

JVA REPORT

10

'10 OCTOBER
NO.142

MAIN REPORTS

- 2010年上半期(1月～6月)統計調査報告
～前年同期比93.6%、
ブルーレイの売上構成比14.8%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

2010年10月14日発行



2010 年上半期(1月～6月)統計調査報告	2
『ショップコンテスト 2010』参加メーカー決定	6
JVA レンタル用シールの印刷対応について	6
第 296 回定例理事会開催報告	7
バス事業者向けに啓發文書を配布	7
違法対策活動	7
経産省、文化庁 アクセスコントロール回避規制の検討はじまる	8
不正商品対策協議会	10
経産省からのお願い	10
データ資料 『レジャー白書 2010』から	11
海外の情報から	12
リレーエッセイ ⑧5	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上速報(7月、8月)	14
JVA レンタルシステム加盟店数推移	14

2010年上半期(1月～6月)統計調査報告 前年同期比93.6%、ブルーレイの売上構成比14.8%に

業務部会統計調査委員会（藤浦昭委員長 ㈱ポニーキャニオン）は、JVA正会員社を対象に行った2010年上半期の統計調査の結果をまとめ、9月9日(木)午後1時からJVA会議室において記者発表会を開催して一般に公開した。同調査の報告書は既に会員社に配布済となっているが、一般にも有料にて配布している。

以下に同調査結果の概要を掲載する。

なお、今期の調査からビデオカセットを調査対象外としており、ビデオソフト全体の前年同期比を算出する際には、当該期の数値からビデオカセットの実績を除いた数字を用いている。また、今期より発売開始されているブルーレイとDVDのコンボ作品については、ブルーレイにカウントされている。

●2010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金額は1,194億2,400万円で前年同期比93.6%となった。

そのうち、DVDビデオの売上金額は1,017億1,100万円で前年同期比85.5%と落ち込む一方、ブルーレイは176億4,800万円で同209.0%と倍以上の伸長となった。しかしながら、DVDビデオの落ち込みをカバーするまでには至っておらず、総売上は前年同期を割り込むこととなった。UMDの売上金額は6,500万円で前年同期比26.0%となった。

総売上金額に占めるDVDビデオ、ブルーレイ、UMDの割合は、85.2：14.8：0.1となり、ブルーレイが前年同期の6.6%から大きく構成比を伸ばしている。〈表1〉

〈表1〉ビデオソフトの売上金額と売上数量

摘要	百万円			枚		
	合計金額	構成比	前年同期比	合計数量	構成比	前年同期比
DVDビデオ	101,711	85.2%	85.5%	34,457,240	88.3%	93.3%
ブルーレイ	17,648	14.8%	209.0%	4,523,162	11.6%	259.3%
UMD	65	0.1%	26.0%	60,676	0.2%	33.3%
ソフトの総売上	119,424	100.0%	93.6%	39,041,078	100.0%	100.5%

〈表2〉DVDビデオの流通チャンネル別売上

	百万円			枚		
	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	65,687	64.6%	88.9%	22,425,888	65.1%	97.8%
レンタル店用(個人向)	35,531	34.9%	79.1%	11,761,572	34.1%	83.9%
業務用	493	0.5%	474.0%	269,780	0.8%	ERR

〈表3〉ブルーレイの流通チャンネル別売上

	百万円			枚		
	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	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	17,031	96.5%	219.7%	4,180,484	92.4%	267.3%
レンタル店用(個人向)	573	3.2%	83.6%	331,959	7.3%	186.3%
業務用	44	0.2%	733.3%	10,719	0.2%	514.1%

〈表4〉UMDの流通チャンネル別売上

	百万円			枚		
	UMDの売上金額			UMDの売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	65	100.0%	26.0%	60,674	100.0%	33.3%
レンタル店用(個人向)	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
業務用	0	0.0%	ERR	2	0.0%	50.0%

〈表5〉ビデオソフト全体の流通チャンネル別売上

	百万円			枚		
	ビデオソフト全体の売上金額			ビデオソフト全体の売上数量		
	金額	構成比	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用(個人向)	82,783	69.3%	101.1%	26,667,046	68.3%	108.1%
レンタル店用(個人向)	36,104	30.2%	79.2%	12,093,531	31.0%	85.2%
業務用	537	0.4%	488.2%	280,501	0.7%	ERR

2. 売上数量では、DVDビデオが3,445万7,240枚で前年同期比93.3%、ブルーレイが452万3,162枚で同259.3%、UMDが6万0,676枚で同33.3%となったが、売上金額の前年同期比に比べるとどのメディアも数量の前年同期比は高めとなっており、全体的に廉価傾向にあるようである。ビデオソフトの総売上数量の合計は3,904万1,078枚で前年同期比100.5%となり、前年同期並だった。〈表1〉

3. DVDビデオの流通チャネル別売上は、販売用が656億8,700万円の前年同期比88.9%と、前年同期と同様に1割以上の落ち込みとなった。また、レンタル店用も355億3,100万円の前年同期比79.1%と2割以上の大きな落ち込みとなった。販売用、レンタル店用、業務用の売上金額の割合は64.6 : 34.9 : 0.5。〈表2〉

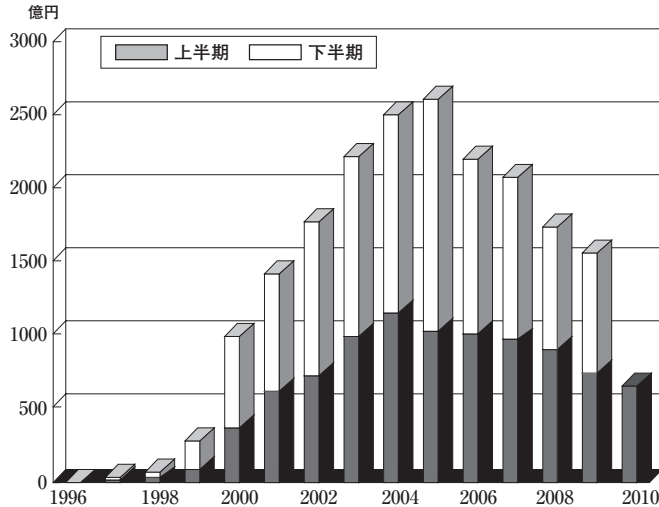
ブルーレイにおいては、販売用が170億3,100万円の前年同期比219.7%と2倍以上の伸長となったが、レンタル店用は5億7,300万円の前年同期比83.6%と前年同期を割り込むこととなった。販売用、レンタル店用、業務用の売上金額の割合は96.5 : 3.2 : 0.2。〈表3〉

4. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイ及びUMDの合計）の流通チャネル別売上を見てみると、販売用は、ブルーレイの伸長が影響したことから、計827億8,300万円の前年同期比101.1%とわずかながら前年同期を上回り、数量においては、2,666万7,046枚で同108.1%と大きく前年同期を上回った。販売用売上金額におけるDVDビデオ、ブルーレイ、UMDの割合は、79.3 : 20.6 : 0.1(前年同期のブルーレイの割合は9.5)となり、ブルーレイの割合が大きく増加した。

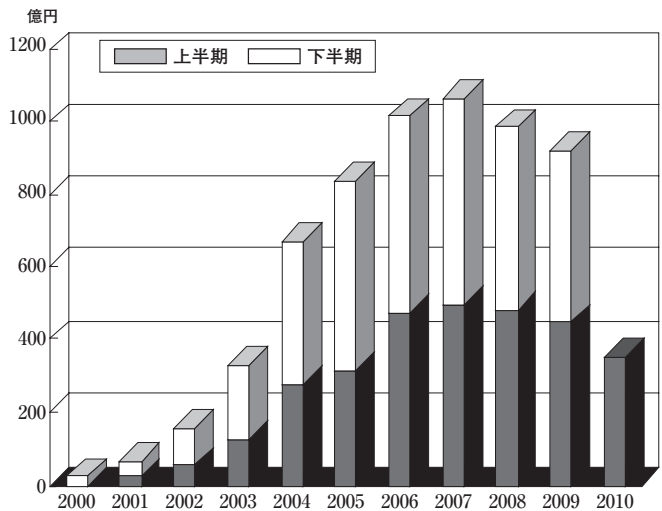
一方、レンタル店用は361億0,400万円の前年同期比79.2%と大きく前年同期を割り込んだ。レンタル店用売上金額におけるDVDビデオ、ブルーレイの割合（UMDのレンタル店用は売上無し）は、98.4 : 1.6で、レンタル店用においてはブルーレイの売上は非常に小さい。〈表5〉

5. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイ及びUMDの合計）の販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位は『日本のアニメーション（一般向け）』（構成比29.8%）で前年同期比91.3%、2位に『音楽』

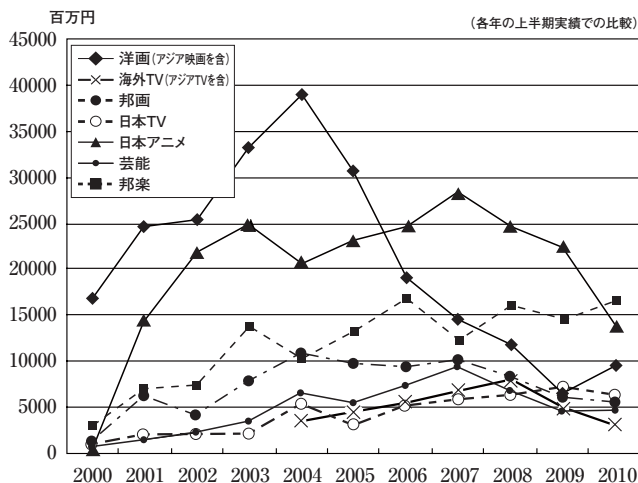
〈図1〉販売用DVDビデオの売上金額の推移



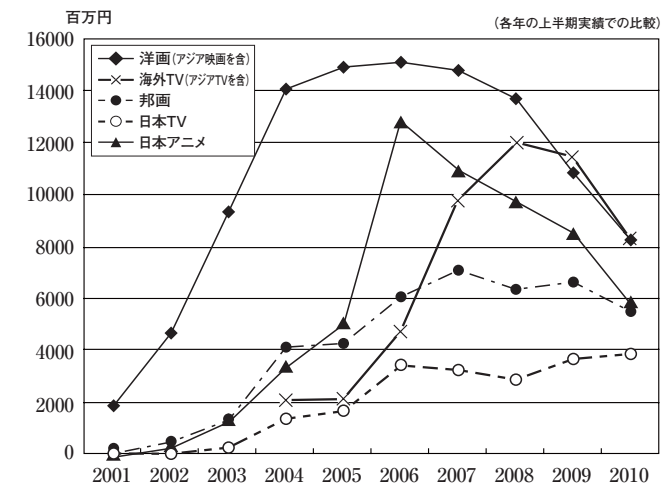
〈図2〉レンタル店用DVDビデオの売上金額の推移



〈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



<表6> ビデオソフト全体の販売用ジャンル別

金額 (金額単位:百万円)

ジャンル	合計金額	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比	UMD	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	6,954	8.4%	107.1%	5,630	8.6%	92.4%	1,324	7.8%	334.3%	0	0.0%	ERR
日本のTVドラマ	6,493	7.8%	89.6%	6,347	9.7%	88.7%	142	0.8%	156.0%	4	4.6%	ERR
洋画(TVドラマを除く)	13,357	16.1%	181.7%	9,727	14.8%	177.7%	3,653	21.4%	198.1%	-23	ERR	ERR
海外のTVドラマ	1,155	1.4%	36.7%	1,122	1.7%	37.1%	33	0.2%	27.0%	0	0.0%	ERR
アジアの映画	-79	ERR	ERR	-45	ERR	ERR	-34	ERR	ERR	0	0.0%	0.0%
アジアのTVドラマ	2,019	2.4%	98.4%	2,018	3.1%	98.5%	1	0.0%	33.3%	0	0.0%	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	24,686	29.8%	91.3%	13,822	21.0%	61.6%	10,782	63.2%	245.8%	82	93.2%	38.9%
海外のアニメーション(一般向け)	1,310	1.6%	84.1%	1,041	1.6%	79.2%	269	1.6%	110.7%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション)	770	0.9%	79.7%	761	1.2%	79.2%	9	0.1%	180.0%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,503	1.8%	109.0%	1,502	2.3%	110.4%	1	0.0%	5.3%	0	0.0%	ERR
海外の子供向け(アニメーション)	130	0.2%	17.1%	128	0.2%	16.9%	2	0.0%	ERR	0	0.0%	0.0%
海外の子供向け(アニメーション以外)	13	0.0%	59.1%	13	0.0%	59.1%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	17,081	20.6%	113.4%	16,492	25.1%	112.0%	589	3.5%	177.9%	0	0.0%	ERR
音楽(洋楽)	1,296	1.6%	97.8%	1,217	1.9%	93.7%	79	0.5%	303.8%	0	0.0%	ERR
ビデオカラオケ	19	0.0%	126.7%	19	0.0%	126.7%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	4,864	5.9%	103.1%	4,714	7.2%	102.7%	150	0.9%	115.4%	0	0.0%	ERR
スポーツ	558	0.7%	104.5%	558	0.9%	104.5%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	117	0.1%	53.2%	117	0.2%	53.2%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
成人娯楽	16	0.0%	400.0%	16	0.0%	400.0%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
その他	521	0.6%	77.6%	488	0.7%	72.7%	31	0.2%	ERR	2	2.3%	ERR
計	82,783	100.0%	101.1%	65,687	100.0%	88.9%	17,031	100.0%	219.7%	65	100.0%	26.0%

数量 (単位:枚)

ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比	UMD	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	1,922,873	7.2%	90.4%	1,687,220	7.5%	82.9%	235,625	5.6%	259.5%	28	0.1%	14.1%
日本のTVドラマ	854,874	3.2%	92.6%	829,777	3.7%	90.7%	22,232	0.5%	275.9%	2,865	4.6%	ERR
洋画(TVドラマを除く)	8,756,474	32.8%	169.4%	7,130,819	31.8%	154.9%	1,626,988	38.9%	302.7%	-1,333	ERR	ERR
海外のTVドラマ	372,347	1.4%	38.4%	337,506	1.5%	35.4%	34,841	0.8%	230.0%	0	0.0%	ERR
アジアの映画	-11,124	ERR	ERR	-3,654	ERR	ERR	-7,796	ERR	ERR	326	0.5%	31.3%
アジアのTVドラマ	183,992	0.7%	99.6%	183,981	0.8%	99.5%	11	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	5,366,198	20.1%	84.6%	3,384,520	15.1%	61.3%	1,924,572	46.0%	284.6%	57,108	92.1%	38.8%
海外のアニメーション(一般向け)	629,453	2.4%	96.6%	540,126	2.4%	91.6%	89,164	2.1%	145.1%	163	0.3%	29.5%
日本の子供向け(アニメーション)	396,862	1.5%	94.2%	396,553	1.8%	94.4%	309	0.0%	28.7%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	544,750	2.0%	101.8%	544,631	2.4%	102.6%	119	0.0%	2.8%	0	0.0%	0.0%
海外の子供向け(アニメーション)	178,790	0.7%	30.9%	176,645	0.8%	30.8%	1,582	0.0%	ERR	563	0.9%	8.9%
海外の子供向け(アニメーション以外)	7,179	0.0%	87.5%	7,179	0.0%	87.5%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	4,785,415	17.9%	118.6%	4,610,683	20.6%	116.7%	174,693	4.2%	207.8%	39	0.1%	ERR
音楽(洋楽)	898,883	3.4%	245.8%	870,099	3.9%	242.9%	28,750	0.7%	390.9%	34	0.1%	41.0%
ビデオカラオケ	14,501	0.1%	105.4%	14,501	0.1%	105.4%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	1,424,216	5.3%	94.6%	1,380,882	6.2%	93.8%	43,332	1.0%	130.3%	2	0.0%	2.2%
スポーツ	160,842	0.6%	101.9%	160,859	0.7%	101.9%	0	0.0%	ERR	-17	ERR	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	27,312	0.1%	33.8%	27,312	0.1%	33.8%	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
成人娯楽	2,013	0.0%	ERR	2,013	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
その他	151,196	0.6%	84.2%	144,236	0.6%	80.3%	6,062	0.1%	ERR	898	1.5%	ERR
計	26,667,046	100.0%	108.1%	22,425,888	100.0%	97.8%	4,180,484	100.0%	267.3%	60,676	100.0%	33.3%

(邦楽)』(同20.6%)前年同期比113.4%、3位に『洋画』(同16.1%)前年同期比181.7%となる。それぞれのジャンルの売上金額についてのブルーレイの割合は、『日本のアニメーション(一般向け)』が43.7%、『音楽(邦楽)』が3.4%、『洋画』が27.3%となっており、特に『日本のアニメーション(一般向け)』ジャンルにおけるブルーレイの貢献度が高くなっていることがわかる。
<表6>

6. DVDビデオの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位は『音楽(邦楽)』で25.1%を占めた。同ジャンルは前期(2009年7月~12月)に『日本の

アニメーション(一般向け)』を抜いて1位となったが、今期も前年同期比112.0%と二桁の伸長となっており、好調ぶりを堅持している。2位は『日本のアニメーション(一般向け)』で21.0%を占めているが、前年同期比は61.6%と大きく前年同期を割り込んだ。3位は、前年同期比177.7%と大きく伸長した『洋画』で構成比14.8%を占めた。同ジャンルは前年同期には5位(構成比7.4%)と低迷していたが、今期は『THIS IS IT』や『アバター』等のビッグタイトルのリリースが売上増に大きく貢献したとみられる。4位(同9.7%)には『日本のTVドラマ』、5位(同8.6%)に『邦画』と続くが、前年同期比はそれぞれ88.7%、92.4%と奮わなかった。

＜表7＞ ビデオソフト全体のレンタル店用ジャンル別

金額 (金額単位:百万円)

ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	5,428	15.0%	82.1%	5,428	15.3%	82.3%	0	0.0%	0.0%
日本のTVドラマ	3,820	10.6%	103.9%	3,816	10.7%	103.8%	4	0.7%	ERR
洋画(TVドラマを除く)	8,579	23.8%	79.7%	8,053	22.7%	77.1%	526	91.8%	171.3%
海外のTVドラマ	4,570	12.7%	63.0%	4,568	12.9%	64.0%	2	0.4%	1.8%
アジアの映画	218	0.6%	45.6%	218	0.6%	45.6%	0	0.0%	ERR
アジアのTVドラマ	3,704	10.3%	86.0%	3,704	10.4%	86.0%	0	0.0%	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	5,799	16.1%	66.2%	5,799	16.3%	67.9%	0	0.0%	0.0%
海外のアニメーション(一般向け)	818	2.3%	101.5%	779	2.2%	100.1%	39	6.8%	139.3%
日本の子供向け(アニメーション)	1,397	3.9%	92.8%	1,397	3.9%	92.8%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	677	1.9%	121.1%	677	1.9%	121.1%	0	0.0%	ERR
海外の子供向け(アニメーション)	196	0.5%	64.7%	194	0.6%	64.0%	2	0.4%	ERR
海外の子供向け(アニメーション以外)	11	0.0%	550.0%	11	0.0%	550.0%	0	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	2	0.0%	14.3%	2	0.0%	14.3%	0	0.0%	ERR
音楽(洋楽)	6	0.0%	27.3%	6	0.0%	27.3%	0	0.0%	ERR
ビデオカラオケ	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	807	2.2%	185.1%	807	2.3%	185.1%	0	0.0%	ERR
スポーツ	11	0.0%	47.8%	11	0.0%	47.8%	0	0.0%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	ERR
成人娯楽	6	0.0%	ERR	6	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
その他	55	0.2%	79.7%	55	0.2%	79.7%	0	0.0%	ERR
計	36,104	100.0%	79.2%	35,531	100.0%	79.1%	573	100.0%	83.6%

数量 (単位:枚)

ジャンル	合計数量	構成比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前年同期比	ブルーレイ	構成比	前年同期比
邦画(TVドラマを除く)	1,511,762	12.5%	104.1%	1,511,760	12.9%	104.3%	2	0.0%	0.1%
日本のTVドラマ	829,949	6.9%	102.0%	829,216	7.1%	101.9%	733	0.2%	ERR
洋画(TVドラマを除く)	3,400,889	28.1%	87.8%	3,085,032	26.2%	81.6%	315,857	95.2%	341.4%
海外のTVドラマ	1,916,015	15.8%	95.4%	1,916,012	16.3%	96.1%	3	0.0%	0.0%
アジアの映画	97,799	0.8%	44.6%	97,799	0.8%	44.6%	0	0.0%	ERR
アジアのTVドラマ	1,901,123	15.7%	64.4%	1,901,123	16.2%	64.4%	0	0.0%	ERR
日本のアニメーション(一般向け)	1,070,562	8.9%	63.3%	1,070,550	9.1%	65.6%	12	0.0%	0.0%
海外のアニメーション(一般向け)	289,465	2.4%	135.7%	274,137	2.3%	135.8%	15,328	4.6%	132.4%
日本の子供向け(アニメーション)	356,861	3.0%	82.2%	356,861	3.0%	82.2%	0	0.0%	ERR
日本の子供向け(アニメーション以外)	220,280	1.8%	126.7%	220,280	1.9%	126.7%	0	0.0%	0.0%
海外の子供向け(アニメーション)	90,261	0.8%	81.9%	90,237	0.8%	81.9%	24	0.0%	ERR
海外の子供向け(アニメーション以外)	4,487	0.0%	2167.6%	4,487	0.0%	2167.6%	0	0.0%	ERR
音楽(邦楽)	3,171	0.0%	163.2%	3,171	0.0%	163.2%	0	0.0%	ERR
音楽(洋楽)	3,935	0.0%	41.9%	3,935	0.0%	41.9%	0	0.0%	ERR
ビデオカラオケ	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR	0	0.0%	ERR
芸能・趣味・教養	310,585	2.6%	167.3%	310,585	2.6%	167.3%	0	0.0%	ERR
スポーツ	3,726	0.0%	31.0%	3,726	0.0%	31.0%	0	0.0%	ERR
学校教育・企業教育・語学教育	9	0.0%	0.1%	9	0.0%	0.1%	0	0.0%	ERR
成人娯楽	4,500	0.0%	6250.0%	4,500	0.0%	6250.0%	0	0.0%	ERR
その他	78,152	0.7%	221.3%	78,152	0.7%	221.3%	0	0.0%	ERR
計	12,093,531	100.0%	85.2%	11,761,572	100.0%	83.9%	331,959	100.0%	186.3%

数量においては『洋画』が前年同期比154.9%と大きく伸長し、構成比も31.8%を占めて1位。2位には前年同期比116.7%の『音楽(邦楽)』(構成比20.6%)が、『日本のアニメーション(一般向け)』は前年同期比61.3%と大きく割り込み、構成比15.1%で3位となった。
 <表6>

7. ブルーレイの販売用の売上金額のジャンル別では、『日本のアニメーション(一般向け)』が全体の63.2%を占め構成比1位、前年同期比も245.8%と伸長している。2位の『洋画』は構成比21.4%、前年同期比198.1%、3位の『邦画』は構成比7.8%で前年同期比

334.3%となっている。その他のジャンルのほとんどにおいても大きく前年同期を上回ったが、この3つのジャンルで売上金額の92.4%を占めており、ジャンルの広がりはまだ見られない。<表6>

8. DVDビデオのレンタル店用の売上金額のジャンル別では、構成比1位の『洋画』が前年同期比77.1%、2位の『日本のアニメーション(一般向け)』が同67.9%、3位の『邦画』が同82.3%、4位の『海外のTVドラマ』が同64.0%と、ほとんどのジャンルで前年同期を割り込んだが、5位の『日本のTVドラマ』だけが同103.8%と前年同期をやや上回った。<表7>

『ショップコンテスト2010』参加メーカー決定

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共同キャンペーンとして「JVAショップコンテスト2010」を開催することとした。本コンテストの参加会員社は、右記の15社となっている。既に、ショップへは参加各社の受注用紙とともに応募用紙が配布されており、告知活動も開始されている。

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
エイバックス・エンタテインメント株式会社
株式会社エスピーオー／角川映画株式会社／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
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

2010年の応募用紙(表面)

JVAレンタル用シールの印刷対応(レンタルマーク)について

当協会では、JVA会員社が発売・販売するレンタル店用商品について、レンタル用商品とセル用商品の識別及び正規品と海賊版の識別を目的としたレンタル用シール(ホログラムシール)を制作管理、発行し、JVA会員のうち希望する社に対して販売をしてきた。

この度、会員社より同シールの印刷対応のご要望を受けたことから、10月1日からレンタルマークについて印刷にも対応することとした。(9月7日の第296回の定例理事会において内容を報告)。

また、JVAではあくまでも従来どおりのレンタルシールの貼付を推奨しており、これに伴い、レンタルシール

の頒布価格についても10月1日以降の発注分から値下げすることとした。

なお、レンタルマーク印刷の実施に際しては、JVAとマーク印刷を希望する会員社との間で「JVA商標使用許諾契約書」を締結する必要がある、使用する会員社は毎月、JVA指定の報告書でレンタルマーク印刷実績を報告することとなる。

デザインデータの提供と仕様は「JVA商標使用許諾契約書」を締結後、各社にご案内することとする。

詳細については、管理部 肥田または大島まで(TEL 03-3542-4433)。

第296回定例理事会開催報告

第296回定例理事会は、9月7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 NPO法人 JAVCOM No.129セミナーに対する後援名義使用承認の件・・・承認

第2号議案 「オーディオ&ホームシアター展TOKYO」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第3号議案 「第23回東京国際映画祭」に対する後援名義使用承認の件・・・承認

第4号議案 債券（国債）購入の件・・・承認

その他、事務局からの報告事項は次の通り。

JVAレンタル用シールの印刷対応（レンタル・マーク）について（6頁参照）、公益法人制度改革WG（定款変更（案）について）の件、各部会報告について、2010年上半期統計調査報告書について、2010年6月度・7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、特定サービス産業実態調査に対する協力依頼について等。

バス事業者向けに「業務用ご利用のお願い」啓発文書を配布

業務使用対策委員会（齋藤剛委員長（東映（株））は、「業務用ご利用のお願い」と題した啓発文書を、社団法人日本バス協会のご協力の下、全国のバス事業者に向け配布した。

業務使用対策委員会では予てより、貸切バス内での上映使用に係わり、正規に許諾の得られた業務用ビデオソフト利用の徹底に向け様々な啓発活動を実施してきた。その結果、（社）日本バス協会及び加盟各事業者のご理解ご協力もあり、違法利用排除に一定の効果が達成されたとして、2003年以降、具体的な啓発活動は一段落していた。しかし昨今、日本映像ソフト協会会員社や事務局宛てに、バス事業者における違法利用を指摘する外部情報が再び寄せられることが多くなってきていた。家庭内視聴用の映像ソフトをバス車内で違法に上映しているのは、（社）日本バス協会加盟社外の事業者である可能性が高いものの、これまでの両者の協力体制を維持活用する意義も重視し、（社）日本バス協会のご協力を仰いだ上、今一度の啓発が必要との結論に達し、今回の配布に至った次第である。

違法対策活動 ANTI-PIRACY

許諾店においてもセルDVDのレンタル転用が目立つ

7月、8月度は、大阪府、兵庫県、茨城県、山形県、愛知県、静岡県、群馬県、千葉県、山梨県、広島県、福岡県、滋賀県のレンタル店216店の調査を実施した。このうち廃業等は149店あり、これを除いた67店に対し調査、折衝を行った結果、海賊版所持が1店、セル用商品のレンタル転用が16件の違法行為が確認された。違法行為の確認率は25%だった。

JVAレンタルシステムの許諾店でもセル商品のレンタル転用が確認されており、だいたい在庫総数の5%～10%程度がセル商品である場合が多い。無人の自動レンタル機の場合には、在庫総数550枚のうち9割の500枚が、また他のレンタル機では400枚のうち6割の250枚がセル商品というケースも見られ、セル商品の割合が高くなっている。

8月には、九州地区連絡協議会のメンバーと合同で、福岡県内のビデオレンタル店12店について調査を実施。廃業等の5店を除き7店の調査対象店のうち、2店においてセル商品のレンタル転用が確認された。

7月～8月実績

調査店		216店
営業店数		67店
違法行為	海賊版所持	1件
確認件数	セル用商品のレンタル転用	16件
海賊版確認数		DVD 67枚
刑事告訴事件数		4件
警察による海賊版押収本数		0枚
違法行為確認率		25%

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	所持店	確認数	回収数	
大阪府	4		11				2
兵庫県	18		61				2
茨城県	2						1
山形県	4	1	11				
愛知県			2				
静岡県	1						1
群馬県	1						
千葉県	20	1	55				7
山梨県	1						1
広島県	1						
福岡県	7		5				2
滋賀県	5	1	4	1	DVD67枚	DVD67枚	
合 計	64	3	149	1	DVD67枚	DVD67枚	16

経産省、文化庁 アクセスコントロール回避規制等の検討はじまる

経済産業省は、産業構造審議会知的財産政策部に「技術的制限手段に係る規制の在り方に関する小委員会」を設置し、技術的制限手段規制の在り方の審議を開始した。また、文化庁も文化審議会著作権分科会法制問題小委員会に「技術的保護手段ワーキングチーム」を設置し、技術的保護手段規制の在り方の審議を開始した。

現行法ではDVDビデオに用いられている複製防止のための暗号化技術の迂回行為はいずれの法律でも規制の対象ではないと解されている。また、「リッピングソフト」の提供行為は不正競争防止法で禁止されているものの刑事罰の対象とはされていない。そのため、「リッピング」が違法ではないことを拠り所にして、DVD-ROM等に「リッピングソフト」を収録した書籍や雑誌などが書店やコンビニ等でも容易に購入できる状況が生じている。

当協会は、複製制御目的の暗号化技術は複製制御技術であるとの立場から、かねてより「リッピング」規制の強化を要望してきたところである。

■DVDビデオの著作権保護技術の経緯

DVDビデオはその商品特性上、収録されているコンテンツを器械的方法によって複製されやすいものである。1970年に制定された現行著作権法は、それまで許諾を必要とした「器械的又は化学的方法」による私的複製について著作権を制限した。その後ほどなく、録画機器が一般家庭に普及するようになり私的録画の総量は増大した。そのため、私的録画によって著作権者の正当な利益が不当に害されているのではないかと問題に対する一つの解決方法として、1992年の著作権法改正により私的録音録画補償金制度が設けられた。

1992年当時、民生用のデジタル録画機は存在していなかったが、この制度の円滑な導入のために、デジタル方式の録音録画に限定されたため、実際に補償金の対象となる機器・記録媒体が指定され制度が実施されたのは1999年である。

この制度創設から実施までの間、私的録画補償金の受け皿協議の場である私的録画委員会では、私的録画補償金と技術的手段との関係についても検討が行われた。その結果、著作権者側はメーカー側に、パッケージからの録画を不可とする技術的手段を要望し、複製不可の技術が用いられるならばパッケージソフトを録画源とする私的録画補償金は要求しないと立場を明らかにした。

その後、デジタル録画機であるDVDにはCSSという技術的手段が用いられることになり、権利者側はそれが複製を不可とする複製制御技術であるとの理解の下にパッケージからの私的録画補償金は要求していない。

また、私的録音補償金の料率が機器については2%、記録媒体が3%となっているのに対し、私的録画補償金の料率では、機器及び記録媒体とも基準価格の1%とされている。私的録画補償金の料率が私的録音補償金より低く定められているのは、タイムシフト（後で視聴するために録画して1回視聴したら消去する私的複製）と著作権保護技術が用いられているというハードメーカーの主張に沿ったものである。

ところで、1998年12月10日の「著作権審議会マルチメディア小委員会ワーキング・グループ（技術的保護・管理関係）報告書」19-20頁では、CSSを「著作物等のデジタル信号を暗号化することにより、再生機器に組み込まれた機器による復号の操作を行わない限り、著作物等として鑑賞することができないようにするシステム。」として、視聴制御技術であって複製制御技術ではないとされた。そのため、これを回避して複製しても違法ではないと解されることとなり、今日に至っている。

■CSS (Content Scramble System) の概要

DVDビデオにはCSSという著作権保護技術が用いられている。この技術は「メーカーが自発的にコピープロテクション技術について議論する場」としてつくられたCPTWG(Copy Protection Technology Working Group)で1996年に採用することが決まった技術である(*1)。

CPTWGは、1997年に次の6項目からなるCSSの方式を策定している(*2)。

- (1) 3階層の暗号鍵管理とコンテンツ暗号化
- (2) パソコン(PC) システム用バス認証
- (3) 記録型DVDディスク上のCSSコンテンツ
- (4) アナログビデオ出力に関する規定
- (5) デジタルビデオ、オーディオ出力に関する規定
- (6) RPC (Region Playback Control)

すなわち、CSSは総合的なカジュアルコピー防止技術であり、「デジタル時代の一般的なコピー・プロテクションの枠組みを作った」(*1)のもので、ブルーレイに用いられているAAC S (Advanced Access Content System) も、その基本的枠組みはCSSと同じである。

■技術的制限手段無効化の実態

CSS回避ツール(リッピングソフト)の提供行為は不正競争防止法で規制されているものの、回避行為それ自体は違法ではないとされている。このことを拠り所にして、CSS回避ツールの提供は後を絶たず、これを利用した私的録画や海賊版DVDビデオやP2P等によりインターネット上の無許諾公衆送信が大量に行われている。

リッピングソフトによる被害の実態は、DVDビデオを録画源とする無許諾複製物が様々な形で存在すること

からその一端をみることができる。

その第一は、海賊版ビデオである。

警察庁の発表資料(*3)では、昨年1年間に警察が押収した海賊版ビデオは、64,332点である。警察によって押収された海賊版ビデオのうち、会員社の作品等で当協会が内訳を把握しているものは7割弱がDVDビデオであり残りがビデオカセットである。それゆえ、海賊版ビデオの大半はDVDビデオであり、DVDビデオを録画源としているものと推測される。

第2は、私的使用目的でのリッピングである。

2006年9月に当協会が実施した調査(*4)によれば、私的録画を行う人のうち、16.2%の人がDVDビデオを録画源とする複製を行っている。少し古い数値ではあるが、この数値はデジタル放送を録画源として私的録画する人の14.6%を上回っており、私的録画の相当部分がリッピングによって行われていることが推測される。

なお、私的録画補償金の額は1年間で20億円弱であるが、パッケージを録画源とする私的録画については補償金を要求していない。しかも私的録画については、著作権保護技術によって著作権者の意に反する複製ができないとの前提で料率が低くなっている。それにもかかわらず、パッケージを録画源とする私的複製は現実に行われており、何らの代償措置もなく複製権が制限される結果となっている。

第3にDVDビデオをリッピングしたもののネット上への流出である。

DVDビデオを録画源とするコンテンツはP2P等でもネットに流出している。また、動画投稿サイト等にもDVDビデオやBDビデオ等の著作権保護技術を用いているビデオパッケージを録画源とする無許諾複製物が流出している状況にある。

■著作権法による規制の必要性

CSSは、前述したように総合的複製制御技術というべき技術的手段である。そして、その基本的仕組みはデジタルオーディオに用いられているCPMやデジタル放送に用いられているCPRMと異なるところはない。

私的録画の総量が膨大なものとなり著作権者の利益を不当に害する状況に鑑み、代償措置なしに複製権を制限すべきではないとの理由から私的録画補償金制度は導入された。ところが、CSSを破る複製を複製権制限の対象とするならば、その代償措置はいったいどうするのかという問題が生ずる。

したがって、CSSを複製制御技術と著作権法上で位置づけ、その回避行為が違法であることを明確にすることが必要であろう。

■不正競争防止法による規制強化の必要性

前述したように、様々な技術的制限手段を無効化する機器(ツール)類による被害の総量は膨大なものである。

しかし、その被害がどの機器類によって惹き起こされ

たのかを明かにすることは困難である。また、書籍や雑誌等によるリッピングソフトの提供行為についても、どの提供行為によってどの作品がリッピングされたかを特定することはそれ以上に困難である。しかも、著作権者が行われたリッピングのすべてを把握することはおよそ不可能であり、リッピングソフトの提供行為の被害を全部把握することは不可能である。

そのため、損害賠償請求によって被害を回復することは不可能であり、損害賠償責任はリッピングソフトの提供行為を抑止するインセンティブとして十分に機能していない。

それゆえ、技術的制限手段を無効化する機器(ツール)類の提供行為について、不正競争防止法に刑事罰が導入されることが望まれる。

■複製防止技術の回避行為について法規制に望まれるもの

リッピングソフトを使わなければ複製できない同じディスクに記録された同じコンテンツの複製が、現行法の下では、マクロビジョンを回避して行えば違法であるが、CSSを回避しておこなえば違法ではないと解される状況(マクロビジョンは複製防止の技術的保護手段であるが、CSSはこれにあたらなないと考えられているため)にある。そのため、CSSとマクロビジョンの両方を回避する機能を有するリッピングソフトを紹介する雑誌の記事で、マクロビジョン除去機能をオフにしてリッピングすれば違法ではないと説明するものがある。

普通の方法では複製できないコンテンツをリッピングという「特別な方法」で複製されることによって惹き起こされる法益侵害の結果は、マクロビジョン除去機能のオンオフで変わるところではない。また、リッピングソフトを用いている点では、迂回する技術が何であろうと迂回行為は社会的相当性を欠く点でも、マクロビジョンの回避とCSSの回避に大きな差異は無いと思われる。

コンテンツのデジタル化とインターネットの発達により、デジタル化されたコンテンツは多数の人々に容易に提供できるようになった。それだけに著作権保護技術によって著作権侵害を防止する重要性も高まっている。

ビデオパッケージソフトは著作権保護技術を用いてカジュアルコピーを防止してきたが、これを破る技術が出現することは避けられない。リッピングソフトのような著作権保護技術を破る技術を用いて行われる複製のように、「特別な方法」による無許諾複製の防止は法制度による必要がある。

著作権法と不正競争防止法による著作権保護技術の回避等の規制が、コピー防止技術を迂回する「特別な方法」による複製行為に対して実効性のある法規制であるよう、必要な法改正がなされることが望まれるところである。

(*1)山田尚志氏「DVDの著作権保護技術をめぐるハリウッドとの交渉」

「コピーライト」2004年6月号(著作権情報センター)1頁

(*2)石原淳氏「DVDのコンテンツ保護」『東芝レビュー』Vol.58 No.6(2003年)

(*3)警察庁「偽ブランド品・海賊版の根絶に向けて!!」4頁

(*4)「DVDビデオの消費実態に関する調査研究報告書」73頁

知的財産保護のための広報啓発ポスターとリーフレットを作成 「STOP! ネットでの知的財産権侵害」



▲広報啓発ポスター (B2サイズ)

※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

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毎年恒例の広報啓発ポスターとリーフレットを製作した。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広く訴えかけたものとなっている。

今回もこのポスターとリーフレットは、全国の警察署や税関などに配布して、各所にて掲示・配布いただく予定。また、不正商品対策協議会のイベントや展示会への出展等においても掲示・配布する。

ポスター、リーフレットのご要望の方は、不正商品対策協議会小林(03-3542-2010)まで。

▼リーフレット (A4サイズ三ツ折仕様)



経産省からのお願い

「平成22年特定サービス産業実態調査」が行われます。

経済産業省経済産業政策局調査統計部では、平成22年11月1日現在で統計法に基づく基幹統計調査として、「平成22年特定サービス産業実態調査」を実施します。本調査は、わが国のサービス産業のうち28種の特定サービス産業について、その活動の実態と事業経営の現状などを明らかにし、サービス産業に関する施策の基礎資料とするものです。調査対象業種として、●映像情報制作・配給業、●映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業、●映画館、●その他の物品賃貸業、●音声情報制作業、●ソフトウェア業、●情報処理・提供サービス業、●インターネット付随サービス業等、合計28種となっています。

なお、同省では「統計の日」(10月18日)を中心として、統計の普及・啓発のための広報活動として「調査票提出促進運動」を実施しています。調査へのご協力をお願いいたします。

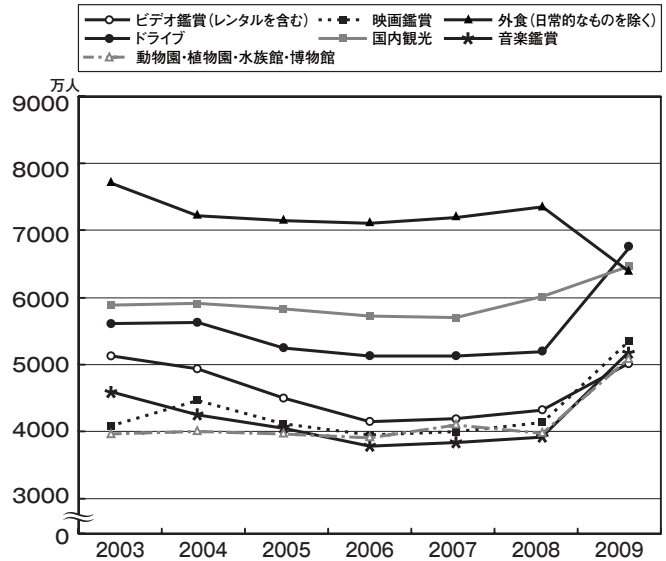
『レジャー白書2010』(財)日本生産性本部からのデータ

公益財団法人 日本生産性本部が、本年7月に発表した『レジャー白書2010』から、「ビデオの鑑賞」に関連する箇所等につきレポートする。なお、本年の調査から調査方法を訪問留置法からインターネット調査に変更している。

調査対象	全国15歳~79歳男女
サンプル数	3,110(有効回答数)
調査方法	インターネット調査
調査時期	2010年1月

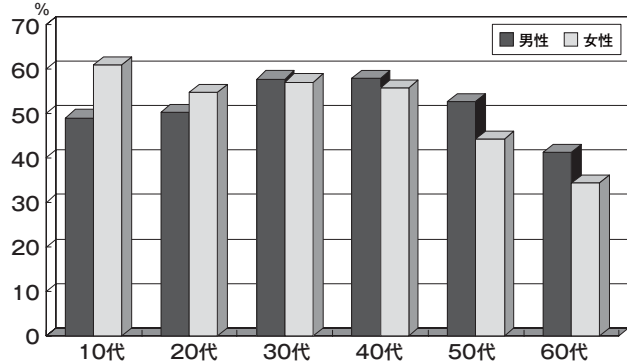
2009年						
順位	余暇活動種目	万人	参加率(%)	年間平均活動回数	1回当たり費用(円)	参加希望率(%)
1	ドライブ	6,740	65.7	10.4	18,670	60.8
2	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	6,390	62.3	3.6	280,340	80.9
3	外食(日常的なものを除く)	6,370	62.1	14.9	32,590	48.2
4	映画(テレビを除く)	5,260	51.3	6.8	10,760	48.1
5	音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど)	5,150	50.2	56.5	2,040	40.1
6	動物園、植物園、水族館、博物館	5,040	49.2	3.0	28,420	52.4
7	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	5,010	48.9	22.3	4,920	28.5
8	カラオケ	5,000	48.8	6.2	19,620	36.6
9	宝くじ	4,950	48.3	9.4	17,690	40.6
10	テレビゲーム(家庭での)	4,720	46.0	36.6	2,270	33.0

▼余暇活動の参加人口の推移



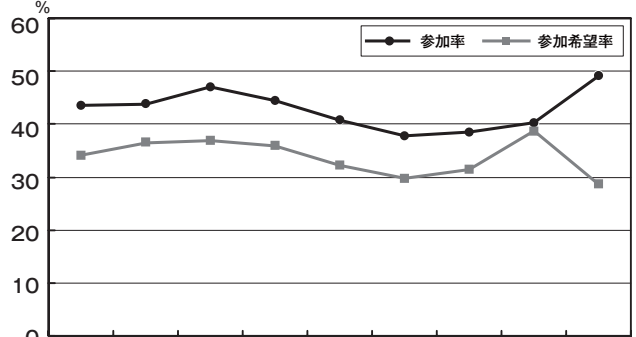
- 「ビデオの鑑賞(レンタルを含む)」は前年と変わらず7位に。
- 高速道路料金値下げが追い風となり「ドライブ」が1位に。
- ここ数年間一番の参加率であった「外食(日常的なものを除く)」が3位に後退。不況の影響が表れている。
- インターネット調査に変更したことで、相関性の高いと思われるビデオ、映画、音楽などのメディアに関連する項目の指標がアップしたとの可能性も考慮すべきだろう。

▼2009年のビデオの鑑賞 参加率(性年代別)



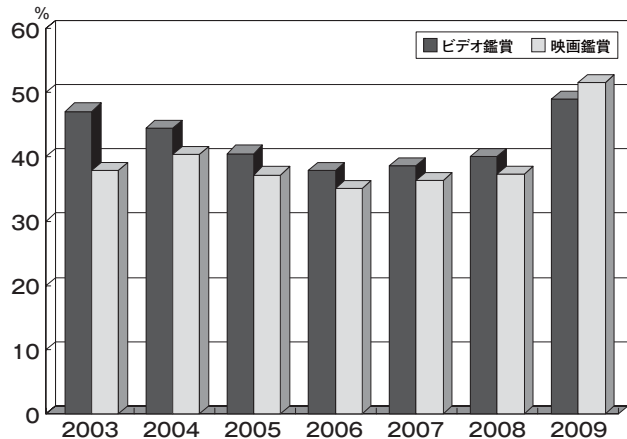
- 10代、20代では男性よりも女性の鑑賞率のほうが上回る。
- 男女共に50代、60代の参加率は低くなっているが、男性では、50代よりもさらに10代、20代の参加率が低い。

▼ビデオの鑑賞(レンタルを含む)の参加率と参加希望率の推移



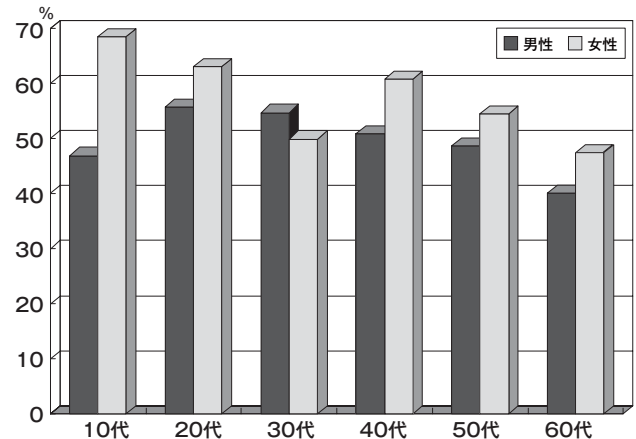
- ビデオ鑑賞の参加率は大きく伸長したが、参加希望率も低下した。レンタル料金の値下げなどで参加しやすい状況とはなったが、レジャーとしての魅力度は低下しているのか…。

▼ビデオの鑑賞(レンタルを含む)と映画鑑賞の参加率



- 映画の鑑賞率がビデオの鑑賞率を初めて抜くことに。3Dブームの影響か。

▼2009年の映画の鑑賞 参加率(性年代別)



- 30代以外は、どの年代においても女性の鑑賞率が高い。

「インターネット配信のテレビ視聴 ～現状はネットフリックスに軍配か？」

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)

テレビで楽しむウェブコンテンツ。両者の融合で、オンラインポータルからハリウッド大手まで、エンタテインメント産業に存在するほぼ全てのプレイヤーが市場へ参入、消費者の認識とニーズの高揚が、競争を激化させている。

勝者を選ぶのは早合点なのは承知の上で、あくまでも個人的な見解として、現在軍配はネットフリックスに挙がる。それもダントツで…。

以下、私なりの理由である。

●DVD郵送レンタルで確固たる地位を築いたネットフリックス。テレビからインターネットへ、消費者のビデオ視聴嗜好に変化が現れつつある中、その配信サービス「Watch Instantly」を、2007年1月に離陸する。DVDレンタルに含まれる月額契約制度も採用され、ディスクにダウンロード、フォーマットを問わない無制限レンタル視聴を可能にした。2010年4～6月には、契約者の61%が、少なくとも15分間、Watch Instantlyを体験。同年1～3月の55%から大幅に増加、1年前の2009年4～6月の37%と比較すると、利用はほぼ倍である。

●過去2年間、ネットフリックスは契約者数ベースで78%、収入ベースで54%の成長を遂げた。決算発表の都度著しく株価も上昇しており、好調を維持している。

●コンテンツ獲得でも、独立系から大手まで、ハリウッド主要企業とほぼ早期提携を実現した。先に発表されたパラマウント、MGM、ライオンズゲートとの劇場作品配信5年間契約では、ネットフリックスからの支払額は約2億ドルとなる。DVDレンタル郵送では年6億ドルが支払われているが、配信による支払い額はこれの3分の1に相当する。これは将来の課題にも繋がってくるわけだが、既にレンタル回転率低下が見え始める中、新規に加え既存の契約者をオンラインビデオ配信へ移行させる手腕が、問われることになりそうだ。

●「Hulu Plus」がテレビ番組の最新版に対応しているのに対し、Watch Instantlyのライブラリーを見る限り、劇場作品プロバ

イダーという姿勢が窺える。テレビ番組も数多く抱えてはいるものの、シーズンオフのエピソードに限定した展開に絞り込んでおり、豊富なカタログ数が不利な現状を補っている。劇映画は「Watch」で、テレビ番組は「Hulu」という戦略が見え、これはある意味正しい戦略だと思う。

●ハードメーカーのネットフリックス支持も目立つ。ブルーレイプレイヤーでは、パナソニック、ソニーを含む8社のモデルが、ネットフリックスをサポート(Hulu Plusは3社のみ)、ビデオゲーム機については、Xbox 360、プレイステーション3、任天堂Wiiという3大プレイヤーを確保している(現状ではXboxとWiiが、Huluには欠けている)。Roku(ロク)やTivo(ティーボ)に代表されるセットトップボックスや、更にアップルのiPad/iPhoneにも対応済みだ。Androidを介したサービスも、間もなく離陸する(アップルについては、Huluも対応)。直接ライバルとなるはずの企業を巻き込みでの幅広い提携は、ネットフリックスの強味である。

9月1日に発表された次世代「アップルTV」。価格を99ドルに抑え、99セントというエピソードベースによる課金を採用した。否定こそしないが、「アップルTV」のVODサービスはアマゾンのサービスと共通しており、特に目新しさに欠ける。もっともハードのデザインやステイタスを含めたブランドへの忠誠心という点では、アップルは他社を圧倒しているが…。

「Hulu Plus」は、これまで「Hulu」として、無料提供されていた。つまり経営の柱は広告だが、早急な収益が見込めず、課金制が導入された。9.99ドルという月額料は、Watch Instantlyより1ドル高いものの、無制限ダウンロードという条件は共通する。一方で、Watch InstantlyにはないCM配信が「Hulu Plus」には継続される。1ドル高くCM付き。この条件の差はどう判断されるか。もっとも、Huluは今後上場する予定であるので、それに伴いサービス改善は期待できるところではある。

「Google TV」も離陸を控え、アマゾンも契約ベースのサービスを模索段階にある。

オンライン配信がテレビ視聴を圧巻するのは、まだ先の話。数年後にはどのような変化が見られるか。



(株)メディアファクトリー代表取締役社長 芳原世幸氏からのご紹介

●横田 博 氏(株式会社エスピーオー 専務取締役)

「四谷怪談」

歌舞伎座が閉場して今年の「納涼歌舞伎」はどうなるのかと心配していたが、幸い新橋演舞場で例年通りの三部制興行が行われた。しかも第三部の演目は大好きな『東海道四谷怪談』。平成18年のコクーン歌舞伎で父・勘三郎が演じたお岩を今回は長男の勘太郎が演じた。体重を10キロ以上減量して挑んだ勘太郎のお岩は、勘三郎のお岩とは一味違う、より女性の哀しみを感じさせる新鮮なお岩であった。

ところで私はその『東海道四谷怪談』のモデルとなったお岩、伊右衛門夫婦が住んでいた四谷左門町の隣町、新宿区須賀町で生まれ育った。子供の頃、歩いて数分の於岩稲荷田宮神社を「探検」と称して幾度となく訪ねたものである。母親からは「怖い目にあったらどうするの」と叱られたことを思い出す。

しかし、この神社の由来は誰もが知る恐ろしい怪談話とは全く無縁なものだそうだ。江戸の初期、駿府から来た徳川家の御家人、田宮又左衛門の娘お岩と田宮家に婿に入った伊右衛門はとても仲睦まじい夫婦。しかし田宮家の石高は二石足らずの三人扶持と貧しく、家計はいつも火の車であった。それでもお岩は庭にあった田宮家の屋敷社を信心し仕事に励み、遂には田宮家を豊かに繁栄させたという。そんなお岩の美德と屋敷社のご利益にあやかろうと人々が訪れ、於岩稲荷田宮神社が建立されたというのがそもそも由来だそうだ。

それから二百年後、戯作者の鶴屋南北はその評判の於岩稲荷田宮神社のお岩、伊右衛門夫婦をベースに、当時実際に起きた様々な猟奇的な事件や空想の産物をないまぜにしてこの傑作怪談話を完成させた。『東海道四谷怪談』が文政八年(1825年)江戸中村座で初演されて以降、お岩と伊右衛門

は怪談の主人公になり、この神社もお岩の怨霊を鎮めるためのもの、と神社の由来までもが一変してしまったのである。

舞台や映画で『四谷怪談』を行なうときは必ず於岩稲荷田宮神社を訪れて安全を祈願するというのは有名な話である。知人の編集者は雑誌の特集記事で『四谷怪談』を取り上げた際、周囲からの忠告を無視して於岩稲荷田宮神社への参拝を行なわなかった。その結果、特集記事が校了する直前に高熱が出て出社できなくなり、その後も暫く体調が戻らずひどい目にあつたという。単なる偶然にせよ、複数の証言があるので事実関係に偽りはないようだ。

映像業界でも『四谷怪談』に限らず、ホラー映画や心霊ビデオを製作する前には必ず御祓いをする。かなり前の話になるが、弊社である心霊物のオリジナルビデオを製作するとき、例によって関係者を集めて御祓いを取行した。ところが関係者の一人、キーアート制作のデザイナー氏だけが連絡ミスで当日姿を見せなかった。そして、撮影自体は無事に終了して打上げの当日、件のデザイナー氏が利き腕にギブスを巻いて現れた。聞くと草野球の試合で骨折したのだという。関係者一同、思わず顔を見合わせたのは言うまでもない。

お岩と伊右衛門夫婦はもう一組あるらしく、怪談話に近い事件が実際にあったという説が一般的には流布されている。しかし於岩稲荷田宮神社の田宮家は今でも実在していて、おそらく当時栄えていた田宮家を妬んだ者たちによる作り話だったというのが真相らしい。

しかし、お岩と伊右衛門が仲睦まじい夫婦で、世の中に祟りも因縁もなければ私たちの商売はあがったりである。先人の鶴屋南北とは到底いかないが、せいぜい人々があっと驚くような作品を世に送り出していきたいと願う所存である。

▼日誌に見る協会の動き

【8月】

- 4日 マーケティング委員会
- 11日 ACA企画広報部会
- 19日 権利者団体対応委員会
- 25日 権利者団体対応委員会
- 26日 業務部会幹事会
- 27日 消費者委員会

【9月】

- 1日 統計調査委員会
ACA調査研究部会
- 2日 マーケティング委員会
- 7日 理事会
- 9日 統計調査結果についての記者発表
- 10日 業務使用対策委員会

- 14日 権利者団体対応委員会
総合連絡委員会
- 16日 私的録画補償金問題委員会
著作権部会
- 29日 統計調査委員会
- 30日 業務部会幹事会

統計

2010年7月度

	7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～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		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	11,294	56.4%	91.7%	4,254	57.6%	94.2%	455	61.9%	増減 13社 18社 その他 0社	76,981	63.2%	89.3%	26,680	63.8%	97.2%	3,643	87.7%
レンタル店用	8,602	42.9%	110.7%	3,059	41.4%	106.2%	554	91.4%		44,133	36.2%	83.7%	14,820	35.4%	87.7%	3,574	93.4%
業務用	143	0.7%	66.8%	68	0.9%	54.6%	1	7.1%		636	0.5%	200.0%	337	0.8%	386.9%	71	124.6%
DVDビデオ	20,039	81.9%	98.7%	7,381	84.6%	98.1%	1,010	74.5%	増減 15社 10社 その他 4社	121,750	84.6%	87.4%	41,838	87.6%	94.2%	7,288	90.7%
販売用	4,102	93.1%	276.6%	992	74.1%	259.2%	183	186.7%		21,133	95.8%	228.8%	5,172	88.2%	265.7%	841	160.2%
レンタル店用	303	6.9%	125.2%	347	25.9%	246.4%	70	170.7%		876	4.0%	94.5%	679	11.6%	212.8%	146	75.3%
業務用	2	0.0%	ERR	0	0.0%	539.7%	0	ERR	46	0.2%	766.7%	11	0.2%	515.0%	0	ERR	
ブルーレイ	4,407	18.0%	255.5%	1,339	15.3%	255.8%	253	182.0%	増減 0社 2社 その他 0社	22,055	15.3%	216.9%	5,862	12.3%	258.5%	987	137.3%
UMD	14	0.1%	29.2%	10	0.1%	26.1%	5	55.6%		79	0.1%	26.5%	70	0.1%	32.1%	59	90.8%
合計	24,460	100.0%	110.8%	8,729	100.0%	108.0%	1,268	84.4%		143,884	100.0%	96.1%	47,770	100.0%	101.8%	8,334	94.5%

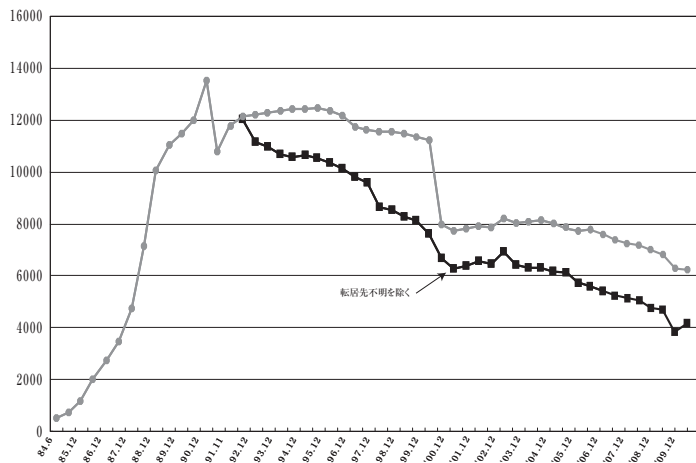
◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数:33社) 無回答社……2社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
 ◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。
 ◎2010年調査よりビデオカセットを調査対象外とした。そのためビデオソフトの合計値の前年同月比、前年同期比の算出には、当該期のビデオカセットの実績を除いた数値を用いている。
 ◎累計値には、1月～6月の数値として、2010年上半期調査による数値(統計報告書Vol.70)を用いている。

2010年8月度

	8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～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		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	10,691	64.0%	120.6%	3,269	56.8%	114.3%	568	97.8%	増減 15社 16社 その他 0社	87,672	63.3%	92.2%	29,949	62.9%	98.8%	4,211	89.0%
レンタル店用	5,928	35.5%	94.5%	2,403	41.7%	96.6%	409	62.9%		50,061	36.2%	84.9%	17,223	36.2%	88.8%	3,983	89.0%
業務用	89	0.5%	145.9%	85	1.5%	ERR	0	0.0%		725	0.5%	191.3%	422	0.9%	538.3%	71	116.4%
DVDビデオ	16,708	80.6%	110.0%	5,756	84.2%	107.8%	977	79.1%	増減 18社 6社 その他 4社	138,458	84.1%	89.7%	47,594	87.2%	95.6%	8,265	89.1%
販売用	3,785	94.1%	194.4%	963	89.1%	240.8%	144	205.7%		24,918	95.5%	222.8%	6,135	88.4%	261.5%	985	165.5%
レンタル店用	236	5.9%	813.8%	117	10.8%	1154.0%	10	200.0%		1,112	4.3%	116.3%	796	11.5%	241.8%	156	78.4%
業務用	3	0.1%	ERR	1	0.1%	1545.9%	0	ERR	49	0.2%	816.7%	12	0.2%	532.3%	0	ERR	
ブルーレイ	4,024	19.4%	203.6%	1,081	15.8%	263.5%	154	205.3%	増減 0社 2社 その他 0社	26,079	15.8%	214.7%	6,943	12.7%	259.3%	1,141	143.7%
UMD	4	0.0%	10.3%	2	0.0%	8.4%	2	28.6%		83	0.1%	24.6%	73	0.1%	29.4%	61	84.7%
合計	20,736	100.0%	120.5%	6,839	100.0%	118.4%	1,133	86.0%		164,620	100.0%	98.6%	54,609	100.0%	103.6%	9,467	93.4%

◎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

JVAレンタルシステム加盟店数推移



(月末)	1984.12	1985.6	1985.12	1986.6	1986.12	1987.6	1987.12	1988.6	1988.12	1989.6	1989.12
総数	514	738	1181	2000	2733	3475	4748	7139	10067	11056	11472
転居先不明を除く	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
(月末)	1990.6	1990.12	1991.6	1991.11	1992.5	1992.12	1993.6	1993.12	1994.6	1994.12	1995.6
総数	11993	13529	10802	11776	12017	12129	12202	12279	12370	12424	12436
転居先不明を除く	—	—	—	—	—	11141	10964	10682	10578	10660	10529
(月末)	1995.12	1996.6	1996.12	1997.6	1997.12	1998.6	1998.12	1999.6	1999.12	2000.6	2000.12
総数	12454	12348	12177	11753	11611	11570	11536	11476	11214	8180	7689
転居先不明を除く	10358	10135	9803	9600	8626	8526	8264	8138	7610	6687	6257
(月末)	2001.6	2001.12	2002.6	2002.12	2003.6	2003.12	2004.6	2004.12	2005.6	2005.12	2006.6
総数	7811	7940	7895	8281	8086	8095	8187	8052	7923	7693	7746
転居先不明を除く	6371	6544	6448	6915	6430	6300	6296	6094	6077	5706	5618
(月末)	2006.12	2007.6	2007.12	2008.6	2008.12	2009.6	2009.12	2010.6			
総数	7604	7499	7356	7304	7087	6742	6264	6247			
転居先不明を除く	5360	5199	5006	4846	4463	4362	4360	4101			

※JVAレンタルシステム加盟店数であるため、実際のビデオレンタル店数とは異なる。
 ※1992年以降は、転居先不明となっている店舗の数を除いた数値を併記。
 ※1991年6月は、システム改訂による更新手続きを行ったため、加盟店数が減少している。
 ※1991年11月と1992年5月は、システム改訂に伴う更新手続きの事務処理上、発表時期が変動的になっている。
 ※2000年6月の減少は、2000年前半に行った加盟店の整理作業によって、それまでの転居先不明店の廃業が確認されたため。
 ※2010年6月の増加は、3月度に大手チェーン店の未加盟店分が加盟したため。

社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2010年10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)