

JVA REPORT

10

'09 OCTOBER
NO.136

MAIN REPORTS

- 2009年上半期(1月～6月)統計調査報告
～ビデオソフト総売上は1,277億3100万円
(前年同期比90.3%)
ブルーレイは構成比6.6%に～

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

2009年10月14日発行



2009 年上半期(1 月～6 月)統計調査報告	2
ショップコンテスト 2009 実施中	5
第 286 回定例理事会開催報告	5
ISAN ユーザーガイドを公開	5
文化庁文化審議会著作権分科会 法制問題小委員会をめぐる動き	6
総務省情報通信審議会中間答意見募集に意見提出	7
違法対策部会活動報告	9
総務省からのお願い	9
不正商品対策協議会	10
データ資料 『レジャー白書 2009』より	11
海外の情報から	12
リレーエッセイ ⑦	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上速報(7 月度、8 月度)	14
異動	14
米国研修ツアー延期のお知らせ	14

2009年上半期(1月～6月)統計調査報告 ビデオソフト総売上は1,277億3100万円(前年同期比90.3%) ブルーレイは構成比6.6%に

業務部会統計調査委員会(木村康詩委員長(株)ポニーキャニオン)は、JVA正会員を対象に2009年上半期(1月～6月)の出荷についての統計調査を実施した。その結果を統計報告書Vol.68にまとめ、去る9月8日(火)午後1時30分からJVA会議室において記者発表会を開催し、一般に公表したほかJVAホームページにおいても調査結果の要約を公開した。報告書は会員社に既に配布されているが、有料にて一般にも頒布している。

以下に、今期の概要を要約して掲載する。

なお、今期の調査からHD DVDを調査の対象外とした。2008年においてはブルーレイの実績にHD DVDの分を含ませ、「ブルーレイ(HD DVDを含む)」という形で数値を発表していたが、今期よりブルーレイのみの数値とした。これに合わせ、ブルーレイの前期比、前年同期比の算出で使用したそれぞれの期の値からもHD DVD分を除き、ブルーレイのみの数値を用いて比較している。さらに、ビデオソフトの合計値についても、前期比、前年同期比の算出のために使用した値は、当該期のHD DVDの値を差し引いたものを使用している。

また、ジャンル分けを変更し、『ゲーム』を削除、このジャンルの売上実績については『その他』に含むこととした。

<表1>ビデオソフトの売上金額

摘要	合計金額	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
DVDビデオ	118,942	32社	93.1%	87.0%	85.6%
ブルーレイ	8,443	30社	6.6%	111.3%	386.8%
ビデオカセット	96	10社	0.1%	88.1%	64.4%
UMD	250	6社	0.2%	229.4%	173.6%
ソフトの総売上	127,731	32社	100.0%	88.4%	90.3%

<表2>ビデオソフトの売上数量

摘要	合計数量	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
DVDビデオ	36,916,258	33社	95.0%	86.5%	90.3%
ブルーレイ	1,744,105	30社	4.5%	101.7%	312.3%
ビデオカセット	15,303	14社	0.0%	43.4%	41.4%
UMD	182,159	15社	0.5%	177.5%	181.5%
ソフトの総売上	38,857,825	33社	100.0%	87.2%	93.4%

2009年上半期(1月～6月)の実績について

1. 今期のビデオソフトの総売上は1277億3100万円で前年同期比90.3%となった。ビデオソフトの総売上金額のうち、DVDビデオが93.1%と大半を占めているが、ブルーレイが6.6%となり、前年同期の構成比1.6%から伸長した。ビデオカセットは0.1%、UMDが0.2%となった。

<表1>

<表3>DVDビデオの流通チャンネル別売上

	DVDビデオの売上金額				DVDビデオの売上数量			
	金額	構成比	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用(個人向)	73,909	62.1%	86.5%	82.2%	22,931,549	62.1%	86.1%	85.2%
レンタル店用(個人向)	44,929	37.8%	89.3%	92.4%	14,021,396	37.9%	91.2%	102.0%
その他・業務用	104	0.1%	10.7%	22.6%	-36,687	ERR	ERR	ERR

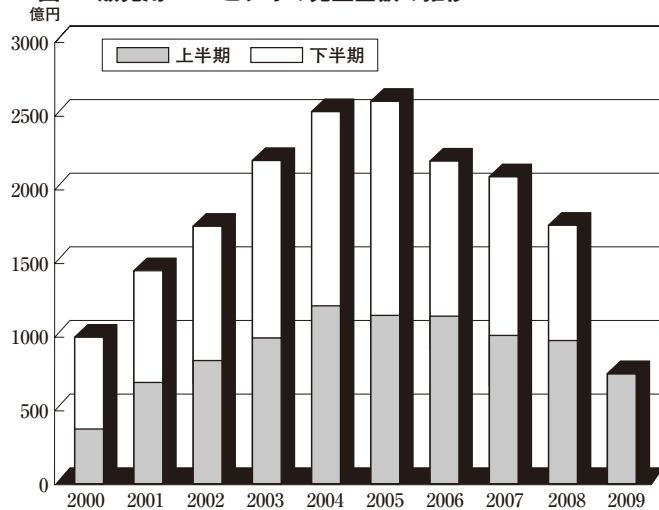
<表4>ブルーレイの流通チャンネル別売上

	ブルーレイの売上金額				ブルーレイの売上数量			
	金額	構成比	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用(個人向)	7,752	91.8%	110.4%	391.5%	1,563,812	89.7%	106.3%	327.6%
レンタル店用(個人向)	685	8.1%	122.5%	337.4%	178,208	10.2%	73.4%	219.7%
その他・業務用	6	0.1%	600.0%	ERR	2,085	0.1%	503.6%	208500.0%

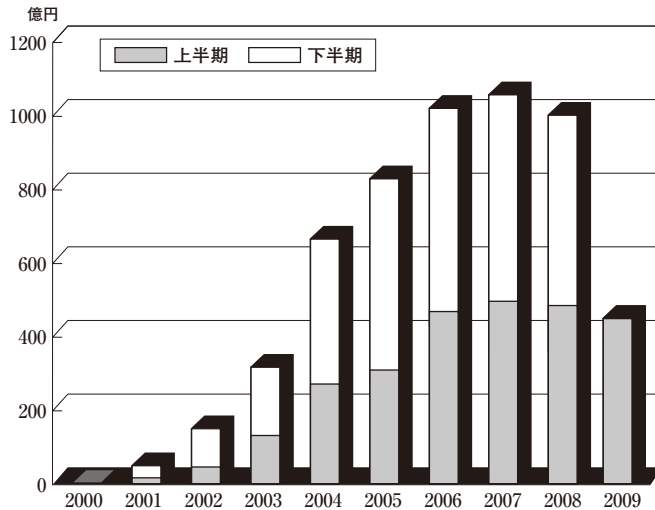
<表5>UMDの流通チャンネル別売上

	UMDの売上金額				UMDの売上数量			
	金額	構成比	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用(個人向)	250	100.0%	229.4%	173.6%	182,155	100.0%	177.6%	181.5%
レンタル店用(個人向)	0	0.0%	ERR	ERR	0	0.0%	ERR	ERR
その他・業務用	0	0.0%	ERR	ERR	4	0.0%	33.3%	80.0%

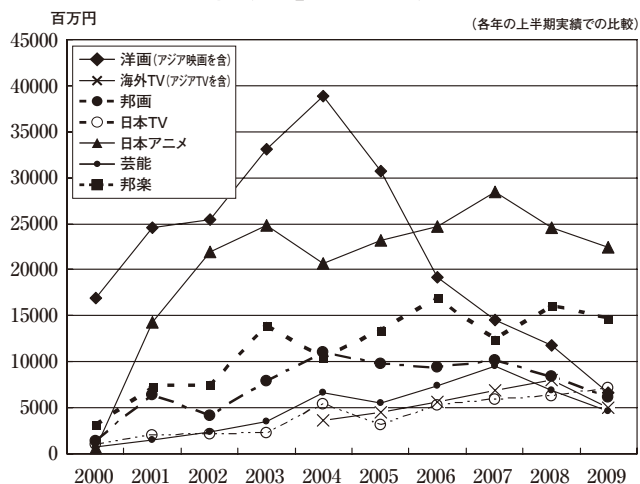
＜図1＞販売用DVDビデオの売上金額の推移



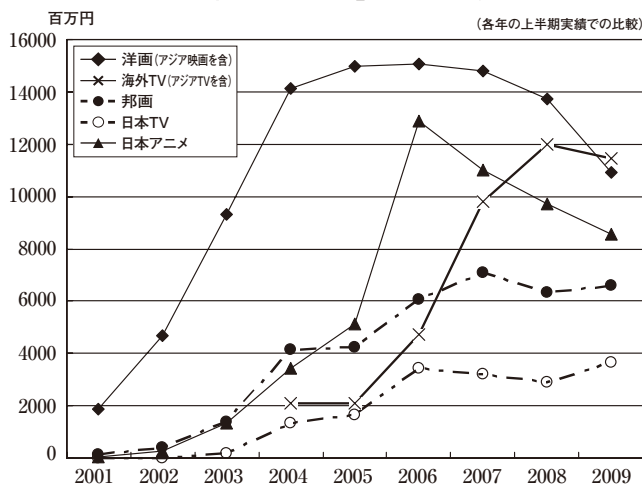
＜図2＞レンタル店用DVDビデオの売上金額の推移



＜図3＞DVDビデオ「販売用」ジャンル別売上の推移



＜図4＞DVDビデオ「レンタル店用」ジャンル別売上の推移



2. DVDビデオの売上金額は1189億4200万円で、前年同期比85.6%と1割以上の落ち込みとなった。流通チャンネル別売上金額では、「販売用」が739億0900万円で前年同期比82.2%となり落ち込みが目立つ。「レンタル店用」は449億2900万円で同92.4%、「業務用」が1億0400万円で同22.6%と、それぞれの流通チャンネルにおいて前年同期を下回ることとなった。売上金額の構成比は「販売用」が62.1%、「レンタル店用」が37.8%、「業務用」が0.1%だった。＜表3＞

3. DVDビデオの「販売用」売上金額をジャンル別に見てみると、構成比30.4%を占める『日本のアニメーション（一般向け）』が前年同期比91.2%、構成比19.9%を占める『音楽（邦楽）』が同91.5%となり、シェア1位、2位のジャンルが前年同期を割り込んだ。これに対し好調であったのが『日本のTVドラマ』で、前年同期比113.6%で二桁の伸びとなり、構成比も9.7%で第3位に上昇した。続く『邦画（TVドラマを除く）』は前年同期比73.0%、さらに『洋画（TVドラマを除く）』は同47.3%と半減し構成比

を5位にまで落とした。

数量では、金額同様に『日本のアニメーション（一般向け）』が構成比24.1%で1位となっているが、2位は『洋画（TVドラマを除く）』で同20.1%となっており、このジャンルの単価の低さが目立つ（ちなみに金額を数量で割って求めた単純単価は@1,189円）。一方、金額で3位であった『日本のTVドラマ』は数量では構成比4.0%で7位であり、『洋画』とは反対に単価の高さが目立つ（単純単価は@7,816円）こととなった。＜表6＞

4. 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、『洋画（TVドラマを除く）』が前年同期比78.2%、『日本のアニメーション（一般向け）』が同88.1%、『アジアのTVドラマ』が同86.4%と前年同期を下回ることとなったが、反対に『海外のTVドラマ』が同101.8%、『邦画（TVドラマを除く）』が同104.2%、『日本のTVドラマ』が同126.2%と前年同期を上回った。構成比の順は前年同期と変化はなく、『洋画（TVドラマを除

<表6> DVDビデオ 販売用(個人向け)の集計

(金額単位:百万円)

ジャンル	合計金額	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	6,095	24社	8.3%	110.0%	73.0%
日本のTVドラマ	7,152	21社	9.7%	111.9%	113.6%
洋画(TVドラマを除く)	5,474	28社	7.4%	41.4%	47.3%
海外のTVドラマ	3,024	17社	4.1%	65.2%	85.9%
アジアの映画	1,194	13社	1.6%	246.7%	489.3%
アジアのTVドラマ	2,049	13社	2.8%	57.9%	45.3%
日本のアニメーション(一般向け)	22,447	26社	30.4%	98.9%	91.2%
海外のアニメーション(一般向け)	1,315	9社	1.8%	88.2%	235.2%
日本の子供向け(アニメーション)	961	12社	1.3%	51.7%	51.5%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,360	8社	1.8%	82.6%	58.4%
海外の子供向け(アニメーション)	757	5社	1.0%	73.5%	160.0%
海外の子供向け(アニメーション以外)	22	3社	0.0%	61.1%	21.4%
音楽(邦楽)	14,727	15社	19.9%	103.4%	91.5%
音楽(洋楽)	1,299	15社	1.8%	101.6%	95.9%
ビデオカラオケ	15	3社	0.0%	51.7%	125.0%
芸能・趣味・教養	4,589	27社	6.2%	78.2%	66.7%
スポーツ	534	13社	0.7%	102.5%	142.8%
学校教育・企業教育・語学教育	220	7社	0.3%	178.9%	372.9%
成人娯楽	4	1社	0.0%	66.7%	36.4%
その他	671	8社	0.9%	86.1%	93.6%
計	73,909	32社	100.0%	86.5%	82.2%

<表7> DVDビデオ レンタル店用(個人向け)の集計

(金額単位:百万円)

ジャンル	合計金額	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	6,579	22社	14.7%	108.0%	104.2%
日本のTVドラマ	3,675	18社	8.2%	90.3%	126.2%
洋画(TVドラマを除く)	10,451	24社	23.3%	77.9%	78.2%
海外のTVドラマ	7,143	15社	15.9%	80.5%	101.8%
アジアの映画	478	10社	1.1%	119.5%	124.2%
アジアのTVドラマ	4,305	9社	9.6%	87.9%	86.4%
日本のアニメーション(一般向け)	8,541	24社	19.0%	103.1%	88.1%
海外のアニメーション(一般向け)	778	7社	1.7%	97.6%	108.4%
日本の子供向け(アニメーション)	1,505	11社	3.4%	75.9%	84.9%
日本の子供向け(アニメーション以外)	559	6社	1.2%	110.5%	97.9%
海外の子供向け(アニメーション)	303	3社	0.7%	105.9%	175.1%
海外の子供向け(アニメーション以外)	2	1社	0.0%	33.3%	9.5%
音楽(邦楽)	14	1社	0.0%	466.7%	1400.0%
音楽(洋楽)	22	4社	0.1%	733.3%	550.0%
ビデオカラオケ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
芸能・趣味・教養	436	16社	1.0%	85.5%	79.9%
スポーツ	23	5社	0.1%	2300.0%	287.5%
学校教育・企業教育・語学教育	28	4社	0.1%	560.0%	ERR
成人娯楽	0	0社	0.0%	ERR	0.0%
その他	69	3社	0.2%	45.1%	56.1%
計	44,929	32社	100.0%	89.3%	92.4%

<表8> ブルーレイ 販売用(個人向け)の集計

(金額単位:百万円)

ジャンル	合計金額	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	396	11社	5.1%	440.0%	3960.0%
日本のTVドラマ	91	3社	1.2%	433.3%	ERR
洋画(TVドラマを除く)	1,844	16社	23.8%	71.0%	140.9%
海外のTVドラマ	122	5社	1.6%	393.5%	ERR
アジアの映画	156	3社	2.0%	1950.0%	7800.0%
アジアのTVドラマ	3	1社	0.0%	ERR	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	4,386	15社	56.6%	112.5%	939.2%
海外のアニメーション(一般向け)	243	5社	3.1%	196.0%	347.1%
日本の子供向け(アニメーション)	5	1社	0.1%	ERR	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	19	1社	0.3%	ERR	ERR
海外の子供向け(アニメーション)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
音楽(邦楽)	331	6社	4.3%	252.7%	752.3%
音楽(洋楽)	26	6社	0.3%	650.0%	866.7%
ビデオカラオケ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
芸能・趣味・教養	130	10社	1.7%	110.2%	173.3%
スポーツ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	0	0社	0.0%	ERR	ERR
成人娯楽	0	0社	0.0%	ERR	ERR
その他	0	0社	0.0%	ERR	ERR
計	7,752	30社	100.0%	110.4%	391.5%

<表9> ブルーレイ レンタル店用(個人向け)の集計

(金額単位:百万円)

ジャンル	合計金額	回答社数	構成比	前期比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	12	1社	1.8%	200.0%	ERR
日本のTVドラマ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
洋画(TVドラマを除く)	307	7社	44.8%	73.1%	164.2%
海外のTVドラマ	114	3社	16.6%	670.6%	ERR
アジアの映画	0	0社	0.0%	0.0%	0.0%
アジアのTVドラマ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	224	2社	32.7%	263.5%	11200.0%
海外のアニメーション(一般向け)	28	2社	4.1%	96.6%	254.5%
日本の子供向け(アニメーション)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
海外の子供向け(アニメーション)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
音楽(邦楽)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
音楽(洋楽)	0	0社	0.0%	ERR	ERR
ビデオカラオケ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
芸能・趣味・教養	0	0社	0.0%	ERR	ERR
スポーツ	0	0社	0.0%	ERR	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	0	0社	0.0%	ERR	ERR
成人娯楽	0	0社	0.0%	ERR	ERR
その他	0	0社	0.0%	ERR	ERR
計	685	10社	100.0%	122.5%	337.4%

前期調査までは、ブルーレイにHD DVDが含まれていたが、当期調査からブルーレイのみの調査とした。前期比、前年同期比は当該期のブルーレイのみの数値(HD DVDを除いた数値)を用いて比較した。

く)』『日本のアニメーション(一般向け)』『海外のTVドラマ』『邦画(TVドラマを除く)』『アジアのTVドラマ』『日本のTVドラマ』となった。<表7>

5. ブルーレイの売上金額は84億4300万円でソフト全体の売上金額の中では6.6%の構成比となるが、前年同期比は386.8%と4倍近い伸長となり、報告社数も前年同期の17社から30社に増加した。<表1>

売上金額の91.8%を「販売用(個人向け)」が占め77億

5200万円だった。これをジャンル別に見ると、『日本のアニメーション(一般向け)』が56.6%を占め(前年同期比939.2%)、次いで『洋画(TVドラマを除く)』が23.8%(同140.9%)で、この二つのジャンルで全体の80.4%を占める。<表8>

「レンタル店用」は6億8500万円でブルーレイ全体の売上金額の8.1%となった。回答社数は10社だった。売上金額の44.8%を『洋画(TVドラマを除く)』が占め、32.7%を『日本のアニメーション(一般向け)』が占めている。<表9>

ショップコンテスト2009実施中

既報の通り、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共同キャンペーンとして「JVA ショップコンテスト2009」を10月1日から11月30日の間実施している。本コンテストへご参加いただいている会員社は下記の通り。

アミューズソフトエンタテインメント株式会社／ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社／エイベックス・マーケティング株式会社／株式会社エスピーオー／株式会社角川エンタテインメント／松竹株式会社／株式会社ソニー・ピクチャーズ エンタテインメント／T Cエンタテインメント株式会社



▲応募用紙 表面

／東映ビデオ株式会社・東映株式会社
／東宝株式会社／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
式会社／株式会社バップ／パラマウン
トジャパン株式会社／バンダイビジュ
アル株式会社／株式会社ポニーキャニ

オン／ワーナーエンターテイメント
ジャパン株式会社
参加メーカー各社から受注用紙と共
に応募用紙が全国のビデオレンタル
ショップに配付されるなど、告知、募
集活動が開始されている。

理事会

第286回定例理事会開催報告

第286回定例理事会は、9月1日(火)午後2時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)福田太一

(ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同))

(就任)原田 健

(ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)最高経営責任者兼社長)

第2号議案 出向者人事の件・・・承認

(新)業務部長 佐藤祝二 (旧)関口裕之

第3号議案 「秋葉原エンタまつり2009」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第4号議案 「CEATEC JAPAN 2009」に対する協賛名義使用承認の件・・・承認

第5号議案 「オーディオ&ホームシアター展 in Akiba2009」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第6号議案 ㈱ジャパン・ライツ・クリアランスとの覚書締結の件・・・承認

その他、事務局からの報告事項は次のとおり。

各部会報告について、情報通信審議会への意見提出について、権利制限の一般規定に関するヒアリングについて、ISANユーザーガイドについて、2009年上半期統計調査報告書について、2009年7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等。

ISANに関する検討委員会

ISANユーザーガイドを公開

ISANに関する検討委員会では、これまでISAN-RA(地域登録機関)として活動する可否を検討してきた。当協会では、ISANをBD制作で利用することを前提に検討を行ってきたが、本来、映画やテレビ番組、コマーシャルなど全ての映像作品をISANにより管理することを目的としていた。そのため、当協会内で想定した国内におけるBD制作のためのISAN申請数と、ISAN-IA(国際本部)が要求するシステム管理費などのRAが負担すべき費用とに著しい差が存在しており、現状ではISAN-RAとして活動することは困難であるとの結論に至った。そこで、ISANに関する検討委員会の活動は、ISANを取り巻く状況に変化が見られるまでひとまず休止することとした。

なお、委員会の活動を休止することに伴い、その成果である「JVA私訳版ISANユーザーガイド」を公開することを決めた。既に、理事会、業務部会幹事会、総合連絡委員会では、配布済みであるが、会員社外からの問合せが多いことから、当協会ホームページからPDF版として公開を行なうことを決定した。

「JVA私訳版ISANユーザーガイド」は下記のURLからダウンロード可能となっている。

<<http://www.jva-net.or.jp/isan/index.html>>

文化庁文化審議会著作権分科会 法制問題小委員会をめぐる動き

「日本版フェアユース」導入を非とする意見を陳述

文化庁文化審議会著作権分科会法制問題小委員会では、「権利制限の一般規定（日本版フェアユース）」導入の是非等について、第4回から第6回まで、利害関係団体からのヒアリングを行った。

第4回小委員会でのヒアリングについては既報のとおりであるが、第5回の委員会（8月31日（月））では、映像関連団体、出版関係団体、美術関連団体、ソフトウェア関連団体、放送関連団体、モバイル・コンテンツ・フォーラムインターネットユーザー協会の7団体から、第6回小委員会では新聞協会からヒアリングを行った。

映像関連団体は、日本映画製作者連盟、日本動画協会、日本映画製作者協会、全日本テレビ番組制作社連盟、日本国際映画著作権協会及び当協会の6団体の総意として、日本映画製作者連盟の華頂事務局長より「権利制限の一般規定（日本版フェアユース）」導入を非とする意見を陳述した。なお、ヒアリングには日本動画協会著作権委員会宮下副委員長と当協会著作権部会私的録画補償金委員会檀委員長（株ソニー・ピクチャーズエンタテインメント）も出席した。

映像関連団体の意見の要旨は以下のとおり。

- ・権利制限の一般規定導入は非である。
- ・権利制限の一般規定導入の主張には、ネットビジネス促進のための広い権利制限を設ける考え方と補充的な制限規定を設ける考え方があるが、前者は論外であり、後者についても個別権利制限規定を設ければ足りる。
- ・現行法下で具体的に生じている問題は特にない。
- ・現行法上の権利制限規定には制限の範囲が広すぎる規定があり、その見直しこそ必要である。

この意見について、委員より、フェアユースは権利者の利益を不当に害さないものであるが、特定の産業を促進するために既存の権利者が犠牲になった例はあるか、との趣旨の質問が出された。

これに対し、無償利用の拡大を権利者の犠牲と表現した旨、回答した。

この日のヒアリングでは、インターネットユーザー協会が「日本版フェアユース」導入を是とする意見を陳述し、導入を是とする具体例としてテレビ転送サービス等を挙げた。録画転送サービスを適法化するためにフェアユース規定を導入しようというのは、知的財産戦略本部デジタル・ネット時代における知財制度専門調査会の審議でも主張されたものである。

録画転送サービスは複数の事件に係争中であるが、異なる判断が出た例はあるものの、違法との判断も出されている。

そのため、この日の審議では、違法な行為を適法にする

権利制限の一般規定と形式的違法をなくすフェアユースとは区別するべきという意見が出された。また、録画転送サービスはフェアユースの問題ではなく間接侵害の問題であり、フェアユースに過大な期待を持つべきではない旨の意見も出された。

確かに、米国のフェアユースの理論はそれほど大きな権利制限ではない。むしろ、わが国の方が広い権利制限を定めている場合もある。

しかし、「日本版フェアユース」はその具体的内容が明らかではなく、これを提言した「デジタル・ネット時代における知財制度専門調査会」の審議において取り上げられた具体例を基に、その範囲を推測するほかない。そこでは録画転送サービスや違法な動画投稿サイト等も掲げられており、米国のフェアユースを超える大きな権利制限を予定している懸念が拭い切れないのである。

この日の審議では、知的財産戦略本部では、アメリカより大きなフェアユースはないとのコンセンサスがある旨の発言もあった。

しかし、そのようなコンセンサスは議事録等公表された文書には記されていないように思われる。また、具体的事案の判断は司法に委ねられる。わが国の裁判所が米国の判例に拘束されない以上、日本版フェアユースが米国のフェアユースを超えない保証があるのか疑問である。

また、ヒアリングの中で、米国で事業化できたがフェアユース規定のないわが国や欧州で事業化できなかった例はあるのかとの質問に対する明確な回答はなかった。

今後の審議において、権利制限の一般規定導入の必要性について十分審議されることが望まれる。

法制問題小委「権利制限の一般規定」のWT設置

9月18日（金）、三田共用会議所において文化審議会著作権分科会法制問題小委員会（第6回）が開催された。

この日の小委員会において、「権利制限の一般規定（「日本版フェアユース」）導入の問題を検討するワーキングチーム（WT）設置を決定した。

同ワーキングチームは法制問題小委員会主査を座長とし、委員の構成については主査に一任された。

また、権利制限の一般規定に関する検討事項の案が了承された。

この検討事項では、現実に生じている問題点の有無、個別権利制限規定の解釈等による解決の可能性の有無等、権利制限の一般規定導入の必要性についても検討課題としている。そしてその必要性を考えるにあたって、①権利者へ与える不利益、②規定導入の経済的効果、③比較法的観点、④法社会学的見地からの検討、⑤憲法学的見地からの検討等を行うこととしている。

当協会は、従前より、権利制限の一般規定導入の必要性があるのか充分検討する必要があると指摘してきた。フェアユースのような権利制限の一般規定を設けているのは米国等一部の国であり、独・仏等多くの国にはこのような規定は無い。しかし、それによって問題が生じているような話は聞かない。それゆえ、権利制限の一般規定導入の必要性について十分な審議が望まれる。

また、仮に権利制限の一般規定を導入するとした場合の検討課題には、規定の趣旨、制限される利用行為の内容、個別権利規定等との関係、関連条約との整合性や公平性確保のための環境整備等が盛り込まれている。

当協会は、権利制限の一般規定の検討において、条約遵守や米国との損害賠償制度等の違い、広い個別権利制限規定（私的複製の権利制限を定める30条1項、38条1項の上映権制限規定等）の見直し等を主張してきた。

これらはすべて、WTの検討事項に含まれている。

権利制限の一般規定に関する検討では、権利制限の当否の判断要素や基準が検討されるものと思われる。そこで出された結果は個別権利制限規定を設ける場合の判断要素や基準ともなり得るものであろう。その判断要素や基準に基づく30条1項や38条1項の見直しが強く望まれるところである。

総務省情報通信審議会中間答申意見募集に意見提出

総務省は、7月3日から8月28日までの間、情報通信審議会中間答申案に対する意見募集を行った。

情報通信審議会はこれまで、2007年の第4次中間答申において、地上デジタル放送の著作権保護技術の緩和（いわゆる「ダビング10」の実施）と「クリエイターへの対価の還元」等を答申し、2008年の第5次中間答申において、著作権保護技術のエンフォースメント（実効性の確保）等について答申するとともに、「クリエイターへの対価の還元策」に関する検討結果を毎年公表するとした。

本年の中間答申では、著作権保護技術の技術・契約上のエンフォースメントとクリエイターへの対価の還元策が答申の内容となっている。しかし、そのいずれも著作権保護に対する消極的姿勢が顕著である。

著作権保護技術のエンフォースメントでは、制度的エンフォースメントに関する検討を欠いているし、新たな著作権保護技術に関する契約によるエンフォースメントについては、受信機メーカーのライセンス契約上のルール遵守義務を努力義務化すべきとしている。これでは、ライセンス契約上のルール遵守義務が履行されない受信機が市場に出回ることを肯定することになるのであるから、著作権保護技術の実効性確保どころかこれを無効化するものにほかならない。

また、「クリエイターへの対価の還元策」については、放送局とクリエイターとの契約の問題等権利者相互の関係について述べられているにとどまり、消費者やハードメーカーがクリエイターへの対価の還元について果たすべき役割に触れていない。「クリエイターへの対価の還元策」は、第4次中間答申で「ダビング10」への著作権保護技術の緩和とセットで

論じられていた事項であり、当時、権利者側委員は私的録画補償金を意味すると理解していた事項である。その理解の正否はともかく、第5次中間答申8頁では「今後の審議に参加する全ての関係者は、（中略）「適正な対価の還元」の具体策において真剣に検討を行っていくべきである。」としているのであるから、著作権保護技術の緩和による利益を享受するハードメーカーや消費者のこの事項に関する役割が検討されていないのは理解に苦しむところである。

以上の見地から、当協会は8月28日、以下の意見を提出した。

「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」に対する意見

（2009年8月28日提出）

【意見1】制度上のエンフォースメントについての意見

<ページ>

3ページから31ページ

<意見等>

コピー制御技術の実効性が確実に担保されるよう、制度上のエンフォースメントも含めて検討するよう要望いたします。

<理由>

貴審議会の平成21年7月10日付中間答申「「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」」（以下「本中間答申」といいます。）では、技術的エンフォースメントとして、①B-CASカードの小型化、②B-CASカードの受信機への事前実装、③コンテンツ保護に係る技術仕様の開示、の3つが検討されています。

著作権者としては、コンテンツ保護の実効性を欠くのであれば、どのような技術でもこれを支持することはできません。

すでに複数のコンテンツ保護技術を破る機器等が市場に出ている現状をみるならば、単に技術上・契約上のエンフォースメントではその実効性は確保されていないと判断すべきであり、制度上のエンフォースメントによる技術の実効性確保を図る必要があります。

また、新方式実施に当たっては、制度上のエンフォースメント完備を運用開始の前提条件とすべきと考えます。

しかるに、本中間答申では、制度上のエンフォースメントについて検討されておらず、残念です。制度上のエンフォースメントについて早急にご審議くださいますようお願いいたします。

【意見2】コンテンツ保護に係るルールの遵守義務違反についての意見

<ページ>

23 ページ、29 ページ

<意見等>

コンテンツ保護に係るルールの遵守義務違反について、責任を軽減する理由はありませんので、遵守義務の完全履行を請求しうるのが当然だと考えます。

<理由>

契約自由の原則により、契約当事者がどのような契約をしようと自由ですが、審議会が「コンテンツ保護に係るルールの遵守義務」（以下「ルール遵守義務」といいます。）の軽減を意図する意図であるならば、契約法理に即した根拠をお示いただく必要があると考えます。

貴審議会の平成21年7月10日付中間答申「「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」」（以下「本中間答申」といいます。）23頁及び29頁では、善意（善良）な受信機メーカーにとって過大な負担とならないようにするとの趣旨の根拠が示されていますが、何がどう過大なのか示されていません。「ルール遵守義務」を負担する契約関係に入る以上、それを完全履行しうる技術力を有すべきことは当然のことですから、その義務の完全履行は過大な負担ではありません。

すなわち、ここで論じられている「ルール遵守義務」は、契約責任であり、刑事責任でも不法行為責任でもありません。刑事責任であるならば、原則として故意がある場合に限定されるというのは理解できます。しかし、民事上の不法行為責任ですら、故意に留まらず過失のある場合には原則として責任が生じると考えられています。

契約関係にある当事者間に生じる契約責任については、債務者には債務の本旨にしたがった完全履行義務が課される（民法415条）のは当然です。しかも、ここで問題となっているのはコンテンツ保護のための技術に関するライセンス契約ですから、コンテンツ保護の「ルールの遵守義務」は、このライセンス契約における主たる債務です。その主たる債務を努力義務として不法行為以上に責任を軽減するというのでは、コンテ

ンツ保護の契約によるエンフォースメントを真摯に追求しているとは到底思えません。

本中間答申では、不法行為以上に契約責任を軽減すべき十分な根拠が示されておらず、このような配慮は不要であると考えます。

以上

【意見3】「クリエイターに対する適正な対価の還元」の具体策公表を要望する意見

<ページ>

32 ページから58 ページ

<意見等>

「クリエイターに対する適正な対価の還元」の具体策に関し、消費者・メーカーが果たすべき役割についてどのような検討が行われたのか、公表するよう要望いたします。

<理由>

貴審議会の平成20年6月27日付第五次中間答申「「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」」（以下「第五次中間答申」といいます。）8頁では、クリエイターに対する適正な対価の還元について、「具体化の在り方について、消費者、放送事業者、メーカー等、コンテンツの製作・流通・視聴に関わる全ての関係者がそれぞれどのような役割を担っていくべきか、という指摘も行われたところである。」とした上、「検討状況については、当審議会として毎年公表することとする。」としています。

そこで、貴審議会の平成21年7月10日付中間答申「「デジタル・コンテンツの流通の促進」及び「コンテンツ競争力強化のための法制度の在り方」」（以下「本中間答申」といいます。）を拝見いたしますと、54頁から55頁において、対価還元とコンテンツ流通促進に不可欠として、次の3つの施策が掲げられています。

(ア) 民間主導による、権利処理効率化に向けた体制整備の取組の促進

(イ) 番組製作者等の中で疲弊が著しい「コンテンツ製作力」の再生・強化

(ウ) 新たな市場開拓に向けた取組促進

これらは、いずれも放送事業者やクリエイター等、権利者側が取り組むべき課題であり、第五次中間答申で掲げられた関係者のうち、消費者やメーカーの果たすべき役割については、触れられていません。

そもそも「クリエイターへの対価の還元」は平成19年8月2日付の第4次中間答申43頁において、コピー制御技術との関係において掲げられたものです。消費者団体やメーカー出身の貴審議会委員は「クリエイターへの対価の還元」の具体案を当然お持ちでしょうから、それを貴審議会の場においてお示しいただき、録画する消費者の方々や、録画機器・記録媒体を販売するメーカーが「クリエイターへの対価の還元」についてどのような役割を担うのか、貴審議会の検討状況を公表していただくことを要望いたします。

九州地区連絡協議会と協力し、調査・啓発キャンペーンを実施(8月)

7月、8月は、長野県、兵庫県、京都府、富山県、石川県、秋田県、東京都、茨城県、福岡県、鹿児島県、福島県、埼玉県、新潟県、栃木県のビデオレンタル店175店の調査、折衝を行った。調査結果は、廃業等93店を除いて実質的に営業をしていた82店のうち、海賊版DVDの所持2件、セル用DVD、VHSのレンタル転用は45件が確認された。違法行為の確認率は57%だった。

8月には、九州地区のメーカーと協力し、福岡県内の18店に対する調査・啓発キャンペーンを実施した。その結果、廃業等を除いて実質的に営業していた15店のうち、海賊版DVDの所持1店と、セル用DVDのレンタル転用が11店の違法行為が確認された。違法行為の確認率は、同県だけで80%となった。

警察への告訴件数は2件で、5月に静岡県浜松東警察署が浜松市内の理容店を捜索し、海賊版DVD500枚等を押収した事件に関し、7月に当協会会員社から告訴状を提出した。同理容店は、利用客に対して海賊版DVDを貸出していた。また、大阪府生野警察署が大阪市内の路上で海賊版DVDを販売していた男を検挙し、海賊版DVD141枚を押収した件に関しても告訴状を提出している。

7月～8月実績

調査店	175店
営業店数	82店
違法行為	海賊版所持 2件
確認件数	セル用商品のレンタル転用 45件
海賊版確認数	DVD 606枚
刑事告訴事件数	2件
警察による海賊版押収本数	DVD 641枚
違法行為確認率	57%

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VHS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		
長野県	13		32				3	
兵庫県		2		1	DVD456枚			
京都府	7	1	18				3	
富山県	1							
石川県	2						2	
秋田県		2					2	
東京都	3		1				2	
茨城県	12	1	26				6	
福岡県	10	4	3	1	DVD150枚	DVD150枚	11	1
鹿児島県	2	1					3	
福島県	2		13				2	
埼玉県	17						8	
新潟県	1						1	
栃木県	1						1	
合 計	71	11	93	2	DVD 606枚	DVD 150枚	44	1

総務省からのお願い



総務省統計局では「サービス産業動向調査」を実施しています ご協力をお願いいたします

総務省統計局では、2008年7月から「サービス産業動向調査」を開始しました。本件につきましては2008年6月号にてお知らせいたしましたが、同省より再度の広報依頼がありましたので、ご案内いたします。

調査は、総務省統計局が民間調査機関に委託し、毎月実施されており、郵送・オンライン又は「調査員証」を持った調査員による訪問により、調査票を配布・回収しています。調査の対象となりました会員社様におかれましては、ご協力をよろしくお願いいたします。

我が国のサービス産業（第3次産業）は、国内総生産（GDP）、従業者数ともに、全体の約7割を占める重要な産業となっています。

総務省統計局では、サービス産業（第3次産業）の事業・活動を行っている全国の事業所のうち、約39,000事業所を対象として、平成20年7月からサービス産業動向調査を、民間調査機関を通じ毎月実施しています。

この調査の結果は、GDP作成のための基礎データとして活用されるほか、サービス産業全体の生産と雇用の動向を把握することにより、景気対策などの経済施策を決定する際の判断材料となります。

調査により集められた情報は、統計法によって堅く守られていますので、調査対象となる事業所の皆様のご理解とご協力をお願いします。

詳しくは、総務省統計局ホームページ (<http://www.stat.go.jp/>) をご覧ください。

[担当] 総務省統計局経済統計課
e-mail: e-shidou@soumu.go.jp

「不正商品対策協議会アジア知的財産権シンポジウム2009」 開催について

本年10月に知的財産の保護と不正商品の排除を目的とする国際シンポジウム「第11回不正商品対策協議会アジア知的財産権シンポジウム2009」を開催する。

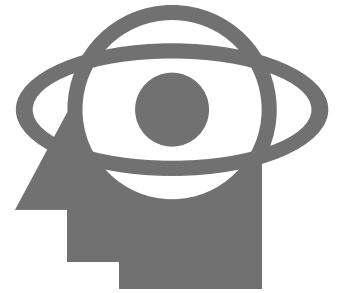
今回のメインテーマは「インターネット社会 ～身の回りにある知的財産権侵害～」と題し、インターネット上における知的財産のこれからはどうあるべきかを基本に内容を企画した。

アメリカ映画協会代表 ロバート・ピサノ氏のキーノートスピーチのほか、警察庁から知的財産権侵害事犯の紹介を含めた「我が国の知的財産権侵害事犯の現状」についてのご報告、パネルディスカッションとして、インターネット社会での知的財産権保護の実態について詳しい専門家の方々に講師に招き議論を深めていただく予定。

本シンポジウムを通して、関係者、そして一般消費者を含めて、広く我が国の知的財産保護のあり方について考えていただく場となることを狙いとしている。



▲昨年度のシンポジウムから パネルディスカッションの様子



Keep Original
The Anti-Counterfeiting Association

主催

不正商品対策協議会・日本経済新聞社

後援 (予定)

知的財産戦略本部・警察庁・総務省・外務省・財務省・文化庁・経済産業省

特別協力

第22回東京国際映画祭・コンテンツ海外流通促進機構 (CODA)

開催日

平成21年10月23日 (金曜日)

午後1時30分から午後5時35分

開催場所

「日経ホール」(千代田区大手町1-3-7)

受講対象者及び受講者名

消費者・一般企業人を対象 (無料)

聴講ご希望の際の連絡先

JVA内 不正商品対策協議会 鈴木まで
(TEL 03-3542-2010)

知的財産保護のための広報啓発ポスター 「STOP! ネットでの知的財産権侵害」 製作・配布に関して

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」を目的とした広報・啓発ポスター「STOP! ネットでの知的財産権侵害」を製作した。今回は、最近深刻化するインターネット上の著作権侵害や偽ブランド販売等に関し、若年層を対象に「違法アップロードや偽ブランドの購入等をしない」よう訴えている。今回もこのポスターは、全国の警察署や交番などに配布し、各所にて掲示いただく予定。

ポスターをご要望の場合は、不正商品対策協議会 鈴木まで
(TEL 03-3542-2010)



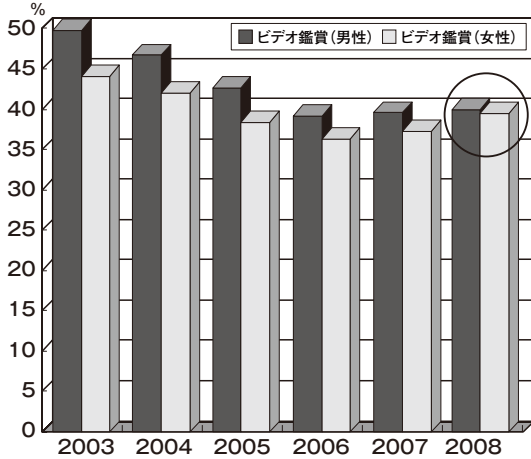
※このポスターは (財) 社会安全研究財団からの助成を受けて製作しています。

『レジャー白書2009』（財）日本生産性本部 発表 から ビデオ鑑賞参加率と映画鑑賞参加率等のデータ

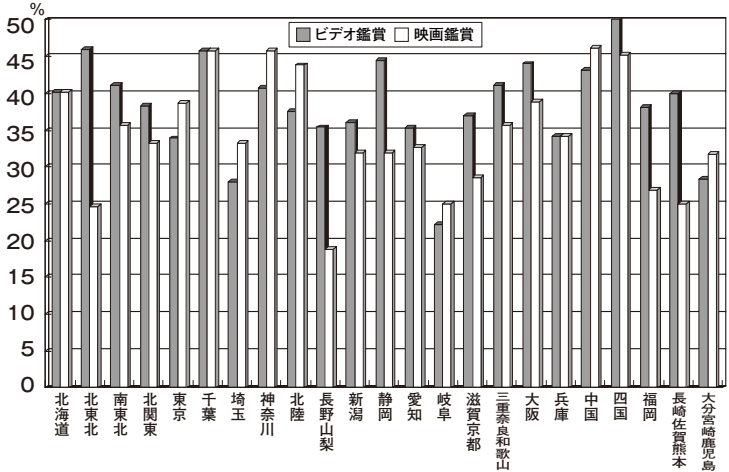
※ビデオの鑑賞にはレンタルも含む

▼ビデオ鑑賞参加率(男女別)の推移

- 男性の参加率が減少しているのに対し、女性の参加率が上昇しほぼ同じ参加率に。

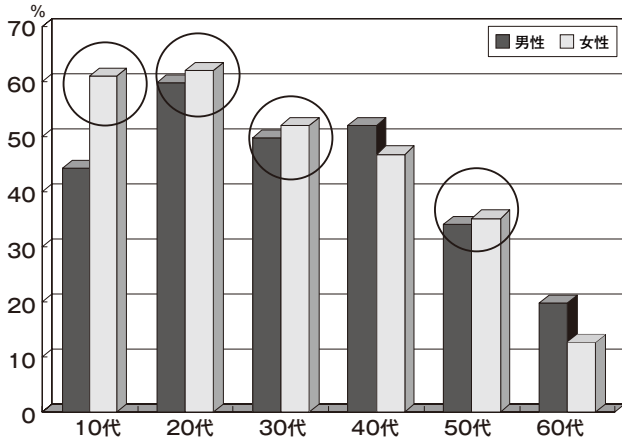


▼地域別 ビデオ鑑賞参加率と映画鑑賞参加率



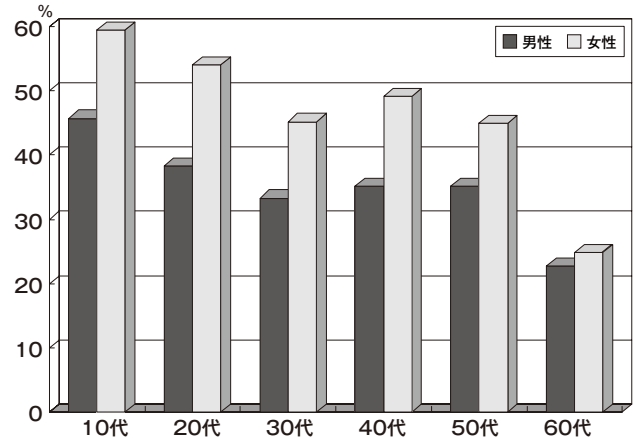
▼ビデオ鑑賞参加率(性年代別)

- 10代、20代、30代、50代では女性の鑑賞率が男性を上回る
- 女性は若年層ほど参加率が高い
- 男性では20代と40代の参加率が高い



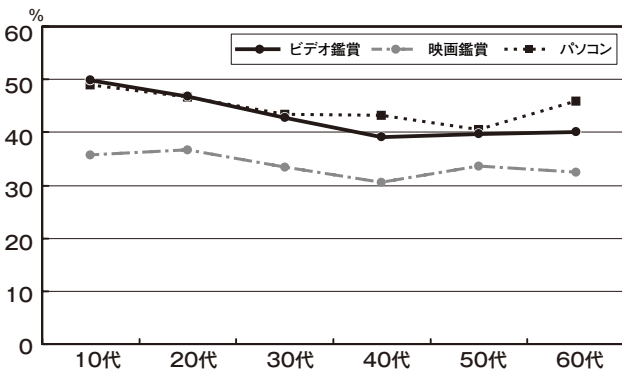
▼映画鑑賞参加率(性年代別)

- すべての年代で女性の参加率が男性を上回る
- 特に女性の10代、20代の参加率が高い



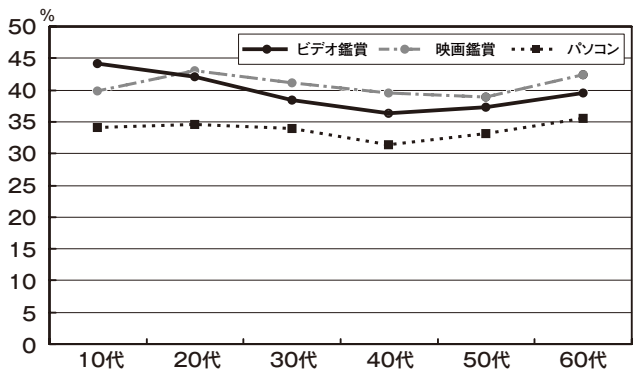
▼ビデオ鑑賞と映画鑑賞とパソコンの参加率推移(男性)

- パソコンがビデオ鑑賞の参加率を抜く



▼ビデオ鑑賞と映画鑑賞とパソコンの参加率推移(女性)

- 映画鑑賞、ビデオ鑑賞、パソコンの順は変化なし



<調査概要>
 調査対象 全国15歳以上男女3,000人(人口5万人以上の都市部)
 有効回答数 2,415(回収率80.5%)
 調査方法 訪問留置法
 調査時期 2009年1月

米国ホームエンタテインメント市場概況 ～レンタル好調、キオスク型レンタル躍進?～

福山 徳昭

(株)メディア開発・総研客員研究員 ロサンゼルス在住)

◆上半期は3.9%減

2009年上半期のホームエンタテインメント市場(消費者支出)は97億3,000万ドルと、前年同期から3.9%の減少に留まった。

内訳はDVDセルが50億ドル(前年同期比-16%)、ブルーレイディスクセル4億700万ドル(+91%)、DVDレンタル32億ドル(+6%)、ブルーレイディスクレンタル2億300万ドル(+62%)、デジタル配信(ケーブル/衛星プロバイダーが提供するVOD、デジタルダウンロードを含む)9億6,800万ドル(+21%)。セルDVDの大きな落ち込みを、その他のカテゴリーが埋め合わせしたと形容できそうだ。

ちなみに小売業全体の売上高は前年同期から9.8%減、ガソリンなど自動車関連を除くとも7.1%減となっている。これを基本にすると、ホームエンタテインメント市場は、比較的堅調に推移したとすることができる。

◆キオスク型が急成長

レンタルが好調である。1990年代後半に投入されたDVD、特に低価格で販売されるセルの勢いが、衰退期にあったホームエンタテインメント市場を再び活性化させたが、状況は一転し、現在その支えはレンタルにある。世界的な不況下で消費者の財布の紐が閉まり、セルからレンタルへの移行が促された、といえどもっともだが、それ以上にレンタルが簡単に行え、かつ便利となったことが重要である。

契約型のオンライン・レンタル。サービスにレベルはあるものの、月額制の採用、オンラインで予約したDVDが自宅へ郵送されるという仕組み、更に、アパートなどの集合住宅を除き、自宅の郵便受けに見終えたDVDを入れておけば、配達員が自動的に回収してくれるため、ポストに向いて投函するという行動が省けるのも利点だ。最大手のネットフリックスは、現在1,000万人以上の会員を抱える。

そして昨今、最も注視されるのは、キオスク型レンタルである。DVDレンタルの「無人型自動レンタル機」で、ドラッグストアやスーパーマーケット、コンビニなど、流通チェーンでの展開が目立つ。消費者はオンラインで鑑賞したいタイトルを検索、予約することで(クレジット、もしくはデビットカードが必要)、その在庫を抱える最寄りのレンタル機から簡単にレンタルできる。5年前に立ち上がったレッドボックス(Redbox)。そのロケーションは現在15,000以上を数え、2009年第二四半期売上高も1億8,890

万ドルで前年同期の33%増と、大躍進を遂げた。レンタル期間に限定はあるものの(予約から24時間)、1利用当たり1ドルという割安感に加え、時には煩わしい店員対応からの開放、指定のない返却期間など、メリットは多い。レンタル延長も1ドル/1日というわかりやすさ(延長期間が25日(25ドル)を超えた場合、自動的に買取となる仕組みも注目である)。

一方、従来のリアル店舗は不振が続いている。老舗のブロックバスター(Blockbuster)は年末までに、現在ある7,100店舗のうち約960店舗を閉鎖、その代替として、情報システム企業のNCRと提携したキオスクを約2,500台設置することを発表した。

契約型オンラインレンタル、キオスク型レンタルという新しいサービスがリアル店舗の不振を補うことで、再び勢いづくレンタル市場。ある調査は、今後5年間も全体としては拡大基調にあり、現在総売上約7割を占めるリアル店舗のシェアが、2013年には5割以下に縮小する一方、契約型オンラインは41%成長、キオスクは3倍以上拡大すると予測している。

◆1ドルレンタル設定が訴訟に発展

活気付くキオスク型レンタルサービス。このサービスのあり方で、このところ大手新聞各紙のビジネス欄が賑わっている。議論の中心は、1ドルというレンタル料設定だ。廉価な額が、作品そのものを過小評価しているという点、DVDセルの売上減が促されるという懸念が背景にある。

キオスク型立役者のレッドボックスへの対応で、ハリウッドの配給大手は二分している。良好な例としては、ソニーとの5年契約が挙がる。レンタル寿命の切れたディスク償却をレッドボックスに義務付けることで、ソニーは通常卸価格以下で、最新タイトルの提供を約束した(レッドボックスは以前、中古扱いとして1タイトル7ドルで販売していた)。一方20世紀フォックス、ユニバーサル、ワーナー・ブラザーズはそれぞれ販売日から28~45日の猶予を設け、その期間は最新作提供の見送りを決定した。この措置を「消費者の権利侵害」とみなすレッドボックスは、現在3社を提訴中だ。





ユニバーサルミュージック(同)副会長兼CFO 鈴木伸子氏からのご紹介

●北川 直樹 氏(株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役)

「おたくの執着心」

今から20年ほど前のこと、アナログ・レコードを1万数千枚失ったことがありました。

気がつけば小学生の頃から、社会人になるまで、小遣いもアルバイトの収入もほとんどがレコードになっていました。洋服が欲しいわけでもなく、旅行がしたいわけでもなく、ただただ音楽を聴いていました。きっかけは親に買ってもらったアニメの主題歌のソノシートだった気がします。未だにいったいなんの素材でできていたのか分かりませんが、魔法のように音楽が聴こえてくる赤や青のカラフルで透明でペナペナのアナログ・レコードを薄くしたような形状のソノシートは素晴らしく魅力的でした。

社会人になってからも、給料をほぼレコードに費やし、自社のサンプル盤ではあきたらず、他社のレコードもいただいたりして自慢のコレクションをせっせと増やしておりました。

社会人になって転勤にともなう引越しのわずらわしさや部屋のスペースの問題もあって、年の初めの頃に横浜の実家にレコードを送ったことがありました。親父もおふくろも子供の頃から狂信的にレコードに接している自分を知っているの、預かることに対しては多少の恐ろしさもあったとは思いますが快く受け入れてもらいました。

1年が経ち久々に実家に戻りました。まずは「あのレコードは？収納が大変だったでしょう。」とねぎらい、親父が大変な思いをして2カ月がかりでレコードを保存していたという話をおふくろから聞きながら案内されると、家の外によく工事現場で見かけるブルーシートの覆いをかけ、ビニールテープできっちり縛られた大きな山が二つあるではありませんか。よく見ると下に敷かれた「すのこ」が2段になっており通気性を考え雨が降っても濡れないようにするなど苦労のあとが伺えます。でも。

まさかと思いながら、駆け寄るとああ！屋外で雨風に耐えながらひと夏過ごした私のレコードがそこにありました。病的なまでにアナログ・レコードを大切にしていた私は、ご丁寧にシングル・ジャケットはシングル用の、ダブル・ジャケットはダブル用のビニール袋に入れ、セロテープで空気の入らないように密閉しておりました。それがすべて仇となり、ビニール袋とジャケットは温度と湿度による化学反応で一体化し、レコード盤はカビが生え、グニャグニャに曲がっておりました。「ブルーノートのオリジナル盤が！Hiのオリジナル盤が！ビートルズのゴールデン・パラフォン盤が！スパイダースの帯付初回盤が！URC盤が！」。

中学時代「ヤマハ名古屋店」で買った、初恋の人が大好きだったモンキーズのUSA盤が、高校の修学旅行のときに、「大阪LPコーナー」でなければならぬ3,000円で手に入れたELPの1stアルバムが、横浜のデパートおかだやの「すみやレコード」の廃盤セールで開店と同時にエスカレーターを駆け上り手に入れたアン・ピープルズが……、1枚1枚を購入したときの情景が走馬灯のように思い出され、怒りよりも、失ったことの悲しみがこみ上げてきました。お金の問題もありますが、20年間の時間と苦労が失われたような気がしてしまっただけです。でも親父が必死の思いで作上げた2つの山の工夫を凝らした造作を思うと怒るに怒れず、もっと丁寧にアナログ・レコードの取り扱い方法を両親に説明しておけばと後悔した次第です。70歳を超えた親父がその後、半年かけてその廃品となったレコードの山を整理したと後で母から聞きました。

ちょうどその頃から、時代はアナログからCDへと転換し、アナログ・レコードは次第に店頭から姿を消していきました。それならばと失ったアナログ・レコードをまたせっせとCDに買い換えていきました。ところがCDが生まれた以降の音楽はいいのですが、それまでのアナログ時代に生まれた音楽は自分としてはどうしてもアナログ盤にまだ執着心があるみたいなのです。今はその気持ちとのせめぎあいです。

ちょうどその頃から、時代はアナログからCDへと転換し、アナログ・レコードは次第に店頭から姿を消していきました。それならばと失ったアナログ・レコードをまたせっせとCDに買い換えていきました。ところがCDが生まれた以降の音楽はいいのですが、それまでのアナログ時代に生まれた音楽は自分としてはどうしてもアナログ盤にまだ執着心があるみたいなのです。今はその気持ちとのせめぎあいです。

▼日誌に見る協会の動き

【8月】

- 3日 ACAシンポジウム打合せ
- 4日 キャンペーン小委員会
九州地区連絡会議
違法店重点調査(～5日)
- 6日 次世代電子商取引協議会
ヒアリング
- 7日 動画投稿サイト対策会議

- 17日 CODA事業関連打合せ
- 19日 私的録画対応委員会
ACA企画広報部会
- 20日 BBマルチメディア委員会
- 24日 統計調査委員会
- 25日 ACAシンポジウム打合せ
- 27日 業務部会幹事会

【9月】

- 1日 理事会
関西地区連絡協議会
違法店重点調査(～2日)
- 2日 マーケティング委員会
- 7日 統計調査委員会
- 8日 ACAシンポジウム打合せ
2009年上半年統計調査記者発表

総合連絡委員会

- 10日 CODA理事会
- 11日 業務使用対策委員会
- 17日 権利者対応委員会
著作権部会
- 24日 業務部会幹事会
- 30日 ACA企画広報部会

統計

2009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	12,322	60.7%	68.6%	4,516	60.1%	77.4%	735	102.2%	増減 14社 17社 その他 1社	86,231	61.9%	79.9%	27,448	61.8%	83.8%	4,152	89.4%
レンタル店用	7,770	38.3%	91.4%	2,880	38.3%	117.8%	606	88.6%		52,699	37.8%	92.2%	16,901	38.0%	104.4%	3,827	75.2%
業務用	214	1.1%	220.6%	124	1.6%	93.5%	14	116.7%		318	0.2%	57.0%	87	0.2%	23.5%	57	43.8%
DVDビデオ	20,306	91.9%	76.4%	7,520	93.0%	89.4%	1,355	95.8%	増減 10社 4社 その他 13社	139,248	92.9%	84.1%	44,436	94.7%	90.1%	8,036	81.5%
販売用	1,483	86.0%	161.4%	383	73.1%	181.0%	98	200.0%		9,235	90.8%	318.6%	1,946	85.8%	282.6%	525	362.1%
レンタル店用	242	14.0%	108.0%	141	26.9%	130.1%	41	195.2%		927	9.1%	217.1%	319	14.1%	168.5%	194	198.0%
業務用	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR	0	ERR	6	0.1%	ERR	2	0.1%	215800.0%	0	ERR	
ブルーレイ	1,725	7.8%	150.9%	523	6.5%	163.8%	139	198.6%	増減 2社 3社 その他 3社	10,168	6.8%	305.7%	2,268	4.8%	258.3%	719	295.9%
カセット	23	0.1%	74.2%	8	0.1%	199.0%	2	200.0%		119	0.1%	66.1%	23	0.0%	57.0%	6	28.6%
UMD	48	0.2%	342.9%	37	0.5%	387.2%	9	900.0%	増減 0社 0社 その他 2社	298	0.2%	188.6%	219	0.5%	199.4%	65	590.9%
合計	22,102	100.0%	79.6%	8,088	100.0%	92.5%	1,505	101.2%		149,833	100.0%	88.5%	46,946	100.0%	93.3%	8,826	87.1%

◎今月の売上報告社数……33社(*前年同月の報告社数34社) 無回答社……1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
 ◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「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。
 ◎累計値には、1月～6月の数値として、2009年上半期調査による数値(統計報告書Vol.68)を用いている。
 ◎7月度調査よりHD DVDを調査対象外とした。そのためビデオソフトの合計値の前年同月比、前年同期比の算出には、当該期のHD DVDの実績を除いた数値を用いている。

2009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	8,863	58.3%	70.3%	2,860	53.6%	74.1%	581	84.2%	増減 10社 21社 その他 1社	95,094	61.6%	78.9%	30,308	60.9%	82.8%	4,733	88.7%
レンタル店用	6,270	41.3%	86.1%	2,488	46.6%	102.2%	650	98.5%		58,969	38.2%	91.5%	19,389	39.0%	104.1%	4,477	77.9%
業務用	61	0.4%	31.3%	-9	ERR	ERR	4	200.0%		379	0.2%	50.3%	78	0.2%	16.1%	61	46.2%
DVDビデオ	15,194	88.2%	75.6%	5,339	92.2%	83.3%	1,235	91.3%	増減 10社 6社 その他 11社	154,442	92.5%	83.2%	49,776	94.4%	89.3%	9,271	82.7%
販売用	1,947	98.5%	309.5%	400	97.5%	258.9%	70	280.0%		11,182	92.1%	317.0%	2,346	87.6%	278.3%	595	350.0%
レンタル店用	29	1.5%	19.3%	10	2.5%	14.4%	5	11.4%		956	7.9%	165.7%	329	12.3%	126.9%	199	140.1%
業務用	0	0.0%	ERR	0	0.0%	41.1%	0	ERR	6	0.0%	ERR	2	0.1%	2412.1%	0	ERR	
ブルーレイ	1,976	11.5%	253.7%	410	7.1%	182.5%	75	108.7%	増減 2社 4社 その他 0社	12,144	7.3%	295.8%	2,678	5.1%	242.8%	794	254.5%
カセット	11	0.1%	68.8%	10	0.2%	571.7%	0	0.0%		130	0.1%	66.3%	34	0.1%	78.8%	6	26.1%
UMD	39	0.2%	205.3%	28	0.5%	341.4%	7	ERR	増減 2社 1社 その他 1社	337	0.2%	190.4%	247	0.5%	209.4%	72	654.5%
合計	17,220	100.0%	82.4%	5,788	100.0%	87.1%	1,317	92.6%		167,053	100.0%	87.8%	52,734	100.0%	92.5%	10,143	87.7%

◎今月の売上報告社数……32社(*前年同月の報告社数34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
 ◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「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。
 ◎累計値には、1月～6月の数値として、2009年上半期調査による数値(統計報告書Vol.68)を用いている。
 ◎7月度調査よりHD DVDを調査対象外とした。そのためビデオソフトの合計値の前年同月比、前年同期比の算出には、当該期のHD DVDの実績を除いた数値を用いている。

異動

●JVA事務局人事
 2009年9月1日付
 佐藤 祝二 業務部長 (株)ポニーキャニオンから出向
 関口 裕之 (株)ポニーキャニオンへ復職

お知らせ

前号の『JVA REPORT No.135』にてお知らせしました「BBマルチメディア委員会の米国研修ツアー(10月4日から8日間)」につきましては、参加希望者数が最低催行人数に満たなかったため、残念ながら延期となりました。

社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2009年10月1日現在

■ 正会員(34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)
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
ギャガ(株)
キングレコード(株)
ジェネオン・ユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)
(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
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
ユニバーサルミュージック(同)
ワーナーエンターテイメントジャパン(株)

■ 協賛会員(24社)

(株)アイ信
(株)一丸堂印刷所
(株)IMAGICA
ヴィジョネア(株)
(株)キュー・テック
(株)金羊社
KDDI(株)
(株)ケンメディア
カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)
(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
(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)
ビクタークリエイティブメディア(株)
(株)富士フイルムメディアクレスト
(株)ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)