



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

一般社団法人 日本映像ソフト協会
会員社名(五十音順) 2021年7月1日現在

■ 正会員(26社)

アスミック・エース(株)
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)
エイベックス・ピクチャーズ(株)
NHK エンタープライズ(株)
NBC ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)
KADOKAWA(株)
ギャガ(株)
キングレコード(株)
小学館(株)
松竹(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)
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)
東北新社(株)
日活(株)
バップ(株)
ハピネット(株)
バンダイナムコアーツ(株)
ポニーキャニオン(株)
ユニバーサルミュージック(同)
よしもとミュージック(株)
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(15社)

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(株)
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)
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(株)
ジーエフケー・インサイト・ジャパン(株)
PCL(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(株)
メモリーテック(株)

JVA Report

No.205
2021.July

2021.7

Main Reports

- 日本映像ソフト協会 創立50周年挨拶 会長 吉村 隆
- 2021年度通常総会開催報告
- 2021年度 事業計画/役員名簿
- 映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2020①

2021年7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>



2021年3月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	3 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)							1 月 ~ 3 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	金 額	構 成 比	前 年 同 月 比	数 量	構 成 比	前 年 同 月 比	新 作 数	前 年 同 月 比
販売用(個人向)	5,321	81.7%	132.8%	1,198	64.1%	106.8%	334	102.1%	11,972	76.4%	92.1%	2,898	53.3%	88.1%	727	94.7%
特殊ルート	4	0.1%	44.4%	5	0.2%	19.4%	2	50.0%	26	0.2%	36.1%	123	2.3%	42.6%	6	66.7%
レンタル店用	1,191	18.2%	55.8%	618	33.1%	47.0%	390	91.5%	3,677	23.3%	63.8%	2,322	42.7%	63.9%	1,108	95.0%
業務用	39	0.6%	108.3%	48	2.6%	148.0%	15	78.9%	136	0.9%	112.4%	93	1.7%	212.5%	33	47.1%
DVDビデオ	6,555	42.6%	106.0%	1,868	57.5%	75.0%	741	95.5%	15,811	45.6%	83.4%	5,436	61.3%	74.9%	1,874	93.1%
販売用(個人向)	8,748	99.1%	149.0%	1,343	97.2%	135.0%	295	120.9%	18,575	98.4%	95.9%	3,023	95.3%	96.2%	612	98.1%
特殊ルート	5	0.1%	125%	2	0.1%	70.9%	2	200.0%	26	0.1%	56.5%	6	0.2%	65.0%	3	100.0%
レンタル店用	62	0.7%	17.1%	35	2.6%	25.8%	8	53.3%	225	1.2%	30.4%	132	4.2%	38.9%	28	73.7%
業務用	17	0.2%	283.3%	2	0.2%	342.0%	0	-	58	0.3%	96.7%	12	0.4%	166.1%	0	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	8,832	57.4%	141.4%	1,382	42.5%	121.8%	305	117.3%	18,884	54.4%	93.4%	3,173	36.9%	90.7%	643	96.7%
合 計	15,387	100.0%	123.8%	3,250	100.0%	89.6%	1,046	101.0%	34,695	100.0%	88.6%	8,609	100.0%	80.0%	2,517	94.0%

◎今月の売上報告社数……27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。

2021年4月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	4 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)							1 月 ~ 4 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	金 額	構 成 比	前 年 同 月 比	数 量	構 成 比	前 年 同 月 比	新 作 数	前 年 同 月 比
販売用(個人向)	3,393	76.8%	98.6%	920	58.0%	100.6%	235	111.4%	15,365	75.9%	93.5%	3,818	54.4%	90.8%	962	98.3%
特殊ルート	34	0.8%	212.5%	182	11.5%	221.5%	0	0.0%	60	0.3%	68.2%	305	4.3%	82.3%	6	54.5%
レンタル店用	980	22.2%	42.0%	560	33.6%	41.4%	365	79.2%	4,657	23.0%	57.5%	2,882	40.6%	57.8%	1,473	90.5%
業務用	13	0.3%	61.9%	6	0.4%	219.9%	3	33.3%	149	0.7%	104.9%	99	1.4%	212.9%	36	45.6%
DVDビデオ	4,420	41.0%	76.0%	1,669	56.9%	71.0%	603	88.3%	20,231	44.5%	81.7%	7,104	61.6%	74.0%	2,477	91.9%
販売用(個人向)	6,262	98.3%	104.0%	1,201	95.3%	114.8%	207	116.3%	24,837	98.4%	97.9%	4,225	95.3%	100.8%	819	102.1%
特殊ルート	26	0.4%	866.7%	5	0.4%	412.6%	0	0.0%	52	0.2%	106.1%	12	0.3%	106.8%	3	60.0%
レンタル店用	68	1.1%	33.5%	55	4.4%	60.2%	24	266.7%	293	1.2%	31.0%	187	4.2%	43.4%	52	110.6%
業務用	12	0.2%	30.8%	2	0.2%	47.5%	0	-	70	0.3%	70.7%	14	0.3%	122.6%	0	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,368	59.0%	101.6%	1,264	43.1%	110.6%	231	122.2%	25,252	55.5%	95.4%	4,437	38.4%	95.6%	874	102.3%
合 計	10,788	100.0%	89.3%	2,932	100.0%	83.9%	834	95.6%	45,483	100.0%	88.8%	11,541	100.0%	81.0%	3,351	94.4%

◎今月の売上報告社数……27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。

2021年5月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	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	金 額	構 成 比	前 年 同 月 比	数 量	構 成 比	前 年 同 月 比	新 作 数	前 年 同 月 比
販売用(個人向)	2,787	73.5%	100.4%	777	53.2%	81.7%	230	138.6%	18,152	75.6%	94.5%	4,595	53.7%	89.1%	1,192	104.1%
特殊ルート	17	0.4%	242.9%	92	6.3%	750.2%	1	100.0%	77	0.3%	81.1%	397	4.6%	103.7%	7	58.3%
レンタル店用	969	25.5%	51.7%	586	40.2%	69.3%	425	141.2%	5,626	23.4%	56.4%	3,468	40.5%	59.5%	1,898	98.4%
業務用	20	0.5%	125.0%	4	0.3%	138.8%	2	66.7%	169	0.7%	107.0%	103	1.2%	208.8%	38	46.3%
DVDビデオ	3,793	44.8%	81.2%	1,459	63.6%	80.5%	658	139.7%	24,024	44.5%	81.6%	8,563	61.9%	75.0%	3,135	99.0%
販売用(個人向)	4,535	97.0%	70.9%	795	95.3%	55.0%	171	114.0%	29,372	98.1%	92.4%	5,020	95.2%	89.1%	990	104.0%
特殊ルート	30	0.6%	600.0%	5	0.6%	183.9%	0	0.0%	82	0.3%	151.9%	17	0.3%	121.6%	3	50.0%
レンタル店用	70	1.5%	25.8%	28	3.4%	27.1%	2	20.0%	363	1.2%	29.9%	215	4.1%	40.3%	54	94.7%
業務用	40	0.9%	266.7%	6	0.7%	449.8%	0	-	110	0.4%	96.5%	20	0.4%	158.1%	0	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,675	55.2%	69.9%	834	36.4%	53.7%	173	107.5%	29,927	55.5%	90.3%	5,271	38.1%	85.1%	1,047	103.2%
合 計	8,468	100.0%	74.6%	2,293	100.0%	68.2%	831	131.5%	53,951	100.0%	86.2%	13,834	100.0%	78.5%	4,182	100.0%

◎今月の売上報告社数……27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。

Index

月間売上統計(3月・4月・5月)	1	新理事ご紹介	8
日本映像ソフト協会の50年の歩みによせて 吉村会長	2	第408回・410回定例理事会開催報告	8
2021年度通常総会及び第409回定例理事会開催報告	3	映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2020結果報告①	9
2021年度 事業計画	4	新入社員合同研修会&デジタル配信部会	13
役員名簿	7	リレーエッセイ148	14
		日誌に見る協会の動き	14



この度、当協会は創立50周年の大きな節目を迎えることとなりました。ひとえに会員社の皆様をはじめ関係官庁、関係団体、そしてこの50年の間、当協会を支えてくださいましたすべての皆様のお力添えのおかげと心得、心より感謝申し上げます。

当協会は1971年7月21日、日本ビデオ協会の名で設立されました。“ビデオ”という新しい技術とそれをめぐる産業に大きな期待が寄せられ、芽生えたとばかりのビデオ産業を発展させるべく、30社が集まり協会を立ち上げることとなりました。ビデオソフト産業は1960年代末に、市場が存在しない、いわば全くの荒地からスタートしました。当協会の設立当時は、まだ様々な映像記録(ビデオ)の規格が乱立している中で、ビデオソフトメーカー各社が、教育市場、企業関係、船舶、バス、ホテル等の業務用市場を開拓しているところでした。

その後、1975年ソニー(株)から家庭用録画再生機器(ベータ規格)が、翌年に日本ビクター(株)から同じく家庭用録画再生機器(VHS規格)が発売されると、ビデオ機器が一般の人々にも意識されるものとなりました。そして日本の経済が大きく発展していくに伴い、人々のエンタテインメントへのニーズが大きくまた多様化していく中で、80年代に入りビデオ機器の家庭内普及率が10%を超える頃になると、個人向けビデオレンタルビジネスが誕生し、産業としての最初のブレイクポイントを迎えることとなるのです。価格の高いビデオソフトを買うのではなく、レンタルして楽しもうという人々のニーズが生まれ出したビジネスでした。こうしてようやく確固たる産業としての地位を確立することとなりましたが、協会設立からここまでに10年以上の歳月を要しました。その間に、様々な方面での市場開拓に努力を続け、そしてまたビデオソフトの著作権法上における権利の確立に尽力された当時の先達たちに尊敬と感謝の念を抱かずにはいられません。

ビデオの存在は、人々にとって映像をより身近なものとなりました。と同時に、ビデオ産業の拡大は海賊版問題という大きな課題も生み出すこととなりました。創造によって生み出された成果をきちんとその創造者に還元し、次の作品作りにつなげる、というエコシステムをきちんと作り上げ、守り続けなければなりません。この課題への取り組みも当協会の大きな役割の一つとなっていきます。当協会は、海賊版問題に関する著作権法改正を政府に強く働きかけ、1988年に、いわゆる「海賊版所持罪」が創設されることとなりました。まだまだ著作権や商標権などの知的財産権についての意識が低かった時代に、この改正著作権法の制定は、日本人の知的財産についての意識を変えていく大きなきっかけとなりました。しかしながら皆様ご承知のとおり、この海賊版問題はいまだに根絶には至っておらず、インターネットの時代を迎えた現在、日本のみならず、世界中に広がった大きな問題として我々の前に大きく横たわっており、現在もなお、当協会は全力でこの課題に取り組んでおります。

さてその後も拡大を続けていくビデオ産業ですが、さらに大きく飛躍することとなった出来事は、アナログからデジタルへの移行でした。当協会もデジタル世界の発展を見据え、1996年、「日本ビデオ協会」から「日本映像ソフト協会」へと名称を変更しました。そして、同年、デジタル化を大きく加速することとなるDVDビデオが発売されます。デジタルによるクオリティと耐久性の向上はメディアとして大きなインパクトを持ち、“映像を所有する”という人々のニーズを喚起し、ビデオソフトの販売用市場を大きく拡大させました。ついに2004年、ビデオソフトのメーカー出荷額の最高を記録することとなりました。

現在、我々は、デジタル技術の発展に伴い、50年前には想像もしなかった豊かな生活環境を手に入れています。中でもインターネットの普及、発展は、映像をめぐる環境を大きく変化させました。50年前に先達たちが当協会を立ち上げた頃には、全く想像もしなかったであろうスピードとクオリティで、映像が世界中を駆け巡っているのです。昨今では、記録媒体という“モノ”を介さずとも、インターネットを通じて映像作品を楽しむ環境が整ってきており、これまで築いてきた産業の構造も大きく変わろうとしています。映像は人々の生活の中に一層深く浸透し、より手軽でなおかつ加速度的に高品質化しています。当然ながら、人々の映像に対するニーズにも大きな変化が生じ、その映像を提供する我々側にも、より高い期待とそれに応える責務が要求されております。

一方で、我々はこの50年の歴史の中で、阪神・淡路大震災、東日本大震災という未曾有の天災を経験し、バブルの崩壊や地下鉄サリン事件などの社会的な大事件や、今まさに直面している新型コロナウイルス等、人々の生活を脅かす大小様々な危機を経てまいりました。そしてその都度、エンタテインメントは、人々を勇気づけ、前に向かう活力を与えてきました。人間社会がより複雑化し、技術力の進歩によって高度化していく中においても、そしてまた傷ついた社会を修復していく中においても、エンタテインメントの果たすべき役割は重要であり普遍だと信じております。この役割は、手段や方法がいかに変わろうとも、この産業を支える礎として永遠に引き継がれていかなければなりません。エンタテインメントとしての映像ソフト、それを創造し提供し続けていくことは我々の果たすべき責務であります。

当協会の50年の歴史を振り返ると、これまでも、何度も大きな荒波を潜り抜け、手探りを続けながら発展を続けてまいりました。それはひとえに、その時その時において、この産業に携わり、その成長、発展のために尽力されてきた方々の努力によるものです。今後越えなければならない波のひとつひとつを、その経験の中から学び取り、確実に将来の発展につなげていかなければなりません。会員各社、関係官庁、団体、その他この産業に関わる皆様の英知を集め、次の半世紀に向かって進んでまいりたいと存じます。今後ともご指導・ご鞭撻をよろしくお願い申し上げます。



2021年度通常総会および第409回定例理事会の開催報告

去る6月1日(火)午後2時より、当協会会議室において2021年度通常総会が開催された。折からの新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、出席者の人数を制限しながらの開催となり、正会員社27社のうち、出席者25社(委任状出席者2社、議決権行使書提出10社)となった。次のとおり報告事項1件が報告され、決議事項が3件承認された。

●決議事項

第1号議案

2020年度計算書類(貸借対照表及び正味財産増減計算書)及び同附属明細書(案)承認の件

議長は、後藤専務理事より2020年度計算書類及び同附属明細書(案)について説明させた後、前田監事より適正である旨の監査報告を受け、その可否を諮ったところ、出席者全 員異議なくこれを承認した。

第3号議案

役員18名(理事17名、監事1名)選任の件

議長は、後藤専務理事より本通常総会終結の時をもって当協会の役員全員が任期満了となるので、改めて役員を選任する必要があること、及び理事並びに監事候補者は下記のとおりであることを説明させた後、これらの者につきその可否を諮ったところ、出席者全員異議なくこれを承認したので、下記の者を選任することを可決決定した。

理事 吉村 隆(重任)	理事 村上 潔(重任)
理事 佐藤直樹(重任)	理事 井上倫明(重任)
理事 安齋尚志(重任)	理事 依田 巽(重任)
理事 堂山昌司(重任)	理事 山崎 敏(重任)
理事 與田尚志(重任)	理事 河野 聡(新任)
理事 前野展啓(新任)	理事 高橋敏弘(新任)
監事 前田哲男(重任)	

なお、出席した被選任者は、いずれもその場において就任を承諾した。

●報告事項

1. 2020年度事業報告の件

総会終了後、引き続き定例理事会が開催された。

●決議事項

第1号議案 代表理事選定の件

仮議長は代表理事の選定について諮ったところ、吉村隆理事及び村上潔理事を代表理事に選定し、会長及び副会長を以下のとおり選定した。

会 長 吉村 隆 代表理事
副会長 村上 潔 代表理事

なお、被選定者はその就任を承諾した。

第2号議案 務執行理事選定の件

議長は、業務執行理事選定について諮ったところ、後藤健郎理事を選定し専務理事に選定した。

なお、被選定者はその就任を承諾した。

第3号議案 部会長選任の件

議長は、専務理事より部会長案について被選任者を下記のとおりとしたい旨を説明させた後、その可否を諮ったところ、出席理事全員異議なくこれを承認した。

業務部会長	與田尚志理事
営業部会長	河野 聡理事
流通促進部会長	安岡喜郎理事
著作権部会長	岩上敦宏理事
デジタル配信部会長	井上倫明理事

第2号議案

2021年度事業計画書及び2021年度収支予算書(案)承認の件

議長は、後藤専務理事より2021年度事業計画書及び2021年度収支予算書(案)について説明させた後、その可否を諮ったところ、出席者全員異議なくこれを承認した。

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 知財関係報告
3. 頒布理論と日本映像ソフト協会の50年
4. 2021年4月度ビデオソフト売上速報について
5. 2021年度映像配信統計報告について
6. その他

2021年度事業計画(2021年4月1日から2022年3月31日まで)

一般社団法人 日本映像ソフト協会

2020年は、世界的な新型コロナウイルスの大流行によって、これまでの我々が想像もしなかった事態に直面することとなり、すべての産業がその影響から逃れることはできなかった。特に医療関係機関や業界は最も深刻な事態に直面したが、人々の生活に潤いを与えていたエンタテインメント業界も大きな影響を受けることとなった。“新しい生活様式”なるものへの転換が余儀なくされ、エンタテインメント作品の制作や発売の延期、ライブ活動の自粛など、厳しい状況におかれることとなり、2020年のビデオソフト出荷統計では、前年比86.2%の1,371億3700万円にとどまった。しかし一方では、巣ごもり需要により過去のアーカイブ作品に注目が集まったり、舞台やコンサートに替わるストーリーミングのライブ配信が活発に行われるなど、これまでになかった新しい動きもみられた。今後、このコロナ禍がいつまで続くのか不透明な状況ではあるが、このような中にあって、

人々が生活の中に求めるエンタテインメントの重要性は、一層はつきりと浮き彫りとなった。“新しい生活様式”の中から生まれるニーズを掴み、それにマッチした作品の制作や提供手段、告知方法など臨機応変かつ早急な対応が求められており、今こそ、エンタテインメント業界の力を発揮すべき時であるといえよう。

当協会の活動においても、リモート会議が中心となるなど、事業推進の在り方も大きく影響を受けた。奇しくも本年度は当協会の創立50周年の節目を迎える年となるが、会員社への情報提供や会員社間の情報交換、関係官庁との緊密な連携といった、業界団体としての本質的な役割を確実に果たしていくことが重要な年となる。

以上のような観点から、本年度は以下の事業を行うこととする。

[1]映像ソフト産業の健全な発展をはかる施策の実施【業務部会】

1. 映像ソフトのバリアフリー化・アーカイブ化の運用ルール等環境整備

会員社や関係官庁・関係団体等が行っている映像ソフトのバリアフリー化・表現の統一・アーカイブ化の取組みについて、運用ルールの構築等の支援協力をし、誰もが映像ソフトを楽しむことができる環境整備に努める。

2. 協会活動充実のための新入会員勧誘の促進

映像ソフト産業界を代表する団体として、業界の発展に資するため、より多くの映像ソフト製作者、流通・映像コンテンツ関連事業者等の入会を募る。

3. 倫理問題の研究・意識の啓発

青少年に及ぼす映像ソフトの影響に鑑み、倫理規定遵守の徹底をはかる。

また、倫理問題の研究と意識の啓発に努めると共に、関係官庁・関係団体との連携・協力を努める。

消費者庁の「公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の整備・運用に関する民間事業者向けガイドライン」(平成

28年12月9日)等を参考に、協会の業務に関するコンプライアンス推進を図る。

4. 経理・税務問題の検討

税制改正、会計処理の変更等については、随時対応について検討する。

5. 会員各社を対象にした合同社員研修の実施

新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための方策を採りつつ、会員社の社員を対象とした合同の研修会を適宜実施する。

6. 映像商品制作に関する調査・研究

映像関連技術情報や商品管理情報の収集を行い、必要に応じて会員社へ情報提供を行う。

[2]市場の整備及びマーケティング活動の活性化

1. マーケティング施策の調査・研究【営業部会/業務部会】

イ. 映像パッケージソフト及び映像配信についての市場動向を把握するとともに、マーケティング施策の研究・検討を行う。

ロ. 映像コンテンツのデータベースについて、(株)ジャパンミュージックデータとの提携を継続し、データ収集状況ならびにデータベースの利用実態を把握する。

2. 業務用市場の流通の円滑化と活性化のための施策 [流通促進部会／著作権部会]

ホテル、バス、健康ランド、船舶、複合カフェ、公共施設等における映像ソフトの上映・配信利用に対する正規市場の維持・発展に努める。

3. レンタルシステムの運用 [レンタル運用委員会／流通促進部会]

当協会のレンタルシステム加盟店の実態把握と未加盟店の加入を促す。

4. 市場活性化の施策 [営業部会／業務部会]

映像パッケージソフト市場や映像配信市場の現況の分析や将来性を検証し、市場活性化のための必要な施策を検討、必要に応じて実行する。

5. 会員地区連絡協議会への支援と協力 [業務部会／営業部会／流通促進部会]

映像ソフト市場の健全な発展のため、会員社出先機関で組織された会員地区連絡協議会が行う著作権保護活動等の諸活動を支援するとともに、協力してエリアの市場活性化を図る。

[3] 知的財産権の擁護確立及び施策の推進

1. 著作権に係わる広報・普及活動 [業務部会／著作権部会／流通促進部会]

映像著作物の許諾実務、映像ソフトの著作権に関する諸問題について、調査研究を行い、広報・啓発活動を行うとともに、関係官庁・関係団体の行う知的財産権に係わる広報・啓発活動に協力する。

特に、無許諾配信等著作権侵害のツールである技術的制限(保護)手段を無効化(回避して複製)するリッピングソフトの提供、使用等が違法行為であることの周知を図るための広報活動として、『アンチリッピングキャンペーン』を会員各社と協力し、継続して実施する。

2. 識別シールの発行等 [レンタル運用委員会／流通促進部会]

海賊版識別及び頒布権の行使態様を表示するための統一マークを印したシールの発行及び同マークの登録商標の利用許諾を行い、正規市場の維持を図るとともに、一般利用者の正規品識別に資するよう努める。

3. 関係権利者団体との間における諸問題への対応 [著作権部会]

関係権利者諸団体と著作物使用料規程その他の諸問題について協議する。

4. 著作権保護と無許諾利用の防止 [著作権部会／流通促進部会]

関係官庁や関係団体と連携して、映像著作物の無許諾利用(複製・頒布・上映及び配信等)の防止に努める。また、技術的制限(保護)手段を無効化(回避して複製)するリッピングソフトの提供行為等の防止に努める。

また、「不正アクセス行為の禁止等に関する法律」等関連法令の研究を行うことにより著作権保護活動の充実を図る。

5. 国際的著作権問題に対する対応 [業務部会／著作権部会]

イ. 海外での映像ソフトの無許諾利用の防止に努める。
ロ. 原産地証明の発行
台北駐日経済文化代表處からの要請により、倫理基準の遵守と台湾における海賊版防止のため、関連団体との連絡を密にしながら原産地証明を発行する。

ハ. 海外での映像ソフトの利用実態を把握するため、新型コロナウイルス感染症拡大防止に配慮しつつ、必要に応じて近隣諸国及び地域に視察団を派遣する。

6. 著作権法等の整備への対応 [業務部会／著作権部会]

著作権法第38条第1項に関する当協会の見解の普及に努めつつ、著作権法制度の整備を含め、著作物の通常の利用が妨げられない同条同項の運用がなされる環境の構築に努める。また、私的録画補償金制度に関する審議会の審議動向を注視しつつ、その状況に適した対応に努める。

[4] 映像メディアの現状と今後に関する調査・研究 [デジタル配信部会]

1. 映像配信に関する調査・研究

新たな切り口を含め、映像配信の在り方について調査・研究をする。

2. セミナー・研究会の開催

映像メディアの将来を見据え、セミナー・勉強会を必要に応じて開催する。

[5] 映像ソフトに関する調査 [業務部会]

1. 協会会員社を対象とする売上の統計調査の実施

イ. 映像パッケージソフトの売上統計調査を実施する。
ロ. 映像配信の売上統計調査を実施する。

2. 消費者の映像配信に関する動向を把握するため、映像

パッケージソフトの市場動向とあわせて「映像ソフト市場規模及びユーザー動向」に関する調査を実施する。

3. そのほか、映像ソフト市場の動向把握のために必要な調査・研究を行う。

[6] 国際的諸問題に対する対応 [流通促進部会]

1. 一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)に参画するとともに、海外における日本コンテンツの流通環境の整備等を推進する。

2. 海外市場の実態の把握

協会会員社の関連性の高い海外市場の実態調査・研究に資するため、必要に応じて近隣諸国及び地域における実態調査を行う。

[7] 情報の収集及び提供 [業務部会]

1. 会報の発行

協会の事業活動報告、当面する諸問題の報道・解説、国際情報等を内容とする「会報」を、年6回発行する。

2. ホームページ等を通じた情報提供、PR活動の充実

ホームページ等を通じて、著作権に関するQ&Aやマーケットデータ、協会事業等につき、会員社内外及び一般利用者へ情報提供やPR活動を展開する。

3. 一般紙・業界誌等の報道機関と接触を図り、協会活動等につき広報活動を展開する。

[8] 内外関係機関等との交流及び協力

1. 関係諸官庁等に対して、映像ソフト産業の特性、実態等の的確な説明に努め、映像ソフト産業の健全な発展のために協力を要請するとともに、自主規制による良好な環境整備の実現に努める。 [業務部会／著作権部会]

2. 関係諸官庁等に知的財産権保護活動に理解を求めるとともに、知的財産権侵害の取締りを要請する等健全な市場の維持・発展に努める。 [業務部会／著作権部会／流通促進部会]

3. 協会が事務局を務める不正商品対策協議会等、会員として加盟する関係諸団体の事業に協力するとともに、協会の事業に対する理解・協力を要請する。 また、その他の関連する団体との交流を図る。

4. 諸外国関連団体との交流を図り、国際市場の整備を目的とする内外情報の交換・著作権情報の交換及び著作権保護活動等を通じ国際市場の健全な発展に努める。 [業務部会／著作権部会／営業部会／流通促進部会]

5. 日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合(CDVJ)と協力し、レンタル店の活性化を支援する。 [業務部会／営業部会]

[9] 会員社間の交流の緊密化を図る催事の実施

会員社の交流を図るための新年賀詞交歓会、会員親睦ゴルフコンペは、新型コロナウイルス感染症の状況を考慮してその実施を判断する。

以上

一般社団法人 日本映像ソフト協会 役員名簿

理事

(五十音順・2021年6月現在)

 <p>会長 よしむら たかし 吉村 隆 ㈱ポニーキャニオン 代表取締役社長</p>	 <p>副会長 むらかみ きよし 村上 潔 キングレコード㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>専務理事 ごとう たけろう 後藤 健郎 (一社)コンテンツ 海外流通促進機構 代表理事</p>
 <p>いのうえ ともあき 井上 倫明 ウォルト・ディズニー・ジャパン㈱ メディアリテラルビジネスマネジメント エグゼクティブディレクター</p>	 <p>いわがみ あつひろ 岩上 敦宏 ㈱ソニー・ミュージック エンタテインメント 執行役員 ビジュアル& キャラクタービジネスグループ統括 ANX 代表取締役執行役員社長</p>	 <p>この さとし 河野 聡 ㈱バンダイナムコアーツ 代表取締役社長</p>
 <p>さとう なおき 佐藤 直樹 日活㈱ 代表取締役社長 執行役員</p>	 <p>しまたに よししげ 島谷 能成 東宝㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>たかはし としひろ 高橋 敏弘 松竹㈱ 専務取締役</p>
 <p>どうやま しょうじ 堂山 昌司 NBCユニバーサル・ エンターテインメントジャパン (同) 最高経営責任者兼社長</p>	 <p>まへの のぶひろ 前野 展啓 エイベックス・ピクチャーズ㈱ 執行役員</p>	 <p>まつもと こうじ 松本 浩司 ㈱NHKエンタープライズ 代表取締役社長 (2021年9月理事就任予定)</p>
 <p>やすおか よしろう 安岡 喜郎 ㈱パップ 代表取締役社長 執行役員</p>	 <p>やまさき とし 山崎 敏 東宝東和㈱ 代表取締役社長</p>	 <p>やました なおひさ 山下 直久 ㈱KADOKAWA 代表取締役 執行役員</p>
 <p>よだ たつみ 依田 巽 ギャガ㈱ 代表取締役会長兼社長 CEO</p>	 <p>よだ なおし 與田 尚志 東映ビデオ㈱ 代表取締役社長</p>	

監事

 <p>まへだ てつお 前田 哲男 柴井・前田・中川法律事務所 弁護士</p>



新理事ご挨拶

<p>新理事 まへの のぶひろ 前野 展啓 エイベックス・ピクチャーズ㈱ 執行役員</p>	<p>エイベックス・ピクチャーズの前野展啓です。学生時代よりエンタメビジネスの道を志し、エイベックス・グループに入社。キャリアを音楽事業からスタートし、アーティスト宣伝、音楽パッケージ販売促進等を経験。その後、映像部門(現エイベックス・ピクチャーズ)の新設に際し、もう一つの夢であった映画映像ビジネスへ籍を移して十数年になります。制作・買付・プロデュースなどの制作部門、宣伝・配給・配信などの機能部門、それぞれを写真・アニメの両領域で幅広く務めてまいりました。設立50周年を迎えたJVAならびに映像エンタメ業界のさらなる発展に寄与できるよう尽力してまいります。何卒よろしくお願ひ申し上げます。</p>
<p>新理事 まつもと こうじ 松本 浩司 ㈱NHKエンタープライズ 代表取締役社長</p>	<p>NHKエンタープライズの松本浩司です。これまで30年以上、NHKで番組制作や番組編成の業務にあたってきましたが、今年6月にNHKエンタープライズ代表取締役社長に就任いたしました。当社はNHKグループの中核企業として、番組やイベントの企画制作、コンテンツ販売、ライセンス事業、デジタルコンテンツ制作などの幅広い業務を行っています。ここ数年、メディア環境が激変するなか、そのウイングをさらに広げようとしています。皆さんとともに、微力ながら日本の映像文化発展のため力を尽くしてまいります。よろしくお願ひします。</p>
<p>新理事 やました なおひさ 山下 直久 ㈱KADOKAWA 代表取締役 執行役員</p>	<p>株式会社KADOKAWAの山下直久です。私は角川書店に入社し、以来、書籍の編集、営業など出版に関わる様々な業務を担当し、さらにKADOKAWAになってからは管理部門、そして、今回映像部門も管轄することになりました。映像業界は激しい変化に見舞われ、とりわけホームエンタテインメント分野は海外からの巨大な配信事業者の参入により、そのビジネスモデルを大きく変革する必要に迫られています。この時期に、JVAの理事として加わるにあたり、皆さまと共に映画・映像作品のビジネスを盛上げていけるよう努めていきたいと思ひます。よろしくお願ひ致します。</p>
<p>新理事 たかはし としひろ 高橋 敏弘 松竹㈱ 専務取締役</p>	<p>松竹株式会社の高橋敏弘です。平成2年の新卒で松竹に入社し、約30年間、社会人生活を送っております。最初の20年間は経理・財務・経営企画・グループ企画と管理部門畑を歩んで参りました。当時大規模な映像部門の組織改編等を機に10年ほど前に映像部門へ異動して参りました。現在は、製作から配給・興行・二次利用まで全てを統括させて頂いております。まだまだ、コロナ禍で厳しい状態が続くと思ひますが映像ビジネスの発展、業界の活性化の為に貢献出来ればと思っております。宜しくお願ひ致します。</p>
<p>新理事 この さとし 河野 聡 ㈱バンダイナムコアーツ 代表取締役社長</p>	<p>バンダイナムコアーツの河野です。映像業界に憧れて東京テアトルに入社し、社会人生活をスタートしました。その後、バンダイに転職しバンダイビジュアルへの転籍、ランティスとの統合によりバンダイナムコアーツと社名変更。映像業界に30年程を置いております。実写映画からアニメーション、洋画まで様々な作品に触れ、多くの失敗と少しの成功を経験してきました。昔から映画が好きで、今でも時間が出来ると映画館やDVD・BDで楽しんでいます。一人でも多くの方に映画や映像に触れてもらえる機会が増えればと思っております。微力ではありますが、JVAの発展のために少しでもお役に立てよう頑張ります。よろしくお願ひ致します。</p>

理事会

第408回、第410回定例理事会報告

5月11日(火)午後2時00分より第408回定例理事会は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、リモートによって執り行われた。議事の要旨は次のとおり。

- 決議事項
 - 第1号議案 2020年度事業報告書(案)承認の件
 - 第2号議案 2020年度計算書類(貸借対照表及び正味財産増減計算書)及び同附属明細書(案)承認の件
 - 第3号議案 役員候補者(案)承認の件
 - 第4号議案 2021年度通常総会開催の件
 - 第5号議案 2021年度昇給(案)承認の件
 - 第6号議案 2021年度上期賞与支給(案)承認の件
 - 第7号議案 「映画感想文コンクール 2021」への後援名義使用承認の件

- 報告事項
 - 1. 各部会報告について
 - 2. 知財関係報告
 - 3. 頒布理論と日本映像ソフト協会の50年
 - 4. 2021年3月度ビデオソフト売上速報について
 - 5. 2021年3月度映像配信統計報告について
 - 6. 映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査2020
 - 7. EB債の償還と新たなEB債

7月6日(火)午後4時00分より第410回定例理事会は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、リモートによって執り行われた。議事の要旨は次のとおり。

- 決議事項
 - 第1号議案 臨時総会開催の件
 - 第2号議案 「第34回東京国際映画祭」後援名義使用承認の件
- 報告事項
 - 1. 「月度映像配信売上」一般公開の件
 - 2. (株)第一興商様の退会について
 - 3. 各部会報告について
 - 4. 知財関係報告
 - 5. 頒布理論と日本映像ソフト協会の50年
 - 6. 2021年5月度ビデオソフト売上速報について
 - 7. 2021年5月度映像配信統計報告について

映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2020結果報告①

業務部会マーケット調査委員会では、『映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査』を本年1月に実施し、このたび報告レポートをまとめた。本号と次号の2回に分けて、結果(抜粋)を報告する。

本調査は「ビデオソフト市場(DVDとBDのセル及びレンタル)」と、ユーザーがコンテンツに対して対価を払うことで視聴する「有料動画配信市場」を、『映像ソフト市場』として定義した上で、その市場規模とユーザーの利用動向について、ユーザーに対するアンケートを基に調査したものである。

今回調査における変更点として、上記の映像ソフト市場に加え、有料動画配信ユーザーの分析の拡充として、ライブ配信の有料視聴に関する設問、ユーザーが映像メディアに対してどのような考えをもっているかの設問を追加した。

調査概要

(1) 調査対象
 全国に居住する満16歳～69歳の男女で、インターネット利用者。(性年代別・都道府県別構成比を住民基本台帳に基づいて割り付けたインターネット利用者を対象に調査を実施し、その回収標本に対する補正をACR/Ex調査結果((株)ビデオリサーチ)を用いて実施した。)2013年度から開始した有料動画配信利用者のみを対象としたオプション調査(以下「有料動画配信調査」)も同様の調査設計で行った。

(2) 調査実施 2021年1月

(3) 調査対象期間 2020年1月～12月

(4) 調査方法 インターネットによる調査

(5) 回収サンプル構成
 (a) 一般調査:1,500サンプル (b) 有料動画配信(オプション調査):1,300サンプル

(6) 調査機関 企画分析:(株)文化科学研究所/調査実施:(株)ビデオリサーチ

(7) 有料動画配信サービスについて
 2015年から、有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOWやスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約無しでみられる見放題のVODや、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題のVOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題のVODの視聴を含む。

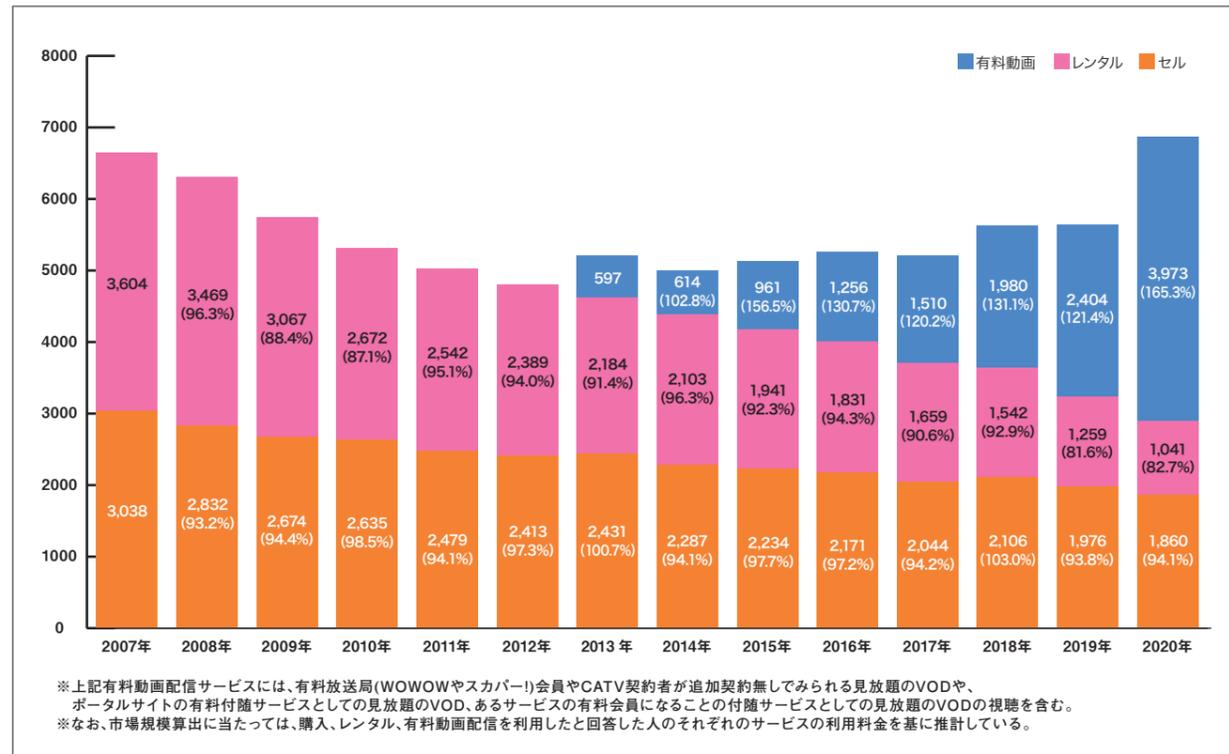
(8) 集計データの補正
 本調査は16歳～69歳のインターネット利用者を対象として実施したため、同世代の一般個人におけるデータとして推計するために、補正データとして、「ACR/ex調査」を用い、「ACR/ex調査」の対象者全体が一般の市場全体を代表しているとみなして、性年齢別にウェイト値を求め、データの補正を行った。

<ポイント1>映像ソフト市場の推計値は6,874億円。前年比は121.9%。有料動画配信市場が半数以上を占める。

セル市場は1,860億円(前年比94.1%)、レンタル市場は1,041億円(同82.7%)となり、合計の推計値は2,901億円と減少が続いている(前年比89.7%)。一方、有料動画配信市場については、上位サービスプロバイダーが順調に伸張、ま

た、定額見放題の利用増加により、市場全体として3,973億円、前年比165.3%の大幅増となった。この結果、市場全体では6,874億円、前年比121.9%と、前年を上回る市場規模となった。

図表1-1:市場規模の推移



<ポイント2>有料で映像ソフトを利用する人「有料コンテンツ利用者」は、43.9%。2016年を100とすると、全体で99.8、セル利用者は85.7、レンタル利用者は67.6、有料動画利用者は213.7。

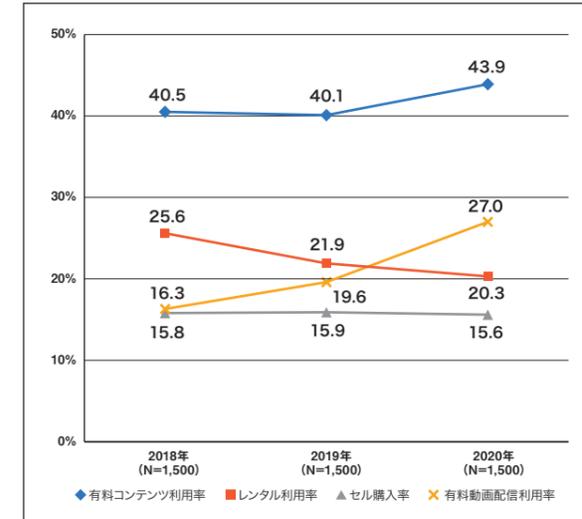
2020年1年間に、購入、レンタル利用及び有料動画配信サービスのいずれかを利用した「有料コンテンツ利用率」は、全体で43.9%となり、2019年からは3.8ポイントの増加となった。

2020年のビデオソフトの購入率は15.6%、レンタルの利用率は20.3%、有料動画配信サービスの利用率は27.0%となっている。2019年と比較するとセルは0.3%、レンタルは1.6%の

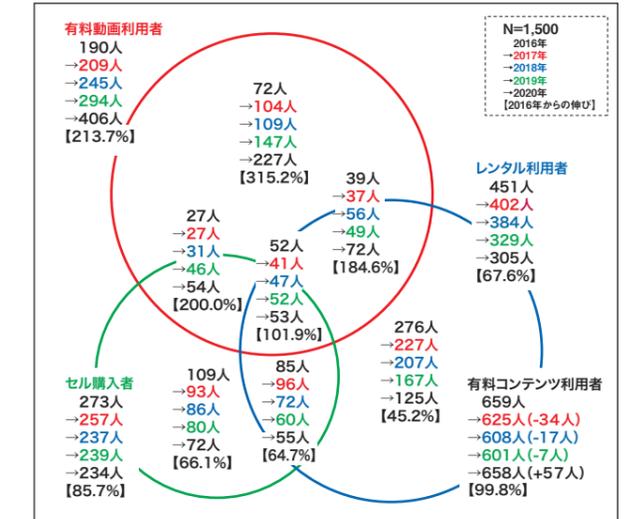
減少となった。一方、有料動画配信は、7.4%の上昇となり、調査開始以来、初めて利用率トップとなった。

5年前の2016年を100とすると、セル利用者は14.3%の減少、レンタル利用者は32.4%の減少となっており、特にレンタル利用者の減少幅が大きい。一方、有料動画配信利用者は、113.7%増と2倍以上の伸びを示している。

図表2-1:利用率の推移



図表2-2:利用者の分布状況

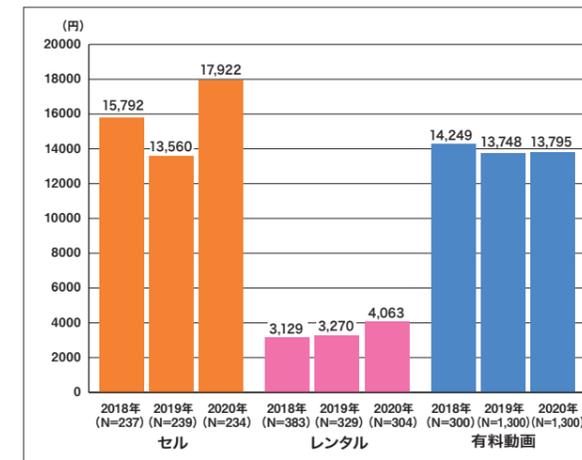


<ポイント3>一人当たりの年間平均消費金額は、ビデオソフト購入が17,922円、レンタルが4,063円、有料動画配信サービス利用が13,795円。ビデオソフトの平均購入金額が右肩上がりの傾向だが、有料動画配信は横ばい。

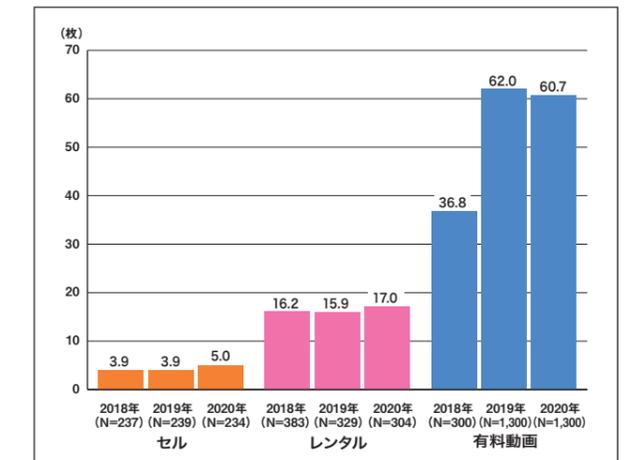
セルの年間平均購入枚数は5.0枚(2019年は3.9枚)、平均購入金額は17,922円(2019年は13,560円)。レンタルの年間平均利用枚数は17.0枚(2019年は15.9枚)、平均利用金額4,063円(2019年は3,270円)と、セル・レンタルいずれも2019年から増加している。一方、有料動画配信については、年間利用金額

が13,795円となり、2019年の13,748円とほぼ変わらない結果となった。この背景として、ケーブルテレビ経由でのVODの利用率の低減が進んでおり、単価が高いサービスの利用者が減少していることが考えられる。

図表3-1:平均利用金額の推移



図表3-2:平均利用枚数の推移

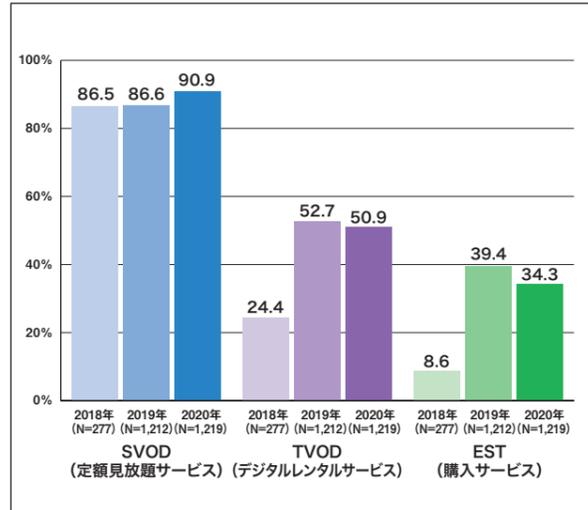


<ポイント4>有料動画配信利用者の中心は定額見放題(90.9%が利用)。しかし、定額見放題のみの利用者は45.0%に過ぎず、55.0%はデジタルレンタルや購入のメニューも利用。

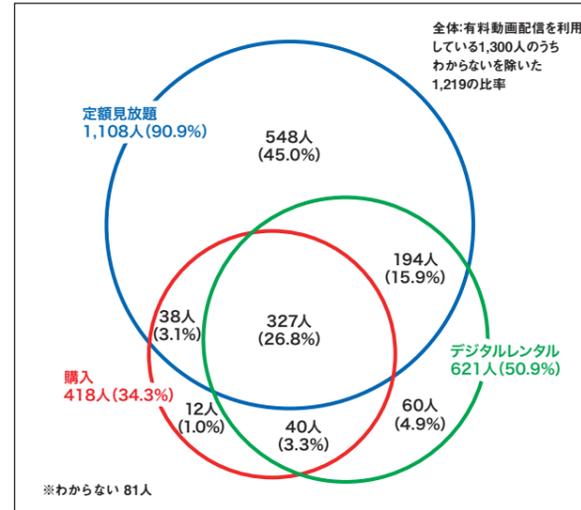
有料動画配信サービス別の利用率では、定額見放題の利用率は90.9%と微増し、9割を超えた。一方でデジタルレンタルと購入の利用率はそれぞれ微減となっている(2019年度以降、定額見放題サービスにおけるデジタルレンタル、購入のメニューの利用について見逃しが無いよう設問を変更しているため、2018年調査は参考値である)。

全体構成比で見ると、定額見放題のみの利用比率は45.0%と最も多いが、デジタルレンタルもしくは購入のサービスもあわせて利用している比率も45.8%となっており、これは定額見放題サービス利用者の半分以上(50.5%)にあたる。一方、定額見放題を利用せずにデジタルレンタルもしくは購入を利用している比率は、9.2%と少数である。

図表4-1:有料動画配信サービス別利用率の推移



図表4-2:有料動画配信利用者の分布状況



<ポイント5>定額見放題をはじめ、有料動画配信の利用の最大のきっかけは「オリジナル作品」。また、定額見放題、デジタルレンタル、購入ともトップシェアはAmazonプライムビデオ。

定額見放題の利用のきっかけで最も多いのは「その契約でしか見られないオリジナルの作品」の36.3%で、ついで「自分の好きなジャンルの品揃え」の28.0%、「DVDレンタルより手軽」の20.5%となっている。利用きっかけの1~3位の順位はデジタルレンタルでは同じ、購入では1~2位は同じ、3位は「その契約でしか配信していないスポーツなど」となっており、前回同様に独自のコンテンツを中心とする一次市場という位置づけを強め

つつある。定額見放題の利用配信事業者では、Amazonプライムビデオが58.8%でトップとなっており、ついでNetflix、Huluが続く。また、Amazonプライムビデオ、Netflixでは、2019年に比べ、シェアを伸ばしている。デジタルレンタルでは、Amazonプライムビデオ、Hulu、U-NEXT、購入ではAmazonプライムビデオ、Hulu、FANZAがトップ3となっている。

図表5-1:有料動画配信サービス利用のきっかけ(上位3項目)

順位	定額見放題	デジタルレンタル	購入
1位	その契約でしか見られないオリジナルの作品があったから (36.3%)	その契約でしか見られないオリジナルの作品があったから (29.0%)	その契約でしか見られないオリジナルの作品があったから (28.1%)
2位	自分の好きなジャンルの品揃えが非常に良かったから (28.0%)	自分の好きなジャンルの品揃えが非常に良かったから (16.4%)	自分の好きなジャンルの品揃えが非常に良かったから (17.2%)
3位	新作の映画などが、DVDレンタルより手軽に見られたから (20.5%)	新作の映画などが、DVDレンタルより手軽に見られたから (15.0%)	その契約でしか配信していないスポーツなどがあったから (10.2%)

図表5-2:有料動画配信サービス 利用配信事業者(上位3事業者)

順位	定額見放題	デジタルレンタル	購入
1位	Amazonプライムビデオ (58.8%)	Amazonプライムビデオ (49.9%)	Amazonプライムビデオ (51.4%)
2位	Netflix (21.8%)	Hulu (10.8%)	Hulu (13.4%)
3位	Hulu (13.9%)	U-NEXT (10.1%)	FANZA (7.9%)

<ポイント6>

定額見放題の利用者のうち3割は複数の事業者を併用。利用ジャンルは、ユーザーのシェアでは、1位海外の映画、2位日本の映画、3位日本のアニメだが、視聴本数では、1位日本のアニメ、2位海外のドラマ、3位海外の映画。

定額見放題では、全体の68.0%が1社のみ利用、2社利用は23.7%、それ以上は8.3%に止まる。また、2社以上利用のうち、79.2%がAmazonプライムビデオとなんらかの他の配信事業者との重複利用となっている。

利用している映像ジャンルでは、海外の映画(49.0%)、日本の映画(48.4%)、日本のアニメ(44.7%)が上位3位となっている。一方、視聴本数のシェアで見ると、日本のアニメ(27.1%/平均年間30.9本)、海外のドラマ(20.6%/平均年間38.0本)、海外の映画(14.6%/平均年間14.4本)となっており、続きものの多いアニメやドラマの構成比率が上昇している。

視聴本数平均を性年代別にみると、日本のアニメは男性全般で多く、特に30代以下では中心的な視聴ジャンルである。一方、海外のテレビドラマでは、男性60代、女性40代以上で最も視聴本数が多いジャンルとなっている。

図表6-1:定額見放題サービスの利用配信事業者の重複状況(抜粋)

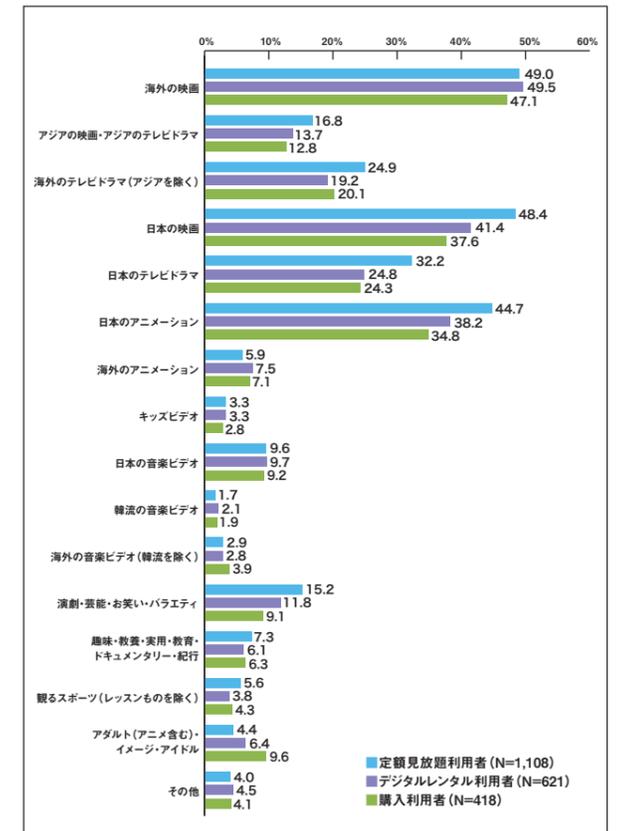
利用状況	配信事業者					件数(件)	割合(%)
	①Amazonプライムビデオ	②Netflix	③Hulu	④CATV局のVOD	⑤その他		
1社のみ	○					380	35.6
		○				95	8.9
			○			51	4.8
				○		56	5.3
					○	144	13.5
計						726	68.0
2社以上	○	○				52	4.9
	○		○			21	2.0
	○			○		27	2.6
	○				○	90	8.5
		○	○			12	1.2
		○		○		6	0.6
			○	○		18	1.7
				○	○	0	0.0
					○	16	1.5
					○	11	1.1
計						253	23.7
3社以上						89	8.3
合計						1,068	100.0

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%にならない。

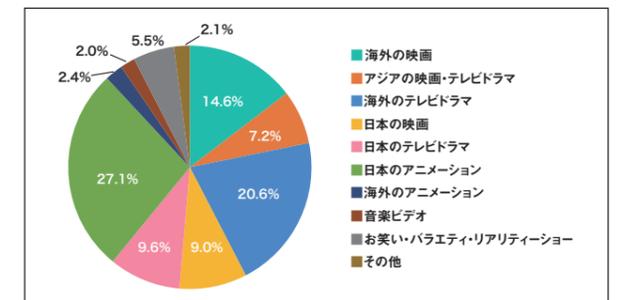
図表6-4:定額見放題サービスのジャンル別平均視聴本数の比較/性年代別

平均本数	調査数	海外の映画(アジアを除く)	アジアの映画・テレビドラマ	海外のテレビドラマ(アジアを除く)	日本の映画	日本のテレビドラマ	日本のアニメーション	海外のアニメーション	音楽ビデオ	笑い・バラエティ・リアリティショー	その他
全体	N=1,108	8.0	3.6	11.4	4.7	5.1	15.6	1.4	1.2	3.4	1.0
男性計	N=570	8.2	1.9	10.9	4.4	4.2	16.9	2.0	0.9	3.4	1.3
男性15~19歳	N=34	5.0	1.0	3.8	2.8	1.6	17.8	0.1	0.3	1.0	1.5
男性20代	N=97	7.4	3.0	6.8	4.6	7.0	22.8	1.3	1.6	3.6	0.1
男性30代	N=117	6.1	1.0	19.7	3.6	5.2	33.7	7.6	1.0	4.4	1.6
男性40代	N=144	10.7	1.7	11.8	3.9	2.6	13.7	0.6	0.3	4.7	1.4
男性50代	N=114	6.1	1.8	4.7	4.4	3.3	5.9	0.3	0.7	1.9	0.7
男性60代	N=64	13.3	2.9	13.9	7.3	4.2	3.5	0.4	1.9	0.5	3.2
女性計	N=537	7.7	5.4	11.9	5.0	6.2	14.2	0.7	1.4	3.5	0.8
女性15~19歳	N=44	1.4	2.8	4.0	4.5	5.1	12.5	0.9	0.5	2.9	0.0
女性20代	N=121	4.6	2.0	8.4	4.5	4.2	16.9	0.9	0.9	3.5	0.0
女性30代	N=111	2.7	5.0	8.4	3.1	5.4	28.9	0.7	1.1	3.2	1.3
女性40代	N=131	11.5	6.2	9.6	4.2	7.2	6.9	0.6	1.4	5.5	0.5
女性50代	N=87	14.7	7.9	27.0	9.0	7.6	8.2	0.4	1.9	2.3	0.7
女性60代	N=44	10.8	11.3	14.7	6.2	8.4	4.5	1.0	3.9	1.6	2.7

図表6-2:有料動画配信サービスごとの利用ジャンル



図表6-3:定額見放題サービスの全視聴本数のジャンル別構成



2021年度新入社員合同オンライン研修会を実施

業務部 総務人事委員会(小樽洋史委員長(株)ポニーキャニオン))は今年度新入社員合同研修会を開催した。

例年、正会員社の新入社員を対象に実施してきたが、昨年は新型コロナウイルスの蔓延により急遽中止に。今年度は初めてのオンライン形式で実施された。

まずは当協会のホームページ上に録画した講義を公開。講義の1つ目は「JVA調査データから見る国内映像パッケージソフト市場」と題して、映像メディア総合研究所 代表の四方田浩一様を講師でお招きし現在の映像パッケージソフト市場の説明を、2つ目の講義は国内の映像著作権の基本を(株)バンダイナムコアーツの法務部リーガルフェローの上埜芳被様と当協会の小林が行った。

公開した講義の映像は、参加の各新入社員が4月1日から4月8日にかけて視聴した。

約1週間の学習期間を経て、4月8日(木)と4月12日(月)の2回に渡り、オンライン研修会が行われた。冒頭の小樽洋史委員長の趣旨説明に続き、

視聴した範囲の中でそれぞれ担当の講師とリモート方式で質疑応答がなされた。その後、他社の同期とのコミュニケーションもとりつつ、テーマを決めたグループワークが行われた。

テーマは以下の3つの中から各グループに分かれてランダムに1つの割り当てで行われた。

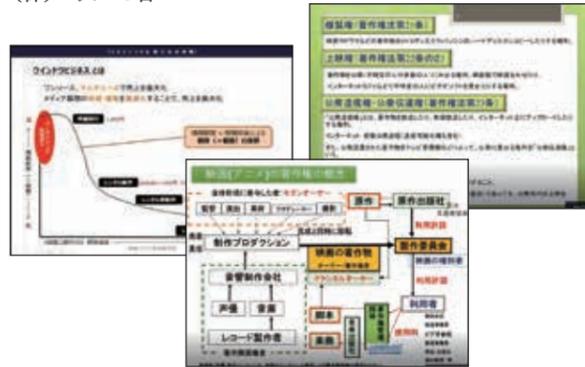
- ①10年後の2030年に、パッケージソフト(DVD、Blu-ray、UMD)の需要はどの程度、残っているか
- ②10年後の2030年に、パッケージソフトのレンタルやセルは、映像配信TVOD、ESTにどの程度シフトするか
- ③PVODサービスが日本でも本格化した場合、映画館での興行はどの程度、影響を受けるか

新入社員各人とも積極的な発言があり、盛況のうちに会が進行した。グループごとの代表者による発表の後、当協会専務理事 後藤健郎からの締めの挨拶をもって無事終了した

なお、参加者の内訳は以下のとおり。

4月8日の参加者
 (株)アニプレックス 2名 (株)バンダイナムコアーツ 10名
 ギャガ(株) 3名 東映(株) 13名
 キングレコード(株) 9名 東映ビデオ(株) 1名
 松竹(株) 10名 合計 7社48名

4月12日の参加者
 (株)KADOKAWA 28名 (株)ポニーキャニオン 9名
 東宝(株) 10名 ワナーブラザースジャパン(合) 2名
 日活(株) 3名 合計 6社 55名
 (株)パップ 3名



デジタル配信部会

デジタル配信部会主催セミナー開催報告

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、3月25日(木)にセミナーを開催した。2020年4月に旧eメディア部会から改称されて以来、初めての実施となった。

当日は、講師として株式会社ビデオマーケット代表取締役社長である小野寺圭一氏と、増田智也氏、横谷高行氏をそれぞれお招きし、「配信ビジネスの現状について」をテーマとしたプレゼンテーションが行われた。

先ず小野寺氏から、「デジタル化する市場の現状認識と今後の予測」と題した、全世界を対象としたビデオマーケットの概要やその現況、また今後の予測などについて、データに裏付けされた詳細な説明がなされた。

続いて、増田氏と横谷氏から、「MIRAILを利用したデジタルコピーのサービス提供について」と題し、公式動画配信サービスであるMIRAIL(ミレール)のビジネスモデルについて具体的な紹介が行われた。

開催後、参加者からは、「流動的で変化の激しい配信の市場について、非常に学びの多い会だった」、「業界全体の集合知のようなものを押し上げていく上で、非常に大きな役割を果たす気がする」といった感想が寄せられた。

なお今回のセミナーは、初の試みとして、「Google Meet」を利用したウェビナー形式で実施した。当日は64名と、これまでになく多数の参加者があった。これを参考に、今後も参加者のニーズに沿ったセミナーを開催する予定である。



Relay essay

vol.148

遊佐 和彦氏(アスミック・エース株式会社 ライツ事業本部 本部長)からのご紹介

大熊 一成氏 株式会社ポニーキャニオン 取締役
 ミュージック、アニメ、ビジュアルクリエイティブ本部責任者

「50の手習い」

コロナ禍という未曾有の状況下、この1年あまりで仕事でもテレワークがスタンダードになり、在宅時間が増えたことで新しい事を始められた方も多いかと思います。

そんな中、私は半年ほど前からゴルフを始めました。

お仕事をご一緒させて頂いた方はご存知かと思いますが、私、これまでは「やらない」ということを公言しまして頑なにゴルフを避けて生きてきたタイプです。愛好家の方への失礼を承知でお話すると「止まっているボールを打つのがスポーツなの？」と長年、斜に構えて生きておりました。

が、昨年初に社内異動にて現勤務に着任後に、弊社の代表から柔らかなトーンながらも、しっかりと圧強め(笑)にゴルフのススメがありました。正直、イヤで嫌で仕方がなかったのですが、渋々重い腰を上げて最初が肝心と先ずはレッスンに通うことにしました。

とはいえ、そこそこ出来れば良いから...と厳しそうところは避けて、自宅近くのスポーツジムで楽そうなレッスンをチョイスし通い始めました。

ところが、付いて頂いた少しお年を召した女性の先生が、まさかのスパルタ仕様！
 まあ、怒りに怒られるんです。
 そもそも運動系に縁のなかった人生だったこともあり、1時間のレッスンで下着まで汗ビッショリの状態。
 ゴルフってこんなに汗かくスポーツでしたっけ...?
 誰だ？止まっているボール打っただけって言ったの...

50を過ぎてこんなに怒られる状況も中々ないので、しっかりとメンタルは凹み、体は全身筋肉痛、左手はひどいバネ指になり痛みで夜中に目が覚める始末。
 何時までたっても、ひたすら7番アイアンだけを振らせて、週イチのレッスンが憂鬱で仕方なく、ストレスフルな日々が3ヶ月ほど続きました。

そうしているうちに会社の先輩方から、そろそろラウンドに出るぞとのお声掛けがあり、不安で前日に一睡も出来ないまま、この春にコースデビュー。

当然、ひどいスコアで四六時中ホールを走り回っていましたが、「これ、いつ仕事の話ってするんですか...?」と真剣に先輩に聞いた有様...

...だったのですが、そこから短期間に続けて3回、4回とラウンドを重ねる機会があり、その度に、少しずつ私の意識が変わって参りました。

そもそも全く興味のなかったゼロの分野ですので、ゴルフに関する情報や行動が全て私にとって新しい知識であり経験となりました。社内外の方とも、自分の下手さを自虐にしつつ、これまでなかったタイプの会話が出来ようになってきました。

気がつけば体重は3kgほど落ち、ベルトの穴はふたつほど楽になっていて、気になっていた左膝の痛みもいつの間にか平気になっています。下手ながらも明らかに半年前は出来なかったショットが出るようになってきました。

単純なもので、こうなってくるとゴルフが面白くなってくるんですね。あんなに嫌だったのに。。

ある程度長く生きてると、それまでの経験値で仕事も日々の暮らしも、それなりに対応していけるものですが、それ故に新しいことへの挑戦は年々億劫になって避けるようになりがちです。大恥をかいたり、必死に練習したりと、久しく忘れていた感覚はとても新鮮で、改めて挑戦することの大事さを、50の手習いで噛み締めております。

こういったキッカケを与えてもらった弊社の代表と先輩方に感謝しております。

なんとも他愛の無い、お目汚しで大変失礼致しました。変わらず難儀な日々が続きますが、いろんな事が制約なく出来るようになった暁には、また皆様とお酒飲みながら、こんな他愛の無い話が出来ることを楽しみにしております。

皆様のご発展と益々のご活躍を心よりお祈り申し上げます。

日誌に見る協会の動き

【4月】	【5月】	【6月】
2日 著作権部会(メール開催)	7日 権利者対応委員会(オンライン開催)	1日 2021年度通常総会
6日 第407回定例理事会(オンライン開催)	著作権部会(オンライン開催)	第409回定例理事会(オンライン開催)
7日 マーケティング委員会(オンライン開催)	11日 第408回定例理事会(オンライン開催)	JASRAC協議(オンライン開催)
8日 2021年新入社員合同研修会1回目(オンライン開催)	12日 マーケティング委員会(オンライン開催)	2日 マーケティング委員会(オンライン開催)
12日 2021年新入社員合同研修会2回目(オンライン開催)	18日 第302回総合連絡委員会(書面審議)	4日 権利者対応委員会(オンライン開催)
13日 第301回総合連絡委員会(書面審議)	19日 中部地区連定例会議(オンライン開催)	著作権部会(オンライン開催)
16日 JASRAC協議(オンライン開催)	20日 関西地区連定例会議(オンライン開催)	8日 第303回総合連絡委員会(書面審議)
業務使用対策委員会(オンライン開催)	21日 業務使用対策委員会(オンライン開催)	18日 業務使用対策委員会(オンライン開催)
23日 NMRC JASRAC協議(オンライン開催)	26日 総務人事委員会(オンライン開催)	22日 東北地区連定例会議(オンライン開催)
28日 第303回業務部会幹事会(オンライン開催)	27日 第304回業務部会幹事会(オンライン開催)	24日 第305回業務部会幹事会(オンライン開催)