

市場活性化キャンペーン「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」 2017年度 活動指針等を承認

当協会は、1月23日に開催された第362回臨時理事会において、2016年度の市場活性化キャンペーン「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！」の最終報告と2017年度と同キャンペーンの活動指針等につき承認しました。

2017年度の活動指針と運営体制は以下のとおりです。

また、2016年度最終報告からの主な結果は2ページ以降をご参照ください。

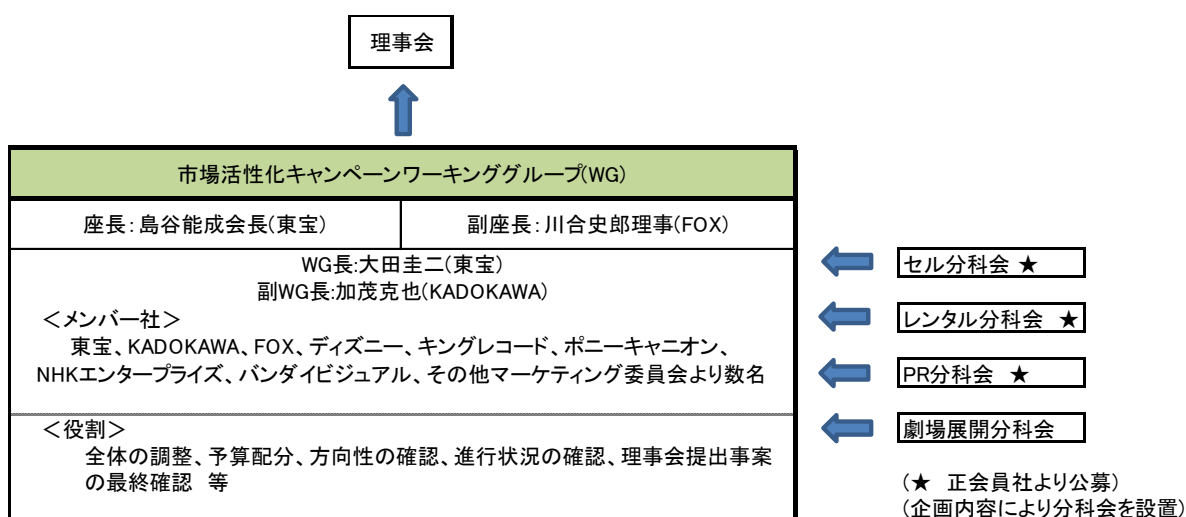
●活動指針と運営体制について

I. 2017年度「ビデオの日」活動指針

- ① 初年度に制定した「ビデオの日」の知名度のさらなる向上を目指す
- ② 引き続き協会加盟社が一丸となって市場活性化「ビデオの日」の活動を継続する
- ③ お店、CDVJ等とさらなる連携を深め業界全体で盛り上げる 他

II. 運営体制について

- ① 「セル」「レンタル」「PR」の3部門の専門分科会を新たに設置する
- ② 会員各社の意見を反映させるため3分科会のメンバーを正会員より公募する 他



本ニュースリリースに関するお問い合わせ
 一般社団法人日本映像ソフト協会
 八十河(やそかわ)または上田まで
 e-mail : jva_kohou@jva-net.or.jp
 TEL : 03-3542-4433

以上

I. 「ビデオの日」キャンペーンの主な実施事項についての報告

1. 記念日の制定

日本記念日協会に11月3日を「ビデオの日」として正式に登録。11月1日に「記念日制定イベント」を「神楽座」で開催。アンバサダーにタレントの中川翔子さんを迎え、報道関係者を対象として実施した。このイベントについてのメディア露出は、NHK『おはよう日本』での報道を含め、概況は以表のとおりとなった。

メディア	露出数	リーチ	広告換算額
TV	2	10.4%	¥22,338,667
PRINT	18	5,160,163 部	¥3,419,183
WEB	225	392,424,488 UU	¥26,853,590
TOTAL	245		¥52,611,440

2. レンタルの活性化

CDVJ(日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合)が中心となり、全国のビデオレンタル店において、「11月3日」に新作を含めてビデオレンタル(DVD、BD)全品100円とする統一キャンペーンを実施(店舗参加率99%)。全国のレンタル店が一致してこのような統一キャンペーンを実施したのは、レンタル業界の歴史の中でも初めてのこと。CDVJでは、「映像レンタル全品100円」キャンペーンの告知CMを11月1日～11月3日にかけてテレビCMを打った。



●実績検証

<11月3日の店頭波及効果について(対前年比)> ※CDVJ理事社に対するアンケート結果より

総貸出数・・・205.8%

客数・・・・・・・158.8%

総売上・・・・・・・131.3%

新規会員・・・118.1%

休眠会員・・・169.7% (休眠会員の定義:1年以上利用無し)

<今後の継続意向> ※11/4～11/10に実施した全店アンケート628サンプルより

継続したい・・・65%/どちらもいえない・・・27%/止めたほうがいい・・・8%

11月3日の「ビデオの日」は非常に高い実績を示した。しかし一方で、11月1か月の売上金額は前年同月を割り込んでおり、次のレンタル行動に繋げる工夫が必要との意見も聞かれた。実施企画内容の賛否、告知方法、等々検討の余地はあるものの、業界統一キャンペーンの継続に6割以上の組合員が賛同している。

3. セルの活性化

「ビデオの日」応援企業を募集、11月3日時点で23企業が参加表明。各法人がキャンペーンを展開した。

●参加表明した企業

アマゾンジャパン合同会社／タワーレコード株式会社／楽天ブックス／株式会社山野楽器／株式会社ローソン HMV エンタテインメント／株式会社セブンネットショッピング／株式会社 TSUTAYA／株式会社勝木書店／中田図書販売株式会社／株式会社 DMM.com／株式会社玉光堂／株式会社ヤマダ電機／株式会社ダイレクトショップ／株式会社音光／株式会社ヨドバシカメラ／株式会社イケヤ／株式会社エディオン／新星堂／WonderGOO／ディスクピア Joshin／イーベスト CD・DVD 館／TOHO シネマズ株式会社／イオンエンターテイメント株式会社

●参加企業へのアンケートから抜粋した意見

- ・当社ではキャンペーン直前に比べると、スタート時で140%、それ以降でも平均10%の売上アップとなったが、目標値には至らなかった。
- ・レンタルのように統一施策が取れなかったのが残念。キャンペーン期間も統一したほうが良いと思う。
- ・「ビデオの日」が単純にディスカウントの日にならないような施策を考えたい。
- ・とにかく「継続」して実施してほしい。

4. 劇場での展開

●劇場フリーペーパーでの「ビデオの日」と「ビデオで観るべき100選」の告知

『イオン ENTERTAINMENT』『シネコンウォーカー』『TOHO CINEMAS MAGAZINE』に「11月3日はビデオの日」と「劇場でのビデオソフトの販売」、「ビデオで観るべき100選」の紹介記事を掲載し、劇場来場者に告知を図った。上記3誌の配布により全国の劇場の75%をカバー。



●全国32館の映画館において、「11月3日はビデオの日」の告知のシネアドを10月29日～11月3日に上映。同期間内における合計動員数11万7350人に告知された。

●既に劇場での販売を展開していたTOHOシネマズ(41館)においては、既存什器を用いて「11月3日はビデオの日」をアド展開。その他、新たに20器の什器を新設し(Tジョイ、東京テアトル、松竹、イオンシネマ)で100選の販売を展開した。

サンプル箇所(11か所)の「ビデオの日」告知展開前(10/10～30日)と、告知展開中(10/31～11/20)の販売枚数比較では153%の上昇となった。

5. 「ビデオで観るべき100選」について

キャンペーン展開のためのツールとして「ビデオで観るべき100選」のタイトルを、第三者機関である日経BP社の『日経エンタテインメント!』編集部に出選を依頼。『日経エンタテインメント!』2016年10月4日号を皮切りに、一般への告知を図った。セル店では、この「100選」作品を中心にキャンペーンを展開するケースが多く見受けられた。

A・・・10月24日(月)～11月6日(日)(多くのセルの大型法人がキャンペーンを展開した期間)

「100選」タイトルの販売枚数・・・45,560枚

B・・・9月26日(月)～10月9日(日)(A期間の約ひと月前)

「100選」タイトルの販売枚数・・・42,000枚

●A/Bでは、108.5%の売上枚数の上昇となった。(GfKデータをもとにJVAで独自計算)

II. JVA 会員社へのアンケートに寄せられた意見(抜粋)

2016年12月15日(木)から2017年1月13日(金)までの間、JVA 会員社全社に対し、「ビデオの日」キャンペーンについてのアンケートを実施した。24社からの回答があり、その内容はおおむね以下のとおりだった。

◆よかったところ、継続すべき点

- ・「記念日設立」を軸に、セル店、レンタル店、各メーカーなどビデオ業界が一丸となって、市場の活性を行ったこと
- ・制定発表イベント実施とそのメディア露出がしっかりできたこと、今後も「ビデオの日」定着へ知名度アップを!
- ・劇場、映画祭などとのコラボレーションが実現できたこと

◆反省点、改善すべき点

- ・JVA 協会内での連絡の不徹底がみられた
- ・時間がなかった
- ・「ビデオの日」＝「安売りの日」にならないようにしたい
- ・セル・・・バラバラ(施策、参加メーカー、期間など)だった
- ・レンタル・・・CDVJ「100円」施策に対しての賛否
- ・PR・・・「ビデオの日」知名度を上げる努力が必要、予算の限られた中、会員各社の媒体の使い方が十分でなかった
- ・100選・・・選び方、内容について(セル、レンタル共通で使いにくい等)

◆2017年にすべきこと! は何か

- ・何はともあれ「継続!!」
- ・セルディーラー、CDVJと意見交換しながら一緒に盛り上げていく(早めのスタートを)
- ・経費捻出のため業界外スポンサーの獲得(各社宣伝担当者の分科会編成を)
- ・ディスカウントが恒常化しないように価格に頼らない市場活性化アイデアを模索

以上