

JVA REPORT

8

'10 AUGUST
NO.141

MAIN REPORTS

- 協会組織図／主な会議、委員会の紹介
- 役員名簿(2010年8月現在)

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

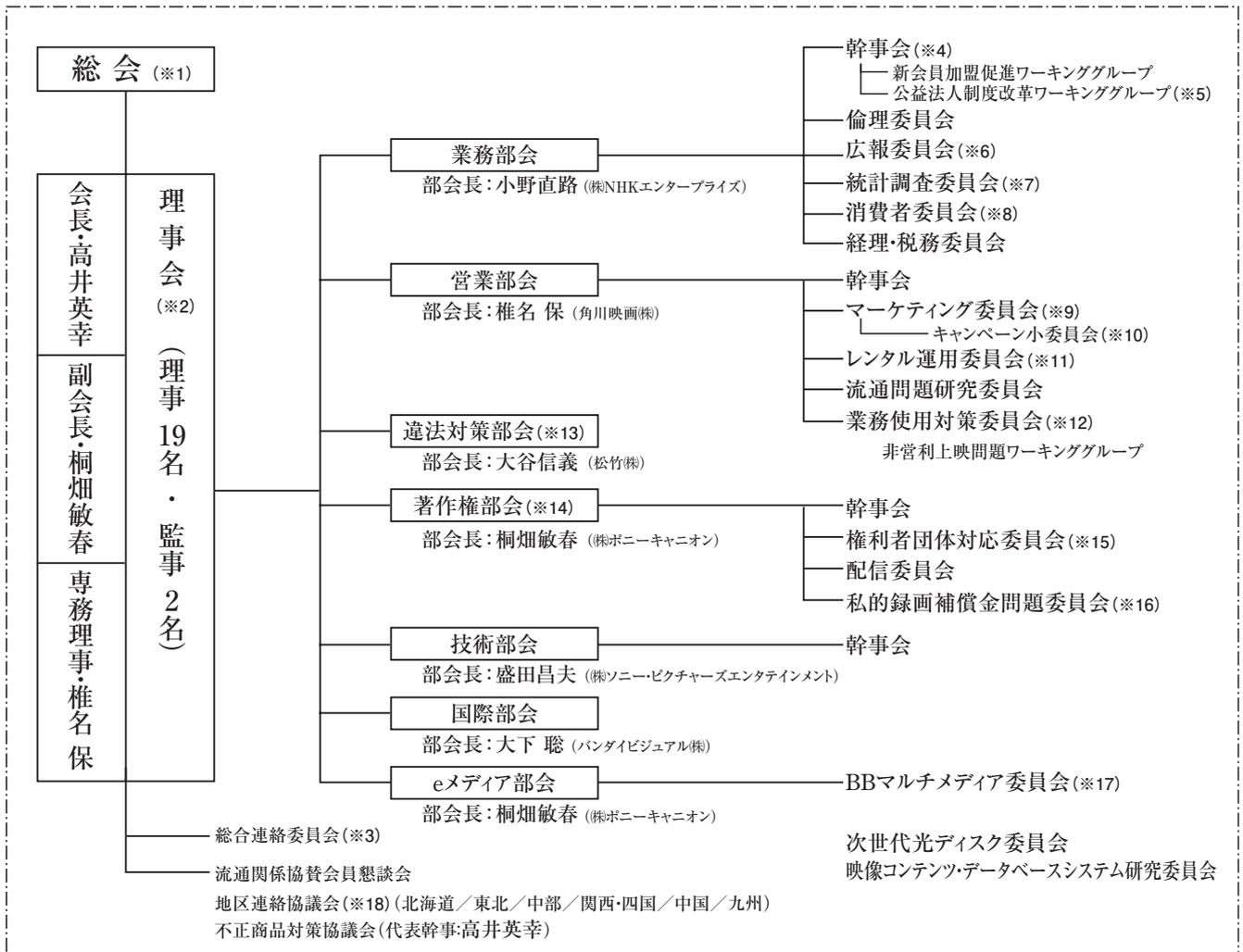
2010年8月10日発行



(社)日本映像ソフト協会 組織図	2
主な会議、委員会の紹介	2
(社)日本映像ソフト協会 役員名簿	5
第295回定例理事会開催報告	6
レンタル促進キャンペーン『ショップコンテスト2010』実施について	6
違法対策活動	6
「権利制限の一般規定」に関する意見を文化庁に提出	7
不正商品対策協議会	9
私的録画補償金分配申請社について	9
海外の情報から	10
主要各国の映画とビデオソフト市場のデータ	11
リレーエッセイ⑧	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上速報(5月、6月)	14
月間ビデオソフト売上金額の前年比較(グラフ)	14

(社)日本映像ソフト協会 組織図

2010年8月 現在



主な会議、委員会の紹介

2010年8月現在の協会組織は上のおりとなっている。
その中から、主な会議、委員会の活動内容につきご紹介する。

※1 総会

議長：会長

定款に定める事項の他、当協会の運営に関する重要事項を決議する機関。通常総会は毎年5月下旬に開催され、前年度の事業報告、収支決算、次年度の事業計画、収支予算についての決議の他、理事・監事の選任等を行っている。

※2 理事会

会長：高井英幸 (東宝株)

役員：21名 (会長を含む)

総会の決議した事項の執行に関することや、総会に上程すべき事項について検討、決議する。その他、総会の決議を要しない業務の執行に関する事項についても決議する。開催は原則として、毎月第1火曜日としている。

※3 総合連絡委員会

委員：56名

全会員社から1名の委員によって構成され、理事会ならびに各部会・委員会の活動報告や、関係官庁、関係団体からの連絡事項等について報告している。また、各部会等から上程された事項に関し、各会員社の意見をフィードバックし協議を行うこともある。開催は原則として、毎月第2火曜日としている。

※4 業務部会幹事会

部会長：小野直路 (株NHKエンタープライズ)

幹事：19名

理事会に上程する重要事項等について協議をしている。開催は原則として第4木曜日。また本部会の中に「新会員加盟促進ワーキンググループ」や「公益法人制度改革ワーキンググループ」を設置し、適宜会合を開催している。

※5 公益法人制度改革ワーキンググループ（業務部会）

座長：新坂純一（東宝株）

委員：4名

公益法人制度改革（平成20年12月1日施行）への対応として、

- ①一般社団法人への移行認可スケジュールの作成
- ②新定款案の起草
- ③公益目的支出計画の作成
- ④移行認可申請書類の作成等

を顧問公認会計士とともに進めていく。

※6 広報委員会（業務部会）

委員長：田中 勇（キングレコード株）

委員：5名

年に6回発行される会報『JVA REPORT』や年に1回発行される『JVA BOOK』、当協会ホームページの監修を担当している。開催は不定期。

※7 統計調査委員会（業務部会）

委員長：藤浦 昭（株ポニーキャニオン）

委員：8名

当協会が実施している各種調査についての企画および調査結果の検分などを行っている。現在、当協会では、毎月のメーカー出荷を調査する「月間統計調査」と、月間調査で生じる誤差や修正を整理し、半年毎に調査を行う「半期統計調査」のほか、ビデオレンタル店の経営状況を把握するための「ビデオレンタル店実態調査」を年に1回（6月調査、10月発表）、ビデオソフトのユーザー動向の把握と市場規模推計を目的とした「ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査」を年に1回（1月調査、4月発表）実施している。

※8 消費者委員会（業務部会）

委員長：磯貝浩史（株NHKエンタープライズ）

委員：19名

DVDビデオやBlu-rayビデオなどの再生互換生に関する情報交換や、各社のお客様相談窓口寄せられた相談内容の中で、業界として取り組むべき課題などを検討している。今後の課題としては、環境問題や3D BDなどに対する検討も取り上げていく予定。会議開催は、不定期に年4回程度。

※9 マーケティング委員会（営業部会）

委員長：小林直樹（東映株）

委員：25名

主にレンタル市場の活性化のための施策を検討。レンタル用DVDの注意喚起マークの共通化やハードディスク・コーティング・ディスクの識別マーク（H・C）の共通化など、市場の整備にも努めている。また、日本コンパクトディスクビデオレンタル商業組合と連動し、共同キャンペーンとして「ショップコンテスト」を15年にわたって企画している。

また、ビデオレンタルやビデオを利用した先進ビジネスモデル先進国としての米国市場研修ツアーを主催している。会議は、毎月第1水曜日に開催している。

※10 キャンペーン小委員会（営業部会）

委員長：小林直樹（東映株）

委員：15名

マーケティング委員会が企画した共同キャンペーンの運営を行なう小委員会。

共同キャンペーン参加メーカーにより構成される委員により、ショップコンテスト運営実務を担当し、応募作品の審査や表彰式の運営を行なう。

会議開催は不定期、委員構成も開催年により異なる。

※11 レンタル運用委員会（営業部会）

委員長：水野晋治（松竹株）

委員：10名

「個人向けビデオレンタルシステム」の運用を行なう。新しいビジネスモデルなど、レンタルシステムの変更や現行の規定に当てはまらない問題などを検討する。また、ビデオレンタル店を開業する際に配付する「個人向けレンタルシステムの手引き」の監修を行なう。会議開催は不定期。

※12 業務使用対策委員会（営業部会）

委員長：齋藤剛（東映株）

委員：24名

当委員会としての発足は1987年だが、それより以前のビデオソフトの誕生以来より、邦画メーカーを中心に業務用市場に関して様々な協議を行ってきており、まさにJVAの歴史と共に歩んできた委員会である。時代と共にビデオソフトの業務使用には様々なビジネス形態が生まれているが、委員会ではこれら業務使用に関する対応を

検討すると共に、市場動向の意見交換を行う会議を毎月1回開催している。市場の正常化策の推進としては、業務使用に関する問い合わせに対応するための各会員社の業務使用契約窓口一覧を作成して広報しているほか、全国3,000館の公共図書館に毎年各社の図書館向けカタログを共同配本している。また適正利用の調査として、バス小委員会では、貸切バス、長距離バスに於ける実態調査を秋に実施する予定である。

※13 違法対策部会

部会長：大谷信義（松竹株）

委員：14名

映像ソフトに係わる広範な著作権侵害行為に対し、確認と防止に向けた調査、対応を実施している。会議は年間の違法対策実績が集計される4月末に開催され、在京委員のほか全国6ブロックの地区連絡協議会からも委員が出席する。

レンタルビデオ店における海賊版頒布及びセル用DVDのレンタル転用、ネットオークションにおける海賊版の売買、映像ソフトの違法ファイル交換、劇場における映画盗撮などの著作権侵害行為に対して、警察庁、各都道府県警察、関係諸団体と連携して違法対策活動を進めており、悪質な侵害行為者に対しては、法的処置を行うなどの活動をしている。特に、本年度はセル用DVDのレンタル転用と、ファイル共有ソフトを悪用した著作権侵害に対する調査・警告活動に注力する方針である。

※14 著作権部会

部会長：桐畑敏春（株ポニーキャニオン）

委員：30名

著作権部会は、定款の事業目的のひとつである「知的財産権の擁護確立および施策の推進」を主たる役割とする部会で、次の3つが柱となる。

1. 内外の著作権法制に関する調査・研究等
2. 著作権処理に関連する諸問題への対処
3. 知的財産権擁護確立のための広報活動

その役割を果たすため、著作権部会では主な2つの委員会（※15、※16）の活動報告や上記3点に関する課題を検討するため、毎月1回程度、会議を開催している。

※15 権利者団体対応委員会（著作権部会）

委員長：深町徳子（株ポニーキャニオン）

委員：8名

著作権部会の役割のうち、著作権処理に関連する諸問題の調査研究及び著作権管理事業者等関係団体との協議を主たる役割とする委員会である。

また、会員社のネット配信担当者にも参画していただき、権利者団体対応委員会の拡大委員会（＝配信委員会）において、ネット配信の著作権処理に関連する諸問題の調査研究等を行っている。これに関連して動画投稿サイト等に関する諸問題にも対処している。

※16 私的録画補償金問題委員会（著作権部会）

委員長：鈴木裕子（エイベックス・マーケティング株）

委員：8名

著作権部会の役割のうち、私的録画等の著作権法制に関わる諸問題への対処を担う委員会である。

当協会の懸案事項である、CSSを無効化して行う複製を権利制限の対象外と位置づけること等、私的録画法制に関わる課題への対処を主たる役割としている。また、文化庁文化審議会著作権分科会法制問題小委員会における「権利制限の一般規定」導入に関するヒアリングにも対応している。

※17 BBマルチメディア委員会（eメディア部会）

委員長：別所冬樹（株東京現像所）

委員：19名

映像のデジタル化に伴い登場した、パッケージメディア以外のビジネス利用に関する調査研究を行なう。新しいビジネスモデルの説明会や企業研究所などの見学を開催している。

2004年より、米国の映像配信市場やデジタル映像関連企業を訪問する研修ツアーを企画・運営している。

※18 地区連絡協議会

全国6ブロック（北海道、東北、中部、関西・四国、中国、九州）に地区連絡協議会が設置されている。それぞれの地区連では、参加メーカーが持ち回りで幹事を担当し、違法対策部会と連動したレンタル店の調査・啓発キャンペーンを定期的実施しているほか、定例会、総会、新年賀詞交歓会、懇親会などが行われている。

(社)日本映像ソフト協会 役員名簿

理事

(2010.8.1現在)

 <p>会長 たかい ひでゆき 高井 英幸 東宝(株) 代表取締役社長</p>	 <p>副会長 きりはた としはる 桐畑 敏春 (株)ポニーキャニオン 代表取締役社長</p>	 <p>専務理事 しいな やすし 椎名 保 角川映画(株) 代表取締役社長</p>
 <p>おおした さとし 大下 聡 バンダイビジュアル(株) 代表取締役社長</p>	 <p>おおたに のぶよし 大谷 信義 松竹(株) 代表取締役会長</p>	 <p>おの なおじ 小野 直路 (株)NHKエンタープライズ 代表取締役社長</p>
 <p>さとう なおき 佐藤 直樹 日活(株) 代表取締役社長</p>	 <p>しげむら ひろふみ 重村 博文 キングレコード(株) 代表取締役社長</p>	 <p>たけうち しげかず 竹内 成和 エイベックス・ マーケティング(株) 代表取締役副会長</p>
 <p>ないう ともき 内藤 友樹 20世紀フォックス ホームエンターテイメント ジャパン(株) 代表取締役社長</p>	 <p>なつめ こういちろう 夏目 公一朗 (株)アニプレックス 代表取締役</p>	 <p>はらだ たけし 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) 職務執行者 (最高経営責任者兼社長)</p>
 <p>ひらい ふみひろ 平井 文宏 (株)パップ 代表取締役社長</p>	 <p>ひやくたけ こうじ 百武 弘二 (株)ショウゲート 代表取締役社長</p>	 <p>ふくはら ひでゆき 福原 英行 東映ビデオ(株) 代表取締役社長</p>
 <p>まつおか ひろやす 松岡 宏泰 東宝東和(株) 代表取締役社長</p>	 <p>もりた まさお 盛田 昌夫 (株)ソニー・ピクチャーズ エンタテインメント 代表取締役</p>	 <p>よだ たつみ 依田 巽 ギャガ(株) 代表取締役会長兼社長(CEO)</p>
 <p>ごとう たけろう 後藤 健郎 (社)日本映像ソフト協会 事務局長</p>		

監事

 <p>ほし ただひこ 保志 忠彦 (株)第一興商 代表取締役会長兼社長</p>	 <p>まえだ てつお 前田 哲男 染井・前田・中川法律事務所 弁護士</p>
--	---



第295回定例理事会開催報告

第295回定例理事会は、7月6日(火)午後4時30分より協会会議室において開催された。議事の要旨は次の通り。

- 第1号議案 理事就退任の件・・・承認
 (退任)小池武久(キングレコード(株))
 (就任)重村博文(キングレコード(株)代表取締役社長)
- 第2号議案 部会長選任の件・・・承認
 国際部会長 大下 聡(バンダイビジュアル(株)代表取締役社長)
- 第3号議案 「CEATEC JAPAN 2010」に対する協賛名義使用申請の件・・・承認

その他、事務局からの報告事項は次の通り。

各部会報告について、倫理問題について、私的録画補償金分配について、「権利制限の一般規定中間まとめ」に対する意見について、2010年5月度ビデオソフト売上速報について、DVDハードの国内出荷実績について、その他について等

レンタル促進キャンペーン『ショップコンテスト2010』実施について

マーケティング委員会・キャンペーン小委員会では、本年もビデオレンタル促進を目的とし『JVA ショップコンテスト2010』を開催することとした。

今年で15回目となるが、今回も日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合(CDV-J)からご協賛いただき、より多くのショップがコンテストに参加して頂けるよう協力を仰ぐこととしている。

コンテストの実施期間は、昨年と同様10月1日から11月30日までの2ヶ月間で開催することとした。

作品は、ディスプレイ部門、コメント部門、コーナー展開部門の3つの部門に分けて募集する。

表彰と入賞店数は、下記の通り。

- 最優秀大賞 表彰楯と20万円分のギフト券 1店
 - 各部門最優秀賞 表彰楯と7万円分のギフト券 3店
 - 各部門優秀賞 表彰楯と1万円分のギフト券 70店
 - CDV-J特別賞 表彰楯と5万円分のギフト券 3店
- 応募締め切りは、2010年11月末日必着としている。

なお、応募店は、日本映像ソフト協会の「個人向けレンタル業務許諾契約」店であることが条件となっている。

違法対策活動

中部地区でレンタル店啓発キャンペーンを実施

5月、6月度は、山梨県、静岡県、岩手県、青森県、宮城県、秋田県、北海道、岡山県、大阪府、新潟県、群馬県、広島県、兵庫県、愛知県、岐阜県の238件の調査を実施した。このうち廃業等は160店あり、実質的に営業していた78店に対して調査・折衝を行ったが、海賊版所持は0店だったが、セル用商品のレンタル転用が18件確認された。違法行為確認率は23%だった。

このうち、6月8日(火)にはJVAの中部地区連絡協議会のメンバー10名が参加し「レンタル店啓発キャンペーン」を実施した。愛知県、岐阜県内の7店の調査対象店のうち1店でセル商品のレンタル転用の違法行為を確認している。

5月～6月実績

調査店	238店
営業店数	78店
違法行為	海賊版所持 0件
確認件数	セル用商品のレンタル転用 18件
海賊版確認数	0枚
刑事告訴事件数	0件
警察による海賊版押収本数	0枚
違法行為確認率	23%

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			セル商品のレンタル転用
	許諾店	無許諾	廃業等	許諾店	確認数	回収数	
山梨県	1						1
静岡県	3	1					3
岩手県	19		13				
青森県	1						1
宮城県	1						
秋田県		1					1
北海道	10		14				1
岡山県			2				
大阪府	8	2	96				6
新潟県	9		13				1
群馬県	1						1
広島県	2						1
兵庫県	12	1	21				1
愛知県	3		1				
岐阜県	3						1
合 計	73	5	160	0	0	0	18

「権利制限の一般規定」に関する意見を文化庁に提出

当協会は、6月24日に「権利制限の一般規定」に関する文化庁の意見募集に対し、「権利制限の一般規定」導入を必要とする社会的事実(立法事実)はないと思われるので、導入の必要は無い旨の意見を提出した。

文化庁は、本年4月にまとめた「文化審議会著作権分科会法制問題小委員会権利制限の一般規定に関する中間まとめ」(以下「本中間まとめ」という。)について、5月25日から6月24日までの期間に意見募集を行った。

「本中間まとめ」では、次の4つの理由から権利制限の一般規定を導入する必要があるとしている。

- (1) 個別権利制限規定の解釈論や改正等による解決には、今後一定の限界があり得ることが否定できないこと
- (2) 民法上の一般規定に解決を委ねるよりも、権利制限の一般規定を著作権法に導入する方が、規律の明確化を図ることができること
- (3) ある種の危険負担をしつつ著作物を利用することが余儀なくされている場合があること
- (4) 著作物の利用それ自体を躊躇せざるを得ない場合があること

権利制限の一般規定の主張は、新規分野への技術開発や事業活動を著作権法が委縮させているのでこれを解消するという主張と、形式的には個別権利制限規定に該当しないが実質的に違法性がない著作物の利用があるとの認識の下にその形式的違法の解消が必要であるとする主張とがある。

「本中間まとめ」は、後者の形式的違法を解消するための権利制限の一般規定を導入することを提言したものと考えられる。

当協会は、著作権部会においてその内容を検討したが、以下の理由から「権利制限の一般規定」導入の必要は無いのではないかと結論に達した。

- (a) 「本中間まとめ」で「権利制限の一般規定」を必要とする事例として掲げられているものは、実務上問題が生じているようなものではないのではないか。
- (b) 仮に権利制限が必要な事例があるとしても個別権利制限規定によるほうが妥当ではないか。
- (c) 権利制限の範囲が広すぎる現行個別権利制限規定を拡張し、実質的違法性を有する利用についてまで権利制限する結果となるのではないか。

提出した意見全文は当協会のホームページに掲載しているが、その概要は以下のとおりである。

意見1 権利制限の一般規定導入の必要性に関する意見

個別権利制限規定の解釈や立法で解決できないが「権利

制限の一般規定」によって解決できる事案があるとは思えないし、規律の明確化や利用の委縮を解決するには個別権利制限規定のほうが優れている。しかも「権利制限の一般規定」の方が著作物利用の危険をより多く負担しなければならない。

「本中間まとめ」28頁では、条約上のスリーステップテストについて「判例の蓄積があり、規定の適用範囲がある程度予測可能であるので、第1ステップに適合しないとはいえない」としているが、わが国では判例の蓄積がない。

「本中間まとめ」では、「憲法21条と著作権、著作者人格権とは衝突するものではないという考え方が一般的であると思われる。」(「本中間まとめ」付属資料3の25頁)とした上で、権利制限の一般規定導入は、表現の自由と著作権法による保護との衝突が問題となった場合に「違憲審査基準が緩和される。」メリットがあるとする憲法の専門家の意見が記されている(「本中間まとめ」付属資料3の26頁)。

しかしながら、著作権法による保護が表現の自由を侵害するとした判例があるわけではないのだから、違憲審査基準の緩和が必要な状況にはない。

また、憲法29条との関係についてパブリック・フォーラム論を参考に考えて「本来利用者に認められる著作物の利用を確認しているに過ぎないものと整理することができれば、補償は不要である。」(「本中間まとめ」付属資料3の26頁)としているが、パブリック・フォーラム論は、著作権者が著作権を管理している通常の著作物にはあてはまらない。

「権利制限の一般規定」導入は、平成20年3月の「デジタル・ネット時代における知財制度専門調査会報告書」において「権利者の利益を不当に害しないと認められる一定の範囲内で、公正な利用を包括的に許容し得る権利制限の一般規定(日本版フェアユース規定)を導入することが適当」としたのを承けたものであるから、「不当に」とは何か、「公正な利用」とは何かという点が明確にされる必要があるが、これらは明確にされていない。

意見2 付随的利用(A類型)に関する意見

いわゆる「写り込み」が該当する「形式的権利侵害行為」として「A その著作物の利用を主たる目的としない他の行為に伴い付随的に生ずる当該著作物の利用であり、かつ、その利用が質的又は量的に社会通念上軽微であると評価できるもの」を「権利制限の一般規定による権利制限の対象と位置づけることが適当である。」(17頁)としているが、商業用に制作される映画では他人の著作物が写り込まないようにしているから権利制限規定は必要ない。

また、実質的違法性を否定するためには、その法益侵害が軽微であることに加え、その侵害行為が「不当でないこと」「公正な利用であること」を基礎付ける事情、例えば優越する法益を実現するための必要性等を要する。

ある映像作品の背景にアニメのキャラクター等が写り込んだ場合、その作品の中に写り込むことでアニメのキャラクターのイメージを損なう場合もあり、そのような場合、写り込んだ作品の利用を差し止めることができるべきである。

意見3 適法利用の達成過程での利用(B類型)に関する意見

権利制限の一般規定の対象として「B 適法な著作物の利用を達成しようとする過程において合理的に必要と認められる当該著作物の利用であり、かつ、その利用が質的又は量的に社会通念上軽微であると評価できるもの」を掲げている。

しかし、個別権利制限規定は権利者の利益と権利制限の必要性とを比較衡量して両者の調和を図ったものだから、過程の利用行為への権利制限の一般規定導入はその調和を乱し予期しない不調和を惹き起こすことになる。

38条1項は、非営利、無料、無報酬という利用者側の事情に属する3要件のみで権利制限を規定しており、文面上ではスリーステップテストに適合しない行為を広く含む規定振りとなっている。この権利制限をB類型でさらに拡張すべきではない。

30条1項は、複製の必要性や量を問うこと無く、私的使用目的と使用する者が複製するという2要件のみで複製を適法とする規定振りになっている。この権利制限をB類型でさらに拡張すべきではない。

30条1項2号は、30条1項柱書に該当する形式的適法行為を達成する過程における複製行為を規制しているから、この個別権利制限規定はB類型の権利制限の一般規定と抵触することになる。

38条1項の上映会に用いるために特定機器を用いて特定記録媒体に複製することを権利制限の一般規定によって適法とするならば、私的録画補償金の対象にならず支払済補償金は返還請求の対象となるが、そのような制度設計はいたずらに権利関係を複雑にする。

意見4 表現の享受を目的としない利用(C類型)に関する意見

権利制限の一般規定の3番目の類型として「C 著作物の種類及び用途並びにその利用の目的及び態様に照らして、当該

著作物の表現を知覚することを通じてこれを享受するための利用とは評価されない利用」を掲げており、これに該当するものとして技術開発の過程で複製等が不可欠な各種の技術開発行為を掲げている。

しかし、技術開発は著作権の問題がない素材によっても充分なしうる。新たな技術によって利用される素材は検証のための素材も開発者が自ら創作せざるをえないように思われる。既存の著作物を使う場合でも、すでに保護期間が満了した著作物を用いる方法や著作権者の協力を仰ぎ素材の提供を受けることも可能である。

ネットワーク産業におけるサービス開発・提供行為等についてネットワーク上で不可避免的に伴う複製は最近の法改正によって対処された。

このような権利制限規定は「研究開発及び検証」を口実とする自動公衆送信権侵害行為を助長しかねない。

意見5 既存の個別権利制限規定との関係に関する意見

B類型について権利制限の一般規定を導入し38条1項の権利制限の拡張を提言するならば、その結果上映権に関する権利制限が公正な利用に限定されうのか検討することは不可欠である。

著作権法38条1項は、非営利・無料・無報酬の3要件で上映権を制限しているが、この3要件はいずれも利用者側の事情に属する要件だが、スリーステップテストの基準である特別な場合であること、著作物の通常の利用を妨げないこと、著作権等の利益を不当に害さないことは権利者側に属する事情だから、著作権法38条1項は文面上スリーステップテストに適合しない利用をも含む。速やかな法改正が必要である。

アメリカの著作権法では、対面授業活動の過程における利用の場合に上映権の個別権利制限規定を置いている(110条)ほか、上映権の制限は107条のフェアユース規定によって制限されるに留まる。アメリカのフェアユース規定は利用者側の事情のみで権利制限をするものではないので、アメリカのフェアユースより大きな権利制限規定を導入する結果となるから、個別権利規定を改める必要がある。

「パブリック・フォーラム論」は、憲法の人権規定を私人間に拡張して適用するための理論だが、著作権法38条1項は上映権と衝突する人権の存否と無関係に規定されている。しかも、「パブリック・フォーラム」と同程度に公衆の自由利用が前提となっている著作物に限定されているわけでもない。これらを考慮せず個別権利制限規定を権利制限の一般規定導入によって拡張することは失当である。

アメリカのフェアユース規定より大きい権利制限規定としな
いという知的財産戦略本部のコンセンサスに沿って、38条1項
から「上映」を削除することを要望する。

意見6 条約適合性に関する意見

「本中間まとめ」28頁では、「米国著作権法107条のフェア
ユース規定は、判例の蓄積があり、規定の適用範囲がある程
度予測可能であるので、第1ステップに適合しないとはいえな
いと分析されている。」とし、「AからCが対象とする利用は、い
ずれもスリーステップテストに適合するものと考えられる」として
いる。

判例の蓄積があるといえる状況ではないと思うが、AからC
類型についての権利制限の一般規定が第1ステップに適合
するといえる根拠を示すよう要望する。

意見7 強行法規性に関する意見

「本中間まとめ」28頁では「オーバーライドする契約条項の
有効性を判断するにあたっては、権利制限の一般規定の趣旨
や、制限の程度・態様やその合理性等を総合的に勘案して行
った価値判断に基づき、対応されることが必要であると考えら
れる。」としている。

「本中間まとめ」14頁では、「権利制限の一般規定の導入を
望む利用者側からの意見」等が多く寄せられたことを必要性
の根拠に掲げているが、そうであるならば、利用者側の自由意
思によってオーバーライド契約が締結された場合、その効力を
否定すべき理由があるような事情はなさそうに思われる。

権利制限の一般規定が強行法規性を持つような事例があ
るならば是非例示することを望む。

意見8 「おわりに」に関する意見

「本中間まとめ」31頁では「著作物の利用者側に求められる
社会的要請などの変化にかんがみ」て「権利制限の一般規
定の導入」を適当としている。

しかしながら、権利制限の一般規定を導入すべきとされる
AからCの類型についても現実に問題となっている事例はほと
んどなく、実務的に解決可能なものばかりである。しかも、一般
規定を設けようにも判例の蓄積も事例の集積もないため、現実
社会では問題となっていない教室事例を集めて、議論のため
の議論を行っているような印象を受ける。

立法事実が乏しい法改正をあえて行う必要性はどこにある
のか。具体的必要性があるとは限らない法改正を行うより、実
務的な解決を図るほうがはるかに生産的で効率的である。

不正商品対策協議会

知的財産保護のための会報 「BULLETIN」発行・配布について

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、毎年発行している会報「BULLETIN」
の第22号を6月1日付で発行した。活動紹介、本物と偽物の比
較写真の掲載、不正商品Q&A、会員団体のトピックス等の内
容で、一般の消費者に知的財産の保護の大切さをわかりやす
く伝える冊子。

全国の警察署、消費生活センター、税関、都道府県の消費
生活担当などに配布し、ご活用いただく予定。また、関係イ
ベントでも広く一般の消費者に配布する。

「BULLETIN」の内容は、不正商品対策協議会ホームペ
ージでも閲覧可能。(http://www.aca.gr.jp/)

「BULLETIN」をご要望の場合は、不正商品対策協議会
小林まで(TEL03-3542-2010)

私的録画補償金

私的録画補償金 分配申請社について

2010年7月末に協会より分配予定の私的録画補償金の申
請は、3月末で締め切られ、8社から申請があった。今期の対象
放送期間は2009年上期(2009年4月～2009年9月末)で、この
対象期間中に当協会の正会員の資格を有し、対象著作物
(映像作品)の権利者で他の該当申請団体が無い(重複しな
い)権利者が対象となる。申請のあった8社には、協会規定/
細則により私的録画補償金が分配される。

<今期の申請受理社>

ギャガ(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)第一興商／(株)ショウゲート／東宝東和(株)／日活(株)
／バンダイビジュアル(株)／(株)ポニーキャニオンの8社。

◆2010年米国上半期市場総括

DEG(The Digital Entertainment Group)が発表したデータによると、2010年上半期のホームエンタテインメント売上高(ビデオソフト/ビデオ・オン・デマンド(VOD)を含むデジタルサービスのセル/レンタル計)は88億ドル、前年同期から3.3%減少した。4~6月の第二四半期のみでは0.7%減と昨年レベルを維持、落ち込みは1~3月に依存する。数年続く全体市場の縮小は、DVDセル不振の影響である。

朗報は、順調な拡大が続くブルーレイディスク。その売上高は9億8,200万ドル、うちセルが約75%の7億3,300万ドルを占め、前年同期比も84%増となった。第二四半期に限定すると、上昇率は112%と2倍以上である。

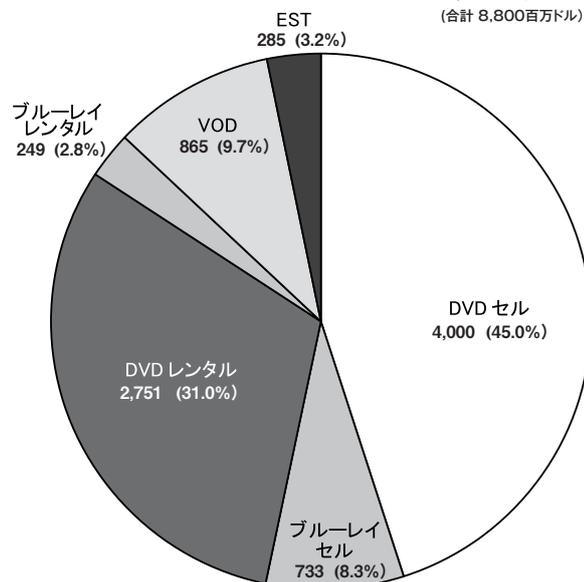
数量については上半期、1,940万枚のブルーレイディスクが販売された。伸び率は97%、年末商戦で火がついた勢いが継続されている。ハードも前年を103%上回る約200万台を売り切り、市場離陸からの累計販売数は1,940万台、2,000万の大台突破目前にまで迫っている。

デジタルサービスも好調で、売上高は11億ドルと、23%上昇した。内訳はEST販売(Electric Sell-Through=デジタル動画セル)2億8,500万ドル、VOD8億6,500万ドル。前者のシェアは25%程度だが、前年同期比は36.9%増で、後者の19.1%増を大きく上回っている。

四半期ごとのブルーレイディスク出荷枚数(含カナダ/単位:百万枚)

	2006	2007	2008	2009	2010
1~3月	-	1.70	9.22	19.17	34.00
4~6月	-	3.54	12.62	19.87	43.00
7~9月	-	3.21	12.72	17.11	-
10~12月	1.26	9.54	28.60	38.64	-

2010年上半期ホームエンタテインメント売上高構成



◆レッドボックスが動画配信を示唆

デジタル動画配信サービス戦線。今後ますます加熱しそうな気配だ。

全米約22,000ロケーションでDVDキオスクを介したレンタルサービスを展開するレッドボックスが、オンライン配信への参入を計画中である。長く囁かれる噂も、同社社長のロイターとのインタビューでその意欲が公式化、概略は10月に発表される見通しだ。

DEGデータが証明するように、成長が著しい動画配信。オンラインレンタルの最大手、ネットフリックスの2010年4~6月決算でも、同社が提供する配信サービス「Watch Instantly」へのアクセスが急増、同期は150万人の会員中61%が、テレビ番組や劇映画などのコンテンツを15分以上視聴していることが発表された。昨年同期はその数が37%、前期1~3月は55%。ディスクレンタルからのシフトは、確実に現れている(*)。

レッドボックスは4月独自調査の結果、無制限のダウンロードに、月最大4タイトルのディスクレンタルを含んだ月額3.95ドルでのサービス提供を示唆した。内容こそ異なるが、ネットフリックスの現状最低月額料8.99ドル(1注文の1作品のレンタルとダウンロードが無制限)の半額以下に抑えている。

ネットフリックスのCEOは某インタビューの中で、「(同社の)唯一のライバルはレッドボックス」で、最大のテレビ、劇映画配給大手から成り、最大のストリーミング数を誇るHulu(フルー)は「野次馬に過ぎない」と一掃。レッドボックスにそれなりの危機感がある同社は、カナダでの動画配信離陸を発表した。

アマゾン、アップル、家電流通最大手のベスト・バイ、量販チェーンのウォルマートやシアーズ。既に多くの企業が動画配信に取り組む中、レッドボックスの今後の行方が注目される。

*ネットフリックスは4~6月決算で、前年同期比27%増の売上高5億1,980万ドルを記録したものの、アナリスト予測を下回る実績値で、翌日株価は約10%暴落。懸念は1会員当たりの支払額が、前年13.29ドルから12.29ドルに減少したことに加え、レンタルディスクの回転率低下、つまり会員のレンタルサイクルが長期化していることにある。

参考:

デジタル・エンタテインメント・グループ(DEG)
各社発表資料

主要各国の映画とビデオソフト市場のデータ

各国の2009年の映画とビデオソフトの市場データがそれぞれの国の関係機関から発表されたので、ここにまとめてみた。

各国ともに、GDPの伸びは前年を下回っているにもかかわらず、映画の興行収入はどの国においても前年を上回り、入場人員数も増加することとなった。また、平均入場料は世界的に高額といわれる日本のみが前年比100.2%と前年並みであったのに対し、その他の国では上昇傾向にある。

ビデオソフト市場では、BDの構成比がどの国においても上昇してきているが、2009年のセル市場において10%を超えた国はまだないようである。

各国資料の出典は右のとおりである。

- ※1 国連経済社会局人口部『世界の人口推計2008』（09年は推計）
- ※2 外務省経済局調査室（09年11月）
- ※2' 外務省経済局調査室（10年7月）
- ※3 （社）日本映画製作者連盟
- ※4 （社）日本映像ソフト協会
- ※5 MPAA Theatrical Market Statistics 2009
- ※6 Digital Entertainment Group
- ※7 UK Film Council Statistical Yearbook 2010
- ※8 Centre national de la cinematographie (CNC)
- ※9 German Federal Film Board (FFA)
- ※10 Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BVV)

		日 本					
		2009年		2008年		2007年	
			前年比		前年比		
映画	興行収入	2,060億3,500万円	105.7%	1,948億3,600万円	98.2%	1,984億4,300万円	※3
	公開本数	762本	94.5%	806本	99.5%	810本	※3
	入場人員	1億6,930万人	105.5%	1億6,049万人	98.3%	1億6,319万人	※3
	平均入場料	1,217円	100.2%	1,214円	99.8%	1,216円	※3
	スクリーン数	3,396スクリーン	101.1%	3,359スクリーン	104.3%	3,221スクリーン	※3
	デジタルシネマ対応スクリーン数	440スクリーン	254.3%	173スクリーン	176.5%	98スクリーン	
	映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	2,674億円(a)	94.4%	2,832億円	93.2%	3,038億円
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	3,067億円(b)	88.4%	3,469億円	96.3%	3,604億円	※4
	販売枚数(All Formats, 消費者レベル)						
	レンタル枚数(All Formats, トランザクション数)						
	メーカー出荷	セル用 1,790億5,600万円(c) レンタル用 940億8,100万円(d)	97.0% 94.4%	セル用 1,847億600万円(a) レンタル用 996億9,600万円(b)	87.0% 93.5%	セル用 2,089億5,700万円 レンタル用 1,066億2,900万円	※4 ※4
	備考	(a)DVD 90.7%, BD 9.7% (b)DVD 98.7%, BD 1.3% (c)DVD 87.1%, BD 12.7%, UMD 0.2% (d)DVD 99.5%, BD 1.5%		(a)DVD 94.9%, BD 4.9%, UMD 0.1% (b)DVD 99.2%, BD 0.8%			
基本情報	人口	1億2,760万人		1億2,770万人		-	※1
	GDP(09年は成長率)	-5.2%		4兆9,093億ドル		-	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	93.57円		103.36円		117.75円	※2'

		米 国					
		2009年		2008年		2007年	
			前年比		前年比		
映画	興行収入(★)	10億6,100万ドル(9,928億円)	110.2%	9.630百万ドル	100.0%	9.630百万ドル	※5
	公開本数	558本	88.2%	633本	103.9%	609本	※5
	入場人員(★)	14億2,000万人	106.0%	13億4,000万人	95.7%	14億人	※5
	平均入場料	7.5ドル(702円)	104.5%	7.18ドル	104.4%	6.88ドル	※5
	スクリーン数	39,717スクリーン	98.8%	40,194スクリーン	100.3%	40,077スクリーン	※5
	デジタルシネマ対応スクリーン数(★)	7,736スクリーン	136.7%	5,659スクリーン	121.7%	4,650スクリーン	※5
	映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	11,400百万ドル(1兆667億円)				
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	6,500百万ドル(6,082億円)					※6
	合計(セル+レンタル)	17,900百万ドル(1兆6,749億円)(a)	92.3%	19,400百万ドル(a)	96.5%	20,100百万ドル(a)	※6
	メーカー出荷(★)	DVD 11億9,600万枚 BD 9,479万枚	85.0% 150.1%	14億700万枚(DVDのみ) BD 6,316万枚	83.4% 351.1%	16億8,800万枚(DVDのみ) BD 1,799万枚	※6 ※6
	備考	(a)DVD 91.6%, BD 8.4%		(a)DVD 94.5%, BD 4.5%		(a)DVD 98.0%, BD 1.5%	
基本情報	人口	3億1,470万人		3億1,170万人		-	※1
	GDP(09年は成長率)	-2.4%		13兆8,112億ドル		-	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	93.57円		103.36円		117.75円	※2'

(★)カナダを含む

		英 国					
		2009年	前年比	2008年	前年比	2007年	
映画	興行収入	944百万ポンド(1,378億円)	111.1%	850百万ポンド	103.5%	821百万ポンド	※7
	公開本数	503本	95.4%	527本	102.1%	516本	※7
	入場人員	1億7,350万人	105.7%	1億6,420万人	101.1%	1億6,240万人	※7
	平均入場料	5.44ポンド(794円)	105.0%	5.18ポンド	102.6%	5.05ポンド	※7
	スクリーン数	3,651スクリーン	101.1%	3,610スクリーン	102.7%	3,514スクリーン	※7
	デジタルシネマ対応スクリーン数	642スクリーン	206.8%	310スクリーン	104.7%	296スクリーン	※7
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	2,164百万ポンド(3,159億円)(a)	89.9%	2,408百万ポンド(a)	102.5%	2,349百万ポンド	※7
	レンタル市場(All Formats,消費者レベル)	199百万ポンド(290億円)	98.5%	202百万ポンド	72.1%	280百万ポンド	※7
	販売枚数(All Formats,消費者レベル)	2億4,300万枚(b)	94.6%	2億5,700万枚	103.2%	2億4,900万枚	※7
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)	7,100万枚	98.6%	7,200万枚	78.3%	9,200万枚	※7
	メーカー出荷						
	備考	(a)DVD 93.6%、BD 6.4% (b)DVD 96.7%、BD 3.3%		(a)DVD 98%、BD 1.5%			
基本情報	人口	6,160万人		6,120万人		-	※1
	GDP(09年は成長率)	-4.9%		2兆6,456億ドル		-	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.56ポンド		1.85ポンド		2.00ポンド	※2

		フ ラ ンス					
		2009年	前年比	2008年	前年比	2007年	
映画	興行収入	1,232.9百万ユーロ(1,604億円)	108.0%	1,141.7百万ユーロ	107.6%	1,060.6百万ユーロ	※8
	公開本数	588本	105.9%	555本	96.9%	573本	※8
	入場人員	2億90万人	105.7%	1億9,010万人	106.7%	1億7,820万人	※8
	平均入場料	6.14ユーロ(799円)	102.2%	6.01ユーロ	101.0%	5.95ユーロ	※8
	スクリーン数	5,470スクリーン	100.8%	5,424スクリーン	101.7%	5,332スクリーン	※8
	デジタルシネマ対応スクリーン数	959スクリーン	377.6%	254スクリーン	508.0%	50スクリーン	※7
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	1,400百万ユーロ(1,821億円)(a)	101.3%	1,382百万ユーロ(a)	92.5%	1,494百万ユーロ	※8
	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)	1億4,065万枚(b)	109.7%	1億2,818万枚(b)	97.8%	1億3,104万枚	※8
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)						
	メーカー出荷	セル用 762百万ユーロ(991億円) 12百万ユーロ(16億円)	92.4% 63.2%	セル用 825百万ユーロ レンタル用 19百万ユーロ	90.9% 63.3%	セル用 908百万ユーロ レンタル用 30百万ユーロ	※8 ※8
	備考	(a)DVD 92.2%、BD 7.8% (b)DVD 96.2%、BD 3.8%		(a)DVD 96.3%、HD 3.7% (b)DVD 98.3%、HD 1.7%			
基本情報	人口	6,230万人		6,200万人		-	※1
	GDP(09年は成長率)	-2.5%		2兆5,623億ドル		-	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.39ユーロ		1.47ユーロ		1.37ユーロ	※2

		ド イ ツ					
		2009年	前年比	2008年	前年比	2007年	
映画	興行収入	976.1百万ユーロ(1,035億円)	122.8%	794.7百万ユーロ	104.9%	757.9百万ユーロ	※9
	公開本数	513本	108.9%	471本	97.3%	484本	※9
	入場人員	1億4,630万人	113.1%	1億2,940万人	103.2%	1億2,540万人	※9
	平均入場料	6.67ユーロ(868円)	108.6%	6.14ユーロ	101.7%	6.04ユーロ	※9
	スクリーン数	4,734スクリーン	98.4%	4,810スクリーン	99.5%	4,832スクリーン	※9
	デジタルシネマ対応スクリーン数	525スクリーン	320.1%	164スクリーン	121.5%	135スクリーン	※7
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	1,377百万ユーロ(1,791億円)(a)	106.7%	1,291百万ユーロ(a)	97.0%	1,331百万ユーロ	※10
	レンタル市場(All Formats,消費者レベル)	256百万ユーロ(333億円)(b)	97.0%	264百万ユーロ(b)	96.4%	274百万ユーロ	※10
	販売枚数(All Formats,消費者レベル)	セル 1億1,300万枚(c)	108.7%	セル 1億400万枚(c)	99.0%	セル 1億500万枚	※10
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)	レンタル 1億510万枚	97.8%	レンタル 1億750万枚(d)	99.1%	レンタル 1億850万枚	※10
	メーカー出荷						
	備考	(a)DVD 91.4%、BD 8.6% (b)DVD 94.1%、BD 5.9% (c)DVD 94.5%、BD 5.5%		(a)DVD 96.2%、BD 3.3%、HDDVD 0.5% (b)DVD+VHS 98.1%、BD 1.9% (c)DVD 97.7%、BD 1.6%、HDDVD 0.5%、VHS 0.2% (d)DVD+VHS 98.2%、BD 1.8%			
基本情報	人口	8,220万人		8,230万人		-	※1
	GDP(09年は成長率)	-4.9%		3兆6,528億ドル		-	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.39ユーロ		1.47ユーロ		1.37ユーロ	※2



TCエンタテインメント(株)代表取締役社長 仲尾雅至氏からのご紹介

●芳原 世幸 氏(株式会社メディアファクトリー 代表取締役社長)

「激暑お見舞い申し上げます」

全米女子、ウインブルドン、全英オープン、そのうえ今年はワールドカップとやたらにせわしない夏の始まりだった。なにしろワールドカップにいたっては、好カードはほとんど午前3時半キックオフ。一日がやたらと長いというか、一日中眠い。日本中がみな、不眠症になって日本代表を応援し、スペイン、ドイツの強さに圧倒されながらも拍手したものだ。

例年なら全英オープンが終わると妙に淋しくなって、まだ7月上旬だというのに夏が終わってしまったかのような心境になる。が、今年は少し違った。

あまりに暑い。2年前の連日の、真夏日、猛暑日攻撃を上回る35度オーバーの激暑で淋しさどころじゃない。

さもありなんと、一昨年の猛暑の教訓をいかし、暑さ対策には少し苦心している。そのひとつが自宅マンションテラスの緑化。いよいよマンションガーデニングに挑戦してみたのだ。

とはいってもこの不況下、世間は消費税うんぬんの喧々譁々。花だ、緑だときれいごとを言っている場合ではないので、少しでも家計の足しにとプランターで野菜作りをはじめた。

今年の3月まで、わけあって他版元のシニア向け雑誌の編集を手伝っていたが、そこで二度ほどマンションガーデニングの特集を組んだのが自分のガーデニング知識のすべて。

生半可ながら、ワールドカップ開幕までにテラスにはプランターが並び、いよいよ我が家の野菜作りがはじまった。

ナス、きゅうり、イタリアントマト、枝豆。唐辛子、しそ、バジル、イタリアンパセリ、ミント、ローズマリー。レモン、ブルーベリー、パッションフルーツと目いっぱい欲ばりな展開でテラスはそれなりに緑化された。

マンションガーデニングで一番の問題は水やり。我が家のテラスには水道が引かれていない。そこで知り合いの建築士のすすめで、ウイスキー樽を廃物利用した雨水タンクを設置。雨水をため、そこからタイマーでプランターに自動散水できるようにした。水やりは手抜きですね。といわれても一向にかまわない。せっかくの家庭菜園、枯らしては元も子もない。

ほんのりとウイスキー臭のする水のおかげか、一月半でナス、トマトは2日に一度、しそ、バジルなどは毎日の食卓に並ぶようになった。唐辛子も真っ赤に色づきはじめた。微妙に涼しく感じるのは気のせいだろうか。

仕事では映像のダウンロードサービスやスマートフォン、新デバイスでの電子出版、そのうえ3D映像やツイッターマーケティング・・・と10年前では考えられないようなデジタル展開に追われている。

50歳代に突入した我々には何がなんだかの世界も多く、この猛暑も重なり、正直、呼吸困難気味だ。そんな日々によりビングから眺める野菜たちの元気な姿にはほっとする。

異常加速するデジタル化に対応して超アナログでカウンター的な何かを本能的に求めているのだろう。10年前、Windows発売前夜に長蛇の列が出来た頃、ダメダメな友人たちと「日本をこれ以上便利にしない会」を設立したことを思い出す。ハードディスクもネットもデバイスも僕たちの生活をどれほど幸せにしてくれるのか。もうこれ以上、便利やスピードはいらないと、どこかで身体は拒絶反応をしているのか。

赤く色づいた酢っぱ甘いもぎたてトマトをかじりながら、予測不能な未来にiPadをたたいてみる今日この頃だ。

▼日誌に見る協会の動き

【6月】

- 2日 マーケティング委員会
- 7日 レンタル運用委員会
- 8日 中部地区連絡協議会レンタル店キャンペーン(～9日)
私的録画補償金問題委員会
総合連絡委員会
- 10日 消費者委員会
- 11日 業務使用対策委員会
- 17日 著作権部会

- 21日 レンタル運用委員会
- 24日 業務部会幹事会
- 29日 統計担当者説明会

【7月】

- 2日 ACA企画広報部会
- 6日 理事会・役員懇親会
関西地区連絡協議会(～7日)
- 7日 マーケティング委員会

- 8日 北海道地区連絡協議会(～9日)
- 9日 BBマルチメディア委員会懇親会(～10日)
- 13日 総合連絡委員会
- 15日 著作権部会
- 16日 業務使用対策委員会
- 21日 キャンペーン小委員会
- 23日 ACA企画広報部会

統計

2010年5月度

	5月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								売上金額の増減社数	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	前年同期比	数量	構成比	前年同期比	新作数	前年同期比
販売用	8,679	65.6%	109.6%	2,642	67.5%	109.1%	459	118.9%	増 減 16社 15社 その他 0社	54,121	65.0%	92.3%	17,686	64.3%	99.2%	2,577	94.6%
レンタル店用	4,496	34.0%	69.4%	1,214	31.0%	68.4%	366	81.0%		28,747	34.5%	76.3%	9,560	34.8%	82.5%	2,560	82.1%
業務用	63	0.5%	ERR	59	1.5%	ERR	3	60.0%		359	0.4%	172.6%	257	0.9%	480.6%	18	42.9%
DVDビデオ	13,238	85.6%	92.2%	3,914	88.2%	94.7%	828	98.2%		82,227	86.1%	86.2%	27,502	89.0%	93.3%	5,155	87.6%
販売用	2,118	95.2%	236.1%	476	91.4%	253.1%	117	177.3%		12,904	96.4%	205.1%	3,067	92.1%	233.1%	562	170.8%
レンタル店用	93	4.2%	155.0%	42	8.0%	365.0%	6	150.0%		459	3.4%	80.0%	259	7.8%	175.3%	66	88.0%
業務用	14	0.6%	466.7%	3	0.7%	392.0%	0	ERR		18	0.1%	450.0%	4	0.1%	243.0%	0	ERR
ブルーレイ	2,225	14.4%	231.8%	521	11.7%	260.1%	123	175.7%		13,381	13.8%	194.8%	3,330	10.8%	227.3%	628	155.4%
UMD	3	0.0%	3.8%	1	0.0%	1.0%	3	15.0%		75	0.1%	42.4%	55	0.2%	39.6%	50	116.3%
合計	15,466	100.0%	100.5%	4,436	100.0%	101.0%	954	102.3%		96,683	100.0%	93.3%	30,887	100.0%	99.4%	5,833	92.2%

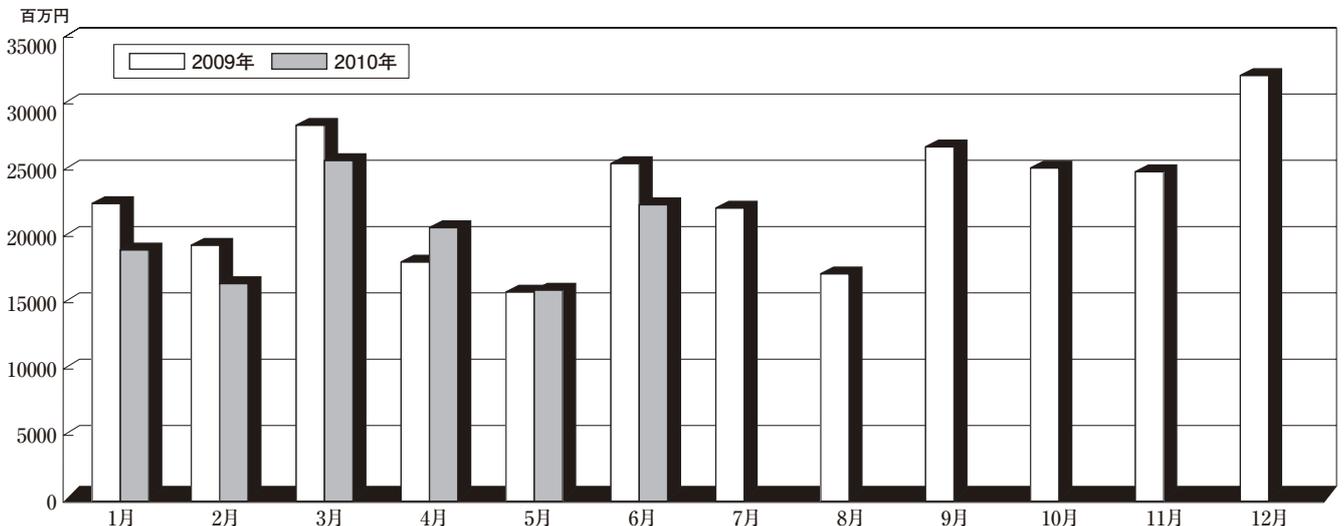
◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数:33社) 無回答社……2社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
 ◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。
 ◎2010年調査よりビデオカセットを調査対象外とした。そのためビデオソフトの合計値の前年同月比、前年同期比の算出には、当該期のビデオカセットの実績を除いた数値を用いている。

2010年6月度

	6月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								売上金額の増減社数	1月～6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	前年同期比	数量	構成比	前年同期比	新作数	前年同期比
販売用	11,644	64.5%	74.6%	4,708	68.5%	100.9%	587	96.1%	増 減 15社 15社 その他 0社	65,765	64.9%	89.0%	22,393	65.1%	99.5%	3,164	94.9%
レンタル店用	6,308	35.0%	80.5%	2,140	31.1%	84.5%	426	86.2%		35,055	34.6%	77.0%	11,699	34.0%	82.9%	2,986	82.7%
業務用	90	0.5%	97.8%	27	0.4%	25.9%	4	200.0%		449	0.4%	149.7%	284	0.8%	178.5%	22	50.0%
DVDビデオ	18,042	80.8%	77.9%	6,875	85.2%	94.1%	1,017	91.9%		101,269	85.1%	84.6%	34,377	88.2%	93.5%	6,172	88.3%
販売用	4,160	96.9%	251.7%	1,123	94.1%	335.5%	89	97.8%		17,064	96.5%	214.8%	4,189	92.6%	253.9%	651	155.0%
レンタル店用	108	2.5%	102.9%	63	5.3%	227.0%	7	9.1%		567	3.2%	83.5%	322	7.1%	183.5%	73	48.0%
業務用	26	0.6%	1300.0%	6	0.5%	1346.3%	0	ERR		44	0.2%	733.3%	11	0.2%	480.2%	0	ERR
ブルーレイ	4,294	19.2%	244.0%	1,193	14.8%	328.4%	96	57.1%		17,675	14.9%	204.8%	4,523	11.6%	247.4%	724	126.6%
UMD	-9	0.0%	ERR	6	0.1%	11.3%	4	28.6%		66	0.1%	26.2%	61	0.2%	31.7%	54	94.7%
合計	22,327	100.0%	89.3%	8,073	100.0%	104.5%	1,117	86.7%		119,010	100.0%	92.5%	38,960	100.0%	100.4%	6,950	91.2%

◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数:32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

月間ビデオソフト売上金額の前年比較 (DVD+VC+BD+HD DVD+UMD)



※09年7月からHD DVDを除く ※10年からVCを除く

社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2010年8月1日現在

■ 正会員 (33 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 (23 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
(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)