

JVA REPORT

10

'16 OCTOBER
NO.178

MAIN REPORTS

- 市場活性化キャンペーン
『11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!』
経過報告
- 2016年上半期統計調査結果について

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



市場活性化キャンペーン経過報告	2
第357回臨時理事会、臨時総会および第358回定例理事会開催報告	4
2016年度上半期統計調査結果について	5
第3回JVA秋の懇親会開催報告	8
権利者団体対応委員会と権利者団体との交渉状況について	8
違法対策委員会開催報告	9
不正商品対策協議会	9
コンテンツ海外流通促進機構	10
主要各国の映画、ビデオソフト、映像配信市場のデータ	11
リレーエッセイ ⑫⑪	13
日誌に見る協会の動き	13
月間売上統計（7月、8月）	14

<http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>



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？

アンチリッピングキャンペーン DVDのリッピングは違法です！

市場活性化キャンペーン 「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!」経過報告

8月23日（火）午後4時30分より、東宝㈱の役員会議室において第357回臨時理事会が開催され、本キャンペーンの実施内容について承認されたことを受け、翌8月24日（水）午前11時から当協会会議室において会員社全社を対象としたキャンペーン説明会を開催した。また、同日の午後には、同会議室において、セルアカウント企業、およびセルの卸業者の方にお集まりいただき、本キャンペーンの説明会を開催したほか、業界誌記者に対し本キャンペーンについての記者発表会を開催した。さらに、9月6日（火）午後2時から臨時総会を開催し、本キャンペーンについての予算措置に関連して2016年度収支予算書変更の件が承認された。（4ページ参照）

前号の報告以降、本原稿執筆の段階（9/23）までに進行しているキャンペーン実施内容についての状況を下のようにとまとめた。

I. 記念日の制定と告知について

1996年11月にDVDが発売されて今年で20年、2006年11月にブルーレイが発売されて今年で10年。毎年祝日で休日となる11月3日に、ゆっくり家でビデオを楽しんでほしいとの意図から、11月3日を「ビデオの日」として制定するため、一般社団法人日本記念日協会に記念日の登録申請を行い、10月1日付で正式登録された。

記念日のネーミングは「11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ!」とし、キャンペーンキービジュアルをデザインしたほか、「ビいくん」をキャンペーンキャラクターとした。

キャンペーンキャラクター



これらを広く一般に浸透させていくため、「ビいくん」をフィーチャーした15秒のキャンペーン告知動画を制作し、会員各社が10月1日以降リリースするレンタル用商品の冒頭にトレーラーとして挿入されるほか、10月下旬から11月3日までの期間、主要7大都市を含む映画館において「11月3日はビデオの日」を告知するためのシネアドとして上映される予定。

さらに「ビデオの日」を告知するために、10月1日以

降発行される会員各社が制作する宣材物にもキャンペーンキービジュアルを挿入していくほか（宣材物の挿入に限り「11月3日はビデオの日」の前に「毎年」を加え、「毎年、11月3日はビデオの日」としている。）、会員各社のホームページにキャンペーンバナーを掲出し、10月1日に開設される本キャンペーンWebサイトへリンクを張ってユーザーの誘導を図っていくこととしている。

II. ビデオで観るべき100選の選出と告知について

ビデオレンタル店やセル店においてキャンペーン展開のツールとして利用できるよう過去作を含めビデオで観てほしい100タイトルを選出することとした。選出にあたっては第三者の公正な視点から選ばれるよう日経BP社『日経エンタテインメント!』誌の編集部に依頼をし、『ビデオで観るべき100選』を選出した（3、4ページ参照）。同誌には、本キャンペーンのターゲット層である30代後半から50代の読者を多く持つことから選者をお願いした。

この『100選』は、10月4日発売の『日経エンタテインメント!』紙上に6ページの特集記事として掲載されたほか、日経BP社運営のWebサイト『TRENDY NET』においても配信される。また、キャンペーンターゲット層の30代後半～50代で映画に興味のある層が多く訪れる“映画館”において配布される『シネコンウォーカー』（10/8発行）『イオンENTERTAINMENT MAGAZINE』（10/8発行）『TOHO CINEMAS MAGAZINE』（10/14発行）にも掲載された。

III. レンタル店、セル店での展開について

本キャンペーンの目的は、ビデオの楽しさ、魅力をユーザーに強く訴えかけ、離れてしまったユーザーにもう一度レンタル店、セル店に戻ってきてもらい、売上につなげていくことである。そのため、最も重要とされるのは、ユーザーとのタッチポイントである“ショップ”での展開となる。

そのため、このキャンペーンを主催する「ビデオの日」実行委員会に、ビデオレンタル店の組合であるCDVJ（日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合）にご参画いただき、本キャンペーンを一緒に推進していくこととなった。CDVJには、「GEO」「TSUTAYA」を含む大手チェーン店も加盟しており、キャンペーン参加のレンタル店では11月3日に全国統一施策を実施する予定で、全国規模のテレビコマーシャル放映など告知対策に取り組み中となっている。レンタルショップにおける全国規模での統一企画は業界発足以来初めての

試みであり、レンタルショップサイドにおいても、このキャンペーンにかけける意気込みが伝わってくる。

また、セル店においては、ネット販売企業をはじめ、全国有名CDショップなども、このキャンペーンへの参加を表明されており、それぞれ独自の販促キャンペーン施策を展開する予定となっている。9月23日現在、キャンペーンへの参加を表明されているセルの企業は以下のとおり。

アマゾンジャパン(同)、(株)山野楽器、(株)ローソンHMVエンタテインメント、(株)楽天(楽天ブックス)、(株)セブンネットショッピング、上新電機(株)、(株)ヨドバシカメラ、(株)イケヤ、タワーレコード(株)、(株)TSUTAYA、(株)勝木書店、中田図書販売(株)、(株)三洋堂書店、(株)DMM.com、(株)玉光堂、(株)ヤマダ電機、TOHOシネマズ(株)、イオンエンターテイメント(株)、(株)ダイレクト・ショップ、(株)音光、(株)ワンダーコーポレーション、(株)ヤマダ電機、(株)エディオン

JVAでも、こういったレンタル、セルのリアルショップの方々の販促展開の一助となるよう、棚づくりのPOPデザインや、100選作品のリスト、ジャケット写真、作品コメントなどをダウンロードして取り出せるようにしている。これには、キネマ旬報社に全面的にご協力いただき、同社が運営する『KINEJUN INSIDER WEB』を利用し、9月2日から順次ダウンロード可能となっている。

また、レンタル、セルのショップにおけるキャンペーン施策内容については、本キャンペーンWebサイトでも随時発信していくほか、前述の劇場配布の3誌の他、『ザ・テレビジョン』(10/19発行)、『DVD&ブルーレイでーた』(10/20発行)や『キネマ旬報』(10/20発行)でも告知を行う。

IV. 劇場におけるビデオ販売の展開について

キャンペーンターゲットである30代後半から50代の層が多く来場する映画館(劇場)を、ビデオソフトとユーザーとのタッチポイントにしようとの目的で、劇場ロビーにビデオの販売コーナーを設けようと企画している。ビデオソ

フトの卸事業者にもご協力いただき、TOHOシネマズ、ユナイテッドシネマズ、イオンシネマズ、松竹マルチプレックスシアターズなどの劇場において、「11月3日はビデオの日」を冠したビデオの販売コーナーを設置することとなった。11月3日を中心とした期間に販促展開を図っていくほか、年間を通じて、劇場でのビデオ販売箇所を増やしていくことを目指している。

V. 記念日告知のメディア向けイベントについて

11月3日が「ビデオの日」であることを広く消費者にアピールし、この日にレンタルショップや、セル店で行われる販促キャンペーンを広く告知するため、2日前の11月1日(火)午後1時30分から、飯田橋の「神楽座」において記念日告知イベントを開催する。当日は、スポーツ紙、情報バラエティーを中心としたテレビ関係者、一般紙、業界紙などの記者に集まってもらい、「11月3日はビデオの日」の大々的な露出を狙う。アンバサダーにはタレントの中川翔子さんを迎えることが決定し、『ビデオで観るべき100選』の選者、『日経エンタテインメント!』の元編集長の品田英雄氏と、『100選』を中心にビデオにまつわるトークセッションを行うほか、キャンペーンキャラクターの「ビいくん」や「ゴジラ」、「貞子」、「羊のショーン」といったキャラクターを登場させ、ショーの盛り上げを図る企画を考えている。次号において、当日のレポートを報告予定。

VI. 東京国際映画祭とのコラボ企画について

本年10月25日から11月3日の期間、第29回の東京国際映画祭が六本木を中心とした箇所で開催される。『「11月3日はビデオの日」×東京国際映画祭 ベストヒット'80s』と題し、映画祭とのコラボ企画として、『ビデオで観るべき100選』の中から5作品が選ばれ、六本木アリーナにおいて上映会が開催される。上映作品は『ゴーストバスターズ』『トップガン』『愛と青春の旅だち』『フラッシュダンス』『スタンド・バイ・ミー』。



周りを気にせず思いきり泣きたい	楽曲とともに青春の80年代に浸る
エターナル・サンシャイン	スタンド・バイ・ミー
カサブランカ	トップガン
きみに読む物語	フラッシュダンス
シザー・ハンズ	ゴーストバスターズ
ショーシャンクの空に	愛と青春の旅だち
ニュー・シネマ・パラダイス	フットルース
陽のあたる教室	ビバリーヒルズ・コップ
Love Letter	私をスキーに連れてって
レオン	蒲田行進曲
ローマの休日	セーラー服と機関銃

映像と音楽をみんなで楽しむ	特典やディレクターズカットを楽しむ	シリーズ作を一気に観たい	忘れ得ぬテレビドラマ
アマデウス	カブリコン・1	踊る大捜査線	探偵物語
アメリカン・グラフィティ	(500)日のサマー	仁義なき戦い	男女7人夏物語
オペラ座の怪人	インセプション	スター・ウォーズ	北の国から
天使にラブソングを…	ドライブ	スパイダーマン	東京ラブストーリー
プエナ★ビスタ★ソシアル★クラブ	ドリームガールズ	ターミネーター	JIN-仁-
ブルース・ブラザーズ	未知との遭遇	バック・トゥ・ザ・フューチャー	ルーツ
ボディーガード	アヒルと鴨のコインロッカー	ロード・オブ・ザ・リング	ツイン・ピークス
ムトゥ 踊るマハラジャ	桐島、部活やめるってよ	猿の惑星	アロー my love
レ・ミゼラブル	セブン	マッドマックス	Xファイル
愛と哀しみのボレロ	ハッピーフライト	インディ・ジョーンズ	CSI:科学捜査班

家族と一緒に学び、語りたい実話映画	スポーツから宇宙まで…真実を抉り出すドキュメンタリー	アニメの世界に家族と旅立つ	音楽&お笑い…何度も観返したいカリスマのワザ
アポロ13	東京オリンピック	AKIRA	ザ・ビートルズ1
硫黄島からの手紙	NHK特集 江夏の21球	STAND BY ME ドラえもん	エルヴィス・オン・ステージ
英国王のスピーチ	アイルトン・セナ ～音速の彼方へ	アナと雪の女王	マイケル・ジャクソン ライブ・イン・ブカレスト
エリン・ブロコビッチ	羽生結弦「覚醒の時」	機動戦士ガンダム	BOφWY 1224
俺たちに明日はない	NHKスペシャル 映像の世紀	映画クレヨンしんちゃん 嵐を呼ぶアッパレ!戦国大合戦	プリンス/サイン・オブ・ザ・タイムズ
キリング・フィールド	ディーブ・ブルー	さらば宇宙戦艦ヤマト 愛の戦士たち	尾崎豊 LIVE CORE 完全版 YUTAKA OZAKI IN TOKYO DOME
最強のふたり	アース	千と千尋の神隠し	ザ・ドリフターズ 8時だよ!全員集合
シンドラーのリスト	宇宙へ。挑戦者たちの栄光と挫折	トイ・ストーリー	オレたちひょうきん族
戦場のピアニスト	不都合な真実	美女と野獣	ダウンタウンのガキの使いやあらへんで!!
炎のランナー	ボウリング・フォー・コロンバイン	ルパン三世 / カリオストロの城	水曜どうでしょう

臨時総会・理事会

第357回臨時理事会、臨時総会および第358回定例理事会開催報告

去る、2016年8月23日（火）午後4時30分から、東宝（株）会議室において、**第357回臨時理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

決議事項

- 第1号議案 市場活性化キャンペーン『11月3日はビデオの日』に関する企画案承認の件・・・承認
 第2号議案 市場活性化キャンペーン『11月3日はビデオの日』に関する予算案承認の件・・・承認
 第3号議案 臨時総会開催承認の件・・・承認

2016年9月6日（火）午後2時より、当協会会議室において**臨時総会**を開催した。正会員社28社出席（議決権行使書提出10社を含む）、以下の決議事項1件が承認された。

決議事項

- 第1号議案 収支予算書変更（案）承認の件・・・承認

上記の臨時理事会にて承認された市場活性化キャンペーンに関する予算を計上し、2016年度収支予算に変更が生じた為、収支予算書変更（案）についての可否を図ったが、異議なく承認された。

また、臨時総会終了後午後2時15分より**第358回定例理事会**を開催した。議事の要旨は次のとおり。

決議事項

- 第1号議案 『2016 楽器フェア』に対する協議名義使用承認の件・・・承認

その他、報告事項は以下のとおり。

- 1.各部会報告について、2.2016年度上半期統計調査報告書について、3.2016年6月・7月ビデオソフト売上速報について、4.2016年6月・7月映像配信統計報告について、5.知財関係報告、6.その他

アンチリッピングキャンペーントレーラー収録作品数

当協会は、アンチリッピングを訴える「サラリーマン山崎シゲル」のオリジナル動画を、2015年9月より会員各社のリリースするレンタル商品にトレーラーとして収録するキャンペーンを実施している。開始より約1年経過した収録状況は下記の通り（作品数を基にカウント）。

参加社数	2015年 9月～12月	2016年 1月～3月	2016年 4月～6月	2016年 7月～9月	合計
17社	192	164	132	149	637

2016 年上半期統計調査結果について

～ビデオソフト総売上金額 1,025 億 7,700 万円で前年同期比 100.6%～

マーケット調査委員会（森口和則委員長 松竹（株））は、2016年上半期の統計調査結果をまとめ、9月16日（金）午前11時から当協会会議室にて開催された記者発表会において、その結果を発表した。調査結果の概要は以下のとおり。

なお、本調査結果は「統計調査報告書Vol.82」として冊子にまとめられ、JVA会員社等に配布されたほか、当協会ホームページ内の「最新情報」においても抜粋を掲載している。

<2016年上半期（1月～6月）の実績について>

※今期調査より、雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの売上を「特殊ルート」として調査の対象に含むこととした。

※今期よりULTRA HD Blu-rayを調査の対象としているが、当分の間、その実績はブルーレイの売上に含んで報告することとした。

1. 今期のビデオソフトの総売上金額は1,025億7,700万円で前年同期比100.6%となった。

上半期実績が前年同期を上回ったのは2011年以来5年ぶりとなった。

そのうち、DVDビデオは587億5,500万円で前年同期比98.0%、ブルーレイは438億2,200万円で同104.3%となり、DVDビデオの低下をブルーレイの売上がカバーすることとなった。売上金額に占めるDVDビデオとブルーレイの割合は57.3対42.7となった。売上数量においては、DVDビデオの前年同期比が109.7%、ブルーレイが同103.1%で両方とも前年同期を大きく上回った。（表1）

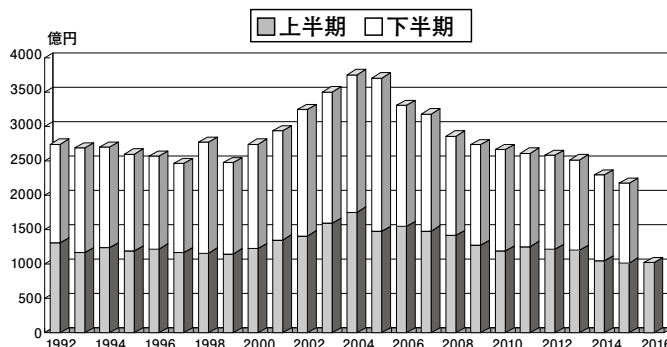
2. ビデオソフト全体（DVDビデオとブルーレイの合計）の売上金額を販売用、レンタル店用の市場別にみると、販売用が780億2,500万円で前年同期比103.1%と伸長したが、レンタル店用が230億8,200万円で同89.9%と前年同期を割り込んだ。今回新たに調査対象に加えた特殊ルートの売上金額は6億6,500万円となった。販売用、特殊ルート、レンタル店用、業務用の売上金額における割合は、76.1対0.6対22.5対0.8となった。（表4）

3. 販売用全体（DVDビデオとブルーレイの合計）に占めるブルーレイの割合は53.2%となった。DVDビデオの販売用売上金額は364億9,500万円で前年同期比102.5%、ブルーレイの販売用は415億3,000万円で同103.6%と、両フォーマットとも前年同期を上回った。

また、販売用全体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）』で構成比35.7%を占め前年同期比103.6%と伸長し、好調ぶりを堅持している。それに続いて構成比2位となった（構成比28.3%）

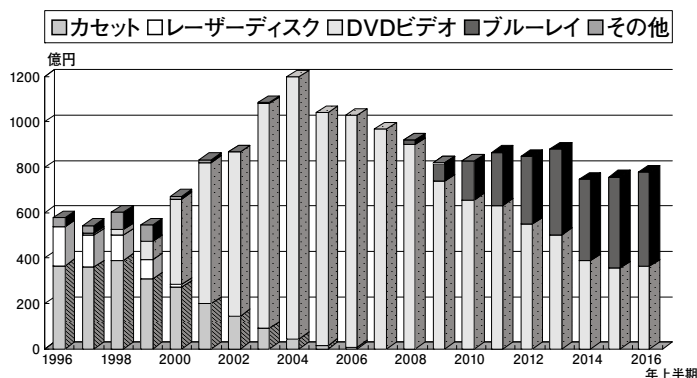
『日本のアニメーション（一般向け）』は同98.7%とわずかに割り込むこととなった。3位（同12.6%）の『洋画（TVドラマを除く）』は同157.3%と二桁の伸長とな

ビデオソフト全体の売上金額の推移



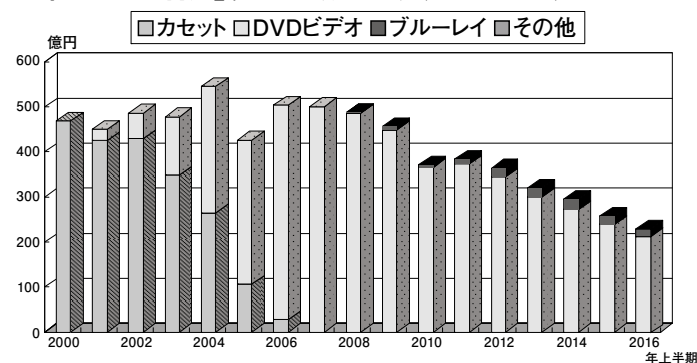
「販売用」売上金額の推移（メディア別）

上半期実績のみの比較



「レンタル店用」売上金額の推移（メディア別）

上半期実績のみの比較



▼表1.ビデオソフトの売上金額と売上数量

	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	58,755	57.3%	98.0%	26,807,185	74.4%	109.7%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	43,822	42.7%	104.3%	9,205,363	25.6%	103.1%
ビデオソフトの総売上	102,577	100.0%	100.6%	36,012,548	100.0%	108.0%

▼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	前年同期比	数量	構成比	前年同期比
販売用（個人向）	36,495	62.1%	102.5%	10,939,078	40.8%	95.5%
特殊ルート	318	0.5%	—	2,059,716	7.7%	—
レンタル店用（個人向）	21,214	36.1%	88.9%	12,973,155	48.4%	102.3%
業務用	728	1.2%	149.8%	835,236	3.1%	284.9%

▼表3.ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む) の流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	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)	41,530	94.8%	103.6%	7,988,508	86.8%	100.8%
特殊ルート	347	0.8%	—	90,295	1.0%	—
レンタル店用(個人向)	1,868	4.3%	104.0%	1,109,668	12.1%	114.5%
業務用	77	0.2%	58.5%	16,892	0.2%	55.6%

▼表4.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	百万円			枚		
	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)	78,025	76.1%	103.1%	18,927,586	52.6%	97.7%
特殊ルート	665	0.6%	—	2,150,011	6.0%	—
レンタル店用(個人向)	23,082	22.5%	89.9%	14,082,823	39.1%	103.1%
業務用	805	0.8%	130.3%	852,128	2.4%	263.3%

▼表5.ビデオソフト全体の販売用ジャンル別

金額	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 (ULTRA HD Blu-rayを含む)	構成比	前年同期比
邦画 (TVドラマを除く)	3,890	5.0%	89.8%	1,985	5.4%	83.1%	1,905	4.6%	97.9%
日本のTVドラマ	2,824	3.6%	82.8%	1,800	4.9%	88.8%	1,024	2.5%	74.0%
洋画 (TVドラマを除く)	9,813	12.6%	157.3%	2,609	7.1%	96.4%	7,204	17.3%	204.0%
海外のTVドラマ	2,400	3.1%	171.9%	1,741	4.8%	156.6%	659	1.6%	232.0%
アジアの映画	181	0.2%	71.0%	117	0.3%	67.6%	64	0.2%	78.0%
アジアのTVドラマ	998	1.3%	88.2%	861	2.4%	93.2%	137	0.3%	66.2%
日本のアニメーション (一般向け)	22,070	28.3%	98.7%	5,388	14.8%	119.8%	16,682	40.2%	93.4%
海外のアニメーション (一般向け)	640	0.8%	30.5%	131	0.4%	59.0%	509	1.2%	27.1%
日本の子供向け (アニメーション)	1,102	1.4%	61.4%	947	2.6%	87.8%	155	0.4%	21.6%
日本の子供向け (アニメーション以外)	1,438	1.8%	180.2%	563	1.5%	140.8%	875	2.1%	219.8%
海外の子供向け (アニメーション)	591	0.8%	209.6%	426	1.2%	154.3%	165	0.4%	2750.0%
海外の子供向け (アニメーション以外)	1	0.0%	100.0%	1	0.0%	100.0%	0	0.0%	－
音楽 (邦楽)	27,890	35.7%	103.6%	16,655	45.6%	102.5%	11,235	27.1%	105.2%
音楽 (洋楽)	410	0.5%	102.8%	287	0.8%	110.4%	123	0.3%	88.5%
ビデオカラオケ	19	0.0%	111.8%	19	0.1%	111.8%	0	0.0%	－
芸能・趣味・教養	2,605	3.3%	87.2%	2,114	5.8%	90.3%	491	1.2%	76.2%
スポーツ	190	0.2%	66.7%	161	0.4%	77.4%	29	0.1%	37.7%
学校教育・企業教育・語学教育	159	0.2%	150.0%	159	0.4%	150.0%	0	0.0%	－
成人娯楽	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	－
その他	804	1.0%	93.3%	531	1.5%	86.2%	273	0.7%	111.0%
計	78,025	100.0%	103.1%	36,495	100.0%	102.5%	41,530	100.0%	103.6%

数量

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 (ULTRA HD Blu-rayを含む)	構成比	前年同期比
邦画 (TVドラマを除く)	1,167,011	6.2%	92.3%	766,003	7.0%	90.2%	401,008	5.0%	96.6%
日本のTVドラマ	329,526	1.7%	106.1%	219,538	2.0%	104.6%	109,988	1.4%	109.2%
洋画 (TVドラマを除く)	4,381,665	23.1%	123.2%	1,871,622	17.1%	84.2%	2,510,043	31.4%	188.1%
海外のTVドラマ	519,783	2.7%	117.8%	455,582	4.2%	114.0%	64,201	0.8%	154.1%
アジアの映画	99,387	0.5%	70.5%	74,254	0.7%	65.4%	25,133	0.3%	91.8%
アジアのTVドラマ	139,524	0.7%	101.8%	127,001	1.2%	104.3%	12,523	0.2%	81.6%
日本のアニメーション (一般向け)	3,860,882	20.4%	93.5%	1,266,075	11.6%	88.4%	2,594,807	32.5%	96.2%
海外のアニメーション (一般向け)	258,332	1.4%	30.8%	72,257	0.7%	46.9%	186,075	2.3%	27.1%
日本の子供向け (アニメーション)	462,714	2.4%	82.3%	430,373	3.9%	95.0%	32,341	0.4%	29.7%
日本の子供向け (アニメーション以外)	300,960	1.6%	157.6%	250,118	2.3%	155.0%	50,842	0.6%	172.0%
海外の子供向け (アニメーション)	400,280	2.1%	168.3%	349,740	3.2%	152.1%	50,540	0.6%	648.0%
海外の子供向け (アニメーション以外)	589	0.0%	104.8%	589	0.0%	104.8%	0	0.0%	－
音楽 (邦楽)	5,781,301	30.5%	92.0%	3,976,774	36.4%	98.6%	1,804,527	22.6%	80.1%
音楽 (洋楽)	101,508	0.5%	88.4%	79,298	0.7%	98.6%	22,210	0.3%	64.5%
ビデオカラオケ	13,759	0.1%	121.8%	13,759	0.1%	121.8%	0	0.0%	－
芸能・趣味・教養	706,522	3.7%	81.7%	613,490	5.6%	84.5%	93,032	1.2%	66.9%
スポーツ	45,764	0.2%	62.3%	41,512	0.4%	66.4%	4,252	0.1%	39.1%
学校教育・企業教育・語学教育	181,385	1.0%	937.7%	181,385	1.7%	937.6%	0	0.0%	0.0%
成人娯楽	122	0.0%	34.3%	122	0.0%	35.9%	0	0.0%	0.0%
その他	176,572	0.9%	88.6%	149,586	1.4%	86.1%	26,986	0.3%	105.7%
計	18,927,586	100.0%	97.7%	10,939,078	100.0%	95.5%	7,988,508	100.0%	100.8%

枚

注)「その他」のジャンルは不明分を含む

り2015年後半から好調ぶりが続いている。

各ジャンルの売上金額におけるブルーレイの割合は、『日本のアニメーション (一般向け)』が75.6%、『洋画 (TVドラマを除く)』は73.4%、『邦画 (TVドラマを除く)』は49.0%、『音楽 (邦楽)』は40.3%となった。(表5)

4. DVDビデオの販売用の売上金額は364億9,500万円で前年同期比102.5%と伸長した。

ジャンル別に見てみると、『音楽 (邦楽)』が構成比45.6%と過半に近いシェア比を占めることとなった。前年同期比102.5%と伸長している。構成比第2位 (14.8%) の『日本のアニメーション (一般向け)』も同119.8%と二桁の伸長となり、この2大ジャンルの好調が全体の伸長に影響した。第3位 (7.1%) の『洋画 (TVドラマを除く)』は同96.4%にとどまった。(表5)

5. ブルーレイの販売用の売上金額は415億3,000万円で前年同期比103.6%と伸長した。

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）』が構成比40.2%を占め第1位となったが前年同期比93.4%と苦戦した。一方、第2位（27.1%）の『音楽（邦楽）』は同105.2%と伸長が続き、第3位（17.3%）の『洋画（TVドラマを除く）』も同204.0%と大きく伸長し、昨年からの上昇傾向が継続している。（表5）

6. レンタル店用全体の総売上金額に占めるDVDビデオとブルーレイの構成比は、91.9対8.1で、相変わらず圧倒的にDVDビデオが占めている。DVDのレンタル店用の売上金額は212億1,400万円で前年同期比88.9%と縮小傾向が続いている。一方のブルーレイは18億6,800万円で同104.0%と前年同期を上回ったが、レンタル店用全体

に影響を与えるまでには至っていない。（表2、表3）

7. 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（20.1%）の『洋画（TVドラマを除く）』が前年同期比91.4%、2位（17.6%）の『邦画（TVドラマを除く）』が同104.7%と伸長したが、第3位（17.4%）の『日本のアニメーション（一般向け）』が同87.7%、4位（14.5%）の『アジアのTVドラマ』も同88.1%と割り込んだ。

売上数量の構成比では、1位は28.3%を占める『アジアのTVドラマ』で、第2位（構成比25.0%）は『洋画（TVドラマを除く）』、第3位（15.6%）は『海外のTVドラマ』となっており、この3つのジャンルではほぼ数量の7割を占める。売上金額と大きく異なるこの傾向は、レベニューシェアリング方式の影響が大きい。（表6）

▼表6.ビデオソフト全体のレンタル店用ジャンル別

金額										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 (ULTRA HD Blu-rayを含む)	構成比	前年同期比		
邦画(TVドラマを除く)	4,211	18.2%	106.0%	3,744	17.6%	104.7%	467	25.0%	117.9%		
日本のTVドラマ	1,373	5.9%	90.7%	1,366	6.4%	90.3%	7	0.4%	700.0%		
洋画(TVドラマを除く)	5,457	23.6%	94.6%	4,270	20.1%	91.4%	1,187	63.5%	108.3%		
海外のTVドラマ	2,470	10.7%	86.2%	2,463	11.6%	86.8%	7	0.4%	26.9%		
アジアの映画	121	0.5%	53.1%	113	0.5%	51.8%	8	0.4%	80.0%		
アジアのTVドラマ	3,078	13.3%	88.1%	3,078	14.5%	88.1%	0	0.0%	—		
日本のアニメーション(一般向け)	3,719	16.1%	86.6%	3,685	17.4%	87.7%	34	1.8%	37.0%		
海外のアニメーション(一般向け)	519	2.2%	67.8%	430	2.0%	71.3%	89	4.8%	54.6%		
日本の子供向け(アニメーション)	562	2.4%	35.0%	562	2.6%	35.1%	0	0.0%	0.0%		
日本の子供向け(アニメーション以外)	285	1.2%	95.3%	284	1.3%	95.3%	1	0.1%	100.0%		
海外の子供向け(アニメーション)	554	2.4%	230.8%	486	2.3%	206.8%	68	3.6%	1360.0%		
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—		
音楽(邦楽)	2	0.0%	10.5%	2	0.0%	12.5%	0	0.0%	0.0%		
音楽(洋楽)	0	0.0%	—	0	0.0%	—	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	712	3.1%	134.1%	712	3.4%	134.1%	0	0.0%	—		
スポーツ	1	0.0%	33.3%	1	0.0%	33.3%	0	0.0%	—		
学校教育・企業教育・語学教育	1	0.0%	50.0%	1	0.0%	50.0%	0	0.0%	—		
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—		
その他	17	0.1%	28.3%	17	0.1%	28.3%	0	0.0%	—		
計	23,082	100.0%	89.9%	21,214	100.0%	88.9%	1,868	100.0%	104.0%		

数量										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 (ULTRA HD Blu-rayを含む)	構成比	前年同期比		
邦画(TVドラマを除く)	1,925,922	13.7%	136.0%	1,732,554	13.4%	136.3%	193,368	17.4%	133.1%		
日本のTVドラマ	512,139	3.6%	101.5%	506,073	3.9%	100.3%	6,066	0.5%	55145.5%		
洋画(TVドラマを除く)	4,069,328	28.9%	120.9%	3,243,383	25.0%	120.8%	825,945	74.4%	121.4%		
海外のTVドラマ	2,035,209	14.5%	114.0%	2,027,694	15.6%	114.1%	7,515	0.7%	97.8%		
アジアの映画	181,654	1.3%	76.1%	167,880	1.3%	74.0%	13,774	1.2%	116.8%		
アジアのTVドラマ	3,667,235	26.0%	95.6%	3,667,235	28.3%	95.6%	0	0.0%	—		
日本のアニメーション(一般向け)	1,005,802	7.1%	87.0%	970,686	7.5%	85.2%	35,116	3.2%	194.4%		
海外のアニメーション(一般向け)	124,634	0.9%	39.0%	107,919	0.8%	42.6%	16,715	1.5%	25.1%		
日本の子供向け(アニメーション)	173,607	1.2%	39.9%	173,605	1.3%	40.6%	2	0.0%	0.0%		
日本の子供向け(アニメーション以外)	71,425	0.5%	93.9%	71,424	0.6%	93.9%	1	0.0%	—		
海外の子供向け(アニメーション)	125,912	0.9%	46.9%	114,746	0.9%	47.2%	11,166	1.0%	44.0%		
海外の子供向け(アニメーション以外)	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—		
音楽(邦楽)	11,007	0.1%	36.0%	11,007	0.1%	45.0%	0	0.0%	0.0%		
音楽(洋楽)	176	0.0%	3520.0%	176	0.0%	3520.0%	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	172,181	1.2%	88.7%	172,181	1.3%	88.7%	0	0.0%	0.0%		
スポーツ	1,275	0.0%	90.7%	1,275	0.0%	90.7%	0	0.0%	—		
学校教育・企業教育・語学教育	190	0.0%	72.0%	190	0.0%	72.0%	0	0.0%	—		
成人娯楽	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—		
その他	5,127	0.0%	19.7%	5,127	0.0%	19.7%	0	0.0%	—		
計	14,082,823	100.0%	103.1%	12,973,155	100.0%	102.3%	1,109,668	100.0%	114.5%		

注)「その他」のジャンルは不明分を含む

第3回JVA秋の懇親会 開催報告

去る9月13日（火）午後5時30分より、中央区築地松竹スクエア「CaféSerré」にて「JVA秋の懇親会」を開催した。JVA恒例行事として一昨年から開始し3回目の実施となった。

当日はあいにくの空模様であったが、26社70名と多くの方にご参加頂いた。冒頭に島谷会長（東宝(株)）より、「本日お集まりの皆さんがこの業界を動かしている“ビデオ業界そのもの”だ。業界は縮小傾向が続いているが、まだまだ可能性のある市場だと考えている。「ビデオの日」キャンペーンでは、業界が一丸となり皆の力で

大きな風を吹かせよう！」との力強い挨拶があった。続いて、今期就任した井上副会長（株KADOKAWA）、板野業務部会長（株NHKエンタープライズ）、大谷流通促進部会長（松竹(株)）、吉村著作権部会長（株ポニーキャニオン）、塚越Eメディア部会長（ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)）、間宮営業部会長（東映ビデオ(株)、当日は欠席）、新任の寺島理事（エイベックス・ピクチャーズ(株)）の紹介を行った。最後は、井上副会長の一本締めで散会となった。

著作権部会

権利者団体対応委員会と権利者団体との交渉状況について

1. JASRACとのビデオグラム使用料規定の交渉に関して

（一社）日本音楽著作権協会（JASRAC）と「ビデオグラム使用料規程」について、2004年の使用料規程改訂後も、さらなる変更を求めて長期に渡る協議を継続してきた。

当協会が要望した主たる変更内容は、

- (1) 前回の改定にて4円から3円20銭に引き下げられた複製使用料の最低使用料をさらに引き下げること
 - (2) 劇場用映画の使用料率（小売価格の1.75%）の運用を劇場用映画に限定せず、テレビドラマ、劇場用以外のアニメーションなどの「劇場用映画以外の作品」のすべてに拡大すること
- という2点であった。

この協議において、ドラマ・アニメのビデオグラムの音楽使用率が60%以下のビデオグラムに関して、1分単価計算とした。しかし、これは最低使用料の引き下げにより使用料全体の減額を図るためで、前回規定改定の際の2004年5月12日付「確認書」「3. 劇場用映画以外の作品に関する「1.75%料率」の適用拡大について」を否定するものではなく、引き続き劇場用映画のビデオグラムと同じ料率とすべきと表明した。

変更後の規定は、2016年10月1日発売分から実施となる。なお、規定の一部変更にあたりJVAとJASRACとは、今回の交渉で要望した2点に加え、「ビデオグラム使用料規定」全体の見直しについて、2年間以内の合意を目指した協議を継続する。

【変更の概要】

商用複製 (1) 音楽のビデオグラム、(2) 劇場用映画のビデオグラム、(3) ドラマ・アニメのビデオグラム、(4) その他のビデオグラム、非商用複製に分け使用料

を設定し、市販用以外は「50個まで」の額を定めた。

(1) 音楽のビデオグラム

料率を現行の4.5%から5%へ引き上げ、最低使用料を1分単価3.2円から3.0円へ引き下げる。

(2) 劇場用映画のビデオグラム

現行通り。

(3) ドラマ・アニメのビデオグラム

総再生時間に対する音楽使用率が60%以下の料率の作品を1分単価計算とし、4.5%又は最低使用料1分単価1.8円のいずれか多い額とする。この場合、規定改定日より前に発売を開始した過去製品には新規定を適用しない。60%以上の作品は、料率は変わらず、最低使用料1分単価現行3.2円から2.0円へ引き下げる。この場合、過去製品は新規定を適用する。

(4) その他のビデオグラム

料率4.5%又は最低使用料1分単価2.0円のいずれか多い額とする。

2. ネクストーンとのビデオグラム使用料規定の交渉に関して

（株）イーライセンスと（株）ジャパン・ライツ・クリアランス（JRC）とは、2016年2月1日付で合併し、（株）NexTone（ネクストーン）となった。現在、イーライセンス事業本部とJRC事業本部とで、2つの使用料規程の運用を行っている。2017年4月より使用料規定を統一し、本格的な事業統合を予定しており、それに伴い使用料規定の改定を実施するべく、当協会に協議を申し入れた。

8月に第1回の協議が行われ、今後も継続するものとした。

違法対策委員会開催報告

9月26日(月)午後4時より、流通促進部会違法対策委員会を当協会会議室にて開催した。当日は、2016年度上半期における違法対策活動に関する報告が行われた。

◇2016年度上半期活動実績

1. 調査・警告活動

今期より全国レンタル店を対象とした調査・警告活動は休止。一方、寄せられた外部情報を元に、無許諾上映や海賊版販売、ダビングサービス業者に対する警告をそれぞれ行い、いずれも中止させるに至った。

2. 刑事事件(9月15日現在)

刑事告訴による警察の摘発は、7府県で14事件が行われ、22件の告訴状が受理された。事件の内訳は、違法アップロード7件、露店商6件、レンタル店1件。

●海賊版レンタル店を検挙

5月18日、大分県警察本部生活環境課、大分県宇佐警察署、大分県中津警察署は著作権法違反の疑いで中津市のレンタルビデオ店「DVDレンタルハッピー」とその系列店宇佐市の「DVDレンタルREX」の捜索を行い、海賊版DVD693枚、セル用DVD78枚等を押収した。同店については昨年12月16日、当協会の大分県重点調査において、それぞれ200枚の海賊版所持を確認し警告を行ったが、その後の調査においても違法行為を継続していたため大分県警に告訴していた。捜索日当日に両店の経営者と「DVDレンタルREX」の店長を現行犯逮捕、翌日には、「DVDレンタルハッピー」の店長も逮捕された。

この模様は、テレビ大分で昼夕のニュースで放映されるなど、NHK、大分放送、大分合同新聞等各メディアに取り上げられた。

●「デイリーモーション」における無許諾アップロード者検挙

7月28日、福島県伊達警察署は、動画共有サイト「デイリーモーション」において、東宝(株)が著作権を有するテレビアニメーション『ハイキュー!!セカンドシーズン』他、テレビのパラエティー番組など合計6点の映像をいずれも無許諾でアップロードしていたとして、兵庫県伊丹市在住の男性(28歳)を逮捕した。

デイリーモーションには、日本のアニメーションなどの映像が無許諾で多数アップロードされている。しかし、その拠点がフランスに所在するということもあり、このサイトを悪用した無許諾アップロード者の検挙例は非常に少ない。

●大阪市西成区周辺における露店商の摘発増加

大阪府西成区の一部地域を中心に、路上において海賊版DVDを販売する露店商を対象とした大阪府警察による取締りが強化されている。このような露店商が取扱う海賊版DVDは、DVD-Rなどの記録媒体を元にパソコンなどを用いて複製されている模様であり、極めて粗悪な作りで販売価格も非常に低いものの、大がかりな製造設備や特定の流通経路を必要としないことから、製造元まで遡りこれを根絶するには相当な困難が伴うことが予想される。

3. 処分結果(9月15日現在)

- (1)略式罰金：4件(70万円1件、30万円2件、20万円1件)
- (2)公判請求：0件
- (3)捜査中：10件

不正商品対策協議会

知的財産保護のための 広報啓発リーフレットを製作、配布

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」を目的とした広報・啓発リーフレットを制作した。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などに関し、「違法アップロードや違法ダウンロード、偽ブランドの購入などをしない」よう広く訴えかけることを狙いとしている。今回も全国の警察署や税関などに配布し、各所にてご活用いただく予定。また、不正商品対策協議会のイベントや展示会への出展などでも配布することとしている。

リーフレットをご要望の方、お問い合わせは、不正商品対策協議会(<http://www.aca.gr.jp>) 吉原まで。電話03-3542-2010

(執筆：ACA事務局)



CODAの広報啓発活動

デジタル・ネットワーク化の進展により、著作権侵害はもはや一国で解決できる問題ではなくなっている。コンテンツ立国を目指す日本にとって、生み出したコンテンツが瞬く間に世界各地で違法流通することは、大きな不利益を被る頭の痛い問題である。

一方、個々の国の法律や制度、取締り状況、コンテンツへの評価や経済力など、著作物を取り巻く状況は、国や地域によってさまざまである。また、侵害行為そのものも製造や流通、違法サイト運営者の所在地、サーバーの所在地、ドメインの登録地が異なるなど、国境を越えて侵害行為が行われることはいまや特別なことではない。

このような状況の中、知的財産に対する理解を深めることは、どの地域においてももっとも重要な活動のひとつである。CODAは世界各地において、著作権の普及啓発や関連団体等との情報共有などの活動にも力を入れている。

■一般消費者向け著作権普及啓発イベント

CODAでは、世界各地の一般消費者に日本コンテンツの魅力や、海賊版などの知的財産権侵害の問題を理解してもらうことが大切なことと考え、現地の業界団体などと連携のもと、消費者啓発イベントを開催し、現地のイベントに出展するなど、啓発活動に積極的に取り組んでいる。2016年度は、7月10日にフランス・パリで開催された「JAPAN EXPO IN PARIS 2016」に出展した（経産省事業）ほか、8月11日にはタイ・バンコクにおいて「Copyright Protection and Promotion」と題した著作権普及セミナーを実施した（文化庁事業）。

これまでも、インドネシア、タイ、中国、台湾などにおいてセミナーを開催し、現地の消費者が直接的にコンテンツを「見ること」「触れること」、そして顔を合わせて対話することを通じ、知的財産権に対する意識が高まっていくことを実感している。



▲8月11日タイ・バンコク「Copyright Protection and Promotion」

■取締機関向けトレーニングセミナー

2005年度より文化庁の委託を受け、中国・香港・台

湾・インドネシアなどの現地取締機関に対して日本コンテンツの特徴や海賊版識別方法に関する知識などを提供するトレーニングセミナーを実施し、取締機関との連携強化を図り、取締りの実効性向上に取り組んでいる。

2016年3月までに、上海、香港、マカオ、クアラルンプールなど26カ所、計86回にわたってトレーニングセミナーを開催し、これまでの受講者は延べ6,273人に上っている。2015年9月には、香港税関の捜査員80人を対象に、トレーニングセミナーを開催し、その直後に香港の湾仔（ワンチャイ）「東方188商場」に所在する4軒の海賊版販売店の一斉取締りが行われるなど、トレーニングセミナーが、海賊版撲滅の一助になる成果と確信している。

■海外著作権団体等との情報共有

CODAは2014年3月、モーション・ピクチャー・アソシエーション（MPA）と、全世界に及ぶ現在のオンライン著作権侵害問題に対する新たな善処法の開発や共同での著作権保護活動の強化を目的とする公式同意書（MOU）を締結しており、たびたび情報共有などを行っている。

韓国では、韓国著作権団体連合会(KOFOCO)とも、2011年11月に、両国間の知的財産権保護・強化に向けた覚書を締結し、以来、日本と韓国で交互に定例会議を開催するなど、良好な関係を構築している。

また中国の国家版權局との間では、定期的に協議を重ねるとともに毎年実施される「剣網行動」(中国政府が毎年行うオンライン上の権利侵害対策キャンペーン)に情報提供を行っている。

そのほか、2016年度は、6月16日に韓国ソウル市で開催された「第9回 日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」に参加（経産省事業）したほか、4月1日には上海市文化市場行政執法総隊の職員ら、6月30日には台湾財団法人情報工業促進会の職員ら、8月25日にはフィリピン光メディア委員会のCEOらの訪問を受け入れるなど、さまざまな関係者との情報交換を継続している。



▲6月16日「第9回日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」

（執筆：CODA事務局）

主要各国の映画、ビデオソフト、映像配信市場のデータ

主要各国の関係機関から2015年の映画、ビデオソフト、映像配信の市場に関するデータが発表されている。国により公表されている項目が必ずしも一致していないが、ここに日本、米国、英国、フランス、ドイツの市場データをまとめて掲載する。各国のデータの出典は右のとおりである。

- ※1 国連『世界の人口白書2015』
- ※2 外務省経済局国際経済課『主要経済指標』（16年8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 2015
- ※6 Digital Entertainment Group
- ※7 British Film Institute(BFI)
- ※8 International Video Federation(IVF)
- ※9 Centre national de la cinematographie(CNC)
- ※10 German Federal Film Board(FFA)
- ※11 Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. (BVV)

空欄はデータなし

日 本						
		2015年	前年比	2014年	2013年	
映画	興行収入	2,171億1,900万円	104.9%	2,070億3,400万円	1,942億3,700万円	※3
	公開本数	1,136本	95.9%	1,184本	1,117本	※3
	入場人員	1億6,663万人	103.4%	1億6,111万人	1億5,589万人	※3
	平均入場料	1,303円	101.4%	1,285円	1,246円	※3
	スクリーン数	3,437スクリーン	102.2%	3,364スクリーン	3,318スクリーン	※3
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	3,351スクリーン	102.7%	3,262スクリーン	3,172スクリーン	
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	2,234億円(a)	97.7%	2,287億円(a)	2,431億円(a)	※4
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	1,941億円(b)	92.3%	2,103億円(b)	2,184億円(b)	※4
	合計(セル+レンタル)	4,175億円	95.1%	4,390億円	4,615億円	※4
	メーカー出荷	セル用 1,626億5,000万円(c) レンタル用 542億6,500万円(d)	97.1% 88.2%	セル用 1,675億1,600万円(c) レンタル用 615億0,600万円(d)	セル用 1,836億3,100万円(c) レンタル用 670億8,900万円(d)	※4
	備考	(a) DVD 47.0%, BD 53.0% (b) DVD 84.2%, BD 15.8% (c) DVD 44.8%, BD 55.2% (d) DVD 92.9%, BD 7.1%		(a) DVD 58.7%, BD 41.3% (b) DVD 88.3%, BD 11.7% (c) DVD 47.9%, BD 52.1% (d) DVD 92.3%, BD 7.7%	(a) DVD 60.0%, BD 40.0% (b) DVD 88.8%, BD 11.2% (c) DVD 54.1%, BD 45.9% (d) DVD 93.4%, BD 6.6%	※4
	配信	961億円	156.5%	614億円	597億円	※4
基本情報	人口	1億2,260万人		1億2,710万人	1億2,730万人	※1
	GDP(12年は成長率)	4兆1,233億ドル		4兆6,015億ドル	4兆9,015億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり期中平均)	101.41円		105.94円	97.60円	※2

北 米						
		2015年	前年比	2014年	2012年	
映画	興行収入	111億ドル(1兆1,257億円)	106.7%	104億ドル	109億ドル	※5
	公開本数	708本	99.9%	709本	661本	※5
	入場人員	13億2,000万人	103.9%	12億7,000万人	13億4,000万人	※5
	平均入場料	8.41ドル(853円)	102.9%	8.17ドル	8.13ドル	※5
	スクリーン数	43,661スクリーン	100.9%	43,265スクリーン	42,814スクリーン	※5
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	42,552スクリーン	102.5%	41,518スクリーン	39,824スクリーン	※5
映像ソフト	セル市場(All Formats, 消費者レベル)	6,100百万(6,186億円)	88.0%	6,935百万ドル	7,779百万ドル	※6
	レンタル市場(All Formats, 消費者レベル)	3,070百万ドル(3,113億円)	92.4%	3,323百万ドル	3,865百万ドル	
	合計(セル+レンタル)	9,170百万ドル(9,299億円)	89.4%	10,258百万ドル	11,644百万ドル	
配信	EST	1,891百万ドル(1,917億円)	118.1%	1,601百万ドル	1,189百万ドル	※6
	VOD	1,932百万ドル(1,958億円)	97.5%	1,981百万ドル	2,109百万ドル	
	Subscription Streaming	5,081百万ドル(5,152億円)	124.9%	4,066百万ドル	3,191百万ドル	
	合計(EST+VOD)	8,903百万ドル(9,028億円)	116.4%	7,649百万ドル	6,489百万ドル	
基本情報	人口	3億2,180万人		3億2,260万人	3億2,010万人	※1
	GDP(12年は成長率)	17兆9,470億ドル		17兆4,190億ドル	16兆8,000億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり期中平均)	101.41円		105.94円	97.60円	※2

英 国						
		2015年	前年比	2014年	2013年	
映画	興行収入	1,236百万ポンド(1,918億円)	116.8%	1,058百万ポンド	1,083百万ポンド	※7
	公開本数	759本	106.6%	712本	698本	※7
	入場人員	1億7,190万人	109.1%	1億5,750万人	1億6,550万人	※7
	平均入場料	7.2ポンド(1,117円)	107.1%	6.72ポンド	6.54ポンド	※7
	スクリーン数	4,085スクリーン	104.5%	3,947スクリーン	3,867スクリーン	※7
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	—	—	100.0%	98.4%	※7
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	1,075百万ポンド(1,668億円)	85.0%	1,264百万ポンド	1,438百万ポンド	※7
	レンタル市場(All Formats,消費者レベル)	62百万ポンド(96億円)	71.2%	87百万ポンド	146百万ポンド	※7
	販売枚数(All Formats,消費者レベル)	1億2,000万枚	84.0%	1億4,300万枚	1億6,200万枚	※7
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)	2,200万枚・回	76.0%	2,900万枚・回	5,000万枚・回	※7
OTT	Digital video(EST,DTO,Internet VOD)	756百万ポンド(1,173億円)	136.0%	556百万ポンド	386百万ポンド	※8
PAY TV	PAY TV VOD	221百万ポンド(343億円)	121.0%	183百万ポンド	155百万ポンド	※8
基本情報	人口	6,470万人	—	6,350万人	6,310万人	※1
	GDP	2兆8,488億ドル	—	2兆9,419億ドル	2兆5,223億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.53ポンド	—	1.65ポンド	1.56ポンド	※2

フランス						
		2015年	前年比	2014年	2013年	
映画	興行収入	1,331百万ユーロ(1,498億円)	99.8%	1,333百万ユーロ	1,251百万ユーロ	※9
	公開本数	654本	98.6%	663本	654本	※9
	入場人員	2億530万人	98.2%	2億897万人	1億9,374万人	※9
	平均入場料	6.48ユーロ(729円)	101.6%	6.38ユーロ	6.46ユーロ	※9
	スクリーン数	5,741スクリーン	101.6%	5,653スクリーン	5,588スクリーン	※9
	(デジタルシネマ対応スクリーン数)	5,741スクリーン	101.6%	5,653スクリーン	5,433スクリーン	※9
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	707百万ユーロ(796億円) (a)	88.6%	807百万ユーロ (a)	929百万ユーロ (a)	※9
	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)	8,820万枚 (b)	95.0%	9,280万枚 (b)	1億306万枚 (b)	※9
	レンタル枚数(All Formats,トランザクション数)	—	—	—	—	—
	備考	(a) DVD 75.8%、BD 24.2% (b) DVD 84.8%、BD 15.2%	—	(a) DVD 76.6%、BD 23.4% (b) DVD 85.8%、BD 14.2%	(a) DVD 77.9%、BD 22.1% (b) DVD 87.2%、BD 12.8%	※9
配信	One time payment rental	175百万ユーロ(197億円)	97.2%	180百万ユーロ	170百万ユーロ	※9
	One time payment EST	60百万ユーロ(68億円)	107.1%	56百万ユーロ	42百万ユーロ	—
	Subscription	83百万ユーロ(93億円)	286.2%	29百万ユーロ	28百万ユーロ	—
	VOD合計	318百万ユーロ(358億円)	120.0%	265百万ユーロ	240百万ユーロ	—
基本情報	人口	6,440万人	—	6,460万人	6,430万人	※1
	GDP(12年は成長率)	2兆4,217億ドル	—	2兆8,292億ドル	2兆7,349億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.11ユーロ	—	1.33ユーロ	1.33ユーロ	※2

ドイツ						
		2015年	前年比	2014年	2013年	
映画	興行収入	1,167百万ユーロ(1,306億円)	119.1%	980百万ユーロ	1,023百万ユーロ	※10
	公開本数	—	—	—	—	—
	入場人員	1億3,918万人	114.3%	1億2,174万人	1億2,967万人	※10
	平均入場料	8.34ユーロ(939円)	103.6%	8.05ユーロ	7.89ユーロ	※10
	スクリーン数	4,692スクリーン	101.2%	4,637スクリーン	4,610スクリーン	※10
映像ソフト	セル市場(All Formats,消費者レベル)	1,248百万ユーロ(1,405億円) (a)	95.7%	1,304百万ユーロ (a)	1,394百万ユーロ (a)	※11
	レンタル市場(All Formats,消費者レベル)	165百万ユーロ(186億円) (b)	87.8%	188百万ユーロ (b)	210百万ユーロ (b)	※11
	販売枚数(All Formats,消費者レベル)	1億030万枚	95.7%	1億480万枚 (c)	1億1,710万枚 (c)	※11
	備考	(a) DVD 66%、BD 34% (b) DVD 69%、BD 31% (c) DVD 71%、BD 29%	—	(a) DVD 68.9%、BD 31.1% (b) DVD 70.2%、BD 29.8% (c) DVD 73.4%、BD 26.6%	(a) DVD 70.6%、BD 29.4% (b) DVD 75.2%、BD 24.8% (c) DVD 75.0%、BD 25.0%	—
配信	EST	101百万ユーロ(114億円)	150.7%	67百万ユーロ	52百万ユーロ	※11
	TVOD	94百万ユーロ(106億円)	113.3%	83百万ユーロ	68百万ユーロ	—
	SVOD	228百万ユーロ(257億円)	438.4%	52百万ユーロ	34百万ユーロ	—
	合計	423百万ユーロ(473億円)	210.4%	201百万ユーロ	154百万ユーロ	—
基本情報	人口	8,070万人	—	8,270万人	8,270万人	※1
	GDP(12年は成長率)	3兆3,558億ドル	—	3兆8,526億ドル	3兆6,348億ドル	※2
	為替相場(1ドル当たり・期中平均)	1.11ユーロ	—	1.33ユーロ	1.33ユーロ	※2



リレーエッセイ

121

エイベックス・ミュージック・クリエイティブ(株) 佐藤 朝昭氏からのご紹介

●喜本 孝 氏

(ユニバーサルミュージック(同) 副社長 兼 執行役員)

「男はつらいよ」

叔父が「男はつらいよ」の大ファンで、小学生の時に池袋の映画館に連れられて「男はつらいよ 寅次郎頑張れ!」(第20作)を観たのが最初でした。その後もお盆の時期、お正月は必ず観に行っていましたね。当然のごとく現在自宅には全48作品がDVDコレクションとして網羅されております。

とはいえ今でこそ憧れの人は尋ねられると必ず「車 寅次郎」と答えるほどの熱狂的な寅さんファンになった私ですが10~20代前半にかけては、決して熱狂的ではなく必ず観なければならない映画作品の一つでしかありませんでした。

大学時代に映画研究会に入るほど映画が好きだった私は当時フランク・キャプラやヒッチコック作品の方がはまっていました。

ある程度人生経験を積んできた30代に入り「男はつらいよ」を観直してみると、これが私にはドンピシャで、もうそこからはハマりまくりました(笑)。我々が忘れてはならない「日本人の心」的なものを見つけたのだと思います。

何より寅さんのダンディズムに憧れました。寅さんは女性を好きになるとまるで子供になりますが、逆に恋を諦めるときは大人の事情をグッと飲み込む、それがたまりません。

恋する男の純情そのものです。またすぐに女性に惚れ、誰にでもいい顔をしたり、さらにその場を取り繕おうとするので、あとで大きな破綻が起き、柴又の人々にとってはいい迷惑ですが、結局寅さんに出会った人は必ず幸せになるのです。

私は日本映画史上最高のヒーローは寅さんだと思ってお

ります!その懐の大きさ、人に対する優しさ、自分より他人の幸せを願い、分け隔てせず人と付き合い友達になる、だからみんなに愛される。優しさが失われつつある現代だからこそ本当に観ていて優しい気持ちになれます。

ちなみに「男はつらいよ」シリーズの魅力に寅さん独特の言い回し(セリフ)があるのですが私が好きなセリフは「てめえ、さしずめインテリだな!」。理屈をこねて煙に捲く人に向けられる言葉ですが、自分がこう言われないうように気を付けています(笑)。

気分が落ち込んでいる人や、人生が面白くないとふてくされている時なども寅さんを観ればきっと元気が出ます。寅さんを知らない若い世代にも観てほしいですね。

最後に私の全48作品中のお勧めベスト3を紹介します。

◎第1作「男はつらいよ」

記念すべき映画第1作目。寅さんが乱暴なのですが生き生きと躍動していてカッコいい。

やはりこの作品が長く続くシリーズ原点なのだと痛感します。

◎第15作「寅次郎相合い傘」

シリーズ史上最高のマドンナはリリーでその恋は悲しくて純真で大人のメルヘン。またメロン騒動など笑いの部分も最高です。

◎第32作「口笛を吹く寅次郎」

最高に楽しい作品。マドンナ役の竹下景子が素晴らしく柴又駅での別れのシーンは切な過ぎます。

これから私も年をますます重ね、その時「男はつらいよ」シリーズを、どんな見方ができるようになるのか楽しみです。

▼日誌に見る協会の動き

【8月】

- 3日 JASRAC協議
- 4日 市場活性化キャンペーンWG分科会
- 5日 中堅社員合同研修会
- 9日 市場活性化WG分科会
- 17日 ビデオの日実行委員会
- 23日 臨時理事会
- 24日 ビデオの日会員社向け説明会
ビデオの日リテラー向け説明会
ビデオの日記者発表会
市場活性化WG
総務人事委員会
- 25日 業務部会幹事会

- 26日 権利者団体対応委員会

【9月】

- 2日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 6日 臨時総会
定例理事会
JASRAC協議
- 7日 レンタル運用委員会
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
ネクストーン協議

- 14日 マーケット調査委員会ビデオレンタル
店実態調査G
ACA企画広報部会
- 15日 消費者委員会
関西地区連絡協議会定例会議(~16日)
- 16日 2016年度上半期統計調査記者発表会
- 21日 市場活性化WG
日本脚本家連盟協議
- 26日 違法対策委員会
eメディア部会運営委員会
- 28日 配信マーケティング委員会
- 29日 業務部会幹事会

統計

JVA会員によるメーカー出荷段階の金額、数量について集計した統計調査

2016年7月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	7 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								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	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(個人向)	4,597	54.2%	72.6%	1,335	36.7%	57.1%	435	58.0%	増 減 12社 17社 その他 2社	41,092	61.1%	98.0%	12,274	40.3%	89.0%	2,909	86.8%
特殊ルート	202	2.4%	—	78	2.1%	—	28	0.0%		520	0.8%	—	2,138	7.0%	—	437	0.0%
レンタル店用	3,611	42.6%	87.1%	2,217	60.9%	86.9%	353	75.3%		24,825	36.9%	88.6%	15,190	49.9%	99.7%	2,560	85.3%
業務用	74	0.9%	137.6%	11	0.3%	130.6%	39	121.9%		802	1.2%	148.6%	846	2.8%	280.5%	191	75.5%
DVDビデオ	8,484	59.1%	80.5%	3,641	76.7%	74.4%	855	68.3%		67,239	57.5%	95.4%	30,448	74.7%	103.8%	6,097	92.3%
販売用(個人向)	5,615	95.7%	73.4%	1,005	90.8%	57.1%	274	95.5%	増 減 11社 17社 その他 3社	47,145	94.9%	98.8%	8,993	87.2%	92.9%	1,784	97.6%
特殊ルート	-2	—	—	-2	—	—	1	0.0%		345	0.7%	—	89	0.9%	7.8%	23	0.0%
レンタル店用	250	4.3%	105.2%	102	9.2%	64.7%	18	94.7%		2,118	4.3%	104.0%	1,212	11.8%	107.5%	105	70.9%
業務用	2	0.0%	66.7%	1	0.1%	104.8%	0	—		79	0.2%	58.7%	18	0.2%	57.1%	0	0.0%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	14,349	40.9%	74.3%	1,106	23.3%	57.7%	293	95.8%		49,687	42.5%	99.6%	10,312	25.3%	95.1%	1,912	96.7%
合 計	11,753	100.0%	77.9%	4,747	100.0%	69.7%	1,148	73.7%		116,926	100.0%	97.1%	40,760	100.0%	101.5%	8,009	93.3%

◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数31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、又は前年同月の報告がない場合
◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。
◎ブルーレイの売上には、ULTRA HD Blu-rayの売上を含む。 ◎累計値には、1月～6月の数字として、2016年上半期調査の数字を用いている。

2016年8月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	8 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)								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	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(個人向)	5,335	59.4%	107.7%	1,523	36.6%	87.7%	386	75.4%	増 減 12社 18社 その他 1社	46,427	60.9%	99.0%	13,797	39.9%	88.9%	3,295	85.3%
特殊ルート	19	0.2%	—	113	2.7%	—	15	0.0%		539	0.7%	—	2,251	6.5%	—	452	0.0%
レンタル店用	3,569	39.8%	85.6%	2,505	60.2%	105.1%	360	85.3%		28,394	37.3%	88.2%	17,695	51.1%	100.4%	2,920	85.3%
業務用	55	0.6%	82.1%	18	0.4%	17.0%	19	63.3%		857	1.1%	141.2%	864	2.5%	213.3%	210	74.2%
DVDビデオ	8,978	56.9%	97.7%	4,158	71.3%	98.5%	780	80.9%		76,217	57.4%	95.7%	34,607	74.3%	103.1%	6,877	90.9%
販売用(個人向)	6,559	96.6%	102.8%	1,482	88.4%	99.1%	255	107.1%	増 減 14社 13社 その他 4社	53,704	95.1%	99.3%	10,475	87.4%	93.7%	2,039	98.7%
特殊ルート	-36	—	—	-9	—	—	0	0.0%		309	0.5%	—	80	0.7%	98.5%	23	0.0%
レンタル店用	266	3.9%	89.0%	202	12.1%	159.3%	27	119.4%		2,384	4.2%	102.1%	1,414	11.8%	112.8%	132	77.5%
業務用	1	0.0%	2.1%	0	0.0%	2.4%	0	—		80	0.1%	43.8%	18	0.2%	37.1%	0	0.0%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,790	43.1%	100.9%	1,675	28.7%	102.2%	282	108.2%		56,477	42.6%	99.7%	11,987	25.7%	96.0%	2,194	98.1%
合 計	15,768	100.0%	99.1%	5,834	100.0%	99.5%	1,062	86.7%		132,694	100.0%	97.4%	46,593	100.0%	101.2%	9,071	92.5%

◎今月の売上報告社数……31社(*前年同月の報告社数33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、又は前年同月の報告がない場合
◎「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。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。
◎ブルーレイの売上には、ULTRA HD Blu-rayの売上を含む。 ◎累計値には、1月～6月の数字として、2016年上半期調査の数字を用いている。



ビデオの楽しさ、再発見!

11月3日は ビデオの日

©2016「ビデオの日」実行委員会



1996年11月にDVDが発売されて、

今年で20年。

2006年11月にブルーレイが発売されて、

今年で10年。

それぞれの誕生日を記念して、

11月3日を「ビデオの日」といたします。

11月のお休みの日には、おうちでゆっくりと

ビデオ鑑賞などはいかがですか?

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2016年10月1日現在

■ 正会員(29 社)

アスミック・エース(株)
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) 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・ピクチャーエンターテインメント
(株) 小学館
松竹(株)
(株) ソニー・ピクチャーズエンターテインメント
(株) ソニー・ミュージックエンターテインメント
(株) 第一興商
TC エンターテインメント(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
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
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(19 社)

(株) アニプレックス
(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)
カルチュア・エンターテインメント(株)
(株) キュー・テック
(株) 金羊社
(株) ケンメディア
(株) 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)
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
日本出版販売(株)
日本レコードセンター(株)
(株) 博報堂 DY ミュージック & ピクチャーズ
(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)