

JVA REPORT

4

'15 APRIL
NO.169

MAIN REPORTS

- 2014年統計調査報告
- 『アンチリッピングキャンペーン』実施について
- 第1回JVA主催 新入社員合同研修会について

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



2014年統計調査報告	2
『アンチリッピングキャンペーン』実施について	6
第1回JVA主催 新入社員合同研修会について	7
第341回、342回定例理事会開催報告	7
文化庁「クリエイターへの適切な対価の還元について」審議開始	8
違法対策活動	
「リッピングソフト」の提供者10人を摘発～神奈川県警	9
ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反事件について	9
沖縄の無許諾店から1,907枚の海賊版を回収	10
第8回eメディアセミナー開催報告	10
第39回JVA懇親ゴルフコンペ開催のご案内	10
不正商品対策協議会	11
コンテンツ海外流通促進機構	12
リレーエッセイ⑫	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計(2014年12月、2015年1月、2月)	14

数量は前年比 96.2%にとどまるも、 売上金額が 2299 億 2300 万円で同 91.3%に

業務部会統計調査委員会（小野里康雄委員長（株）ポニーキャニオン）は、2014年1月～12月のビデオソフトの年間統計調査をまとめた。

調査結果は「報告書Vol.79」としてまとめられ、会員社等に配布された他、3月13日（金）午後2時からJVA会議室において記者発表会を開催し、一般に公表された。また、当協会ホームページにおいても調査結果の抜粋を公開している。<http://www.jva-net.or.jp/report/>

調査結果の概要は以下のとおり。

<本統計調査報告についての注意点>

- 本報告は、JVA加盟の正会員社による出荷段階の売上をまとめた統計である。
- 返品分は金額、数量とも調査時点において差し引いている。
- ブルーレイとDVDのコンボ作品はブルーレイにカウントしている。
- 「日本の子供向け（アニメーション）」などにある“子供向け”とは、目安として10歳以下の子供を対象とした作品

▼表1.ビデオソフトの売上

摘要	百万円							
	合計金額	回答社数	構成比	前年比	合計数量	回答社数	構成比	前年比
D V D ビ デ オ	137,779	32/32社	59.9%	84.5%	57,824,545	32/32社	73.3%	92.2%
ブルーレイ	92,144	32/32社	40.1%	103.8%	21,070,326	32/32社	26.7%	109.1%
ビデオソフトの総売上	229,923	32/32社	100.0%	91.3%	78,894,871	32/32社	100.0%	96.2%

※回答社数:有効回答社数を指す。回答社数の左辺は上半期の回答社数、右辺は下半期の回答社数

▼表2.DVDビデオの流通チャネル別売上

	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	前年比	数量	構成比	前年比	
販売用(個人向)	80,188	58.2%	80.7%	29,815,343	51.6%	89.5%	
レンタル店用(個人向)	56,745	41.2%	90.5%	27,721,305	47.9%	95.5%	
業務用	846	0.6%	89.7%	287,897	0.5%	72.0%	

▼表3.ブルーレイの流通チャネル別売上

	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	前年比	数量	構成比	前年比	
販売用(個人向)	87,328	94.8%	103.6%	18,939,826	89.9%	109.6%	
レンタル店用(個人向)	4,761	5.2%	107.9%	2,115,032	10.0%	106.4%	
業務用	55	0.1%	51.4%	15,468	0.1%	43.2%	

▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	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	前年比	数量	構成比	前年比	
販売用(個人向)	167,516	72.9%	91.2%	48,755,169	61.8%	96.4%	
レンタル店用(個人向)	61,506	26.7%	91.7%	29,836,337	37.8%	96.2%	
業務用	901	0.4%	84.8%	303,365	0.4%	109.6%	

▼表5.平均単価(金額を数量で割った値)

	円	
	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,383	91.7%
販売用(個人向)	2,689	90.1%
レンタル店用(個人向)	2,047	94.8%
ブルーレイ	4,373	95.1%
販売用(個人向)	4,611	94.6%
レンタル店用(個人向)	2,251	101.4%

図1.ビデオソフトの売上金額の推移

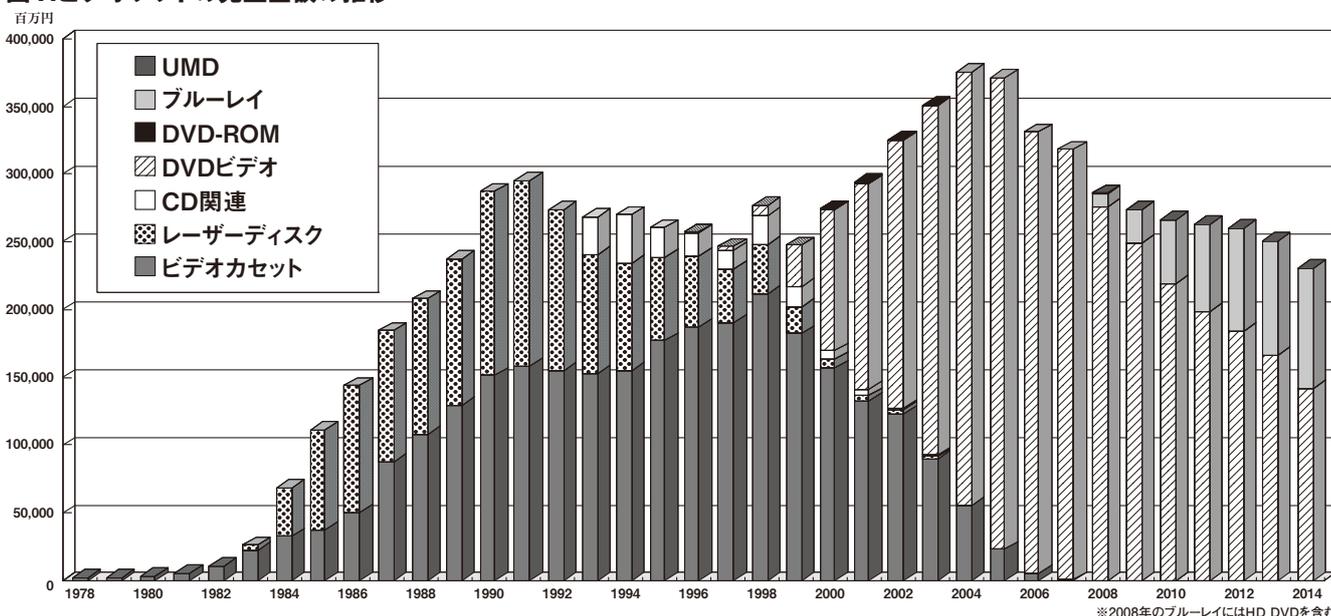


図2.「販売用」売上金額の推移(メディア別)

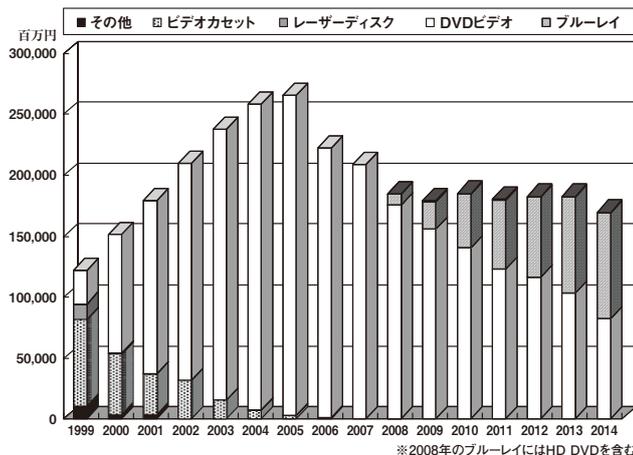
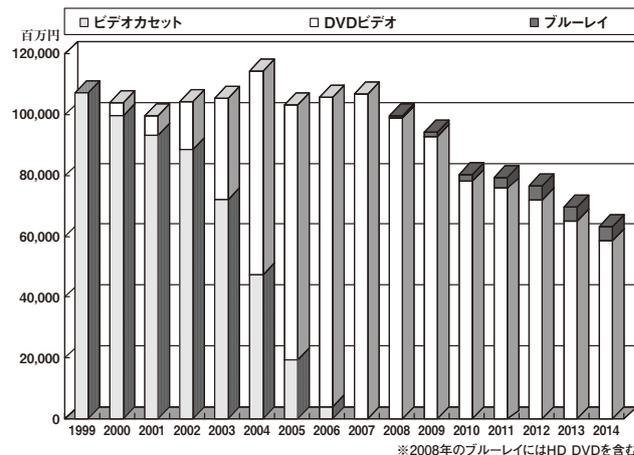


図3.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)



2014年(1月~12月)の実績について

1. 2014年のビデオソフトの総売上は2299億2300万円で前年比91.3%となった。7月~12月の下半期の前年同期比が95.3%であったのに対し、1月~6月の上半期が同87.0%であり、上半期の低迷が大きく響いた模様。

ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、ブルーレイが921億4400万円で前年比103.8%と伸長が続いているが、DVDビデオが1377億7900万円で前年比84.5%と大きく割り込んだ。DVDビデオとブルーレイの売上金額に

おける構成比は59.9:40.1となり、ブルーレイの売上が4割を超えることとなった。(表1)

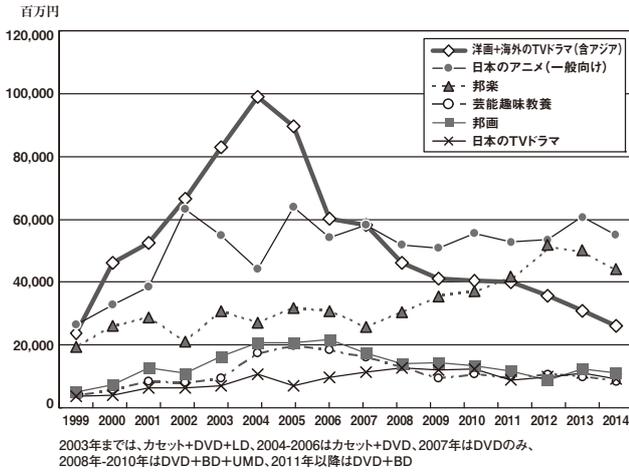
2. ビデオソフト全体の売上金額を流通チャネル別に見てみると、「販売用」が1675億1600万円で前年比91.2%、「レンタル店用」は615億600万円で同91.7%となり、両方の市場とも約1割程度の減少となった。「販売用」「レンタル店用」「業務用」のそれぞれの割合は、72.9:26.7:0.4となり、ほぼ前年と同じ割合だった。(表4)

▼表6.ビデオソフト全体の「販売用」と「レンタル用」の別ジャンル別売上金額

百万円

ジャンル	販売用	構成比	前年比	レンタル店用	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	9,548	5.7%	85.8%	10,184	16.6%	105.8%
日本のTVドラマ	7,440	4.4%	78.0%	3,564	5.8%	84.4%
洋画(TVドラマを除く)	17,120	10.2%	83.9%	12,945	21.0%	86.1%
海外のTVドラマ	6,023	3.6%	95.6%	8,183	13.3%	94.7%
アジアの映画	630	0.4%	61.8%	369	0.6%	54.3%
アジアのTVドラマ	2,698	1.6%	87.1%	7,444	12.1%	97.7%
日本のアニメーション(一般向け)	52,745	31.5%	86.4%	11,300	18.4%	85.8%
海外のアニメーション(一般向け)	10,748	6.4%	374.8%	1,872	3.0%	127.7%
日本の子供向け(アニメーション)	4,581	2.7%	135.7%	2,812	4.6%	102.9%
日本の子供向け(アニメーション以外)	2,007	1.2%	81.3%	759	1.2%	89.6%
海外の子供向け(アニメーション)	975	0.6%	89.8%	525	0.9%	75.3%
海外の子供向け(アニメーション以外)	3	0.0%	60.6%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	42,638	25.4%	87.2%	34	0.1%	850.0%
音楽(洋楽)	850	0.5%	63.1%	1	0.0%	33.3%
ビデオカラオケ	41	0.0%	97.6%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	6,688	4.0%	78.4%	1,350	2.2%	77.9%
スポーツ	914	0.5%	189.6%	11	0.0%	73.3%
学校教育・企業教育・語学教育	134	0.1%	84.3%	3	0.0%	100.0%
成人娯楽	4	0.0%	80.0%	0	0.0%	0.0%
その他	1,829	1.1%	96.0%	150	0.2%	25.3%
計	167,516	100.0%	91.2%	61,506	100.0%	91.7%

図4.全メディアの「販売用」ジャンル別売上金額推移



3. 売上金額を売上数量で割って単純に求めた1枚当たりの単価を見てみると、DVDビデオの「販売用」の平均単価が2,689円で前年比90.1%、「レンタル店用」が2,047円で同94.8%と単価が低下している。ブルーレイの「販売用」は4,611円で前年比94.6%と低下したが、「レンタル店用」は2,251円で同101.4%とほぼ前年並みとなった。(表5)

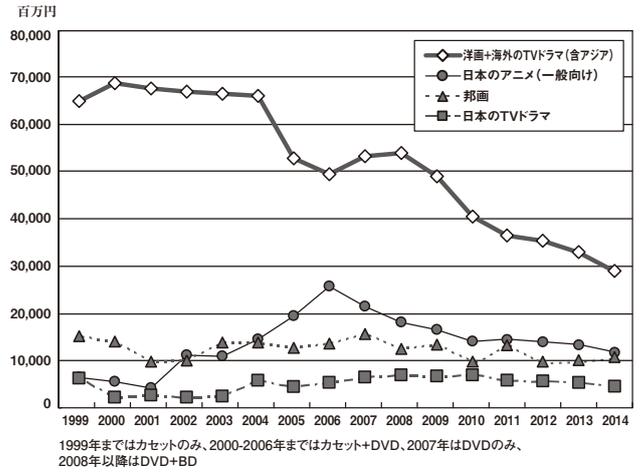
4. ビデオソフト全体 (DVDビデオとブルーレイの合計) の「販売用」の売上金額におけるDVDビデオとブルーレイの割合は47.9 : 52.1となり、はじめてブルーレイの割合が過半となった。

ビデオソフト全体の「販売用」の売上金額をジャンル別に見てみると、『日本のアニメーション (一般向け)』が31.5%を占めて構成比1位となったが、前年比は86.4%と減少した。また構成比2位の『音楽 (邦楽)』で25.4%を占めたが同87.2%、構成比10.2%で3位となった『洋画 (TVドラマを除く)』も同83.9%、にとどまった。本年のビッグタイトルとなった『アナと雪の女王』のリリースのあった『海外のアニメーション (一般向け)』が構成比6.4%を占め4位となり、前年比が374.8%と大きく伸長したが、「販売用」全体を押し上げるには至らなかった。(表6)

5. ビデオソフト全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の「レンタル店用」の売上金額におけるDVDビデオとブルーレイの割合は92.3 : 7.7となり、圧倒的にDVDビデオが占めている。

ビデオソフト全体の「レンタル店用」の売上金額をジャンル別に見てみると、『洋画 (TVドラマを除く)』が21.0%を占めて構成比1位となったが、前年比は86.1%と減少した。また構成比2位の『日本のアニメーション (一般向け)』も18.4%を占めたが同85.8%と割り込んだ。構成比16.6%で3位となった『邦画 (TVドラマを除く)』はほぼ唯一、前年比105.8%と前年を上回った。しかし、それに続く『海外のTVドラマ』『アジアのTVドラマ』はそれぞれ94.7%、97.7%と割り込むこととなった。(表6)

図5.全メディアの「レンタル店用」ジャンル別売上金額推移



6. ブルーレイ全体の売上金額における「販売用」「レンタル店用」「業務用」の割合は、94.8 : 5.2 : 0.1で、相変わらず「販売用」の売上が圧倒的に高くなっている。売上金額の前年比では「販売用」が103.6%、「レンタル店用」が107.9%と伸長が続いている。(表3)

7. ブルーレイの「販売用」の売上金額は873億2800万円の前年比103.6%となった。ブルーレイの「販売用」売上金額をジャンル別構成で見ると、構成比1位は45.9%を占める『日本のアニメーション (一般向け)』だが、前年比は88.7%と割り込んだ。これに続く『音楽 (邦楽)』は18.0%を占め、前年比109.1%と昨年に引き続き拡大が継続した。また本年、ビッグタイトルとなった『アナと雪の女王』の「販売用」はすべてブルーレイにカウントされていることもあり、『海外のアニメーション (一般向け)』は構成比11.6%を占めて構成比3位、前年比622.9%と大きく伸長した。第4位 (構成比10.7%) となった『洋画 (TVドラマを除く)』は同86.9%と奮わなかった。(表8)

8. DVDビデオ全体の売上金額における「販売用」「レンタル店用」「業務用」の割合は、58.2 : 41.2 : 0.6で、売上金額の前年比では「販売用」が80.7%、「レンタル店用」が90.5%となり、「販売用」の落ち込みが目立った。(表2)

9. DVDビデオの「販売用」の売上金額は801億8800万円の前年比80.7%となった。これをジャンル別の構成で見ると、構成比1位は『音楽 (邦楽)』で33.5%を占めたが、前年比78.0%と奮わなかった。第2位 (構成比15.8%) の『日本のアニメーション (一般向け)』も同79.8%、第3位 (構成比9.7%) の『洋画 (TVドラマを除く)』も同80.5%など、ほとんどのジャンルで前年を下回ることとなった。構成比4.7%となった『日本の子供向け (アニメーション)』が唯一、同122.5%と伸長した。(表7)

2014年統計調査報告

10. DVDビデオの「レンタル店用」の売上金額は567億4500万円で前年比90.5%となった。

DVDビデオの「レンタル店用」の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比1位は19.6%を占めた『日本のアニメーション（一般向け）』だったが、前年比は85.9%と前年を下回った。2位(17.9%)の『洋画（TVドラマを除く）』も同83.4%、3位(15.7%)の『邦画（TVドラマを除く）』は同101.2%と前年並みとなったが、4位（14.4%）の『海外のTVドラマ』も同94.5%、5位（13.1%）の『アジアのTVドラマ』も同97.6%となり、全般的に前年を下回るジャンルが多くなった。DVDビデオの「レンタル店用」の売上数量においては、レベニューシェアリングの導入率の高い『アジアのTVドラマ』が1/4以上の26.3%を占めている。（表7）

▼表7. DVDビデオの売上金額

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	販売用	構成比	前年比	レンタル店用	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	14,669	10.6%	92.2%	5,552	6.9%	80.5%	8,895	15.7%	101.2%
日本のTVドラマ	8,063	5.9%	78.8%	4,535	5.7%	75.0%	3,525	6.2%	84.4%
洋画(TVドラマを除く)	17,933	13.0%	82.1%	7,755	9.7%	80.5%	10,130	17.9%	83.4%
海外のTVドラマ	12,854	9.3%	94.2%	4,697	5.9%	93.7%	8,152	14.4%	94.5%
アジアの映画	681	0.5%	54.5%	336	0.4%	52.9%	345	0.6%	56.2%
アジアのTVドラマ	9,789	7.1%	94.5%	2,351	2.9%	85.9%	7,488	13.1%	97.6%
日本のアニメーション(一般向け)	24,102	17.5%	82.8%	12,701	15.8%	79.8%	11,120	19.6%	85.9%
海外のアニメーション(一般向け)	2,198	1.6%	87.5%	595	0.7%	48.1%	1,524	2.7%	126.0%
日本の子供向け(アニメーション)	6,588	4.8%	113.5%	3,757	4.7%	122.5%	2,800	4.9%	104.1%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,826	1.3%	75.2%	1,068	1.3%	67.5%	757	1.3%	89.7%
海外の子供向け(アニメーション)	1,465	1.1%	86.7%	948	1.2%	94.0%	513	0.9%	76.3%
海外の子供向け(アニメーション以外)	2	0.0%	40.0%	2	0.0%	40.0%	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	26,943	19.6%	78.0%	26,849	33.5%	78.0%	34	0.1%	850.0%
音楽(洋楽)	628	0.5%	59.6%	627	0.8%	59.9%	1	0.0%	33.3%
ビデオカラオケ	44	0.0%	97.8%	41	0.1%	97.6%	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	7,266	5.3%	76.0%	5,909	7.4%	75.5%	1,347	2.4%	78.0%
スポーツ	770	0.6%	156.5%	759	0.9%	159.1%	11	0.0%	73.3%
学校教育・企業教育・語学教育	236	0.2%	89.7%	134	0.2%	84.8%	3	0.0%	100.0%
成人娯楽	4	0.0%	66.7%	4	0.0%	80.0%	0	0.0%	0.0%
その他	1,718	1.2%	78.0%	1,568	2.0%	97.5%	150	0.3%	25.3%
計	137,779	100.0%	84.5%	80,188	100.0%	80.7%	56,745	100.0%	90.5%

※「その他」のジャンルは不明分を含む

▼表8. ブルーレイの売上金額

百万円

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	販売用	構成比	前年比	レンタル店用	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	5,286	5.7%	104.2%	3,996	4.6%	94.3%	1,289	27.1%	154.7%
日本のTVドラマ	2,945	3.2%	83.2%	2,905	3.3%	83.3%	39	0.8%	84.8%
洋画(TVドラマを除く)	12,180	13.2%	89.1%	9,365	10.7%	86.9%	2,815	59.1%	97.3%
海外のTVドラマ	1,357	1.5%	104.5%	1,326	1.5%	103.4%	31	0.7%	206.7%
アジアの映画	318	0.3%	70.8%	294	0.3%	76.6%	24	0.5%	36.9%
アジアのTVドラマ	353	0.4%	97.8%	347	0.4%	96.7%	6	0.1%	300.0%
日本のアニメーション(一般向け)	40,250	43.7%	88.5%	40,044	45.9%	88.7%	180	3.8%	80.7%
海外のアニメーション(一般向け)	10,501	11.4%	556.8%	10,153	11.6%	622.9%	348	7.3%	135.9%
日本の子供向け(アニメーション)	836	0.9%	238.2%	824	0.9%	266.7%	12	0.3%	28.6%
日本の子供向け(アニメーション以外)	941	1.0%	105.7%	939	1.1%	105.9%	2	0.0%	66.7%
海外の子供向け(アニメーション)	39	0.0%	37.9%	27	0.0%	34.6%	12	0.3%	48.0%
海外の子供向け(アニメーション以外)	1	0.0%	—	1	0.0%	—	0	0.0%	—
音楽(邦楽)	15,713	17.1%	109.2%	15,689	18.0%	109.1%	0	0.0%	—
音楽(洋楽)	226	0.2%	72.2%	233	0.3%	74.1%	0	0.0%	—
ビデオカラオケ	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
芸能・趣味・教養	782	0.8%	110.8%	779	0.9%	111.4%	3	0.1%	42.9%
スポーツ	155	0.2%	3100.0%	155	0.2%	3100.0%	0	0.0%	—
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%	—
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—
その他	261	0.3%	88.2%	261	0.3%	88.2%	0	0.0%	—
計	92,144	100.0%	103.8%	87,328	100.0%	103.6%	4,761	100.0%	107.9%

※「その他」のジャンルは不明分を含む

『アンチリッピングキャンペーン』実施について



神奈川県警察本部によるリッピングソフト販売に関する摘発事件（本号9頁参照）を契機に、映像の著作権者側からもリッピング行為の違法性を強く一般ユーザーに対して広く訴えるため、本年3月下旬から『アンチリッピングキャンペーン』を実施することとなった。同キャンペーンの概要は以下のとおり。

<ねらい>

一般ユーザーに対し、リッピングソフトを使用した「私的複製」「複製したものを利用すること（販売、譲渡、P2Pソフトを使つてのファイル共有、動画共有サイトへの投稿など）」、「リッピングによってコピーされアップロードされたものをダウンロードすること」が違法であることを広く知らしめる。

<ターゲット>

PCやネット環境を頻繁に利用する男女。

<展開方法>

ターゲットへの訴求を図るために、興味を引くキービジュアルとして「サラリーマン山崎シゲル」のオリジナルマンガを使用。

1. 「山崎シゲル」の公式Twitter（18万人のフォロワー）にツイート
2. 特設サイト（PC、スマホ）をオープンし、サイト内

〈チラシ表〉

部長、緊急確認です!

部長!!

リッピングって違法なの知ってますか?

いや...知ってるけど...

上司が転ぶ時は...大丈夫ですか?

じゃないかな山崎くん

STAFF

サラリーマン 山崎シゲル
× 日本映像ソフト協会

知って いますか?
DVDのリッピングは違法です!

「サラリーマン」山崎シゲル コラセ動画はコラセ! jva-net.or.jp/anti-ripping/

私的利用目的であっても、「リッピングソフト」を用いて複製することは著作権法違反です。

3. キャンペーンチラシを作成し、コンサートやイベント会場で配布。
4. キャンペーンバナー（表題右上参照）を会員社のWebサイトにアップし、特設ページへの誘導を促す。

<展開期間>

2015年3月20日（金）から4月下旬頃まで

<共催/後援>

共催：一般社団法人日本映画製作者連盟、一般社団法人日本動画協会、不正商品対策協議会
後援：神奈川県警察本部（上記<展開方法>3.について）

なお、特設サイト（www.jva-net.or.jp/anti-ripping/）は3月20日（金）午後3時に公開され、「サラリーマン山崎シゲル」のひとコマ漫画の動画を掲載しているほか、「リッピングに関する理解度チェック」をゲームで楽しみながら、リッピングについての理解を深めてもらう仕組みとなっている。同時に、同サイトへの誘導を図るため、会員社28社（3月25日現在）のホームページにもキャンペーンバナーを設置していただいている。また、下のようなチラシを3万枚作成し、キャンペーン期間中に神奈川県内で行われるコンサートやイベントにおいて来場者に配布することとしている。

〈チラシ裏〉

リッピングに関する理解度チェック!

START

リッピングソフトを知っていますか?

YES NO

「リッピングソフト」とは
DVDやブルーレイからコピー防止技術ははずし、データをデジタルのまま抽出するソフトウェアのことです。このソフトウェアを用いてコピーすることを、ここでは「リッピング」といっています。

ゲームに使う

これはOK? 自分で買ったDVDに感動したので、リッピングしてコピーを友達に配った。 YES NO

これはOK? 母のヨーロッパ旅行のビデオをDVDに焼いて、母の旅行仲間配った。 NO YES

これはOK? レンタルしたDVDを一つと手元に置いておきたくて、リッピングしてコピーしてみた! YES NO

これはOK? 話題沸騰のDVDが話題沸騰のDVDがネットにあがっていたので、ポチッとダウンロードしてみた。 YES NO

これはOK? 録画したテレビ番組をレコーダーからスマホに転送して、通学中に見た! NO YES

これはOK? 自分で買ったDVDを電車の中でも見たいから、リッピングしてスマホに取り込んでみた! YES NO

あなたの理解度は... **だめだめ!** 映像制作者は泣いています。

あなたの理解度は... **まだまだ!** 映像制作者はちよっと心配...

あなたの理解度は... **完璧!!** 映像制作者はおどろいています。

映画DVDなどのコピー防止技術が廃された映画DVDは、個人的な利用でもリッピングは違法です。ホームビデオで撮影したDVDなど、コピー防止技術が廃されていないものは、個人的な利用の目的であれば、自分のパソコンやスマートフォン、タブレットなどに複製することは違法ではありません。

正しいはこちら▼ jva-net.or.jp/anti-ripping/

●私的利用目的であっても、「リッピングソフト」を用いて複製することは著作権法違反です。
●DVD・ブルーレイの複製防止技術を無効にする「リッピングソフト」の提供行為等は犯罪です。
●「リッピングソフト」を購入するなどして提供を受けることは、「リッピングソフト」の提供行為を助長することになりますので、やめてください。

主催：一般社団法人日本映像ソフト協会 共催：一般社団法人日本映画製作者連盟、一般社団法人日本動画協会、不正商品対策協議会 後援：神奈川県警察本部

第1回 JVA 主催 新入社員合同研修会について

当協会は、2015年度新規事業として正会員社の2015年4月入社の新入社員を対象に映像ビジネスについての合同研修会を開催する。昨年秋に業務部会内に設置された社員研修委員会で準備を進めてきた。

今年の第1回目の研修会は、4月9日（木）と17日（金）の2回にわたって実施される。実施の概要は以下のとおり。

<実施日および参加社、参加人数>

●4月9日（木）13時30分～17時

東宝(株)、松竹(株)、(株)ポニーキャニオン、キングレコード(株)、(株)NHKエンタープライズ、(株)アニプレックス、日活(株)の7社、参加人数50名

●4月17日（金）13時30分～17時

(株)バップ、(株)KADOKAWA、東映(株)・東映ビデオ(株)、パナソニック(株)、ギャガ(株)の5社、参加人数49名

<研修内容>

1. 国内市場について：日本の映像ソフト市場規模と近年の市場動向・特徴について（担当：上田管理部次長兼広報課長）
2. 海外市場について：世界の映像ソフト市場の中における日本マーケットの特徴について（担当：駒崎業務部次長兼事業課長）
3. 著作権について：映像ソフトに関する基本的な権利（著作権）について（担当：酒井管理部著作権担当部長）
4. グループワーク
5. 懇親会（17時30分～）

<会場>

両日ともJVA会議室（懇親会は別会場）

なお、社員研修委員会では8月頃に30歳前後を対象にした「若手社員研修会」、40歳前後を対象にした「中堅社員研修会」の開催について検討しており、内容が固まり次第、正会員社にご案内する予定。

第341回、342回定例理事会開催報告

第341回定例理事会は、2015年2月3日（火）午後2時から当協会会議室において開催された。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

第1号議案 NPO法人JAVCOM No.142セミナーに対する後援名義使用承認の件…承認

●報告事項

1. 協賛会員の退会について
2. 協賛会員の名義変更について
3. 各部会報告について
4. 2015年賀詞交歓会開催結果について
5. 「クラウドサービス等と著作権」に関する当協会の見解の公表について
6. 2014年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について
7. 2014年11月度・12月度映像配信統報告について
8. その他

第342回定例理事会は、2015年2月3日（火）午後2時から当協会会議室において開催された。議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 2015年度事業計画書（案）承認の件…承認
- 第2号議案 2015年度収支予算書（案）承認の件…承認
- 第3号議案 役員推薦委員会設置の件…承認
- 第4号議案 「アンチリッピングキャンペーン」実施承認の件…承認
- 第5号議案 「2015年度音楽著作権管理者養成講座」開催の後援名義使用承認の件…承認
- 第6号議案 「第28回DVD&ブルーレイでーた大賞」に対する後援名義使用及び会長賞設定承認の件…承認
- 第7号議案 「MIDEM/JAPAN STAND 2015」に対する後援名義使用承認の件…承認

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 「クリエイターへの対価の還元」に関する審議状況について
2. 2014年統計調査報告書について
3. 2015年1月度ビデオソフト売上速報について
4. 2015年1月度映像配信統報告について
5. その他

文化庁文化審議会著作権分科会の小委員会 「クリエイターへの適切な対価の還元について」の審議開始

2月13日、文化庁文化審議会著作権分科会「著作物の適正な保護と利用・流通に関する小委員会」で「クリエイターへの適切な対価の還元について」の審議が始まった。これは、知的財産推進部の「知的財産推進計画2014」40頁¹で「私的録音録画補償金制度の見直しや当該制度に代わる新たな仕組みの導入について検討」が記されたのを承けたもので、この課題は私的録音録画補償金制度の見直し等を意味するものである。

同日の同小委員会では、録音側権利者と録画側権利者から意見発表が行われた。録音側権利者は、(1)対象は私的複製に供される複製機能とする、(2)支払い義務者は複製機能を提供する事業者とする、との提言を行った²。また、録画側権利者は、(1)著作物の私的録画は主に放送からの録画である、(2)デジタル放送時代に即した速やかな政令改正によりテレビ録画可能なハードディスク録画機、外付けハードディスク、テレビチューナー付きPCなどを補償金対象と指定すべき、との提案を行った³。

これに対して、ユーザー・消費者団体委員からは(1)録画は「ダビング10」により「孫コピー」もメディアシフトもできないにもかかわらず補償金というのは納得できない、(2)汎用機器指定は録音録画に用いない人にも補償金を負担させることになる、(3)支払義務者の変更は三者のバランスを崩す、との意見があった。また、メーカー団体委員からは、(4)私的複製は出口であり、対価の還元は契約時になされている、(5)米国等権利制限の一般規定のある国には補償金制度はない、(6)欧州では主な補償金負担者は日米のメーカーである、等の意見が出された。

これらの論点のほとんどは、2006年から2008年にかけて「私的録音録画小委員会」⁴でも主張されたが、「ダビング10」を理由とする補償金不要論は、法30条2項との整合性に疑問がある。

法30条2項では、特定機器で特定記録媒体にデジタル録画するたびに補償金債務が発生するから、放送番組の録画時、「孫コピー」時、メディア変換時のそれぞれに補償金債務が発生することになる。技術的制限により「孫コピー」やメディア変換できなければ複製が行われないうから、それに補償金債務が発生しないのは当然である。しかし、実際に行われる多数の複製に補償金債務が発生しないとする根拠が示される必要がある(もし、立法論であるならば現行法下での政令指定に反対する根拠にはなりえない)。特に、1枚ごとに補償金が支払われる記録メディアは「ダビング10」との関連性はないであろう。

以下、この論点に関する立法時の審議等を振り返ることとする。

(1)「ダビング10」について

「ダビング10」は、録画機に録画した放送番組をデジタル方式で記録媒体等に複製できる回数を10回に制限する技

術的手段のことである。従来、デジタル放送を録画機のハードディスクに録画した場合、これをDVDディスク等に記録するとそのデータはハードディスクから消去される「コピーワンス」が採られていた。「ダビング10」は、2007年8月2日の総務省情報通信審議会「第4次中間答申」21頁⁵に基づき、これを緩和したものである。

(2)立法時の考え方について

技術的制限と私的録音録画補償金との関係については、私的録音録画補償金制度導入を答申した「著作権審議会第10小委員会(私的録音・録画関係)報告書」(平成3年12月文化庁)72頁で次のように述べている。

「SCMS方式のような複製についての技術的制限は著作権等との関連はあるものの報酬請求権制度とは別に議論すべき問題であると考えられる。ただし、技術の進歩と権利者の保護の調和という観点からは、一定の技術的制限と報酬請求権制度の導入の両方が必要だとの意見がある一方、技術の進歩を抑えることなく報酬請求権制度の導入によって解決を図る方がよいのではないかと意見があった。」

また、制度導入の際の国会審議でも、斉藤博参考人は「デジタル複製を一世代に限るとする技術的制限を前提にしている」と述べている⁶。

これらの記述や発言は、立法当時存在していた「SCMS方式」の技術的制限を念頭においたものであろう。1989年7月28日にIFPI(国際レコード産業連盟)、RIAA(アメリカレコード協会)及び日欧メーカー15社で合意されたこの方式の内容は、CD、市販の録音済みDATカセット及びデジタル放送からDATへのデジタル複製は1世代に限るとしていた。このことは放送からの複製物は1個しか作れない。前述の消費者団体の世代のカウンターの仕方は立法時とずれがある。

(3)私的録画委員会の中間報告書について

制度導入後設けられた補償金の受け皿協議のための「私的録画委員会」の事務局を、当初、当協会が担当した。同委員会の2004年1月21日付「中間報告書」でパッケージソフトからの複製は不可との提案とともに放送番組からの録画について、放送を「親」として「デジタル方式による「孫」の複製ができないような対応」を求めている。この「中間報告書」は、1994年4月18日の第2回私的録画懇談会でメーカー側委員に提示された。

その後、法104条の4で請求する補償金は、技術的手段とタイムシフトを考慮して機器・記録媒体ともに、料率は録音より低率に定められた。

以上の経緯が示すように、立法時には、放送から10個の複製物が作れる「ダビング10」より限定的な私的複製を想定して補償金制度を創設したといえよう。

1 <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku2014.pdf> 2 http://www.bunka.go.jp/chosakuken/singikai/hogoriyou/h26_10/pdf/shiryu_2.pdf

3 http://www.bunka.go.jp/chosakuken/singikai/hogoriyou/h26_10/pdf/shiryu_3.pdf 4 <http://www.bunka.go.jp/chosakuken/singikai/rokuon/index.html>

5 http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/dtv/datashu/pdf/100722_04.pdf

6 第125回国会「参議院文教委員会議事録第1号」3頁3段及び「衆議院文教委員会議事録第1号」4頁1段

「リッピングソフト」の提供者 10 人を摘発 ～神奈川県警察本部サイバー犯罪対策課と戸部警察署～

神奈川県警察本部サイバー犯罪対策課と戸部警察署は、3月24日、ネットオークションでDVDビデオやブルーレイの「リッピングソフト」を譲渡又は電気通信回線を通じて提供していた10人を、不正競争防止法違反で摘発したこと発表した。DVDビデオやブルーレイには、総合的な複製防止の技術的手段が用いられている。今回提供等していた「リッピングソフト」は、この技術的手段を無効化するプログラムである。摘発された10人は、北は北海道から南は沖縄まで、その居住地は文字通り全国に及んだ。

当協会は、昨年1月から本年3月までに、これら10件の事件に関し「リッピングソフト」の鑑定嘱託を受けて延べ153本の「リッピングソフト」の鑑定を行った。

DVDビデオやブルーレイは複製防止の技術的手段が用いられているから普通の方法では複製できない。それにもかかわらず、動画投稿サイトやP2Pでの映像コンテンツの無許諾公衆送信が行われているのは、これらの「リッピングソフト」が提供等されているためであると思われる。それゆえ「リッピングソフト」の提供等を無くすことは、ネット上での著作権侵害を無くし、ネット上での著作物の利用を正常化する上で重要な課題である。

「リッピングソフト」の提供が不正競争防止法違反に問われた事件は、2012年7月に警視庁が出版社を摘発した事件があり、また、2013年に北海道警察本部が摘発した、ネットオークションで譲渡した事件3件がある。今回の一連の事件の中には電気通信回線を通じて提供した初めてのケースが含まれている。

技術的制限手段を無効化する「リッピングソフト」の提供等は、2011年12月1日施行の不正競争防止法改正法で刑事罰の対象とされ、技術的保護手段を回避して複製する「リッピングソフト」の提供等は2012年10月1日施行の著作権法改正法でも刑事罰の対象とされた。

また、「リッピングソフト」を用いてDVDビデオやブルーレイに収録された映像コンテンツを複製することは私的使用目的でも著作権法違反となる。

当協会では、ネット上での著作権侵害防止のための警察の多大なご努力に応えるためにも、「リッピングソフト」の提供等と「リッピングソフト」を用いたDVDビデオ等の複製が違法であることの周知を図り、官民協力してネット上での著作物利用の健全化に努める必要があるとの考えから、この事件を契機として「アンチリッピングキャンペーン」を実施している。詳細については6頁参照。

ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反事件の一斉集中取締りの実施について

全国の38府県警察は、ファイル共有ソフト等を通じた、映画、音楽、アニメ、漫画、ゲーム、ビジネスソフト等の著作権法違反事件について、2015年2月17日から19日までの間に一斉集中取締りを実施した。この一斉集中取締りでは、全国で133箇所を捜索し、40人を検挙した（2月20日午後9時現在）。

同事件に関し、当協会がかかわった事件概要は以下の表のとおりとなっている。

ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反の一斉集中取締りは、2009年に初めて実施されてから今回で6回目。同種事犯の効果的な取締りが今後も全国規模で継続され、また一層推進されることが期待されている。

ファイル共有ソフト等を使用した著作権法違反事件の一斉集中取締りの実施について事件概要（JVA関連）

	警察(所轄)	被疑者			事件概要	
		住所	性別	年齢	ソフト等	コンテンツ種別
1	愛知県警察(中村警察署)	神奈川県横浜市	男性	51	Share	アニメーション
2	香川県警察(観音寺警察署)	愛媛県松山市	男性	40	Perfect Dark	テレビドラマ
3	鹿児島県警(鹿屋警察署)	鹿児島県鹿屋市	男性	34	Share	アニメーション
4	群馬県警察(桐生警察署)	北海道札幌市	男性	45	Share	アニメーション
5	滋賀県警察(近江八幡警察署)	兵庫県神戸市	男性	37	Share	アニメーション

沖縄の無許諾レンタル店から1,907枚の海賊版を回収

2014年12月から2015年2月は1都2府19県の237店につき調査・折衝を行った。廃業していたのが169店、実質的に営業していたのは68店だった。このうち、海賊版所持が1店、セル用商品のレンタル転用が17店確認された。

海賊版を所有していたのは沖縄県の無許諾店で、『閉店につきDVD特売1枚300円』の張り紙があり、店内を調査したところ陳列されていたDVDの中に海賊版が数多く散見された。同店の経営者は過去に摘発されたことのある男であることが判明。店舗に現れた同人は、即刻、店を

閉め調査に協力、すべての海賊版を任意提出し誓約書にサインすることに同意した。海賊版は1,907枚にのぼった。

2014年12月～2015年2月 実地調査による調査実績

調査店	237店
営業店数	68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 17件
海賊版確認数	1,907枚
違法行為確認率	26%

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	
群馬県	4		31				1
埼玉県	2		13				
東京都			8				
神奈川県			68				
山梨県	2		3				
岐阜県	2						2
三重県		1					
滋賀県	7	1	2				
大阪府	5	1	9				3
京都府	4	1	3				1
兵庫県	2						1
奈良県			1				
岡山県	4		9				
広島県	4		2				2
山口県	1	1					1
愛媛県	1						1
高知県	1		1				1
長崎県	7		8				
熊本県	7	1	5				2
鹿児島県	2		1				1
沖縄県	6	1	5	1	1,907	1,907	1
合計	61	7	169	1	1,907	1,907	17

eメディア部会

第8回eメディアセミナー開催報告

eメディア部会では、2015年1月19日に第8回定例セミナーを開催した。参加者は40名。

今回はOoyala Japanカンントリーマネージャー／セールスディレクター（当時）の磯崎順信氏をお迎えし、「オンラインビデオ 現状と将来」をテーマにご講演いただいた。

Ooyalaはデジタルビデオ配信のプラットフォームを提供する会社であると共に、コンテンツホルダーが所有するコンテンツ資産の収益性を最大化することができるような管理・分析プラットフォームを提供、そのビッグ・データを基に視聴動向の調査・分析を世界規模で行っている。このOoyalaが持つ豊富なデータに基づき、日本と世界のオンラインビデオ配信の現状と将来についてお話をうかがうことができた。

更に、同社シニア・セールス・エンジニアの福田敦氏からは、実際にOoyalaが提供するビデオ視聴分析ツール画面を用いて、配信コンテンツの視聴動向データをどのように収集し、管理、分析することができるかを解説いただいた。

お知らせ

第39回JVA懇親ゴルフコンペ開催のご案内

毎年恒例の「JVA懇親ゴルフコンペ」を下記のとおり実施いたします。会員の皆様ゴルフを通して益々交流を図っていただきたく、下記要領で開催いたします。

日 時 2015年4月22日（水）
8時00分 アウト・インコース同時スタート
場 所 ゴルフ倶楽部 成田ハイツリー
〒289-2303
千葉県香取郡多古町大門659番地
<http://www.hightree.co.jp/>
TEL 0479-75-1141

競技方法 18ホールストロークプレー
※HDCP は新ベリア方式(各ホール ダブルパーカット 上限36) により決定。

ご参加申し込みの皆様には、集合時間、スタート時間、組合せ表等の詳細を決定次第ご連絡いたします。不明な点などありましたら、管理部（伊藤）までお問い合わせ下さい。（e-mail: ito@jva-net.or.jp TEL 03-3542-4433）

定時総会開催報告

不正商品対策協議会の第30期(2015年度)定時総会は、3月25日(水)17時30分より、大手町サンケイプラザにおいて開催された。

桐畑敏春代表幹事(JVA会長)の議事進行により、次の(1)から(3)の議案が諮られ、原案どおり全会一致で承認された。

(1) 2014年度事業報告及び2014年度決算報告承認の件

2014年度は、警察庁の支援のもと関係省庁、関係団体と連携して、知的財産の保護と不正商品の排除に係わる次のような各種事業を積極的に展開した。第28回広報・啓発キャンペーン「ほんと?ホント!フェア」を11月に東京・秋葉原にて開催するとともに、第3回となる「著作権を守ろう!ポスターコンクール」を実施し、その表彰式を当フェアにて行った。また、11回目となる知的財産保護に関する啓発ポスター及びリーフレット制作配布した。以上のように、広報啓発活動として18行事を実施した。

(2) 役員改選の件

役員の変更が行われ代表幹事には引き続き、日本映像ソフト協会の桐畑敏春会長、副代表幹事には日本音楽著作権

協会菅原瑞夫理事長、日本レコード協会齊藤正明会長が再任された。

(3) 2015年度事業計画及び2015年度収支予算承認の件

2015年度の計画としては、第29回広報・啓発キャンペーンを企画する。また、啓発ポスター&リーフレットを製作・配布し、広く国民に対して、知的財産の保護に関する広報・啓発活動を推進する。調査研究活動についても昨年と同様に力を入れることとされた。(執筆:ACA事務局)



「第11回 日本橋ストリートフェスタ」にブースを出展

不正商品対策協議会は、3月21日(土・祝)に大阪市の日本橋で開催された「第11回 日本橋ストリートフェスタ(NSF)」に同イベント主催者の日本橋ストリートフェスタ実行委員会と共催でブースを出展した。当日は晴天に恵まれ、25万人もの来場者で会場は大いに盛り上がった。

同フェスタの概要は以下のとおり。

- 主催:日本橋ストリートフェスタ実行委員会(大阪市/でんでんタウン協栄会/日本橋筋商店街振興組合)
- 日時:2015年3月21日(土・祝)11:00~17:00
- 場所:大阪市浪速区日本橋筋商店街(歩行者天国)
当協議会と日本橋ストリートフェスタ実行委員会の共催

ブースでは、「許さない!偽ブランド・海賊版・違法ダウンロード PRブース」と題して、インターネットの普及に伴い、より身近で深刻化する不正商品の撲滅を若年層の消費者に訴えることをねらいとした。このブースでは、NSF2015公式キャラクターの"まつり"ちゃんオリジナル衣装のコスプレイヤーによる「不正商品買いま宣言!」記念撮影コーナーを設置したほか、まつりちゃんの限定クリアファイルと「STOP! ネットでの知的財産権侵害リーフレット」を配布し、不正商品を購入しないように呼びかけた。また本物と偽物の見分けクイズなども行った。同ブースへの来場者は約3,000名だった。(執筆:ACA事務局)



CODAの「周辺対策」活動について

今日ではコンテンツを含むあらゆる情報がインターネットを通じて世界中で流通し、著作権を侵害するコンテンツもその例外ではない。侵害コンテンツの情報は、国境や言語の壁をいとも簡単に越え瞬時に拡散する。まさにボーダーレスである。これら侵害に取るべき対策は国や地域によって異なる現在、侵害行為者や侵害物に対する「直接対策」は困難を極めている。

そこでCODAでは2014年度より、総合的に著作権侵害に対処すべく、直接対策と並行し、国内でも対処できる以下のような「周辺対策」を本格始動した。

今後は他の権利者団体や関連団体などと連携し、この周辺対策を、より体系的、総合的に発展させていきたいと考えている。

①侵害サイトのフィルタリング

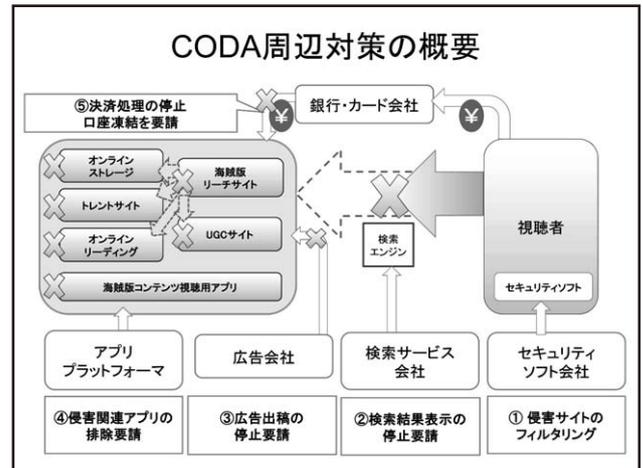
日本国内でサービスを提供する複数の情報セキュリティ関連企業の協力を得て、セキュリティソフト等を通じ、利用者への注意喚起を実施する取り組みを2013年12月に開始した。これは、海外から日本の消費者に向けた悪質な海賊版販売サイト等を対象に、日本からのアクセスを抑止するものである。CODAが把握した海外の著作権侵害サイトの情報を情報セキュリティ関連企業と共有し、セキュリティソフト・サービスの利用者がこれらの侵害サイトへアクセスを試みると、アクセスのブロックや注意喚起のメッセージがパソコン画面に表示されるなどする。

②検索結果表示の停止要請

2014年11月中旬、CODAはGoogleが提供するTrusted Copyright Removal Program for Web Search (TCRP) パートナーとして承認を得た。TCRPとは、Googleの削除ウェブフォームの申請要件等を容易にするプログラムであり、権利者により明らかに著作権侵害が確認されたURLについて、検索結果への表示停止（削除）申請を大量かつ迅速に行うことができるようになった。申請が承認されると当該URLは、速やかにGoogleの検索結果から表示されなくなり、同検索を通じてのアクセスは不可能となる。検索が停止されるページは、当該コンテンツの個別ページに限定されるが、これからは大量に停止申請を行うことで、結果的に権利侵害を行っているウェブサイト自体の検索結果ランキングを下げることも可能となる。今後はGoogle以外の検索サービス会社についても同様の協力を求めていく。

③広告出稿の停止要請

広告関連団体や大手広告出稿者などを対象に広告の出稿停止の要請をはじめた。今日の侵害サイトのほとんどは、魅力ある人気コンテンツを無許諾・無償で掲載し、自分のウェブサイトへのアクセスを集中させ広告掲載料を稼ぐ方法で暴利を得ている。そのため、この資金の流



れを絶つことが重要となってくる。しかし現実には、侵害サイトの中に表示される広告を目視で確認し、その広告主に対し出稿停止を一つ一つ要請する現状は決して効率的とは言えない。今後はより多くの権利者と広告主との間で迅速に情報共有できる仕組みを検討し対策を講じていく必要がある。

④侵害関連アプリの排除要請

現在、急激に利用者を増やしているスマートフォンやタブレットを通じたコンテンツの視聴には、しばしば「アプリ」と呼ばれるソフトウェアが利用されている。そしてこのアプリのなかには侵害サイトへのアクセスを容易にするものも多い。そのため、まずは実態調査を行ったところ、音楽や映像の場合には他の場所で違法アップされているコンテンツをストリーミングにより無償で視聴させる機能のアプリが主流である。そして、その主な収益源は広告の掲載料となっている。アプリの提供窓口であるiTunesやGoogle Playなどに対して、アプリの削除を要請していくことや、広告出稿者に対して広告停止を要請するなどの対策を講じていく。

⑤決済処理の停止・口座凍結を要請

これは上記①と同様に、海外から日本の消費者に向けた海賊版販売サイトを対象として、海賊版購入代金の振込先となる国内の銀行口座について各金融機関等に凍結要請を行っている。いずれの銀行も「犯罪収益移転防止法」を遵守することに心血を注いでおり、権利者の被害を根拠にしたCODAの申し入れに対し、これまでに数多くの口座が凍結されている。広告出稿停止要請と同じく侵害者の資金源を絶つことが最も効果的であり、継続的な取り組みが求められている。

（執筆：CODA事務局）



(株)バップ 藤山純二郎氏からのご紹介

●清水 隆浩 氏 (株式会社ポニーキャニオン 総務人事部 広報グループ マネージャー)

「幸運にも追加当選!」

40代になってから持病の腰に負担がかからないように、寒い時期になると痩せる為走る事にしています。子供の頃から中・長距離は得意で学校代表になったりもしていたので走る事自体は嫌いではないのですが、ただ走るだけというのは意外に辛く、性格的には何か目標を持たないと全く走るモチベーションが湧いてきません。そこで「大会に出場して完走する」という目的を敢えて作って、ここ数年はフルマラソンにエントリーしています。

「なぜフルマラソンなの?」とよく聞かれます。それは練習した成果がある程度出る事と、日常生活で3~4時間も走り続けるという事は無い為、体に痛みなどの異変が生じるので必ず完走出来るという保証がないからです。これが醍醐味で、達成感につながるのだと思います。

数年前初めて東京マラソンにエントリーしたら、約10倍の倍率だったのに当選。幸運にも車が走らない東京の都心を走る事が出来ました。その後は今年も含めて外れ続きです。昨今のランニングブームで、私が出場したい大会は倍率も高くなかなか抽選が当たりません。今回が新生第1回目になる3月15日の横浜マラソンも9月に抽選で外れました。あきらめて、先着順で出場出来る青梅マラソン(30km)や板橋Cityマラソンにでもエントリーしてみようかなと思っていた矢先、10月に突然追加当選のメールが届きました。半信半疑でしたが、キャンセルしていただいた当選者の方には本当に感謝しています。

さて、私がランニングをする場所は会社近くの皇居周回か自宅近くの駒沢公園です。本番で完走(歩かない)する為に、自分の中で心掛けています。1. 一定のリズムで10km以上は必ず走る。2. 走りたくない日は無理して走らない。3. 信号等で止まってしまうと休む癖がつくので走り始めたら絶対に止まらない。

4. 音楽は苦しい時に自分を鼓舞出来るような邦楽を聴く。5. 怪我をしないようにランニング前後にストレッチを充分やる。いずれにしても、その日の体と会話しながら走っています。

練習をしていると、男女問わず朝だろうが夜中だろうが本当に走っている人が多いのにびっくりします。それと同時にランニングウェアの華やかでお洒落な事。ファッションからジョギングを始める人が多いのも頷けます。

以前マラソン経験が無い友人に、東京マラソンを完走してサブ4(一般ランナーは4時間切りを目標にするそうです)を達成した事を熱心に話しました。その友人とは2年前、板橋Cityマラソンと一緒に参加して、お互い3時間55分で完走しました。しかし、その友人はその後月平均200kmを走り込み、走り始めてたった3年で自己記録を3時間36分に短縮し、かなりレベルの高い一般ランナーになってしまいました。距離に換算したら私の4km先を走っている事になります。また一緒のマラソン大会に出ようと言っていたのですが、残念なことに昨年末に家庭の事情で郷里の北海道函館に生活の拠点を移してしまいました。今回は横浜市に住んでいたのに抽選に外れた彼の分も楽しんで横浜の街を走りたいと思います。ドラマ『あぶない刑事』でよく観た中華街や山下公園、関内等横浜の観光名所はもちろん、20km地点からは首都高速を10kmも走る珍しいコースです。

目標設定タイムは3時間45分。12月からの練習で右膝の痛みはひかないし、腰は脊柱管狭窄症でいつ痛くなるかわからない爆弾を抱えての挑戦ですが、いつかマラソン大会で友人と再会した時に遅れないためにも達成したいと思います。この号が発行される時にはすでに終わっているのですが、結果がどうなっているのか?今から楽しみです。

▼日誌に見る協会の動き

【1月】

- 5日 仕事始め
- 7日 新年賀詞交歓会(於 アルカディア市ヶ谷)
- 13日 関西地区連絡協議会新年賀詞交歓会
- 14日 中部地区連絡協議会新年賀詞交歓会
- 19日 eメディア部会定例セミナー
- 28日 社員研修委員会
業務使用対策委員会
- 29日 業務部会幹事会
- 30日 不正商品対策協議会企画広報部会
「アンチリッピングキャンペーン」業者プレゼン

【2月】

- 2日 広報委員会
- 3日 定例理事会
- 4日 マーケティング委員会
- 6日 著作権部会
- 10日 総合連絡委員会
- 13日 業務使用対策委員会
- 17日 eライセンスとの協議
- 19日 文化庁文化審議会国際小委員会出席
- 25日 JASRACとの協議
消費者委員会
- 26日 ユーザー動向調査についてのDEG合同会議
業務部会幹事会

【3月】

- 2日 不正商品対策協議会 企画広報部会
- 3日 定例理事会
法制度委員会
- 6日 著作権部会
権利者団体対応委員会
- 10日 総合連絡委員会
- 13日 2014年統計調査結果についての記者発表会
業務使用対策委員会
- 16日 ユーザー動向調査についてのDEG合同会議
- 17日 マレーシア知財公社幹部来協
- 19日 eメディア部会運営委員会
- 25日 不正商品対策協議会定時総会
(於サンケイプラザ)
- 26日 業務部会幹事会

統計

2014年12月度

	12月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1月～12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	8,807	59.6%	70.8%	3,637	58.6%	87.1%	620	99.2%	増減 10社 20社 その他 3社	80,243	58.4%	81.0%	29,767	52.4%	90.0%	6,105	103.3%	
レンタル店用	5,924	40.1%	108.0%	2,545	41.0%	103.3%	456	70.6%		56,334	41.0%	89.9%	26,739	47.1%	93.3%	5,569	84.7%	
業務用	49	0.3%	65.3%	21	0.3%	42.2%	24	126.3%		821	0.6%	88.2%	288	0.5%	71.9%	361	129.4%	
DVDビデオ	14,780	59.3%	82.1%	6,203	74.2%	92.7%	1,100	85.3%		137,398	60.0%	84.5%	56,794	73.1%	91.4%	12,035	94.3%	
販売用	9,678	95.6%	86.0%	1,895	88.1%	86.7%	383	105.2%		増減 15社 14社 その他 4社	86,912	95.1%	103.3%	18,856	90.2%	109.4%	3,403	110.5%
レンタル店用	446	4.4%	100.9%	256	11.9%	127.2%	23	62.2%			4,450	4.9%	101.7%	2,029	9.7%	106.0%	309	72.7%
業務用	2	0.0%	40.0%	1	0.0%	60.1%	0	0.0%			55	0.1%	51.4%	15	0.1%	43.2%	6	40.0%
ブルーレイ	10,126	40.7%	86.6%	2,152	25.8%	90.1%	406	100.0%			91,417	40.0%	103.2%	20,900	26.9%	108.9%	3,718	105.6%
合計	24,906	100.0%	83.9%	8,355	100.0%	92.0%	1,506	88.8%			228,815	100.0%	91.1%	77,694	100.0%	95.5%	15,753	96.7%

◎今月の売上報告社数……32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
◎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、2014年上半期調査の数字を用いている。

※累計数字は速報値のため、2014年の報告 (Vol.79) の確定値と誤差がある点に注意

2015年1月度

	1月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1月～1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	4,658	54.3%	71.5%	1,502	44.1%	82.8%	346	79.7%	増減 12社 18社 その他 2社	4,658	54.3%	71.5%	1,502	44.1%	82.8%	346	79.7%	
レンタル店用	3,829	44.7%	79.2%	1,870	54.9%	93.8%	393	83.3%		3,829	44.7%	79.2%	1,870	54.9%	93.8%	393	83.3%	
業務用	85	1.0%	114.9%	34	1.0%	206.8%	43	91.5%		85	1.0%	114.9%	34	1.0%	206.8%	43	91.5%	
DVDビデオ	8,572	59.0%	75.0%	3,406	71.6%	89.1%	782	82.1%		8,572	59.0%	75.0%	3,406	71.6%	89.1%	782	82.1%	
販売用	5,638	94.7%	115.2%	1,146	84.9%	117.1%	212	111.6%		増減 12社 15社 5社	5,638	94.7%	115.2%	1,146	84.9%	117.1%	212	111.6%
レンタル店用	261	4.4%	71.9%	194	14.3%	155.3%	13	26.0%			261	4.4%	71.9%	194	14.3%	155.3%	13	26.0%
業務用	56	0.9%	800.0%	11	0.8%	474.6%	0	-			56	0.9%	800.0%	11	0.8%	474.6%	0	-
ブルーレイ	5,955	41.0%	113.1%	1,350	28.4%	122.1%	225	93.8%			5,955	41.0%	113.1%	1,350	28.4%	122.1%	225	93.8%
合計	14,527	100.0%	87.1%	4,755	100.0%	96.5%	1,007	84.4%			14,527	100.0%	87.1%	4,755	100.0%	96.5%	1,007	84.4%

◎今月の売上報告社数……32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
◎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。

2015年2月度

	2月実績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1月～2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	7,826	67.0%	130.8%	2,125	48.4%	93.4%	466	121.7%	増減 14社 14社 2社	12,484	61.6%	99.9%	3,627	46.5%	88.7%	812	99.4%	
レンタル店用	3,785	32.4%	85.9%	2,179	49.6%	97.2%	440	85.3%		7,614	37.6%	82.4%	4,049	51.9%	95.6%	833	84.3%	
業務用	67	0.6%	82.7%	87	2.0%	292.2%	34	106.3%		152	0.8%	98.1%	121	1.5%	261.7%	77	97.5%	
DVDビデオ	11,678	60.3%	111.5%	4,391	75.3%	96.5%	940	101.0%		20,250	59.7%	92.5%	7,796	73.7%	93.1%	1,722	91.4%	
販売用	7,379	95.8%	124.5%	1,328	92.2%	116.1%	209	100.5%		増減 17社 9社 4社	13,017	95.3%	120.3%	2,473	88.7%	116.6%	421	105.8%
レンタル店用	295	3.8%	92.7%	106	7.3%	80.3%	25	166.7%			556	4.1%	81.6%	299	10.7%	116.7%	38	58.5%
業務用	28	0.4%	280.0%	6	0.4%	242.0%	0	-			84	0.6%	494.1%	16	0.6%	354.5%	0	-
ブルーレイ	7,702	39.7%	123.1%	1,439	24.7%	112.6%	234	104.9%			13,657	40.3%	118.5%	2,789	26.3%	117.0%	459	99.1%
合計	19,380	100.0%	115.8%	5,830	100.0%	100.1%	1,174	101.7%			33,907	100.0%	101.5%	10,585	100.0%	98.4%	2,181	92.9%

◎今月の売上報告社数……30社(*前年同月の報告社数:32社) 無回答社……4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。

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2015年4月1日現在

■ 正会員(33社)

アスミック・エース(株)
(株)アニプレックス
(株)アミューズ
ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)
エイベックス・ピクチャーズ(株)
(株)エスピーオー
(株)NHK エンタープライズ
NBCユニバーサル・エンターテイメントジャパン(同)
(株)KADOKAWA
ギャガ(株)
キングレコード(株)
(株)JVC ケンウッド・ピクチャーエンタテインメント
(株)小学館
(株)ショウゲート
松竹(株)
(株)ソニー・ピクチャー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(同)
バンダイビジュアル(株)
(株)ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)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(株)

■ 協賛会員(20社)

(株)一丸堂印刷所
(株)IMAGICA
エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ(株)
カルチャー・エンタテインメント(株)
(株)キュー・テック
(株)金羊社
(株)ケンメディア
(株)JVC ケンウッド・クリエイティブメディア
(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(株)
日本レコードセンター(株)
(株)富士フィ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)