



2018.8 No.189
2018.AUGUST

Main Reports

- 市場活性化キャンペーン
『11月3日はビデオの日』2018年度企画について
- 映像ソフトのバリアフリー化の運用ルール等環境整備について



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

2018年5月度

(金額:百万円 数量:千枚)

	5 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									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(個人向)	2,886	54.7%	47.3%	932	36.4%	58.2%	270	88.2%	増 減 7社 20社 その 他 2社	22,594	61.3%	83.2%	6,101	40.5%	82.9%	1,670	82.3%	
特殊ルート	62	1.2%	70.5%	171	6.7%	50.0%	2	2.2%		190	0.5%	124.2%	478	3.2%	78.8%	14	11.5%	
レンタル店用	2,295	43.5%	87.3%	1,448	56.6%	84.0%	484	127.4%		13,845	37.6%	88.1%	8,366	55.5%	75.8%	2,127	108.7%	
業務用	32	0.6%	56.1%	7	0.3%	59.3%	16	45.7%		216	0.6%	61.0%	128	0.8%	99.9%	127	70.2%	
DVDビデオ	5,275	51.5%	59.5%	2,558	70.9%	69.5%	772	95.1%	増 減 12社 15社 その 他 2社	36,845	51.9%	84.9%	15,073	70.0%	78.8%	3,938	91.9%	
販売用(個人向)	4,689	94.3%	63.6%	927	88.1%	64.1%	199	106.4%		32,534	95.3%	100.2%	5,646	87.5%	92.8%	1,118	92.2%	
特殊ルート	15	0.3%	150.0%	8	0.8%	381.5%	2	200.0%		77	0.2%	79.1%	25	0.4%	101.6%	4	80.0%	
レンタル店用	265	5.3%	103.1%	115	10.9%	121.3%	15	150.0%		1,482	4.3%	103.7%	773	12.0%	98.6%	86	83.5%	
業務用	5	0.1%	500.0%	2	0.2%	1438.5%	0	—		38	0.1%	211.1%	9	0.1%	381.3%	1	100.0%	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,974	48.5%	65.1%	1,052	29.1%	68.2%	216	109.1%	増 減 12社 15社 その 他 2社	34,131	48.1%	100.3%	6,454	30.0%	93.6%	1,209	91.5%	
合 計	10,249	100.0%	62.1%	3,611	100.0%	69.1%	988	97.8%		70,976	100.0%	91.7%	21,527	100.0%	82.7%	5,147	91.8%	

◎今月の売上報告社数……29社 (*前年同月の報告社数:30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。

2018年6月度

(金額:百万円 数量:千枚)

	6 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									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(個人向)	6,180	71.2%	145.6%	1,740	46.0%	117.8%	331	70.4%	増 減 8社 19社 その 他 2社	28,774	63.2%	91.6%	7,841	41.6%	88.7%	2,001	80.1%	
特殊ルート	19	0.2%	20.4%	35	0.9%	27.9%	6	75.0%		209	0.5%	85.0%	513	2.7%	70.0%	20	15.4%	
レンタル店用	2,450	28.2%	87.1%	1,999	52.8%	121.7%	450	111.9%		16,295	35.8%	88.0%	10,365	55.0%	81.7%	2,577	109.3%	
業務用	33	0.4%	55.9%	8	0.2%	89.6%	38	140.7%		249	0.5%	60.3%	136	0.7%	99.2%	165	79.3%	
DVDビデオ	8,682	57.3%	120.4%	3,782	73.8%	116.2%	825	91.0%	増 減 12社 15社 その 他 2社	45,527	52.9%	90.0%	18,855	70.7%	84.2%	4,763	91.7%	
販売用(個人向)	6,229	96.3%	108.5%	1,231	91.7%	108.6%	204	59.8%		38,763	95.5%	101.4%	6,877	88.2%	95.2%	1,322	85.1%	
特殊ルート	20	0.3%	3.0%	9	0.7%	3.5%	0	0.0%		97	0.2%	12.7%	34	0.4%	11.9%	4	40.0%	
レンタル店用	213	3.3%	85.5%	100	7.4%	59.5%	18	34.0%		1,695	4.2%	101.0%	873	11.2%	91.7%	104	66.7%	
業務用	3	0.0%	5.5%	2	0.2%	27.1%	0	—		41	0.1%	56.2%	11	0.2%	100.5%	1	100.0%	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,465	42.7%	96.4%	1,343	26.2%	85.3%	222	55.6%	増 減 12社 15社 その 他 2社	40,596	47.1%	99.7%	7,769	29.3%	92.0%	1,431	83.1%	
合 計	15,147	100.0%	108.8%	5,125	100.0%	106.1%	1,047	80.2%		86,123	100.0%	94.3%	26,652	100.0%	86.4%	6,194	89.6%	

◎今月の売上報告社数……29社 (*前年同月の報告社数:30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。

Index

市場活性化キャンペーン『11月3日はビデオの日』2018年度企画について	2
『おつかれリセットフライデー』イベントに参加	3
2017年度『プレミアム体験キャンペーン』各賞の実施報告	4
第379回定例理事会開催報告	6
映像ソフトのバリアフリー化の運用ルール等の環境整備について	6
2018年度若手・中堅社員合同研修を開催	7
『JVA秋の懇親会』開催のお知らせ	7
映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2017②	8
ライセンシーの権利に関する「対抗制度の検討」始まる	10
アンチリッピングトレーラー収録作品数	11
コンテンツ海外流通促進機構	12
不正商品対策協議会	13
リレーエッセイ vol.132	14
日誌に見る協会の動き	14
事務局人事	14

市場活性化キャンペーン『11月3日はビデオの日』 2018年度 企画について

ビデオソフトの市場活性化を目指して開始した『11月3日はビデオの日』キャンペーンも、本年度で3年目となる。市場活性化キャンペーンワーキンググループおよびセル、レンタル、PRの各分科会では、前年までの実施結果を踏まえ、本年2月より2018年度キャンペーンについての企画を検討してきた。このたび実施概要がまとまり、7月5日(木)午前9時30分よりJVA会議室において、会員社を対象とした説明会を開催した。これまでにまとめた企画概要は以下のとおりとなっている。(実施までに変更の可能性あり)



1. レンタルのキャンペーン・・・テーマは、レンタル店と映画館の「相互送客」



2017年度キャンペーンでは、映画館に来ている映画好きのお客様にもう一度レンタルの楽しさを思い出していただくと、『映画半券キャンペーン』を1カ月間実施した。鑑賞した映画の半券をレンタル店に持って行くと旧作1枚が無料になるもので、1ヶ月の実施期間中、3万人の方が5万枚の半券をご利用になった。

今年は、さらにレンタル店のお客様にも映画館へ行っていることを促進し、「相互送客」を図る。またキャンペーン期間を6カ月間とすることで、習慣化・定着化を狙う。

11月3日はビデオの日 レンタル感謝祭 ムビチケGIFTプレゼントキャンペーン(仮)

●実施概要 (8月5日現在)

期 間 2018年10月1日(月)～2019年3月31日(日)
応募資格 ビデオレンタルのレシート(500円以上)を1口として応募
応募方法 Webから応募(レシート写真添付)、またはハガキや封書にレシートを貼付または封入して応募
賞 品 ムビチケGIFTを総勢1500名様にプレゼント～毎月抽選で200名に、さらに「ビデオの日」のある11月は500名にムビチケGIFTが当たる。

2. セルのキャンペーン・・・ライトユーザーをターゲットにした賞品も用意し購入条件も低価格化。ハガキ・封書での応募も可能に。

2017年度のセルのキャンペーン『プレミアム体験キャンペーン』は、賞品内容がヘビーユーザー向けであったり、応募方法がWebからのみだったことにより応募者数が伸びなかったという反省から、以下のような修正を加えた。

★ライト層へのアピール強化

応募のための購入金額を3000円から1000円に変更したほか、ライトユーザー向けの賞品(和牛セット、ムビチケGIFT、好きな新作ビデオプレゼント)をご用意

★ヘビー層へもアピール

2017年度の体験プレゼントでは当選者様の満足度が非常に高かった。セル市場を支えるヘビーユーザーへの感謝の意を含め、業界ならではの魅力的な体験を厳選してご用意

★応募方法を再検討

デジタルでのWeb応募に加えハガキや封書での応募を追加

11月3日はビデオの日 プレミアムキャンペーン

●実施概要 (8月5日現在)

対象法人 全セル法人
対象商品 全DVD、BD、4KUHD (中古、アダルト、非正規品を除く)
期 間 2018年11月1日(木)～12月31日(月)
応募資格 キャンペーン期間中にDVD、BD、4KUHDを1000円以上ご購入の方
応募方法 Webから応募(購入レシート写真添付)、またはハガキや封書に購入レシートを貼付または封入して応募
賞品(案) ・特選和牛セット 10名
・ムビチケGIFT 100名
・対象作品リストからお好きな対象作品リストから新作ビデオ1枚プレゼント 100名
・キネ旬表彰式にご招待
・邦画映画会社試写室独占上映会
・ハリウッドスタジオ日本試写室独占上映会
・AnimeJapan入場券+特典
・大手音楽スタジオ見学



3. 「OPENキャンペーン」の実施

2017年度キャンペーンが終了した時点で行ったアンケート結果によると「ビデオの日」の認知度は12.0%で前年とほぼ変わらず、認知が広がったとは言えない結果となった。このため、誰もが応募できるオープンキャンペーンをセル市場、レンタル市場の両方において実施することで、より多くの消費者への訴求を図り、認知向上を目指すこととした(右参照)。

4. 昨年度実施のPR企画の継続

- ①「プレミアムフライデー」推進協議会との連動
- ②劇場用フリーペーパーへのセル作品、レンタル作品の告知
- ③東京国際映画祭 (TIFF) との連動

11月3日はビデオの日
「11月3日は〇〇〇の日」
〇〇〇を答えて4Kテレビセットを当てよう!(仮)

●実施概要 (8月5日現在)

応募期間 2018年10月1日(月)～2019年1月11日(金)

応募 Webまたはハガキで応募(誰でも応募可能)

賞品 4Kテレビ&4Kプレイヤー&4K UHDソフト50
作品をセットにして1名様に

『おつかれリセットフライデー』イベントに参加

去る6月27日(水)、本年度キャンペーンの最初のPRイベントとして、「プレミアムフライデー推進協会」が主催する『おつかれリセットフライデー』発表会にビデオの日実行委員会として参加した。当日は実行委員会の川合副座長が登壇し、「プレミアムフライデーには映画・映像を楽しもう!」をアピールした。また、連動して開催された東京での体験イベント(7/20(金) 於『KITTE』(千代田区丸ノ内))にもブース出展をし、来場者に“ビデオの楽しさ”をアピールした。

▼「お疲れリセットフライデー」発表会の様子



▲「ビデオの日」実行委員会の川合副座長



◀KITTEイベントに出展した「ビデオの日実行委員会」のブース

▼「グレイテスト・ショーマン」のVR体験も実施



▲パディントンとの撮影会も開催

2017年度『プレミアム体験キャンペーン』各賞の実施報告

昨年度の市場活性化キャンペーンのうち、セル市場で実施した『プレミアム体験キャンペーン』につき、応募いただいた方の中からご当選された皆さんに、会員各社から提供された“業界ならではの”プレミアムな体験をしていただいた。ほとんどの賞の実施に際しては、事務局も立ち会い、ご当選者の皆さんにアンケートや感想をうかがった。おしなべて、各賞に当選された方は、DVD、BDを数多くコレクターされ、こよなく映像・映画を愛してくださっているヘビーユーザーの方が多く、業界ならではの体験に非常に感動していただけたようだった。また、各賞の実施に際しては、受入側の会員各社の現場の皆様にもご丁寧にアテンドしていただき、ご当選者の満足度もとても高いものとなったようである。

約半年に亘って実施された各賞の報告と、ご当選者からいただいた感想等について、以下にまとめて報告する。なお、それぞれの報告は、各賞が実施される都度、「ビデオの日」公式SNS (twitter、Facebook) で発信された。



エイベックス・ピクチャーズ編

2017年12月24日(日)に舞浜アンフィシアターにて『アニメJAM2017』が開催されました！
抽選で選ばれた1組2名のご当選者様にお楽しみいただきました！



日本アカデミー賞編

2018年3月2日(金)、東京都内において『第41回日本アカデミー賞』が開催され、ご当選者様にお楽しみいただきました！参加者の一人(22歳・学生さん)は、『広瀬すずさんが、とってもかわいかったです！』とコメントされていました。



ソニー・ピクチャーズ編

2018年3月9日(金)、ソニー・ピクチャーズ試写室(東京都港区)においてご当選者の皆様にご覧いただきました。『素晴らしい音響の中で見られて、とてもうれしかったです。家にも欲しいです。』(20代女性のコメント)



20世紀フォックス編

2018年3月20日(火)東京都内のスタジオにてご当選者の方に『X-ファイル』最新作の吹き替えを体験していただきました！
『とても貴重な体験をさせていただきました！』(20代女性のコメント)



ポニーキャニオン編

2018年3月23日(金)東京都内のスタジオにてご当選者の方に韓国ドラマの日本語吹き替えを体験していただきました！
『台本を特別に用意してもらい、プロの声優体験ができました』(50代男性のコメント)



東宝<スタジオ>編

2018年3月24日(土)東京都内にてご当選者の方に東宝スタジオを見学いただきました！
『生まれて初めてのことで、まさにプレミアムな体験ができました！』(20代男性のコメント)



AnimeJapan編

2018年3月24日(土)／25日(日)ご当選者の方にAnimeJapan2018のファストチケットでイベントを楽しんでいただきました！



キングレコード編

2018年3月26日(月)ご当選者の方にキングレコード関口台スタジオを見学いただきました！
『最新のスタジオワークの中で古いマイク等が今も使われている所に懐かしさを感じました』(50代男性のコメント)



ディズニー編

2018年3月29日(木)ウォルト・ディズニー・ジャパン試写室にてご当選者の方々に『美女と野獣』をご覧いただきました！
『貴重な場所でメイキングまで大画面で観られてよかったです！』(30代女性のコメント)



NHKエンタープライズ編

2018年4月5日(木)野外ロケ施設、『ワープステーション江戸』(茨城県)をご当選者の方に体験していただきました。
「このセットはあの場面で使用されました」など解説いただき、とても新鮮でした!」(50代男性のコメント)



東宝東和 ユニバーサル編

2018年4月5日(木)東宝東和の試写室において、ご当選者の皆様に『パシフィック・リム: アップライジング』をお楽しみいただきました。同作品の大ファンという女性お二人。わざわざ九州からご参加いただきました!



日活編 (1)

2018年4月7日(土)
日活調布撮影所で日活作品をご観覧いただきました!
「撮影所、本当に良かったです! 試写室ってすごいですね!」(20代男性のコメント)



日活編 (2)

2018年4月12日(木)日活調布撮影所で日活作品をご観覧いただきました!
「撮影所見学に興味があり、実際に見たことがなかったので、非常に貴重なチャンスでした!」(30代男性のコメント)



松竹<特典ディスク制作現場>編

2018年4月19日(木)ご当選者の方に松竹ディスク制作現場を見学いただきました!
偶然にも編集関係のお仕事をされている方でしたが、「松竹さんのスタジオは初めてで、とても楽しかったです!」とコメントをいただきました。



松竹<撮影所>編

2018年4月22日(日)ご当選者の方に松竹京都撮影所を見学いただきました。
「普段公開されていない撮影所に入り、しかも日本独特の時代劇の舞台を見ることができ、とても貴重な体験となりました!」とコメントをいただきました。



アニプレックス編

2018年5月1日(火)ご当選者の方にアニメの制作スタジオ「A-1 Pictures」を見学いただきました。
「アニメ制作現場体験やアニメ監督との談話ができ、貴重な体験となりました!」(30代男性)とのコメントをいただきました!



ユニバーサル編

2018年5月3日(木)ご当選者様に都内にて『NCIS ネイビー犯罪捜査班』の吹き替えに参加いただきました!
「海外ドラマシリーズの吹き替えに参加し、貴重な体験となりました!」(20代男性のコメント)



ワーナーブラザーズ編

2018年5月12日(土)、ご当選者様にワーナー・ブラザーズ試写室にて「ファンタスティックビースト」をご観覧いただきました。
「試写室を貸切にいただき、また映写室も見学でき感謝です!」とコメントをいただきました。



バンダイビジュアル編

2018年5月12日(土)ご当選者様に都内スタジオにてナレーション収録現場を見学いただきました!
「すごい体験をさせていただきました! 声がめっちゃかわかったです!」とコメントをいただきました!



東映編

2018年5月18日(金)ご当選者様に「東映京都撮影所」を見学いただきました!
「普段見られない場所を見学でき、東映ファンにとってはいい思い出になりました!」とコメントをいただきました! (撮影の無事を祈る神社前にて)



KADOKAWA編

2018年6月2日(土)、ご当選者様に東京都にある角川大映スタジオを見学いただきました。
「撮影所見学の全ての賞に応募、このスタジオ見学が当たりました。すごい体験でした!」とコメントをいただきました。



東宝<映画出演>編

2018年6月3日(日)、大阪の某所において、ご当選者様に東宝映画の撮影に参加していただきました。
「55歳の記念にと応募しました。人生の1ページに大きく焼き付けられる思い出となりました!」とコメントをいただきました。



超レア体験・会食編

2018年6月22日(金)、都内レストランにおいて、ご当選者様とビデオの日実行委員会の島谷委員長(東宝御代表取締役社長)が会食されました。
「日本最高峰のエンタメ会社の社長さんとお話ができ、とても貴重な体験になりました!」とのコメント!



ギャガ編

2018年6月24日(日)、ご当選者様に、ギャガ発売元作品『トレン・ミッション』の吹き替えに挑戦いただきました!
「現場の見学、体験ともに想像以上! 裏方の皆さんの仕事に感動しました。」とのコメントをいただきました。

第379回定例理事会開催報告

7月3日(火)午後4時30分より、当協会会議室にて第379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 「CDVJショップコンテスト2018」に対する後援名義使用及びJVA特別賞設定承認の件・・・承認
- 第2号議案 第31回東京国際映画祭に対する後援及び後援名義使用承認の件・・・承認
- 第3号議案 「Japan Content Showcase 2018」開催に伴う後援名義使用承認の件・・・承認
- 第4号議案 「地域上映支援大学～まちに映画を届けよう～」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. 市場活性化WG経過報告について
3. 知財関係報告
4. 9月度総合連絡委員会および懇親会の開催について
5. 2018年5月度ビデオソフト売上速報について
6. 2018年5月度映像配信統計報告について
7. その他

業務部会

映像ソフトのバリアフリー化の運用ルール等の環境整備について

2016年(平成28年)4月1日より「障害者差別解消法」が施行され、国や自治体には障害のある人に対して合理的な配慮が求められ、会社や店舗などの事業者は合理的な配慮に努めることが求められるようになった。映像ソフト業界としても、障害の有無によって分け隔てられることなく、映像コンテンツを楽しんでいただけるよう、より一層の環境整備に取り組んでいくことが求められている。業務部会幹事会(吉村隆部会長 ㈱ポニーキャニオン)ではその一環として、音声ガイドや日本語字幕ガイドの様なバリアフリー対応コンテンツの表記について、統一ルールを定め、障害者を含めた消費者への対応を図ることとし、6月28日午後2時30分よりJVA会議室にて「映像ソフトのバリアフリー化の運用ルール」説明会を実施した。当日は、会員社30社51名が出席し、NPO法人メディア・アクセス・サポートセンター(MASC)、株式会社ジャパンミュージックデータ(jmd)、一般社団法人日本レコード協会(RIAJ)からもご担当者にご出席いただいた。

説明会では、以下の内容について説明をし、会員各社にパッケージにおけるバリアフリー表示対応への協力を求めた。

■商品への表記について

バリアフリーに対応している商品は表記を下記2種類に統一する。

バリアフリー日本語字幕
バリアフリー日本語音声ガイド

*表示方法については日本レコード協会規格RIS403「DVDビデオの表示事項及び表示方法」に準ずる

*本編映像のみの対応で特典映像では対応していない場合でも表記する

*バリアフリー非対応映像作品(セリフの日本語字幕のみ収録)の場合は、従来通り「日本語字幕」の表示を行う

*セル、レンタルともに同様

■表示開始時期

新作:2018年10月以降の発売商品より

旧作:随時登録変更(既発売商品のジャケットはそのまま)

なお、NPO法人メディア・アクセス・サポートセンター(MASC)にメーカー用問合せ窓口を設置する。各々の作品についてバリアフリー対応作品に該当するかどうか等、不明な際に相談いただきたい。

NPO法人メディア・アクセス・サポートセンター

メール:info@npo-masc.org

電話:03-5937-2230(平日10時から17時まで受付)



▲説明会の様子

2018年度若手・中堅社員合同研修会を開催

総務人事委員会（枇榔浩史委員長東宝(株)）は、8月3日（金）午後1時より、当協会会議室において2018年度若手・中堅社員合同研修会を実施した。参加人数は39名、参加社は、エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)NHKエンタープライズ、(株)KADOKAWA、ギャガ(株)、キングレコード(株)、松竹(株)、東映ビデオ(株)、東宝(株)、(株)ハピネット、(株)バンダイナムコアーツ、(株)ポニーキャニオン、(株)パップの12社だった。

当日は、「統計データから見る映像ソフト市場の動向について」（講師：上田直子JVA副事務局長管理部担当兼広報課長）、「米国におけるホームエンターテインメント及びデ

ジタル配信の状況」（講師：岩崎明彦氏ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)メディア・ディストリビューション セールスディレクター）、「コンテンツ産業と著作権」（講師：小林靖子JVA業務部法務課兼著作権担当主事）の講義のあと、グループディスカッションを行った。「若い世代をビデオパッケージユーザーにするには」をテーマにメーカー混合のチームに分かれ、課題やそれぞれの見解、打開策など会社の垣根を越え熱く議論する姿が見られた。最後に各チームの発表を行い研修は終了した。研修会後は懇親会を行い交流を図った。



▼グループワークに取り組む皆さん



『JVA秋の懇親会』開催のお知らせ

毎年恒例の『秋の懇親会』を、9月12日(火)午後5時30分から総合連絡委員会の会議終了後に開催します。業界活性化ならびに広く現場レベルで皆様に交流を深めていただくことを目的としております。総合連絡委員会委員の皆様のみならず、是非多くの皆様にご参加いただきますようご案内申し上げます。

なお、懇親会のお申込は、各社の総合連絡委員の方にお取りまとめいただき、9月3日(月)までにJVA管理部水浦(mizuura@jva-net.or.jp)までご連絡ください。

●懇親会

日時 9月11日(火)午後5時30分から（5時開場）

場所 Café Serré (カフェセラ)

東京都中央区築地1-13-1

銀座松竹スクエア2F (TEL03-3543-7272)

会費 お一人様4,000円

(後日、ご請求書をお送り致します)



映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2017年②

前号にて既報のとおり、マーケット調査委員会(森口和則委員長 松竹(株))は、デジタル・エンターテインメント・グループ・ジャパンと共同で『映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査2017』を実施し、4月に結果を報告した。

本調査は、「ビデオソフト市場(DVDとブルーレイのセル及びレンタル)」と、ユーザーがコンテンツに対して対価を払うことで視聴する「有料動画配信市場」を、「映像ソフト市場」として定義した上で、その市場規模とユーザーの利用動向について、ユーザーに対するアンケートを基に、調査したものである。

調査結果の概要(前号に続く)

4. 有料動画配信サービス別の利用状況

有料動画配信サービス利用者における各サービス利用率は、SVODが83.8%で最も高く、TVODは25.4%、ESTは10.4%となっている(わからないを除く)。時系列ではSVODが若干低下、TVODはやや復調、ESTは連続的に低下している。

(図1-1)

各サービスの利用の重なりをみると、SVOD単独が68.8%と最も多く、ついでTVOD単独の12.2%、SVODとTVODの双方の8.6%、SVODとEST双方の3.6%、全て利用の2.9%となる。(図1-2)

調査概要

(1)調査対象

全国に居住する満16歳～69歳の男女で、インターネット利用者。(性年代別・都道府県別構成比を住民基本台帳に基づいて割り付けたインターネット利用者を対象に調査を実施し、その回収標本に対する補正をACR/Ex調査結果(株)ビデオリサーチを用いて実施した)

(2)調査実施 2018年1月

(3)調査対象期間 2017年1月～12月

(4)調査方法 インターネットによる調査

(5)回収サンプル構成

(a)一般調査:1,500サンプル

(b)有料動画配信調査:300サンプル

(6)調査機関 企画分析:株文化科学研究所/調査実施:株ビデオリサーチ

(7)有料動画配信サービスについて

2015年から、有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOWやスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約なしでみられる見放題のVODや、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題VOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題VODの視聴を含む。

(8)集計データの補正

本調査は16歳～69歳のインターネット利用者を対象として実施したため、同世代の一般個人におけるデータとして推計するために、補正データとして、「ACR/Ex調査」を用いる。「ACR/Ex調査」の対象者全体が一般の市場全体を代表しているとみなして、性年齢別にウェイト値を求め、データの補正を行った。

図1-1. 有料動画配信サービス別利用率の推移

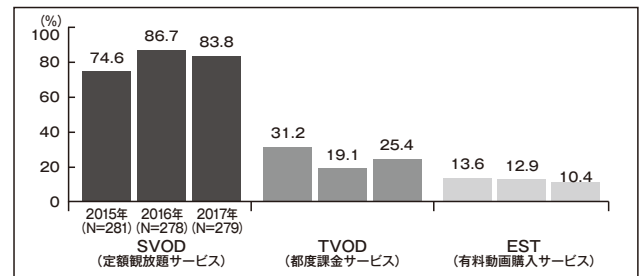


図1-2. 有料動画配信サービス毎の利用分布(2017)

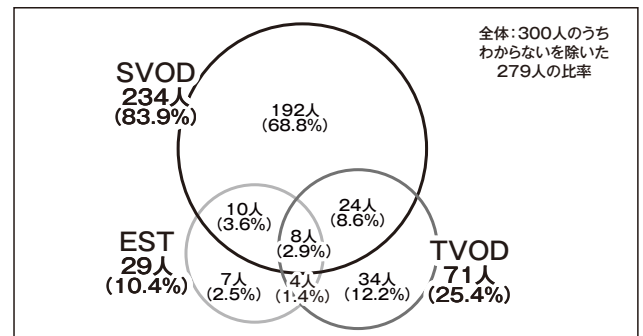


図2-1. ビデオソフト(DVD&BD)の購入率の推移

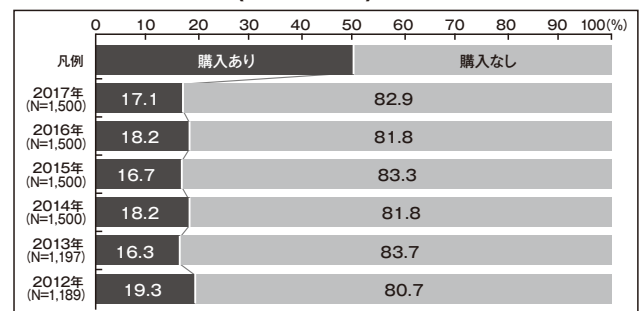


図2-2. ビデオソフト (DVD&BD) の購入枚数と金額の推移

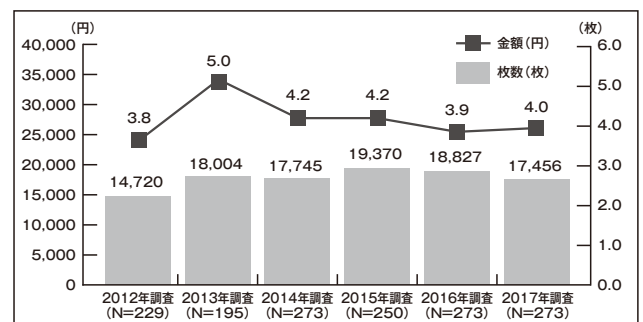


図2-3. 年代別の購入率・平均枚数・平均金額

		購入率 (%)		平均枚数 (枚)		平均金額 (円)
合計		N=1,500		N=257		17456.0
男性	計	N=755	21.2%	N=160	4.2	16750.6
	10代	N=52	24.5%	N=13	2.6	13508.3
	20代	N=122	27.9%	N=34	4.8	16861.3
	30代	N=146	26.9%	N=39	3.8	14877.1
	40代	N=173	23.9%	N=41	4.0	17131.2
	50代	N=130	15.2%	N=20	4.9	19588.0
	60代	N=132	9.7%	N=13	5.1	19826.3
女性	計	N=745	13.0%	N=97	3.7	18615.8
	10代	N=52	20.4%	N=11	4.2	27014.6
	20代	N=115	16.4%	N=19	4.5	22058.1
	30代	N=141	18.5%	N=26	3.2	15354.2
	40代	N=167	12.7%	N=21	3.8	19930.6
	50代	N=126	7.6%	N=10	1.9	12449.4
	60代	N=143	7.6%	N=11	4.1	15273.0

5. ビデオソフトの購入状況

2017年のビデオソフトの購入率は17.1%と2016年水準を下回ったが、長期的には概ね横ばいの傾向となっている。購入枚数は4.0枚となっており、2016年を若干上回ったが、平均購入金額は17,456円で、2014年の水準となっている。(図2-1 2-2)

性年齢別の購入率をみると、男性では20代、女性では10代の購入率が高い。枚数・金額では、男性では50代と60代、女性では10代が多くなっている。(図2-3)

また、セル市場においては、全体の3.2%しかいないヘビーユーザー（年間3万円以上購入/平均金額51,898円）層が、セル市場の購入金額全体の6割近く（55.5%）のシェアを占めている。この傾向自体は調査開始以来変わらないが、セルヘビーユーザーの割合が、この5年間で、僅かながらではあるが回復してきており、その点が着目される。(図2-4)

6. ビデオソフトのレンタル利用状況

ビデオソフトのレンタル利用率は、2014年に『アナと

雪の女王』効果で一時的に上昇したものの、2015年以降、再び長期低落傾向に戻っている。

平均利用枚数、年間のレンタル金額も長期低落となっている（過去4年で枚数は29.9%減の15.8枚、年間のレンタル金額は15.2%減の3,336円）。ただし、1枚当たりの単価については上昇を続けており、過去4年で21.0%増となる210.7円となっている。(図3-2)

ユーザーの年齢別の構成比率をみると、10代、20代の構成比が上昇した。性年代別の利用率をしてみると、男性では40代まで、女性は30代までが平均を上回る利用率となっているが、平均枚数・平均金額では、男女ともに60代が最も高くなっている。(図3-3 3-4)

7. 4K対応テレビの所有率

4Kテレビについては、2015年の3.0%から6.2%へと所有率が倍増。2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、高いポテンシャルを感じられる状況となった。(図4)

図2-4. ビデオソフト購入のセルヘビーユーザーの割合及び全ユーザーの購入総額に占める割合(全体)

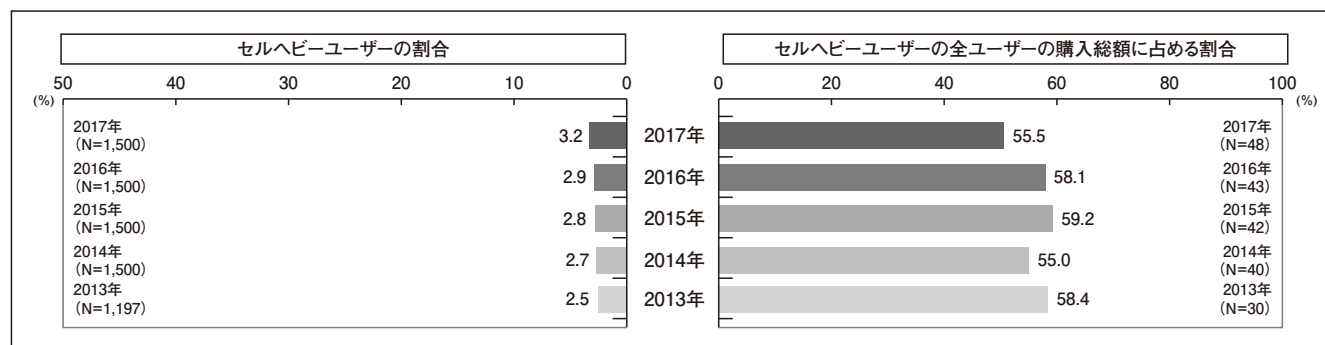


図3-1. ビデオレンタルの利用率の推移

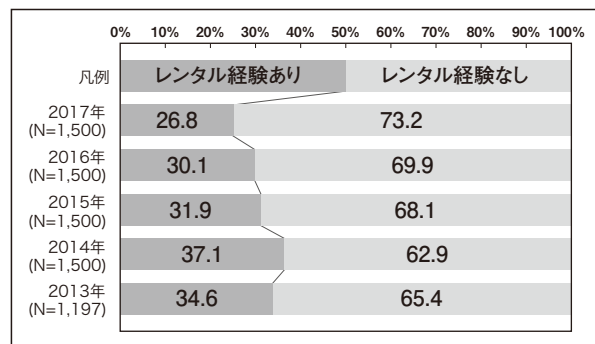


図3-2. ビデオソフトのレンタル利用率・平均利用枚数・平均利用金額の推移

	調査数	レンタル利用率	利用者の平均枚数	利用者の平均金額	1枚当たりの単価
2017年	N=1,500	26.7%	15.8枚	3,336円	210.7円
2016年	N=1,500	30.1%	17.0枚	3,498円	205.8円
2015年	N=1,500	31.9%	18.9枚	3,673円	194.3円
2014年	N=1,500	37.1%	22.6枚	3,934円	174.1円
2013年	N=1,500	34.6%	26.9枚	3,763円	139.8円
2012年	N=1,500	39.0%	29.0枚	4,530円	156.2円

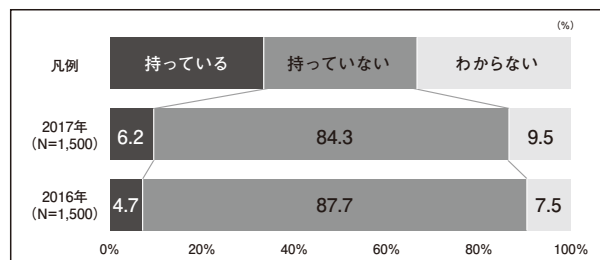
図3-3. 年代別のレンタル利用率・平均枚数・平均金額

		レンタル率 (%)		平均枚数 (枚)	平均金額 (円)	
合計		N=1,500	26.8%	N=402	15.8	3,336.0
男性	計	N=755	28.0%	N=211	20.6	3,992.7
	10代	N=52	39.2%	N=20	10.3	2,227.8
	20代	N=121	29.9%	N=36	13.7	3,572.3
	30代	N=146	33.5%	N=49	16.2	3,531.5
	40代	N=173	32.5%	N=56	24.1	4,666.5
	50代	N=130	21.1%	N=27	21.1	3,435.5
	60代	N=132	16.4%	N=22	42.2	6,352.3
	計	N=745	25.6%	N=190	10.5	2,607.9
女性	10代	N=52	46.5%	N=24	8.8	2,523.9
	20代	N=115	38.6%	N=42	10.9	2,675.5
	30代	N=141	32.9%	N=46	9.8	2,050.5
	40代	N=167	21.3%	N=36	10.4	2,015.0
	50代	N=128	13.8%	N=18	8.3	2,711.0
	60代	N=143	17.4%	N=25	14.8	4,389.7

図3-4. レンタル利用者の年齢構成比(経年比較)

	調査数	16~19歳	20代	30代	40代	50代	60代
レンタル利用者	2017年	N=401	11.0	19.5	23.7	22.9	11.5
	2016年	N=449	9.4	18.5	21.8	22.9	13.4
	2015年	N=476	6.3	18.7	23.3	23.3	14.1

図4. 4Kテレビ所有率



ライセンシーの権利に関する「対抗制度の検討」始まる

文化庁の文化審議会著作権分科会法制・基本問題小委員会で、7月2日(月)、「著作物等のライセンス契約に係る制度の在り方に関するワーキングチーム」(以下「ライセンス契約WT」という。)の第1回会合が開かれた。

ライセンス契約により著作物を利用するライセンシーの権利には、著作権法上対抗制度が設けられていない。そのため、著作権が譲渡された場合やライセンサーが破産・倒産した場合にライセンシーは、ライセンス対象の著作物等の利用を継続できなくなるおそれがある。

また、著作権法には、出版権以外に物権的な利用権の制度がないため、独占的ライセンシーが著作権侵害に対して差止請求をすることが困難である。

第1回の会合では、事務局より上記のような状況の指摘と次の2つの検討課題の提案があり、了承された。

- 著作物等の利用許諾に係る権利の対抗制度の導入について
- 独占的ライセンシーに対し差止請求権を付与する制度の導入について

この日の配布資料「著作物等のライセンス契約に係る制度の在り方に関するワーキングチームにおける検討課題の概要と検討の進め方(案)」では、「民法法理との整合性、制度の導入が契約実務に与える影響、他の知的財産権法との整合性」等を考慮しつつ検討を進めるとしている。したがって、対抗制度についての民法法理と他の知的財産権法の対抗制度の概要を押さえておく必要がある。

1. 物権と債権に関する民法法理

財産権には、財物を権利の客体とする物権と人に対する請求権である債権とがある。

物権は所有権等の財物を排他的に支配する権利である。著作権は、無体物である著作物を客体とする排他的権利であるため、準物権とも呼ばれる。物権や準物権は権利の客体を排他的に支配する権利であるから、その権利は誰に対してでも主張できることになる。

債権は、賃貸借契約によって他人の財物を利用する権利のように、契約の相手方等に対して財物を利用させるよう請求できる権利である。

民法601条は、賃貸借契約を「当事者の一方がある物の使用及び収益を相手方にさせることを約し、相手方がこれに対してその賃料を支払うことを約することによって、その効力を生ずる。」としている。

賃貸借契約の場合、ある物の使用及び収益をさせることを約束したのは契約した賃貸人であるから、賃借人は契約の当事者である賃貸人に契約の目的物を使用させることを請求できるが、契約当事者ではない第三者に請求することはできない。

したがって、賃貸借契約の目的物が第三者に譲渡された場合、賃借人は新たな所有者に対して契約の目的物を使用させるよう請求することはできない。このことを称

して「売買は賃貸を破る」といわれる。

同様に、ライセンス契約によって著作物を利用するライセンシーの権利もライセンサーに対する請求権である。それゆえ、民法理論と同様に考えるとライセンス契約の目的物である著作物の著作権が譲渡された場合には、ライセンシーは新たな著作権者に対して著作物を使用させることを請求できないことになる。

2. 民法法理における対抗制度

AとBがAの所有物をBに売却する売買契約を締結した後、AはCとの間でも同一物をCに売却する契約を締結したとする。所有権は排他的権利であるから、同一物に同一の物権はひとつしか存在しえない(一物一権主義)。したがって、BとCどちらが所有権を取得するかを決める必要があり、その基準が対抗要件である。民法では、不動産の対抗要件を登記と定め(177条)、動産の対抗要件を目的物の引渡しと定めている(178条)。動産については、特別法で登録を対抗要件としているものもある(自動車について「道路運送車両法」5条1項等)。著作権の移転等については、相続その他の一般承継を除き、登録が対抗要件とされている(著作権法77条)。ところで、前述した「売買は賃貸を破る」という民法原則も修正されている場合がある。たとえば、不動産賃借権は民法605条で登記を対抗要件と定めている。もっとも、賃貸人に登記義務はないため、不動産賃借権が登記されることは少ない。

そのため、建物所有を目的とする土地の賃借権と建物の賃借権については特別法で対抗要件を定めている。借地借家法10条では、借地上の建物の登記を対抗要件としているし、建物の賃借権については建物の引渡しによって、新たに建物の物権を取得した第三者に効力を有するとされる(借地借家法31条1項)。

このように、債権について対抗要件を定めて、債権を第三者に主張できるようにすることを債権の物権化と呼ばれる。民法法理でも、一部の債権については物権化が肯定されている。

3. 破産手続きと対抗制度

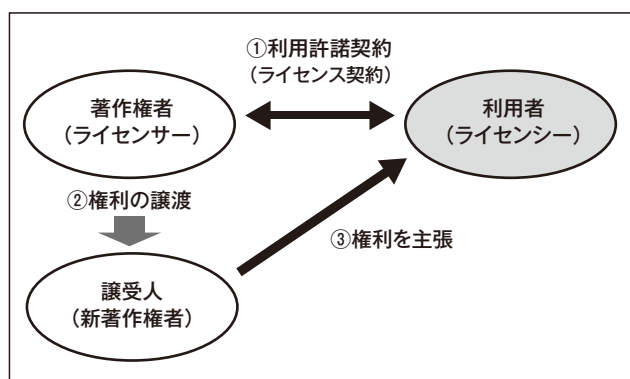
「ライセンス契約WT」では、著作権者が破産した場合の問題が指摘された。

破産法53条1項は「双務契約について破産者及びその相手方が破産手続開始の時に於いて共にまだその履行を完了していないときは、破産管財人は、契約の解除をし、又は破産者の債務を履行して相手方の債務の履行を請求することができる。」と規定している。

ライセンス契約は、ライセンサーが契約の目的物である著作物等をライセンシーに利用させる債務を負担し、ライセンシーはその対価である使用料を支払う債務を負担する。

このように契約当事者双方が対価的債務を負担する契約を双務契約という。したがって、著作権者の破産によって未履行のライセンス契約が破産管財人によって解除されるおそれがあり、ライセンシーの地位が不安定であるとされる。

もっとも、破産法56条1項では「第五十三条第一項及び第二項の規定は、賃借権その他の使用及び収益を目的とする権利を設定する契約について破産者の相手方が当該権利につき登記、登録その他の第三者に対抗することができる要件を備えている場合には、適用しない。」と規定している。それゆえ、不動産賃借権やライセンシーの利用権が対抗要件を備えれば、破産管財人によって契約を解除されるおそれはなくなる。



※出典：著作権等のライセンス契約に係る制度の在り方に関するワーキングチーム（第一回）資料4「著作物等の利用許諾に係る権利の対抗制度に関する問題の所在と検討事項（案）」

4. 他の知的財産権制度と対抗制度

産業財産権法では、通常実施権が非独占的な利用権である。以前は通常実施権について「その登録をしたときは、その特許権若しくは専用実施権又はその特許権についての専用実施権をその後に取得した者に対しても、その効力を生ずる。」（旧特許法99条1項）と規定されていた。したがって通常実施権を新たな権利者に対抗するためには登録が必要であった（登録対抗制度）。

平成23年の法改正により、特許権、実用新案権及び意匠権については、通常実施権は登録なしで当然に対抗力

を有するとされた（特許法99条、実用新案法19条3項、意匠法28条3項）。この当然対抗制度は、平成24年4月1日から施行されている。

なお、商標権の通常実施権については当然対抗制度の導入は見送られ、現在も登録対抗制度が採用されている（商標法31条4項5項）。

商標の通常実施権が多数にライセンスされることは考えられないことや当然対抗制度を導入することで商標が付された商品の出所や品質の同一性が確保できなくなる等の問題が指摘されたためのものである。

以上のように、民法法理上も債権に対抗制度を導入している例があり、他の知的財産権についても通常実施権について対抗制度が導入されている。

第1回会合で配布された「著作物等の利用許諾に係る権利の対抗制度の導入に関する論点整理—検討事項1関係—」で、以下の4種の対抗制度が例示された。

- (1)登録を対抗要件とする登録対抗制度
- (2)ライセンス契約に基づく事業を実施していることを対抗要件とする事業実施対抗制度
- (3)悪意者に対してのみ対抗できる悪意者対抗制度
- (4)対抗要件なしで当然に対抗できる当然対抗制度

対抗制度を導入すればライセンシーの地位の安定化に資することができる。他方、ライセンサーからの著作権等の譲受人はライセンシーの利用権により制限された権利しか譲り受けることができなくなる。そのため、対抗制度は第三者が権利の存在を知りうる公示手段を対抗要件としている。特許法等の通常実施権については、相当な注意（due diligence）を払えば通常実施権の存在を知りうることと新たに特許権を取得した第三者は自ら特許を実施できること等が当然対抗制度の根拠のものである。

なお、著作権等のライセンシーの権利について対抗制度を導入する場合、ライセンサーの契約上の地位の承継問題等も、今後、審議されることとなろう。

アンチリッピングキャンペーン

アンチリッピングトレーラー収録作品数

当協会は、リッピング行為により「私的複製」「複製したものを利用すること（販売、譲渡、P2Pソフトを使ったファイル共有、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たものをダウンロードすること」の違法性を消費者に訴えることを目的に、「アンチリッピングキャンペーン」を2015年3月より実施している。

その一環として「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のトレーラーとして収録している。その進捗状況の把握のため、四半期ごとに収録作品数をカウントし記録をし

ている。現在会員社17社に協力を頂いており、2018年4月～6月の作品数は125作品、キャンペーン開始からの累計は1638作品（未回答有）となった。

【参加社】アスミック・エース(株)、(株)アニプレックス、エイベックス・ピクチャーズ(株)、(株)KADOKAWA、ギャガ(株)、キングレコード(株)、松竹(株)、東映ビデオ(株)、東宝(株)、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)博報堂DYミュージック&ピクチャーズ、(株)バップ、(株)ハピネット、(株)バンダイナムコアーツ、(株)ポニーキャニオン、ワーナーブラザーズジャパン(同)

台湾：日本のデジタル放送対応ISDを世界初摘発

■Piracy 3.0：ISDによる著作権侵害の時代

技術の進展とともに、著作権侵害の態様が大きく変化している。海賊「盤」と呼ばれるいわゆるフィジカルパイレーツを経て、現在は、デジタルデータによるオンライン上での侵害が主流となっている。

違法アップロードは、悪質・匿名化し、ユーザー同士が直接ファイルのやりとりを行うP2Pによる著作権侵害は、世界各国で大問題となった。そして2005年、動画共有サイト「YouTube」が登場し、世界を席巻した。ユーザーが簡単に動画をアップロードし、世界に発信できる新しいサービスは、違法アップロードをよりカジュアルなものとした一面もある。

MPA(モーション・ピクチャー・アソシエーション)は、P2Pによる侵害を「Piracy 1.0」、ストリーミングによる侵害を「Piracy 2.0」と呼んでいる。そして今、オンライン上の侵害動画コンテンツをストリーミング受信し一般のテレビで視聴可能にする不正ストリーミング視聴機器(ISD: Illegal Streaming Devices)と呼ばれる装置による侵害の時代が到来し、MPAなどはこれを「Piracy 3.0」として最重要課題と位置付けている。

■世界初、日本コンテンツに係るISDの摘発

CODAに入った情報によると、台北地方検察署、刑事警察大隊電信偵査大隊(第一隊)、保二総隊刑事警察大隊(偵一隊)、台北市政府警察局大安分局は、2018年6月14日、ISDを販売し、さらに動画の違法アップロードも行っていたとして、台湾在住の男性4名、女性2名の計6名の容疑者を逮捕した。

逮捕当日には台北市、桃園市ほか計5カ所で家宅捜索が行われ、サーバー48台、衛星コード解除機13台、代表的なISDである「Qbox」250台、スマートホン、パソコン、帳簿などが押収された。

なお、日本コンテンツに係るデジタル放送対応のISDが摘発されるのは、世界で初めてである。

本件で対象となったISDは、日本で放送される全ての番組(地上波、BS・CS全42局)がほぼ同時刻に台湾で無料視聴することができるもので、約3,000台湾ドル(約11,000円)で販売されていた。

今回、CODAと現地の調査機関IFACT-GCの調査に基づき刑事警察大隊電信偵査大隊へ情報を提供し、これを受けた大隊が内偵に着手し、CODA会員の協力のもと、この機器を通じて不正ストリーミングが視聴できることを裏付け今回の摘発に繋がった。

逮捕翌日の6月15日は、台湾の内政部警政署刑事警察本局本部で記者発表が行われ、現地のテレビ局など多くのメディアが集まり、一斉に報道が行われた。

その結果、台湾国内店舗でのISDの販売は、少なくとも6月の時点においては表立って行われなくなった。

■ISDの問題点

これらISDの流通は、EU諸国を中心に世界各国でさまざまなテレビ番組や有料スポーツ番組が不正に視聴されるとともに、機器を介しオンデマンドで映画などの侵害動画も視聴できることから大きな問題となっている。

利用者が違法性に気付かず機器を使っているケースも多々あるが、ISDの流通はコンテンツ産業にとって最大の脅威となるほか、この売り上げは、世界各国で組織犯罪やテロ組織の資金源となっている可能性が指摘されており、世界中の権利者や著作権団体等が連携し対処に当たっている。

また、購入者が犯罪行為者に対し資金のみならず個人情報や支払い情報も提供しているということも憂慮すべき問題である。

CODAには、世界の複数の地域で同様の機器が流通しているとの情報が寄せられている。今後とも、著作権保護のための取り組みを継続していく。

(執筆：CODA事務局)

▼押収された機器など



▼記者発表の様子



『ほんと?ホント!フェア in 広島』～海賊版は買わない! 偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない! 海賊版サイトは見ない!～ 盛大に開催

不正商品対策協議会(ACA)では、6月30日(土)に、不正商品を排除しよう!との主旨のもと、『ほんと?ホント!フェア in 広島』～海賊版は買わない! 偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない! 海賊版サイトは見ない!～を、コンテンツ海外流通促進機構と共催でイオンモール広島府中(安芸郡府中町)において開催した。来場者は約2,000人だった。今回で38回目を迎える「ほんと?ホント!フェア」は、インターネットを悪用した知的財産侵害事犯が増加している中、広く一般消費者に知的財産の保護と不正商品の排除を訴えた。

当日は、広島県の地元タレントのミニライブや「減らそう犯罪」県民総ぐるみ運動マスコットキャラクター

「モシカ」の写真撮影会等が行われ会場は大いに盛り上がった。来場者は、ステージで繰り上げられる様々なプログラムや、ホンモノ・ニセモノを比較する約100点の展示品やクイズラリー等を楽しんでいた。

◇主催 不正商品対策協議会(ACA) /
(一社)コンテンツ海外流通促進機構(CODA)

◇後援 警察庁/経済産業省/特許庁

◇協力 吉本興業(株)/
国際知的財産保護フォーラム(IIPPF)

詳細は不正商品対策協議会ホームページまで
(<http://www.aca.gr.jp/>)

(執筆: ACA事務局)



▲○×クイズの様子



▲ホンモノ・ニセモノの展示

「第7回著作権を守ろう!」ポスターコンクール作品募集!!

著作権侵害をはじめとする知的財産権の侵害は、デジタル・ネットワーク化の進展により、いまや国際的な問題のひとつとなっている。その侵害防止には、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は、若年層に対し、広く著作権に対する保護意識を高めてもらうことを目的として、小学生、中学生から「著作権を守ろう!ポスターコンクール」の作品募集を実施する。警察庁、文部科学省のご支援により、全国の小学校児童(小学生4年生から)、中学校生徒を対象に募集をかけ、夏休み期間中にポスターづくりに励んでもらう。

締切: 2018年9月21日(金)

「第7回著作権を守ろう!ポスターコンクール」応募事務局到着分まで

詳細は不正商品対策協議会ホームページまで

(<http://www.aca.gr.jp/>)。

また、お問い合わせは、不正商品対策協議会担当 吉原まで(TEL03-3542-2010)

(執筆: ACA事務局)

新しいものをゼロから考えて作ることは、大変ですがとても大切なことです。

絵や作文や習字、さらに動画やゲームなどが楽しく出来るようになったと、作った人には著作権という権利が生じます。著作権(作った作品が他人から勝手に使われることを防ぐ権利)は、作品を守るためのものです。みんなに「ホンモノ」(オリジナル)の大切さをもっと知ってもらうために、ゲームソフトや漫画や映画などの作品を作るためのポスターも今年も募集します。授業や夏休みなどで自分だけの「オリジナルポスター」を考えて作ってみませんか?

応募資格 小学生4年生以上の児童、中学校の生徒

賞 賞金 優秀作品及び佳作作品の入賞者のみに通知します。

募集期間 2018年9月21日(金) 応募事務局到着分まで

不正商品対策協議会



Relay essay

vol.132

(株)NHKエンタープライズ常務取締役経営企画室長 柳田 昌賢 氏からのご紹介

エンタメ星王子:ビいくん (日本語翻訳:東宝株式会社 総務部 広報・IR室長 石原達也)

「ビデオの日キャンペーン公式キャラクターの悲しみだビい〜の巻」

こんにちは。ビいくんです。2016年に「11月3日はビデオの日〜おうちでエンタメ〜」公式キャラクターに就任してからというもの、イベント稼働は覚えているだけで多分3、4回くらい。自分のことを皆がどれだけ気にかけてくれているだろうか? とGoogleで「ビいくん」とエゴサーチするも、唯一の地球の友人でもあり心の友である東宝の石原さんが食事に連れて行ってくれた時に、twitter (フォロワー83人) とかインスタ (フォロワー54人) に投稿したレトロな居酒屋の風景や、ラーメンの写真、焼鳥やチューハイと僕とのツーショット写真など、はっきり言ってどうでもいいような内容の画像ばかりが出てくるし、画像検索をかけてもゲームの同名キャラクターの画像ばかり出てきやがります。おまけに、知名度アップを狙って張り切って参加した「ゆるキャラグランプリ2017」でも、エントリーする476キャラクター中、人気投票は419位とトホホな結果で、もう何もかも投げだして故郷のエンタメ星にJVAに無断で帰ってやろうかと、やぶれかぶれの気分になりましたわ、ええ。

一体僕の存在意義ってなんなんだろうか? 誰も僕のことなんて必要としていないんじゃないか? などとネガティブな感情に支配され、築地のJVAの倉庫で気持ちも体もしぼんだまま、仮眠しとるわけですね。

というわけで、改めまして会員各社のみなさまをはじめ、ほとんど誰にも知られていない、誰でも思いつきそうなベタかつユルい設定の僕のプロフィールを紹介することになります。

出身地は遙か彼方の別の銀河にあるエンタメ星。地位はエンタメ星ビデオ王国の王子。誕生日は11月3日と、奇しくもビデオの日と同日! 地球を訪れた目的は、地球からのエンタメ電波 (どんな電波やねん) を受信したところ、その多様

性と魅力にすっかり虜になり、王子という高貴な身分を隠して地球、そして、なぜか日本にやってきました。まあ、M78星雲からやってきたウルトラマンも地球の平和を守るために日本国内限定で戦ってましたから、いいでしょう、次。主な生息地は日本国内のビデオレンタル店やCDショップ、映画館など主にフィジカルなパッケージが商品として販売されているエリアに限定されています。配信プラットフォームは今のところガン無視とします。趣味は公式キャラとして当然ですがビデオ鑑賞。好きな食べ物は、特に吉田類大先生が訪問したことのあるような昭和な居酒屋のつまみ、焼鳥、ヤキトン、焼肉は赤身かホルモン、ロメスパ、ラーメン、町中華のチャーハン、鶏の素揚げなど。飲み物は生レモンサワーかバيسサワーですかね。初期設定ではエンタメをビデオ鑑賞するごとにエンタメ・エナジーなるパワーがチャージされるんで、基本的には食事は不要としていましたが、石原さんと親睦を深めていったら雑な設定が更にブレブレになってきました、すみません。好きなスポーツ選手はノモビデオ (エンタメ星の野球選手)。好きな歌手はムラタビデオ (エンタメ星の演歌歌手) ……と、ヤケクソの駄洒落の世界。特技は、特典映像のイッキ見。映像頭出し、逆再生。性格は感受性豊かで、喜怒哀楽がはっきりしている。涙もろい感動屋さん。幼少期エンタメ星で親友だったべえ太くんが行方不明になったのが今でも気がかり。苦手なものは汚れ、傷、違法動画、水、直射日光、高温多湿、って、もうここまで書いていても我ながらしょうもない設定で、あれ? なぜだろう? 生あたたかい液体が僕の緑色の頬を濡らしているヨ。知らん間にLED埋め込み型の僕の両目から大量の涙がこぼれ落ちていました……

というわけで、JVA会員社のみなさん、誰でもいいから僕を活用してくれ〜 (魂の叫び)。

▼日誌に見る協会の動き

【6月】

- 1日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 6日 マーケティング委員会
- 7日 通常総会
定例理事会
- 8日 業務使用対策委員会
- 12日 総合連絡委員会
- 19日 「ビデオの日」分科会(セル、レンタル)
- 20日 ACA企画広報部会
- 21日 JASRAC協議
- 22日 上半期ビデオソフト統計調査担当者説明会
- 25日 市場活性化キャンペーンWG全体会議
- 27日 総務人事委員会
おつかれリセットフライデーPRイベント
「ビデオの日」実行委員会参加
- 28日 「映像ソフトのバリアフリー化の運用ルール」説明会
業務部会幹事会

【7月】

- 3日 定例理事会
- 4日 マーケティング委員会
- 5日 「ビデオの日」会員社他説明会
- 6日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 9日 「ビデオの日」分科会(PR)
- 10日 総合連絡委員会
- 13日 業務使用対策委員会
- 17日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル)
- 19日 消費者委員会
- 20日 「ビデオの日」×
「おつかれリセットフライデー」イベント(@KITTE)
- 24日 中部地区連絡協議会定例会議
- 25日 JASRAC協議
- 26日 関西地区連絡協議会定例会議
- 30日 市場活性化キャンペーンWG全体会議
「ビデオの日」分科会(PR)

▼事務局人事

●2018年5月8日付
水浦 直文 管理部長

●2018年5月31日付
伊藤 和彦 退職

●2018年6月1日付
大島 聖代 管理部管理課課長
(前 管理部管理課主任)

一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2018年8月1日現在

■ 正会員(28 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)小学館
松竹(株)
(株)ソニー・ピクチャーズエンタテインメント
(株)ソニー・ミュージックエンタテインメント
(株)第一興商
TC エンタテインメント(株)
東映ビデオ(株)
東宝(株)
東宝東和(株)
(株)東北新社
20世紀フォックス
ホームエンターテイメントジャパン(株)
日活(株)
(株)バップ
(株)ハビネット
(株)バンダイナムコアーツ
(株)ポニーキャニオン
ユニバーサルミュージック(同)
(株)よしもとミュージックエンタテインメント
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(17 社)

(株)アニプレックス
(株)一丸堂印刷所
(株)IMAGICA
エイベックス・エンタテインメント(株)
カルチュア・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)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)ムービーマネジメントカンパニー
メモリーテック(株)

2018年8月17日発行

編集・発行 一般社団法人 日本映像ソフト協会

〒104-0045 東京都中央区築地2-11-24 第29興和ビル別館2F
電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>



サラリーマン 山崎シゲル

✕ 日本映像ソフト協会 <http://www.jva-net.or.jp/anti-ripping/>

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!

知って
いますか?

11月3日は
ビデオの日
<http://www.videonohi.jp/>