



2019.12

No.197
2019.DECEMBER

Main Reports

- 『11月3日はビデオの日 おうちでエンタメ!』
キャンペーン実施状況の報告



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

2019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)	3,523	61.1%	94.6%	907	39.6%	87.0%	298	104.6%	増 減 その 他 8社 19社	34,226	63.2%	74.8%	9,625	42.4%	80.5%	2,460	80.6%	
特殊ルート	23	0.4%	74.2%	17	0.7%	19.3%	4	200.0%		212	0.4%	69.7%	641	2.8%	84.0%	33	117.9%	
レンタル店用	2,169	37.6%	69.8%	1,332	58.2%	57.1%	364	85.6%		19,310	35.7%	79.9%	12,295	54.2%	74.6%	2,936	77.8%	
業務用	52	0.9%	100.0%	34	1.5%	244.9%	24	57.1%		403	0.7%	100.5%	128	0.6%	72.4%	123	44.1%	
DVDビデオ	5,767	47.4%	83.4%	2,290	64.2%	65.8%	690	91.5%		54,151	47.5%	76.7%	22,688	66.7%	77.2%	5,552	77.8%	
販売用(個人向)	6,156	96.1%	100.0%	1,163	91.0%	93.6%	348	158.2%	増 減 その 他 10社 17社	57,211	95.6%	93.7%	10,048	88.9%	90.6%	2,137	101.9%	
特殊ルート	7	0.1%	36.8%	2	0.2%	33.0%	3	—		192	0.3%	125.5%	50	0.4%	81.9%	16	76.2%	
レンタル店用	240	3.7%	55.6%	112	8.8%	38.6%	19	70.4%		2,292	3.8%	87.2%	1,183	10.5%	76.8%	145	79.2%	
業務用	2	0.0%	33.3%	1	0.0%	71.4%	0	—		153	0.3%	255.0%	24	0.2%	177.7%	0	0.0%	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,405	52.6%	96.8%	1,278	35.8%	83.0%	370	149.8%		59,848	52.5%	93.7%	11,305	33.3%	89.0%	2,298	99.8%	
合 計	12,172	100.0%	90.0%	3,567	100.0%	71.1%	1,060	105.9%		113,999	100.0%	84.8%	33,993	100.0%	80.8%	7,850	83.2%	

◎今月の売上報告社数……29社(※前年同月の報告社数:29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。 ◎累計値には、1月～6月の数字として、2019年上半期調査の数字を用いている。

2019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)	6,101	75.4%	168.9%	1,488	48.8%	136.4%	326	103.8%	増 減 その 他 7社 19社	40,327	64.8%	81.7%	11,113	43.2%	85.2%	2,786	82.7%	
特殊ルート	20	0.2%	71.4%	84	2.8%	78.9%	2	100.0%		232	0.4%	69.9%	725	2.8%	83.4%	35	116.7%	
レンタル店用	1,928	23.8%	78.8%	1,469	48.2%	93.0%	506	109.5%		21,238	34.1%	79.8%	13,764	53.5%	76.2%	3,442	81.3%	
業務用	40	0.5%	88.9%	5	0.2%	70.8%	18	138.5%		443	0.7%	99.3%	132	0.5%	72.3%	141	48.3%	
DVDビデオ	8,089	45.3%	131.9%	3,045	61.9%	109.4%	852	107.7%		62,240	47.2%	81.1%	25,734	66.1%	80.0%	6,404	80.8%	
販売用(個人向)	9,500	97.4%	165.7%	1,732	92.2%	165.1%	211	92.5%	増 減 その 他 14社 12社	66,711	95.8%	99.9%	11,780	89.4%	97.0%	2,348	101.0%	
特殊ルート	3	0.0%	17.6%	2	0.1%	28.4%	0	—		195	0.3%	114.7%	52	0.4%	76.2%	16	76.2%	
レンタル店用	243	2.5%	90.0%	143	7.6%	137.4%	17	85.0%		2,535	3.6%	87.5%	1,325	10.1%	80.6%	162	79.8%	
業務用	8	0.1%	66.7%	1	0.1%	62.9%	0	—		161	0.2%	223.6%	25	0.2%	165.8%	0	0.0%	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	9,754	54.7%	161.7%	1,878	38.1%	161.7%	228	91.9%		69,602	52.8%	99.6%	13,182	33.9%	95.1%	2,526	99.0%	
合 計	17,843	100.0%	146.7%	4,923	100.0%	124.8%	1,080	103.9%		131,842	100.0%	89.9%	38,916	100.0%	84.6%	8,930	85.2%	

◎今月の売上報告社数……29社(※前年同月の報告社数:29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。 ◎累計値には、1月～6月の数字として、2019年上半期調査の数字を用いている。

Index

月間売上統計(9月、10月)	1	主要各国の映画、ビデオソフト、映像配信市場のデータ	9
「11月3日はビデオの日 おうちでエンタメ!」キャンペーン実施状況の報告	2	2020 年度新入社員合同研修会開催のお知らせ	11
第 393 回、394 回定例理事会開催報告	5	西日本合同賀詞交歓会開催のご案内	11
JVA の今後の在り方について検討する会議を設置	5	2020 年新年賀詞交歓会開催のご案内	11
アンチリッピングトレーラー収録作品数	5	障害者差別解消法に係る再周知要請等について	12
「映像配信統計調査グループ」設置の件	6	公用文等における日本人の姓名のローマ字表記について	12
映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査の実施について	6	不正商品対策協議会	12
バス車内での持ち込みビデオソフトの上映お断りを周知する資料を刷新	6	コンテンツ海外流通促進機構	13
侵害コンテンツのダウンロード違法化等に関する意見書を提出	7	Relayessay140	14
映像データベースの作品登録状況	8	日誌に見る協会の動き	14

『11月3日はビデオの日 おうちでエンタメ!』キャンペーン 実施状況の報告

本年もいよいよ11月3日を迎え、4回目となる『11月3日はビデオの日 おうちでエンタメ!』キャンペーンが本格的に始動した。昨年度はセル市場活性化を目的として実施された『プレミアムキャンペーン』を、今年度はレンタル市場も含めセル&レンタルの活性化キャンペーンとして実施することとした。1000円以上のビデオソフト(DVD、ブルーレイ4KUHD)の購入レシートでも、1000円以上をレンタルしたレシートでも、応募が可能というもの。

このキャンペーンの告知ツールとして制作したポスター7,500枚(前年比1.5倍)及び応募用紙18万5千枚(前年比1.85倍)は、11月1日のキャンペーン開始前に、(株)ハビネット様のご協力を得て、主なセルのリアルショップ向けに配送された。また各レンタル店へは、10月上旬からポスターの配布を開始し、各店ごとの事情を考慮しつつ露出機会の増大を図った。

昨年に引き続き制作した応募用紙(右下参照)は、ウェブからの応募だけでなく郵送での応募も可能にするもので、昨年応募総数の約2割が郵送による応募だった。本年度は11月22日現在で約5割近い応募が郵送によるものとなっており、そのほとんどがこの応募用紙が活用されている。店頭での設置がしかりできていることが要因のひとつだと考えられる。

また、昨年も作成したキャンペーン小冊子23万部(前年比1.15倍)は、本年度よりデジタル・エンターテインメント・グループ・ジャパン(DEGジャパン)と合同で制作した。DEGジャパンにおいても市場活性化を狙ったアワードの施策を実施しており、『ビデオの日』キャンペーン期間と同施策の実施期間の中間での完成を目標とした為、配本は11月中旬となり、店舗には11月下旬から順次設置されることとなった。「ビデオの日」実行委員会では、昨年の2倍の応募数を目指している。

なお、今回ソニーマーケティング株式会社のご協力により、本キャンペーンの告知として実施される「リツイートキャンペーン」にウェアラブルネックスピーカをご提供いただいている。また、この『プレミアムキャンペーン』に合わせて、各セル法人においても

それぞれの顧客の特徴に応じた販促キャンペーンを展開されている。主な施策について次頁の表にまとめてみた。年末の拡販期に向け市場が大いに活性化されることを期待したい。

また、「11月3日はビデオの日」の認知を高める目的で実施している、オープンキャンペーン『「11月3日はビデオの日」キャンペーン』〜4Kまるごとプレゼント〜は、読売、朝日、毎日などの全国紙をはじめ、『女性自身』『週刊ポスト』といった週刊誌にも読者プレゼントの形で取り上げられ、オープンキャンペーン告知及び「ビデオの日」認知向上に資している。なお、本キャンペーンの趣旨にご賛同いただき、DEGジャパンから「4K UHDソフト50作品」を、そして「BOSEサウンドバー」はボーズ合同会社から、それぞれご提供をいただくこととなった。

買っても! 借りても! DVD・ブルーレイ・4K UHDの
1,000円以上のレシートで当たる!

11月3日はビデオの日
プレミアムキャンペーン

キャンペーン期間: 2019年11月1日(金) ~ 12月31日(木)

好きなブルーレイ&DVD 50 B お好きな4K UHD 50

C ミビタGIFT 100 D 和牛カタクログギフト 10

E お好きな日本映画を 1 F 映画会社試写室独占上映会 1

G 映画所見学 1 H アニメジャパン入場券 5

I レコーディングスタジオ体験 1 J 映画会社試写室 1

K 映画会社試写室 1

11月3日はビデオの日 キャンペーン 4Kまるごとプレゼント!

4Kブルーレイ・4K UHD・ブルーレイ・DVD・BOSEサウンドバー・4K UHDソフト50作品を全部に当たる!

応募期間: 2019年11月1日(金) ~ 12月31日(木)

応募先: 各セル法人

応募方法: 各セル法人のウェブサイトまたはWEBへ

11月3日はビデオの日

↑プレミアムキャンペーン店頭用B2ポスター

おうちでエンタメ! / 11月3日はビデオの日

DVD・ブルーレイ・4K UHDの
1,000円以上のレシートで当たる!

買っても! 借りても! プレミアムキャンペーン

2019年11月1日(金) ~ 12月31日(木)

“令和の冬”はプレミアム!
豪華賞品&レア体験! 計230名様に当たる!

貞子 カノコ

新作ブルーレイ&DVD ますます充実! 4K UHD作品も!

TAKE FREE

↑本年度からDEGジャパンと合同制作した小冊子A5サイズ28頁の表紙

1,000円以上のレシートで1回応募!

A お好きなブルーレイ&DVD 50 B お好きな4K UHD 50

C ミビタGIFT 100 D 和牛カタクログギフト 10

E お好きな日本映画を 1 F 映画会社試写室独占上映会 1

G 映画所見学 1 H アニメジャパン入場券 5

I レコーディングスタジオ体験 1 J 映画会社試写室 1

K 映画会社試写室 1

11月3日はビデオの日

1996年11月にDVDが発売開始。
2006年11月にBlue-rayが発売開始。
それ以後の誕生日を記念して、
11月3日を「ビデオの日」として制定しました。

1540023

東京都世田谷区若林3-33-16
第一愛和ビル301
「11月3日はビデオの日」
プレミアムキャンペーン事務局

11月3日はビデオの日

1996年11月にDVDが発売開始。
2006年11月にBlue-rayが発売開始。
それ以後の誕生日を記念して、
11月3日を「ビデオの日」として制定しました。

DVD・ブルーレイ・4K UHDの
1,000円以上のレシートで当たる!

11月3日はビデオの日
プレミアムキャンペーン

期間: 2019年11月1日(金) ~ 12月31日(木)

応募期間: 2019年11月10日(金)まで

貞子 カノコ

お好きな新作ビデオ&ミビタGIFTなど
計230名様に当たる!

キャンペーンについての詳細は
各セル法人のウェブサイトまたはWEBへ

https://videonoh.jp/premium-cp/

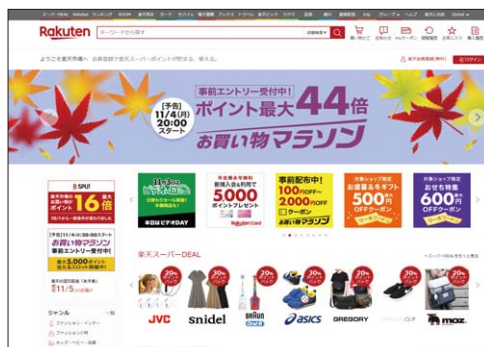
↑応募用紙の裏面(三ツ折)

「11月3日はビデオの日」

▼主なセル事業者の「11月3日はビデオの日」独自キャンペーン施策

会社名	施策内容
アマゾン・ジャパン(同)	「ビデオの日」冠セール(期間:11/1~11/30) 「ビデオの日」オープンキャンペーンに協賛
(株)ゲオ	プレミアムフライデー・キャンペーン/店頭告知 (A1ポスター、POS客面ディスプレイなど多数) ゲオナビ10、11月号掲載/「ビデオの日」オープンキャンペーンに協賛
(株)セブンネットショッピング	プレミアムプレゼント、DCセール「キャッツ」特別試写会、 「ビデオの日」オープンキャンペーンに協賛
(株)TSUTAYA	「おうちで映画キャンペーン」展開に付随、SNS情報発信、 「ビデオの日」オープンキャンペーンに協賛
楽天(株)	楽天市場スーパーセールでの展開(11/3) プレミアムプレゼント、DCセール「キャッツ」特別試写会、 「ビデオの日」オープンキャンペーンに協賛
(株)アニメイト	「animate映像ソフト大感謝祭」展開に「ビデオの日」付随、 「きゃらびい」掲載、SNS情報発信
タワーレコード(株)	「タワープラス」11月号出稿、新作との連動展開
(株)山野楽器	「ビデオの日」用チラシ、応募はがきの活用、邦画セール
(株)ヨドバシカメラ	秋葉原店「ビデオの日」特別セール開催(11/2~3)
(株)ビックカメラ	ビック有楽町店「ビデオの日」特別セール開催(11/2~4)
(株)ハビネット 取引店	上新電気「ビデオの日」特別セール開催(11/2~4)

▼楽天市場TOPページでの告知



▼ゲオ・POS客面ディスプレイでの告知



▼ビックカメラ有楽町店ピロティでのセール



▼ヨドバシカメラ秋葉原店玄関口でのセール



5日間で7千5百人の来場者、今年も大盛況となった『映像 百花繚乱上映会 2019』

今年も「11月3日はビデオの日」をアピールする目的で、10月29日(火)から11月2日(土)の間、東京千代田区の東京ミッドタウン日比谷 日比谷ステップ広場において『11月3日はビデオの日映像百花繚乱上映会2019』のイベントを開催した。本イベントは、ビデオの日実行委員会と、毎年この時期に開催される東京国際映画祭および、昨年からの同映画祭の会場のひとつとなった東京ミッドタウン日比谷とのコラボイベントとして開催され、昨年に引き続き2回目の実施となった。昨年と比べ実施期間が3日減り5日間の開催となったが、映画の聖地「日比谷」をより意識した上映ラインナップにし、1日平均1,500人(昨年比20%UP)という大盛況となった。

上映作品は、会員各社からご提供いただいた邦画、洋画、アニメなどバラエティに富んだ9作品が出揃った。近日発売作品の告知や『11月3日はビデオの日』の告知PVと合わせ、本年はDEGジャパンとの共同企画として、「第11回(2018年度)日本ブルーレイ大賞(DEGジャパン主催)」受賞作品も上映、来場者に大いにアピールする場となった(上映作品、スケジュールは次頁の表参照)。また、本年度がちょうど「平成」から「令和」へ移行行く年であることを記念し、本年度の最新ビデオで振り返る『平成から令和へ〜時代を駆け抜ける最新ビデオ作品・PV集』と題した映像も制作し、本イベント会場において上映した。東京国際映画祭サイドで本イベント

についての事前告知用にチラシを作成していただき、さらにこのチラシを大きくパネル化して国際映画祭の会場3か所に設置。これらの告知や映画祭のTwitterなどによる効果もあってか、日を追うごとに来場者が増加していった。

さらに本年度は、東京だけではなく全国のレンタル店集

客促進を目的とした『“あなたの街でもビデオの日”全国上映会』を日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合の運営協力のもと全国16箇所で開催した。こちらも延べ来場者数約1,000人といった実績となり、全国の多くの方に「ビデオの日」をアピールした。

『映像 百花繚乱上映会2019』上映作品

10月29日(火)	10月30日(水)	10月31日(木)	11月1日(金)	11月2日(土)
11:00~	12:00~	12:00~	11:00~	12:00~
平成から令和へ 時代を駆け抜ける 最新ビデオ作品・PV集	8年越しの花嫁 奇跡の実話 DEGジャパン第11回 「日本ブルーレイ大賞」準グランプリ作品	グレイテスト・ショーマン DEGジャパン第11回 「日本ブルーレイ大賞」グランプリ作品	平成から令和へ 時代を駆け抜ける 最新ビデオ作品・PV集	トイ・ストーリー
	15:00~	15:00~	15:00~	15:00~
平成から令和へ 時代を駆け抜ける 最新ビデオ作品・PV集	ニノ国	ラ・ラ・ランド	スパイダーマン： ファー・フロム・ホーム	トイ・ストーリー2
18:30~	18:30~	18:30~	18:30~	18:30~
ニノ国	ラ・ラ・ランド	スパイダーマン： ファー・フロム・ホーム	ボヘミアン・ラブソディ (ライヴ・エイド完全版)	トイ・ストーリー3

▼東京国際映画祭で作成した告知チラシ(裏面)



▼「映像 百花繚乱上映会2019 会場風景」



▼昨年引き続きPV集のナビゲーターを務めていただいた 園山ひかりさん(ポニーキャニオンアーティスト スワロウ所属)



▼11月1日:『ボヘミアン・ラブソディ(ライヴ・エイド完全版)』上映時の溢れかえる会場



▼「あなたの街でもビデオの日」全国上映会・福岡会場



第 393 回、第 394 回定例理事会開催報告

11月5日(火)午後2時より当協会会議室において、**第393回定例理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

該当事項なし

●報告事項

1. 各部会・委員会報告について
2. 市場活性化キャンペーン経過等報告
3. 知財関係報告
4. 2020年JVA懇親ゴルフ会について
5. 2019年9月度ビデオソフト売上速報について
6. 2019年9月度映像配信統計報告について
7. その他

12月3日(火)午後2時より当協会会議室において、**第394回定例理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

1. 2019年下期賞与支給額(案)承認の件・承認
2. MPAアジア太平洋地域代表マイケル・エリス氏退任に伴う感謝盾贈呈の件・承認

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 「ビデオの日」報告
3. 2020年度新入社員合同研修会について
4. 知財関係報告
5. 公用文等における日本人の姓名のローマ字表記について
6. 障害者差別解消法に係る再周知要請等について
7. 2019年10月度ビデオソフト売上速報について
8. 2019年10月度映像配信統計報告について
9. Jmd映像商品データ登録状況について
10. その他

JVAの今後の在り方について 検討する会議を設置

1971年7月21日の設立から48年を迎えた当協会について、今後更なる発展に向けて「JVAの今後の在り方について検討する会議」が設置されることとなった。

これは、厳しい市場状況や激変する視聴環境の中、業界団体として今後必要とされる事業、強化されるべき事業、財政基盤の安定等について検討を行うことを目的として、理事会の総意により会長の諮問機関として設置された。

当会議では、今後5年・10年先に業界を担うであろう理事社社員、16社24名が構成委員として参加し、委員長に鷲頭哲郎氏(株)ポニーキャニオン)、副委員長に大島康裕氏(株)KADOKAWA)と岩橋康平氏(東宝(株))が就任した。

これまでに、第1回会議(10月15日(火))、第2回会議(11月19日(火))が開催され、各社の映像コンテンツ市場についての考えや重要課題、JVAに期待することについてアンケートを行い、その内容を基に今後の方向性につき検討を行っている。

今後のスケジュールとしては、2月中に検討結果をまとめ、これを3月の理事会に答申し、今後の事業計画に反映させていく予定である。

アンチリッピングトレーラー 収録作品数

当協会は、「リッピング行為により私的複製したものをアップロードすること」、「リッピングによってコピーされたものをダウンロードすること」の違法性を広く消費者に訴えるための啓発キャンペーンを行っている。

その一環として、田中光氏の漫画「サラリーマン山崎シゲル」のキャラクターがアンチリッピングを訴えかけるオリジナル動画を制作し、会員各社のレンタル商品にトレーラーとして収録する『アンチリッピングキャンペーン』を実施している。

この進捗状況を把握するため、四半期ごとに収録作品を記録している。2019年7月から9月までの収録作品数は90作品、これまでに延べ2357作品に収録された。(未回答有)

【参加社】(17社)

アスミック・エース(株)、(株)アニプレックス、エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)KADOKAWA、ギャガ(株)、キングレコード(株)、松竹(株)、東映ビデオ(株)、東宝(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)博報堂DYミュージック&ピクチャーズ、(株)バップ、(株)ハピネット、(株)バンダイナムコエンターテインメント、(株)ポニーキャニオン、ワーナー ブラザース ジャパン(同)

「映像配信統計調査グループ」 設置の件

業務部会マーケット調査委員会（森口和則委員長 松竹(株)）には、「ビデオ統計調査グループ」、「ビデオレンタル店実態調査グループ」、「映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査グループ」と、当協会が実施している各種マーケット調査について検討・実施を担う会議があるが、このたび「映像配信統計調査グループ」が追加設置された。

2016年3月に営業部会に「配信マーケティング委員会」が設置され、映像配信マーケットについての現状把握を行う目的で「映像配信統計調査」を設計、実施を行ってきた。本調査も実施から数年が経過し、さらなる調査内容の充実や精度向上を図るため、営業部会から業務部会に担当を移し、本マーケット調査委員会がその業務を担うこととなったもの。

構成メンバーは、(株)KADOKAWA、キングレコード(株)、松竹(株)、東宝(株)、(株)バンダイナムコアーツ、(株)ポニーキャニオンの6社で、配信マーケティング委員会メンバー社が継続して務める。

映像ソフト市場規模及び ユーザー動向調査の実施について

業務部会マーケット調査委員会（森口和則委員長 松竹(株)）は、本年度もデジタル・エンターテインメント・グループ・ジャパン（DEGジャパン）と合同で、『映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査』を実施する。

本調査は、2019年の1年間（1月～12月）の、日本国内においての消費者（16歳～69歳の男女）のビデオソフト（DVD、ブルーレイ、Ultra HD ブルーレイ）の購入とレンタルの消費動向、有料動画配信の利用状況についてインターネットを利用して調査を行い、ユーザーレベルによるパッケージ映像ソフト市場と有料動画配信の市場規模を推定することを目的としている。

11月28日（木）には当協会会議室において、同委員会のユーザー動向調査グループメンバーによる、調査項目を検討する会議を行った。映像配信市場の動向に関心が高まるなか、これまでの調査よりもさらに有料動画配信市場の動きや動画配信利用者の実態把握に重点を移した調査となるよう変更を施した。来年1月に調査を実施し、結果発表は5月の予定である。

流通促進部会

バス車内での持ち込みビデオソフトの上映お断りを周知する資料を刷新

業務使用対策委員会（齋藤剛委員長 東映(株)）は、レンタル用や市販用などのビデオソフトを乗客が持ち込んでバス車内での上映に用いることのないよう周知するチラシを作成した。

これまで同様な主旨を訴えるステッカーは存在しバス事業者間で有効に活用されてきたが、時間の経過に伴い図柄が陳腐化し記載内容が事実とそぐわない点も出てきてしまったため、同ステッカーの在庫払底のタイミングで一から刷新を図ったもの。

この度のチラシの作成にあたっては、公益社団法人日本バス協会からアドバイスを受けながら、より効果的かつ簡便に活用できるよう、敢えてステッカーの体裁は踏襲せず、同協会ウェブサイトの会員向けページにアップロードされたチラシの画像データを、バス事業者が必要に応じてプリントアウトし利用できるようにした。

持ち込み上映をお断りする場面で対応するのは運転士であることが多く、乗客に分かり易くかつ簡単に説明出来るよう、このチラシが役に立つことを願うものである。

なお、今回のデザインは漫画家の富士鷹なすび先生にお願いした。



侵害コンテンツのダウンロード違法化等に関する意見書を提出

文化庁著作権課は、9月30日から10月30日までの期間、「侵害コンテンツのダウンロード違法化等」に関するパブリックコメントを実施した。

著作権を侵害する自動公衆送信を受信して行うデジタル方式の録音又は録画は、現行著作権法30条1項3号で複製権の侵害とされている。静止画等についても同様の制度を導入することに関する意見募集である。

当協会は、10月30日に意見を提出したが、提出意見のうち、記述式の意見は以下のURLに全文掲載している。

(http://www.jva-net.or.jp/news/news_191031/opinion.pdf)
その要旨は、後記のとおりである。

【これまでの経緯】

1. 「侵害コンテンツのダウンロード違法化」の審議経過

(1) 知的財産戦略本部・犯罪対策閣僚会議

昨年4月13日、知的財産戦略本部・犯罪対策閣僚会議は「インターネット上の海賊版サイトに対する緊急対策」を発表した。この緊急対策2頁では、「「漫画村」、「Anitube」、「Miomio」の3サイト及びこれと同一とみなされるサイトに限定してブロッキングを行うことが適当と考えられる。」とされた。

(2) 知的財産戦略本部

知的財産戦略本部検証・評価・企画委員会にインターネット上の海賊版対策に関する検討会議が設置され、2018年6月22日から10月15日まで9回の会合と1回の勉強会が開かれた。そのサイトブロッキングの審議の中で「著作権を侵害する静止画（書籍）のダウンロードの違法化」が取り上げられた。

(3) 文化審議会著作権分科会

文化審議会著作権分科会法制・基本問題小委員会で、2018年10月29日から12月7日まで、4回の会合で「著作権を侵害する静止画（書籍）のダウンロードの違法化」を審議し、中間まとめに対する意見募集を経て、2019年1月25日に「法制・基本問題小委員会報告書」をまとめ、本年2月の「著作権分科会報告書」にも入れられた。

もっとも、本年に入って、有識者委員から「著作権を侵害する静止画（書籍）のダウンロードの違法化」の対象を限定すべきという共同意見が出されていた。

2. 「侵害コンテンツダウンロード違法化」を巡る動き

3月17日には、明治大学知的財産法政策研究所が「『ダウンロード違法化の対象範囲の見直し』これまで」とこれから」をテーマに、10月13日には日本学術会議が「著作権法上のダウンロード違法化に関する諸問題」をテーマにシンポジウムを開催している。

【当協会意見要旨】

第1 基本的な考え方に関する意見

1. 侵害コンテンツのダウンロードを違法とする必要性

侵害コンテンツのダウンロードは第30条の適用範囲から除外する旨明記すべき。

「侵害コンテンツのダウンロードは違法ではない」「適法である」となると侵害コンテンツのダウンロードを推奨するような誤解を与える懸念がある。

権利者への正当な対価の支払いを逃れて著作物の表現を享受することに正当性はなく、法益侵害を惹起する行為であるから奨励されるべきではない。

2. 侵害コンテンツのダウンロード行為の違法性

侵害コンテンツをダウンロードする行為は、公衆送信権侵害の必要的関与行為で公衆送信権侵害を惹起する行為である。違法性は、客観的な法益侵害を要素とするものだから、侵害コンテンツのダウンロードは違法性の実質を備えている。

3. 犯罪構成要件が設けられていない必要的関与行為の違法性

現行法では、侵害コンテンツの受信行為について犯罪構成要件は設けられていないから、刑法総則の共犯規定を適用されない。それが違法性を欠くと解されるのは、必要的関与行為者が被害者の場合である。公衆送信権侵害の被害者は著作権者等の権利者であるから、違法性を欠くためとはいえない。まして適法だということはできない。

4. 侵害コンテンツを自動公衆送信させることの違法性

民法709条の不法行為は民事上の違法行為である。不法行為は、(1)故意過失、(2)他人の権利又は法益侵害、(3)因果関係の存在、(4)損害の発生、を成立要件としている。伝統的な相関関係説によれば物権的権利の侵害は不法行為となると解される。自動公衆送信をさせる行為は、自動公衆送信権侵害を惹起する行為であるから、不法行為となりうる。コンテンツの表現の享受を侵害コンテンツで賄うのは、自由競争の原理を逸脱し適法とはいえない。

5. 国民の正当な情報収集等の萎縮について

民事上の不法行為は、損害の発生が成立要件であり損害が軽微な事案については不法行為損害賠償請求権が行使される可能性は少ない。仮に損害賠償を請求されたとしても賠償額は使用料相当額であるから、著作物の表現を享受したことに見合う額に留まる。しかも、故意過失がなければ損害賠償責任は生じない。

したがって、一般法で国民の正当な行為への配慮がなされている。

もっとも、情報収集等の萎縮と差止請求権とは関連性がない。侵害コンテンツであることを知らない場合にも差止請求権を否定しない制度設計と法解釈を要望する。

第2 侵害コンテンツダウンロード違法化に関するその他の意見

1. デジタル録画による侵害コンテンツのダウンロードについて

デジタル録音録画については、侵害コンテンツのダウンロードを違法と明定してから10年を経過して特段問題は生じていない。侵害コンテンツのダウンロード違法化の拡大するにあたっては、デジタル録画については、違法とされる要件を加重することがないように要望する。

2. 著作権法30条1項柱書について

著作権法30条1項は、数次の改正によっても法改正の必要性が指摘されている。著作権法35条のように、必要な限度であること、著作物の通常の利用を妨げないこと、権利者等の正当な利益を不当に害さないこと等の要件を著作権法30条1項柱書に加えることを要望する。

3. 著作権法30条1項2号及び3号の主観的要件について

著作権法30条1項2号及び3号の「その事実を知りながら」は、故意の要素であり、責任要素と解すべきである。著作権法114条の後ろに置くほうが適切である。それによって、差止請求権があることを明確化することが必要である。

第3 リーチサイト対策に関する意見

リーチ(leech)装置を含めリーチサイト等について、一定の範囲でみなし侵害として差止請求権を付与するとともに刑事罰の対象とすることを要望する。

以下、理由を述べる。

1. 著作権等の保護と表現の自由について

憲法訴訟論の違憲審査基準に関し、精神的自由権が優

越的人権とされるのは、政治過程で侵害を回復することの困難性(脆弱性)等による。財産権が価値的に表現の自由等の精神的自由に劣後するという意味ではない(芦部信喜=高橋和之『憲法』(岩波書店,第六版,2015)194頁参照)。

憲法21条1項は、集会、結社及び言論とともに出版を例示列挙して表現の自由を定めている。出版等の自由は、多様な表現を社会に提供することにより、表現の自由市場を形成する重要な役割を果たしている。著作権等は、その費用を産み出すために必要な権利であり、表現の自由を支える基盤となる権利である。

著作権等の侵害行為は、出版等の営みを、自由競争を逸脱する行為によって疲弊させるもので、表現の自由の実質的保障を危うくしかねない。

リーチサイトやリーチアプリ、リーチ装置は、著作権侵害行為に寄生して、著作権侵害行為による法益侵害を拡散させるもので、自由競争を逸脱する行為によって、著作権者等の権利を侵害するものである。

2. 差止請求権について

「リーチ(leech)装置」を含め「リーチサイト等」については、「一定の条件の下で差止請求権の対象とすること」を要望する。

3. 対象著作物について

対象著作物については有償著作物に限定しないことを要望する。

4. 対象著作物について

「リーチサイト等」は自動公衆送信権侵害の共犯として刑事罰の対象になりうる。それに加えて、それ自体を正犯として処罰する罰則を定めることを要望する。

映像データベース

映像データベースの作品登録状況

DVD・ブルーレイの販売プロモーションを目的に、2004年の12月から映像作品のデータベースの蓄積作業の協力を依頼している(株)ジャパンミュージックデータ(jmd)より、蓄積作業とその活用が順調に行われているとの報告がなされた。

2019年10月末のJVA加盟正会員社の一般市販映像商品のタイトル登録は109,803件と昨年にプラス6,413件(前年比106%)と例年並みに順調に推移している。

また、近年順調なブルーレイに特化すると昨年タイトル数24,526から本年26,922とプラス2,396件(前年比110%)と伸びている。昨今好調な、音楽映像商品に特化してみると2019年10月末のJVA加盟正会員社の登録タイトル数は20,926件(前年比123.6%)と伸びは大きい。

2019年10月末の時点でjmd映像データは(株)DMM.comや(株)ヤマダ電機などの13社のサイトを含む、54社に提供している。

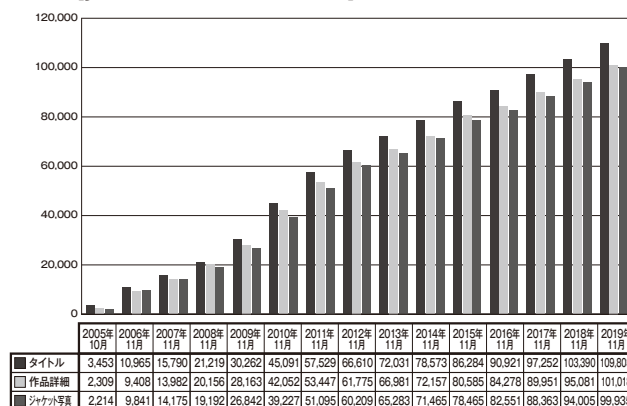
資料

◆データ抽出日:2019/11/22

◆対象商品:JVA加盟正会員社の一般市販映像商品(DVD、UMD、ブルーレイ)

◆対象外:音楽、アダルト、レンタル専用商品、廃盤、権利切れ商品

【jmd映像作品データ登録の推移】集計対象:2005年8月発売以降



主要各国の映画、ビデオソフト、映像配信市場のデータ

主要各国の関係機関から2018年の、映画、ビデオソフト、映像配信の市場に関するデータが発表されている。国により公表されている項目が必ずしも一致していないが、ここに日本、米国、英国、フランス、ドイツの市場データをまとめて掲載する。各国のデータの出典は右のとおりである。

- ※1 国連『世界の人口白書2018』
- ※2 外務省経済局国際経済課『主要経済指標』(19年8月)
- ※3 一般社団法人日本映画製作者連盟
- ※4 一般社団法人日本映像ソフト協会
- ※5 MPAA Theatrical Market Statistics 2018
- ※6 Digital Entertainment Group
- ※7 British Film Institute (BFI)
- ※8 International Video Federation (IVF)
- ※9 Centre national de la cinématographie (CNC)
- ※10 German Federal Film Board (FFA)
- ※11 Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BvV)

空欄はデータなし

		日 本					
		2018年	前年比	2017年	2016年	2015年	
映画	興行収入	2,225億1,100万円	97.3%	2,285億7,200万円	2,355億800万円	2,171億1,900万円	※3
	公開本数	1,192本	100.4%	1,187本	1,149本	1,136本	※3
	入場人員	1億6,921万人	97.0%	1億7,448万人	1億8,018万人	1億6,663万人	※3
	平均入場料	1,315円	100.4%	1,310円	1,307円	1,303円	※3
	スクリーン数	3,561スクリーン	101.0%	3,525スクリーン	3,472スクリーン	3,437スクリーン	※3
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	3,494スクリーン	101.2%	3,453スクリーン	3,392スクリーン	3,351スクリーン	※3
映像ソフト	セル市場 (All Formats, 消費者レベル)	2,106億円 (a)	103.0%	2,044億円 (a)	2,171億円 (a)	2,234億円 (a)	※4
	レンタル市場 (All Formats, 消費者レベル)	1,542億円 (b)	92.9%	1,659億円 (b)	1,831億円 (b)	1,941億円 (b)	※4
	合計 (セル+レンタル)	3,648億円	98.5%	3,703億円	4,002億円	5,136億円	※4
	メーカー出荷	セル用 1,419億4,000万円 (c) レンタル用 349億400万円 (d)	99.7% 81.8%	セル用 1,423億7,200万円 (c) レンタル用 426億9,100万円 (d)	セル用 1,531億6,500万円 (c) レンタル用 491億900万円 (d)	セル用 1,626億5,000万円 (c) レンタル用 542億6,500万円 (d)	※4
	備考	(a) DVD46.1%、BD53.9% (b) DVD84.2%、BD15.8% (c) DVD42.1%、BD57.9% (d) DVD90.4%、BD9.6%		(a) DVD52.3%、BD47.7% (b) DVD74.1%、BD25.9% (c) DVD41.6%、BD58.4% (d) DVD91.4%、BD8.6%	(a) DVD47.8%、BD52.2% (b) DVD81.8%、BD18.2% (c) DVD45.4%、BD54.6% (d) DVD92.9%、BD7.1%	(a) DVD47.0%、BD53.0% (b) DVD84.2%、BD15.8% (c) DVD44.8%、BD55.2% (d) DVD92.9%、BD7.1%	※4
配信		1,980億円	131.1%	1,510億円	1,256億円	961億円	※4
基本情報	人口	1億2,720万人		1億2,750万人	1億2,630万人	1億2,260万人	※1
	GDP	4兆9,709億ドル		4兆8,721億ドル	4兆9,394億ドル	4兆1,233億ドル	※2
	為替相場 (1ドル当たり・期中平均)	110.42円		112.17円	108.79円	121.04円	※2

		米 国					
		2018年	前年比	2017年	2016年	2015年	
映画 (米+加)	興行収入	119億ドル (1兆3,140億円)	107.2%	111億ドル	114億ドル	111億ドル	※5
	公開本数	758本	97.6%	785本	732本	707本	※5
	入場人員	13億万人	104.8%	12億4,000万人	13億2,000万人	13億2,000万人	※5
	平均入場料	9.11ドル (1,006円)	101.6%	8.97ドル	8.65ドル	8.43ドル	※5
	スクリーン数	43,459スクリーン	100.6%	43,216スクリーン	43,531スクリーン	43,661スクリーン	※5
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	43,459スクリーン	100.6%	43,216スクリーン	42,659スクリーン	42,552スクリーン	※5
映像ソフト	セル市場 (All Formats, 消費者レベル)	4,030百万ドル (4,450億円)	85.5%	4,716百万ドル	5,491百万ドル	6,100百万ドル	※6
	レンタル市場 (All Formats, 消費者レベル)	1,786百万ドル (1,972億円)	84.4%	2,117百万ドル	2,550百万ドル	3,070百万ドル	※6
	合計 (セル+レンタル)	5,816百万ドル (6,422億円)	85.1%	6,833百万ドル	7,963百万ドル	9,170百万ドル	※6
配信	EST	2,465百万ドル (2,722億円)	114.4%	2,154百万ドル	2,037百万ドル	1,891百万ドル	※6
	VOD	2,087百万ドル (2,304億円)	106.2%	1,965百万ドル	2,105百万ドル	1,932百万ドル	※6
	Subscription Streaming	12,912百万ドル (1兆4,257億円)	130.1%	9,927百万ドル	7,287百万ドル	5,081百万ドル	※6
	合計 (EST+VOD)	17,464百万ドル (1兆9,284億円)	124.3%	14,046百万ドル	11,429百万ドル	8,903百万ドル	※6
基本情報	人口	3億2,680万人		3億2,450万人	3億2,410万人	3億2,180万人	※1
	GDP	20兆4,941億ドル		19兆3,906億ドル	18兆5,691億ドル	17兆9,470億ドル	※2
	為替相場 (1ドル当たり・期中平均)	110.42円		112.17円	108.79円	121.04円	※2

英 国							
		2018年	前年比	2017年	2016年	2015年	
映画	興行収入	1,282百万ポンド(1,897億円)	100.1%	1,279百万ポンド	1,228百万ポンド	1,242百万ポンド	※7
	公開本数	787本	103.6%	760本	821本	759本	※7
	入場人員	1億7,700万人	103.8%	1億7,060万人	1億6,830万人	1億7,190万人	※7
	平均入場料	7.21ポンド(1,067円)	97.4%	7.49ポンド	7.3ポンド	7.2ポンド	※7
	スクリーン数	4,340スクリーン	101.8%	4,264スクリーン	4,150スクリーン	4,046スクリーン	※7
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	—		—	—	—	※7
映像ソフト	セル市場 (All Formats, 消費者レベル)	617百万ポンド(913億円)	83.2%	742百万ポンド	894百万ポンド	1,075百万ポンド	※7
	レンタル市場 (All Formats, 消費者レベル)	32百万ポンド(47億円)	86.5%	37百万ポンド	48百万ポンド	62百万ポンド	※7
	販売枚数 (All Formats, 消費者レベル)	—		8,300万枚	1億100万枚	1億2,000万枚	※7
	レンタル枚数 (All Formats, トランザクション数)	—		1,100万枚・回	1,600万枚・回	2,200万枚・回	※7
PAY TV	PAY TV VOD	106百万ポンド(157億円)	94.6%	112百万ポンド	116百万ポンド	140百万ポンド	※8
配信	Retail digital video	265百万ポンド(392億円)	122.7%	216百万ポンド	193百万ポンド	193百万ポンド	※8
	Rental digital video	86百万ポンド(127億円)	104.9%	82百万ポンド	78百万ポンド	73百万ポンド	※8
	Subscription digital video	1,299百万ポンド(1,922億円)	133.8%	971百万ポンド	763百万ポンド	541百万ポンド	※8
	合計	1,650百万ポンド(2,441億円)	130.0%	1,269百万ポンド	1,034百万ポンド	778百万ポンド	※8
基本情報	人口	6,600万人		6,620万人	6,510万人	6,470万人	※1
	GDP	2兆8,252億ドル		2兆6,224億ドル	2兆6,189億ドル	2兆8,488億ドル	※2
	為替相場 (1ドル当たり・期中平均)	1.34ポンド		1.29ポンド	1.36ポンド	1.53ポンド	※2

フ ラ ン ス							
		2018年	前年比	2017年	2016年	2015年	
映画	興行収入	1,336百万ユーロ(1,741億円)	96.7%	1,381百万ユーロ	1,389百万ユーロ	1,331百万ユーロ	※9
	公開本数	684本	98.7%	693本	716本	654本	※9
	入場人員	2億110万人	96.0%	2億940万人	2億1,310万人	2億530万人	※9
	平均入場料	6.64ユーロ(865円)	100.7%	6.59ユーロ	6.51ユーロ	6.48ユーロ	※9
	スクリーン数	5,981スクリーン	101.2%	5,913スクリーン	5,842スクリーン	5,741スクリーン	※9
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	5,981スクリーン	101.2%	5,913スクリーン	5,842スクリーン	5,741スクリーン	※9
映像ソフト	セル市場 (All Formats, 消費者レベル)	449百万ユーロ(585億円) (a)	83.6%	537百万ユーロ (a)	595百万ユーロ (a)	707百万ユーロ (a)	※9
	レンタル市場 (All Formats, 消費者レベル)	—		—	—	—	—
	販売枚数 (All Formats, 消費者レベル)	6,420万枚 (b)	88.8%	7,230万枚 (b)	8,130万枚 (b)	8,820万枚 (b)	※9
	レンタル枚数 (All Formats, トランザクション数)	—		—	—	—	—
	備考	(a) DVD72.1%、BD27.9% (b) DVD82.8%、BD17.2%		(a) DVD73.4%、BD26.6% (b) DVD83.1%、BD16.9%	(a) DVD75.0%、BD25.0% (b) DVD84.0%、BD16.0%	(a) DVD75.8%、BD24.2% (b) DVD84.8%、BD15.2%	※9
配信	One time payment rental	132百万ユーロ(172億円)	81.5%	162百万ユーロ	167百万ユーロ	175百万ユーロ	※9
	Permanent download	85百万ユーロ(111億円)	114.9%	74百万ユーロ	68百万ユーロ	60百万ユーロ	※9
	Subscription	455百万ユーロ(593億円)	182.7%	249百万ユーロ	131百万ユーロ	83百万ユーロ	※9
	VOD合計	672百万ユーロ(876億円)	138.6%	485百万ユーロ	367百万ユーロ	318百万ユーロ	※9
基本情報	人口	6,520万人		6,500万人	6,470万人	6,440万人	※1
	GDP	2兆7,775億ドル		2兆5,825億ドル	2兆4,655億ドル	2兆4,217億ドル	※2
	為替相場 (1ドル当たり・期中平均)	1.18ユーロ		1.13ユーロ	1.11ユーロ	1.11ユーロ	※2

ド イ ツ							
		2018年	前年比	2017年	2016年	2015年	
映画	興行収入	899百万ユーロ(1,171億円)	85.1%	1,056百万ユーロ	1,023百万ユーロ	1,167百万ユーロ	※10
	公開本数	—		—	—	—	—
	入場人員	1億540万人	86.2%	1億2,231万人	1億2,110万人	1億3,918万人	※10
	平均入場料	8.54ユーロ(1,113円)	99.0%	8.63ユーロ	8.43ユーロ	8.34ユーロ	※10
	スクリーン数	4,849スクリーン	101.0%	4,803スクリーン	4,739スクリーン	4,692スクリーン	※10
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	—		—	—	—	—
映像ソフト	セル市場 (All Formats, 消費者レベル)	783百万ユーロ(1,020億円) (a)	80.4%	974百万ユーロ (a)	1,106百万ユーロ (a)	1,248百万ユーロ (a)	※11
	レンタル市場 (All Formats, 消費者レベル)	51百万ユーロ(66億円) (b)	60.7%	84百万ユーロ (b)	121百万ユーロ (b)	165百万ユーロ (b)	※11
	販売枚数 (All Formats, 消費者レベル)	—		7,920万枚 (c)	8,670万枚 (c)	1億30万枚 (c)	※11
	備考	(a) DVD61.3%、BD38.7% (b) DVD64.7%、BD35.3%		(a) DVD62.6%、BD37.4% (b) DVD64.3%、BD35.7% (c) DVD66.9%、BD33.1%	(a) DVD65%、BD35% (b) DVD65%、BD35% (c) DVD70%、BD30%	(a) DVD66%、BD34% (b) DVD69%、DVD31% (c) DVD71%、BD29%	※11
配信	EST	197百万ユーロ(257億円)	125.5%	157百万ユーロ	118百万ユーロ	101百万ユーロ	※11
	TVOD	139百万ユーロ(181億円)	113.0%	123百万ユーロ	101百万ユーロ	94百万ユーロ	※11
	SVOD	865百万ユーロ(1,127億円)	177.3%	488百万ユーロ	326百万ユーロ	228百万ユーロ	※11
	合計	1,201百万ユーロ(1,565億円)	156.4%	768百万ユーロ	545百万ユーロ	423百万ユーロ	※11
基本情報	人口	8,230万人		8,210万人	8,070万人	8,070万人	※1
	GDP	3兆9,968億ドル		3兆6,774億ドル	3兆4,668億ドル	3兆3,558億ドル	※2
	為替相場 (1ドル当たり・期中平均)	1.18ユーロ		1.13ユーロ	1.11ユーロ	1.11ユーロ	※2

2020年度新入社員 合同研修会開催のお知らせ

総務人事委員会(枇榔浩史委員長 東宝(株))では、正会員社の2020年度新入社員を対象とした、「2020年度新入社員合同研修会」を開催する。この研修会は、業界にかかわる知識や理解を深めていただくとともに、同業他社との交流や親睦を通じて、今後の業務の一助となればという目的のもと実施している。

●日時

第1回目／2020年4月9日(金)13時30分～17時

第2回目／2020年4月24日(金)13時30分～17時

●会場 JVA会議室(※近隣施設に変更の可能性あり)

●参加費 お一人様5,000円(懇親会費込み)

●研修内容(予定)

- 1.日本の映像コンテンツ市場について
- 2.海外の映像コンテンツ市場について
- 3.映像ソフトに関わる基本的な権利に(著作権)について
- 4.グループワーク

※両日ともに研修内容は同じ。研修後は懇親会を行う。

●申込締切 12月25日(水)

JVA・西日本地区連・中部地区連・CDVJ 西日本合同賀詞交歓会開催のご案内

JVA・関西地区連絡協議会・中部地区連絡協議会・日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合(CDVJ)は、第5回「西日本合同賀詞交歓会」を開催いたします。西日本の映像ソフト業界関係者が一堂に会し、2020年新年の門出をともに祝い、交流を深めていただく場としたいと存じます。皆様のご来場をお待ちしております。

●日時 2020年1月16日(木)午後12時30分から

(受付は12時より)

●場所 ホテルメルパルクOSAKA 4Fソレイユ(予定)

大阪市淀川区宮原4-2-1(電話06-6350-2111)

●会費 お一人様6,000円(※会場にてご精算ください)

※本件に関するお問い合わせは、各地区連担当者またはJVA事務局八十河まで

お知らせ

2020年新年賀詞交歓会開催のご案内

毎年恒例のJVA新年賀詞交歓会を開催いたします。会員社の皆様、関係官庁、関係団体、業界関連各社の皆様にお集まりいただき、新年の門出を一緒に迎えたく存じます。皆様のご来場をお待ちしております。

●日時 2020年1月8日(水)午前11時30分から(開場11時15分)

午後1時30分まで

●場所 アルカディア市ヶ谷(私学会館)

東京都千代田区九段北4-2-25

(URL:<http://www.arcadia-jp.org/access.htm>)

●会費 お一人様10,000円

なお、会員社の皆様へは総合連絡委員の方を窓口として、既にご案内をしております。また、関係官庁、関係団体等の各位にはご招待状を送付しております。この件に関するお問い合わせは管理部水浦まで。(電話03-3542-4433)

※事前にお申込がない場合にはご入場をお断りさせていただく場合がありますのでご了承ください。



地下鉄 有楽町線・南北線 市ヶ谷駅(1またはA1出口)から徒歩2分
地下鉄 新宿線 市ヶ谷駅(A1またはA4出口)から徒歩2分
JR中央線(各駅停車)市ヶ谷駅から徒歩2分

障害者差別解消法に係る 再周知要請等について

平成28年4月、障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律が施行され、同法の更なる普及啓発と適切な運用のため、経済産業省より当協会会員企業への再周知の依頼があった。同時に、企業等における「合理的配慮の提供」等に関するアンケート依頼もあり、業務部会総務人事委員会委員を窓口、会員各社へ任意での調査協力の依頼をした。

詳細は内閣府HPまで

(<https://www8.cao.go.jp/shougai/suishin/sabekai.html>)



公用文等における日本人の 姓名のローマ字表記について

令和2年1月1日より、各府省庁が作成する公用文等において、日本人の姓名をローマ字表記する際は、原則として「姓一名」の順で表記することが、関係府省庁連絡会議において申し合わされたことにより、経済産業省より表題の件についての周知依頼があった。詳細は以下のとおりである。

- 1.各府省庁が作成する公用文等における日本人の姓名のローマ字表記については、差し支えない限り「姓一名」の順を用いることとする。
- 2.各府省庁が作成する公用文等が対象となるが、国際機関等により指定された様式があるなど、特段の慣行がある場合は、これによらなくてもよい。
- 3.各府省庁が作成する公用文等において日本人の姓名をローマ字表記する際に、姓と名を明確に区別させる必要がある場合には、姓を全て大文字とし(YAMADA Haruo)、「姓一名」の構造を示すこととする。
- 4.地方公共団体、関係機関等、民間に対しては、日本人の姓名のローマ字表記については、差し支えない限り「姓一名」の順を用いるよう、配慮を要請するものとする。

ACA不正商品対策協議会

『ほんと?ホント!フェアin 福岡 ～海賊版は買わない!海賊版サイトは見ない! 偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない!～』を開催

不正商品対策協議会(ACA)は10月12日(土)に『ほんと?ホント!フェアin 福岡 ～海賊版は買わない!海賊版サイトは見ない!偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない!～』を、イオンモール福岡(糟屋郡)にて開催した。会場には家族連れを中心に約1,800人が来場した。

当日は、女優として活躍中の福田愛依さん(福岡県出身)を不正商品撲滅キャンペーン応援隊長に任命し、知的財産を保護することの重要性をアピールした。

会場では、30名編成の福岡県警察音楽隊による迫力満点のミニコンサートや、世界選手権始め様々な大会で40回もの優勝経験を誇る「ひねり屋ジャッキ」によるバルーンアートショーなどの様々なイベントが繰り広げられた。

また、福岡県警察のシンボルマスコット「ふっけいくん」や、『妖怪ウォッチ!』の人気キャラクター「ジバニャン」と「コマさん」と触れ合える写真撮影会も行われ、会場は大きな賑わいを見せた。

来場者は、知的財産権に関する問題が出題される〇×クイズ大会や、約100点にも上るホンモノ・ニセモノの比較展示などを通じ、知的財産の保護と不正商品の排除の大切さについて

楽しく学ぶことができる催しとなった。

◇主催 不正商品対策協議会(ACA)

◇後援 警察庁/福岡県警察/特許庁

◇協力 国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)

詳細は不正商品対策協議会ホームページまで

(<http://www.aca.gr.jp/>)

(執筆:ACA事務局)



「トレーニングセミナー」を開催

CODAは、2005年より著作権侵害発生国の取締執行機関の職員や法曹関係者などに対し、我が国の著作権法や日本コンテンツの権利侵害に関する情報を提供する「トレーニングセミナー」を実施している。当事業は文化庁の委託事業として行っているもので、当初は中国、香港、台湾などの東アジア地域における日本コンテンツの海賊版取締りの実効性を高めることを目的としていた。しかし、現在ではベトナム、タイ、マレーシア、インドネシアなどASEAN地域の知的財産に関する知識の普及・啓発や侵害対策など、より具体的な内容を、より広い地域に伝える機会となっている。昨今ではオンライン環境や技術の進展に伴い、世界各国において著作権法や関連法などが整備されており、日本が学ぶことも多い。

トレーニングセミナーは、2005年1月から2019年3月までの14年間に33地域で107回を実施、受講者は延べ7,693名に上る。また、2019年度は以下の地域で実施（一部予定）した。

1 2019年8月9日：ハノイ

日本映像ソフト協会事務局の高木俊氏を講師に迎え、「著作権侵害のケース・スタディ」をテーマに講演いただいた。セミナーには、教育関係者、政府系機関関係者、取締関係者、音楽著作権使用料徴収団体、法曹関係者、コンサル会社、コンテンツ会社、テレビ局、出版社、プラットフォームなど計90名が集まり、特にベトナムにおいては、技術の急激な進歩に伴い、著作権法も早急な整備が必要だとして、受講者は熱心に聴講されていた。

2 2019年9月4日：バンコク

バンダイナムコエンターテインメント法務部担当部長の上埜芳被氏を講師に迎え、「デジタル環境における著作権保護」をテーマに講演いただいた。セミナーには、官民著作権関連機関・団体、権利者、教育関係者、取締機関、一般企業など、昨年を上回る116名が集まった。昨年、タイでは関係省庁が集まり「知的財産対策委員会」が発足するなど、知財への関心の高まりを象徴するように活発な質疑応答が行われた。

3 2019年9月25日：香港

クロスワープ取締役の宮川雄一氏を講師に迎え、「オンライン侵害対策」をテーマに講演いただいた。香港税関で知財侵害を担当する新任捜査官、及び国境周辺の水際対策に従事する捜査官ら70名を対象に、削除センター等を利用した実際のオンライン侵害対策について解説を行った。

4 2019年11月7日：コタキナバル

日本テレビ著作権契約部主任の三木聖哲氏を講師に迎え、「システムによるオンライン侵害対策」をテーマに講演いただいた。セミナーには、教育関係者、業界関係者、取締関係者、政府機関関係者、法曹関係者など合計57名が集まり、今回、初となる地方都市「コタキナバル」で開催し、マレーシアにおける著作権理解の底上げを図った。

5 2019年11月19日：高雄市

WOWOWビジネス法務部の三橋正史氏を講師に迎え、「オンライン侵害対策」をテーマに講演いただいた。高雄市の電信偵査大隊の幹部及び幹部候補生46名が集まり、いま世界的な課題となっているISDの蔓延についても議論を行った。

台湾では、日本のコンテンツに係るものでも、2018年から2019年にかけて、「Qbox」、「NEW HOME TV」、「Ubox」の3件が刑事摘発され、いずれも逮捕者を出している。特に警察（刑事警察大隊（IHPR警察）及び刑事警察局電信偵査大隊）は、現在ISD摘発に注力している。かかる状況のなか、我が国でISD対策に知見のあるWOWOW三橋氏を講師として招き、実施することとしたものである。

6 2019年11月26日を予定：ジャカルタ

東宝法務部知財管理室室長の佐藤正和氏を講師に迎え、「オンライン侵害対策」をテーマに講演いただく予定。

7 2019年1月後半から2月春節前を予定：北京

CODA代表理事の後藤健郎を講師とし、「オンライン侵害とその対策」をテーマに講演する予定。

（執筆：CODA事務局）

▼バンコクでのセミナーの様子





Relay essay

vol.140

仙波 大三 氏(株バップ 東日本営業部 レンタル営業グループ専任部長)からのご紹介

栗橋 三木也 氏(株KADOKAWA 映像事業局 統括部長 映像営業部 部長 編成部 部長)

「私の好きなこと」

取り立てて、人に自慢できるような特技や趣味もなく、強烈なエピソードも持っていない私が、この場で一体何を書いたらいいのだろうか?と迷い、なかなか書き進められなかったのですが、もしかしたら、これは人とは違うものかも知れないぞと思いついたことをきっかけによりやく書き上げられました。テーマは、私が日常的に無意識に行っている、だからこそ私にとって、心底から好きだと言えること。それは「本」です。本を読むことが好きというだけではなくて、おそらく本そのものが好きというべきか。特に、稀覯本とかを集めるというコレクター趣味はないのですが、実体としての本が好きで、ついつい本を日々買ってしまっています。

私は本を買うと、かならず日付と書名、著者、レーベルと価格等を書いて、年ごとに購入冊数が分かるようにナンバーをふって、ノートに記録しています。ちなみに、それを始めたのが1994年1月10日からで、その年の12月31日の最後のナンバーが1002番。すなわち1年間で1002冊、本を買ったわけです。その翌年の1995年の最後のナンバーは偶然にも前年と同じく1002番。この2年間は1年間に購入した本がいずれも1000冊を超えていました。その後、増え続ける本に我ながら恐れたのか、徐々に抑制を効かせて、昨年の記録を見ると499冊。往年の半分の規模まで縮小することができました。さて、今年はと言うと、11月23日時点で409冊。おそらく、今年も昨年並みかそれ以下には落ち着くのではないかと思います。

ちなみに、購入した本を記録するノートは現在10冊目になるのですが、その表紙には「増書録」とタイトルが書かれていて、当初から、増え続けていく本に、自分でも恐れおの

いて思わずそう命名してしてしまったのではないかと思います。今までの購入した本の正確な総冊数を計算するのが怖くて、その気になればすぐわかるのですが手を付けていません。おそらく1万5千冊は優に超えていることでしょう。

本が増え続けている途中、一度、引っ越ししました。2002年のことです。本を段ボールに詰める作業を、会社から帰って毎日、ひたすら続けていたことが懐かしく思い出されます。引っ越した先が今の家。当時、狭い土地に工夫をして家を建てるということが流行っていたこともあり、私は本棚に住みたいというコンセプトのもと、木造建築で1階のリビングの天井を4m以上と高くして、壁一面を床から天井まで本棚にしました。スライド式のはしごを登れば、最上段の本の出し入れも出来る仕組みです。その後、その本棚もあつという間にいっぱいになり、本棚ではなかった壁も、日曜大工で増設する始末。そこにも入らなくなり、今では床のあちこちに高く本が積もっていつています。

本という実物が好きな自分にとっては、ある意味、中身以上に好きなので、電子出版というものに興味が持てません。仕事では映像のデジタル配信について取り組んでいます。本はデジタルの方にシフトしそうありません。これからも物理的な空間を、本が埋めていくことになります。どのように工夫すると本がきれいに積めるのか。もう一生読めない本を抱え続けながら、私の趣味は、「本を買うこと」から、さらに「本を整理すること」に広がってきています。

以上、私の好きなことというよりも、すっかり私の病を告白する文章になってしまいました。失礼致しました。

▼日誌に見る協会の動き

【10月】

- 1日 理事会
- 2日 マーケティング委員会
- 4日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 8日 総合連絡委員会
- 10日 ACA企画広報部会
- 15日 JVAの今後の在り方について検討する会議
- 17日 消費者委員会

- 18日 業務使用対策委員会
- 24日 業務部会幹事会
- 28日 市場活性化キャンペーンWG全体会議

【11月】

- 1日 配信委員会
著作権部会
- 5日 理事会
- 6日 マーケティング委員会

- 8日 法制度委員会
- 12日 総合連絡委員会
- 19日 JVAの今後の在り方について検討する会議
- 25日 市場活性化キャンペーンWG全体会議
- 27日 総務人事委員会
- 28日 業務部会幹事会
マーケット調査委員会 ユーザー動向調査会議
- 29日 JASRAC協議

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2019年12月1日現在

■ 正会員(28 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
(株)第一興商
TC エンタテインメント(株)
東映ビデオ(株)
東宝(株)
東宝東和(株)
(株)東北新社
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)ハビネット
(株)バンダイナムコアート
(株)ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)よしもとミュージック
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(14 社)

(株)アニプレックス
(株)一丸堂印刷所
(株)IMAGICA Lab.
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
ソニー PCL (株)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ
(株)博報堂 DY ミュージック & ピクチャーズ
(株)ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)

2019年12月19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>



サラリーマン 山崎シゲル

✕ 日本映像ソフト協会 <http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>

アンチリッピングキャンペーン DVDのリッピングは違法です!

知って
いますか?

毎年 11月3日は
ビデオの日
<http://www.videonohi.jp/>