは、そのタイトル数の豊富さという優位性からもさらに多くの会員を増やしていくと思われる。

今後、レンタル業界にも様々な競争相手がでてくると思われるが、その一つに、日本でも地下鉄駅などで同種のサービスが始まったばかりである自販機を利用したDVDレンタルサービスが拡大している。マクドナルド社とCoinstarが運営するのは「redbox」というペンディングマシンで、昨年度で2,000店、今年になって、毎週100店単位でハンバーガーショップ、ドラッグストア、コンビニエンスストア中心に新たに設置が広がっている。ラスベガス郊外のスミスというスーパー、ウォールマートや、他のスーパーにも「redbox」が設置されていた。この種の自販機ビジネスには、他にTNRエンターテイメント社のものがラルフス・スーパーマーケットに導入されていたが、現在は1,000拠点に設置されているとのこと。ローコストでの誘客施策としての期待が高いと昨年の訪問時に聞いていたが、この1年の間にかなり導入

店が増えたようである。それぞれ1日1ドルのレンタル料金設定であり、訪問店舗で買い物が機械に触れている光景を何回か見ることもできた。ベンディングマシンによるレンタルは、地区によってはまだ消費者に認知されていない方が多いが、一方で、多くのレンタルユーザーがこのマシンに興味を持ってきているとの調査結果もあり、今後3～4年の間に、レンタルマーケット全体の10～20%を占めるようになるという見方もあり、期待が高まっている（現在は約1%の構成比）。その日に返却すれば1ドルで済むわけで、レンタルビジネスの中でも最も安く、最も簡便に借りられるというひとつのニュートレンドになりつつあるようだ。

## セル市場

昨年の164億ドルのセル市場であるが、タワーレコードやミュージックランドというような専門店の相次ぐ破たんの中、総合小売業のウォールマートや家電店、ディスカウントストアや会員制の小売チェーンなどがさらにシェアを高め、セル市場全体の70%以上を大規模小売業種が占める。テレビドラマシリーズが相変わらず好調で、訪問時は「HEROES」が人気で各店のメイン陳列になっていた。

訪問したセル量販店でのDVDの新譜価格は、19.99ドルでほぼ横並びになっており、最安値のウォールマートで19.96ドルなど、新譜に関しては昨年と全く同様の価格で設定され、それより5～10ドル高い一部の専門店を除けば、店舗毎の価格差はほとんどなくなっていた。昨年の発売タイトル数は、全ジャンルにわたって減少し、スタジオは収入確保の為に、新譜の設定価格を約2～3%引き上げてきたが、それらが店頭でも感じられた。最強のウォールマート各店でも、スペースに限度があることからやはり主力商品中心の展開になっており、準新譜や旧作品の購入をするにはかなり苦労することになる。

## 次世代ディスクについて

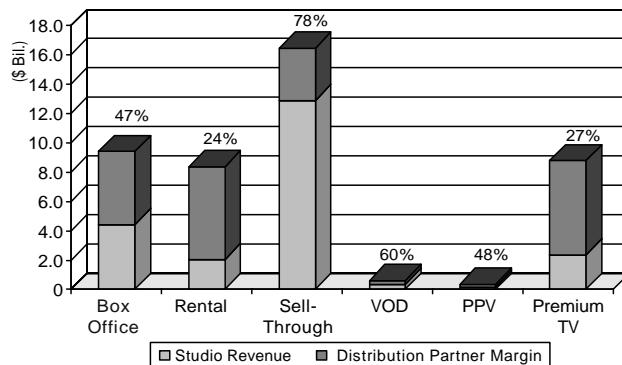
ベストバイ、パーズンレコード、サンコースト、ウォールマート、ターゲット、フライズなど多くの店頭での陳列が確認でき、ラックや専用コーナーにて両陣営の在庫がほぼ同程度の枚数で在庫されている状況であった。それぞれのソフトの新譜が専門店で40ドル弱、量販店で30ドル弱、カタログ商品で35ドル、25ドルという価格帯のところが中心だった。今年になってからは両陣営から有力新譜が発売され、6月までにブルーレイが180万枚、HDで130万枚の出荷ということであり、ブルーレイ陣営が一步リードしている。高画質を売りに次世代市場を盛り上げる計画であるが、まだ市場全体では0.5%の構成比に過ぎないというのが現実でもある。90%以上の消費者はまだ次世代ディスクの認識や両陣営の特徴などわ

からないといわれている。今の情勢では当分の間は両陣営から互換性のないハード、ソフトの発売で進行する模様であり、販売店での仕入れや品揃えの負担が大きい時期が続くことが予想される。ブロックバスター社では多くのショップでブルーレイ作品中心の構成にすることを決定したというニュースが日本でも話題になっているが、訪問した店舗の在庫は数枚程度であった。

## デジタルデリバリービジネス

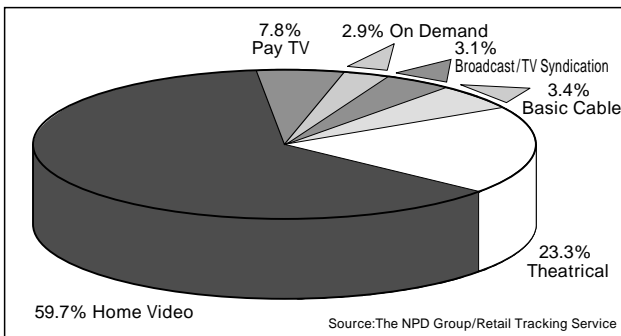
この分野では、多くのメジャースタジオの参加により、ストリーミングやダウンロード、ディスクへの焼き付け等、さまざまなコンテンツ供給スタイルの試みがスタートした1年と云える。約20社ぐらいのサービス会社が紹介されているが、映画に関しては、まだ昨年のトータルの売上でも3,000万ドルと云われ、これはDVD市場全体の0.1%にも満たない。利用の多い音楽を含めても、まだ全体で2億ドルぐらいのビジネスでしかないが、emaの話によれば、2011年にはエレクトリックデリバリーの市場が10%ぐらいになるとも予測されている。さまざまなビジネスモデルの実験が見られるが、その一つにユーザーがDVDに焼くことの出来るコンテンツ供給の仕組みで、エレクトリックセルスルーといわれるものがある。これはウォールマート社などスペースに限りのある店舗でのDVDの拡販に有効なモデルともいわれ、課題となっている幅広いカタログ商品を届けるための一つの手段にするべく研究されている。将来はキオスク端末などを介して、出来る限り店頭からユーザーに届けたいとも考えられているが、昨年秋にはワーナー社がウォールマートと組んで『スーパーマンリターンズ』で実験的にウェブサイトからのサービスも試みた。現状ではダウンロードにかかる時間の多さや、DVDほどの特典映像等がないなどの課題を持ちながらも、ストリーム方式や期限付きの視聴スタイルのシネマナウやムービーリンクをはじめとして、多くの会社の参入が続いている。それぞれの会社がメジャー各社とのコンテンツ供給契約を得たとの報道も多いが、実際はセル市場に影響の出ない範囲でのコンテンツ供給が中心であり、大きな規模市場をもつホー

図3.2006年の各種映像市場の規模とスタジオ売上のシェア



©2007 Adams Media Research

図4.2006年のスタジオ売上における各市場のシェア

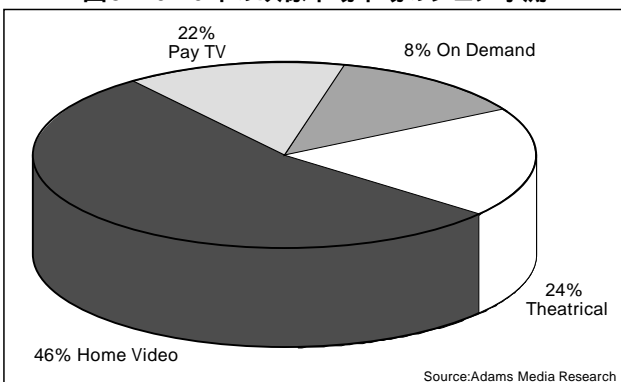


ムビデオ市場中心の展開が今後5～10年は続くとも云われている。映画のオンデマンド市場として、近年では、ケーブル経由のサービスの伸張がアダムメディアリサーチ社からも伝えられているが、TVで見られることに加え、ネット経由の保護技術に不安を持つメジャー各社が、有力なコンテンツをケーブルサービスに早めに供給したからだとも考えられる。ネットフリックス社は「Watch Now」という会員向けのパソコンへのストリーミングサービスを今年1月にスタートした（利用可能なタイトル数は4,000）。月会費の1ドル分毎に一時間の視聴が無料でサービスされるシステムとなっている。最近、7月上旬から8月末での2か月で急激に利用が増え、1,000万アクセスがあったと報道されている（1月から6月までの累計では500万人）。毎日160万枚のDVDの発送をしている同社に取ってはまだ小さなアクセスであるが、今後の有力なサービス形態になるという可能性があることから、2008年中にはTVで見られるように開発されたセットトップボックスを使用したストリーミングサービス開始を計画しており、有力なケーブル会社との提携も視野に入れているとのことである。

**まとめ**

アダムメディアリサーチ社によれば、2010年の映画コンテンツの利用は、ビデオソフト市場が46%、興行が24%、VODが8%、ケーブルその他PPVが22%と、映画を楽しむ場としては圧倒的なものをビデオ市場が占めると予測されている。

図5.2010年の映像市場市場のシェア予測



その予測の命運を担う次世代ディスクの動向であるが、今年のクリスマス商戦で両陣営がどの程度思いきった価格設定のハードを発売するかということに大いなる期待と関心が持たれていた。また、どちらの陣営が有利な状況なのかは今の状況からは全くわからないとの意見が多かった。現在は発売タイトル数で優勢なブルーレイ陣営が有利とも報道されているが、消費者のハードの購買に対する判断からは買いやすい価格帯のものを提供可能なHD陣営とも云われ、その価格にどこまでPS3が近付くことができるかということに注目が集まっている。

レンタルマーケットでは、既存店のもつタイトル数とは比較にならない85,000タイトルに及ぶ幅広いカタログを持つネットフリックス社の躍進と、それを追いかける形となったブロックバスター社の動向が大きな話題になっているが、これはやはり冒頭に述べた米国のDVD市場の特徴から起こりつつある一つの変化とも思われる。emaの話では、今後、店舗の在庫管理やロス率の削減が最近の大きなテーマになり、各チェーンが強化策を実施しはじめたのである。国土の違いも含め、専門店の持つ幅広いタイトル数やきめ細かい顧客サービスに恵まれている日本では、結果として米国と異なり、既存のレンタル店がかなりがんばっているし、これまでオンラインレンタルが取り立てて大きく伸張してきているわけではないという現象も納得のいくところである。

視察の中で、最近では最も成功したといわれる新しいタイプのショッピングスペース、「ザ・グローブ」を訪れた。「ファーマーズマーケット」という昔からの観光名所に隣接したエリアに、住民がくつろげる場所が欲しいという事前調査のニーズに答え、そのエリアの住人のライフスタイルにあわせて開発がされたそうである。訪問した日曜の午後は家族で噴水のまわりの芝生でゆったりとくつろぐ姿も多く見られ、各ショップも大いに賑わっていた。オープン時は「遊びにきてください、買い物はしなくても結構ですから」とユニークなアピールがされたとのことである。アメリカの流通戦略は、近隣住人のセグメントをしっかりマーケティングして出店し、品揃えや価格帯もかなり大胆に割り切っていくことで成功してきたと言われている。最近、日本でも、この「ザ・グローブ」のコンセプトをさらに拡大した巨大なショッピングゾーンの成功が伝えられている。かつては一億総中流意識と云われた日本人の生活様式が、さらにアメリカのそれに近付きつつある中で、消費者の行動や嗜好も変わってきている。アメリカで起こっている様々なビジネスの変化やマーケティングをより参考にする必要があるのかもしれないと感じつつ帰路についた。

\*市場数値、グラフはema及びAdams Media Research社の資料による。

## 第266回定例理事会開催報告

第266回定例理事会は、9月4日(火)午後2時00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 理事就退任承認の件…承認

(退任)宮下昌幸

アミューソフトエンタテインメント(株)

(就任)松崎澄男

アミューソフトエンタテインメント(株)

第2号議案 総務省情報通信審議会第4次中間答申に対する意見提出の件…承認

第3号議案 「秋葉原エンタまつり 2007」に対する後援名義使用承認の件…承認

第4号議案 「CEATEC JAPAN 2007」に対する協賛名義使用承認の件…承認

第5号議案 JAVCOM No.119セミナーに対する後援名義使用承認の件…承認

第6号議案 協賛会員退会の件…承認

(退会)㈱図書館流通センター

その他、事務局からの報告事項は次の通り。

各分会報告について、2007年上半期統計調査報告書について、2007年6月度ビデオソフト売上速報について、2007年7月度ビデオソフト売上速報について、DVD生産実績及びDVDハード出荷実績について等。

## BBマルチメディア委員会

### BBマルチメディア委員会海外研修ツアーについて

BBマルチメディア委員会では、2007年10月14日から21日までの6泊8日の予定で、米国研修ツアーを企画している。昨年、実施した研修が好評を得たことから、引き続き、企業訪問を中心とした研修を企画した。

日本では、普及が伸び悩んでいるデジタルシネマだが、米国では、映画会社の支援もあり、急速に導入が広がっているとのことである。このデジタルシネマ環境を元に、4Kのデジタルシネマや3Dライブ映像などの取り組みが始まっている。そこには、HD映像が家庭でも手軽に楽しめるようになったホームシアターに対抗し、豊かな映像体験を提供することで劇場の魅力を高め、劇場への来場数を増加させることが狙いとされているようだ。

一方、2005年10月にAppleのiTunes Music Storeからテレビ番組の有料配信を開始したABCは、その後も提供する番組数を増加させたばかりか、自社のWebから広告モデルの無料配信をも開始している。ABCによれば、無料配信と有料配信が両立しているばかりか、DVDの販売も好調だということである。また、オンラインDVDレンタルのNetflixも、月極の会費に応じて、視聴できる時間に差はあるものの、ストリーミングによる映画配信サービスWatch Nowを開始している。

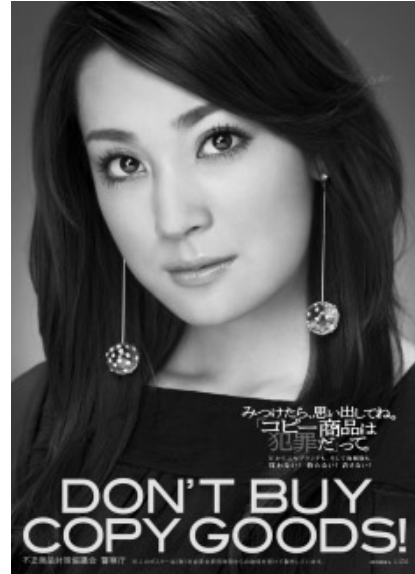
このような状況の下、今回の研修では、デジタルシネマの現状

や次の劇場用映画として期待が高い3D映像の制作から編集、上映に至るまでを研修する目的で、カンヌ国際映画祭で「U2 3D」を上映し注目された3ality Digital EntertainmentやNTTなどと4Kシネマの実験を行なっているe-Film、フィルムからデジタルまで、長い歴史を有するTechnicolorを訪問する。また、映像配信市場において、特に、テレビ番組の配信においては、常に市場をリードしてきたABC Television Group Disney Media NetworksとNetflixを訪問し、米国の映像配信市場の現状を学ぶとともに、日本市場の可能性についての意見交換を行うことを予定している。さらに、映像配信関連技術としてなじみ深いWindows Media PlayerやWindows DRMなどを開発しているMicrosoftのシリコンバレー研究所やSecond Lifeを運営するLinden labを訪問することとしている。その他、iTunes Storeを運営するAppleなどとも、アポイントの交渉中である。本件に関するお問い合わせは事務局駒崎まで。

## 知的財産保護のための広報啓発ポスター 「DON'T BUY COPY GOODS!」を製作・配布

不正商品対策協議会では、「知的財産権の保護と不正商品の排除」を目的とした毎年恒例の広報・啓発ポスター「DON'T BUY COPY GOODS!」を製作した。今回で4代目となるモデルは、ファッション雑誌「JJ」の専属モデルとして活躍中のLIZAさん。若い女性をターゲットにおしゃれなイメージで、「偽ブランドや海賊版を購入しない」よう訴えかけている。

今回もこのポスターは、全国の警察署や交番など1,600ヶ所に配布して、各所にて掲示いただく。なお、ポスターの使用期間は、9月1日から1年間の予定となっている。ポスター入手希望の方は事務局・鈴木まで。



このポスターは(財)社会安全研究財団からの助成を受けて製作しています

## ANTI-PIRACY 違法対策部会

### “ 擬似レンタル ” 増加の懸念

平成19年7月、8月の間、三重県、高知県、愛媛県、兵庫県、千葉県、福岡県、宮崎県、熊本県、島根県のレンタルビデオ店163店の調査・折衝を実施した。調査結果は、廃業等84店を除く、実質営業79店のうち25件の違法行為が確認された。違法行為の確認率は32%。その内訳は、海賊版DVD所持が1件、セルDVDのレンタル転用が24件だった。このうち、三重県のレンタルビデオ店2店では、セルDVD商品を有料で一定期間「試写」させ、気に入ったら購入させる、という“擬似レンタル”の違法行為があった。

三重県のレンタルビデオ店Aでは、新作と準新作250枚と旧作400枚のレンタル用DVDが陳列され、その1枚、1枚に販売価格2500円～5000円のインデックスが貼付され、一見、販売のための商品かと思われたが、陳列棚の数箇所に「新作 2泊3日390円、旧作・準新作 1週間390円で試写することができます。試写後お気に召した場合は購入されることをおすすめします」との表示があった。このことからセル用DVDを擬似レンタルに使用していることが判明。経営者に頒布権侵害である旨を告げたが、「あくまで販売を目的とした販促の一環である」と主張。後日、協会顧問弁護士より勧告文を送付したところ、経営者から違法行為を中止するという回答を得た。同様の違法行為を「DVD販売キャンセルシステム」と銘打ち行っている同県内のB店についても、同様の対応を行い、回答を得ている。今後、こういった違法行為の増加が懸念されるところである。

#### 7～8月実績

調査店数	163店
営業店数	79店
違法行為 確認件数	海賊版所持 1件 DVD、VCセル、レンタル転用 24件
海賊版確認本数	DVD 17枚
刑事告訴事件数	1件
警察による海賊版押収本枚数	DVD 350枚
違法行為確認率	32%
廃業率	52%

#### 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			セルDVDの レンタル転用	セルVWCの レンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	許諾店	確認数	回収数		
三重県	20	1	38				8	
高知県	7		2				1	
愛媛県	2	1	6				2	
兵庫県	1						1	
千葉県	16	2	23	1	17	17	3	
福岡県		1						
宮崎県	11		9				2	
熊本県	9	4	9				5	
島根県	4		7				2	
合計	70	9	94	1	17	17	24	0

# リレーエッセイ 67



㈱角川グループホールディングス 代表取締役会長 角川歴彦氏からのご紹介

竹内 成和 氏 (株式会社ソニー・ピクチャーズ エンタテインメント 代表取締役会長)

## 「ニューパッケージ」

今回角川会長からリレーエッセイのご指名を受けたが、私は前回角川会長がエッセイの中で触れられたパッケージについて、私がSME時代に携わったCDの初期の思い出も含めて書いてみたいと思う。

CDが登場する少し前のアナログディスクは1980年から貸しレコード等の影響もあり、生産実績が前年を割り込むようになっていた。その頃にアナログからデジタルへ、そして接触再生から非接触再生という革新的なパッケージCD(コンパクトディスク)が誕生したのである。

CDが登場したのは1982年の秋で、最初のSONYの第1号機(CDP101)が168,000円という高価格で、又他社の製品も同様に高価格であったことから、なかなか普及は進まなかった。その頃丁度私は本社スタッフとしてCDの窓口担当に任命されたのだが、当初の在庫接店は確保したものの実売は伸びず、特約店からの返品圧力に右往左往していた。そんな中、1984年の秋にSONYのポータブルプレーヤー(D50)が発売されたのであるが、49,800円という戦略的な価格付けもさることながら、そのコンパクトさは画期的で、当時まさにこれこそコンパクトディスクと思わせるものだった。我々はこのD50こそCD普及の起爆剤と考え、形状見本を携えて全国各地の特約店に普及を信じて接店の更なる拡大と在庫の拡充をして頂けるようお願いに回った。ある時はその形状見本が空港のセキュリティーチェックで引っかかり、係員に開けるよう求められたが発表前の商品なので、その場で開けることもできず、警備室まで連れていかれた事も

懐かしい思い出である。それからは皆さんもご存知のようにこのD50が爆発的な売れ行きを示し、それに連れてCDソフトの普及も急速に進み、一時は生産が追いつかない状況にまでなった。そして1985年の下半期にはアルバムの売上でLPレコードを越えるまでになり、CDはその後音楽パッケージのマーケットを2倍以上の規模にまで押し上げたのである。この後我々の映像ソフトマーケットにおいても、このCDと同様の結果がDVDという新しいパッケージによってもたらされたのである。

我々のソフトコンテンツというものは勿論形のないものであるから、CDやDVDというものはそれらをパッケージという形にして伝達する一つの伝達手段であると考えられる。それらの伝達手段が技術の進歩により利便性が増し、高度化される毎に我々は新作に限らずカタログ商品等をそのフォーマットに乗せかえて発売することによってマーケットを拡大してきたと言える。そしてDVDの成長に翳りが見えはじめた現在、次世代パッケージメディアであるブルーレイやHD-DVDが登場し、加えてブロードバンド時代の到来によりノンパッケージメディアであるネット上におけるVODやEST等のサービスが出現し、今その動向が注目されている。

メディアが進歩していく中で、勿論違法なコピーやダウンロードに目を光らせる必要はあるが、私としてはこれらのことを好機ととらえ、JVA会員の皆さんと協力してマーケットの拡大に向けて積極的に取り組んでいきたいと考えている。

## 日誌に見る協会の動き

### 【7月】

- 3日 AACCSとの会議  
私的録画補償金問題委員会  
理事会
- 4日 映像倫理協議会総会
- 7日 ACAほんど?ボント!フェアin大阪(～8日)
- 9日 ISANIに関する検討委員会
- 10日 総合連絡委員会

- 11日 マーケティング委員会
- 12日 権利者団体対応委員会  
業務使用対策委員会
- 17日 ACAシンポジウム打合せ
- 19日 権利者団体対応委員会  
著作権部会
- 24日 統計調査委員会
- 27日 ACA企画広報部会

### 【8月】

- 7日 私的録画補償金WG
- 8日 権利者団体対応委員会  
マーケティング委員会
- 27日 キャンペーン小委員会
- 30日 業務部会幹事会
- 31日 統計調査委員会

# 統計

## 2007年7月度

	7 月 実 績 (金額単位: 百万円 数量単位: 千本・千枚)									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	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	15,390	65.8%	89.3%	5,431	71.8%	78.9%	745	85.3%		112,290	65.6%	94.1%	35,196	68.6%	85.5%	5,662	103.8%
レンタル店用	7,887	33.7%	81.1%	1,913	25.3%	84.5%	506	84.5%		58,026	33.9%	101.2%	13,681	26.6%	108.9%	3,235	87.4%
その他・業務用	95	0.4%	61.7%	216	2.9%	36.3%	2	100.0%		904	0.5%	73.7%	2,466	4.8%	89.5%	16	51.6%
DVDビデオ	23,372	99.7%	86.2%	7,560	99.8%	77.6%	1,253	85.0%	増 16社 減 15社 その他 3社	171,220	99.7%	96.2%	51,343	99.6%	90.9%	8,913	97.0%
カセット	64	0.3%	16.1%	16	0.2%	14.7%	9	11.1%	増 0社 減 14社 その他 4社	574	0.3%	13.5%	225	0.4%	22.8%	119	12.6%
合 計	23,436	100.0%	85.2%	7,577	100.0%	76.9%	1,262	81.2%		171,794	100.0%	94.3%	51,568	100.0%	89.7%	9,032	89.1%

今月の売上報告社数.....34社 (前年同月の報告社数: 33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7月度より、カセットのルート別調査は中止  
 累計値については、1月~6月の累計として2007年上半期調査の数字を用いている

## 2007年8月度

	8 月 実 績 (金額単位: 百万円 数量単位: 千本・千枚)									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	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	14,920	60.8%	89.5%	4,837	63.2%	76.8%	718	98.1%		127,210	65.0%	93.5%	40,033	67.9%	84.3%	6,380	103.1%
レンタル店用	9,461	38.5%	130.5%	2,528	33.0%	159.4%	606	83.0%		67,487	34.5%	104.5%	16,209	27.5%	114.6%	3,841	86.7%
その他・業務用	177	0.7%	89.4%	287	3.8%	59.3%	1	12.5%		1,081	0.6%	75.9%	2,753	4.7%	85.0%	17	43.6%
DVDビデオ	24,558	99.8%	101.8%	7,652	99.4%	91.4%	1,325	90.1%	増 14社 減 17社 その他 2社	195,778	99.7%	96.9%	58,995	99.5%	90.9%	10,238	96.1%
カセット	57	0.2%	17.3%	49	0.6%	74.1%	10	12.0%	増 1社 減 15社 その他 1社	631	0.3%	13.8%	274	0.5%	26.0%	129	12.5%
合 計	24,615	100.0%	100.7%	7,702	100.0%	91.3%	1,335	86.0%		196,409	100.0%	95.1%	59,269	100.0%	89.9%	10,367	88.7%

今月の売上報告社数.....34社 (前年同月の報告社数: 33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7月度より、カセットのルート別調査は中止  
 累計値については、1月~6月の累計として2007年上半期調査の数字を用いている

# DVD生産統計

(単位: 千枚)

地域	区分	05/1~3	05/4~6	05/7~9	05/10~12	05年計	06/1~3	06/4~6	06/7~9	06/10~12	06年計	07/1~3	07/4~6		07年計
国内向け	合計枚数	52,036	49,407	58,938	85,877	246,258	59,183	45,803	48,973	70,196	224,155	62,163	60,307		122,470
	前年同期比	95.4%	94.2%	106.2%	115.9%	104.1%	113.7%	92.7%	83.1%	81.7%	91.0%	105.0%	131.7%		116.7%
	DVDビデオ	41,432	42,754	49,053	73,938	207,177	47,315	44,655	47,027	68,153	207,150	59,245	58,037		117,282
	前年同期比	99.7%	95.3%	107.1%	125.6%	108.4%	114.2%	104.4%	95.9%	92.2%	100.0%	125.2%	130.0%		127.5%
	DVD-ROM	10,604	6,653	9,885	11,939	39,081	11,868	1,148	1,946	2,043	17,005	2,918	2,270		5,188
	前年同期比	81.7%	87.7%	102.3%	78.6%	86.1%	111.9%	17.3%	19.7%	17.1%	43.5%	24.6%	197.7%		39.9%

回答社... (株)ソニー・ミュージックコミュニケーションズ / ソニーPCL(株) / コロムビアデジタルメディア(株) / トエムメディア・ソリューションズ(株) / 日本ビクター(株) / 松下電器産業(株) / メモリーテック(株)の7社  
 2006年第2四半期よりソニーPCL(株)が参加。 2006年第2四半期より、DVD-ROMにPS2用ソフトを含まない。

# 社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名（五十音順） 2007年10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 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(有)  
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)一丸堂印刷所  
(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)