



2019. 10 No.196
2019.OCTOBER

Main Reports

- 「11月3日はビデオの日」キャンペーン いよいよスタート!
- 2019年上半期統計調査結果報告
- ビデオレンタル店実態調査結果報告
- 寄稿:『デジタル単一市場における著作権及び著作隣接権に関する
2019年EU指令～UGCサイトの著作権等の侵害対応』
国士舘大学総合知的財産法学研究科 客員教授 上原伸一 先生



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

2019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)	4,312	67.3%	97.1%	1,254	51.0%	93.6%	350	86.4%	増 減 その 他 11社 17社	27,519	63.5%	82.7%	7,910	42.9%	86.8%	1,926	80.2%	
特殊ルート	16	0.2%	28.6%	22	0.9%	18.5%	5	250.0%		157	0.4%	61.3%	498	2.7%	78.5%	25	104.2%	
レンタル店用	2,026	31.6%	75.1%	1,176	47.8%	54.1%	403	93.7%		15,369	35.4%	82.7%	9,949	54.0%	79.9%	2,232	75.2%	
業務用	52	0.8%	113.0%	7	0.3%	93.0%	13	41.9%		315	0.7%	101.6%	76	0.4%	52.9%	77	39.7%	
DVDビデオ	6,406	46.8%	88.5%	2,460	61.9%	67.5%	771	88.8%		43,360	47.5%	82.7%	18,434	66.9%	82.5%	4,260	76.2%	
販売用(個人向)	7,008	96.4%	104.7%	1,375	90.7%	99.3%	314	108.7%	増 減 その 他 10社 17社 2社	45,733	95.5%	100.3%	8,056	88.5%	97.0%	1,601	100.3%	
特殊ルート	25	0.3%	96.2%	7	0.5%	59.1%	2	11.8%		172	0.4%	139.8%	43	0.5%	94.2%	13	61.9%	
レンタル店用	228	3.1%	93.8%	132	8.7%	56.5%	21	61.8%		1,851	3.9%	96.2%	983	10.8%	89.1%	112	80.6%	
業務用	10	0.1%	500.0%	1	0.1%	575.0%	0	—		137	0.3%	318.6%	22	0.2%	185.2%	0	0.0%	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	7,271	53.2%	104.4%	1,516	38.1%	92.9%	337	99.1%		47,893	52.5%	100.5%	9,104	33.1%	96.2%	1,726	98.2%	
合 計	13,677	100.0%	96.3%	3,975	100.0%	75.4%	1,108	91.7%		91,253	100.0%	91.2%	27,537	100.0%	86.6%	5,986	81.5%	

◎今月の売上報告社数……29社(※前年同月の報告社数:29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、2019年上半期調査の数字を用いている。

2019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)	3,184	63.4%	36.3%	809	41.1%	45.1%	236	64.3%	増 減 その 他 7社 21社 1社	30,703	63.5%	73.1%	8,718	42.7%	79.9%	2,162	78.1%	
特殊ルート	32	0.6%	188.2%	125	6.4%	324.7%	4	200.0%		189	0.4%	69.2%	624	3.1%	92.6%	29	111.5%	
レンタル店用	1,772	35.3%	71.7%	1,013	51.6%	59.9%	340	89.2%		17,141	35.4%	81.4%	10,963	53.7%	77.5%	2,572	76.8%	
業務用	36	0.7%	92.3%	18	0.9%	93.1%	22	51.2%		351	0.7%	100.6%	94	0.5%	57.7%	99	41.8%	
DVDビデオ	5,024	47.5%	44.5%	1,965	68.0%	55.5%	602	75.9%		48,384	47.5%	75.9%	20,399	67.0%	78.8%	4,862	76.2%	
販売用(個人向)	5,322	95.9%	57.2%	830	89.8%	53.6%	188	66.9%	増 減 その 他 11社 15社 3社	51,055	95.5%	93.0%	8,885	88.6%	90.2%	1,789	95.3%	
特殊ルート	13	0.2%	118.2%	4	0.4%	54.0%	0	—		185	0.3%	138.1%	47	0.5%	88.6%	13	61.9%	
レンタル店用	201	3.6%	73.9%	88	9.5%	59.7%	14	82.4%		2,052	3.8%	93.4%	1,071	10.7%	85.6%	126	80.8%	
業務用	14	0.3%	127.3%	2	0.2%	172.6%	0	—		151	0.3%	279.6%	24	0.2%	184.1%	0	0.0%	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,550	52.5%	57.9%	923	32.0%	54.2%	202	67.8%		53,443	52.5%	93.3%	10,027	33.0%	89.8%	1,928	93.8%	
合 計	10,574	100.0%	50.6%	2,888	100.0%	55.1%	804	73.7%		101,827	100.0%	84.2%	30,426	100.0%	82.1%	6,790	80.5%	

◎今月の売上報告社数……29社(※前年同月の報告社数:29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、2019年上半期調査の数字を用いている。

Index

月間売上統計(7月、8月)	1
「11月3日はビデオの日」キャンペーン いよいよスタート!	2
第390回臨時理事会、第391回、第392回定例理事会開催報告	4
2020年重要会議・行事日程	4
2019年上半期統計調査結果報告	5
ビデオレンタル店実態調査結果報告	8
寄稿「デジタル単一市場における著作権及び著作隣接権に関する 2019年EU指令～UGCサイトの著作権等の侵害対応」	10
JVA秋の懇親会 開催報告	12
コンテンツ海外流通促進機構	13
不正商品対策協議会	13
リレーエッセイVol.139	14
日誌に見る協会の動き	14

「11月3日はビデオの日」キャンペーン いよいよスタート!

いよいよ本年度の「11月3日はビデオの日」キャンペーンがスタートする。本年度の市場活性化キャンペーンは大きく次の3つの柱で展開する。それぞれの施策については、次のとおり。

1. 「11月3日はビデオの日」キャンペーン ～4Kまるごとプレゼント～

「11月3日はビデオの日」の認知度を向上し、これを広く普及させることを目的として継続的にオープンキャンペーンを実施することとなった。

「11月3日は〇〇〇の日」のクイズに答えていただいた方の中から、抽選で1名様に「4Kテレビ+4K UHDブルーレイプレイヤー+BOSEサウンドバー+4K UHDソフト50作品」をまるごとプレゼントするという企画。本年度は、更に副賞として「ビデオの日」を応援していただける法人様からアマゾン賞、ゲオ賞、7netショッピング賞、TSUTAYA賞、楽天ブックス賞の各賞をご協賛をいただいた。昨年よりパワーアップした本キャンペーンに期待してほしい。

■応募期間：2019年10月1日（火）～12月31日（火）

■プレゼント内容：

- ① 4Kテレビ×1台
- ② 4K UHDブルーレイプレイヤー×1台
- ③ BOSEサウンドバー
- ④ 4K UHDソフト50作品
- ①～④をまとめて1名様に豪華プレゼント！

■応募方法：ハガキもしくはWEB

■発表方法：厳正なる抽選の上、当選された方にのみご連絡。

■キャンペーンURL：<https://videonohi.jp/4k-cp>

11月3日はビデオの日
キャンペーン

だれでも応募! **4Kまるごとプレゼント!**

4Kテレビ + 4K UHDブルーレイプレイヤー + BOSEサウンドバー + 4K UHDソフト50作品が1名様に当たる!

4Kテレビ + 4K UHDブルーレイプレイヤー + BOSEサウンドバー + 4K UHDソフト50作品

下記の空欄に言葉を入れ、ハガキ・WEBより応募するだけ!

「11月3日は〇〇〇の日」

応募締切 2019年12月31日(火)まで

詳しくはこちら



2. 「11月3日はビデオの日」 プレミアムキャンペーン

昨年度は、セルビデオ(DVD、BD、4K UHD)の販売促進を狙いキャンペーンを展開したが、本年度はセル・レンタル共同による業界初の横断クローズドキャンペーンとして展開する。期間中、DVD、BD、4K UHDを購入またはレンタルした1,000円以上のレシートを送れば、豪華賞品・豪華体験が当たるというもの。昨年実施した『プレミアムキャンペーン』をベースに本年度はレンタルも巻き込んでの一大キャンペーンとする。

A賞・お好きなブルーレイ&DVDを50名の方に(キャンペーンWeb内の「選べるリスト」から選べる)

B賞・お好きな4K UHDを50名の方に(キャンペーンWeb内の「選べるリスト」から選べる)

C賞・ムビチケ前売券GIFTを100名様に

D賞・和牛カタログギフト(お好きなブランド和牛1万円分)を10名様に

E賞・映画会社試写室独占上映会～お好きな日本映画をお書きいただき、その映画会社の試写室でお好きな方々だけの鑑賞を1組の方に

F賞・ワーナー ブラザースジャパンの試写室でお好きなワーナー ブラザースジャパンの作品*の鑑賞を1組の方に(*一部作品を除く)

G賞・NHK大河ドラマなどの撮影が行われる『ワープステーション江戸』をスタッフの解説付きで見学する体験を1組2名様に

H賞・2020年春に開催される「アニメジャパン2020」の入場券とファストチケットを5名様に

I賞・レコーディングスタジオ体験を1組(5名様まで)にプロのミュージシャンが使用するレコーディングスタジオ(VAP/SOUND INN)を体験

J賞・「キネマ旬報ベスト・テン表彰式」の特別席に5組10名様をご招待。2020年2月11日(火・祝)に開催予定の同表彰式で特別席から映画スターたちを鑑賞

■キャンペーン実施期間：2019年11月1日(金)～12月31日(火)

■キャンペーン応募受付期間：2019年11月3日(日)～2019年1月10日(金)

■応募対象：1,000円以上 DVD、BD、4K UHDを購入、レンタル(合計1,000円以上可)

■対象法人：全法人(セル・レンタル共通)

■対象作品：全作品(中古、アダルト、非正規除く)

■応募方法：ハガキでの応募とWebからの応募、どちらの方法からでも応募可

■キャンペーンURL：<https://videonohi.jp/premium-cp/>

3. 東京国際映画祭×「11月3日はビデオの日」コラボイベント『映像 百花繚乱』上映会2019

昨年、大盛況に終わった東京国際映画祭とのコラボイベント、『映像 百花繚乱』上映会を本年度も引き続き開催する。第32回東京国際映画祭が開催される期間内の10月29日(火)から11月2日(土)の間、昨年と同じ東京ミッドタウン日比谷 日比谷ステップ広場において、『映像 百花繚乱』上映会2019を開催する。

ショッピングや仕事で日比谷に集う方々に、無料でビデオでの屋外上映会を楽しんでいただくというもの。上映作品、スケジュールは下表のとおり。

なお、この上映会では、『平成から令和へ 時代を駆け抜ける最新ビデオ作品・PV集』と題し、今年1年間を代表するビデオ作品のPVを編集した映像も上映する。

また、本年度はこの上映会を全国のビデオファンにも楽

しんでいただく企画として『あなたの街でもビデオの日』全国上映会も実施する。実施概要は以下の通り。詳細は「ビデオの日」ホームページをご確認いただきたい。

『あなたの街でもビデオの日』全国上映会概要

■期間:10月22日(火)～11月4日(月・振替休日)

■主催:「ビデオの日」実行委員会((一社)日本映像ソフト協会、日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合)

■協力:東京国際映画祭(予定)

■特別協賛:パナソニック株式会社(大阪会場・福岡会場)

■告知・運営協力:日本コンパクトディスク・ビデオレンタル商業組合 各エリア加盟店

■開催詳細:「ビデオの日」ホームページ/

<https://videonohi.jp/videonohi-machi/>



上映スケジュール

場所:東京ミッドタウン日比谷 日比谷ステップ広場

10月29日(火)	10月30日(水)	10月31日(木)	11月1日(金)	11月2日(土)
12:00～	12:00～	12:00～	12:00～	12:00～
平成から令和へ 時代を駆け抜ける 最新ビデオ作品 ・PV集 (変更あり)	8年越しの花嫁 奇跡の実話 (松竹)	グレイテスト・ ショーマン (FOX)	平成から令和へ 時代を駆け抜ける 最新ビデオ作品 ・PV集	トイ・ストーリー (WDJ) 時間変更あり
15:00～	15:00～	15:00～	15:00～	14:30～
平成から令和へ 時代を駆け抜ける 最新ビデオ作品 ・PV集	二ノ国 (WB)	ラ・ラ・ランド (PC)	スパイダーマン・ ファー・フロム・ホーム (SPE)	トイ・ストーリー2 (WDJ) 時間変更あり
18:30～	18:30～	18:30～	18:30～	17:30～
二ノ国 (WB)	ラ・ラ・ランド (PC)	スパイダーマン・ ファー・フロム・ホーム (SPE)	ボヘミアン・ ラブソディ (FOX)	トイ・ストーリー3 (WDJ) 時間変更あり

第390回臨時理事会、第391回、第392回定例理事会開催報告

8月26日(月)付、第390回臨時理事会において、「京都アニメーション放火・火災事件」への「見舞金100万円の支出の件」が、吉村隆会長、並びに理事・監事に対する書面決議により承認された。

9月3日(火)午後2時より、当協会会議室において第391回定例理事会を開催した。議事の要旨は以下のとおり。

●決議事項

- 第1号議案 JVAの今後の在り方について考える検討会議の設置について・・・承認
- 第2号議案 「CDVJショップコンテスト2019」に対する後援名義使用及びJVA特別賞承認の件・・・承認
- 第3号議案 日本ビデオコミュニケーション協会への後援名義使用承認の件・・・承認

●報告事項

1. 京都アニメーション放火・火災事件への義援金の捻出について
2. 各部会報告について
3. 市場活性化WG経過報告について
4. 知財関係報告
5. 令和元年度「『見える』安全コンクール」の実施について(厚生労働省)
6. 2019年上半期統計調査報告書について
7. 2019年6月度・7月度ビデオソフト売上速報について
8. 2019年6月度・7月度映像配信統計報告について
9. その他

10月1日(火)午後2時より、当協会会議室において第392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 2020年重要会議・行事日程の件(下表参照)・・・承認
- 第2号議案 2020年新年賀詞交歓会開催の件・・・承認
- 第3号議案 財政基盤安定のための資金運用について承認の件・・・承認

●報告事項

1. JVAの今後の在り方について考える検討会議の委員と日時について
2. 業務部会マーケット調査委員会 映像配信統計調査グループ設置について
3. 各部会・委員会報告について
4. 市場活性化キャンペーン経過等報告
5. 2020年西日本合同賀詞交歓会の開催について
6. 知財関係報告
7. 令和元年度「自殺予防週間」における取組の要請【経済産業省】
8. ビデオレンタル店実態調査概要報告について
9. 2019年8月度ビデオソフト売上速報について
10. 2019年8月度映像配信統計報告について
11. 盗まれるテレビ番組について
12. その他

2020年 重要会議・行事日程

月	理事会	総合連絡委員会	業務部会幹事会	その他
2020年 1月	休会	休会	23日(木)16時00分	新年賀詞交歓会 8日(木)11:30～アルカディア市ヶ谷
2月	4日(火)14時30分	12日(水)16時00分	27日(木)16時00分	――
3月	3日(火)14時00分	10日(火)16時00分	26日(木)16時00分	――
4月	7日(火)14時00分	14日(火)16時00分	23日(木)16時00分	懇親ゴルフコンペ 4月10日(金) or 4月11日(土)
5月	12日(火)14時30分	19日(火)16時00分	28日(木)16時00分	――
6月	4日(火)総会終了後	9日(火)16時00分	25日(木)16時00分	総会(14時00分より)
7月	7日(火)16時30分	14日(火)16時00分	休会	役員懇親会(理事会終了後)
8月	休会	休会	27日(木)16時00分	――
9月	1日(火)14時00分	8日(火)16時00分	24日(木)16時00分	秋の懇親会 (総合連絡委員会終了後)
10月	6日(火)14時00分	13日(火)16時00分	29日(木)16時00分	――
11月	4日(火)14時00分	10日(火)16時00分	26日(木)16時00分	――
12月	1日(火)14時00分	8日(火)16時00分	休会	――
2021年 1月	休会	休会	28日(木)16時00分(仮)	新年賀詞交歓会 6日(木)11:30～アルカディア市ヶ谷

2019年上半期統計調査結果報告

～ビデオソフト総売上金額は775億7600万円で前年同期比90.3%～

マーケット調査委員会(森口和則委員長 松竹(株))は、2019年上半期の統計調査結果をまとめた。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.88」として、JVA会員社等に配布し、当協会ホームページ内の「最新情報」において抜粋を掲載している。

<2019年上半期(1～6月)の実績について>

1. 今期のビデオソフトの総売上金額は775億7600万円で前年同期比90.3%だった。

そのうち、DVDビデオは369億5400万円で前年同期比81.8%、ブルーレイ(Ultra HD Blu-rayを含む。以下、ブルーレイと表記。)は406億2200万円で同99.8%となった。ブルーレイは前年同期並みとなったが、DVDは2割近く減じておりビデオソフト全体の前年同期比割れに大きく影響した。売上金額に占めるDVDビデオとブルーレイの割合は47.6対52.4となり、総売上において初めてブルーレイがDVDを上回った。(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619億3200万円で前年同期に比べ8.5%の減少だったが、レンタル店用は149億6600万円と14.8%の大幅な減少となり、縮小傾向が続いている。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、79.8対0.4対19.3対0.5となり、レンタルの割合の減少により市場における販売用のシェアが拡大している。(表2)

3. DVDビデオの販売用売上金額は232億700万円で前年同期比80.5%と大きく割り込んだが、ブルーレイの販売用は387億2500万円で同99.6%とはほぼ前年同期並みの実績となり、販売用全体に占めるブルーレイの割合は62.5%となった。(表3、表4)

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位の『音楽(邦楽)』(36.3%)は、前年同期に『嵐/ARASHI LIVE TOUR 2017-2018「untitled」』等のビッグタイトルがリリースされていたこともあり、前年同期比75.5%と大きく下回った。また、構成比2位(25.3%)の『日本のアニメーション(一般向け)』も同91.5%と伸び悩んだ。一方、大ヒット映画『ボヘミアン・ラプソディ』等がリリースされた構成比3位の『洋画(TVドラマを除く)』(12.1%)は、前年同期比121.7%と伸長した。構成比4位(6.1%)の『邦画(TVドラマを除く)』は同94.7%、構成比5位(同6.0%)の『日本のTVドラマ』においては、同145.9%と大きく売上を伸ばした。

図1.ビデオソフト全体の売上金額の推移

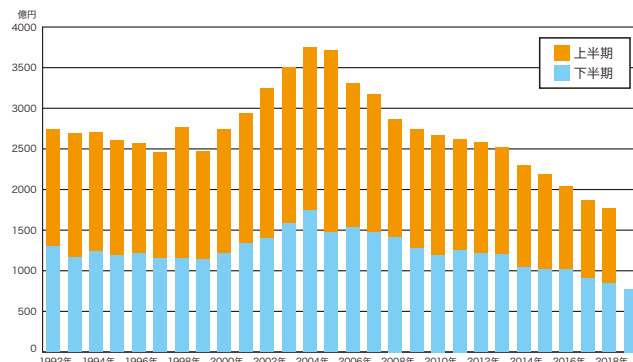


図2.「販売用」売上金額の推移(メディア別) 上半期実績のみの比較

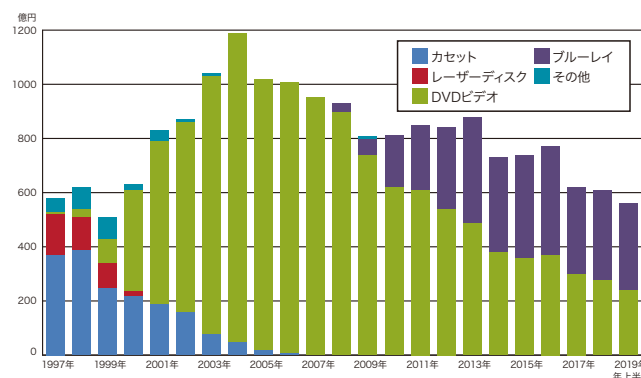


図3.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別) 上半期実績のみの比較

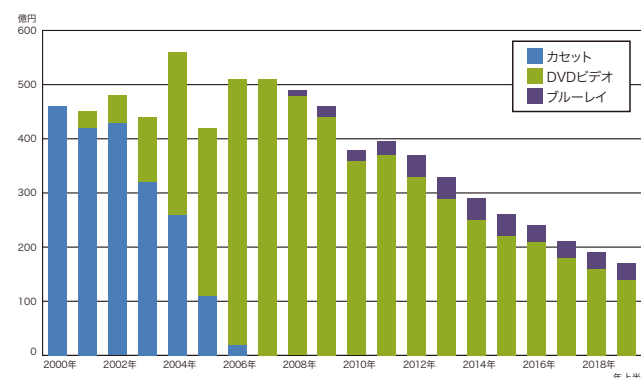


表1.ビデオソフトの売上金額と売上数量

摘要	金額	構成比	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
DVDビデオ	36,954	47.6%	78.5%	81.8%	15,974,018	67.8%	79.1%	85.4%
ブルーレイ (Ultra HD Blu-rayを含む)	40,622	52.4%	90.0%	99.8%	7,588,071	32.2%	81.5%	96.9%
ビデオソフトの総売上	77,576	100.0%	84.1%	90.3%	23,562,089	100.0%	79.9%	88.8%

表2.ビデオソフト全体の流通チャネル別売上

	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	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用(個人向)	61,932	79.8%	83.4%	91.5%	13,336,265	56.6%	80.5%	90.8%
特殊ルート	288	0.4%	90.9%	97.0%	512,415	2.2%	94.1%	93.6%
レンタル店用(個人向)	14,966	19.3%	86.3%	85.2%	9,624,430	40.8%	78.1%	86.3%
業務用	390	0.5%	121.5%	127.9%	88,979	0.4%	131.2%	60.5%

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82.4%（前年同期は82.2%）、『洋画（TVドラマを除く）』は77.4%（同75.2%）、『邦画（TVドラマを除く）』は53.0%（同49.3%）、『音楽（邦楽）』は57.1%（同48.3%）となり、主要ジャンルにおいてはブルーレイの構成比が過半となった。（表5）

4. DVDビデオの販売用の売上金額は232億700万円で前年同期比80.5%だった。

ジャンル別に見てみると、前年同期に構成比53.5%を占めた『音楽（邦楽）』は、前年同期比62.6%となり構成比41.6%と大きくダウンした。また、構成比2位（11.9%）の『日本のアニメーション（一般向け）』が前年同期比90.7%、構成比4位（7.6%）の『邦画（TVドラマを除く）』が同88.0%と伸び悩むなか、構成比3位（8.4%）『日本のTVドラマ』が同134.7%、4位（7.3%）『洋画（TVドラマを除く）』が同110.7%と健闘した。（表5）

表5.ビデオソフト全体の販売用ジャンル別

ジャンル	金額				DVDビデオ				ブルーレイ (ULTRA HD Blu-ray)を含む			
	合計金額	構成比	前期比	前年同期比	構成比	前期比	前年同期比	構成比	前期比	前年同期比		
邦画（TVドラマを除く）	3,760	6.1%	122.5%	94.7%	1,769	7.6%	122.0%	88.0%	1,991	5.1%	123.0%	101.6%
日本のTVドラマ	3,685	6.0%	76.3%	145.9%	1,952	8.4%	84.1%	134.7%	1,733	4.5%	69.1%	160.9%
洋画（TVドラマを除く）	7,521	12.1%	93.9%	121.7%	1,698	7.3%	93.9%	110.7%	5,823	15.0%	93.9%	125.4%
海外のTVドラマ	974	1.6%	46.0%	86.5%	704	3.0%	53.7%	82.0%	270	0.7%	33.5%	101.1%
アジアの映画	114	0.2%	57.0%	122.6%	51	0.2%	45.1%	85.0%	63	0.2%	72.4%	190.9%
アジアのTVドラマ	713	1.2%	76.5%	85.8%	669	2.9%	78.9%	95.2%	44	0.1%	52.4%	34.4%
日本のアニメーション（一般向け）	15,658	25.3%	101.4%	91.5%	2,756	11.9%	85.0%	90.7%	12,902	33.3%	105.8%	91.6%
海外のアニメーション（一般向け）	914	1.5%	44.6%	224.0%	75	0.3%	43.1%	75.0%	839	2.2%	44.8%	272.4%
日本の子供向け（アニメーション）	763	1.2%	94.1%	122.1%	535	2.3%	82.9%	99.4%	228	0.6%	137.3%	262.1%
日本の子供向け（アニメーション以外）	1,110	1.8%	140.9%	136.7%	499	2.2%	144.2%	133.1%	611	1.6%	138.2%	139.8%
海外の子供向け（アニメーション）	429	0.7%	55.9%	100.0%	355	1.5%	70.6%	85.1%	74	0.2%	27.9%	616.7%
海外の子供向け（アニメーション以外）	0	0.0%	—	0.0%	0	0.0%	—	0.0%	0	0.0%	—	—
音楽（邦楽）	22,497	36.3%	71.6%	75.5%	9,644	41.6%	61.3%	62.6%	12,853	33.2%	82.0%	89.2%
音楽（洋楽）	891	1.4%	140.1%	533.5%	543	2.3%	135.1%	527.2%	348	0.9%	148.7%	543.8%
ビデオカラオケ	14	0.0%	116.7%	100.0%	14	0.1%	116.7%	100.0%	0	0.0%	—	—
芸能・趣味・教養	2,293	3.7%	86.4%	89.6%	1,587	6.8%	93.6%	89.5%	706	1.8%	73.7%	89.8%
スポーツ	221	0.4%	111.1%	44.9%	147	0.6%	100.7%	113.1%	74	0.2%	139.6%	20.4%
学校教育・企業教育・語学教育	90	0.1%	257.1%	97.8%	78	0.3%	278.6%	85.7%	12	0.0%	171.4%	1200.0%
成人娯楽	5	0.0%	55.6%	—	5	0.0%	55.6%	—	0	0.0%	—	—
その他	280	0.5%	112.0%	61.0%	126	0.5%	87.5%	58.9%	154	0.4%	145.3%	62.9%
計	61,932	100.0%	83.4%	91.5%	23,207	100.0%	75.0%	80.5%	38,725	100.0%	89.5%	99.6%

ジャンル	合計数量	構成比	前期比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前期比	前年同期比	ブルーレイ (ULTRA HD Blu-ray)を含む	構成比	前期比	前年同期比
邦画（TVドラマを除く）	1,046,555	7.8%	112.6%	94.7%	621,136	9.3%	113.1%	90.8%	425,419	6.4%	111.7%	101.0%
日本のTVドラマ	346,458	2.6%	78.3%	146.4%	208,490	3.1%	78.1%	133.8%	137,968	2.1%	78.7%	170.8%
洋画（TVドラマを除く）	3,264,508	24.5%	87.0%	123.5%	1,231,302	18.5%	78.3%	117.4%	2,033,206	30.4%	93.2%	127.5%
海外のTVドラマ	211,470	1.6%	51.6%	82.0%	181,310	2.7%	54.4%	81.5%	30,160	0.5%	39.3%	85.4%
アジアの映画	77,722	0.6%	96.5%	138.6%	46,759	0.7%	89.5%	108.9%	30,963	0.5%	109.4%	235.5%
アジアのTVドラマ	123,989	0.9%	80.5%	116.9%	120,754	1.8%	81.6%	124.1%	3,235	0.0%	53.4%	36.9%
日本のアニメーション（一般向け）	2,292,826	17.2%	91.8%	81.0%	596,746	9.0%	78.5%	82.9%	1,696,080	25.4%	97.7%	80.3%
海外のアニメーション（一般向け）	293,299	2.2%	43.7%	164.7%	22,025	0.3%	37.2%	32.3%	271,274	4.1%	44.3%	246.9%
日本の子供向け（アニメーション）	319,375	2.4%	84.6%	110.2%	285,898	4.3%	84.0%	103.3%	33,477	0.5%	89.7%	253.4%
日本の子供向け（アニメーション以外）	279,243	2.1%	132.1%	127.8%	215,722	3.2%	125.6%	118.8%	63,521	1.0%	160.0%	171.7%
海外の子供向け（アニメーション）	355,815	2.7%	70.5%	88.3%	319,565	4.8%	78.2%	80.6%	36,250	0.5%	37.6%	565.1%
海外の子供向け（アニメーション以外）	-9	0.0%	—	—	-9	0.0%	—	—	0	0.0%	—	—
音楽（邦楽）	3,811,997	28.6%	67.9%	68.8%	2,143,280	32.2%	69.5%	65.0%	1,668,717	25.0%	66.0%	74.3%
音楽（洋楽）	248,695	1.9%	133.6%	451.0%	165,636	2.5%	129.0%	412.7%	83,059	1.2%	143.6%	553.3%
ビデオカラオケ	8,549	0.1%	120.3%	89.9%	8,549	0.1%	120.3%	89.9%	0	0.0%	—	—
芸能・趣味・教養	534,119	4.0%	87.0%	90.8%	413,089	6.2%	89.0%	97.4%	121,030	1.8%	80.7%	73.8%
スポーツ	47,516	0.4%	120.7%	109.2%	31,753	0.5%	107.8%	101.5%	15,763	0.2%	159.8%	128.7%
学校教育・企業教育・語学教育	19,997	0.1%	111.3%	85.4%	15,896	0.2%	96.1%	67.6%	4,101	0.1%	287.2%	~4713.8%
成人娯楽	1,094	0.0%	49.3%	976.8%	1,094	0.0%	49.3%	976.8%	0	0.0%	—	—
その他	53,047	0.4%	92.8%	51.7%	26,822	0.4%	65.9%	48.9%	26,225	0.4%	158.9%	56.0%
計	13,336,265	100.0%	80.5%	90.8%	6,655,817	100.0%	78.9%	85.6%	6,680,448	100.0%	82.1%	96.6%

注)「その他」のジャンルは不明分を含む

表3.DVDビデオの流通チャンネル別売上と売上数量

	DVDビデオの売上金額				DVDビデオの売上数量			
	金額	構成比	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用 (個人向け)	23,207	62.8%	75.0%	80.5%	6,655,817	41.7%	78.9%	85.6%
特殊ルート	141	0.4%	70.5%	70.5%	475,947	3.0%	96.6%	92.7%
レンタル店用 (個人向け)	13,343	36.1%	85.2%	84.0%	8,773,703	54.9%	78.3%	85.3%
業務用	263	0.7%	95.3%	99.6%	68,551	0.4%	111.4%	50.6%

表4.ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む) の流通チャンネル別売上

	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	前期比	前年同期比	数量	構成比	前期比	前年同期比
販売用 (個人向け)	38,725	95.3%	89.5%	99.6%	6,680,448	88.0%	82.1%	96.6%
特殊ルート	147	0.4%	125.6%	151.5%	36,468	0.5%	70.8%	106.2%
レンタル店用 (個人向け)	1,623	4.0%	97.2%	96.5%	850,727	11.2%	75.9%	97.8%
業務用	127	0.3%	282.2%	309.8%	20,428	0.3%	323.3%	178.0%

5. ブルーレイの販売用の売上金額は387億2500万円で前年同期比99.6%とほぼ前年同期並みの実績だった。
- ジャンル別に見てみると、構成比3位(15.0%)の『洋画(TVドラマを除く)』が同125.4%、構成比4位(5.1%)となった『邦画(TVドラマを除く)』が同101.6%、構成比5位(4.5%)の『日本のTVドラマ』が同160.9%と大きく売上げを伸ばした。しかし、構成比1位(33.3%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は同91.6%、構成比2位(33.2%)の『音楽(邦楽)』が同89.2%と、合わせてシェア66.5%を占める2ジャンルの低調が響き、全体では前年同期並みの実績にとどまった。(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、89.2対10.8となりブルーレイの割合が1割を超えたが、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133億4300万円で前年同期比84.0%と縮小傾向が続き、ブルーレイも16億2300万円で同96.5%と前年同期には及ばなかった。(表3、表4)

7. レンタル店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(23.8%)の『洋画(TVドラマを除く)』が前年同期比86.9%、構成比2位(20.3%)の『邦画(TVドラマを除く)』が同95.6%、構成比3位(17.5%)の『日本のアニメーション(一般向け)』が同88.8%、構成比4位(12.7%)の『アジアのTVドラマ』が同78.0%と、構成比5位(7.3%)の『海外のTVドラマ』が同65.0%と主要ジャンルがいずれも前年同期を割り込んだ。ブルーレイの割合の高いジャンルは『洋画(TVドラマを除く)』で、金額で24.6%、数量では18.3%がブルーレイの売上で占めている。(表6)

表6.ビデオソフト全体のレンタル店用ジャンル別売上

金額										百万円			
ジャンル	合計金額	構成比	前期比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前期比	前年同期比	ブルーレイ (ULTRA HD Blu-ray)を含む	構成比	前期比	前年同期比	
邦画（TVドラマを除く）	3,042	20.3%	112.2%	95.6%	2,511	18.8%	109.3%	91.2%	531	32.7%	128.6%	124.1%	
日本のTVドラマ	890	5.9%	91.7%	81.4%	890	6.7%	91.7%	81.4%	0	0.0%	—	—	
洋画（TVドラマを除く）	3,561	23.8%	94.5%	86.9%	2,685	20.1%	94.2%	87.5%	876	54.0%	95.4%	85.0%	
海外のTVドラマ	1,099	7.3%	50.3%	65.0%	1,098	8.2%	50.3%	65.3%	1	0.1%	100.0%	11.1%	
アジアの映画	39	0.3%	36.1%	36.8%	33	0.2%	39.3%	34.7%	6	0.4%	25.0%	54.5%	
アジアのTVドラマ	1,895	12.7%	80.9%	78.0%	1,895	14.2%	80.9%	78.0%	0	0.0%	—	—	
日本のアニメーション（一般向け）	2,617	17.5%	95.9%	88.8%	2,543	19.1%	96.3%	88.7%	74	4.6%	84.1%	91.4%	
海外のアニメーション（一般向け）	463	3.1%	70.0%	165.4%	357	2.7%	68.9%	154.5%	106	6.5%	74.1%	216.3%	
日本の子供向け（アニメーション）	603	4.0%	70.3%	104.1%	603	4.5%	70.3%	104.3%	0	0.0%	—	0.0%	
日本の子供向け（アニメーション以外）	184	1.2%	98.9%	88.5%	184	1.4%	98.9%	88.5%	0	0.0%	—	—	
海外の子供向け（アニメーション）	220	1.5%	40.5%	43.7%	191	1.4%	41.5%	44.1%	29	1.8%	34.9%	40.8%	
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）	0	0.0%	—	0.0%	0	0.0%	—	0.0%	0	0.0%	—	—	
音楽（洋楽）	7	0.0%	—	—	7	0.1%	—	—	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	328	2.2%	123.3%	80.4%	328	2.5%	123.3%	80.4%	0	0.0%	—	—	
スポーツ	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	—	—	
学校教育・企業教育・語学教育	2	0.0%	100.0%	200.0%	2	0.0%	100.0%	200.0%	0	0.0%	—	—	
成人娯楽	0	0.0%	—	—	0	0.0%	—	—	0	0.0%	—	—	
その他	16	0.1%	320.0%	47.1%	16	0.1%	320.0%	47.1%	0	0.0%	—	—	
計	14,966	100.0%	86.3%	85.2%	13,343	100.0%	85.2%	84.0%	1,623	100.0%	97.2%	96.5%	

数量										枚			
ジャンル	合計数量	構成比	前期比	前年同期比	DVDビデオ	構成比	前期比	前年同期比	ブルーレイ (ULTRA HD Blu-ray)を含む	構成比	前期比	前年同期比	
邦画(TVドラマを除く)	1,367,667	14.2%	91.9%	90.4%	1,165,216	13.3%	97.2%	88.6%	202,451	23.8%	69.9%	102.7%	
日本のTVドラマ	343,787	3.6%	104.4%	80.4%	343,786	3.9%	104.4%	80.4%	1	0.0%	50.0%	100.0%	
洋画(TVドラマを除く)	2,807,591	29.2%	97.3%	98.5%	2,293,970	26.1%	102.8%	101.6%	513,621	60.4%	78.5%	86.7%	
海外のTVドラマ	1,104,074	11.5%	44.3%	53.1%	1,104,074	12.6%	44.3%	53.1%	0	0.0%	—	—	
アジアの映画	57,047	0.6%	57.4%	68.9%	46,173	0.5%	65.1%	75.9%	10,874	1.3%	38.2%	49.6%	
アジアのTVドラマ	1,678,025	17.4%	62.3%	68.7%	1,678,025	19.1%	62.3%	68.7%	0	0.0%	—	—	
日本のアニメーション(一般向け)	1,389,009	14.4%	113.1%	117.3%	1,346,632	15.3%	111.4%	117.9%	42,377	5.0%	221.7%	101.4%	
海外のアニメーション(一般向け)	264,317	2.7%	74.5%	387.9%	204,792	2.3%	73.8%	361.0%	59,525	7.0%	77.2%	522.1%	
日本の子供向け(アニメーション)	236,880	2.5%	84.6%	108.3%	234,214	2.7%	83.7%	107.1%	2,666	0.3%	—	—	
日本の子供向け(アニメーション以外)	85,103	0.9%	129.2%	160.9%	85,098	1.0%	130.2%	160.9%	5	0.0%	1.0%	—	
海外の子供向け(アニメーション)	156,035	1.6%	56.2%	190.8%	136,944	1.6%	60.5%	178.9%	19,091	2.2%	37.2%	363.5%	
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	0.0%	100.0%	1.2%	11	0.0%	100.0%	1.2%	0	0.0%	—	—	
音楽(洋楽)	27,445	0.3%	3310.6%	1372250.0%	27,445	0.3%	3310.6%	1372250.0%	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	97,043	1.0%	79.4%	70.4%	97,043	1.1%	79.4%	70.4%	0	0.0%	—	—	
スポーツ	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0.0%	—	—	
学校教育・企業教育・語学教育	2,725	0.0%	83.7%	2112.4%	2,725	0.0%	83.7%	2112.4%	0	0.0%	—	—	
成人娯楽	1	0.0%	50.0%	100.0%	1	0.0%	50.0%	100.0%	0	0.0%	—	—	
その他	7,670	0.1%	202.6%	69.6%	7,554	0.1%	199.5%	68.6%	0	0.0%	—	—	
計	9,624,430	100.0%	78.1%	86.3%	8,773,703	100.0%	78.3%	85.3%	850,727	100.0%	75.9%	97.8%	

注)「その他」のジャンルは不明分を含む

ビデオレンタル店実態調査結果報告

～月平均のレンタル売上は393.7万円、前年比90.4%と減少傾向が続く～

マーケット調査委員会ビデオレンタル店実態調査グループ（森口和則委員長 松竹(株)）は、本年7月に実施した「ビデオレンタル店実態調査」についての結果をまとめた。今回で33回目となる本調査は、JVA個人向けレンタルシステム加盟店を対象に毎年アンケート調査を行い、経営状況等の把握を継続的に試みている。

本調査結果については、JVAのホームページ「各種調査報告」の中でサマリーを公開している。

調査結果の概要は以下のとおり。

調査実施概要

調査対象	JVAレンタルシステム加盟のレンタルビデオ店 (ネットレンタル及び自動レンタル機器によるレンタルを除く)
調査時期	2019年7月
調査方法	郵送告知、ウェブ調査システム もしくはエクセル・ファイルで回収
調査対象期間	2018年6月～2019年5月の1年間
調査票送付数	2,131票
有効回答標本数	377票（有効回答率17.7%）
調査主体	一般社団法人 日本映像ソフト協会
集計分析	株式会社 文化科学研究所
留意事項	今回調査より、調査方法を変更(ウェブ調査システムを主体とした)ため、回答店舗の構成(面積規模や所属チェーンなど)に若干の変化が発生していることに留意する必要がある。

表1.各調査項目の平均値

2019年()内は前年比									
ビデオレンタル 部門の 月平均売上	総売上	393.7万円(90.4%)							
	DVD/BD	DVD					BD		
		371.8万円(90.4%)					22万円(87.3%)		
平均レンタル 料金 (税抜価格) 単位:円		平均レンタル料金(DVDとBDの区別なし)							
		新作			準新作			旧作	
		料金	前年差	回答数	料金	回答数	料金	回答数	
	当日料金	299	+13	(309)	282(169)		148(173)		
	1泊2日料金	327	+2	(341)					
	2泊3日料金	382	+2	(292)					
	一週間料金	473	+24	(337)					
	延滞料金	251	±0	(351)					
新作の実勢価格	金額	255.4円							
月平均貸出 枚数	枚数	DVD					BD		
		24,835枚(94.1%)					1,257枚(98.4%)		
月平均仕入		DVD					BD		
	金額	127.4万円(84.7%)					9.7万円(89.0%)		
	枚数	2,284枚(101.9%)					73枚(104.3%)		
在庫	総在庫枚数	61,432枚(100.2%)							
	枚数	DVD					BD		
		59,485枚(100.5%)					2,309枚(105.9%)		
店舗面積	店舗総面積	278.2坪(111.5%)							
	レンタル部分面積	90.8坪(103.9%)							
会員数	総数	14,080人(93.9%)							
	男性	54.2%							
	女性	45.8%							

図1.月平均レンタル売上金額推移 (DVD/VHS/BD)

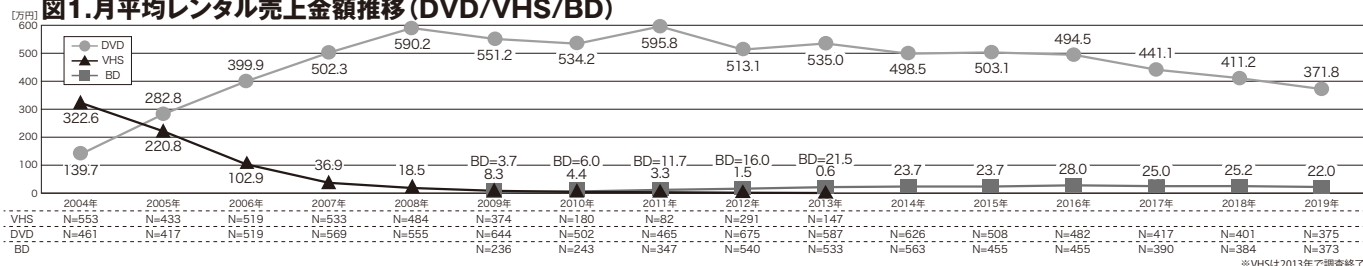


図2.標準レンタル料金の推移 (消費税を含んだ金額)

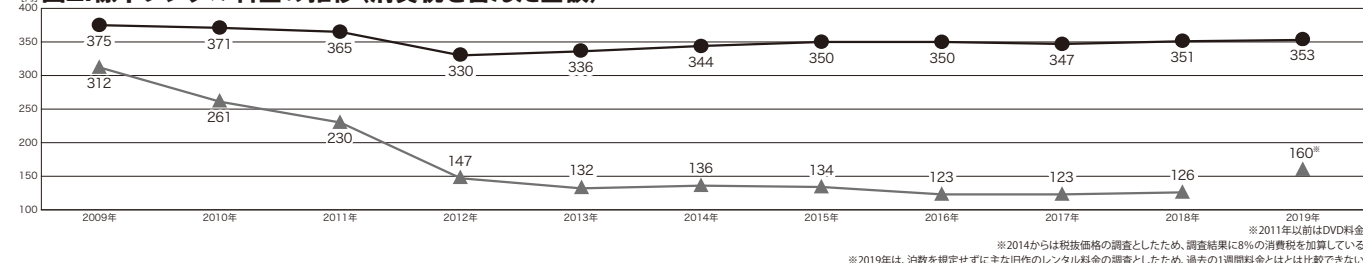
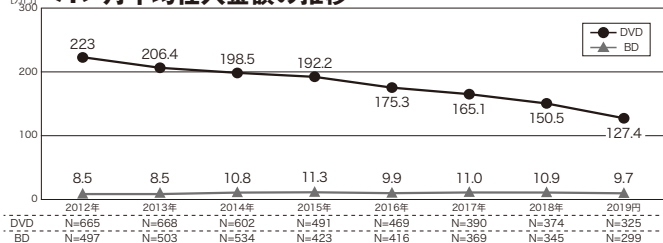
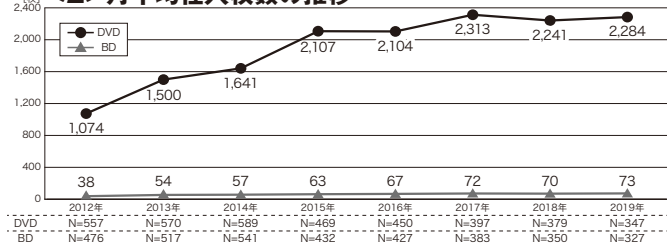


図3.DVD/BD平均仕入金額・枚数の推移
<1>月平均仕入金額の推移



<2>月平均仕入枚数の推移



<調査結果の概要>

●月平均のレンタル総売上、貸出枚数共に減少傾向が続く

月平均のレンタル総売上金額は393.7万円で、前年比90.4%となった。DVDレンタル371.8万円(前年比90.4%)、BDレンタルは22.0万円(前年比87.3%)となっており、DVDとBDともに売上平均が減少している。

DVDの貸出枚数は2013年をピークに減少傾向にあり、月平均貸出枚数は前年比94.1%の24,835枚となっている。一方、前回調査では前年比100.3%となったBDについては、今回、若干ではあるが、前年比98.4%、1,257枚と再び減少に転じた。(表1、図1)

●新作のレンタル料金は上昇傾向

新作の貸出レンタル料金をみてみると、当日料金が299円(税抜)で前回より13円の上昇、1泊2日の平均でも327円で前回より2円上昇、2泊3日では382円(税抜)とこれも2円上昇となっている。前年においてもそれぞれ順に6円、3円、3円と平均値が増加していたことから、新作料金の上昇傾向が見られるといえよう。一方で前年に1円の上昇となった1週間料金は473円で24円の下落となった。(表1)

●発売後3.7か月経過後準新作、12か月経過後旧作に料金設定の移行

今回、新たに準新作と旧作についての移行時期を調査したところ、準新作へは発売後平均3.7か月、旧作へは平均12か月で料金設定を移行させているという結果となった。

●DVD、BDともに仕入金額は減少、1枚当たりの単価も下落傾向が続く

DVDレンタルの月平均仕入金額は127.4万円で前年比84.7%と減少、数量は2,284枚で前年比101.9%と増加している。BDレンタルについても同様の傾向にあり、月平均仕入金額は9.7万円(89.0%)と減少、仕入枚数73枚(104.3%)と増加している。

DVDの仕入単価は、数量が増え、金額が減少したため、558円と、前回の672円から約17%の低下となった。BDについては、仕入単価1,329円となっており、前回の1,557円から約15%低下している。(図3<1><2>)

●ブルーレイレンタルの展開はDVDと比べ小規模な展開が続く

BDについては、貸出、仕入ともに微減もしくは微増となっており、DVDよりも下げ幅は小さい。また、在庫もDVDが59,485枚(前年比100.5%)となっているのに対し、BDは2,309枚、前年比105.9%と伸びが大きくなっている。

ただし、BDがレンタル全体に占める割合は未だ低く、売上で5.6%、貸出枚数で4.8%、仕入金額で7.1%、仕入枚数で3.1%、在庫枚数で3.7%に止まっている。(表1)

●平均会員数は減少傾向、高齢化が続く

平均会員数は前年比93.9%の14,080人となった。会員の男女比は、これまでと同様、男性6割:女性4割(男性54.2%、女性45.8%)となっているが、徐々に女性比率が上がっている。年齢別の会員構成比率を見ると、15歳未満から30代前半の構成比が全て減少しており、30代後半以上の構成比がすべて増加、高齢化の傾向が見られる。(表1)

著作権及び著作隣接権に関する新しいEU指令が発効した。本号では、この新しいEU指令について、国士館大学大学院の上原伸一教授に解説をお願いした。上原教授は、長年にわたり世界知的所有権機関(WIPO)の会議にも参加し、欧州法への造詣も深い。WIPO総会へのご出張直前のご多忙の中、ご執筆くださったことに深く感謝する。

デジタル単一市場における著作権及び著作隣接権に関する 2019年EU指令～UGCサイトの著作権等の侵害対応

国士館大学大学院総合知的財産法学研究科

客員教授 上原伸一

昨年来話題になっていた「デジタル単一市場における著作権及び著作隣接権に関するEU指令」(以下、本指令)が今年4月に成立し、6月7日に発効した。

本指令は、いわゆるヴァリュー・ギャップ問題ⁱⁱに端を発している。広告モデルで急速に広がったUGC(ユーザー生成コンテンツ)サイトについて、その収入に比してコンテンツの権利者達への報酬が極端に低いこと、さらには、多くの侵害が生じている事態への対応をメインに検討されてきた。簡単な経緯と、主たる内容を紹介する。

I 経緯

(1) EUにおける立法の仕組み

EUの立法システムは独特である。国の法律にあたるのは、「規則」(Regulation)で、全てのEU加盟国の国民に直接適用される。これに対し、「指令」(Directive)は、いわば国家間の条約のようなもので、その規定の実行方法は、各国国内法で定められる。各国で既に関連法があるなど、履行にあたっての各国のフレキシビリティを確保しつつEUとしての統一的な規定を作る際に定められる。この他に、「決定」(Decision)がある。これは一部の加盟国や企業等の特定対象に対し法的拘束力を持つ規定であるⁱⁱⁱ。

これらの法案を提出するのは、行政機関であるEU委員会(European Commission)である。その法案を審議するのが、各国の人口比ベースで普通選挙により選出された議員からなるEU議会(European Parliament)と、加盟各国の担当閣僚からなるEU閣僚理事会(Council of the European Union)^{iv}である。この2機関による2院制となっており、両機関の意見が一致しない場合は調停委員会が開かれる。また、調整のために法案提出機関であるEU委員会が加わった3者会合(Trilogue。以下、3者会合)も開催される。

(2) 本指令成立経緯

2016年9月に第1ドラフトがEU委員会から提案され、EU議会各委員会で検討が開始された^v。インターネットユーザーなどからの強い反対があり、修正が施され2018年7月5日に本会議に掛けられたが、賛成278／反対318で否決。更なる修正後、同年9月12日の再採決で賛成488／反対226で可決し、EU閣僚理事会との調整のため3者会合に回された。

その後反対派、賛成派それぞれからの激しいロビー活動の

中、妥協案作りが行われ、2019年3月26日EU議会は修正提案を可決。4月15日のEU閣僚理事会会では、賛成19／反対6／棄権3で可決、指令が成立した。5月17日にEU官報に掲載され、6月7日に発効した。EU各国は、2年後の2021年6月7日までに国内法を整え、履行しなければならない。

II 本指令の概要

本指令は5章32条からなる。2018年のEU議会通過案は、全27条であるから5条追加されている。さらに、各条でも項が追加されているところが多々ある。それらは基本的に、ユーザーや権利者に対する細かい配慮である。権利者からの要求に応じて、当該著作物等(著作物及びその他の保護対象物、以下同じ)を削除する決定は人間が行わなければならないことも定められている(17条9項)

第1章(1、2条)は「一般条項」で、1条が目的・適用範囲、2条で定義が定められている。

第2章(3～7条)は、「デジタル及び国境を越える環境への例外と制限の適用手段」で、ここで、研究、教育、文化遺産等に関する制限が定められている。

第3章(8～14条)は、「ライセンス実務改善及びより広いコンテンツアクセスを保証する手段」で、著作物等のオンラインアクセスの利用とりわけ国境を越えるアクセスについて容易にする手段を規定している。拡大集中管理もここで規定されている。

第4章(15～23条)は、「良く機能する著作権市場を達成するための手段」で、ここでデジタル単一市場の効果的機能のための手段として、UGCサイトにおけるサービスプロバイダーの義務等が定められている。

第5章(24～32条)は、「最終条項」で、見直し(30条)などの管理規定が置かれている。

実質的な内容は2,3,4章で定められており、1章2条の定義がそれを支える形になっている。5章29条では、「移行」として発効後2年以内に本指令に適合する法規定を整備し、施行する義務を各国に課している。

以下、実質的規定に関し、一部定義を引きながら簡単に紹介する。

(1) 研究、教育、文化遺産等の制限に関する規定

科学研究、テキスト及びデータマイニング^{vi}(3,4条)、国境を越えたデジタルでの授業(5条)、文化遺産の保存(6条)のた

めの著作物等の制限・例外を規定すべきこと、これらの制限・例外は契約でオーバーライドできない強行規定であること(7条)が第2章に定められている。

(2) 著作物等の国境を越えたオンラインアクセスの利用を容易にする規定

文化遺産機関における市場外著作物^{vii}の複製、頒布、公衆送信、利用可能化^{viii}のための非商業目的の非独占的ライセンスに拡大集中管理の導入、さらに、集中管理団体が無い場合には文化遺産機関に収蔵されている市場外著作物の利用可能化を可とする制限・例外を規定(8条)。但し、拡大集中管理及び制限・例外共にオプトアウトは可能。

8条で定める拡大集中管理によるライセンスは、EU内では、国境を越えて有効であること、一方制限・例外は国内に限定されることを規定(9条)。

10条では、8条による利用等に係る情報の周知方法を規定し、権利者の立場に配慮を示している。

なお、各国内の拡大集中管理については、個別のライセンスに要するコストが極めて高い場合には著作物等全般に関して認められている(12条)。この場合もオプトアウトが前提になっている。

(3) 著作権等のデジタル単一市場の効果的機能のための措置

本指令が注目されているのは、この部分である。

○オンライン使用における報道出版物の保護

報道出版物の情報社会サービスプロバイダーによるオンライン利用に対して、報道出版物の出版社に複製権と利用可能化権(オンデマンドに限る)を付与することを15条で規定。一時「リンク税」などと呼ばれたこともあるが、「リンク行為には適用しない」と明示されている。また、個別の言葉や短い引用に適用しないこと、個人による私的或いは非商業的利用にも適用しないことが定められている。

この権利は排他的許諾権として与えられているが、第5項では、「報道出版物に含まれる著作物の著作権は、報道出版社がその報道出版物の使用について情報社会サービスプロバイダーから受け取る収入の適切な配分を受けることを、加盟国は定めなければならない。」と規定しており、報道出版物のオンライン使用禁止よりも、使用に報酬を支払うことにより出版社を保護することが主たる狙いであることが窺える。

この権利の保護期間は発行後2年間(発行翌年1月1日起算)で、不遡及である。2018年9月にEU議会で承認された案で

は20年間であった。

報道出版物とは2条4項で以下のように定義されている。「主としてジャーナリスティックな性質の文学的著作物からなり、その他の著作物を含むうるものであり、以下を充たす集合物という:(a)新聞や一般誌、専門誌のような定期刊行物或いは規則的に更新される刊行物の個別の項目を構成し、(b)ニュース或いはその他のトピックに関する情報を公衆に提供する目的を有し、(c)媒体は問わず、サービス提供者の発意と編集責任及び管理の下で発行される。」ただし、科学誌及び学術誌は報道出版物から除かれている。

○オンラインコンテンツ共有サービスプロバイダーの義務

オンラインコンテンツ共有サービスプロバイダーは、2条6項で、「ユーザーがアップロードした、著作権により保護される著作物またはその他の保護されるものを大量に蔵置し、公衆にアクセスさせることをメインにする或いは主たる目的の一つとする情報社会サービスプロバイダーであって、営利目的で組織され運営されるものをいう」と定義されている。

17条1項で、ユーザーがアップロードした著作物等を公衆にアクセスさせる際は、公衆への伝達または利用可能化を行うのはオンラインコンテンツ共有サービスプロバイダーであることを定めている。

従って、オンラインコンテンツ共有サービスプロバイダーは、ライセンス契約などにより権利保有者から許諾を得る義務が課されている。

しかも、EU指令2000/31の14条1項の責任制限は適用されない。代わりに4項で、本指令17条1項にかかる責任制限が定められている。(a)許諾を得るための最大限の努力をしたこと(b)権利者が指定した著作物等については、高度なプロ水準で、利用ができないための手段を講じる最大限の努力をすること(c)権利者から通知を受けた著作物等は迅速に削除し、将来アップロードされないように前号の措置をとること、以上3点について証明された場合のみ免責されるとしている。(b)がいわゆるフィルタリングのことである。

但し、サービス開始後3年未満で年間売上が1000万ユーロ未満で、前年の月間平均ユーザーが500万を越えるオンラインコンテンツ共有サービスプロバイダーは、前述の4項a号を証明し、権利者からの告知に対し迅速な削除を行い、当該著作物等の再アップロードを防ぐ努力をした証明をすれば免責される。さらに、前年の月間平均ユーザーが500万を越えないサービスプロ

i 英語ではrelated rights になっているが、EU加盟国は著作隣接権を導入しており、実質的に著作隣接権のことなので、本稿では、関連権ではなく、著作隣接権と訳している。

ii 近年はトランスファー・オブ・ギャップと呼ばれている。

iii 他に「勧告・意見」(Recommendation/Opinion)もあるが、こちらは法的拘束力はない。

iv 分野毎にそれぞれ加盟国の担当大臣が出席する。「EU理事会」「閣僚理事会」とも言われる。加盟国の首脳、EU議会議長、EU閣僚理事会議長で構成され、重要指針を定める「欧州理事会」(European Council、「EU首脳会議」とも言う)とは違う。

v 提出された案は、EU議会在第1読会を行い、そこを通るとEU閣僚理事会での第2読会に回される。

vi 「情報を生成するための、デジタル形式テキスト及びデータの分析目的での自動化された分析技術」(本指令2条2項)

vii "out-of-commerce": 通常の商業ルートで公衆が利用できないと善意で推認しう場合は「市場外著作物」とみなす(8条5項)。

viii WCT、WPPTで定められた「アップデート行為」のこと。日本の著作権法では、「送信可能化」にあたる。

バイダーは、当該著作物等の再アップロードを防ぐ努力義務もない。小規模事業者への配慮をしている。

他方で、既存の「引用、批評、評論」「カリカチュア、パロディ、パステージュ」の制限・例外はオンラインコンテンツ共有サービスにおいても維持されることを明示している(同条7項)。また、アップロードした著作物等が削除やアクセス不能にされたユーザーに対し、異議申し立て及び救済のメカニズムを設けること、EUの法的枠組みにおいて著作物等利用に係るいかなる制限・例外があるかをユーザーに知らせることをサービスプロバイダーに義務づけて、ユーザーにも配慮している。

18条では、権利者に対し適切且つバランスのとれた報酬を保証することを義務付け、その実効性を確保するために、サービスプロバイダーの収入開示等透明性の義務を定めている。適切な収入という点で注目すべきは20条の契約修正メカニズムである。合意した報酬が、実際のサービスプロバイダーの収入に比較して著しく低いことが判明した場合は、そのような状態を修正する契約がなされていない場合には、権利者は追加の適正な報酬を請求する権利を保証されている。まさに、ヴァリュー・ギャップ対応である。

Ⅲ 最後に

第1ドラフトの提案から3年程度で、28ヶ国が集まるEUで、意見が分かれる問題について指令がまとめられたことは、驚異的とも思われる。これを可能にしたのは、グーグルブック訴訟以降、アメリカのインターネット巨大企業によりヨーロッパ文化を“荒らされる”ことに対する強い警戒心がヨーロッパの共通基盤になっていることと思われる。既に2012年10月には、孤児著作物指令を成立させており、今回はUGCサイトへの対応が一つの形で示された。

字数の関係で条文をほとんど具体的に紹介できなかったため、いささか舌足らずな報告になっていることをお詫びする。

○プロフィール

上原伸一(うへはら・しんいち)

国士館大学大学院総合知的財産法学研究科客員教授。

経歴

東京大学文学部社会学科卒業。

元朝日放送株式会社著作権部長。

1997年からWIPO(世界知的所有権機関)での放送条約策定論議に参加。

1999年から2010年まで文化審議会著作権分科会専門委員。

2006年 国士館大学大学院総合知的財産法学研究科客員教授。

総合連絡委員会

JVA 秋の懇親会 開催報告

9月10日(火)午後5時より、(株)ポニーキャニオンの新社屋(港区六本木1丁目)にあるイベントスペースにおいて「JVA秋の懇親会」が開催された。当日は会員社27社82名が参加した。

初めに、吉村隆会長(株)ポニーキャニオン)より開会の挨拶があった。「上半期統計結果のとおり映像パッケージ市場全体としては厳しい状況であるが、ブルーレイにおいては前年並みだった。日本には一定のパッケージのファンがおり、この市場の活性化も急務であるが、今後は成長が著しい配信ビジネス市場をどのように位置づけていくかも重要な課題。この激動のなかで、JVA

が業界団体として今後必要な事業、強化すべき事業等を検討する会議を設置することにした。10年先を見据えながら“コミュニケーションからのイノベーション”を意識して、これからの映像コンテンツ市場を会員社の皆様と共に築いてきたい。」と述べた。

続いて、新役員の紹介として、與田尚志理事(東映ビデオ(株))、山崎敏理事(東宝東和(株))、安齋尚志理事(株)NHKエンタープライズ)より挨拶をいただいた。

最後に、井上伸一郎副会長(株)KADOKAWA)より中締め

の挨拶があり盛況のうちに散会となった。



◀ 乾杯の挨拶をする
吉村会長



締めの挨拶をした
井上副会長 ▶



「日中著作権セミナー」を開催

9月10日、主催:文化庁・中国国家版權局、運営:CODAによる「日中著作権セミナー」を東京で開催した。本事業は文化庁から委託を受け、日本と中国の間における著作権に関する情報や問題意識共有及び関係強化を目的として実施したもので、中国国家版權局との協力事業としても位置付けられている。

本年の日中著作権セミナーは、「デジタル時代における日中の著作権保護の推進」をテーマに掲げ、文化庁の森孝之審議官、中国国家版權局版權管理局の于慈珂局長より挨拶が行われた。その後第1部では、文化庁著作権課の岸本織江課長、中国国家版權局版權管理局社会服務処の許煒処長がそれぞれ著作権に関する最近の動向について講演を行った。

第1部では、中国最大の検索エンジンを提供するIT企業の「百度」、違法アップロード調査技術を提供する「ファーストブレイブ」、CODAの後藤健郎代表理事らが登壇し、さまざまな見地から、オンライン侵害の状況や対策、日中コンテンツビジネスについての発表やパネルディスカッションを行った。

会場には、CODAの会員以外からも多くの参加者が集まり、約160名が活発な議論に熱心に耳を傾けていた。

閉会式後には、CODAと「ファーストブレイブ」社の間で著作権保護に関するMOUが締結されたほか、日中の関係者の意見交換の場としてのレセプションも開催し、日中の多くの関係者が直接対面して関係構築を図る貴重な機会となった。

(執筆: CODA事務局)



不正商品対策協議会(ACA)

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

9月7日(土)、不正商品対策協議会(ACA)は『ほんと?ホント!フェア in 新潟 ~海賊版は買わない!海賊版サイトは見ない!偽ブランド・偽キャラクターグッズは買わない!~』を、イオンモール新潟南(新潟市)にて開催した。会場には家族連れを中心におよそ1,800人が来場した。

当日は、新潟県の栃尾からスーパーヒーロー「炎の天狐 トチオンガーセブン」が駆けつけ、歌やクイズなどでステージを盛り上げた。

また、VIBEダンス世界大会ジュニア部門で2年連続優勝の実績を誇る地元ダンスチーム「Chibi Unity」による躍動感溢れるパフォーマンスや、エフエム新潟のパーソナリティとしても活躍中の歌手、酒井春菜さんによるスペシャルライブなど様々なイベントが繰り広げられた。

その他にも会場では、新潟県警察のシンボルマスコット「ひかるくん」や、新潟県宣伝課長「トッキッキ」と触れ合える写真撮影会や、お子様用警察制服を試着し撮影できる場も設けられるなど大きな賑わいを見せた。

インターネットを悪用した知的財産侵害事犯が身近になる中で、知的財産権に関する問題が話題される○×クイズ大会や、約100点にも上るホンモノ・ニセモノの比較展示などを通じ、知的財産の保護と不正商品の排除の

大切さについて楽しく学ぶことができる催しとなった。

- ◇主 催 不正商品対策協議会(ACA)
 - ◇後 援 警察庁/新潟県警察/特許庁
 - ◇特別協力 FM-NIIGATA 77.5
 - ◇協 力 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)

▼参加者全員で「不正商品の撲滅」をコール





Relay essay



vol.139

善林 達也 氏 (エイベックス・エンタテインメント株式会社コンテンツセールスグループ第1音楽セールス&プランニングユニット マネージャー兼ゼネラルプランナー) からのご紹介

仙波 大三 氏 (株)パップ 東日本営業部 レンタル営業グループ 専任部長)

「逃げ切りセーフなんて考えてもいません。そんなことより「あなたの番です」」

「最近、通りの木々の緑を見るだけで、生命の息吹を感じるようになりました。少し歳をとったのでしょうか?」

「VAPさん、次回お願いします。」エイベックス善林様からバトンを渡されましたので、筆を執らせて頂きます。野球の話が割と続いていたようなので、まずは野球の話から…。

私、野球の名付け親である正岡子規の故郷、愛媛県松山市の出身です。小学校低学年の頃でしょうか?当時ヤクルトスワローズにいた松岡弘というピッチャーのファンになり、それ以来のヤクルト最ファンであります。最近、メジャーに行った大谷翔平を応援しています。「しかし、最近の若い奴らは凄いですね。メジャー行って、トップで活躍するのですから。」

今、スポーツの世界では、楽しい選手が続々と出てきています。佐々木朗希、久保建英、望月慎太郎、八村塁…。わくわくします。

話は変わりまして、私は1991年11月にVAPに入社しました。もちろん、当時は個人のパソコンもなく、店からの在庫確認一つにしても、何日かに一度商品部から打ち出されてくる分厚い在庫リストを見て答えてました。「4日前の時点で、これ位あったので、多分大丈夫でしょう。」と、こんな感じでした。今となっては笑い話です。

営業に配属になった新入社員に対して「とりあえず飲んでけ。」とは私の言葉です。今を思えば、なんと理不尽な指導でしょう?こんな事がまかり通っていた時代です。

90年代中頃からの10年位は、パッケージが飛ぶように売れた時代でした。ビッグアーティストの新譜の入荷日にお店に行くと、レジの前には長蛇の列。入荷日に1,000枚以上売れる店もありました。パッケージ全盛の良き時代でした。

最近、パッケージが益々売れなくなってきました。寂しい話です。時代は完全にデジタルへと移行中です。でも、形を変えてエンタメの世界はまだまだ続きます。むしろ、どんどん大きくなります。デジタル世代の時代です。「あなたたちの番です。」

最後に、大好きなラーメンの話題でめたいと思います。

最近、小田原系ラーメンにハマってます。中でも「いしとみ」という店が、個人的にはお薦めです。

私の至福の一杯は、京都の「新福菜館」です。

近くに行った際には、是非ご賞味あれ。

それでは。



▼日誌に見る協会の動き

【8月】

2日 正会員社員合同研修会
7日 マーケティング委員会
26日 市場活性化WG全体会議
28日 総務人事委員会
29日 業務部会幹事会

【9月】

3日 理事会
4日 マーケティング委員会
10日 総合連絡委員会
17日 レンタル店実態調査グループ会議
19日 関西地区連絡協議会定例会議

20日 業務使用対策委員会

26日 業務部会幹事会

30日 市場活性化WG全体会議

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10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)ハピネット
(株)バンダイナムコアート
(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
リバプール(株)
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(14 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)ジャパン・ディストリビューションシステム
ソニー PCL (株)
(株)徳間ジャパンコミュニケーションズ
SBS ロジコム(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10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/>