



2019.1

No.192
2019.JANUARY

Main Reports

- 島谷能成会長 2019年年頭のご挨拶
- 2019年新年賀詞交歓会 盛大に開催
- 寄稿『ホームエンタテインメント市場の現況と課題の考察』
(映像メディア総合研究所 四方田浩一氏)



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

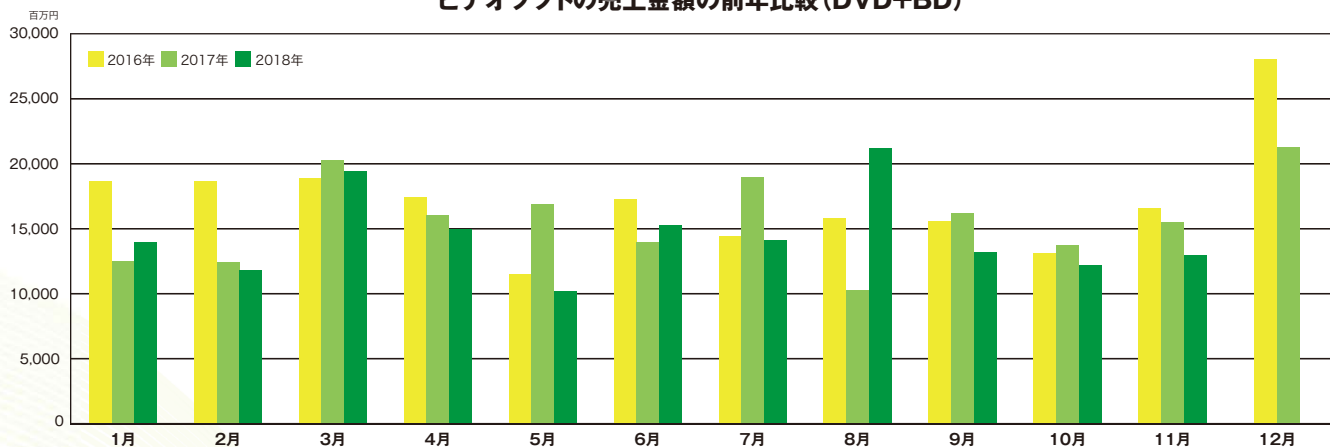
2018年11月度

(金額:百万円 数量:千枚)

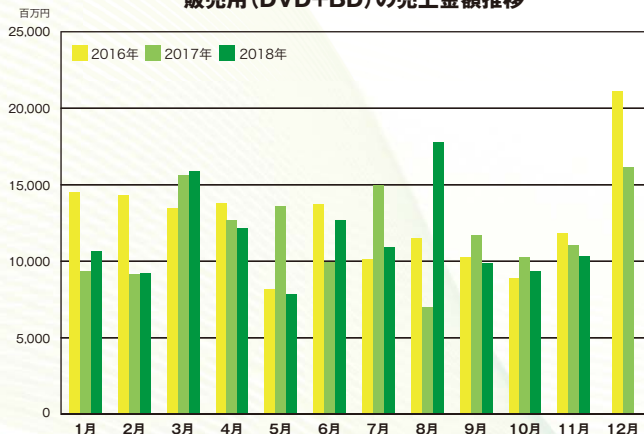
	11 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1 月 ～ 11 月 の 累 計							
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比
販売用(個人向)	4,185	62.0%	103.2%	1,240	33.0%	99.5%	354	96.2%	増 減 5社 22社 その他 2社	53,552	64.1%	103.6%	14,282	39.8%	94.0%	3,722	82.6%
特殊ルート	50	0.7%	625.0%	81	2.2%	243.1%	4	400.0%		382	0.5%	73.9%	950	2.6%	73.7%	34	20.0%
レンタル店用	2,477	36.7%	73.7%	1,924	51.2%	81.8%	412	91.4%		29,087	34.8%	83.7%	19,985	55.6%	84.7%	4,648	105.5%
業務用	43	0.6%	93.5%	514	13.7%	129.6%	15	78.9%		489	0.6%	63.9%	697	1.9%	257.5%	307	89.2%
DVDビデオ	6,755	50.5%	90.4%	3,760	70.6%	102.4%	785	93.6%		83,510	52.2%	95.2%	35,914	69.9%	89.0%	8,711	92.4%
販売用(個人向)	6,329	95.7%	84.7%	1,212	77.6%	73.0%	274	92.3%	増 減 12社 15社 その他 2社	73,105	95.5%	98.7%	13,352	86.5%	92.2%	2,599	84.7%
特殊ルート	35	0.5%	39.3%	133	8.5%	413.8%	2	100.0%		205	0.3%	20.6%	201	1.3%	54.6%	23	95.8%
レンタル店用	238	3.6%	65.6%	215	13.8%	74.5%	23	76.7%		3,136	4.1%	97.1%	1,860	12.1%	98.4%	226	95.8%
業務用	11	0.2%	220.0%	2	0.2%	541.8%	0	－		71	0.1%	24.0%	16	0.1%	33.6%	2	200.0%
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	6,613	49.5%	83.4%	1,563	29.4%	78.9%	299	90.9%		76,529	47.8%	97.4%	15,430	30.1%	91.9%	2,850	85.6%
合 計	13,368	100.0%	86.8%	5,322	100.0%	94.2%	1,084	92.8%		160,039	100.0%	96.2%	51,344	100.0%	89.9%	11,561	90.6%

◎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。◎累計値には、1月～6月の数字として、2018年上半期調査の数字を用いている。

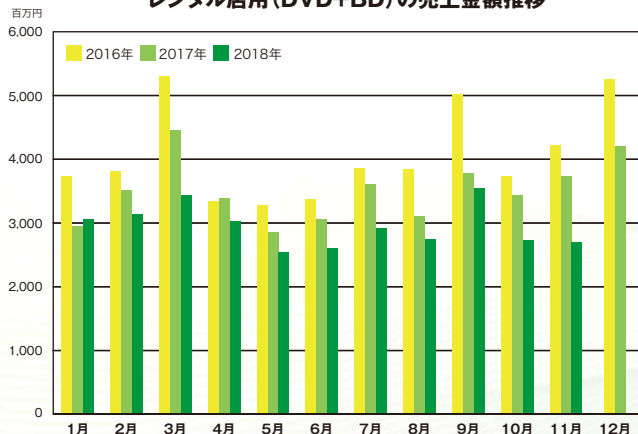
ビデオソフトの売上金額の前年比較(DVD+BD)



販売用(DVD+BD)の売上金額推移



レンタル店用(DVD+BD)の売上金額推移



Index

月間売上統計(11月)	1	総務人事委員会活動報告	7
月間売上統計グラフ資料	1	法制・基本問題小委中間まとめに関する意見募集に対し、意見提出	8
島谷能成会長 2019年年頭のご挨拶	2	寄稿『ホームエンタテインメント市場の現況と課題の考察』	9
2019年新年賀詞交歓会 盛大に開催	3	不正商品対策協議会	12
2019年西日本合同賀詞交歓会を開催	6	コンテンツ海外流通促進機構	13
第383回定例理事会開催報告	7	リレーエッセイ135	14
アンチリッピングトレーラー収録作品数	7	日誌に見る協会の動き	14



2019年 年頭のご挨拶 (2019年新年賀詞交歓会より)

一般社団法人日本映像ソフト協会 会長 島谷 能成



新年あけましておめでとうございます。

先ずは嬉しいニュースが飛び込んでいます。昨年の実績ですが11月までの累計は前年比96%ですが、販売用については100%を超えている状況で、12月の成績次第では4年ぶりに前年を上回ることになります。大変めでたい年明けになりました。12月タイトルには、ジャニーズの新星、『King&Prince』の初ライブ作品や、「カメラを止めるな!」などの話題のタイトルが発売されておりますので、ここ数年減少傾向にありましたが、これを持ちこたえて前年を上回り右肩上がりとなる可能性は大いにあると思います。

さて、昨年12月に4K／8Kの本放送が始まりました。生活の中にあふれる映像のクオリティは益々高くなり、消費者の高画質へのニーズは益々高まるものと思われます。我々コンテンツを提供する事業者としても、ブルーレイ、さらには4K UHDの拡大普及に益々力が入ってくると思います。パッケージソフトに対する消費者ニーズにはまだまだポテンシャルがある、コンテンツ次第ではまだ市場の伸びを喚起できるという可能性が表れていると思っています。

パッケージ市場の活性化を狙って始めた『11月3日はビデオの日』キャンペーンも、昨年で3回目となりました。昨年は、『4Kまるごとプレゼントキャンペーン』というオープン懸賞のキャンペーンが大変好評だったことや、8日間に亘って日比谷で開催した上映会イベントに1万人の方にご来場いただき大盛況となったことなど、3年目にしてやっと『11月3日はビデオの日』の認知に手ごたえが出てきたかなと感じております。また、本日もお越しいただいているAmazon様やローソンエンタテインメント様、セブンネット様、タワーレコード様といった大手の販売事業者様にも多大なるご協力をいただきまして、『ビデオの日』を掲げて、年末に向けて市場を盛り上げていただきました。一方で、レンタル市場については苦戦が続いておりますが、CDVJさんとも一層のタッグを組んでこの難局に向かっていきたいと思っています。昨年はCDVJの世良理事長がお亡くなりになりました。理事長には本キャンペーンの開始時には真っ先に賛意を示していただき感謝をしている次第です。この場を借りてご冥福をお祈り申し上げます。この市場活性化のためのキャンペーンは、今年も製販一体となって継続して続けてまいりたいと思っておりますので、メーカーの皆様、流通の皆様、是非、ご協力をお願い申し上げます。

さて、ここでパッケージ市場にも関わりの深い映画興行の話をしたいと思います。昨年は非常に好調で全世界の興行収入は417億ドルで最高記録を更新、北米においても最高記録を更新しました。日本においては、正式には今月25日映連より発表されますが、年間興行収入は2000年に入ってからベスト3に入る実績になると思われます。大変賑やかな良い年となりました。その中でも「ボヘミアン・ラブソディ」「カメラを止めるな!」「万引き家族」といった我々の想定を超えるような動きをみせる作品が続々と出ました。「ボヘミアン・ラブソディ」では、お客様自身がコンテンツを見つけ、SNSなどにより作品を大きくプロモートし波を作ってくださいました。お客様とコンテンツ提供側の距離が非常に近づいた、或いは双方向になってきたと思います。我々を取り巻く市場の地下にまだまだ熱いマグマがあると勇気を与えられた一年だったと思います。今年一年においては、邦画洋画共に最高のラインナップだと思います。昨年の好調と今年の素晴らしいラインナップが、やがてパッケージ市場のビジネスチャンスとして帰ってくると考えております。

一方、インターネット上の海賊版問題はグローバルな規模で益々深刻化しております。この問題に関しては、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)の皆さんと共に取り組んでいるところですが、お陰様で「リーチサイト」については、法案が今国会に提出される方向性を示す中間まとめが出されました。知財事務局、文化庁、経済産業省の皆様、ご支援、本当にありがとうございます。そして法が施行されるとすれば来年2020年は、是非とも警察庁に取り組みをお願いし、一掃を図りたいと思います。我々も今年は証拠集めに尽力します。

また、昨年話題となった「サイトブロッキングの法制化」については、様々な議論がありますが、CODAを中心に映画連、動画協会、出版業界とも連携し、粘り強く取り組んでまいりたいと思います。

乗り越えねばならない課題は山積しておりますが、ご列席の関係省庁の皆様のお力添えをいただきつつ、会員社の皆様、関係団体、関係各社の皆様からのご支援も賜りながら、業界発展のために今年も尽力してまいります。本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。

2019 年新年賀詞交歓会 盛大に開催

2019年1月9日（水）午前11時30分より、千代田区市ヶ谷の「アルカディア市ヶ谷（私学会館）」にて、一般社団法人日本映像ソフト協会新年賀詞交歓会を開催した。

当日は、厳しい寒さながらも新春の晴れやかな陽ざしが差し込む中、会員社をはじめ関係官庁、関係団体、報道の皆様等、約465名の方にご来場いただき盛大な会となった。

冒頭、島谷能成会長（東宝㈱代表取締役社長）より新年の挨拶を行った。

続いて、ご来賓の経済産業省商務情報政策局大臣官房審議官（IT戦略担当）吉田博史氏、文化庁審議官内藤敏也氏、警察庁生活安全局生活経済対策管理官鈴木達也氏（警察庁 生活安全局 生活経済対策管理官付 総括補佐兼知的財産権保護対策官 宮関真由美氏が代読した。）より新年のご挨拶を賜った後、内閣府知的財産戦略推進事務局長住田孝之氏から新年のご挨拶と乾杯のご発声をいただき開宴した。

最後に、井上伸一郎副会長（㈱KADOKAWA 代表取締役執行役員）より中締め挨拶の後に賑やかな宴が終了した。



経済産業省 商務情報政策局
大臣官房審議官（IT戦略担当）
吉田 博史 様



皆様あけましておめでとございます。平成31年新年賀詞交歓会が盛大に開催されますことを心よりお慶び申し上げます。

さて、昨年は海賊版対策について非常に注目されましたが、貴協会においてはコンテンツ海外流通促進機構（CODA）と共に、啓発活動を含め様々に取り組んでおられることに敬意を表する次第でございます。経済産業省でも、業界の方々、或いは関係省庁とも連携し、広告出稿抑制などの海賊版対策、或いは正規版流通の促進といったことに、引き続き取り組んでまいりますのでよろしくお願い致します。

コンテンツ関連市場規模については、12兆円程を横ばいしております。その中で、先程島谷会長から販売用パッケージが4年ぶりに伸びるかもしれないというお話がありまして、大変面白いニュースだと思います。

また、先ほどコンテンツ次第だというお話がありましたが、昨年は安室奈美恵さんのDVD、ブルーレイの販売枚数が合わせて175万枚とスマッシュヒットになりました。先日、音楽業界の新年会に臨席する機会がありましたが、その中の話として、日本の音楽パッケージは好まれており、強い市場であるという国際的な比較データが披露されていました。その意味でも、まだまだパッケージには非常に力があると感じた次第です。また、映画興行の話がありましたが、映画をはじめとする映像コンテンツについて巷で話題になる、そのような環境になるよう

引き続き皆様方と取り組んで参りたいと考えております。海外に目を向けましても日本のコンテンツの魅力はまだまだ伸びる余地があると考えております。

本年度の補正予算案について国会審議はこれからですが、コンテンツを海外に発信していくお手伝いをするための予算案を盛り込んでおります。これは従来から取り組んでおりますが、更に使い勝手が良くなるよう皆様のご意見を聞きながら取り組んで参りたいと思います。

「11月3日はビデオの日」キャンペーンについて、今年も継続していこうという会長の力強い言葉がありました。昨年は東京国際映画祭とのコラボイベントが大盛況だったとのことで、『ビデオの日』の認知度の向上に大きく貢献されたのではと思います。これとともに『プレミアムフライデーはもうでエンタメ!』キャンペーンも実施されているかと思いますが、年頭の世耕経済産業大臣の訓示に「『プレミアムフライデー』を今年もしっかり取り組んでいく」という力強い言葉がありましたので、こちらについても一緒に行っていければと考えております。

本年も「コンテンツで日本を強くする、元気にする」ということに経済産業省は取り組んで参りますので、業界の皆様も一緒に取り組んで参りましょう。皆様方のご発展、そしてこの業界のご発展とご健勝を祈念しまして挨拶とさせていただきます。本日は誠にありがとうございます。



皆様、新年明けましておめでとうございます。一般社団法人日本映像ソフト協会、平成31年新年賀詞交歓会がこの様に盛大に開催されますことをお慶び申し上げます。

文化庁は、ご紹介のとおり著作権制度を所管しております。著作権制度の整備のみならずクリエイターの育成などの文化芸術の振興も担当しております。日本映像ソフト協会及び会員企業の皆様には日頃から大変お世話になっており誠にありがとうございます。

さて、著作権制度の整備に関しましては、昨年著作権法の改正を行いました。昨年5月の通常国会において柔軟性のある権利制限規定、教育の情報化の推進などを含む著作権法の改正案が成立し、一部を除き1月1日から施行されたところでございます。また、先の通常国会では関連条約としてマラケシュ条約、TPP11協定も成立しました。このTPP11協定については昨年末に発効し、著作物等の保護期間が従来の50年から70年に延長されました。文化庁としては、この改正の内容についてご理解いただきますよう、その他の改正事項につきましても広く周知を行っていくところでございます。

現在行われている著作権行政に目を向けますと、文化庁では文化審議会著作権分科会におきましてインターネット上の海賊版対策をはじめとする、多様な課題について検討を進めているところでございます。このインターネット上の海賊版対策については、文化審議会の法制・基本問題小委員会において、これまで継続的に審議をしてきましたリーチサイト等の対策を含む論点について、中間的な取りまとめを行ったところでございます。先程島谷会長よりお話がありました、次の通常国会では中間まとめに抱えている課題につきまして著作権法の改正を行う方向で取り組んで参りますので、ご支援ご協力をお願い致したいと思っております。また、著作権の課題としてクリエイターへの適切な対価還元も大きな課題です。新しい機器やサービスの台頭

文化庁審議官 内藤 敏也 様



等と、私的録音録画補償金制度の関係性に関しまして問題解決のための検討を更に進めていきたいと考えております。

国際的課題につきましては、インターネットによる国境を越えた著作権侵害への対策や著作権保護に向けた国際協力などについて取り組みを進めており、CODAの皆様とも協力をしながら取り組みを進めております。

最後に、文化庁自体も大きく変わろうとしておりまして、その変化についてお話をしたいと思います。昨年の10月に京都への移転を見据えて、部制の廃止、文部科学省からの業務移管、他省庁からの職員配置などによる組織再編を行いまして『新・文化庁』として生まれ変わりました。ただ、著作権行政につきましては文化庁の京都移転後も、引き続き東京を拠点としながら、新たな時代の要請に答えた必要な施策の推進を行ってまいります。

更に、来年2020年にはいよいよ東京オリンピック、パラリンピックが開催されます。オリンピック、パラリンピックはスポーツの祭典であるとともに文化の祭典でもあります。文化庁といたしましては、我が国の文化を世界に発信する大きなチャンスと考えております。観光などの関連分野とも連携しまして、様々な施策を積極的に行ってまいりたいと思います。この施策の実現のためには関係の皆様のご協力が欠かせません。皆様におかれましては今後とも更なるご支援を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

本日ご臨席の皆様のご健勝ご活躍と、日本映像ソフト協会のますますのご発展を祈念いたしまして年頭のご挨拶とさせていただきます。本年もどうぞ宜しくお願い致します。



警察庁 生活安全局 生活経済対策管理官 鈴木 達也 様 代理：警察庁 生活安全局 生活経済対策管理官付 総括補佐兼知的財産権保護対策官 宮関 真由美 様



皆様、新年あけましておめでとうございます。本日は一般社団法人日本映像ソフト協会の新年賀詞交歓会がかくも盛大に開催されましたことを心よりお慶び申し上げます。また、皆様方におかれましては、平素から知的財産権の保護、不正商品の排除に向けた広報啓発活動や海賊版対策にご尽力いただいていることに對しまして、この場を借りて敬意を表するところでございます。

我々警察といたしましては、知的財産権侵害事犯の取締りを推進しているところであり、現在昨年の検挙状況等について集計をしているところでございます。傾向としましては、ファイル共有ソフト、動画投稿サイト、インターネットオークション利用などの海賊版も多く、インターネットを利用した事犯が大半を占めている実態にあり、手口も巧妙化しているところは例年と同様と見込んでおります。このような違法行為によって、我が国のソフト産業にダメージを与えることは明白でありますので、我々としても今後とも取締りに努めてまいり所存でございます。

また、取締りの過程におきまして、日本映像ソフト協会様をはじめ、本日ご参加の皆様におかれましては、情報提供や鑑定などにより、事件検挙に多大なご協力をいただいているところであり、引き続きご支援ご協力を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

本年は「平成」から新たな時代に移り変わる重要な年であります。知的財産権侵害事犯対策の推進に当たりましても、検挙取締りといったものと併せまして、広報啓発による権利侵害の未然防止が重要と考えております。引き続き、国民の知的財産権意識の向上に協力をお願い致します。

結びとなりますが、本日お集りの皆様方のご健康とご多幸、そして日本映像ソフト協会様のますますのご発展を祈念いたしまして挨拶とさせていただきます。

本日はありがとうございました。

▼理事・監事が揃い出迎えた



▼年頭の挨拶をする島谷会長



来賓ご挨拶・乾杯

皆様あけましておめでとうございます。また、本年の賀詞交歓会が盛大に開催されますことを心よりお慶び申し上げます。昨年6月に「知的財産戦略ビジョン」を作成いたしました。その中では、これから日本はどうしていくべきかということに関して、「価値デザイン社会」を提案しました。色々な新しい価値を作り上げデザインしていき、それを世界中の共感を得ながら広げていく社会にしていきたいという提案です。それには、価値を作り上げていくための仕組みが必要になりますので、コンテンツの分野においても色々な人が協力をしながら新しいものを使って、作り上げ、更に改良していくことを世の中に広めていくためのシステムを作ることを提案させていただきました。経産省をはじめとして関係省庁と連携をしながら進めているところでございます。そして何より、世界で共感を得られるかどうか、世界の中で大きな価値となり、大きなビジネスとなる分かれ道だと考えております。映像ソフトはそのためには極めて強力なツールです。この映像ソフトを通じて世界中の人が日本の良いものに触れて共感をする。それをきっかけに多くの海外の方が日本に来てくれたり、日本のものを買ってくれたりすることで、日本の経済を発展させることにつながると考えています。クールジャパン戦略です。海外の人から見て我が国の良いところをどんどん広げていくうえで、映像ソフトは極めて重要な位置づけであると思っておりますので、島谷会長のお話にありました、この業

内閣府 知的財産戦略推進事務局長 住田 孝之 様



界が活況を呈するというのは我が国全体にとっても非常に大きな活力になるわけです。今後ともこの状況が続いていくことを期待しております。

また、関係省庁の皆様からのお話にありましたとおり、インターネットの海賊版サイトに関しては、昨年4月に緊急対策を講じ、お陰様で非常に悪質なサイトがなくなっていく状況になりました。その後、具体的に法制化を含めた議論を行ったタスクフォースでは意見はなかなか纏まりませんでした。しかし、一方で関係省庁では冷静な議論を続けております。経産省吉田審議官や文化庁内藤審議官からもお話がありましたとおり、それぞれの役所でしっかりと冷静に進めさせていただいておりますので、皆様からのご支援ご協力をよろしくお願い致します。

その他映画におきましては、ロケの環境の改善を含む振興や、デジタルアーカイブなど様々な施策を、今年も関係省庁と一体となり、皆様の支援を得ながら進めていきたいと思っております。

それでは、乾杯をさせていただきます。今日お集りの皆様のますますのご発展ご健勝をお祈りしまして、また映像ソフト産業のますますのご発展を祈念いたしまして乾杯をさせていただきます。乾杯！



中締め

皆様、本日は新年賀詞交歓会にお運びいただきまして誠にありがとうございます。今年は例年に増して入場者が多く、盛り上がった会になったかと思っております。

また、関係省庁の皆様、暖かく、そして心のこもったご挨拶を賜りありがとうございます。

先ほど島谷会長の話にありましたが、日本はまだまだ映像パッケージが元気な国だと思います。これを更に盛り上げてV字回復をしてために業界一丸となって頑張っております。

また、「ビデオの日」も定着をしております、昨年は色々

日本映像ソフト協会副会長 井上 伸一郎



な施策が功を奏しました。今年も関係各社でアイデアを出し合いながら更に盛り上げていきたいと思っております。

平成最後の年、新しい時代の始まる年でもありますので、ビデオ業界も益々盛り上がりそうですよう祈願いたしまして、挨拶とさせていただきます。

本日は誠にありがとうございました。



▼乾杯のご発声をする
内閣府知的財産推進事務局 住田孝之事務局長



◀▼会場は賑わいを見せた



西日本合同賀詞交歓会

2019 年 西日本合同賀詞交歓会を開催

1月17日(水)午後12時30分より、ホテルメルパルクOSAKA(大阪市淀川区)にて、JVA関西地区連絡協議会、中部地区連絡協議会、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合(CDV-J)共同主催による、西日本合同賀詞交歓会を開催した。ソフトメーカー、流通、ショップ等の西日本の映像ソフト業界関係者37名が一堂に会して新年を祝った。

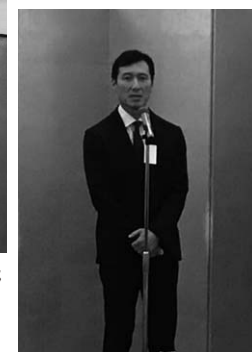
冒頭に、後藤専務理事の年頭の挨拶を、八十河副事務局長が代読した。続いて、CDV-J副理事長の梶喜代三郎氏(株カジ・コーポレーション代表取締役社長)より「JVA賀詞交歓会の島谷会長のご挨拶で、今年も映画が良さそうだという話を聞いた。映画が好調だとレンタルも好調、という話があるので期待をしている。」と乾杯の挨拶が行われた。

最後に、上田太地マーケティング委員会委員長(東宝(株)映像事業部長)より中締め挨拶があった。「昨年映画は歴代3番目の年間興行収入だったと聞いている。また、「ボヘミアン・ラプソディー」や「カメラを止めるな!」等プラスの意味で予測できないことがあった。我々、ビデオ業界はそれらをいかに魅力ある商品としてお客様に届けるか。可能性は十分にあると思う。『ビデオの日』も含めメーカーとショップが一丸となって盛り上げていきましょう。」と結んだ。

平成31年度 西日本合同賀詞交歓会 JVA関西地区連・中部地区連 CDVJ 共催



▲乾杯の挨拶をするCDVJ副理事長の梶氏



中締めの挨拶をする東宝(株)上田氏▶



▲業界関係者が一堂に会し、新年を祝った

第383回定例理事会開催報告

2018年12月4日(火)午後2時より当協会会議室において、第383回定例理事会を開催した。議事の要旨は次のとおり。

なお、前回の提案事項であるデジタル・エンターテインメント・グループジャパン(DEGジャパン)の『映像文化活性化に関するご提案』を受け検討を行ったが、現時点でのJVAの参加は難しいという結論に至った旨を島谷会長より説明をした。

●決議事項

1. 2018年下期賞与支給額(案)承認の件…承認
2. 「第9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

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 「ビデオの日」実施報告について
3. 知財関係報告
4. 2018年10月度ビデオソフト売上速報について
5. 2018年10映像配信統計報告について
6. jmd映像商品データ登録状況について
7. その他

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「私的複製したものをアップロードすること」、「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」の違法性を広く消費者に訴える啓発キャンペーンを行っている。その一環として、田中光氏の漫画「サラリーマン山崎シゲル」のキャラクターがアンチリッピングを訴えかけるオリジナル動画を制作し、会員各社のレンタル商品にトレーラーとして収録する『アンチリッピングキャンペーン』を実施している。この進捗状況を把握するため、四半期ごとに収録作品を記録している。2018年10月から12月までの収録作品数は139作品に収録され、これまでに延べ1916作品に収録された。(未回答有)

【参加社】(17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)パップ、(株)ハビネット、(株)バンダイナムコアート、(株)ポニーキャニオン、ワーナー ブラザース ジャパン(同)

総務人事委員会

総務人事委員会活動報告

総務人事委員会(枇榔浩史委員長 東宝(株))では、正会員社社員を対象とした合同研修会を企画運営している。この研修会は新入社員や他事業から異動された方などに映像パッケージ市場の基礎を学んでいただくことを目的としている。2015年の第1回目からこれまで576名と多くの皆様に参加いただいている。

また、総務人事部門の情報共有の場として、毎回持ち回りの担当者が提案したテーマを取り上げている。昨年は働き方改革関連法が2019年4月順次施行されることもあり、『働き方改革』を中心に情報交換が行われた。労務環境の見直しが喫緊の課題とされるなか、有給取得や長時間労働の削減といった課題、テレワークの導入などの新規取り組みについて、各社の状況につき意見交換した。これに関連して、先日はフリーアドレスオフィスを採用している企業への見学会が実施された。今年も引き続き『働き方改革』を中心とし、同一労働同一賃金などを取り上げる予定だ。

メンバーは正会員社より募っている。ご興味のある方は事務局まで連絡をいただきたい。

お知らせ

前号にてお知らせしました、2019年度新入社員合同研修会の日程が変更になりましたので改めてご案内いたします。

日程他は以下のとおり。

●日時

- 1回目／4月11日(木)13時30分から17時
- 2回目／4月19日(金)13時30分から17時

●会場

JVA会議室(※近隣施設に変更の可能性あり)

●参加費

お一人様5,000円(懇親会費込み)

●研修内容(予定)

- ・日本の映像コンテンツ市場について
- ・海外の映像コンテンツ市場について
- ・映像ソフトに関わる基本的な権利(著作権)について
- ・グループワーク

※両日とも研修内容は同じ。

法制・基本問題小委中間まとめに関する意見募集に対し、意見提出

文化審議会著作権分科会法制・基本問題小委員会は、12月7日に開催された第7回会合において「文化審議会著作権分科会法制・基本問題小委員会中間まとめ」（以下「中間まとめ」という。）を取りまとめた。この「中間まとめ」については、12月10日から1月6日まで、意見募集が行われた。

「中間まとめ」は、「リーチサイト等を通じた侵害コンテンツへの誘導行為への対応」（第1章）、「ダウンロード違法化の対象範囲の見直し」（第2章）、「アクセスコントロール等に関する保護の強化」（第3章）、「著作権等侵害訴訟における証拠収集手続の強化」（第4章）、「著作物等の利用許諾に係る権利の対抗制度の導入」（第5章）、「行政手続に係る権利制限規定の見直し（地理的表示法・種苗法関係）」（第6章）、「その他（改正著作権法第47条51項3号の規定に基づく政令ニーズ）」（第7章）で構成されている。

意見募集は、第1章から第6章について各章ごとにAからFに区分し、それ以外に関する意見についてはG区分として、区分ごとに意見を提出する方式で行われた。

当協会は、A区分（リーチサイト等を通じた侵害コンテンツへの誘導行為への対応）とB区分（ダウンロード違法化の対象範囲の見直し）について、賛成の意見を提出した。

提出意見の全文は、

http://www.jva-net.or.jp/news/news_190107/opinion.pdfに掲載している。

リーチ（leech）サイト等とは、違法にアップロードされた海賊版へのアクセスを誘導するウェブサイトやアプリ等のことである。

「中間まとめ」では、「一定の条件の下で差止請求権の対象とすることが適当であると考えられる。」（23頁）とし、「差止請求の対象となる行為を法定することに伴い、刑事罰についても制度を設ける必要があると考えられる。」（32頁）としている。

当協会は、以前からリーチサイト等について差止請求と罰則の対象とすることを要望してきた。その要望が「一定の条件の下」で容れられる内容となっている。

B区分（ダウンロード違法化の対象範囲の見直し）は、著作権法30条1項3号の適用範囲の拡大である。違法にアップロードされた著作物のダウンロードについて、権利制限の対象外とする現行著作権法30条1項3号の対象は、デジタル録音とデジタル録画に限定されている。「中間まとめ」では、「違法にアップロードされた著作物から私的使用目的で便益を享受しようとするユーザーの行為には、個別的には許容され得るものはあるかも知れないが広く一般的に許容されるべき正当性はない、ということを前提に考えるべきである。」（59頁）とし、「対象範囲を著作物全般に拡大していくこと

については相当程度の合理性が認められる。」（66頁）としている。

違法にアップロードされた映像コンテンツのダウンロードは、すでに立法措置が採られているが、「中間まとめ」43頁の脚注38に「例えば、ウェブサイトに掲載されたテキストをプリントアウトする行為や、そこでプリントアウトされたものを更にPDF化してコンピュータに保存する行為等を含むものではない。」との記述がある。

デジタル録画については、モニターへのアナログ変換された映像出力信号をキャプチャーしてデジタル録画することも考えられる。

著作権法30条1項3号は、「著作権を侵害する自動公衆送信を受信して行うデジタル方式の録音又は録画」と規定している。したがって、デジタル信号をアナログ変換してさらにデジタル変換して録画する場合も、「自動公衆送信を受信して行うデジタル方式の録画」に該当すると考えられる。当協会は、このことを確認する意見を提出した。

C区分は、不正競争防止法の技術的制限手段の定義規定の改正に合わせて、著作権法上の技術的保護手段及び技術的利用制限手段の定義規定を改正すべきというものである。

信号方式の技術的保護手段及び技術的利用制限手段は、コンテンツ「とともに」信号を記録又は送信するとの規定振りになっている。そのため、アクティベーション方式が対象となるかについて疑義があることから、「「技術的利用制限手段」の定義規定における「・とともに」という文言を削除し、アクティベーション方式が含まれることを明確化することが適当である。」（73頁）とし、「技術的保護手段」の定義規定も同様の明確化を行うことが適当としている（73頁）。また、不正なシリアルコードの提供等について「著作権を侵害する行為とみなすことが適当である。」（75頁）としている。

現行法114条の3第2項で書類提出命令を拒む正当な理由の有無を判断するために裁判所に書類を提示させるインカメラ手続を定めている。D区分では、侵害立証・損害額計算のために必要かどうか判断する場合にもインカメラ手続を拡大すること（85頁）、インカメラ手続に専門家を関与させること（86頁）が提言されている。

E区分は、非独占的利用許諾に基づくライセンシーの著作物の利用権について、著作権譲渡等があった場合にも、当然に対抗できるとする制度を導入するというものである（138頁）。

F区分は、特許法等の審査手続（著作権法41条2項）と同様に、地理的表示法や種苗法に基づく審査手続や調査手続を権利制限の対象に含める等が提言されている。

寄稿:『ホームエンタテインメント市場の現況と課題の考察』

映像メディア総合研究所 四方田 浩一 氏

予測不能のSNS全盛時代の映画興行

2018年も映像メディア市場は変化の激しい年でした。映画興行では、「Twitterを始め、SNSでの情報拡散がこれまで以上に動員に影響を与えた年」と言えそうです。

邦画では『劇場版コード・ブルーー ドクターヘリ緊急救命ー』が実写邦画では15年ぶりとなる興行収入90億円を超える作品となり(2003年の『踊る大捜査線 THE MOVIE 2 レインボーブリッジを封鎖せよ!』173.5億円以来)、歴代実写邦画5位に飛び込む快挙を遂げました。

テレビドラマの映画化作品は、近年(過去5年以内)では『信長協奏曲 ノブナガコンツェルト』(2016)が46.1億円、『HERO』(2015)が46.7億円と“50億円の壁”を超えるタイトルがなく、『劇場版コード・ブルーー』は、この“壁”を超え、予想を遥かに上回る結果となりました。

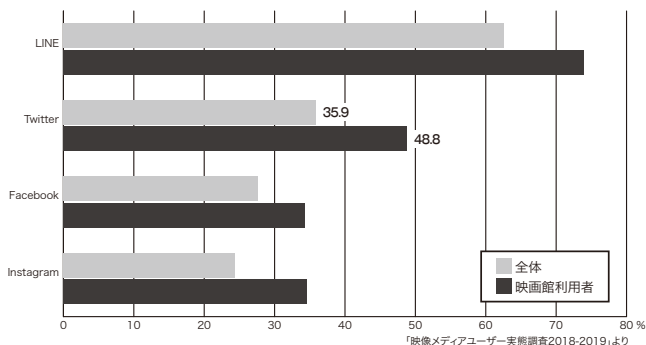
一方、洋画では『ボヘミアン・ラブソディ』が100億円を超えていまだ大ヒット中。こちらも如何に評価が高かったとは言え、Queenを知らない世代まで巻き込んでここまで大きなムーブメントを起こすと誰が考えたでしょうか。

また、予想とのギャップという意味では、特筆すべきはやはり『カメラを止めるな!』(31億円)です。製作費300万円の作品をピックアップし、TOHOシネマズで全面展開したアスミックと東宝の判断、そしてプロモーション手腕には見事というほかありませんが、同じく小規模公開から始まり社会現象化した前々年の『この世界の片隅に』(26.7億円)を超えるまでのヒットとなろうとは、これは、もはや予測不可能の領域です。

2016年の『君の名は。』(250.3億円)ですでに語り尽くされたことではありますが、SNS全盛時代の一度火が付くと雪だるま式に動員数を伸ばしていく様には、その口コミ効果による伸びしろの大きさには毎度驚かされます。もちろん、それぞれに公開時のマーケティングの成功在りきではありますが。

そのSNSの利用状況を昨年11月に調査を実施した最新の「映像メディアユーザー実態調査」(3月レポート発行予定)の結果を見ると(図1)、LINEが60%台と最も利用率が高く、これにTwitter、Facebook、Instagramが続きます。これを映画

図1.主なSNSサービスの利用率



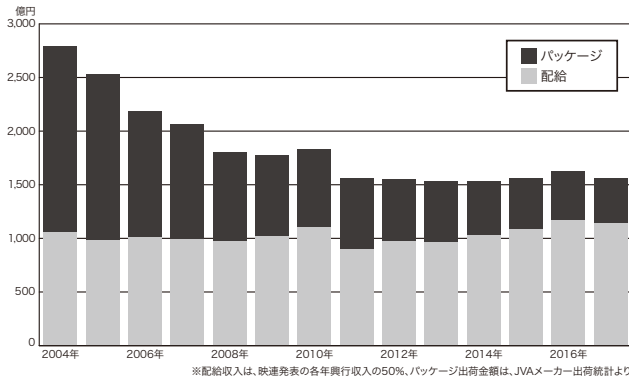
館利用者に限るとそれぞれに利用率は高まりますが、その差が最も大きいのがTwitterです。10～60代を対象とした調査モニター全体の結果では35.9%のところ映画館利用者に絞ると48.8%とほぼ半数が利用しています(LINEは映画館利用者においても利用率は高いですが、拡散しにくいサービスであるため、ここでは言及しません)。

SNS、特にTwitterについては、配給宣伝時のプロモーションとしていまやなくてはならないメディアですが、配給サイドの仕掛けとは別のところで情報が転がり出す(バズる)と、その波及効果は止め処なく大きなものとなり、この傾向は年々強まっています。なお、Twitterの利用率は、前年調査時の33.9%から35.9%へ、映画館利用者に限ると46.6%から48.8%へと高まっています。映画ヒットとの因果関係も年を追うごとに深まっていると言えるでしょう。

映画の権利元売上減少と映画館の“ライブ市場化”

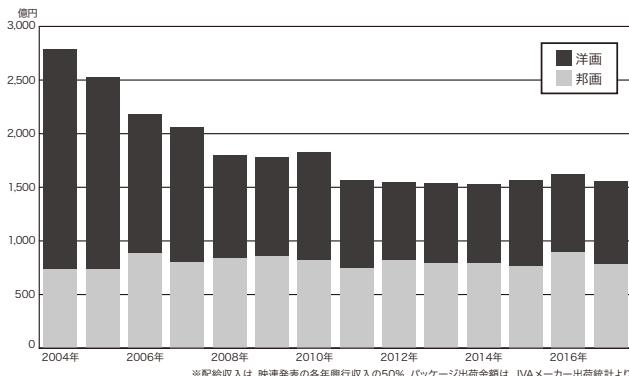
2018年の興行は「2000年代に入って3番目の好成績になりそう」(JVA賀詞交歓会での島谷会長談)とのことですが、こうした興行の活況と映像ホームエンタテインメントの不調を考え合わせると、映画に限って言えば、映画館での視聴とそれ

図2.映画の権利元売上上の推移(配給収入+パッケージソフト出荷金額)



	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
パッケージ	1,734	1,540	1,171	1,069	828	746	722	655	575	562	498	474	448	413
配給	1,055	991	1,015	992	974	1,030	1,104	906	976	971	1,035	1,086	1,178	1,143
計	2,789	2,531	2,186	2,061	1,802	1,776	1,826	1,561	1,550	1,533	1,533	1,560	1,625	1,556

図3.映画の権利元売上上の推移(配給収入+パッケージソフト出荷金額)邦洋別



	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
洋画	740	741	891	804	843	863	822	746	828	796	801	767	898	788
邦画	2,048	1,790	1,294	1,257	958	914	1,004	815	722	737	732	793	727	768
計	2,789	2,531	2,186	2,061	1,802	1,776	1,826	1,561	1,550	1,533	1,533	1,560	1,625	1,556

以外での視聴（レンタルや有料放送、VODなど）では、同じコンテンツの視聴ながら、その視聴動機や行動理由がまったく異なっているように思えます。

「もともと大画面・大音響でのリッチな視聴経験なのだから、何をいまさら」と思われるかもしれませんが、ビデオレンタルが登場して映画の最大視聴メディアとなった80年代中盤から90年代にかけては、映画を視聴する行為は、映画館→ビデオレンタル→テレビ放送（有料・無料）とビジネス・ウインドウが効果的に機能し（購入はまた別）、映画視聴者にとっても「映画館で見逃したからレンタルで見る」という流れが娯楽のひとつとして日々の生活にしっかりと根づいていました。

図2～7は、映画の権利者の売上をグラフ化したものです。配給収入は、映連発表の各年の興行収入に便宜上一律50%を掛けたもので、パッケージソフト出荷金額は、JVA出荷統計から映画ジャンルのセルとレンタルの数値を抜き出したものです。この配給収入とパッケージソフト出荷金額を合わせ、新作を中心とした都度課金型のビジネス規模（市場規模ではなく、権利元売上の規模）としました。ここでは、ウインドウが遅く、ユーザーのトラフィック数に左右されないフラット・ビジネスのテレビ放送（有料・無料）やSVODは除きます。

DVDの登場によりセル市場が一気に立ちあがり、出荷金額が頂点を極めた2004年には、配給収入1055億円に対し、

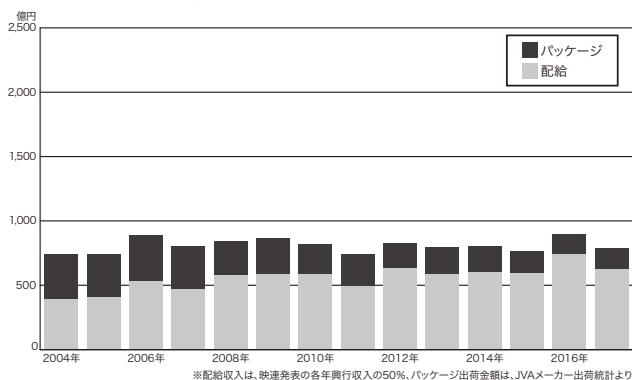
パッケージソフトの売上は1734億円と、1.6倍の差がありました。これが2011年には、興行は東日本大震災で多少減じたものの2004年とほぼ同規模ながら、映画のパッケージソフト売上は655億円と7年間で38%にまで縮小しました。DVDによる「購入」が一過性のブームだったかのように急降下したセルが35%にまで落ち込み、一方でレンタルも43%と6割近くも売上規模を落としました。

2011年以降もパッケージソフト市場の下降は止まらず、ここからの6年間でさらに37%も映画の権利元収入は損なわれています。ただ、この間の興行の好調により、配給収入とパッケージソフト売上を合わせた都度課金型のビジネス規模は、辛うじて1500億円強で維持されてきました。

この興行とパッケージソフトの売上推移の違いを見ると、前述した「同じコンテンツの視聴ながら、その視聴動機や行動理由がまったく異なってきた」ように感じます。

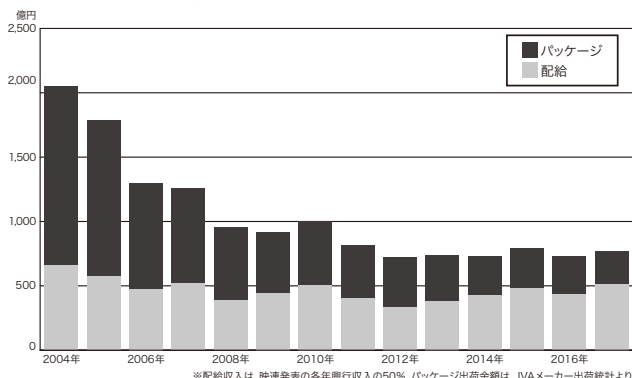
その要因は、ひとつには1993年のワーナー・マイカル・シネマズ海老名から始まる本格的なシネコンの普及にあるかもしれません。ショッピングセンターの中にあり、複数の作品から選択でき、きれいな座席でゆったりと鑑賞するスタイルに、かつて斜陽産業と言われた映画（映画館での視聴）は復活したわけですが、加えて、その後の画質、音質の飛躍的な向上、そして3D、4D、SCREEN Xなどアトラクション要素の強い

図4.邦画の権利元売上の推移（配給収入+パッケージソフト出荷金額）



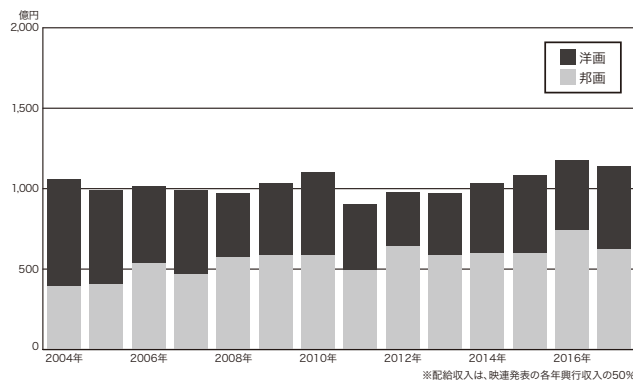
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
パッケージ	345	332	351	331	264	276	231	248	187	208	197	165	155	161
配給	395	409	540	473	579	587	591	498	641	588	604	602	743	627
計	740	741	891	804	843	863	822	746	828	796	801	767	898	788

図5.洋画の権利元売上の推移（配給収入+パッケージソフト出荷金額）



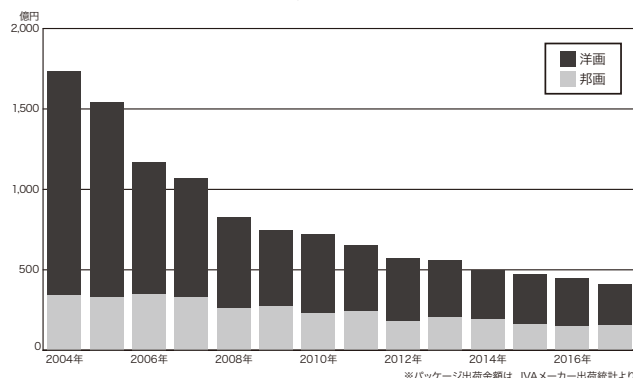
	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
パッケージ	1,389	1,208	819	738	563	470	491	407	387	354	301	309	293	252
配給	659	582	475	519	395	444	513	408	335	383	432	484	435	515
計	2,048	1,790	1,294	1,257	958	914	1,004	815	722	737	732	793	727	768

図6.映画の配給収入の推移（邦画+洋画）



	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
邦画	395	409	540	473	579	587	591	498	641	588	604	602	743	627
洋画	659	582	475	519	395	444	513	408	335	383	432	484	435	515
計	1,055	991	1,015	992	974	1,030	1,104	906	976	971	1,035	1,086	1,178	1,143

図7.映画のパッケージソフト売上の推移（邦画+洋画）



	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
邦画	345	332	351	331	264	276	231	248	187	208	197	165	155	161
洋画	1,389	1,208	819	738	563	470	491	407	387	354	301	309	293	252
計	1,734	1,540	1,171	1,069	828	746	722	655	575	562	498	474	448	413

上映方式、さらには近年の爆音上映や応援上映など、映画館で映画を見ることがそれ以外のホームエンタテインメントでの視聴とはまったく異なる娯楽となりました。いまや、映画館での映画視聴はコンサートやスポーツ観戦などのライブエンタテインメントと同種の体験型の市場へと進化を遂げたのです。これは同じ映画を見る上で、消費行動としてまったく別の動機といえるのではないのでしょうか。

都度課金型“新作”ウィンドウと見放題型“旧作”ウィンドウ

そんな興行の進化を背景にした活況に対し、ホームエンタテインメントの市場では、前述した通り、新作を中心としたウィンドウでは縮小が止まりません。

本来であれば、動画配信市場へとメディアシフトが進んでいなければならないところ、映画館の次に位置するこのパッケージソフトレンタルとTVODの都度課金型のウィンドウでは、両サービスを合わせても縮小しているのです。

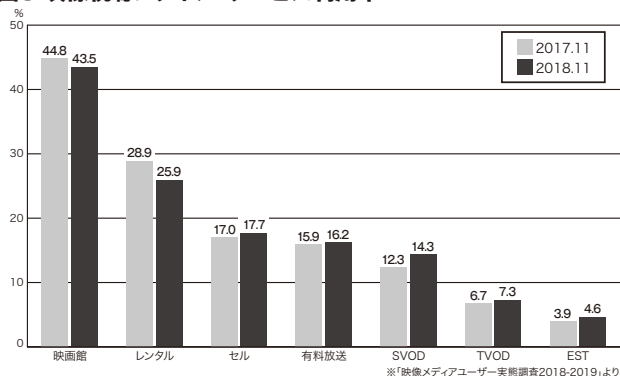
図8は、図1のSNSと同様に2018年11月に調査した集計結果で、有料の映像ホームエンタテインメントの各メディア・サービスについて、モニター全体のなかで利用している人の割合＝利用率をグラフ化しています。

調査対象の10～60代において、パッケージソフトのレンタルは25.9%の利用率で、現在、およそ4人に1人が利用していることになります。前年の調査時には28.9%で、1年間で3ポイントも利用割合を落としています。そしてパッケージソフトのセルは前年の17.0%から17.7%と僅かに増加。これは、2018年の音楽DVDの好調を受けての結果かと推察されます。そして、有料放送が15.9%から16.2%へとほぼ横ばいで推移。配信市場では、定額制見放題のSVODが14.3%で前年から2ポイント上昇し、新作を含めた都度課金型のTVODが6.7%から7.3%へと微増傾向にあります。そして、デジタルのセル＝EST（エレクトリック・セルスルー）は、まだ全体の5%にも満たない利用割合に止まります。

こうして各メディア・サービスの利用率を横並びに見ると、SVODが同じウィンドウの有料放送の利用率に近づいてきたことがわかります。なお、SVODとTVODのいずれかの利用者割合（併用含む）では有料放送と同率となり、これにESTも加えた動画配信全体の利用率ではわずかに有料放送を上まわりますが、ここでは、あくまでもウィンドウ別に分けて考察します。

有料放送とSVODは、併用者含めいずれかの利用者の割

図8.映像視聴メディア・サービス利用率



合が25.6%と2015年以降で急速に高まっており、このウィンドウの利用者数は明らかに増加傾向にあります。それは、過去5年間でなだらかな微減傾向にあった有料放送の利用率に加え、2015年秋以降、Amazonプライムビデオ、Netflixの日本上陸により、このウィンドウに有料放送の非利用者を呼び込むことに成功しました。これにより有料放送プラスSVODの利用者割合は、パッケージソフトのレンタルとほぼ並びました。

「動画配信」という言葉で注目され、着実に成長しているのはこのウィンドウの市場であり、前述の新作を含む都度課金型のTVODでは、レンタルの縮小分を補える状況には至っていません。2ヵ年の利用率の推移だけを見ても、レンタルが3ポイント減少する一方、TVODはこの1年間でわずかに0.6ポイントしか増加していないのです。

本調査の2012年11月実施の集計結果ではレンタルは41.2%の利用率があり（図9）、この7年で15.3ポイント分の利用者が損なわれました。これに対しTVODは2010年11月のiTunes Storeでの映画配信スタートから8年経過したにもかかわらず利用率は7.3%です。レンタルとTVODを合わせたいずれかの利用者割合は29.5%で（併用分含む）、2012年11月調査時から、11.7ポイント分の利用者がこのウィンドウから消失してしまったのです（図10）。では何故、この新作中心のレンタル＆TVODウィンドウは、利用されなくなってきたのでしょうか。

ホームエンタ市場から消えた新作需要の理由

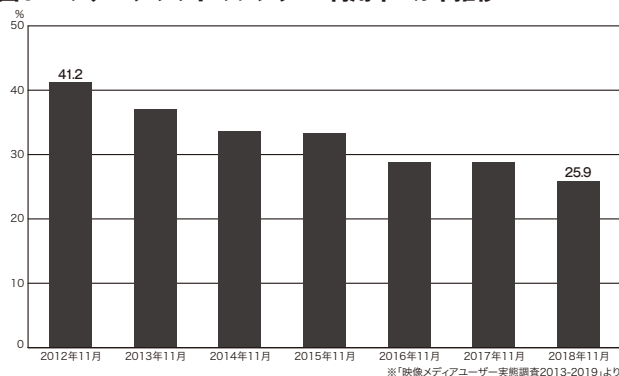
これまで有料動画配信の利用が進まない理由として、サービス自体の認知・理解の低さ、手続きやデバイスの複雑さ、回線の弱さ、現金以外での決済など、さまざまな要因が語られてきましたが、SVODではこれらのハードルを乗り越えて有料放送の利用率にあと2ポイントで並ぶほどに利用が拡大してきました。

これは、Amazon、Netflixを始め、Hulu、dTVなどの上位サービスがオリジナルコンテンツに投資し、映画公開並みのテレビCMを投下したことにより認知・理解を高め、他のハードルを飛び越えたと考えられます。

これに対しTVODでは、オリジナルコンテンツへの投資はほとんどなく、テレビCMなどのマス向けのマーケティングは行われず、権利元も事業者も誰もフルスイングしていない状況のままです。

また、携帯キャリアの販売店施策や、各種会員サービスでの特典施策と言った、大規模なタッチポイント（ユーザー接触面）か

図9.パッケージソフトのレンタル 利用率7ヵ年推移



らの顧客誘導はSVODとの相性がよく、TVODではさほど効果を発揮した事例は聞きません。ですが、TVODの利用が進まないことが新作が視聴されなくなった理由にはなりません。減少したとは言え、レンタル店はまだ全国に2,700店ほどあるのです。

この2つの仮説があります。

ひとつは、急速に拡大したSVODでの視聴—映画で言えば、有料放送やこれまでのパッケージソフトのレンタルにおける「旧作」の位置づけとなる作品の視聴—で満足している、という可能性。自宅に居ながらにして簡易に、しかも月額固定で見たい瞬間に映画を見ることができるという“新たな価値”が、最新映画を都度課金で見るという既存の価値を上まわっているのではないかと考えることができます。

もうひとつは、これは冒頭で触れましたSNS全盛時代において、劇場公開に合わせて投下された莫大なマーケティング費用の効果が、現在の公開から4～5ヵ月というリリース時期には薄れてしまっているのではないかと、という可能性です。加えて、SVODのウィンドウが一部のタイトルで早期化しており、パッケージソフトのレンタルとTVODは、サービスとしての魅力が低下してしまっていることも考えられます。

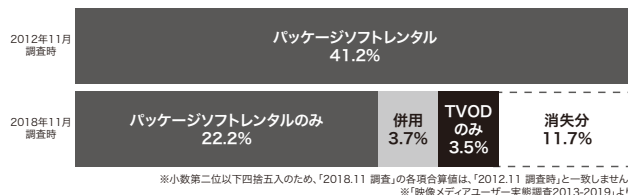
このSNS全盛時代において情報鮮度はこれまでのように長くは保たれず、現在のウィンドウ時期は極端に言えば“賞味期限切れ”と言えるのかもしれませんが（冒頭で触れたような興行で伸ばせるタイプの作品は別です）。

どちらの仮説にせよ、この興行とSVODの活況に挟まれたウィンドウを活かしていくには、“新たな価値”を生み出していくしかありません。それが、分断された興行からレンタルへの流

れをもう一度結び付けるためのウィンドウの前倒しなのか（情報鮮度の高い時期でのビジネスが実現すれば“新作の価値”は高まります）、あるいはSVODで行われたような強力なオリジナルコンテンツとプロモーションへの投資なのか、それとも圧倒的なタッチポイント（ユーザー接触面）の創出による利用促進なのか、その選択肢はそれほど多くないように思えます。

2020年代の映像メディア市場は、今年、このレンタルとTVODのウィンドウにおいて、いかに“新たな価値”を創造していくか、この1点に懸かっているのではないかと考えます。

図10.レンタル&TVODウィンドウでの利用者割合の変化



【映像メディアユーザー実態調査】

映画館、パッケージソフト、テレビ放送、動画配信など、有料・無料を問わず、映像コンテンツを視聴できるすべてのメディア・サービスについて、ユーザー動向を調査・分析するレポート。2011年より実施。

【2019版調査概要】

- 調査対象者：13～69歳男女
- 調査対象エリア：全国
- 調査方法：インターネットアンケート調査
- 調査実施時期：2018年11月22日(木)～11月28日(水)
- 集計サンプル数：5021人

※レポートは2019年3月中旬発行予定

映像メディア総合研究所 代表 四方田浩一

業界誌「ビデオ・インサイダー・ジャパン」編集長、CS放送「カミングスーンTV」編成部長、「キネマ旬報映画総合研究所」所長などを歴任。

不正商品対策協議会

「第7回 著作権を守ろう!ポスターコンクール」受賞作品

不正商品対策協議会(ACA)では、著作権の保護の重要性を若年層に広くPRすることを目的に、警察庁、文部科学省の後援のもと、ポスターコンクールを開催した。昨年の夏から秋にかけて全国の小学校4年生から中学生を対象に公募し、17校より合計39作品の応募があった。ACA、警察庁および文部科学省による厳正なる審査を行い、入選5作品を決定した。

最優秀賞の作品により制作された「受賞作品ポスター」は、都道府県教育委員会などの関係各所に配布するほか、ACAが実施する各種啓発事業にて活用する。

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。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持つことが重要となってくることから、ACAでは今後も若年層の啓発に注力していく。

(執筆:ACA事務局)



▲最優秀作品賞を受賞した作品

上海における刑事摘発

2018年12月、CODAの中国における知的財産保護活動に大きな進展があった。中国では、著作権法違反について、売上額や海賊版の数など一定の閾値を超えた案件についてのみ刑事手続きに付される仕組みとなっており、具体的な売上額等を把握するためにまずは行政手続き（行政投訴）を行うことが一般的とされている。

しかし今回、CODAの悲願であった日本コンテンツに係る刑事摘発が相次いで実施された。

■日本人向け海賊版販売店3店舗

CODAは、上海市長寧区の日本人街において日本人向けに大量かつ大々的に海賊版を販売する悪質3店舗について、上海市公安局に刑事投訴(告訴)した結果、2018年12月4日、同局によって刑事摘発が行われた。

中国の海賊版販売店に対して、CODA単独の告訴により刑事摘発が行われたのは初めてのことであり、中国におけるコンテンツ保護の歴史的な一歩が踏み出されたとと言える。

これら悪質店舗はCODAの行政投訴により、2011年から2017年にかけて30回以上にわたり行政摘発が行われ、日本コンテンツ作品の海賊版45,594枚が没収され、罰金として総計411,000元（約670万円）などが科せられていた。しかし、何ら影響を受けることなく大規模かつ悪質な営業を継続していたため、CODAは2017年に行政手続きから刑事手続きに方針を切り替え、上海市公安局に刑事摘発を切望してきた。

刑事摘発された店舗は、いずれも多く日本人が滞在する街として知られる長寧区に所在する「渋谷タワレコ MOVIE SHOPS」(同区虹梅路)、「MOVIE STAR 星之影」(同区黄金城道)、「MOVIE STAR」(同区虹橋道)の3店舗。

強制捜査の結果、日本コンテンツ作品(テレビドラマ、バラエティ、アニメ、映画、音楽など)に係る85,170

枚の海賊版等が押収され、海賊版販売店2社の責任者2名の身柄が拘束された。

近年、国際的にも海賊版サイトなどのオンライン上における権利侵害行為が注目を集めているが、上海を含む東アジア、ASEANなどでは、海賊「盤」についても未だに“ノーリスク・ハイリターン”の儲かるビジネスと信じられおり大規模な販売が続く地域が存在する。

また、今回の摘発された上海市の店舗で販売されていた海賊版を日本に輸入し日本のオークションサイトで販売していたとして、2015年に福岡県警などの合同捜査本部が、中国人・日本人の合計7人を逮捕した著作権法被疑事件も発生するなど、オンラインを通じて海賊版が世界中に拡散される事実も確認されている。

■無許諾キャラクターグッズ販売

大量の無許諾キャラクターグッズを販売する中国上海市長寧区の店舗について、上海市の公安当局に刑事投訴(告訴)を行い、2018年12月3日、上海市の公安局によって刑事摘発が行われた。

摘発は、4階の店舗のほか、5階の倉庫にも及び、1,804点の無許諾キャラクターグッズが押収されたほか、店舗を経営する会社の代表を務める50代男性、店舗の責任者である40代女性が拘留された。

中国では、2017年4月に中国・浙江省義烏市において著作権登録が行われていないキャラクターグッズの無許諾販売について著作権侵害で行政処罰が下され、当時としては画期的な事例として注目を集めたが、今回、さらに重い刑事摘発が行われた事実は大きい。

CODAは、これら悪質な店舗の根絶に向けて、中国政府との連携を強化し、著作権侵害対策を進めていく。

(執筆：CODA事務局)



◀▼刑事摘発が行われた店舗





Relay essay

vol.135

北川 忠司 氏(東映㈱ビデオ営業部長代理) からのご紹介

工藤 孝次 氏(エイベックス・ピクチャーズ㈱MD&マネジメント・グループ ゼネラルマネージャー)

「新たな挑戦」

2000年12月にソニー・ピクチャーズエンタテインメントのホームビデオ部門に入社以来、一貫してパッケージビジネスに従事してきたが、昨年7月から声優アーティストのマネジメントとTVアニメを中心としたキャラクターグッズのマーチャンダイジング(MD)の部署に異動となった。キャラクターグッズの販売業務は2年ほど前からパッケージセールスに加わる新たなセールス業務として取り込んできた為、違和感なく入っていったが、マネジメント業務に関しては全くのシロウト…。さてどうやって「らしさ」が出せるか考えてしまった。

さらにこの業界の用語・慣習がわからず、人脈もない中、どうやって貢献できるのか…。また、スタッフや声優アーティストたちに溶け込めるか…どうやって業務を把握していくか等々、正直、不安なスタートであった。

その中で実行していることは、

1. 目標を立てて業務を「進める」
2. とにかく現場に顔を出し、実務(メール、書類、伝票類含め)を細かくチェックして現場を「理解する」
3. そこで知ったわからない事は、恥ずかしがらず「聞く!」ことにした。

大学卒業後、就職もせずにオーストラリアに1年間の短期留学に行き、帰国後、仕事がない状況だった時、友人から声をかけてもらい女優・川上麻衣子さんの付き人をやらせてもらった経験があった。今回の異動の際、「これを活かせないかな…。」と思った。

そこで早々、麻衣子さんのマネージャーに連絡を取り、ご挨拶がてら事務所に顔を出した際、新しい映画企画の話で

盛り上がった(将来、具現化できたらまた皆さまに報告したいと思います)後、ちょうど撮影を終えたばかりの「南都銀行」のCM撮影の話となり、そのCMプロデューサーが麻衣子さん経由で以前、知り合った椎名氏であった。

そこでまたそのプロデューサー椎名氏に連絡を取り、麻衣子さんとお会いさせて頂いたことで、やり取りを再開することができた。

その後、椎名氏から「ニトリ」と「ユピテル」のTV-CMのナレーションの仕事を紹介頂いた。改めて持つべきものは人とのご縁であることを実感する出来事であった。

今回も東映の北川様からご紹介頂けたことで、今までパッケージビジネスでお世話になった方々に近況を報告できる場を得られた事、非常に感謝しています。今後はMDや声優マネジメントという新しい業界の人からも色々お誘い頂けるよう人脈を作り、そして助け、この業界でも成果が出せるよう踏ん張っていきたいと思っています。



▼日誌に見る協会の動き

【12月】

- 3日 JASRAC協議
- 4日 定例理事会
- 5日 マーケティング委員会
- 7日 権利者団体対応委員会
著作権部会
- 11日 総合連絡委員会
- 14日 業務使用対策委員会

【1月】

- 9日 新年賀詞交歓会
- 17日 西日本合同賀詞交歓会
消費者委員会
- 22日 「ビデオの日」分科会(セル・レンタル)
- 24日 業務部会幹事会
- 28日 「ビデオの日」分科会(PR)
- 30日 総務人事委員会



一般社団法人 日本映像ソフト協会

会員社名(五十音順) 2019年1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 Lab.
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)星光堂マーケティング
ソニー PCL (株)
東芝デジタルマーケティングイニシアティブ(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)

2019年1月30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?

毎年 11月3日は
ビデオの日

<http://www.videonohi.jp/>