

JVAREPORT

'12 AUGUST NO.153

MAIN REPORTS

- ●著作権法改正法が成立 ~技術的保護手段の回避に関する改正について~
- ●国会図書館の放送番組アーカイブ制度骨子案に意見提出
- ●ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査2011 結果報告

SCIENCE FICTIONS

LOVE STORY

EDUCATION

ANIMATION

ACTION

KIDS

MUSICAL

CONCERT

HOW-TO

TV SHOW

一般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 一般社団法人 日本映像ソフト協会 2012年8月15日発行



茎作	権法改	正法	が成立
有工厂	惟仏以	11.14	/J * IJX 1/ .

~技術的保護手段の回避に関する改正について~ 2
国会図書館の放送番組アーカイブ制度骨子案に意見提出4
ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査 2011 結果報告 5
第 315 回定例理事会開催報告 8
NMR Cへの入会申請について 8
違法対策活動報告 8
警視庁、リッピングソフト提供等で出版社を摘発8
主要各国の映画とビデオソフト市場等のデータ 9
不正商品対策協議会11
異動11
CODA コンテンツ海外流通促進機構
NEXT 第4回 Apple の iCloud サービスについて12
リレーエッセイ 96
日誌に見る協会の動き
月間売上速報(5月、6月)14

著作権法改正法が成立 ~技術的保護手段の回避に関する改正について~

6月20日、参議院本会議で著作権法の一部を改正する法 律案が違法複製物のダウンロード行為に刑事罰を定める修 正案を含め可決成立し、6月27日に公布された。改正法 は、技術的保護手段と違法複製物ダウンロード刑事罰化は 10月1日、それ以外は来年1月1日に施行される。

当協会は、7月6日に2団体(消費者団体及びユー ザー団体)を訪問し技術的保護手段に関する改正法の周 知協力依頼を行い、7月11日に19団体にあてて改正法の 周知協力依頼の文書を送付した。

以下、技術的保護手段に関する改正法について詳述する。

1. 技術的保護手段に関する改正法の意義

CSSは「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)技術である。

したがって、CSSを著作権法上どのように位置づけ るかは、他の暗号化技術を要素技術とする著作権保護技 術に影響を及ぼすことになる。

改正法は、暗号化技術であっても著作権侵害行為等を 防止又は抑止する手段は技術的保護手段であることとし た。デジタルネットワーク時代の著作権保護技術を正当 に位置づけたものといえよう。

2. アクセスコントロールとコピーコントロールの相違

技術的保護手段に関する改正法はアクセスコントロー ルの回避規制を導入したものと評価する見解が見受けら れる (*2) 。しかし、今回の改正は、コピーコントロー ルである暗号型技術をコピーコントロールと位置づけた もので、著作権法にアクセスコントロール回避規制を導 入したものではない。

アクセスコントロールとは、著作物の視聴等、著作物 にアクセスする行為をコントロールすることをいい、コ ピーコントロールとは、著作物の複製等の著作権法が定 める支分権行為をコントロールすることをいう。

著作権保護技術について審議会で最初に整理を行った のは、1998年12月の「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」(以下「1998年報告書」という。)である。

この報告書では、アクセスコントロールの回避規制に ついては「著作権等の対象とされてこなかった行為につ いて新たに著作権者等の権利を及ぼすべきか否かという 問題に帰着」するとされ「現行の著作権者等の権利を前 提とした技術的保護手段の回避に限定して規制の対象と することが適当」として、著作権法上の回避規制の対象 をコピーコントロールに限定した(23頁)。

そして、DVDビデオに用いられるCSSは「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」(19-20頁)で「複製作業は可能であり、著作 物等の複製物もできるが、そのままでは使用できないよ うにする」(23頁)使用不能型の技術と位置付けられ た。CSSはアクセスコントロールであるとする見解 は、この「1998年報告書」の見解に基づいている。

しかしながら、CSSはコピーをコントロールするため の技術として導入されたものであり「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」ことを目的としたシステムではない。CSSは、擬似 シンクパルス、CGMS、暗号化技術等を要素技術とする 総合的なコピーコントロール技術である。そして、ライセ ンスを受けた正規のDVD/HDD録画機では、CSSで 暗号化されていることを検出するとHDDにダビングでき ないようになっている(*3)。また、パソコンでも、DV Dビデオのディスク上の暗号化されたファイルをドラック してHDD等にコピーしようとしても普通はコピーはでき ない。加えて、暗号化されたままコピーできたとしても視 聴できなければコピーしようとは思わないだろうからコ ピーの抑止効果がある。そもそも、技術は様々な目的で利 用可能なのであり、暗号化技術は当然にアクセスコント ロールであるということはないのである。

2010年1月の著作権分科会報告書(*4)ではこのよう な見地から、CSSの要素技術である暗号化技術もコ ピーコントロールと位置付けたと解される。

3. 技術的保護手段の定義規定の改正

現行の著作権法2条1項20号は、技術的保護手段の要 件を次のように定めている。

- (1) 電磁的方法によるものであること
- (2) 著作権等侵害行為の防止又は抑止手段であること
- (3) 利用に際しこれに用いられる機器が特定の反応をす る信号を用いていること
- (4) 信号を著作物等に係る音若しくは影像とともに記録 媒体に記録し、又は送信する方式であること

そして、今回の改正で上記(3)と(4)の要件の代わり に以下の2要件を充足する場合も含まれることとなった。

- (3-2) 機器が特定の変換を必要とするよう著作物等に係 る音若しくは影像を変換していること
- (4-2) 音若しくは影像を変換して記録媒体に記録し、若 しくは送信する方式であること

今回の法改正で追加された2要件は暗号化技術を定め たものである。しかし、従来から定められている(1)と (2) の要件も充たす必要があるから、著作権侵害等の防 止又は抑止手段でなければ技術的保護手段には該当しな

い。改正法がアクセスコントロール回避規制ではなくコ ピーコントロール回避規制であることを示している。

4. 技術的保護手段回避行為規制の内容

改正法は技術的保護手段の定義規定を改めたことに伴 い、技術的保護手段の回避についても規定を改めた(30 条1項2号)。

現行法は以下の2要件を充たす行為を技術的保護手段 の回避としている。

- (1) 特定の反応をする信号の除去又は改変を行うこと
- (2) 技術的保護手段によって防止されている行為を可能 にすること、又は、抑止されている行為の結果に障害が 生じないようにすること

改正法は上記(2)の要件と次の要件を充たす場合も 技術的保護手段の回避とした。

(1-2) 特定の変換を必要とするよう変換された著作物等 の音声又は影像を復元すること

ところで、30条1項2号は私的使用目的の複製に関す る権利制限規定が適用されない場合を定めた規定であ る。それゆえ、技術的保護手段の回避行為そのものを規 制する規定ではない。したがって、技術的保護手段を回 避して視聴する行為を規制するのではなく、技術的保護 手段を回避して複製することを規制する規定である。

この点でも、改正法はコピーコントロール回避規制と しての性格を維持している。

5. 技術的保護手段回避装置等提供行為等に関する罰則

技術的保護手段の回避装置等の提供行為等に関する罰 則については、現行法は回避を行うことを「専ら」その 機能とする装置等を客体している。改正法では「専ら」 に代えて「当該装置又は当該プログラムが当該機能以外 の機能を併せて有する場合にあつては、著作権等を侵害 する行為を技術的保護手段の回避により可能とする用途 に供するために行うものに限る。」こととした。

6. 私的録画補償金制度との整合性

「文化審議会著作権分科会私的録音録画補償金小委員会 中間整理」(平成19年10月12日)では、著作権保護技術を 「何らかの方法により複製が実質的に制限される技術」(41 頁)と定義し、著作権保護技術は「技術的保護手段より広 い概念」(41頁)とした上で、著作権保護技術で録音録画 を禁止している「劇場用映画のDVD」を明示して「そも そも私的録音録画ができないので権利者の不利益も生じて いないものと考えられる。」(114頁)としている。

しかし、私的録音録画ができるかできないかは事実の 問題である。著作権保護技術を破って複製することを著 作権法が許容するならば実際に行われている私的録画の 存在を前提に補償の必要性を検討すべきことになる。

また、30条2項の議論においては、CSSを複製が 「実質的に制限される技術」とする一方、30条1項2号 においては「複製作業は可能であり、著作物等の複製物 もできるが、そのままでは使用できないようにする」技 術とした位置づけは、整合性を欠くのではないかとの疑 問があった。

しかし、この度の改正法は、CSS等の暗号化技術を要 素技術とする著作権保護技術を技術的保護手段と位置づけ ることにより、30条1項2号と30条2項とにおける著作権 保護技術の位置づけの整合性を図った意義がある。

また、ビデオソフトメーカーはCSSがコピーコント ロールであるとの認識の下に、パッケージソフトを録画 源とする私的録画に関し補償金を要求も受領もしていな い。そして、私的録画補償金の料率は私的録音補償金の 料率より低くなっているのは、著作権保護技術とタイム シフトという録画形態の存在のためである。

改正法は、このような私的録画補償金制度の運用とも 整合的である。

7. 不正競争防止法との関係

(1) 技術的保護手段と技術的制限手段

著作権法上の技術的保護手段は、著作権等の侵害を防止 又は抑止する手段であるから、不正競争防止法でいうところ の、影像若しくは音の視聴又はプログラムの実行を制限する 手段を含む技術的制限手段の方が広い概念だと思われる。

(2) 規制される行為

不正競争防止法では回避行為自体は規制の対象ではな いが、著作権法では、回避して複製する行為が規制の対 象となる。

(3) 回避装置等提供行為等の罰則

不正競争防止法では「不正の利益を得る目的」又は 「営業上技術的制限手段を用いている者に損害を加える 目的」が必要であるが、著作権法ではこのような目的は 構成要件とされていない。

また、不正競争防止法は製造行為を規制していない が、著作権法は「公衆への譲渡若しくは貸与目的の製 造」も規制対象となる。

- (*1) 山田 尚志「DVDの著作権保護技術をめぐるハリウッドとの 交渉」『コピライト 2004年6月号』
- (*2) 福井弁護士のネット著作権ここがポイント

http://internet.watch.impress.co.jp/docs/special/fukui/20120411_525463.html (*3) 水沢 勉・片山 儀高「DVD/HDDレコーダの編集機能とコピー プロテクション技術」『東芝レビューVol.58 No.6 (2003) 』 47頁左段 http://www.toshiba.co.jp/tech/review/2003/06/58_06pdf/a12.pdf (*4) 「文化審議会著作権分科会 報告書」(平成23年1月)73-74頁

国会図書館の放送番組アーカイブ制度骨子案に意見提出

6月7日、当協会は「国立国会図書館・放送アーカイブ 制度(国立国会図書館法の一部改正)骨子(案) | (以下「本 骨子案」という。) に対して反対する意見を提出した。

「本骨子案」は国立国会図書館が放送番組を網羅的に録 音録画してアーカイブ化するというものである。そのため に国立国会図書館法の改正法附則で必要な著作権法の改正 を行うとしている。通常、国立国会図書館法の改正は国立 国会図書館の館長の諮問機関である納本制度審議会に諮問 し、その答申を受けて行われる。「本骨子案」はそのよう な手続きを経ることなく、国立国会図書館を所管する衆参 両院の議院運営委員会で立案されたものである。

「本骨子案」は5月31日に関係者を集めた説明会で示 された。その際、意見があれば6月7日までに国立国会 図書館に提出するように求められたのに対し、意見を提 出したものである。

その内容は次の段落文のとおりである。

放送番組のアーカイブ制度については、過去2回同審 議会とその前身である納本制度調査会で審議され、否定 的な答申が出されているが、過去2回の答申で指摘され た問題点を示し、それらの問題点を検討することなく性 急に法改正を進めるべきではない。また、2度の答申で 多くの問題点が指摘されている制度について、わずか1 週間で当協会の意見をまとめることは不可能である。そ のため、今回の意見では、検討すべき課題を指摘するに 留め、それらの課題に対する当協会の意見は別途提出す ることを申し述べた。

ところで、わかやま新報のホームページに「本骨子案」 の立案者である参議院議院運営委員長が放送番組のアーカ イブの必要性を論じたレポートが掲載されている。

その論旨は、(1)責任報道確保のために保存が必要、 (2) 昔懐かしい番組の散逸の防止、のために放送番組の 保存の必要性があるということのようである。

(1) については、前述した答申においても、著作者等 の意思に反する固定が人格権の問題や言論活動の萎縮効 果の問題を生むことが指摘されている点との関係を慎重 に検討にする必要が思われる。

また、電子出版物についても2000年より納本制度の対 象とされており、それにより現在は映像コンテンツにつ いても国立国会図書館に納本され、アーカイブ化されて いる。(2)で指摘されている作品は納本されて、すでに 国立国会図書館でアーカイブ化されている。

加えて、NHKアーカイブス、放送番組センターや東 京国立近代美術館フィルムアーカイブセンター等でも映 像コンテンツはアーカイブ化されている。

このように映像コンテンツのアーカイブ化はすでに進

められている中で、網羅的に複製権を制限することが、 条約上の義務であるスリーステップテストに適合的であ るかも充分に検討する必要があろう。

国立国会図書館に関する著作権法改正をみると、2009 年に所蔵資料のデジタル化のための複製権制限と障碍者 の方向けの日本語字幕や音声ガイド付与のための権利制 限規定導入があった。また、本年の著作権法改正では絶 版等資料の公立図書館等への送信のための公衆送信権制 限規定の導入が行われている。

これまでの国会図書館のデジタルアーカイブに関する法 改正は、主たる目的が紙媒体のコンテンツのアーカイブ化 だったため、映像コンテンツの権利者等は審議会の審議に 加わっていない。そのため、映像コンテンツのアーカイブ 事業をどのように進めるのかという方法論が示されていな い。現状では、単に権利制限規定を導入しただけで、映像 コンテンツのアーカイブ化は進んでいないのである。

今回の放送番組アーカイブ化構想にしても、唐突に 「本骨子案」が提示されて、法改正を行おうというもの である。放送番組のアーカイブ化は単に放送番組を録音 録画すれば達成できるものではない。録音録画した番組 を検索可能にするための諸業務が不可欠である。その実 現のためにはそれを実現するための人員の確保や機器・ 記録媒体等の設備投資が必要となろう。その事業規模は どのくらいとなるのか等も示されていない。

「真理がわれらを自由にする」という理念の下、国立 国会図書館があらゆるコンテンツをアーカイブ化しよう とすることはわからないではない。しかし、映像コンテ ンツの権利者の意見を聞くことなく、性急な国立国会図 書館法の改正によって目的を達成しようというのだとす れば、多様な情報よって真理が明らかになるという国立 国会図書館の理念に悖るのではないだろうか。

以上のような見地から、提出意見では納本制度審議会 と文化審議会に諮問し、慎重に検討することを求めたも のである。

[参考]

- ◇当協会「国立国会図書館・放送アーカイブ制度骨子(案)に対する意見」
- http://www.jva-net.or.jp/news/news_120607/opinion.pdf
- ◇納本制度調査会「答申 21 世紀を展望した我が国の納本制度の在 り方 一電子出版物を中心に一」 (平成11年2月22日)
- http://www.ndl.go.jp/jp/aboutus/data/c_toushin.pdf
- ◇納本制度審議会「答申 ネットワーク系電子出版物の収集に関す る制度の在り方について」平成16年12月9日
- http://www.ndl.go.jp/jp/aboutus/data/a_toushin_2.pdf
- ◇テレビ映像の公的保管を 文化散逸、責任報道を問う
- http://www.wakayamashimpo.co.jp/2012/04/20120403_10668.html

市場規模・ユーザー動向調査

ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査2011 結果報告

統計調査委員会(八十河恒治委員長 ㈱ポニーキャニオン)では、本年1月に「ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査」を実施、4月に当協会ホームページなどに公表し発表した。

(http://www.jva-net.or.jp/report/annual_2012_4-11.pdf)

この調査は2009年以降、毎年実施しているもので、消費者に対してインターネットを使用し、2011年の1年間のビデオソフトの購入やレンタル状況について調査し、それを元に消費者レベルにおけるビデオソフト市場の規模を推計するもの。調査結果の抜粋につき本号でレポートする。

調査実施の概要は以下のとおり。

調査対象:全国に居住する満16歳から69歳の男女で、イ

ンターネット利用者

調査時期:2012年1月

調査対象期間:2011年1月~12月

調査方法:インターネットによる調査

回収サンプル数:1.176票

企画分析:株式会社文化科学研究所 調査実施:株式会社ビデオリサーチ

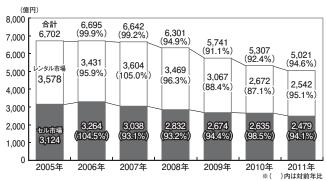
なお、本調査はインターネットを利用した調査のため、インターネット非利用者のデータも推計し結果に反映させるため、インターネット利用者のバイアスを補正する計算を施している。補正計算の詳細については、上記URLの報告書4ページを参照のこと。

〈調査結果〉

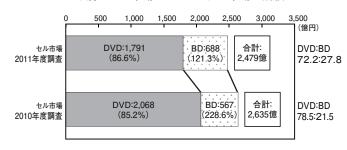
2011年のビデオソフト(以降、ビデオソフトとはDVDとブルーレイを指す)の消費者レベルにおける市場規模は5,021億円と推計される。そのうち、セル市場(消費者がセルビデオソフトを購入した金額の総計)は2,479億円、レンタル市場(レンタルユーザーがビデオソフトをレンタルした利用料金の総額)は2,542億円と推計される。セル市場に占めるブルーレイの割合は27.8%、レンタル市場に占める割合は8.7%となった(グラフ1、2)。

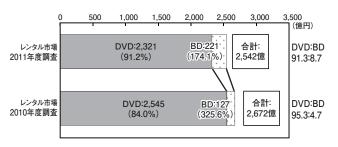
また、ブルーレイを視聴できる機器の所有率は、50.7% となり、過半を越えることとなった。しかしながら、ブルーレイ視聴可能機器の所有者のうち、1年間にブルーレイソフトを購入した人は12.8%に留まった(グラフ3)。

1.ビデオソフト(DVD&ブルーレイ)市場規模の推移

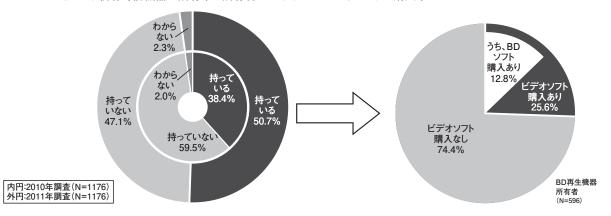


2.フォーマット別のセル市場およびレンタル市場の規模





3.ブルーレイソフト視聴可能機器の所有率と所有者におけるブルーレイソフトの購入率

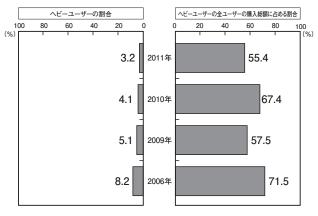


市場規模・ユーザー動向調査

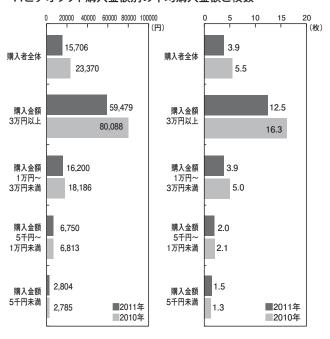
ビデオソフトの購入率は21.6%と微増ながら(グラフ4)、購入者1人あたりの年間購入枚数・金額は減少することとなった(グラフ5)。その主な要因は、セル市場の55.4%の購入総額を占めるヘビーユーザー(年間3万円以上ビデオソフトを購入する層)の購入枚数及び金額の減少が原因と見られる(グラフ6)。ヘビーユーザーの平均年間購入枚数は、16.3枚から12.5枚へ、平均購入金額も80,088円から59,479円へ低下している。しかしその一方で年間購入金額1万円未満のライトユーザーの購入枚数、金額には変化はなく安定している(グラフ7)。

また、購入枚数が減少した人に、減った理由を尋ねたところ、「お金の余裕がなくなったため」がトップの理由となったが、ほぼ唯一、その理由として前年よりも大きく増加したのが「テレビでの放映を録画して見る機会が増えたので」で、4番目の理由となった(グラフ8)。

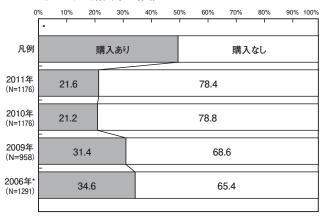
6.ヘビーユーザー(年間購入金額3万円以上)の割合と 全購入総額に占める割合



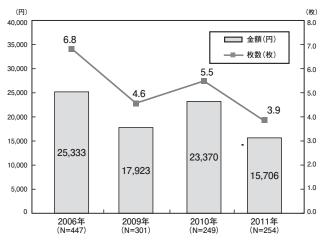
7.ビデオソフト購入金額別の平均購入金額と枚数



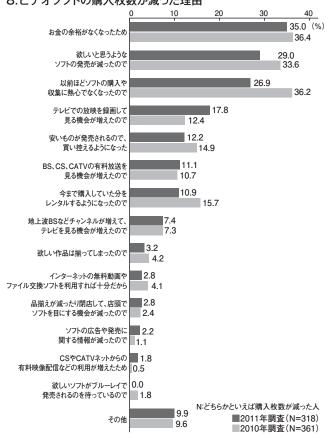
4.ビデオソフトの購入率の推移



5.ビデオソフトの平均購入枚数と平均購入金額の推移



8.ビデオソフトの購入枚数が減った理由

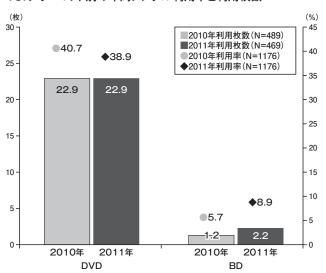


ビデオソフトのレンタル利用率は、41.6%から39.9%へとわずかに減少したが、大きな変化とは言えない。利用者の平均年間レンタル枚数は24.1枚から25.1枚へ微増したが、平均利用金額が5,314円から4,713円へと低下しており、1枚あたりのレンタル単価の低下がうかがえる(グラフ9)。DVDレンタルの平均利用枚数が38.9枚だったのに対し、ブルーレイレンタルの平均利用枚数は8.9枚となっている(グラフ10)。

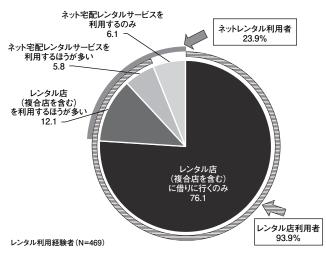
またレンタル利用者のうち、ショップレンタルの利用は93.9%と圧倒的な多数となっており、ネットレンタルの利用者は23.9%、ネットレンタルのみを利用しているのは6.1%だった(グラフ11)。

ビデオソフトのレンタル枚数が減った人にその理由を尋ねたところ、「ビデオソフトを見る時間のゆとりがなくなったので」という理由を挙げる人が一番多かったが、「テレビの放映を録画して見る機会が増えたので」「チャンネルが増えて、テレビを見る機会が増えたので」といった、テレビ視聴の影響を挙げる人も多くあった(グラフ12)。

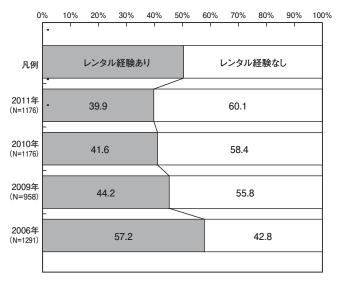
10.フォーマット別の年間レンタル利用率と利用枚数



11.レンタルユーザーのショップレンタル利用率と ネットレンタル利用率

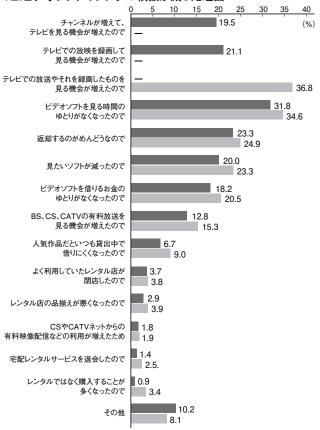


9.ビデオソフトのレンタル利用率の推移



	回答数	レンタル利用率	利用者の 平均枚数(a)	利用者の 平均金額(b)	一枚当たりの 単価(b/a)
2011年調査	1176	39.9%	25.1枚	4,715円	188.1円
2010年調査	1176	41.6%	24.1枚	5,314円	220.5円
2009年調査	958	44.2%	28.6枚	6,887円	240.8円
2006年調査	1291	57.2%	22.6枚	5,576円	246.7円

12.ビデオソフトのレンタル枚数が減った理由



N:どちらかといえばレンタル枚数が減った人 ■2011年調査(N=382) ■2010年調査(N=367)



第315回定例理事会開催報告

第315回定例理事会は、7月3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 理事候補者選出 (案) 承認の件…承認

第2号議案 臨時総会開催の件…承認

第3号議案 ウォルトディズニー・ジャパン会員代表者

変更の件…承認

第4号議案 専務理事・事務局長の

役員報酬改定の件…承認

第5号議案 ネットワーク音楽著作権連絡協議会

(NMRC)入会の件…承認

その他、報告事項は次の通り。

協賛会員の退会について、各部会報告について、改正 著作権法について、2012年5月度ビデオソフト売上速報 について、DVD・BDハード出荷実績について。

なお、第5号議案のNMRC入会については右記事参照。

●NMRCへの入会申請について

当協会は、7月10日、NMRC(ネットワーク音楽著作権連絡協議会)に10月1日を入会希望日とする入会申込を行った。

NMRCは2001年に社団法人音楽電子事業協会等9団体で設立された協議会で、ネットワーク上での音楽利用に関する著作権等管理事業法23条の利用者代表である。

利用者代表が指定管理事業者に対し、その利用区分に 係る使用料規程に関する協議を求めた場合、指定著作権 等管理事業者は協議に応じる義務を負う。

当協会は、「映像ソフトの普及向上並びに映像ソフト事業及びその関連産業の振興を図」ることを目的とする団体であるが、「映像ソフト」は「テープ又はディスク等に記録され」たものだけでなく「電気通信回線等を通じて送信可能状態にされたもの」を含んでいる(定款3条)。この定款で定める目的を実施する上で、インタラクティブ配信に関する著作権等管理事業者との使用料規程に関する協議は重要である。

そこで、著作権部会と理事会での決議を経て、NMRC への入会申込申請手続を進めることとなった。

警視庁、リッピングソフト提供等で 出版社を摘発

警視庁生活安全部サイバー犯罪対策課は、2012年7月14日、DVDビデオ等に用いられている技術的制限手段を無効化するプログラムを収録したCD-ROMをムック本に付けて販売していた事業者を不正競争防止法違反で摘発した。DVDビデオのリッピングソフトの提供行為が不正競争防止法違反で摘発されたのは全国で初めて。

当協会は、昨年の不正競争防止法改正によりリッピングソフトの提供行為等が刑事罰の対象となったことを周知するため、権利者6団体名で出版・流通関連団体や消費者団体、販売店団体など23組織に対して、周知の協力を求める要請文を2011年9月28日に送付した。また、同改正法が施行された後もDVDビデオ等に用いられている技術的制限手段を無効化するプログラム(「リッピングソフト」)を収録したCD-ROM等を添付した雑誌やムック本を発行発売している出版社等に対して、不正競争行為であるかかるプログラムの提供行為を直ちにやめ中止するとともに、今後そのような行為を二度と繰り返さないことを誓約するよう求める通知を送付するなどの対策を講じてきた。

今回の摘発の対象となった事業者に対しても、中止要 請等の通知を送付していたが、その甲斐なく、不正競争 防止法違反が繰り返されていたものである。

また、5月~6月の実地調査による違法対策活動の結果は右表のとおりである。

5月、6月 実地調査による調査実績

ANTI-PIRACY

調査店		193店
営業店数		76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	23件
海賊版確認数		0枚
刑事告訴事件	数	2件
警察による海貝	成版押収数	DVD 1,000枚
違法行為確認	率	31%

調査状況一覧表

調査地区		内 訳		海賊版·+	海賊版・サンプル版頒布所持				
胸且地区	許諾店	無許諾	廃業等	所持店	確認数	回収数	レンタル転用		
青森県	1						1		
秋田県		2					2		
岩手県	1	1					1		
宮城県	1								
福島県	1						1		
埼玉県	10		26						
東京都	1		37				1		
三重県		1							
大阪府	2	4					6		
奈良県	7	1	4				1		
和歌山県	2	2	3				2		
広島県	1								
鳥取県	7		4						
島根県	2		1						
山口県		1					1		
福岡県		1					1		
長崎県	1	1					2		
宮崎県	10	2	23				2		
大分県	11	2	19				2		
合 計	58	18	117	0	0	0	23		

主要各国の映画とビデオソフト市場等のデータ

主要各国の関係機関から映画やビデオソフト等の市場 データが発表された。

ヨーロッパ各国の映画興行は前年を上回ることとなったが、米国、日本は前年を下回った。各国ともにESTやVODなどの映像配信市場の成長が著しいが、北米の映像配信市場の大きさが飛びぬけて目立つ。一方、ビデオソフト市場は各国とも苦戦している様子である。

- ※1 総務省統計局『世界の統計2012』
- ※2 外務省経済局調査室(2012年6月)
- ※3 一般社団法人日本映画製作者連盟
- ※4 一般社団法人日本映像ソフト協会
- ****5 MPAA Theatrical Market Statistics 2011**
- **%**6 Digital Entertainment Group
- ※7 British Film Institute (2009年の数字はUK Film Council)
- %8 Centre national de la cinematographie(CNC)
- *9 German Federal Film Board(FFA)
- *10 Bundesverband Audiovisuelle Medien e V.(BVV)

空欄はデータなし

				日 本			
		2011年	前年比	2010年	2009年		
映画	興行収入	1,811億9,700万円	82.1%	2,207億3,700万円	2,060億3,500万円		
	公開本数	799本	111.6%	716本	762本	% 3	
	入場人員	1億4,473万人	83.0%	1億7,436万人	1億6,930万人	% 3	
	平均入場料	1,252円	98.9%	1,266円	1,217円	% 3	
	スクリーン数	3,339スクリーン	97.9%	3,412スクリーン	3,396スクリーン	% 3	
	デジタルシネマ対応スクリーン数	1,987スクリーン	203.2%	980スクリーン	440スクリーン		
映像ソフト	セル市場(All Formats、消費者レベル)	2,479億円(a)	94.1%	2,635億円(a)	2,674億円(a)	* 4	
	レンタル市場(All Formats、消費者レベル)	2,542億円(b)	95.1%	2,672億円(b)	3,067億円(b)	※ 4	
	合計(セル+レンタル)	5,021億円	94.6%	5,307億円	5,741億円	*4	
	メーカー出荷	セル用 1,806億3300万円(c) レンタル用 791億7600万円(d)	97.6% 98.5%	セル用 1,850億8,700万円(c) レンタル用 804億0,300万円(d)	セル用 1,790億5,600万円(c) レンタル用 940億8,100万円(d)	*4 *4	
	備考	(a)DVD 72.2%, BD 27.8% (b)DVD 91.3%, BD 8.7% (c)DVD 68.1%, BD 31.9% (d)DVD 96.3%, BD 3.7%		(a) DVD 78.5%, BD 21.5% (b) DVD 95.3%, BD 4.7% (c) DVD 75.8%, BD 24.2%, UMD 0.0% (d) DVD 97.1%, BD 2.9%	(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%	*4 *4	
基本情報	人口	1億2,770万人		1億2,810万人	1億2,800万人	*1	
	GDP(11年は成長率)	-0.7%		5兆4,978億ドル	5兆0,675億ドル	※ 2	
	為替相場(1ドル当たり·期中平均)	79.81円		87.78円	93.57円	※ 2	

				北 米		
		2011年	前年比	2010年	2009年	
映画	興行収入	10億2,000万ドル(8,141億円)	96.2%	10億6,000万ドル	10億6,100万ドル	% 5
	公開本数	610本	107.2%	569本*	558本*	% 5
	入場人員	12億8,000万人	95.5%	13億4,000万人	14億2,000万人	% 5
	平均入場料	7.9ドル(630円)	100.5%	7.9ドル	7.5ドル	% 5
	スクリーン数	39,641スクリーン	100.2%	39,547スクリーン	39,233スクリーン	% 5
	デジタルシネマ対応スクリーン数	27,469スクリーン	177.4%	15,483スクリーン*	7,736スクリーン	% 5
映像ソフト	セル市場(All Formats、消費者レベル)	8,952百万ドル(7,145億円)(a)	86.7%	10,321百万ドル*	11,180百万ドル	% 6
	レンタル市場(All Formats、消費者レベル)	5,673百万ドル(4,528億円)	97.0%	5,851百万ドル*	6,120百万ドル	% 6
F	合計(セル+レンタル)	14,625百万ドル(1兆1,672億円)	90.4%	16,172百万ドル(a)*	17,300百万ドル(a)	% 6
	メーカー出荷			DVD 10億枚 BD 170百万枚	DVD 11億9,600万枚 BD 9,479万枚	
	備考			(a) DVD 85.9%, BD 14.1%	(a) DVD 91.6%, BD 8.4%	% 6
配信	EST	554百万ドル(442億円)	109.1%	508百万ドル*	590百万ドル	% 6
	VOD	1,869百万ドル(1,492億円)	106.7%	1,752百万ドル*	1,490百万ドル	% 6
	Subscription Streaming	994百万ドル(793億円)				% 6
	合計(EST+VOD)	3,416百万ドル(2兆7,263億円)	151.2%	2,260百万ドル*	2,080百万ドル	% 6
基本情報	人口	3億1,310万人		3億1,040万人	3億0,770万人	*1
	GDP(11年は成長率)	1.7%	ļ	14兆5,824億ドル	14兆2,563億ドル	* 2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	79.81円	ļ	87.78円	93.57円	* 2

*過去の数字を修正

			英	国			
		2011年	前年比	2010年	2009年		
映画	興行収入	1,040百万ポンド(1,328億円)		988百万ポンド	944百万ポンド	% 7	
	公開本数	558本	100.2%	557本	503本	※ 7	
	入場人員	1億7,160万人	101.4%	1億6,920万人	1億7,350万人	※ 7	
	平均入場料	6.06ポンド(774円)	103.8%	5.84ポンド	5.44ポンド	% 7	
	スクリーン数	3,767スクリーン	102.6%	3,671スクリーン*	3,651スクリーン	※ 7	
	デジタルシネマ対応スクリーン数	2,714スクリーン	191.8%	1,415スクリーン	642スクリーン	% 7	
映像ソフト	セル市場(All Formats、消費者レベル)	1,749百万ポンド(2,233億円)(a)	95.1%	1,839百万ポンド(a)*	1,975百万ポンド(a)	※ 7	
	レンタル市場(All Formats、消費者レベル)	274百万ポンド(350億円)	98.6%	278百万ポンド*		※ 7	
	販売枚数(All Formats、消費者レベル)	2億0,700万枚(b)	92.8%	2億2,300万枚(b)	2億4,300万枚(b)	※ 7	
	レンタル枚数(All Formats、トランザクション数)	9,600万枚·回	103.2%	9,300万枚•回*		% 7	
	備考	(a) DVD 87%, BD12.7% (b) DVD 92%, BD 7.4%		(a) BD10.8%* (b) BD 5.8%*	(a) DVD 93.6%, BD 6.4% (b) DVD 96.7%, BD 3.3%	* 7	
配信	TV based VOD	114百万ポンド(146億円)	106.5%	107百万ポンド*	101百万ポンド*	* 7	
	Online VOD	52百万ポンド(66億円)	133.3%	39百万ポンド*	22百万ポンド*	※ 7	
	合計	166百万ポンド(212億円)	113.7%	146百万ポンド*	123百万ポンド*	* 7	
基本情報	人口	6,240万人		6,200万人	6,170万人	*1	
	GDP(11年は成長率)	0.7%		2兆2,461億ドル	2兆1,745億ドル	* 2	
	為替相場(1ドル当たり·期中平均)	1.60ポンド		1.55ポンド	1.56ポンド	※ 2	

*過去の数字を修正

			フ	ランス		
		2011年	前年比	2010年	2009年	
映画	興行収入	1,370.8百万ユーロ(1,521億円) 1		1,308.9百万ユーロ*	1,236.4百万ユーロ*	*8
	公開本数	595本	102.8%	579本*	588本	*8
	入場人員	2億1,663万人	104.7%	2億0,695万人*	2億0,151万人*	*8
	平均入場料	6.33ユーロ(702円)	100.2%	6.32ユーロ	6.14ユーロ	* 8
	スクリーン数	5,464スクリーン	100.0%	5,465スクリーン*	5,469スクリーン	* 8
	デジタルシネマ対応スクリーン数	3,653スクリーン	191.3%	1,910スクリーン	959スクリーン	※ 7
映像ソフト	セル市場(All Formats、消費者レベル)	1,258百万ユーロ(1,396億円) (a)	90.8%	1,385百万ユーロ (a)	1,384百万ユーロ(a)	*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)	1億3,236万枚(b)	91.8%	1億4,413万枚(b)*	1億4,087万枚(b)	* 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 レンタル用 12百万ユーロ	*8
	備考	(a) DVD 83.4%, BD 16.6% (b) DVD 90.3%, BD 9.7%		(a) DVD 87.5%,BD 12.5% (b) DVD 93.3%,BD 6.7%	(a) DVD 92.2%, BD 7.8% (b) DVD 96.2%, BD 3.8%	*8
配信	VOD(TVIP)	155.8百万ユーロ(173億円)	119.7%	130.2百万ユーロ	87.6百万ユーロ	*8
	VOD(PC)	63.7百万ユーロ(71億円)	292,2%	21.8百万ユーロ	9.4百万ユーロ	*8
	VOD合計	219.5百万ユーロ(244億円)	144.4%	152.0百万ユーロ	97.0百万ユーロ	* 8
基本情報	人口	6,310万人		6,280万人	6,240万人	
	GDP(11年は成長率)	1.7%		2兆5,600億ドル	2兆6,494億ドル	
	為替相場(1ドル当たり·期中平均)	1.39ユーロ		1.33ㅗㅡㅁ	1.39ユーロ	*2

*過去の数字を修正

			1	ドイツ		
		2011年	前年比	2010年	2009年	
映画	興行収入	958百万ユーロ(1,063億円)	104.1%	920百万ユーロ	976.1百万ユーロ	* 9
	公開本数		l		513本	※ 9
	入場人員	1億2960万人 102.4%		1億2,660万人	1億4,630万人	* 9
	平均入場料 7.39ユーロ(820円) 101.7% 7.27ユーロ		6.67ユーロ	* 9		
	スクリーン数 4,640スクリーン 98.7% 4,699スクリーン		4,734スクリーン	*9		
	デジタルシネマ対応スクリーン数	2,091スクリーン	181.7%	1,151スクリーン	525スクリーン	※ 7
映像ソフト	セル市場(All Formats、消費者レベル)	1,396百万ユーロ(1,549億円)(a)	101.0%	1,382百万ユーロ(a)	1,377百万ユーロ(a)	※ 10
	レンタル市場(All Formats、消費者レベル)	229百万ユーロ(250億円)(b)	94.2%	243百万ユーロ(b)	256百万ユーロ(b)	※ 10
	販売枚数(All Formats、消費者レベル)	1億2,200万枚·回(c)	l ——	1億1,530万枚(c)	1億1,300万枚(c)	※ 10
	レンタル枚数(All Formats、トランザクション数)	1億0,500万枚·回(d)		1億0,170万枚(d)	1億0,510万枚(d)	※ 10
	備考	(a) DVD 80.8%, BD 19.2% (b) DVD 83.8%,BD 16.2% (c)ESTを含む (d)Digital分の9%を含む		(a) DVD 86.0%, BD 14.0% (b) DVD 90.1%, BD 9.9% (c) DVD 89.5%, BD 10.4% (d) DVD 90.5%, BD 9.5%	(a) DVD 91.4%, BD 8.6% (b) DVD 94.1%, BD 5.9% (c) DVD 94.5%, BD 5.5% (d) DVD 94.7%, BD 5.3%	* 10
配信	EST	32百万ユーロ(35億円)	145.5%	22百万ユーロ	8百万ユーロ	*10
	VOD&PPV	32百万ユーロ(35億円)	152.4%	21百万ユーロ	13百万ユーロ	※ 10
	合計(EST+VOD&PPV)	64百万ユーロ(71億円)	148.8%	43百万ユーロ	21百万ユーロ	*10
基本情報	人口	8,220万人		8,230万人	8,240万人	*1
	GDP(11年は成長率)	3.1%		3兆3,097億ドル	3兆3,467億ドル	* 2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.39ユーロ		1.33ユーロ	1.39ユーロ	※ 2

●「著作権の保護に関する 啓発ポスター作品」を募集!

著作権侵害をはじめとする知的財産権の侵害防止に は、小学生、中学生といった若年層から著作権の保護に 対する認識をもつことが重要となっている。不正商品対 策協議会では、全国の小学生4年生以上の児童、中学校 の生徒を対象に、「著作権を守ろう!」をテーマにPR ポスター作品を募集している。 (後援:警察庁・文部科 学省)詳細は不正商品対策協議会ホームページ (http://www.aca.gr.jp/) まで。

●知的財産保護のための会報 「BULLETIN」を発行

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 | を目的に、毎年発行している会報「BUL LETIN」の第24号を7月1日付で発行した。活動紹 介、本物と偽物の比較写真、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、活用する。また、関係イベ ントでも広く一般の消費者に配布する。



異動

●文部科学省 人事異動

2012年7月1日付

文化庁長官官房著作権課 著作権調査官 小坂準記 氏 2012年8月1日付

文化庁長官官房審議官 作花文雄 氏

文化庁長官官房著作権課長 田口重憲 氏

CODA -

「第4回中国国際版権博覧会」に出展 中国国家版権局幹部らと国際権利人昼食会に出席

コンテンツ海外流通促進機構 (CODA) は6月22~24 日、中国・北京で開かれた「第4回中国国際版権博覧会」 にブース出展した。同博覧会は、中国における文化・ク リエイティブ産業への投資環境の発展促進などを目的と して、国家版権局・北京市人民政府などが2008年より共 同開催しているもの。「国際貿易センター・展覧大庁」 で開催された本年は一般消費者の入場が多く、今後の日 本コンテンツへの期待が感じられるものとなった。

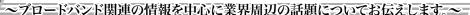
また、22日には「第4回国際権利人昼食会」も開催され た。同会は、博覧会に合わせて開催されているもので、 国家版権局の実質責任者である閻副局長をはじめ国家版 権局の幹部と、海外の主要権利者団体との情報共有と懇 親を目的としている。当日の出席者は、国家版権局幹部 のほかに北京市版権局長、海外権利者団体として、アメ リカ映画協会(MPAA)、国際レコード産業連盟(IFPI)、米 国レコード協会(RIAA)、韓国著作権委員会(KCC)、日本 レコード協会 (RIAJ) 等の幹部。日中国交正常化40周年 を迎えた本年は、CODAがホスト役を務めた。

昼食会の中で閻副局長は、現在三度目となる著作権法 改正に着手しており、世界最高水準の法律とその具体的 運用を目指していることや、版権局が推進した著作権保 護施策の成果を語った。また、中国の目覚ましい経済発 展の裏側で、地方や貧富の格差の問題をいまだ抱えてい ること、一般市民レベルにおける著作権に対する理解は またまだ低いものがあり、改善には相当の時間を要する ことにも言及した。

一方、CODAからは、①上海市における一斉集中取締 りに関連し、再犯防止に向けた取締りの徹底を要請し、 ②オンライン侵害対策として「CODA自動コンテンツ監 視・削除センター (仮称) 」の成果報告及び正規流通促 進についての支援と協力要請を行い、③日中で実施した 不正商品に対するアンケート結果から、両国の意識には まだまだ差があることを指摘し、広報啓発の必要性を強

中国のWTO加盟を契機とした知的財産権に関する日 中間の協議がスタートして10年が過ぎた今、国家版権局 をはじめとした中国政府の対応は、トップ自らが海外の 権利者団体からの様々な要請に耳を傾ける時代へと大き く変貌を遂げている。

CODAは、今後も中国政府との情報共有を密に行い、具 体的な要請を積極的に行うことで、日本コンテンツの適正 な権利保護と正規流通が実現する社会を目指していく。





JVA業務部次長兼業務課長 駒崎武一

第4回 AppleのiCloudサービスについて

前回のUltraVioletに続き、Appleのクラウドサービスについて解説していきましょう。

Appleは2011年11月12日に米国でiCloudと称するクラウドサービスを開始しました。クラウドサーバーを介して1つのApple IDで最大10台までのMacやiPod、iPhone、iPadなどのApple製品で、音楽やビデオ、写真などを共有することができるサービスです。このiCloudとiTunesを連携させたiTunes in the CloudとiTunes Matchサービスが同時に提供されたことから、エンタテインメント業界でも注目されています。もちろんレコード/映画会社や著作権管理団体などとの契約により、一部のサービスしか提供できない国や地域もあります。

iTunes in the Cloudは、現在、日本を含む155の国と地域で提供されていますが、iTunesで提供されているコンテンツすべてが利用可能な国は、わずかに米国、カナダ、イギリス、オーストラリアの4ヶ国となっています。この4ヶ国では、iTunesとiOS機器でiTunes Storeから購入した音楽やビデオに限定されますが、UltraViolet的なクラウドサービスが実現されていることになります。

日本も映画とテレビ番組が利用できない状況です。日本でiTunes in the Cloudの利用可能コンテンツに音楽が追加されたのは、今年2月22日でした。これにより日本でもiPhoneやiPodなどを、iTunesをインストールしたMacやWindows PCと同期しなくても、iCloudにより、どの機器からでも一度楽曲を購入すれば自動的に他の機器から利用することができるようになりました。購入した楽曲の記録はAppleが保有しているため、iTunes in the Cloudが提供される以前に購入したり、プロモーションとして無料でダウンロードした楽曲も全てが対象となっていますので、既に削除した楽曲も無料で再ダウンロードすることができます。

Appleは、2001年1月のMacWorldEXPOで、初めて音楽管理ソフトとしてのiTunesを発表しました。この時に当時、CEOに復帰したSteve Jobs氏は、Macを中心としたデジタルライフスタイル戦略(デジタルハブ構想)を発表しました。iPodやiPhoneなどがまだ登場する前の時代ですが、様々なデジタル機器をMacと一緒に使い、Macはそれらのデジタル機器の操作を簡単にしたり相互連携するハブ(核)となるという考えを示していました。iTunes in the Cloudは、このデジタルハブ構想の中核となる部分をMacからiCloudに変更したものと考えてもよさそうです。

iTunes in the Cloudは、あくまでもiTunes Storeから購入した音楽や映画、テレビ番組、アプリ、電子書籍が利用できる対象となっています。しかし、音楽の場合はCDからiTunesを使ってリッピングした楽曲も多くの人が利用しています。iTunes Storeで購入していない楽曲でもiCloudを使って、iPhoneやiPod、iPadなどで共有するこ

とができるのがiTunes Matchサービスです。iTunes Matchが利用できるのは、現在57の国と地域となっており、日本はこの57ヶ国に含まれていません。しかし、2月のiTunes in the Cloudの日本国内サービス開始の際に来日したPeter Rowe氏は2012年内にiTunes Matchを日本でも提供する計画であると語ったそうです。

iTunes in the Cloudが無料で提供されているのに対し、 iTunes Matchは、年間24.99ドルの有料サービスです。 iTunes Matchは、利用者が持つ楽曲とiTunes Storeの楽 曲データベースを照合し、iTunes Storeに存在する楽曲は そのまま認証され、iTunes StoreのAAC/256Kbpsの楽曲 が利用できるようになります。データベースに存在しな かった楽曲は、iCloudにアップロードすればiTunes in the Cloud同様に利用することができます。つまり、楽曲の入 手先を問わず、所有する楽曲がすべてiCloudから対応す る機器で利用できるようになるわけです。たとえP2Pフ ァイル共有サイトから入手した海賊版ファイルでも利用 できることから「ミュージックロンダリング」と批判す る声もあるようです。しかし、iTunes Matchの使用料の 大半がiTunes同様にレコード会社に支払われると思われ ますので、長い目で見れば海賊版がなくなり、一定の収 入が継続的に得られることからレコード会社などもライ センス契約したものと考えられます。また、iTunesに登 録したり、アップロードできるのは、96Kbpsよりも高い ビットレートで、1ファイル200MB未満、25,000曲までと いう制約もあり、あまりに低品質のファイルは利用でき ないようになっています。

現在、iTunesの全楽曲がDRMフリーとなっていますが、楽曲データにはApple IDが埋め込まれており、違法な楽曲の流通を追跡できますので、少なくともiTunes Matchを利用した場合には、インターネットへの再放流という海賊行為は防止されます。このApple IDは、iTunesに存在しない楽曲をアップロードした場合にも埋め込まれると考えられますので、少なくともiCloudにアップロードされた楽曲ファイルの違法な流通は防止できるようです。

iTunes in the Cloudは、iTunes Storeから購入したコンテンツ限定のクラウドサービスで、iTunes Matchはそれ以外の音楽配信サービスやCDなどで購入した楽曲のためのクラウドサービスと考えると、Appleは、自社のサービスと機器に限定しているものの、既にUltraVioletが考えるクラウドサービスを提供しているとも考えられます。映画会社の理解を得て、DVDなどのデジタルコピーをiTunes・Matchの対象コンテンツに加えることもそう遠くないかもしれません。(文中の意見、見解は執筆者個人のものです。)

リレーエッセイ







20世紀FOXホームエンターテイメントジャパン(株) 川合史郎氏からのご紹介

飯原 敏明 氏(株)星光堂 代表取締役社長)

「サッカーと私」

ある夏の日曜日、私はシニアサッカーの試合に出場す るため、猛暑の誉れ高い埼玉県熊谷市近郊のサッカー場 へ車で向っている。本日の天気予報では気温35度、車の 温度計は39度を表示している。「うそー、こんな目に サッカーやるの?健康のためにやっているとはいえ、か えって身体に悪くないか?ひょっとしたら人生最後の日 になるかも!?う~ん、でも最後の日が天然芝の上で好 きなサッカーをやって終えれるなら本望かも…。まあ中 止の連絡もないしグラウンドまで行こう。どうせみんな 集まらないで中止だろうし… 。

ところが、グラウンドに着いてびっくり!なんとチー ムメイトや対戦相手らしきユニフォーム姿の面々が既に ピッチで練習を始めているではないか!何でそんな元気 なのか?

これは50歳代のチームが集まるサッカーリーグの試合 会場。子供も外で遊ばないような猛暑日、ゆらゆらと揺 れる陽炎の向こうは信じられない光景が広がっている。

私とサッカーの出会いは小学5年生の時、転勤してき た若い先生から教えてもらったのが最初なので、もう40 年以上関わっている計算になる。当時のスポーツアニメ といえば「巨人の星」の全盛時代。男児のボール遊びと 言えば野球が超主流の時代であったが、そんな中、その 先生はサッカーで僕たち生徒をグイグイと引っ張ってく れ、私も多くの友人達と一緒にサッカーの魅力にどっぷ りと嵌ってしまった。その後も中学以降は部活で、また 社会人になっても同好の士を集めて続けてきたが、当初 は30歳にもなれば必然的(?)に止めるのだろうと考え ていた。それが「あと1年」を延々と繰り返し、気がつ けば50歳を過ぎてもやっている自分がここにいる。感心 したり、呆れたり…。

いざ試合が始まれば、そこは珍プレーの連続(私自身 も含め、好プレーもほんのごく稀にある)、まさに「ラ イブ」で眼前にくりひろげられている分、テレビのバラ エティ番組を見るのと負けず劣らず、いやプレーによっ ては数段面白い。試合終了後のビールが目当てという人 もいないわけではないが、グラウンド(凸凹なグラウン ドはNG!)と「試合相手」(体力の違い過ぎるチーム と全くの素人チームもNG!)を間違わなければ生涯楽 しめるスポーツと信じている。

この原稿の依頼を頂戴した時には何を書けばよいの か、出来ればお断りしたいとも考えたが、趣味のサッ カーにテーマを決め、書き進めてみると、最初のサッ カーとの出会い、先生との出会い、教師という職業の 影響力の大きさに憧れ、教職に就くことを夢見た自分 が蘇り、人生を振返るきっかけをいただけたと、正 直、感謝申し上げる次第である。今でもその先生や同 級生との付き合いは続いており、原稿を書いていると 急にまた会いたくなり、近いうちに連絡をとってみよ うと思っている。

今の世の中、女性達の元気さに負けない正真正銘のお じさんの軍団、この炎天下サッカーをやろうという人た ち、このバイタリティ、まだまだ捨てたものではない。 私にとってサッカーは良くも悪くも生涯の友(家族には いい加減呆れられているが)であり、仕事の活力源。人 からは、よくその歳でサッカーやるね?と言われるが、 ここまできたら元気な日本の中高年に負けずに、出来る だけ長く続けていきたい。ボールが蹴れて走れるうちは 「いい仲間」とサッカーを楽しみたい。

上には上がいるもので、私の地元では60代や70代の リーグもある。私もあと7年したら60代リーグに参加さ せてもらい、「期待の若手」として活躍しようと思って いる。いつまでも、ゴールの感触を求めてチャレンジし つづけようと。

いよいよロンドンオリンピックが幕を開けた。日本男 子チーム、なでしこジャパンの健闘を祈りつつ、さあ、 今日も次の試合に備えてトレーニングするか!

▼日誌に見る協会の動き

【6月】		21日	権利者団体対応委員会	10日	第213回総合連絡委員会
5日	法制度委員会		著作権部会	11日	マーケティング委員会
6日	マーケティング委員会	25日	上半期統計 担当者説明会	13日	業務使用対策委員会
7日	業務使用対策委員会	27日	消費者委員会	17日	JASRACとの使用料規程に
8日	マーケティング委員会懇親ゴルフ	28日	第215回業務部会幹事会		ついての協議
11日	2012年通常総会·理事会·記者発表会			19日	著作権部会
12日	第212回総合連絡委員会	【7月】		27日	東北地区連絡協議会
14日	ACA企画広報部会	3⊟	理事会	31H	ACA企画広報部会

統計

2012年5月度

(金額:百万円 数量:千枚)

		5 月 実 績									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	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	8,484	65.2%	104.1%	2,608	61.5%	89.5%	557	152.6%		42,779	59.0%	87.9%	13,589	52.2%	86.9%	2,577	116.8%
レンタル店用	4,446	34.2%	72.1%	1,616	38.1%	73.0%	554	104.9%		29,119	40.2%	90.2%	12,298	47.2%	107.2%	3,265	122.6%
業務用	84	0.6%	84.8%	17	0.4%	36.5%	11	100.0%		594	0.8%	98.8%	156	0.6%	75.8%	148	379.5%
DVDビデオ	13,014	74.9%	90.3%	4,241	80.8%	82.0%	1,122	124.1%	増 6社 減 25社 その他 0社	72,492	73.2%	88.9%	26,043	81.6%	95.3%	5,990	122.0%
販売用	4,110	94.3%	117.0%	872	86.7%	108.3%	202	182.0%		25,000	94.1%	142.9%	5,169	87.8%	139.4%	1,044	170.3%
レンタル店用	242	5.6%	190.6%	132	13.1%	266.5%	59	151.3%		1,552	5.8%	177.4%	717	12.2%	137.6%	285	135.1%
業務用	5	0.1%	250.0%	2	0.2%	83.8%	0	ERR		8	0.0%	44.4%	5	0.1%	66.8%	3	ERR
ブルーレイ	4,357	25.1%	119.6%	1,006	19.2%	117.4%	261	174.0%	増 16社 減 12社 その他 1社	26,560	26.8%	144.4%	5,891	18.4%	139.0%	1,332	161.7%
合 計	17,371	100.0%	96.2%	5,246	100.0%	87.0%	1,383	131.2%		99,052	100.0%	99.1%	31,934	100.0%	101.2%	7,322	127.7%

◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数:31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。

◎2011年7月度調査からUMDを調査の対象外としている。そのためビデオソフトの総売上についての前年同月比、前年同期比の算出には、当該期のUMDの実績を除いた数値を用いている。

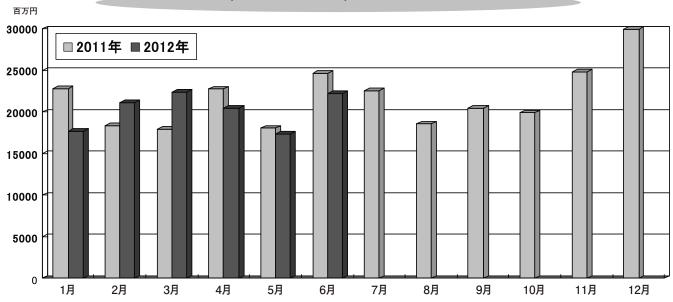
2012年6月度

(金額:百万円 数量:千枚)

	6 月 実 績									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	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	11,288	66.9%	83.0%	3,414	60.0%	80.3%	440	101.6%		54,067	60.5%	86.8%	17,003	53.6%	85.5%	3,017	114.3%
レンタル店用	5,506	32.6%	96.3%	2,262	39.7%	97.4%	565	149.5%		34,625	38.7%	91.1%	14,560	45.9%	105.6%	3,830	125.9%
業務用	85	0.5%	177.1%	18	0.3%	72.5%	35	875.0%		679	0.8%	104.6%	175	0.6%	75.4%	183	425.6%
DVDビデオ	16,879	75.9%	87.2%	5,694	80.8%	86.3%	1,040	127.6%	増 16社 減 14社 その他 0社	89,371	73.7%	88.6%	31,738	81.4%	93.6%	7,030	122.8%
販売用	5,003	93.5%	101.0%	1,129	83.3%	99.5%	201	84.8%		30,003	94.0%	133.7%	6,299	86.9%	130.0%	1,245	146.5%
レンタル店用	340	6.4%	103.3%	225	16.6%	216.8%	25	89.3%		1,892	5.9%	157.1%	941	13.0%	150.7%	310	129.7%
業務用	5	0.1%	500.0%	2	0.1%	574.8%	0	ERR		13	0.0%	68.4%	6	0.1%	88.5%	3	ERR
ブルーレイ	5,348	24.1%	101.2%	1,356	19.2%	109.4%	226	85.3%	増 15社 滅 12社 その他 1社	31,908	26.3%	134.8%	7,247	18.6%	132.3%	1,558	143.1%
合 計	22,227	100.0%	90.2%	7,050	100.0%	90.0%	1,266	117.2%		121,279	100.0%	97.3%	38,984	100.0%	99.0%	8,588	126.1%

◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数31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。◎2011年7月度調査からUMDを調査の対象外としている。そのためビデオソフトの総売上についての前年同月比、前年同期比の算出には、当該期のUMDの実績を除いた数値を用いている。

ビデオソフト(DVD+BD)売上金額の前年比較



一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2012年8月1日現在

■ 正会員(32 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)

㈱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

㈱第一興商

TCエンタテインメント(株)

東映ビデオ(株)

東宝㈱

東宝東和㈱

㈱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(20 社)

㈱一九堂印刷所

(株) IMAGICA

カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)

(株)キュー・テック

㈱金羊社

(株)ケンメディア

(株)シーエスロジネット

(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)

東芝デジタルフロンティア(株)

東洋レコーディング(株)

(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ

日本出版販売㈱

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)

