JAPAN VIDEO SOFTWARE ASSOCIATION

JVA REPORT

12

'12 DECEMBER
NO.155

MAIN REPORTS

●ビデオレンタル店実態調査2012　結果報告
●国会図書館に関する著作権法改正について
●第1回eメディアセミナー講演（抜粋）

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12月11日発行

JAPAN VIDEO SOFTWARE ASSOCIATION

第317、318回定例理事会開催報告 …… 2
2013年　重要会議・行事日程 …… 2
ビデオレンタル店実態調査2012　結果報告 …… 3
国会図書館に関する著作権法改正について …… 5
WIPO外交会議「視聴覚実演等に関する北京条約」を採択 …… 6
第1回eメディアセミナー
　『いま、DVD、BDを見ているのは誰か？』講演（抜粋） …… 7
第2回eメディアセミナー開催報告 …… 9
CODA「知的財産保護官民合同訪中代表団」に桐畑代表が参加 …… 10
違法対策活動報告 …… 10
不正商品対策協議会 …… 11
2011年度下期の私的録画補償金分配申請社について …… 11
お知らせ（経済産業省／総務省） …… 12
リレーエッセイ㊽ …… 13
日誌に見る協会の動き …… 13
月間売上速報（9月、10月） …… 14
2013年JVA新年賀詞交歓会開催のご案内 …… 14

第317、318回定例理事会開催報告

第317回定例理事会は、10月２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　2013年重要会議・行事日程の件承認の件…承認

第２号議案　2013年新年賀詞交歓会開催承認の件…承認

第３号議案　NPO法人ＪＡＶＣＯＭ　№134セミナー「見えて来た次世代テレビ」に対する後援名義使用承認の件…承認

第４号議案　「MIDEM/JAPAN STAND 2013」に対する後援名義使用承認の件…承認

その他、報告事項は次の通り。

各部会・委員会報告について、国際知的財産保護フォーラム参加報告、文化庁法制問題小委員会「間接侵害」ヒアリングについて、私的録画補償金分配計算について、ビデオレンタル店実態調査報告書について、2012年８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、等。

第318回定例理事会は、11月６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　「第６回ブロードバンド特別シンポジウム」に対する共催名義使用承認の件…承認

第２号議案　「第18回ブロードバンド特別講演会」に対する共催名義使用承認の件…承認

第３号議案　「第３回ビデオ屋さん大賞」に対する後援名義使用承認の件…承認

その他、報告事項は次の通り。

各部会報告について、2012年９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、等。

2013年 重要会議・行事日程

	理事会	総合連絡委員会	業務部会幹事会	その他
2013年 1月	休会	休会	1月24日(木) 16時30分	新年賀詞交歓会 1月9日(水) 11時30分 アルカディア市ヶ谷
2月	2月5日(火) 14時	2月12日(火) 16時	2月28日(木) 16時	——
3月	3月5日(火) 14時	3月12日(火) 16時	3月28日(木) 16時	——
4月	4月2日(火) 14時	4月9日(火) 16時	4月25日(木) 16時	懇親ゴルフコンペ (予定)
5月	5月14日(火) 14時	5月21日(火) 16時	5月30日(木) 16時	——
6月	6月11日(火) 総会終了後	6月18日(火) 16時	6月27日(木) 16時	総会 6月11日(火) 14時
7月	7月2日(火) 16時30分	7月9日(火) 16時	休会	役員懇親会 (予定)
8月	休会	休会	8月22日(木) 16時	——
9月	9月3日(火) 14時	9月10日(火) 16時	9月26日(木) 16時	——
10月	10月1日(火) 14時	10月8日(火) 16時	10月24日(木) 16時	役員懇親ゴルフ会 (予定)
11月	11月5日(火) 14時	11月12日(火) 16時	11月28日(木) 16時	——
12月	12月3日(火) 14時	12月10日(火) 16時	休会	——
2014年 1月	休会	休会	——	新年賀詞交歓会 1月8日(水) 11時30分 アルカディア市ヶ谷

ビデオレンタル店実態調査 2012　結果報告

～月平均ビデオレンタル総売上は前年比 91.0%。6割の店舗が前年割れに～

業務部会統計調査委員会（㈱ポニーキャニオン 八十河恒治委員長）は、本年６月に第26回ビデオレンタル店実態調査を実施した。これは、JVAレンタルシステム加盟店に対し、店舗売上、面積、在庫等の経営状況についてのアンケート調査を行ったもので、10月24日に協会ホームページ等でその結果が公表された。

本年度の調査では、大手チェーンの経営体から多数の回答が寄せられたことにより、前回の回答標本との構成に変化が生じ、単純に前年比較がしにくい項目が多くなっていることから、４頁記載の表と解説文のみの発表となった。

調査結果の概要は以下のとおりである。

＜調査結果の概要＞

●月平均のレンタル総売上は526.0万円。前年比91％と前年を下回る。

前回の2011年のレンタル全体の総売上は３年ぶりに前年を上回ることとなったが、今回は再び前年を割り込むこととなり、月平均レンタル総売上は526.0万円で前年比91.0%となった。DVDレンタルの月平均売上は513.1万円、ブルーレイレンタルは16.0万円、VHSレンタルが1.5万円となった。DVDレンタルの前年比は86.1％と大きくダウンしたのに対しブルーレイレンタルは136.8%と伸長しているが、平均売上金額自体が小さく、全体売上の底上げにはなっていない。

●前年の売上を上回った店舗は４割、６割の店舗は前年割れに。

売上の対前年比についてアンケートした結果、前年の売上を超えることができた店舗の構成比は40.2%で前年調査の38.4%よりやや上昇することとなったが、６割の店舗が前年割れとなった。しかし、対前年比80%以下だった店舗数構成比は、前回の20.3%から9.0%に減少している。

●レンタルビデオの薄利多売化がますます進む。

DVDの貸出枚数は34,781枚で前年比114.1%の増加である。この貸出枚数の増加に対し、DVDの月平均売上金額は513.1万円で前年比86.1%と減少していることから、レンタルビデオの薄利多売化がますます進んでいることがわかる。

ビデオレンタルの貸出料金を見てみると、どの貸出日数についても全体的に低下しており、新作の１泊２日の平均で330円となり、前年より－35円（－9.6%）。旧作の１週間レンタルでは147円で前年と比べて83円（－36.1%）低価格化している。

（前年の調査までは、DVDとブルーレイのレンタル料金を別々に調査していたが、近年の調査結果から両者にほとんど差がなく同一料金となっている傾向が表れたため、2012年はDVDとブルーレイの区別をせず一本化して調査した。）

●月平均仕入金額、数量ともに減少。会員数も減少ながら、男女比に変化はない。

DVDレンタルの月平均仕入金額は223万円で前年比84.2%、数量でも1,074枚と前年比91.2%の減少となった。

ブルーレイレンタルの月平均仕入金額は8.5万円で前年比92.4%と減少しているが、レベニューシェア方式を取り入れている店舗の回答票数が増加したことが、ブルーレイの仕入金額の減少の要因となっていることが考えられる。ブルーレイの月平均仕入枚数は38枚で前年比111.8%となった。

なお、DVD、ブルーレイともに2010年、2011年とも回答票数が少なく、これが平均値の変動に多少影響していることも考慮されたい。

会員総数は15,764人で前年比91.8%と、３年ぶりに減少した。会員の男女比については前年までの傾向と同様で、男性会員：女性会員は、ほぼ６：４で変化はなかった。

●ブルーレイレンタルの実施率は92.3%ながら、実施規模は小規模のまま。

ブルーレイレンタルの実施率は92.3%で年々実施率は高まっている。ブルーレイの平均在庫は1,243枚で前年比160.6%、月平均貸出枚数は777枚で同193.3%、月平均仕入枚数は38枚で同111.8%、月平均売上は16.0万円で同136.8%と拡大する傾向にある。しかしながら、DVDと比較すると、在庫数で2.8%、貸出枚数で2.2%、仕入枚数で3.5%、売上金額で3.1%に留まっており、実施規模はDVDに比べるとまだ小規模に留まっている。

表1.各調査項目の平均値

2012年（）内は前年比				
ビデオレンタル部門の月平均売上	総売上	526.0万円(91.0%)		
	D/BD/V	DVD	BD	VHS
		513.1万円(86.1%)	16.0万円(136.8%)	1.5万円(45.5%)
レンタル実施率		98.7%	92.3%	28.5%
売上対前年比別店舗数構成比	80%未満	9.0%		
	80～100%	50.9%		
	100%以上	40.2%		
平均レンタル料金 単位:円		平均レンタル料金（DVDとBDの区別なし）		
		新作	準新作	旧作
	当日料金	283	244	181
	1泊2日料金	330	257	207
	2泊3日料金	387	314	211
	一週間料金	361	283	147
	延滞料金	246	244	238
月平均貸出枚数	枚数	DVD	BD	
		34,781枚(114.1%)	777枚(193.3%)	
月平均仕入		DVD	BD	
	金額（万円）	223.0万円(84.2%)	8.5万円(92.4%)	
	枚数	1,074枚(91.2%)	38枚(111.8%)	
在庫	総在庫枚・本数	46,170枚・本(106.0%)		
	枚・本数	DVD	BD	VHS
		44,878枚(104.4%)	1,243枚(160.6%)	1,055枚(47.0%)
店舗面積	店舗総面積	253.3坪(99.7%)		
	レンタル部門面積	89.0坪(89.6%)		
会員数	総数	15,764人(91.8%)		
	男性	59.2%		
	女性	40.8%		

表2.調査の実施概要

調査対象	JVAレンタルシステム加盟のレンタルビデオ店 （ネットレンタル及び自動レンタル機器によるレンタルを除く）
調査時期	2012年６月
調査方法	郵送アンケート方式
調査対象期間	2011年６月～2012年５月の１年間
調査票送付数	3,641票
有効回答標本数	742票（有効回答率 20.4%）
調査主体	一般社団法人　日本映像ソフト協会
集計分析	株式会社　文化科学研究所

国会図書館に関する著作権法改正について

本年６月に成立した改正著作権法は、10月１日に施行された技術的保護手段の定義規定等を除き、2013年１月１日に施行される。その中には、国会図書館の送信サービス等に関する規定が含まれている。

国会図書館が利用主体となる著作権法改正は、2009年に納本資料のデジタル化のための複製権制限（31条２項）と図書館資料のバリアフリー化のための複製権・公衆送信権及び頒布権の制限が行われてきた。今回の改正は３年前の法改正による著作権制限によってデジタル化した図書館資料を公立図書館等に提供することができるようにするため、自動公衆送信権を制限するものである。

ところで、これらの著作権法改正は書籍等の紙媒体に記録された著作物を念頭において行われたものである。

納本資料のデジタル化のための複製権制限は文化審議会著作権分科会に設けられた「過去の著作物等の保護と利用に関する小委員会」の「アーカイブワーキングチーム」で検討が進められたもので、その中には映画の著作物の権利者は入っていない。

また、今回の法改正も文部科学省に設置された「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」において検討されたもので、この検討会議にも映画の著作物の権利者は入っていない。

そのため、これらの権利制限規定に基づく具体的利用を進めるにあたって、その必要性や方法等が明らかになっていない。すでにデジタル化されたDVDビデオやBlu-rayをさらにデジタル化することの必要性や技術的保護手段によって複製が不能とされているDVDビデオやBlu-rayをどのような方法でさらにデジタル化するのか等の説明がない状況にある。

また、バリアフリー化のための権利制限については、頒布権制限の代償措置が設けられたが、国会図書館はその実現のための利用を今日まで行っておらず、補償金の金額や支払方法等はその決定方法すら決まっていない。

そうした状況の中で、今回の改正法は納本された資料のデジタル化が実施されていることを前提にさらに一歩進んだ利用について権利制限を設けたものである。

新設された31条３項の法文は次のとおりである。

３　国立国会図書館は、絶版等資料に係る著作物について、図書館等において公衆に提示することを目的とする場合には、前項の規定により記録媒体に記録された当該著作物の複製物を用いて自動公衆送信を行うことができる。この場合において、当該図書館等においては、その営利を目的としない事業として、当該図書館等の利用者の求めに応じ、その調査研究の用に供するために、自動公衆送信される当該著作物の一部分の複製物を作成し、当該複製物を一人につき一部提供することができる。

この法文によれば前段は公衆送信権を後段は複製権を制限している。前段の要件は以下のようになろう。

(1) 利用行為の主体は国立国会図書館である。

(2) 権利制限される利用行為は自動公衆送信権である。したがって、自動送信にあたらない公衆送信については本項の権利制限の対象とはならないと思われる。

(3) 自動公衆送信できる著作物の複製物は31条２項によって複製した絶版等資料である。すなわち、(a) 滅失、損傷若しくは汚損を避けるために原本に代えて公衆の利用に供するために作成された電磁的記録、又は (b) 本項で自動公衆送信に用いるために作成された電磁的記録、である。

(4) 自動公衆送信を受けることのできる施設は、「図書館等」であり、「図書館等」は31条１項で「国立国会図書館及び図書、記録その他の資料を公衆の利用に供することを目的とする図書館その他の施設で政令で定めるもの」と定義されている。そして政令（著作権法施行令１条の３）では、図書館法２条１項の図書館、大学又は高等専門学校に設置された図書館等が定められている。

(5) 自動公衆送信を受けることができる場合は、公衆に提示することを目的とする場合である。著作権法４条では公衆に提示する方法として「上演、演奏、上映、公衆送信、口述若しくは展示」が列挙されている。本項前段では、自動公衆送信を受信する図書館等の複製行為に関し複製権を制限していないから、「公衆に提示」は複製を伴わない方法でモニター等に映し出す「公衆伝達」ということになると思われる。

ところで、本項において自動公衆送信できる著作物は絶版等資料であるが、本条１項３号では、「絶版その他これに準ずる理由により一般に入手することが困難な図書館資料」とされている。そして、入手困難というのは「値段が高いから」とか「外国図書であるため入手に時間がかかる」というのは理由にならないとされている（加戸守行「著作権法逐条講義［五訂新版］」（2008年　著作権情報センター）。

映画の著作物は、かなり古い作品も名画座と呼ばれる全国の映画館で上映され、CATV等でも放送されている。DVDビデオ等が市場になくても、図書館がフイルムで配給を受けて「公衆に提示する」ことも不可能ではない。

したがって、本項によって国会図書館が公立図書館等に映画の著作物を自動公衆送信できるケースは極めて稀であると思われる。

WIPO外交会議「視聴覚実演等に関する北京条約」を採択
～わが国のワンチャンス主義は同条約に整合的を確認～

本年６月20日から26日に北京で開催されたWIPO外交会議で、わが国のワンチャンス主義が適合することを確認の上、「視聴覚実演等に関する北京条約」（以下「北京条約」という。）が採択された。

この条約は、視聴覚的な実演家人格権の創設と実演家の複製権、譲渡権、貸与権等を設けることを内容とするもので、2000年にも外交会議が開催された。その時は、権利の行使に関する第12条について合意に至らず、採択が見送られた経緯がある。

９月７日に開かれた文化審議会著作権分科会国際小委員会（以下「国際小委員会」という。）では、文化庁より以下の趣旨の報告があった。

(1) 第12条を含む新条約と我が国著作権法が整合的であることを再確認するために、我が国著作権法第91条と本条約とは整合性がとれているものと理解しているということ、各国において規定できるという旨の発言を外交会議で行った。

(2) 一旦はアメリカとインドから留保したいという発言があったが、その後特段の異議はないという了解が得られた。

(3) インドからの要請で、再度、第一委員会で補足説明の発言を行い我が国の解釈を外交会議の議事録へ記録した。

この12条をめぐっては、昨年７月８日に開催された国際小委員会で「ワンチャンス主義」を定めたわが国91条との整合性について次のような議論があった。

12条１項では、国内法で７条から11条に定める実演家の排他的許諾権を当該視聴覚的固定物の製作者が有し（be owned）若しくは行使し（exercised by）又は当該製作者に移転する（transferred to）ものとすることができる旨を定めている。

文化庁より「新提案12条は条約の下で許容される他のアレンジメントを禁ずるものではないと解するとし、日本法の現状の取り扱いは排除されていないという理解のもと、全体のプロセスはブロックしない」という発言をした旨の報告あった。

それ点につき、上野達弘委員から、わが国の著作権法91条２項は「適用しない」という規定ぶりになっているから、「権利が移転するわけでも帰属するわけでも行使されるわけでもない」と整合性に懸念がある旨の指摘があった。それに対し、増山周委員（社団法人芸能実演家団体協議会実演家著作隣接権センター事務局長）は「アメリカ法が仮にそのまま何も改正しなくても、日本法が改正しなくても、もう自由にやっていいんですよというようなところが趣旨だと理解しております。」と発言していた。

このような国際小委員会での議論があったことから、当協会は昨年、わが国の91条がWIPOで検討されている条約案12条に適合していることを外交会議等で確認して議事録に残していただくよう文化庁に要望してきた。

９月７日の国際小委員会では、前田哲男委員の質問に対し

(1) 第一小委員会の場で発言を行い、特段の異議はなかったので、承認されたと理解している。

(2) わが国の発言は第一小委員会議事録に記載される。

(3) 実質的内容は整合性がとれているので実質的改正なく加入できる。

という趣旨の説明があった。

北京条約12条１項は以下のとおりである。

Article 12

Transfer of Rights

(1) A Contracting Party may provide in its national law that once a performer has consented to fixation of his or her performance in an audiovisual fixation, the exclusive rights of authorization provided for in Articles 7 to 11 of this Treaty shall be owned or exercised by or transferred to the producer of such audiovisual fixation subject to any contract to the contrary between the performer and the producer of the audiovisual fixation as determined by the national law.

<http://www.wipo.int/wipolex/en/wipo_treaties/text.jsp?doc_id=210683&file_id=266105>

9月７日に開かれた国際小委員会の配布資料で示された参考訳は以下のとおりである。

第12条　権利の移転

締約国は、国内法において、国内法に定められるところにより交わされた実演家と当該視聴覚的固定物の製作者間の契約に他の定めがない限り、一度実演家が自らの実演を視聴覚的固定物に固定することに同意した場合には、本条約第７条から第１１条に規定する排他的許諾権は当該視聴覚的固定物の製作者が有し若しくは行使し又は当該製作者に移転するものとすることを規定することができる。

<http://www.bunka.go.jp/chosakuken/singikai/kokusai/h24_02/pdf/siryou1_1.pdf>

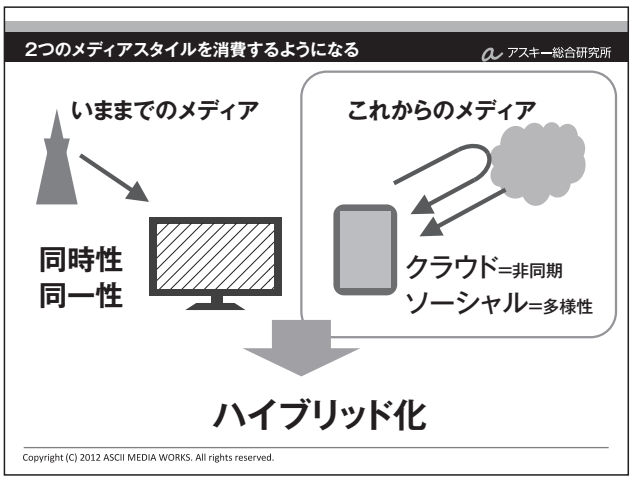
第1回eメディアセミナー『いま、DVD、BDを見ているのは誰か?』講演（抜粋）

eメディア部会では、９月26日、株式会社アスキー・メディアワークス　アスキー総合研究所所長の遠藤諭氏をお招きし、『いま、DVD、BDを見ているのは誰か？』と題した第１回のセミナーをJVA会議室にて開催した。当日は、会員社から50名ほどが出席し興味深い話を拝聴した。

セミナーは「1.メディアは大きく変化している」「2.DVD、BDの利用実態」「3.テレビとメディアのこれから」の３部構成でお話しをいただいたが、その中から最終部分の「3.テレビとメディアのこれから」についての講演の概要をご報告する。なお、セミナーの全内容のレポートは、JVAホームページの「会員社専用ページ」内にて掲載している。

［テレビとメディアのこれから］

これからのメディアについてですが、いままでのメディアというものは同一性・同時性が非常に重要だったかと思います。「昨日のあの番組見た？」と聞けば、みんながわかる、といった感じです。しかし、これからのメディアは、クラウドで非同期になったり、見るタイミングも一緒じゃなかったりとか、そういうことが増えると思います。



それと、多様性です。例えば『初音ミク』のような。『初音ミク』は、いわば10万曲以上持ち歌がある歌手です。あるいはTwitterのように、誰かがつぶやいたことに誰かが情報を付け加えて伝わっていくような。昔のニュース記事ですと、伝える側は間違えずに伝えることが使命でしたが、最近では、誰かのコメントが加わって10人くらいに伝播していき、その間に元々の意味が変わっていく可能性もあるけれど、途中の人の知恵も加わって、ちがった価値が出るといったような、そんなことが起きています。

また、「エンゲージメント」ということが重要なキーワードになっていますです。例えばFacebookでは、エンゲージメント率が大切だとされています。エンゲージメント率というのは、「反応数」と日本では訳したりしていますが、「いいね！」とシェアとコメント数と（ちょっと質がちがっているとも思いますが）、これらを足してファンの数で割って求めます。ということはどういうことかと言うと、10万人いても５千人しか反応しないFacebookページよりは、１万人いて３千人反応するFacebookページのほうが何かが起こる価値がある、ということです。濃い空間のほうが価値があるということです。アメリカですと、Facebookの友達はホームパーティーに来る人たちという感覚のようですが、そういう人たちとエンゲージメントしたコンテンツに関しては、問題なくお金を払いますが、この人たちがエンゲージメントしてないものに対しては、苦労してでも無料のものを探す、といったことです。そこの谷間、この崖はすごいですよね。無意味にファン数が多いサイトっていうのは、そういうことが起こらないということです。顔が見えないからです。

［テレビやパッケージメディアのマイナス要因］

さて、今日のまとめ的なところですが、テレビやパッケージメディアのマイナス要因としては、やはり定額低料金での配信の波が来ていることがあるかと思います。

それから、今の若い人はモノを持ちたがらない。所有しない文化の定着、これもマイナス要因ですね。

あとは、スマートフォンの増加や大画面化。Google Playで映画を何本か観ましたが、何がいいかというと、寝ながら観られちゃう。そういったデバイスの変化があります。

それから10月26日にWindows ８が出ます。これにはビデオストアが入っています。Windows ８は放っておいても世界中で５億本が１年で売れると言われていますので、国内でも千数百本売れると思います。今までそんなにビデオオンデマンドで買ってなかった人も、ワールドワイドにあまねく広がるわけですから、これはもの凄いことですね。Windows ８は要注意だと思います。

最後に、音楽のようにフリー化が来るかもしれない。音楽は過激にフリー化していますよね。「スティーブ・

ジョブズが音楽を殺した」とジョン・ボン・ジョヴィが言ったそうですけれど、そういったことが起きています。音楽業界の規模は半分になりましたよね。

[テレビやパッケージメディアのプラス要因]

一方で、プラス要因もあります。モノ離れとか、洋モノ離れ、アルコール離れなど、若年層ではこういったことが言われていますが、実は、20代は物凄いコンテンツ世代なんです。強烈なアニメ世代です。

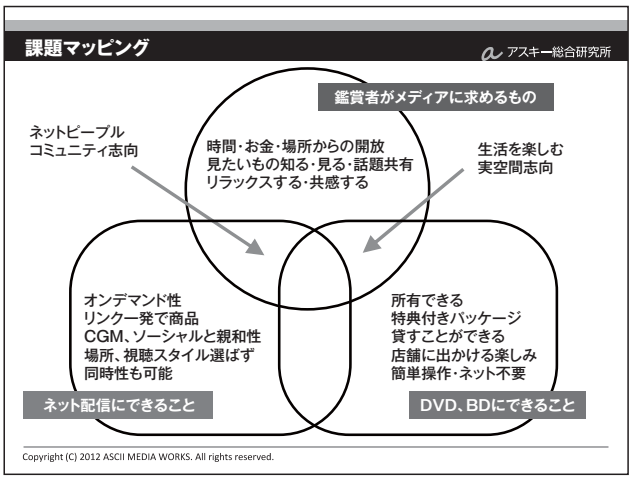
彼らは選択する世代でもあります。今の若者は新聞・ラジオをほとんど見てないし、聴いていません。一方で、雑誌やDVDは結構デコボコなんです。つまり、メディアを選択する世代である、ということだと思います。これはありがたいですよね。

後は、ソーシャルメディアが出てきたことでターゲッティングがやりやすくなりました。昔はバーンとお金をかけて宣伝する方法しかありませんでした。あるいは専門誌に広告を打つしかなかった。しかし今は、ソーシャルメディアができたことで、ターゲッティングできる時代になっている、ということです。つまり、宣伝したい商品に興味を持った層に、ピンポントで情報を送り届けられるということです。

[課題マッピング]

ということで、僕なりに、課題マッピングを作ってみました。この右側が「DVD、ブルーレイにできること」です。所有できる。特典付きパッケージがあり、貸すこともできる。店舗にでかける楽しみがあり、簡単だし、ネットが要らない、ということです。

そして、ネット配信にできることですが、オンデマンド性がある、リンク一発で商品を購入できる、CGM、ソーシャルと親和性がある、場所や視聴スタイルを選ばない。最近のニコニコ動画の上映会のように同時上映も可能です。



そして、ユーザーが望むことは、常にそうですが、時間、お金、場所からの開放なんですね。それと、見たいものを見て、それについての話題を共有したいと考えています。このことと、それぞれができることの重なり部分を見ると、ネット配信はコミュニティ志向で、そういった望むこととの相性がとてもいいのですが、DVD、ブルーレイと重なっているところは実はわずかしかなくて、正直、大変不利なところにあります。わずかに重なっているところは、生活、実空間。店舗に出かけるとか、特典パッケージがあるとか、実肌感覚、しかないと言ってもいいくらいです。

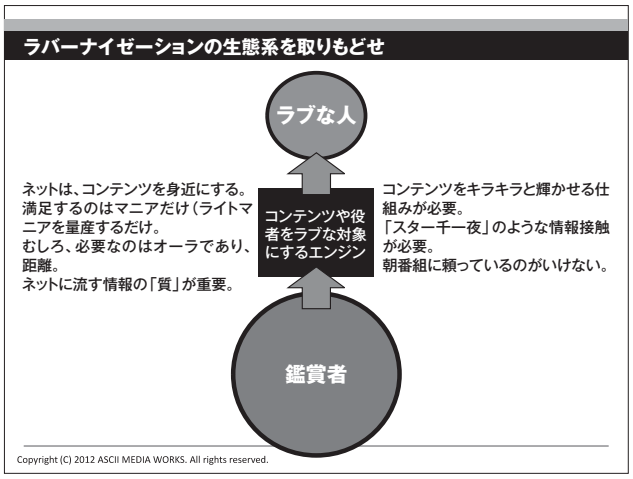
[肌感を楽しめる人たち]

そこで、この実肌感覚を楽しめる人たちというのはどういう人か。「ファン」ではあるけど「マニア」ではないと思います。「ファン」と「マニア」って、結構違います。それから良質を知っている人。TSUTAYAの代官山店を例に出しますが、やっぱり肌感がある、生活を楽しんでいる、実空間を大切にしている、ということになると思います。パッケージについてくる特典は、この視聴空間のようなものでもよくて、別にフィギュアじゃなくてもいいと思います。お金を払ってコンテンツを見てもいいと思っている人たちがいっぱいいるわけで、その人たちに何をやっていくかがすごく重要なんじゃないかな、と思っています。

米国の電子書籍の世界の話になりますが、今年の１月にニューヨークで開催されたDigital Book Worldというイベントがありました。それに参加した人の報告によると、たぶん米国では、ほぼ今年中に、よほどの専門書じゃない限り、普通の本は100%、電子版と紙版の両方を売るようになるということです。これは、いろいろなところで起きている話ですよね。例えば、任天堂は今後のゲームは全部パッケージとオンラインと両方をやるっていう話も聞いています。

しかし、それによる問題点がいくつかあり、ひとつはリアルのコンテンツに触れる機会が極端に減っているということです。こういった時代になっても、リアル書店というのはすごく重要だ、ということです。バーンズアンドノーブルは、店内にコンシェルジュみたいな人がいて、ヌック（『Nook』）の中に電子書籍を入れてあげたりもしているそうです。リアル書店は、パッと見回しただけで何千冊っていう情報が入ってくるわけです。そういったことがすごく重要だと。ただ、電子書籍とリアル書店はヒモの引き合いをしているところがあるので、簡単ではない課題です。

[ラバーナイゼーションの生態系を取りもどせ]



コンテンツの鑑賞者といっても、ただコンテンツを鑑賞している人もいますが、僕らはラバーナイゼーションと言っていますが、そのコンテンツを愛している人というのもいます。ラバーナイゼーションとは、そのコンテンツを支持している、フォロワーになっている、サッカーで言えばサポーターになっている、そういったことです。もっと言えばラブなこと。好きな俳優がいる、好きな番組や映画があるという人たちをいっぱい作っていくことが重要です。ソーシャルメディアやネットはコンテンツをすごく身近にします。それはいい面もあると思いますが、一方でライトマニアを作っているだけという面があります。マニアはお金を払わない層なので、マニアではなくてラブな人を作らなければいけない。マニアとラブな人は根本的に違います。ラブになってもらうためには、そのコンテンツにオーラがなければならない。ソーシャルになったことでコンテンツが身近になり、オーラがなくなるっていうことは問題です。実は距離が重要なんです。オーラはあるけれど距離は遠い、といった感覚。スターは、やはりスターでなければならないということです。そういう仕組みを作っていくことが大切だと思います。

[孤立したメディアになってはいけない]

最後に、孤立したメディアになってはいけないということも重要です。先週、僕は『ハワイファイブオー（Hawaii Five-0）』という60年代のアメリカのドラマのリメイクを見ていましたが、IntoNOWっていうYahooがやっているiPadアプリに番組の音声を聞かせると、自動コンテンツリコグニション技術で数秒以内に特定されて、「あ、なんだ、30日前にアメリカの他の局でもやっていたんだ」などということがすぐわかります。そこからはリンクをクリックして、俳優のページにも行けるし、テレビ局のページにも行ける。さらにDVDなどの物販のページにも行けるし、Wikipediaにも、当然Facebookにも行ける、といった具合にすべてがつながっていきます。

ニューヨーク・タイムスの有名なコラムニストで、ニック・ビルトンという人が『I Live in the Future（私は未来に住んでいる）』という本を書いていますが、彼は、まさに未来のメディアは、こういったようにリアル空間にはみ出してつながるものになると言っています。業界がこれからのメディアの特性を考えている間に、ユーザーはそのメディアの先に行ってしまっているという感じのことが起きているのではないでしょうか。すでにTwitterやFacebookで感想を共有していたりしますが、そんな単純な話ではなく、こういったところの設計というのが、ますます重要になっていると思います。

ネットの世界、デジタルの世界は、５年くらい経つと劇的に変わっていたりしますが、一瞬一瞬は意外にゆっくりです。あまり焦る必要はないけれど、しかし、確実に次に来るものを捉えていく、ということができれば、パッケージメディアの未来も見えてくるはずです。我々の調査データを見る限り、ユーザーは有料チャンネルに行きたい、ネットに行きたいと思っているようです。そこに違ったものというか、肉体的なものというか、空間的なものというか、バーチャルになりがちなコンテンツに、バーチャルではないものの贅沢さ。たとえば、ラブなコンテンツなら、関連グッズもさることながら、パッケージメディア自体を所有したくなる。そういうものを提示、加味していくところにチャンスがあるのではないかと思います。その意味でも、俳優やコンテンツにラブな人を育てることが重要なのです。（了）

---

eメディア部会
第２回定例セミナー開催

eメディア部会では、2012年11月26日に第２回定例セミナーを開催した。今回はパソコンからスマートフォン、電子書籍まで、幅広い分野で活躍するフリーライターの西田宗千佳氏をお招きし、「映像コンテンツ流通の今後について」をテーマにお話をうかがった。まず、映像流通の現状を整理し、なぜ、日本ではビデオ　オンデマンド（VOD）が普及していないのか、携帯電話キャリア各社がなぜサブスクリプション型のVOD（SVOD）を提供するのかなどが解説された。また、今後、SVODサービスを展開する場合、配信ポータルサイトではなく、配信するコンテンツへ誘導し、利用者に手間をかけさせないこと、検索してもらうのではなく、検索しなくてもコンテンツンに導かれることが重要であることなど示唆に富む内容となった。参加者は42名。

「知的財産保護官民合同訪中代表団」に桐畑代表が参加

一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構事務局

2012年９月９～11日、わが国の国際知的財産保護フォーラム（IIPPF)が中国・北京市に派遣した「知的財産保護官民合同訪中代表団（ハイレベル）」（産業界代表：志賀俊之IIPPF座長・日産自動車株式会社最高執行責任者、政府代表：中根康浩経済産業大臣政務官）に、著作権分野の代表として、CODAより桐畑敏春代表理事が参加した。

今回、同代表団は、全国人民代表大会教育科学文化衛生委員会、中国国家工商行政管理総局、中国国家知識産権局、中国商務部、そして国家版権局を訪問し、地方レベルでの摘発強化、模倣業者の再犯行為、商標の不正出願など広範な知財保護について意見交換をした。

桐畑代表理事は、伊吹英明・経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課長、佐藤透・文化庁長官官房国際課長とともに10日に国家版権局を訪問し、湯兆志・版権管理司副司長に対して、中国著作権法改正の動向確認を行ったほか、インターネット等での著作権保護の一層の推進や著作物の正規流通促進への支援などに関する申し入れを行なった。

CODAとは知己の間柄とも言える湯副司長は、著作権分野における日中間の交流は官民を問わず長く継続していることを強調した。その上で、例えば中国著作権法改正についても、日本を含む諸外国からの意見も踏まえて対応していることなどを紹介し、その他の申し入れに対してもそれぞれ適切な対応を行う旨の回答を述べた。

同日夜には、今回の成果を報告する記者発表を現地で開催し、この様子は、NHKなどのメディアにより日本でも報道された。

▲記者発表会に臨む桐畑代表（左から2番目）

～アニメの違法アップローダー「神」と「エンコ職人」を検挙～

山口県警、栃木県警の合同捜査本部は、ファイル共有ソフトP２P「Share」を使い、インターネット上で不特定多数の者がアニメーション作品をダウンロードできる状態にしていたとして、著作権法違反の疑いで２名を逮捕した。このうちの１名は、アニメーション作品のパッケージ発売直後に動画をネット上に公開するため、愛好家の間で「神」と呼ばれていた。もう１名は、動画ファイルを圧縮（エンコード）し、ネット上に公開をしていた。同被疑者等は、アニメーション作品600点以上を違法アップロードしていたとみられている。

また、９月、10月のビデオレンタル店を中心とした違法行為の調査活動では、北海道、山形県、宮城県、福島県、千葉県、東京都、神奈川県、静岡県、岐阜県、大阪府、和歌山県、徳島県、香川県、大分県、熊本県、鹿児島県の187店について調査、折衝を行った。このうち54.5％は閉店、廃業または転居先不明となっており、実質的に営業していた85店のうち29％にあたる25店において、セル用商品のレンタル店用の違法行為が確認された。調査の状況は右表のとおり。

9月、10月　実地調査による調査実績

調査店		187店
営業店数		85店
違法行為確認件数	海賊版所持	0件
	セル用商品のレンタル転用	25件
海賊版確認数		0枚
刑事告訴事件数		6件
警察による海賊版押収数		0枚
違法行為確認率		29%

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	
北海道	9		12				3
山形県	3		2				
宮城県	7						
福島県	5		1				1
千葉県	4		17				2
東京都	1		10				
神奈川県	3		12				1
静岡県	10		3				1
岐阜県	4		2				1
大阪府	11	5	11				6
和歌山県		1					1
徳島県	4		1				
香川県	1						
大分県	1	2	1				1
熊本県	1						1
鹿児島県	12	1	30				7
合　計	76	9	102	0	0	0	25

不正商品撲滅キャンペーン
許さない！偽ブランド・海賊版・違法ダウンロード
『ほんと？ホント！フェアin秋葉原』盛大に開催

不正商品対策協議会では、11月4日（日）に、不正商品を排除しよう！との主旨のもと「許さない！偽ブランド・海賊版・違法ダウンロード」をテーマに、『ほんと？ホント！フェアin秋葉原』を、AKIBA_SQUARE 2階イベントスペース (千代田区外神田4-14-1　秋葉原ＵＤＸビル2階)において開催した。

◇主催：不正商品対策協議会（ACA）
◇後援：知的財産戦略本部、警察庁、総務省、外務省、財務省、文部科学省、経済産業省、警視庁
◇協力：一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）

今回で26回目を迎える「ほんと？ホント！フェア」は、インターネットの進展と普及に伴い潜在かつ深刻化する知的財産の侵害問題をメインに取り上げ、広く一般の皆様に知的財産の保護と不正商品の排除を訴えた。

今回は、若者に人気のタレントの安めぐみさんをキャンペーン隊長に、人気急上昇中のBerryz工房をキャンペーン応援隊に迎え、○×クイズ大会や各種イベントを実施した。またこれらの企画に加えて、不正商品対策協議会が新事業として今夏実施した「第１回著作権を守ろうポスターコンクール」の最優秀作品と優秀作品の表彰式も行った。同コンクールは、警察庁、文部科学省の後援を頂き、全国の小学4年生から中学生を対象にポスターの募集を行ったところ、初めてのコンクールにもかかわらず、全国から189作品の応募があったもの。

当フェアの詳細については、ホームページまで。
（不正商品対策協議会　http://www.aca.gr.jp/）

▲ポスターコンクールの受賞者を囲んで

▲キャンペーン隊長の安めぐみさん（一番左）とキャンペーン応援隊のBerryz工房のみなさん

2011年度下期の私的録画補償金分配申請社について

2013年１月末にJVAより分配予定の私的録画補償金について、９月末で申請を締め切り、10社からの申請を受け付けた。今期の対象放送期間は2011年度下期（2011年10月～2012年３月末）であり、申請できる社は、この対象期間に当協会の会員資格があり、対象著作物（映像作品）の権利者であって他に該当している申請団体がない（映連や民放連などの他団体と重複していない）権利者となっている。今期の申請社は次のとおり。

ギャガ㈱／キングレコード㈱／㈱第一興商／ＴＣエンタテインメント㈱／東映ビデオ㈱／東宝東和㈱／日活㈱／㈱バップ／バンダイビジュアル㈱／㈱ポニーキャニオン

ところで、私的録画補償金管理協会（SARVH）が東芝に対して私的録画補償金の支払い等を求めた事件に関し、11月９日、最高裁はSARVHの上告を棄却し、上告受理申立を不受理とする決定を行った。原審の知的財産権高等裁判所判決では、東芝の協力義務を肯定したものの、アナログチューナー非搭載のDVD録画機器は著作権法施行令の定める補償金の対象機器に該当しないとしていた。

お知らせ

経済産業省大臣官房統計調査グループからのお知らせ

経済産業省が実施する各種の統計調査に対して、平素より多大なるご尽力とご協力を賜りまして、誠に有難うございます。

我が国が実施する公的統計につきましては、社会経済の急激な変化や国民生活の多様化など、経済活動の現状を正しく見極める指標として、その果たす役割は一層大きくなってきております。ご提出いただく調査票は、当グループにおいて集計・加工・分析をした上で公表され、国・地方公共団体の行政施策の基礎資料、商工鉱業における企業経営資料として、さらには諸研究のための貴重なデータとして幅広い活用が予定されています。

経済産業省では、こうした公的統計調査結果の成果をより高めるため、例年より「統計の日」(10月18日)を中心として「調査票提出促進運動」を実施しております。

公的統計の結果データが信頼性高く、かつ、早期に公表されるためには、何より皆様から正確な調査票を所定の期日までにご提出いただくことが最も重要となります。

現在、当省が実施をしている統計調査は、「経済産業省生産動態統計調査」「商業動態統計調査」「経済産業省特定業種石油等消費統計調査」「特定サービス産業動態統計調査」「製造工業生産予測調査」「海外現地法人四半期調査」です。

ご多用な中、大変恐縮ではありますが、当省が実施する統計調査の調査票をご提出いただけますよう、重ねてお願い申し上げます。

本運動の詳細につきましては、当省のHPにて趣旨等をご紹介しておりますので、併せてご参照ください。

http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/topics/sokushin/index.html

平成24年度工業統計調査を実施します

昨年の工業統計調査は、「経済センサス―活動調査」の実施により中止となりましたが、本年は平成24年12月31日現在で実施をいたします。

調査員が皆様の事業所へお伺いし、調査票の配布・回収を行います。他の公的統計調査と同様、調査票をご提出いただきますよう、よろしくお願いいたします。

総務省統計局からのお知らせ

平成25年1月からサービス産業動向調査が大きく変わります

総務省統計局は、我が国のサービス産業全体の生産と雇用等の動向を明らかにするため、平成20年からサービス産業動向調査を毎月実施しています。25年1月からは、新たに主要なサービスの需要動向を把握するとともに、企業単位の調査を一部導入します。また、年次調査を創設して都道府県別の活動状況を把握するなど、調査内容を充実して実施します。新しいサービス産業動向調査への御理解と御協力をお願いします。

調査のお問い合わせ：サービス産業動向調査事務局

フリーダイヤル：0120-250-069　(平日の9:00～18:00)
総務省統計局　〒162-8668　東京都新宿区若松町19-1
●総務省統計局HP　http://www.stat.go.jp/index.htm
●サービス産業動向調査HP　サービス産業動向調査
http://www.stat.go.jp/data/mssi/index.htm

平成25 年1月から見直し後の調査を実施

集計事項・調査事項

月次統計:サービスの産業動向を「量」の面から把握するため、需要の動向を把握
年次統計:都道府県別年間売上高を追加

見直し前	見直し後
【月次統計】 産業中分類別の売上高・事業従事者数	【月次統計】 産業中分類別の売上高、需要の動向、事業従事者数 【年次統計】 産業小分類別の売上高、事業従事者数 都道府県別・産業大分類別の売上高

年次統計作成のための拡大調査の概要

○毎年6月に、月次調査の調査票に加え、拡大調査の調査票を配布
○調査対象は月次調査の3倍程度
（月次調査の客体+次期月次調査の客体+左記以外）
※次期月次調査の客体とは、次年1月からの月次調査の対象予定の客体
※拡大調査から、他統計との関係等に留意し「情報通信業」を除外

調査対象・調査単位等

見直し前	見直し後
○事業所単位（3.9 万事業所） 産業×事業従事者規模別に抽出	○企業単位（悉皆）:資本金1億円以上又はネットワーク産業 （月次:1.3 万、年次:1.0 万企業） ○事業所単位:上記の傘下にない事業所を産業×事業従事者規模別に抽出 （月次:2.6 万、年次:6.7 万事業所） ※企業単位の調査では、事業活動別に売上高を把握

調査方法

見直し前	見直し後
大規模事業所:郵送調査 小規模事業所:調査員調査	企業・大規模事業所:郵送調査 小規模事業所:郵送調査 （必要に応じ直接訪問により回収）

リレーエッセイ ㊽

ワーナーエンターテイメントジャパン㈱　福田太一氏からのご紹介

●百武　弘二　氏（株式会社ショウゲート　代表取締役社長）

「お馬さんに熱くなる毎週末」

私の数ある趣味の一つが競馬。子供の頃から親父に連れられて渋谷の場外馬券売場によく行きました。父が馬券を購入する度に私にも予想を聞き、その馬券を買ってくれました。新聞の見方を教わって、子供ながらに勝ち馬を見つけようと努力したものです。記憶にある当時の的中馬券は、ダイシンボルガードが日本ダービーで優勝したレース。電車で行く際に覗き見たスポーツ紙の見出し「重馬場ならダイシンボルガード」と、ＴＶ中継を見て二人で飛び上がって喜んだことを鮮明に覚えています。今と違い的中率も高かった（と思う）し、堅物で世間知らずの医者だった父親が何故か競馬には熱心な姿が子供心に面白く、帰る途中に寄る甘味屋も嬉しくて、日曜日は親子で渋谷に通ったものでした。

中学生になったある日、新聞に「小学生の競馬予想集団発覚」という記事が載り、子供の馬券購入が違反行為であると漸く知った父が「自分も辞めるから、お前も競馬を忘れろ」と、競馬から遠ざけられます。しかし社会人になり、競馬熱は再燃。広告会社の営業になった私は、得意先からのお誘いがきっかけで競馬場通いの毎週末となりました。夏場は新潟や福島にも遠征と、随分とのめり込みました。好きが講じてＪＲＡの担当営業にもなりました。お陰で嫁を３度程、実家に迎えに行きましたかね（尚、私の結婚は一度だけ。嫁とは今も仲良く続いておりますよ）。ある日夜遅く、会社から帰宅すると嫁が怖い顔で睨みつけます。「今日、幼稚園の先生から呼ばれてね」「馬の絵を子供たちに見せて、どう数えますか?と先生が聞いたら、ウチの子は、１着、２着と数え始めたんですって！」と、大怒り。競馬場に行かない土日は、ＴＶやラジオの中継を見聞きしながら予想に熱中する私を見ていたのですね。次男の時も同様に呼び出されてしまいました。我が家に語り継がれるお恥ずかしいエピソードです。

振り返れば、人生の節目々で思い出深い馬やレースがあります。最も好きだった馬、オグリキャップが引退レースとなった90年12月の有馬記念。私は関西支社に転勤を命じられ、「お前は中央に上ってきたが、俺は今月から都落ち」と、当時不振に陥っていた地方競馬出身の彼に自分自身を投影していました。「勝たなくてもいいから頑張れ！」と馬券を握り締めていましたっけ。4番人気でしたが武豊騎手の騎乗で見事優勝し、私も感動の極まりです。この馬の良きライバルだったタマモクロス。生まれた牧場が倒産し、牧場主が行方不明になってしまっても、遅咲きで出世して天皇賞など最高峰のレースを制した馬でした。妹のミヤマポピーも牝馬Ｇ１に勝ち、兄妹で主無き零細牧場への恩に報い、世話になった牧場主を探していたかのようで、そのドラマにも泣かされました。毎年、そんな思いを生む馬が出てくるのも、競馬にはまる理由です。

今も興行やイベントの立会いが無い時は、お馬さんと戯れる毎週末。競馬仲間の連帯感は強く、私に競馬の魅力を再認識させてくれた当時の得意先や仲間とは今もご昵懇。しかし、競馬歴は長いのに馬券成績は散々です。年間を通じてプラス計上の年はありません。好きだった馬の血脈を贔屓にし、エリート血統を避けて馬券を購入するから勝てないと、理由も判っています。ファンの分類で言うと、私はロマン派と言うべきかな。まぁ、沢山の素敵な思い出と仲間に巡り合わせてくれたのですから「お布施」とも考えていますが、一度は年間通して勝ち越したいなぁ。作品を通じて大きな感動をお届けするとか、会社の業績を飛躍的に伸ばすとか、給料を上げて社員から喜ばれるとか、そんな数ある私の目標の一つです。いつかは実現できるように嫁さんとお馬さんとのイイ距離を保ち、これからもご贔屓の馬を応援していきたいですね。

▼日誌に見る協会の動き

【10月】
- 2日　第317回理事会
- 3日　マーケティング委員会
- 9日　第215回総合連絡委員会
- 12日　役員懇親ゴルフ会
- 　業務使用対策委員会
- 19日　還流BD対策会議
- 23日　ACA広報会議
- 　ACA企画広報部会
- 25日　第218回業務部会幹事会
- 31日　権利者団体対応委員会

【11月】
- 2日　消防訓練
- 　著作権部会
- 4日　ACAほんと?ホント!フェアin秋葉原
- 5日　関西地区連絡協議会総会（～6日）
- 6日　第318回理事会
- 7日　マーケティング委員会
- 9日　業務使用対策委員会
- 13日　総合連絡委員会
- 　JASRACとの使用料協議
- 15日　中部地区連絡協議会総会
- 　eメディア部会運営委員会
- 16日　マーケティング委員会ゴルフ会
- 22日　第219回業務部会幹事会
- 26日　第2回eメディアセミナー
- 27日　統計調査委員会
- 29日　消費者委員会
- 30日　法制度委員会

統 計

2012年9月度

	9 月 実 績（金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚）									1 月 ～ 9 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	8,494	59.2%	108.6%	2,915	51.1%	112.5%	652	114.8%	増 12社 減 18社 その他 0社	80,908	60.2%	90.7%	25,724	52.9%	89.6%	4,903	123.3%
レンタル店用	5,783	40.3%	84.0%	2,776	48.7%	120.8%	630	112.9%		52,431	39.0%	92.7%	22,685	46.6%	110.1%	5,763	121.7%
業務用	65	0.5%	80.2%	15	0.3%	79.9%	11	30.6%		954	0.7%	104.6%	263	0.5%	62.4%	273	185.7%
DVDビデオ	14,342	67.7%	97.0%	5,706	81.9%	116.2%	1,293	111.3%		134,293	72.9%	91.5%	48,673	81.4%	97.9%	10,939	123.5%
販売用	6,553	95.8%	121.7%	1,150	91.2%	120.4%	319	188.8%	増 17社 減 12社 その他 0社	46,889	94.1%	121.7%	9.725	87.6%	119.0%	2,186	163.4%
レンタル店用	279	4.1%	104.5%	111	8.8%	87.0%	51	65.4%		2,924	5.9%	153.8%	1,371	12.3%	114.6%	451	88.8%
業務用	6	32.3%	600.0%	0	0.0%	52.8%	0	0.0%		27	0.1%	96.4%	10	0.1%	83.3%	3	150.0%
ブルーレイ	6,838	32.3%	121.0%	1,261	18.1%	116.5%	370	148.6%		49,840	27.1%	123.2%	11,106	18.6%	121.6%	2,640	142.9%
合 計	21,180	100.0%	103.6%	6,967	100.0%	116.3%	1,663	117.9%		184,133	100.0%	98.4%	59,779	100.0%	101.5%	13,579	126.8%

◎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。
◎累計値には、1月～6月の数字として、2012年上半期調査の数字を用いている。

2012年10月度

	10 月 実 績（金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚）									1 月 ～ 10 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	8,245	57.8%	101.4%	2,278	42.6%	90.9%	487	117.3%	増 12社 減 18社 その他 2社	89,153	60.0%	91.5%	28,002	51.8%	89.7%	5,390	122.8%
レンタル店用	5,947	41.7%	92.0%	3,006	56.2%	132.6%	602	116.2%		58,378	39.3%	92.6%	25,691	47.6%	112.3%	6,365	121.2%
業務用	70	0.5%	97.2%	68	1.3%	216.1%	16	36.4%		1,024	0.7%	104.1%	332	0.6%	73.1%	289	151.3%
DVDビデオ	14,262	69.3%	97.2%	5,353	79.6%	111.4%	1,105	113.1%		148,555	72.6%	92.0%	54,026	81.2%	99.1%	12,044	122.5%
販売用	5.820	92.0%	118.8%	1.244	90.9%	94.5%	208	158.8%	増 20社 減 9社 その他 1社	52,709	93.8%	121.4%	10,968	87.9%	115.6%	2,394	163.0%
レンタル店用	506	8.0%	153.3%	125	9.1%	189.7%	45	204.5%		3,430	6.1%	153.7%	1,496	12.0%	147.5%	496	93.6%
業務用	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	37.4%	2	ERR		27	0.0%	90.0%	10	0.1%	81.0%	5	250.0%
ブルーレイ	6,326	30.7%	120.9%	1.369	20.4%	99.1%	255	166.7%		56,166	27.4%	122.9%	12,475	18.8%	118.6%	2,895	144.7%
合 計	20,588	100.0%	103.5%	6,721	100.0%	108.6%	1,360	120.4%		204,721	100.0%	98.8%	66,500	100.0%	102.2%	14,939	126.2%

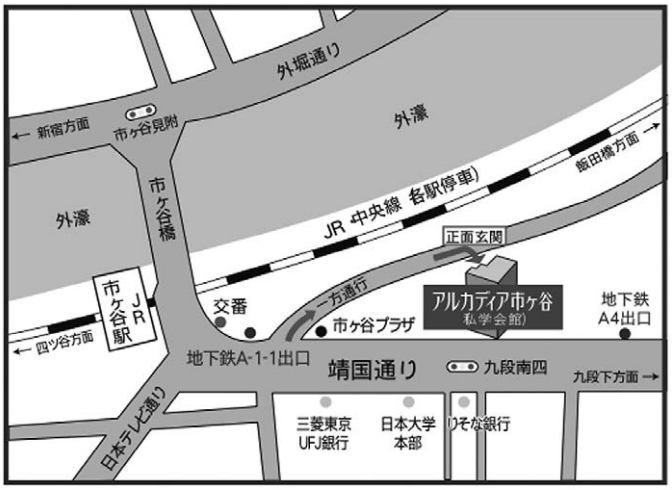
◎今月の売上報告社数……32 社（＊前年同月の報告社数:31社）無回答社……1社 ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、または前年同月の報告がない場合
◎DVDビデオおよびブルーレイの新作数の「業務用」には不明分を含む。また「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。
◎累計値には、1月～6月の数字として、2012年上半期調査の数字を用いている。

2013 年 JVA 新年賀詞交歓会開催のご案内

毎年恒例のJVA新年賀詞交歓会を下の要領により開催いたします。会員社の皆様をはじめ、関係官庁、業界関係者の皆様にお集まりいただき、来る新年の門出を共に祝いたいと存じます。皆様お誘いあわせの上、ご参加ください。

日　時　2014年１月９日（水）午前11時30分　開宴
場　所　アルカディア市ヶ谷（私学会館）
　　東京都千代田区九段北４－２－25
　　TEL　03-3261-9921　(代)
　　URL http://www.arcadia-jp.org/
会　費　お一人様　壱萬円

なお、会員社の皆様へは総合連絡委員の方を窓口としてご案内している他、関係各位の皆様へも既にご案内状をお送りしております。ご参加のお申込みは11月30日（金）までとしておりますが、お申込みがお済みでない方がいらっしゃいましたら、管理部伊藤までご連絡をお願い申し上げます。（JVA事務局管理部　03-3542-4433）なお、事前のお申込みのない場合はご入場をお断わりさせていただく場合がありますので、ご了承ください。



所在地　〒102-0073　東京都千代田区九段北4-2-25
TEL:03-3261-9921　FAX:03-3261-9931
地下鉄　有楽町線・南北線　市ヶ谷駅（1またはA1）出口から徒歩2分
地下鉄　新宿線　市ヶ谷駅（A1またはA4）出口から徒歩2分
JR中央線（各駅停車）市ヶ谷駅から徒歩2分

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12月1日現在

■ 正会員（33 社）

㈱アニプレックス
アミューズソフトエンタテインメント㈱
ウォルト・ディズニー・ジャパン㈱
エイベックス・マーケティング㈱
㈱エスピーオー
㈱ NHK エンタープライズ
㈱角川書店
ギャガ㈱
キングレコード㈱
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
㈱ショウゲート
松竹㈱
㈱ソニー・ピクチャーズエンタテインメント
㈱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㈱
東映ビデオ㈱
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㈱
日活㈱
㈱バップ
㈱ハピネット
パラマウント　ジャパン（同）
バンダイビジュアル㈱
ビクターエンタテインメント㈱
㈱ポニーキャニオン
㈱メディアファクトリー
ユニバーサルミュージック（同）
㈱よしもとアール・アンド・シー
ワーナーエンターテイメントジャパン㈱

■ 協賛会員（20 社）

㈱一九堂印刷所
㈱ IMAGICA
カルチュア・コンビニエンス・クラブ㈱
㈱キュー・テック
㈱金羊社
㈱ケンメディア
㈱シーエスロジネット
㈱ジャパン・ディストリビューション
　システム
㈱星光堂
ソニー PCL ㈱
大日本印刷㈱
東芝デジタルフロンティア㈱
東洋レコーディング㈱
㈱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㈱
ビクタークリエイティブメディア㈱
㈱富士フイルムメディアクレスト
㈱ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック㈱

JAPAN VIDEO SOFTWARE ASSOCIATION

©一般社団法人 日本映像ソフト協会　2012