



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報

一般社団法人 日本映像ソフト協会
会員社名(五十音順) 2021年4月1日現在

- 正会員(27 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
 - 日活(株)
 - (株) バップ
 - (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
 - 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(15 社)
- (株) アニプレックス
 - (株) 一丸印刷所
 - (株) IMAGICA Lab.
 - エイベックス・エンタテインメント(株)
 - SBS ロジコム(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
 - ジーエフケー・インサイト・ジャパン(株)
 - ソニー PCL (株)
 - (株) 徳間ジャパンコミュニケーションズ
 - (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)

JVA Report

No.204
2021.April
2021.4

Main Reports

- 2020年 年間統計調査結果について
- 著作権部会活動報告～電子契約アンケート結果～

2021年4月15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のリップpingは違法です!

知っていますか?



Index

月間売上統計(12月、1月、2月)	2
2020年統計調査結果報告	3
総務人事委員会活動報告	8
第405回、406回、407回定例理事会開催報告	8
著作権部会活動報告～電子契約アンケート結果について～	9
コンテンツ海外流通促進機構	11
不正商品対策協議会	12
リレーエッセイ147	13
JVA事務局 人事	14
日誌に見る協会の動き	14

2020年12月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	12 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1 月 ～ 12 月 の 累 計								
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比	
販売用(個人向)	4,681	76.7%	87.2%	1,136	46.6%	73.6%	236	72.0%	増 減 13社 12社 2社	45,513	68.9%	94.4%	11,936	46.0%	88.9%	2,742	80.5%	
特殊ルート	10	0.2%	66.7%	33	1.4%	159.0%	0	0.0%		275	0.4%	104.2%	1,028	4.0%	133.3%	55	105.8%	
レンタル店用	1,353	22.2%	68.8%	1,199	49.3%	81.8%	415	91.6%		19,855	30.1%	79.4%	12,749	49.1%	76.5%	4,183	96.2%	
業務用	58	1.0%	138.1%	67	2.7%	999.0%	5	25.0%		423	0.6%	81.2%	230	0.9%	159.9%	202	120.2%	
DVDビデオ	6,102	46.3%	82.5%	2,435	68.6%	80.1%	656	80.7%	増 減 13社 12社 2社	66,066	48.2%	89.3%	25,943	66.8%	83.7%	7,182	90.1%	
販売用(個人向)	6,939	97.9%	80.6%	986	88.3%	63.5%	215	70.0%		68,695	96.7%	84.3%	11,895	92.1%	81.4%	2,141	74.7%	
特殊ルート	34	0.5%	73.9%	7	0.6%	54.3%	7	87.5%		174	0.2%	70.0%	45	0.4%	68.2%	24	96.0%	
レンタル店用	113	1.6%	42.5%	123	11.0%	53.6%	7	50.0%		2,020	2.8%	67.8%	907	7.0%	52.3%	101	54.0%	
業務用	3	0.0%	5.9%	0	0.0%	4.0%	0	－		182	0.3%	79.8%	20	0.2%	59.8%	0	－	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	7,089	53.7%	79.1%	1,116	31.4%	62.0%	229	69.6%	増 減 8社 14社 5社 その他	71,071	51.8%	83.7%	12,868	33.2%	78.2%	2,266	73.6%	
合 計	13,191	100.0%	80.6%	3,550	100.0%	73.4%	885	77.5%		137,137	100.0%	86.3%	38,811	100.0%	81.8%	9,448	85.5%	
◎今月の売上報告社数……27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 ◎「レベニユージェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。ただし、「レベニユージェアリングのみ」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 ブルーレイの売上を含む。 ◎1月～12月の累計値についての前年比には、2019年の確定値による比較を用いている。																		

2021年1月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	1 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1 月 ～ 1 月 の 累 計								
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比	
販売用(個人向)	3,113	69.9%	53.9%	764	45.4%	58.1%	153	79.7%	増 減 12社 13社 2社	3,113	69.9%	53.9%	764	45.4%	58.1%	153	79.7%	
特殊ルート	9	0.2%	32.1%	42	2.5%	26.4%	1	50.0%		9	0.2%	32.1%	42	2.5%	26.4%	1	50.0%	
レンタル店用	1,286	28.9%	76.3%	852	50.7%	68.7%	377	97.4%		1,286	28.9%	76.3%	852	50.7%	68.7%	377	97.4%	
業務用	48	1.1%	106.7%	24	1.4%	388.9%	3	23.1%		48	1.1%	106.7%	24	1.4%	388.9%	3	23.1%	
DVDビデオ	4,456	50.4%	59.2%	1,681	68.6%	61.8%	534	89.9%	増 減 12社 13社 2社	4,456	50.4%	59.2%	1,681	68.6%	61.8%	534	89.9%	
販売用(個人向)	4,314	98.2%	53.9%	707	91.9%	53.8%	135	81.3%		4,314	98.2%	53.9%	707	91.9%	53.8%	135	81.3%	
特殊ルート	4	0.1%	200.0%	1	0.1%	72.2%	1	－		4	0.1%	200.0%	1	0.1%	72.2%	1	－	
レンタル店用	66	1.5%	43.1%	56	7.3%	55.3%	7	80.8%		66	1.5%	43.1%	56	7.3%	55.3%	7	63.6%	
業務用	9	0.2%	19.6%	5	0.7%	100.3%	0	－		9	0.2%	19.6%	5	0.7%	100.3%	0	－	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,393	49.6%	53.5%	770	31.4%	54.1%	143	62.3%	増 減 12社 11社 4社 その他	4,393	49.6%	53.5%	770	31.4%	54.1%	143	80.8%	
合 計	8,849	100.0%	56.2%	2,452	100.0%	59.2%	677	87.8%		8,849	100.0%	56.2%	2,452	100.0%	59.2%	677	87.8%	
◎今月の売上報告社数……27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 ◎「レベニユージェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。ただし、「レベニユージェアリングのみ」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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。																		

2021年2月度

(金額：百万円 数量：千枚)

	2 月 実 績 (金額単位:百万円 数量単位:千本・千枚)									1 月 ～ 2 月 の 累 計								
	金 額	構成比	前年 同月比	数 量	構成比	前年 同月比	新作数	前年 同月比	売上金額の 増減社数	金 額	構成比	前年 同期比	数 量	構成比	前年 同期比	新作数	前年 同期比	
販売用(個人向)	3,538	75.4%	109.9%	936	49.6%	109.7%	240	96.4%	増 減 8社 16社 3社	6,651	72.7%	74.0%	1,700	47.7%	78.4%	393	89.1%	
特殊ルート	13	0.3%	37.1%	76	4.0%	71.8%	3	100.0%		22	0.2%	34.9%	118	3.3%	44.6%	4	80.0%	
レンタル店用	1,094	23.3%	56.3%	853	45.2%	79.0%	341	96.6%		2,380	26.0%	65.6%	1,704	47.8%	73.5%	718	97.0%	
業務用	49	1.0%	122.5%	21	1.1%	409.7%	15	39.5%		97	1.1%	114.1%	45	1.3%	398.3%	18	35.3%	
DVDビデオ	4,694	45.4%	89.6%	1,886	64.9%	92.3%	599	93.2%	増 減 11社 11社 5社 その他	9,150	47.7%	71.7%	3,568	66.6%	74.9%	1,133	91.6%	
販売用(個人向)	5,513	97.5%	100.5%	973	95.3%	116.9%	182	85.0%		9827	97.8%	72.9%	1,680	93.8%	78.2%	317	83.4%	
特殊ルート	17	0.3%	42.5%	4	0.3%	60.7%	0	0.0%		21	0.2%	50.0%	5	0.3%	63.1%	1	50.0%	
レンタル店用	91	1.6%	40.4%	40	4.0%	40.0%	13	108.3%		157	1.6%	41.5%	97	5.4%	47.7%	20	87.0%	
業務用	32	0.6%	400.0%	4	0.4%	436.5%	0	－		41	0.4%	75.9%	9	0.5%	146.0%	0	－	
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,653	54.6%	98.2%	1,021	35.1%	108.6%	195	85.5%	増 減 11社 11社 5社 その他	10,046	52.3%	72.0%	1,791	33.4%	75.7%	338	83.5%	
合 計	10,347	100.0%	94.1%	2,907	100.0%	97.4%	794	91.2%		19,196	100.0%	71.8%	5,358	100.0%	75.2%	1,471	89.6%	
◎今月の売上報告社数……27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 ◎「レベニユージェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。ただし、「レベニユージェアリングのみ」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。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HD ブルーレイの売上を含む。																		

2020年（1月～12月）年間統計調査結果について

～売上金額は1,371億3,700万円で前年比86.2%に～

当協会の業務部会マーケット調査委員会は、2020年1月～12月のビデオソフトの出荷についての統計調査を『日本映像ソフト協会統計調査報告書 Vol.90』にまとめ会員各社に配布した。

本報告書は一般の方にも有料にて頒布している。また、協会ホームページにおいて概要を公表している。
如何に結果の概要をレポートする。

はじめに

本年は、新型コロナウイルスの影響を多分に受けた年となった。本年の実績は、昨年対比で厳しい実績となったが、市場性によるもの加えて、新型コロナ禍による4月以降の発売タイトル数の減少、行動自粛による消費の低迷も加味し現

状を認識しておく必要があろう。
また、本年調査より、これまで実施していた上半期、下半期毎の調査は行わず、毎月実施していた月間統計調査の累計をもって、年間の実績とすることとした。

1 2020年のビデオソフトの総売上は1,371億3,700万円で前年比86.2%となった。上半期は714億3,900万円で前年同期比92.1%、下半期が656億9,800万円で前年同期比80.6%だったことから、コロナ禍の中において、本年後半の売上の落ち込みが大きく響く結果となった。
ビデオソフトの総売上金額をメディア別に見てみると、DVDビデオが660億6,600万円で前年比89.3%と約1割の減少と

なったのに対し、ブルーレイ（Ultra HD ブルーレイを含む。以下同様）は710億7,100万円で前年比83.5%とDVDビデオを上回る減少幅となった。構成比ではDVDビデオの構成比が48.2%となり(2019年は46.5%)、年々、減少していたDVDビデオの構成比が本年は増加に転じた。
<表1>

表1. ビデオソフトの売上

百万円						
摘 要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	66,066	48.2%	89.3%	25,942,710	66.8%	83.7%
ブルーレイ(ULTRA HD Blu-rayを含む)	71,071	51.8%	83.5%	12,867,793	33.2%	78.6%
ビデオソフトの総売上	137,137	100.0%	86.2%	38,810,503	100.0%	81.9%

表2. DVDビデオの流通チャンネル別売上

百万円						
	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金 額	構成比	前年比	数 量	構成比	前年比
販売用(個人向)	45,513	68.9%	94.3%	11,935,911	46.0%	88.9%
特殊ルート	275	0.4%	109.1%	1,027,765	4.0%	132.1%
レンタル店用(個人向)	19,855	30.1%	79.5%	12,748,993	49.1%	76.6%
業務用	423	0.6%	80.0%	230,041	0.9%	159.9%

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

百万円						
	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金 額	構成比	前年比	数 量	構成比	前年比
販売用(個人向)	68,695	96.7%	84.2%	11,894,794	92.4%	81.8%
特殊ルート	174	0.2%	69.4%	45,494	0.4%	68.2%
レンタル店用(個人向)	2,020	2.8%	67.6%	907,096	7.0%	52.9%
業務用	182	0.3%	79.5%	20,409	0.2%	59.8%

表4. ビデオソフト全体の流通チャンネル別売上

	DVDビデオの売上金額			DVDビデオの売上数量		
	金 額	構成比	前年比	数 量	構成比	前年比
販売用(個人向)	114,208	83.3%	87.9%	23,830,705	61.4%	85.2%
特殊ルート	449	0.3%	89.3%	1,073,259	2.8%	127.1%
レンタル店用(個人向)	21,875	16.0%	78.2%	13,656,089	35.2%	74.3%
業務用	605	0.4%	79.8%	250,450	0.6%	140.7%

表5. 各流通チャンネルにおけるDVDビデオとブルーレイ（Ultra HD ブルーレイを含む）の割合

百万円						
摘 要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	45,513	39.9%	94.3%	11,935,911	50.1%	88.9%
ブルーレイ(ULTRA HD Blu-rayを含む)	68,695	60.1%	84.2%	11,894,794	49.9%	81.8%

B. レンタル店用(個人向け)

百万円						
摘 要	合計金額	構成比	前年比	合計数量	構成比	前年比
DVDビデオ	19,855	90.8%	79.5%	12,748,993	93.4%	76.6%
ブルーレイ(ULTRA HD Blu-rayを含む)	2,020	9.2%	67.6%	907,096	6.6%	52.9%

2 ビデオソフト全体の売上金額を流通チャンネル別の構成で見ると、販売用、特殊ルート、レンタル店用、業務用の割合は、83.3対0.3対16.0対0.4となり、販売用の割合がさらに増し(2019年は81.6%)市場の8割強を占めている。
<表4>

3 販売用全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額は1,142億800万円で、前年比87.9%と前年を割り込んだ。そのうちブルーレイは686億9,500万円で前年比84.2%、DVDビデオは455億1,300万円で前年比94.3%となった。販売用全体に占めるブルーレイの売上金額の構成比は60.1%となり、前年に続き6割を超えることとなった。
<表5>
販売用全体の売上金額をジャンル別に見てみると、新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛等により需要が高まった『日本のTVドラマ』が構成比3位(8.0%)となり、前年比も131.8%と売上を伸ばした。また、構成比5位(6.3%)の『芸能・趣味・教養』が前年比131.1%、『アジアのTVドラマ』(構成比1.7%)が前年比128.5%と同様に大きく伸長した。

一方、構成比1位(40.0%)の『音楽(邦楽)』は、前年比92.7%、構成比2位の(22.5%)『日本のアニメーション(一般向け)』は前年比79.6%と前年を下回った。また、構成比4位(7.8%)の『洋画(TVドラマを除く)』(構成比7.8%)は、前年リリースの大ヒットタイトル『ボヘミアン・ラプソディ』の反動もあり、前年比59.0%と売上を大きく落とすこととなった。これら大幅減となったジャンルは、新作の発売延期や制作の遅延、コンサートの中止等、コロナ禍において最も大きな影響を受けたジャンルといえよう。

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79.5%(前年82.1%)、『洋画(TVドラマを除く)』が76.9%(同80.9%)、『邦画(TVドラマを除く)』が52.5%(同55.0%)となり、これらのジャンルにおいてはDVDビデオよりもブルーレイの売上減少率が大きくなったため、ブルーレイ比率が前年を下回ることとなった。『音楽(邦楽)』においては56.2%(同55.2%)で、これまでの傾向通りにブルーレイ比率は伸びている。
<表7>

4 ブルーレイの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比4位(6.1%)の『日本のTVドラマ』が前年比131.8%と伸長、さらに構成比5位(4.9%)の『芸能・趣味・教養』が同151.5%と前年を大きく上回ったが、構成比1位(37.3%)の『音楽(邦楽)』が前年比94.4%、2位(29.7%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は同77.1%、3位(10.0%)の『洋画(TVドラマを除く)』も前年リリースの『ボヘミアン・ラプソディ』の反動により同56.1%となり、主要なジャンルが前年を下回った。
<表7>

5 DVDビデオの販売用の売上金額をジャンル別に見てみると、構成比3位(10.7%)の『日本のTVドラマ』が前年比131.9%と大きく伸長、さらに構成比4位(8.3%)の『芸能・趣味・教養』が同117.1%と前年を上回ったが、構成比1位(44.0%)の『音楽(邦楽)』が前年比90.7%、2位(11.6%)の『日本のアニメーション(一般向け)』は同91.3%、5位(5.7%)の『邦画(TVドラマを除く)』も同83.1%と前年を下回った。
<表7>

6 レンタル店用全体(DVDビデオとブルーレイの合計)の売上金額は218億7,500万円で、前年比78.2%と前年を大きく下回った。売上金額全体に占めるDVDビデオの割合は90.8%でほぼ前年と比率は変わらないが、売上金額は198億5,500万円で前年比は79.5%となった。一方のブルーレイのレンタル店用の売上金額は20億2,000万円で前年比67.6%だった。

<添付資料 表5>

レンタル店用全体の売上をジャンル別にみると、『鬼滅の刃』のヒットを受け『日本のアニメーション(一般向け)』が構成比1位(20.1%)で前年比101.3%と前年を上回ったほか、構成比5位の『日本のTVドラマ』も同120.7%と大きく伸長した。また、構成比4位(16.6%)の『アジアのTVドラマ』も同102.0%と健闘した。一方、構成比2位(18.3%)の『洋画(TVドラマを除く)』が同56.6%、3位(16.9%)の『邦画(TVドラマを除く)』は同70.7%、5位(7.8%)の『海外のTVドラマ』が同65.1%と大きく前年を割り込み、全体に影響した。

売上金額におけるブルーレイの割合が最も高いのは『洋画(TVドラマを除く)』で、売上金額の23.8%を占めた。また、『日本のアニメーション(一般向け)』では、ブルーレイの売上金額が前年比339.5%と大きく伸長したことから、ブルーレイ比率が23.1%(前年は1.9%)となり、割合が高まってきている。

<表8>

7. 売上金額を売上数量で割って単純に求めた1枚当たりの単価を見てみると、DVDビデオの販売用の平均単価が3,813円で前年比106.1%、ブルーレイの販売用は5,775円で同102.9%と、ともに上昇した。DVDビデオでは『音楽(邦楽)』

『日本のアニメーション(一般向け)』『日本のTVドラマ』『芸能・趣味・教養』等の構成比の高いジャンルの単価の上昇が影響、ブルーレイでは『日本のTVドラマ』の単価の上昇の影響が大きいと思われる。

DVDビデオの『レンタル店用』の平均単価は1,557円となり前年比103.9%と上昇、『邦画(TVドラマを除く)』や『洋画(TVドラマを除く)』、『日本のTVドラマ』の単価上昇が影響したとみられる。ブルーレイの『レンタル店用』の平均単価も2,227円で前年比127.7%と上昇、こちらも主要なジャンルにおいて単価上昇がみられた。

<表6>

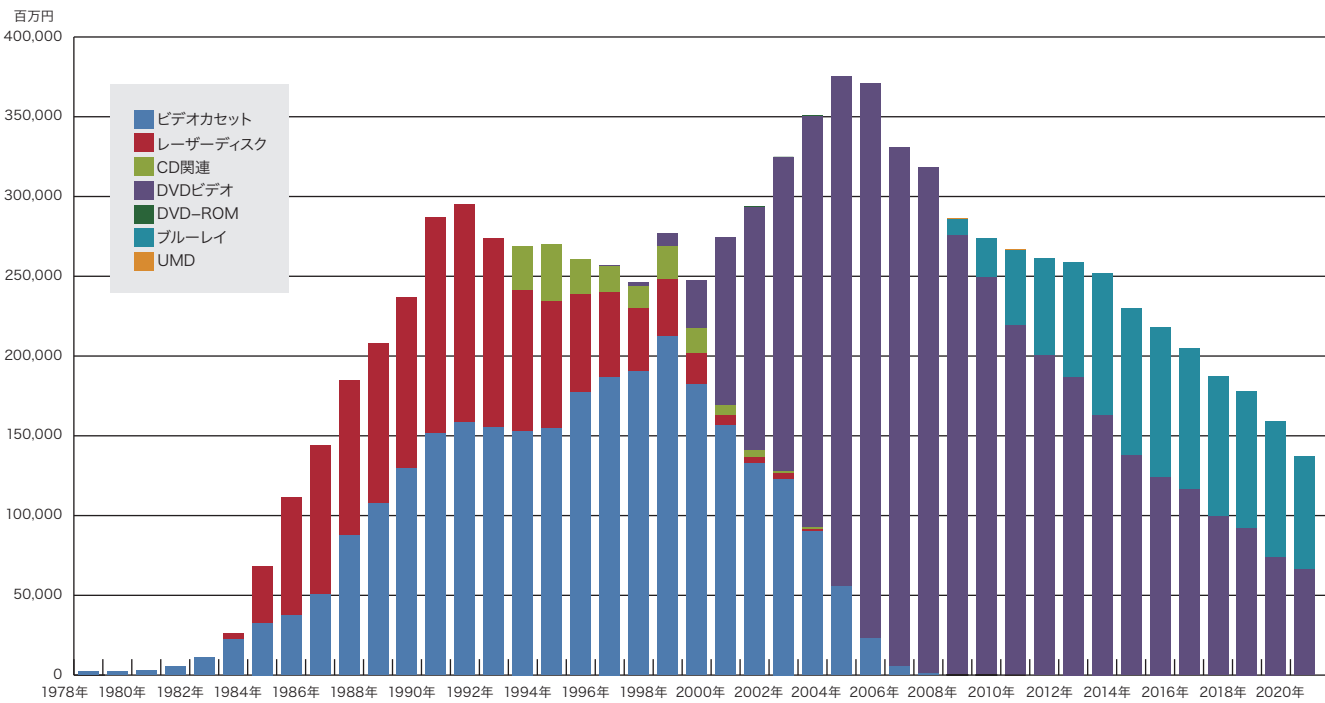
以 上

表6. ビデオソフトの平均単価<参考>

摘 要	平均単価	前年比
DVDビデオ	2,547	106.7%
販売用(個人向)	3,813	106.1%
レンタル店用(個人向)	1,557	103.9%
ブルーレイ (Ultra HD ブルーレイを含む)	5,523	106.2%
販売用(個人向)	5,775	102.9%
レンタル店用(個人向)	2,227	127.7%

注) この平均単価とは、売上金額の合計値を売上数量合計値で割って求めている。

図1.ビデオソフトの売上金額の推移



※2008年のブルーレイにはHD DVDを含む。2016年からブルーレイにはUltra HDブルーレイを含む。

図2.各市場規模の推移

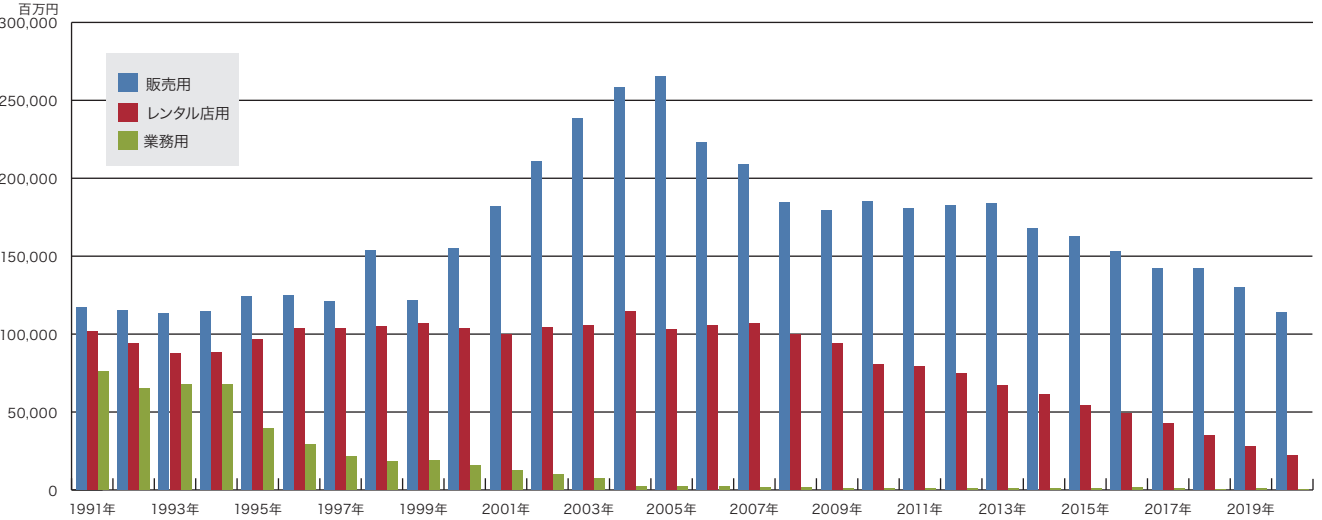


図3.「販売用」売上金額の推移(メディア別)

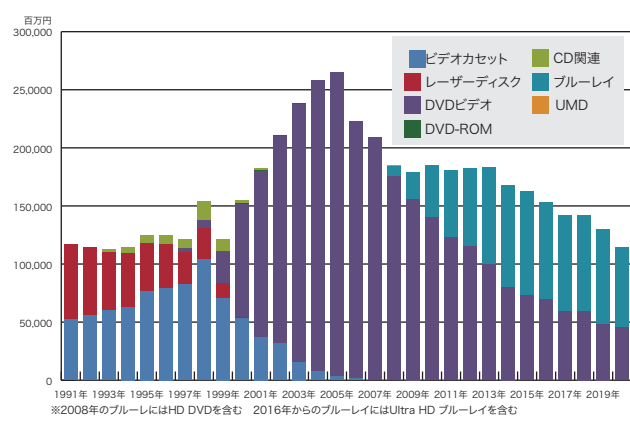


図4.「レンタル店用」売上金額の推移(メディア別)

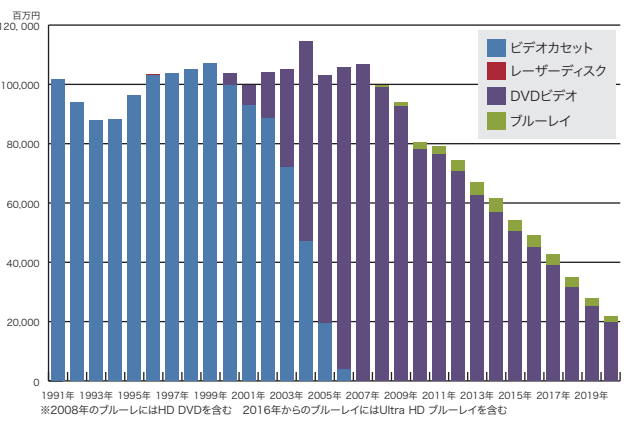


図5.ビデオソフト全体の「販売用」ジャンル別売上金額推移

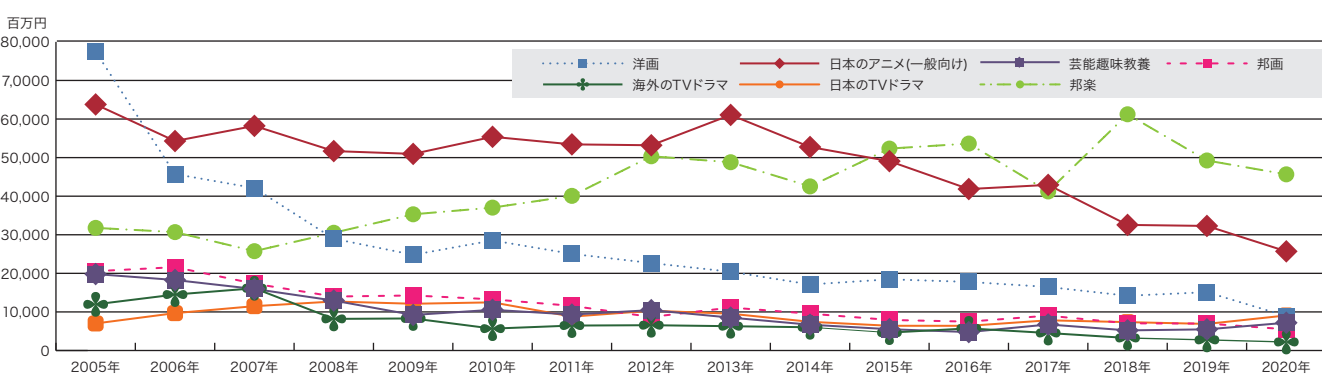


図6.ビデオソフト全体の「レンタル店用」売上金額の推移(ジャンル別)

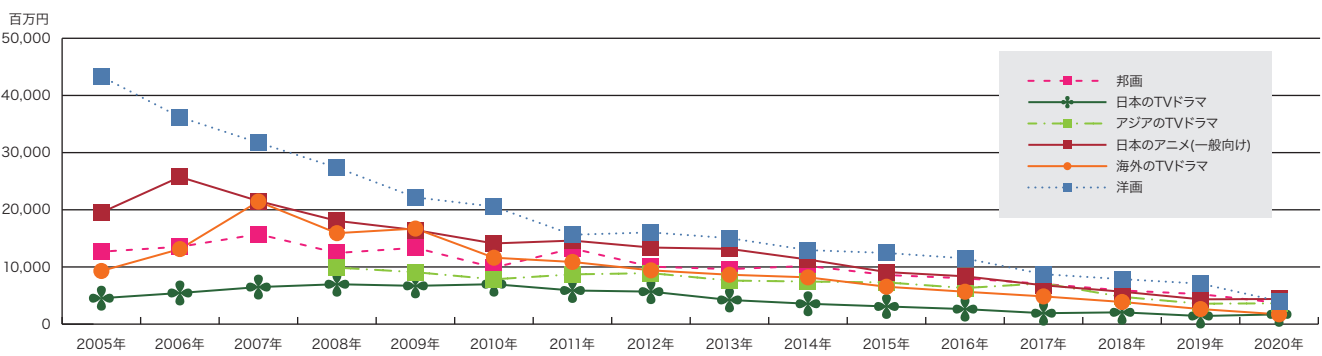


表7.販売用(個人向け)の集計

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ (UHDを含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	5,499	4.8%	78.7%	2,611	5.7%	83.1%	2,888	4.2%	75.1%
日本のTVドラマ	9,084	8.0%	131.8%	4,872	10.7%	131.9%	4,212	6.1%	131.8%
洋画(TVドラマを除く)	8,925	7.8%	59.0%	2,061	4.5%	71.5%	6,864	10.0%	56.1%
海外のTVドラマ	2,205	1.9%	80.2%	1,403	3.1%	80.6%	802	1.2%	79.6%
アジアの映画	354	0.3%	159.5%	143	0.3%	137.5%	211	0.3%	178.8%
アジアのTVドラマ	1,941	1.7%	128.5%	1,434	3.2%	106.4%	507	0.7%	313.0%
日本のアニメーション(一般向け)	25,702	22.5%	79.6%	5,272	11.6%	91.3%	20,430	29.7%	77.1%
海外のアニメーション(一般向け)	2,754	2.4%	110.5%	472	1.0%	406.9%	2,282	3.3%	96.0%
日本の子供向け(アニメーション)	1,161	1.0%	82.2%	819	1.8%	79.2%	342	0.5%	90.2%
日本の子供向け(アニメーション以外)	1,165	1.0%	70.0%	593	1.3%	74.3%	572	0.8%	66.0%
海外の子供向け(アニメーション)	829	0.7%	79.9%	731	1.6%	91.8%	98	0.1%	40.5%
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)	45,662	40.0%	92.7%	20,013	44.0%	90.7%	25,649	37.3%	94.4%
音楽(洋楽)	355	0.3%	32.9%	183	0.4%	28.4%	172	0.3%	39.5%
ビデオカラオケ	10	0.0%	43.5%	10	0.0%	43.5%	0	0.0%	-
芸能・趣味・教養	7,193	6.3%	131.1%	3,796	8.3%	117.1%	3,397	4.9%	151.5%
スポーツ	237	0.2%	26.7%	154	0.3%	36.9%	83	0.1%	17.7%
学校教育・企業教育・語学教育	197	0.2%	168.4%	193	0.4%	183.8%	4	0.0%	33.3%
成人娯楽	3	0.0%	60.0%	3	0.0%	60.0%	0	0.0%	-
その他	933	0.8%	143.1%	750	1.6%	245.1%	183	0.3%	52.9%
計	114,208	100.0%	87.9%	45,513	100.0%	94.3%	68,695	100.0%	84.2%

表8.レンタル店用(個人向け)の集計

ジャンル	合計金額	構成比	前年比	DVDビデオ	構成比	前年比	ブルーレイ (UHDを含む)	構成比	前年比
邦画(TVドラマを除く)	3,706	16.9%	70.7%	3,091	15.6%	70.8%	615	30.4%	70.2%
日本のTVドラマ	1,708	7.8%	120.7%	1,707	8.6%	120.6%	1	0.0%	-
洋画(TVドラマを除く)	4,007	18.3%	56.6%	3,053	15.4%	57.1%	954	47.2%	54.8%
海外のTVドラマ	1,715	7.8%	65.1%	1,709	8.6%	65.0%	6	0.3%	120.0%
アジアの映画	209	1.0%	245.9%	181	0.9%	235.1%	28	1.4%	350.0%
アジアのTVドラマ	3,640	16.6%	102.0%	3,640	18.3%	102.0%	0	0.0%	-
日本のアニメーション(一般向け)	4,396	20.1%	101.3%	4,121	20.8%	96.8%	275	13.6%	339.5%
海外のアニメーション(一般向け)	451	2.1%	45.0%	347	1.7%	44.9%	104	5.1%	45.0%
日本の子供向け(アニメーション)	1,107	5.1%	80.5%	1,105	5.6%	80.4%	2	0.1%	200.0%
日本の子供向け(アニメーション以外)	295	1.3%	85.3%	295	1.5%	85.3%	0	0.0%	-
海外の子供向け(アニメーション)	352	1.6%	112.5%	317	1.6%	118.7%	35	1.7%	76.1%
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%	-
音楽(洋楽)	2	0.0%	25.0%	2	0.0%	25.0%	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	258	1.2%	52.7%	258	1.3%	52.7%	0	0.0%	-
スポーツ	0	0.0%	-	0	0.0%	-	0	0.0%	-
学校教育・企業教育・語学教育	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	-
成人娯楽	0	0.0%	-	0	0.0%	-	0	0.0%	-
その他	29	0.1%	58.0%	29	0.1%	58.0%	0	0.0%	-
計	21,875	100.0%	78.2%	19,855	100.0%	79.5%	2,020	100.0%	67.6%

追記

＜本統計調査報告についての注意点＞

- 本報告は、JVA会員社が発売、販売する自社作品および他社作品の出荷段階の売上をまとめた統計である。
- 返品分は金額、数量とも調査時点において差し引いている。
- DVDとブルーレイのコンボ作品はブルーレイにカウントしている。
- 「日本の子供向け(アニメーション)」などにある“子供向け”とは、目安として9歳以下の子供を対象とした作品のこと。
- ブルーレイの売上にはUltra HD ブルーレイの売上を含む。
- 「特殊ルート」とは、雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるものの売上のこと。

総務人事委員会2020年度活動状況報告

業務部 総務人事委員会は2020年8月27日をもって委員長の交代があり、前任者の枇榔前委員長(東宝(株))から小樽洋史委員長((株)ポニーキャニオン)が就任となっている。

当委員会は、正会員社社員を対象とした合同研修会を企画運営しており、4月に新入社員、8月に異動や転職してきた方々を対象として、映像ソフト市場の現況や映像著作権の基

礎を学んでいただくとともに、会員社間の交流を目的としている。これらの研修会は新型コロナウイルスの影響で2020年度は開催できないまま終わっているが、2021年度は4月にオンライン形式での新入社員合同研修開催を予定している。新入社員合同研修については、次号にて詳細、報告させていた

理事会

第405回、第406回、第407回定例理事会報告

2月2日(火)午後2時00分より第405回定例理事会を開催予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、後日、書面決議による電子決議がおこなわれた。

議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

第1号議案 「ベスト・オブ・ザ・ベスト ビデオ屋さん大賞」への後援名義使用 承認の件

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 知財関係報告
3. 2021年度会費算定について
4. 2020年11月度・12月度ビデオソフト売上速報について
5. 2020年11月度・12月度映像配信統計報告について

3月2日(火) 午後2時00分より第406回定例理事会を開催予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、後日、書面決議による電子決議がおこなわれた。

議事の要旨は次のとおり。

●決議事項

第1号議案 2021年度事業計画(案) 承認の件

第2号議案 「第35回DVD&動画配信でーた大賞」への後援名義使用およびJVA大賞設定 承認の件

第3号議案 「知的財産権推進計画2021」の策定に向けた意見承認の件

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 知財関係報告
3. 2020年統計調査報告書について
4. 2021年1月度ビデオソフト売上速報について
5. 2021年1月度映像配信統計報告について

4月6日(火)午後2時00分より第407回定例理事会を開催予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、オンライン形式でおこなわれた。

議事の要旨は次のとおり

●決議事項

第1号議案 2021年度事業計画(案) 承認の件

第2号議案 「第6回関西放送機器展」後援名義使用承認の件

●報告事項

1. 各部会報告について
2. 知財関係報告
3. 領布理論と日本映像ソフト協会の50年
4. 2021年2月度ビデオソフト売上速報について
5. 2021年2月度映像配信統報告について

電子契約書の導入状況に関するアンケート調査

日本映像ソフト協会 著作権部会

調査の趣旨

新型コロナウイルスの感染拡大により新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく緊急事態宣言が出された「新たな日常」の中、行政はデジタル化の遅れに対する迅速な対処を進めている。国・地方行政のIT化やDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進を目的とした「デジタル庁」を2021年9月に設置することとし、社会全体のデジタル化を推進する。同時に行政への申請の押印原則廃止の動きもある。

昨年4月の緊急事態宣言以降、感染拡大防止の観点から出社制限を実施している会員社がほとんどであるが、従来型の

業務では社員の交通費精算から契約の締結に至るまで、紙でのアウトプットに加え押印が必要となっており、管理部門でのリモートワーク対応に難しさを感じる声があった。2021年に入り、2回目の緊急事態宣言によるリモートワークの長期化や、働き方改革による労働生産性向上の動きも重なり、著作権部会では電子契約書が課題にあがった。会員社間で契約書を交わす機会も多い為、電子契約書の導入状況の共有と情報交換の目的で著作権部会委員に関して任意のアンケート調査を行った。



調査方法

期間：2021年1月～2月

対象：著作権部会委員が任意で参加（14社／25社）

方法：メールによるアンケート、2月5日著作権部会での聞き取り

調査詳細

1. 自社主導の電子契約書の導入状況

a) 導入済み	6社	43%	（導入した電子契約サービス） DocuSign 3社、Adobe Sign 1社、ホームズクラウド 1社 GMO Agree1社
b) 導入を検討中 （導入の目途）	7社	50%	2021年中に導入予定 3社、2021年中に試験導入予定 2社 （検討中の電子契約サービス） クラウドサイン 2社、DocuSign 2社、Agree 1社
c) 導入予定はない	1社	7%	

2. どのような契約書で電子契約書を利用しているか、又は検討しているか

○導入済み会員社の利用状況

全般的に導入済3社、

自社作成「申請書／承諾書」書式で、1年目安の有期、対価支払が一括（印税方式でない）の契約で導入1社

○導入検討中会員社の状況

全般的に導入を検討中5社、ライセンス契約を導入検討中1社、短期（1年間等）限定的なライセンス契約でテスト運用予定1社、請負契約、委任契約で試験導入の検討中1社

3. 導入済み会員社の状況

電子契約書の導入割合は数～10%弱が4社、10～25%が1社とその割合はまだ低いようだ。他社に電子契約での締結を要求して断られたことはあるかという質問にはすべての会員社があると答えた。

4. 導入検討中の会員社の課題

一番多く上がった課題は、導入費用。移行過程で押印契約書が紙と電子の2パターンになってしまうことの管理負担についての心配の声もあった。同率1位で、社内規程の問題。次いで社内管理・運用体制、DX推進担当者の人員不足、無権代理リスク、本人認証など、社内の管理体制への課題が多く上がった。契約の成立有効性や海外との電子契約の法的有効性の確認方法、長期契約の電子化に抵抗がある等、電子契約書のリスクを心配する声もあった。

社風にあわない、実態として実印による締結が大半な為検討できていないなど、電子化が浸透していない会員社もあるようだ。

5. 他社から電子契約での締結を求められた場合の対応

電子契約書を導入した会員社より契約を求められる機会が増え、未導入の会員社も対応をしたり、導入を検討し始めている状況がみられた。

a) 全面的に対応可	2社	14%
b) 内容次第で対応可	4社	29%
c) 対応不可	4社	29%
無記入	4社	29%

※c)のうち、今後対応予定2社

6. 電子署名の導入状況について

すべての会員社が、押印を継続していた。リモートワークの為、押印を週1回にまとめる、押印項目を縮小し簡素化して対応するなど工夫もみられた。押印を継続しつつも、一部に電子署名を導入済み、かつ押印廃止の方向で検討中との回答が1社あった。



所感

今まで電子契約書に踏み切れず紙体制であった会員社も、昨年4月の緊急事態宣言の際の出社制限で必要に迫られ電子契約書の検討を始めてから1年が経過し、導入や試験導入に進む段階にきている様子がみられた。

導入済みの会員社からは、社内規程・システム内の承認フローの整備、認証アドレスを1つにするなど運用を工夫しているという意見が聞かれた。未導入の会員社や導入済みでも他社から電子契約書を受ける際は慎重になっている、といった声もあがったが、2021年中に導入予定、試験導入を予定して

いる会員社が、導入済みの会員社より多い結果となった。行政のデジタル化の動きもあり、本格的な電子契約書の普及へと進んでいくのではないだろうか。

今回は、著作権部会委員より提案があり、主に法務・契約管理業務の担当者で構成されている著作権部会の協力で電子契約書についてのアンケートを実施した。関連各社にとって新型コロナ禍の下、「新たな日常」の体制作りの参考になれば幸いに思う。

海外における著作権広報啓発と著作権の認証

執筆者：一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構事務局

■著作権の啓発活動を展開

CODAは文化庁事業として、日本や世界各国・地域で開催する各種イベントなどを通じて著作権を守り保護する大切さを広く訴求する活動を実施している。

2020年度は、世界中で大人気の日本発キャラクターである株式会社サンリオのハローキティを、「著作権広報大使」に任命することを決定し、7月29日に就任式を開催した。就任式では、萩生田光一文部科学大臣よりハローキティに「任命証」が手渡され、萩生田大臣からは、「著作権法の改正に伴い著作権に注目が集まっていますが、キティちゃんに本物の良さを伝えていただきたいと思います」と期待の言葉が述べられた。また、ハローキティは、宮田亮平文化庁長官、今里譲次長(当時)とも面会した。

その後、具体的な広報啓発活動として、ネット上に無断でアップロードされた漫画など全ての著作物を、違法と知りながらダウンロードする行為を違法化する改正著作権法が2021年1月1日より施行されることにあわせて、ハローキティが「大切にしようね著作権!」と訴える動画を12月24日から公開した。動画は、日本語および英語それぞれロングバージョン、ショートバージョンを、YouTubeにて公開している。インターネットを通じ、世界中の人と繋がったり、たくさんの作品に出会えたりといったたくさんのメリットがある一方、違法にアップロードされた著作物をダウンロードすることはいけないことであることをキティちゃんが分かりやすく解説し、「大切にしようね著作権!」と呼び掛ける。



Hello Kitty © 2021 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L618236
TM & ©2021 Agency for Cultural Affairs, Japan All Rights Reserved.

また、2021年2月1日には、啓発動画第2弾として、「海賊版はキライ!」を公開した。著作権を侵害する「海賊版サイト」、「リーチサイト」等にも注意を促す内容となっており、どのような海賊版サイトがあるのか、なぜそのようなサイトが悪いのかなどをキティちゃんが分かりやすく解説し、「本当に作った人を応援できる素敵な世の中にしよう」と呼び掛ける。

さらに2月8日には、著作権について学ぶ「著作権クイズ」を「著作権保護・普及啓発ネットワーク・プラットフォーム」内にて公開した。「ハローキティと一緒に、楽しく著作権を学びましょう!」というテーマのもと、具体的にどのような行動が著作権法違反に当たるのか、どのようなことが著作権者の許諾なしにできるのかをキティちゃんと一緒に考える機会を提案するもの。クイズは日本語および英語にて、7問の〇×クイズが出題される。

なお、これら活動と合わせ、キティちゃんによる著作権啓発ポスターも作成し、現在、文化庁をはじめ多くの場所に掲示され、好評を得ている。

■外国著作権認証機構

デジタル・ネットワーク化が進展している現在、法律の違いがあったとしても、世界各国・地域で著作権に関する意識を深めるとともに、国境を越えた対応を検討していく必要がある。これまでCODAは、特に中国においては「侵害発生地域」として、海賊版販売店舗における海賊版DVDなどへの対策、そして昨今では違法アップロードへの対策など、いわゆる侵害対策を中心に対応を行ってきた。

しかし、近年においては、中国の配信事業者が力を持ち、日本のコンテンツの正規ライセンスを得て正規配信する機会が増えている。ここで必要となるのが、中国国内における違法配信対策だが、中国の正規ライセンシーである事業者がそれを証明するには契約書の公開以外の術がない。また、日本の映画・アニメなどの多くのコンテンツは、「製作委員会方式」を採用しており、実際の著作権者があいまいな場合も存在する。さらに、これら作品(映画の著作物)は中国国内で著作権登録している作品が少ないという実態もある。そのため、中国では日本の映画の著作物に関して著作権者を証明することができないという指摘がある。

そこでCODAは2021年、中国において「外国著作権認証機構」の設立を目指す。CODAは、2013年12月、国家版權局にMETI、文化庁、中国の大手プラットフォームからの推薦書などを添えて申請を行ったが、1月に「外国企業常駐代表登記管理条例」の改正に伴い申請は却下されたという経緯がある。今回、改めて国家版權局はじめ各所と調整の上、申請を行っている段階であり、これが実現すると、日本の著作権者が権利を有する「映画の著作物」を中国にライセンスする際にCODAが中国国内で「著作権の証明書」(認証)を発行する業務を担うことが可能となる。認証は当該作品の著作権の権利帰属及び正規ライセンシーである旨の証明となる。

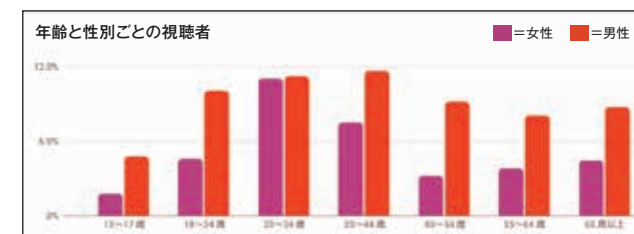
日本コンテンツの正規流通促進と海賊版対策の強化の一助になることに期待したい。

不正商品撲滅キャンペーン実施報告

不正商品対策協議会(ACA)は一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)と合同で2020年10月1日から海賊版や偽ブランド品などの不正商品撲滅を訴える動画を制作し配信する「不正商品撲滅キャンペーン」を実施しました。同キャンペーンは期間を分けた2弾構成となっており、それぞれの動画の視聴回数の合計は65万回を超えるなど、多くの消費者に向け効果的にアピールすることが出来ました。

不正商品撲滅キャンペーン動画 第1弾 「オリジナルを守ろう!」

- 配信期間:2020年10月1日~12月31日
- 出演:のん(女優・創作あーちすと)
- 内容:女優・監督・歌手・アーティストとして活躍する「のん」さんの創作に対する思いを語ってもらいながら「違法ダウンロードがなぜいけないか」や「知的財産権を守ることの大切さ」等についてのメッセージを発信し、さらに改正著作権法の施行についても解説した。
- 配信方法:ショートバージョン(約2分)およびロングバージョン(約10分)の2種の動画をそれぞれYouTubeにて無料配信した。
- 告知:ACAウェブサイトにキャンペーン特設ページを開設し、警察庁や文化庁をはじめ加盟各団体のウェブサイトとリンクし、またのんさんの公式ウェブサイトおよびTwitterでも告知した。
- 事後広報:産経新聞(紙媒体および電子版)、ねとらぼ(Yahoo!ニュース)において記事が掲載された。
- 視聴回数と視聴者の属性:
ショートバージョン:510,724回
ロングバージョン:2,110回
計512,834回
10代から60代以上まで幅広い年齢層が視聴。
男女の比率は男性が64.8%、女性が35.3%だった。



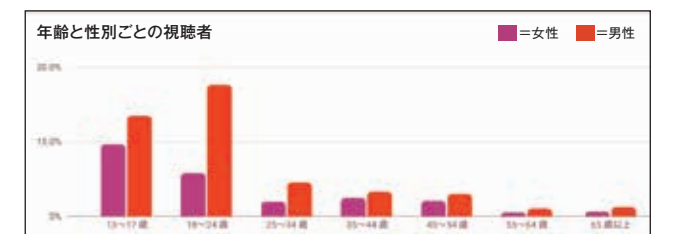
- 今後の展開:配信は12月31日で終了したが、ACA/CODA主催のイベントにおいて、1年間動画の上映を予定。また、のんさんのオリジナルキャラクター「ワルイちゃん」を用いたグッズを制作し、イベント等で配布していく。



不正商品撲滅キャンペーン動画第1弾「オリジナルを守ろう!」
出演ののんさんとオリジナルキャラクターの「ワルイちゃん」

不正商品撲滅キャンペーン動画 第2弾 「クイズ・ホンモノはどっち?」

- 出演:ゆな(モデル・動画クリエイター)吉田尚記(ニッポン放送アナウンサー)
- 内容:月刊Popteenの専属モデルで人気ユーチューバーとしても活躍中の「ゆな」さんが不正商品に関する問題に答えていくクイズ形式の動画。中高校生を中心とした層に、知的財産権を守る大切さについて楽しく学べる内容とした。
- 配信方法:ショートバージョン(「海賊版編」と「偽ブランド品編」)およびフルバージョン(約10分)の3種の動画をYouTubeおよびSNSで無料配信。
- 告知:ACAウェブサイトキャンペーン特設ページを開設し、加盟各団体のウェブサイトとリンクし、またゆなさんの公式ツイッターでは「偽ブランド品編」の動画を掲載しつつ告知した。
- 視聴回数と視聴者の属性:
フルバージョン:11,330回
ショートバージョン(海賊版編):120,982回
ショートバージョン(偽ブランド品編):10,994回
計143,318回(2021・2・28時点)
13~24歳の視聴回数が全体の69.45%と全体の7割近くを占めた。
男女の比率は男性が65.9%、女性が34.1%だった。



YouTube アナリティクスより



不正商品撲滅キャンペーン動画
第2弾「クイズ・ホンモノはどっち?」の
SNSにおける告知の様子



Relay essay

vol.147

工藤 大丈 氏(株式会社KADOKAWA アニメ事業局 局次長)からのご紹介

遊佐 和彦 氏 アスミック・エース株式会社
ライツ事業本部 本部長

「私のコロナ禍での体験」

2020年4月、それまでの日常は突然奪われ“緊急事態宣言”という名のもとにテレワークを中心とした新たな生活が始まりました。

私が最初に行ったことは自宅の中での居場所の確保でした。自分自身の部屋がない私は家にいる時は専らソファの上にあります。家で働くことは想定しておりませんでしたので、そんなに場所ありません。悩んだ挙句、完全に納戸と化していた所を強引に片付け何とかデスクを作ることに成功。Wi-Fi環境はあまりよくないものの一応、テレワークが出来る状況にはなりました。

私の家族は、私、妻、長女、犬のジャムの3人1匹です。日々を平々凡々と生きてきたのですが、このコロナの状況にあって最も環境が一変したのは犬のジャムだったと思われます。だって、これまで自分だけで留守番をしていたのに必ず誰か人がいるのです。多い時には3人も！人間でも一人になりたいと思うことがあるのに、、、相当なストレスだったことでしょう。ちなみに、ジャムはGW明けにガンが見つかり手術をしました。私の給付金はこれでなくなりました。何だか、よくできたものです。



長女は大学に進学した年でした。結果、大学には健康診断で1回行ったきりでほとんどがオンライン授業。通信制か！それでも彼女は日々のオンラインでの授業の合間を縫ってクラスの友達を見つけ、どうやってかLINEを交換し、夏休みには一緒に食事に行くという、昭和生まれのおやじからするととても考えられないような行動にでました。まさにデジタルネイティブ恐るべしということを体感しました。(私には、どうやって友達に声をかければ良いのかすらわかりません。)彼女は今でも、バイトやらお泊り会やら食事会やら深夜のゲーム大会やらと積極的に参加しております。(誰に似たのか、、、)これを書いている昼11時現在も全く起きてくる気配のない暮らしを送っております。午前中に起きてこないあたりは、昭和生まれのおやじと一緒にですね。ホッとします。(笑)

私が勤務しておりますアスミック・エースでは現在(2021年3月11日現在)、テレワーク可能な業務はテレワークとして週一回もしくは二回程度の出社という形になっております。もちろん、会議もオンラインです。当面の間はこの状態が続くものと考えられます。私は1989年社会人デビューになりますので30年以上働いて参りました。そのほとんどが営業職でした。日常的に会食、打合せ。平日に自宅で夕飯を食べたのが10日もないような年もありました。そして2020年に気づかされました、私がこれまでやってきたことはどうやら「不要不急」だったようです。ただ、それでもやっぱり昭和生まれのおやじは思うのです、面白いアイデアや新しい発想は無駄な酒や雑な打合せからしか生まれないんじゃないかって。テレワークでも仕事はできます。オンラインで会議もできます。ZOOMで飲み会もできます。でも、やっぱり皆さんと直接会いたいですね。皆さんと馬鹿な話したいです。皆さんと無駄なことしたいです。

お目汚しの文章にお付き合いいただき、誠にありがとうございます。

まずは健康第一、何とか直接お会いできるその日が来るまでお互いに健康でおりましょう！

末筆ながら、皆様のご発展と益々のご活躍を心よりお祈り申し上げます。

JVA事務局人事

2月1日付けで、業務部に木村 祐子が入社しました。今後、会員社の皆様とも接する機会があると思います。どうぞ宜しくお願い致します。

日誌に見る協会の動き

【1月】

6日 2021年度新年賀詞交歓会中止

27日 総務人事委員会(オンライン開催)

28日 第300回業務部会幹事会(書面審議)

【2月】

2日 第405回定例理事会(書面決議)

6日 映像ソフト市場規模及び
ユーザー動向調査2020チーム グループインタビュー

3日 マーケティング委員会(オンライン開催)

9日 第299回総合連絡委員会(書面審議)

5日 権利者対応委員会(オンライン開催)
著作権部会(オンライン開催)

19日 業務使用対策委員会(オンライン開催)

25日 第301回業務部会幹事会(書面決議)

【3月】

2日 第406回定例理事会(書面決議)

9日 第300回総合連絡委員会(書面審議)

3日 マーケティング委員会(オンライン開催)

19日 業務使用対策委員会(オンライン開催)

5日 権利者対応委員会(オンライン開催)
著作権部会(オンライン開催)

24日 総務人事委員会(オンライン開催)

25日 デジタル配信部会(オンライン開催)
第302回業務部会幹事会(書面決議)