



一般社団法人
日本映像ソフト協会 会報
No.218

一般社団法人 日本映像ソフト協会
会員社名(五十音順) 2024年10月1日現在

■ 正会員(24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
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)
日活(株)
(株)バップ
(株)ハビネット・メディアマーケティング
(株)バンダイナムコフィルムワークス
(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
ワーナー ブラザース ジャパン(同)

■ 協賛会員(13社)

(株)アニプレックス
(株)一丸印刷所
エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ(株)
SBSロジコム(株)
カルチュア・エンタテインメント(株)
(株)クープ
(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)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)

2024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

〒104-0061 東京都中央区銀座5丁目13番3号 いかわビルディング7階
電話:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535 <http://www.jva-net.or.jp>

アンチリッピングキャンペーン 知っていますか?

⚠ DVDのリッピングは違法です!

日本映像ソフト協会

JVA Report

No.218
2024.October **10**

Main Reports

■2024年度 一般社団法人 日本映像ソフト協会
組織図/会議・委員会

■AIと著作権勉強会報告

2024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)	1,443	76.4%	60.0%	377	49.9%	59.8%	211	116.6%	増減 6社 16社 4社	10,674	77.3%	64.0%	2,997	54.3%	71.4%	1,318	120.5%	
特殊ルート	4	0.2%	218.7%	32	4.2%	362.8%	7	350.0%		79	0.6%	141.6%	472	8.5%	130.5%	76	422.2%	
レンタル店用	418	22.1%	76.1%	344	45.5%	89.9%	169	101.8%		2,868	20.8%	69.1%	1,959	35.5%	71.0%	854	59.3%	
業務用	23	1.2%	102.2%	3	0.4%	87.6%	4	50.0%		181	1.3%	84.7%	96	1.7%	82.1%	34	89.5%	
DVDビデオ	1,889	41.4%	63.4%	755	64.9%	73.7%	391	109.5%		13,803	31.3%	65.4%	5,524	55.2%	74.3%	2,282	88.1%	
販売用(個人向)	2,643	98.8%	49.2%	393	96.5%	43.0%	139	79.0%		増減 6社 15社 5社	29,647	98.0%	83.9%	4,356	97.2%	74.1%	1,201	107.2%
特殊ルート	4	0.1%	44.3%	0	0.1%	37.7%	0	-			267	0.9%	333.8%	24	0.5%	236.9%	12	-
レンタル店用	14	0.5%	70.3%	12	2.9%	125.2%	3	100.0%			193	0.6%	105.0%	80	1.8%	99.0%	18	78.3%
業務用	14	0.5%	47.2%	2	0.5%	40.0%	0	-			142	0.5%	36.5%	24	0.5%	42.5%	0	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	2,675	58.6%	49.2%	407	35.1%	43.9%	142	79.3%		30,250	68.7%	84.1%	4,483	44.8%	74.4%	1,231	107.7%	
合計	4,564	100.0%	54.2%	1,163	100.0%	59.5%	533	99.4%		44,052	100.0%	77.2%	10,007	100.0%	74.3%	3,513	94.1%	

◎今月の売上報告社数……25社(※前年同月の報告社数26社) ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、又は前年同月の報告がない場合
 ◎「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
 ◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HDブルーレイの売上を含む。

2024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)	1,932	75.2%	52.8%	478	52.8%	56.3%	245	87.2%	増減 11社 13社 1社	12,634	77.0%	62.1%	3,483	53.9%	69.0%	1,569	114.1%	
特殊ルート	9	0.4%	943.9%	62	6.8%	734.2%	4	200.0%		89	0.5%	155.7%	534	8.3%	144.3%	80	400.0%	
レンタル店用	600	23.3%	92.1%	362	40.0%	69.1%	178	89.4%		3,486	21.2%	72.6%	2,342	36.3%	71.3%	1,042	63.5%	
業務用	27	1.1%	103.9%	3	0.3%	78.5%	9	128.6%		208	1.3%	87.2%	99	1.5%	82.0%	43	95.6%	
DVDビデオ	2,569	31.4%	59.2%	906	52.5%	65.3%	436	89.2%		16,417	31.3%	64.6%	6,458	54.9%	73.2%	2,734	88.8%	
販売用(個人向)	5,500	98.0%	62.9%	796	97.2%	52.8%	218	73.6%		増減 10社 13社 2社	35,243	98.0%	80.0%	5,165	97.2%	69.9%	1,424	100.6%
特殊ルート	6	0.1%	22.1%	1	0.1%	27.1%	0	-			273	0.8%	253.0%	25	0.5%	184.8%	12	-
レンタル店用	69	1.2%	182.9%	17	2.0%	56.8%	5	125.0%			263	0.7%	118.3%	96	1.8%	87.8%	23	85.2%
業務用	37	0.7%	167.7%	5	0.6%	186.4%	1	-			179	0.5%	43.5%	29	0.5%	49.4%	1	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	5,613	68.6%	63.5%	819	47.5%	53.0%	224	74.7%		35,958	68.7%	80.2%	5,315	45.1%	70.2%	1,460	101.2%	
合計	8,182	100.0%	62.1%	1,725	100.0%	58.8%	660	83.7%		52,375	100.0%	74.6%	11,773	100.0%	71.8%	4,194	92.7%	

◎今月の売上報告社数……25社(※前年同月の報告社数26社) ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、又は前年同月の報告がない場合
 ◎「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
 ◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HDブルーレイの売上を含む。

2024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)	1,971	76.3%	106.8%	467	50.4%	102.3%	190	67.6%	増減 12社 11社 2社	14,605	76.9%	65.8%	3,950	53.5%	71.8%	1,759	106.2%	
特殊ルート	13	0.5%	129.0%	84	9.1%	93.0%	4	100.0%		102	0.5%	151.7%	618	8.4%	134.2%	84	350.0%	
レンタル店用	560	21.7%	105.3%	361	38.9%	98.4%	146	90.7%		4,046	21.3%	75.9%	2,702	36.6%	74.1%	1,188	66.0%	
業務用	39	1.5%	125.7%	15	1.7%	288.5%	9	25.7%		247	1.3%	91.6%	114	1.5%	90.8%	52	65.0%	
DVDビデオ	2,583	35.7%	106.8%	927	55.5%	100.9%	349	72.6%		19,000	31.9%	68.2%	7,385	54.9%	75.8%	3,083	86.6%	
販売用(個人向)	4,514	97.2%	92.3%	717	96.5%	90.9%	240	96.4%		増減 10社 12社 3社	39,757	97.9%	81.2%	5,882	97.1%	71.9%	1,664	99.9%
特殊ルート	2	0.0%	6.4%	0	0.0%	7.5%	0	-			275	0.7%	198.0%	25	0.4%	141.7%	12	-
レンタル店用	88	1.9%	442.3%	20	2.7%	55.0%	2	50.0%			351	0.9%	145.1%	116	1.9%	79.6%	25	80.6%
業務用	41	0.9%	1372.6%	6	0.8%	196.2%	0	-			220	0.5%	53.1%	35	0.6%	56.1%	1	-
ブルーレイ (ULTRA HD Blu-rayを含む)	4,646	64.3%	94.0%	743	44.5%	89.2%	242	95.7%		40,604	68.1%	81.6%	6,059	45.1%	72.1%	1,702	100.4%	
合計	7,229	100.0%	98.2%	1,671	100.0%	95.4%	591	80.5%		59,604	100.0%	76.8%	13,444	100.0%	74.1%	4,785	91.0%	

◎今月の売上報告社数……25社(※前年同月の報告社数26社) ◎売上金額の増減社数……前年同月との比較。その他とは増減なし、又は前年同月の報告がない場合
 ◎「レベニューシェアリング」用の作品数は新作数の合計値から除いている。ただし、「レベニューシェアリングのみ」でリリースされる作品数は合計値に加算されている。
 ◎雑誌やコミック、食玩などとして他商品に付帯されるビデオソフトの出荷について「特殊ルート」として本統計調査に加えている。 ◎ブルーレイの売り上げには、Ultra HDブルーレイの売上を含む。



東銀座界隈の風景：歌舞伎座

月間売上統計(6月、7月、8月) 2

2024年度 日本映像ソフト協会 組織図 3

主な会議・委員会の紹介 3

「AIと著作権」についての勉強会 5

新理事ご挨拶 8

第442回、第443回定例理事会報告 8

2025年度 重要会議・行事予定 8

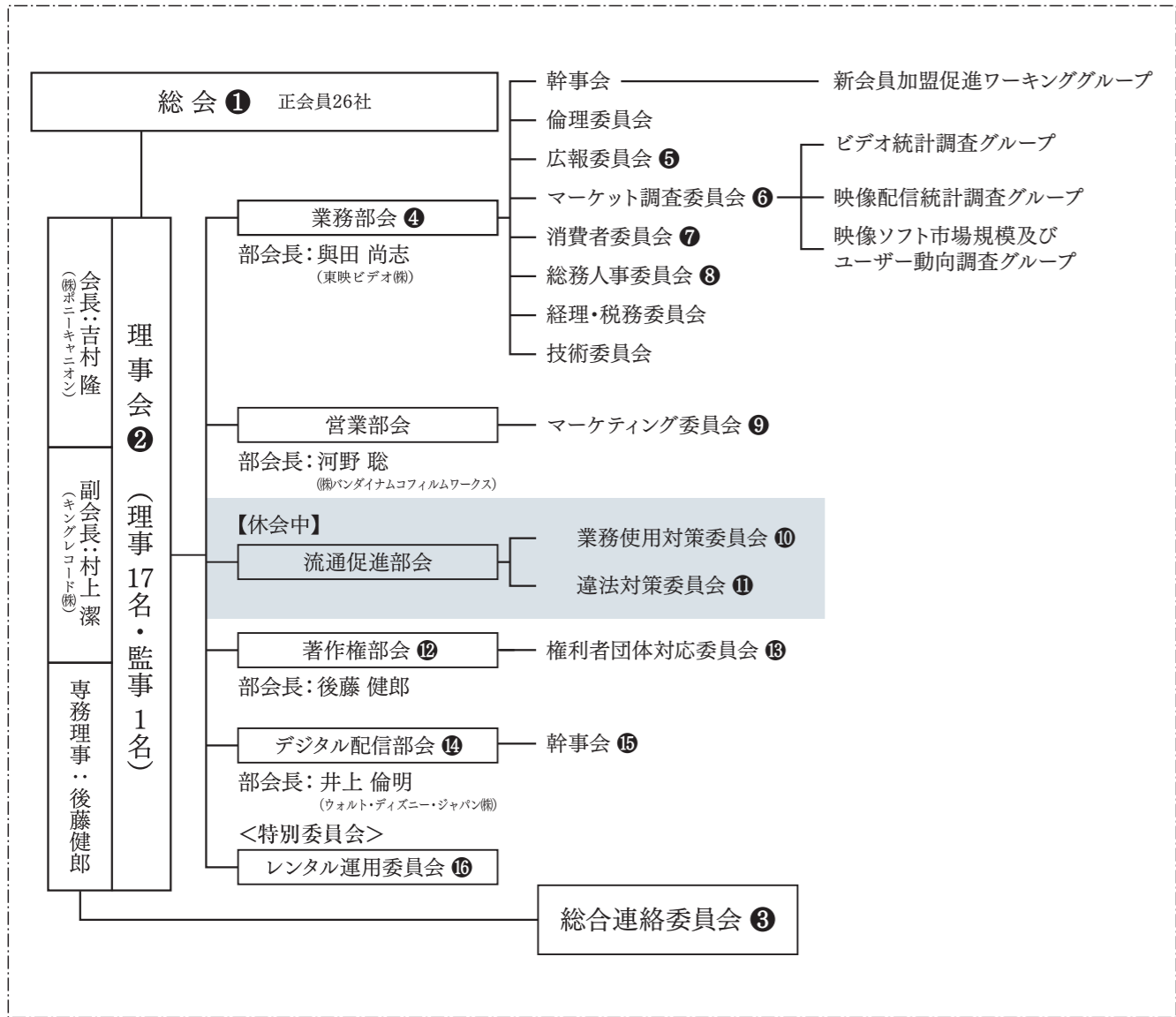
リレーエッセイvol.161 9

日誌に見る協会の動き 10

編集後記 10

一般社団法人 日本映像ソフト協会 組織図

2024年10月 現在



主な会議、委員会の紹介

①総会

議長:吉村 隆代表理事長(株)ポニーキャニオン
 定款に定める事項の他、当協会の運営に関する重要事項を決議する機関。通常総会は事業年度終了後3ヶ月以内に開催され、前年度の事業報告、収支決算、次年度の事業計画、収支予算等についての決議の他、理事・監事の選任を行う。

②理事会

代表理事長:吉村 隆(株)ポニーキャニオン
 役員:18名(代表理事長を含む)
 総会の決議した事項の執行に関することや、総会に上程すべき事項について検討、決議する。その他、総会の決議を要しない業務の執行に関する事項についても決議する。会議開催は原則として毎月第1火曜日。

③総合連絡委員会

委員:38名
 全会員社から1名の委員によって構成され、理事会ならびに各部会・委員会の活動報告や、関係官庁、関係団体からの連絡事項等について報告している。また、各部会から上程された事項に関し、各会員社の意見をフィードバックし協議を行なうこともある。会議開催は原則として毎月第2火曜日。

④業務部会幹事会

幹事:17名
 理事会に上程する重要事項について協議をしている。会議開催は原則として第4木曜日。

⑤広報委員会(業務部会)

委員:5名
 年に4回発行される協会会報誌『JVA REPORT』や、当協会のホームページ(<http://www.jva-net.or.jp>)などの監修を行っている。会議開催は不定期。

⑥マーケット調査委員会(業務部会)

当協会が実施している各種マーケット調査についての企画実施および調査結果の検分をグループごとに担当して行う。現在行われている調査は以下のとおり。

- ビデオ統計調査グループ…会社員のビデオソフトの出荷段階の売上について統計調査を実施。
- 映像配信統計調査グループ…会社員の映像配信事業による売上についての統計調査を実施。
- 映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査グループ…一般消費者を対象に、年間のビデオソフトのセル、レンタルの利用実態や映像配信の利用実態を調査し、映像パッケージと映像配信市場の規模を推計する調査。1月実施、5月発表。

⑦消費者委員会(業務部会)

委員:17名、オブザーバー1名
 DVDビデオやBlu-ray Discなどの製品管理に関する情報交換や、各社のお客様相談窓口寄せられた利用者の声の中で、業界として取り組むべき課題などを検討している。会議開催は不定期に年4回程度。

⑧総務人事委員会(業務部会)

総務人事担当者による情報交換、意見交換、勉強会を行ない諸課題について検討会を行う。
 協会会員社を対象とした合同研修会の企画、運営を行う。会議開催は2ヶ月に1回。

⑨マーケティング委員会(営業部会)

委員:20名
 主にパッケージソフトのマーケットに関する情報の交換と、市場活性化のための施策の検討や課題の解決にあたっている。会議開催は毎月第1水曜日。

⑩業務使用対策委員会(流通促進部会)

委員:19名
 時代と共にビデオソフトの業務使用は様々なビジネス形態が生まれているが、スムーズにビデオソフトの流通を促進させるため、これらの業務使用に関する対応を検討すると共に、市場動向の意見交換を行なっている他、各地区連絡協議会とも協力して活動している。また、業務使用に関する問合せに対応するために「上映・業務用をご利用になるには」と、各会員社の業務使用契約窓口一覧を協会ホームページで広報している。会議開催は月1回。

⑪違法対策委員会(流通促進部会)

委員:14名
 映像ソフトに係わる著作権侵害行為の早期の確認と防止、そして対応することを活動方針とし、悪質な侵害行為者に対し法的措置を講ずるための手続きを担当している。警察庁、各都道府県警察、地区連絡協議会、関係諸団体と連携して違法対策活動を推進している。海外の侵害に対して、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)とも連携して対策に取り組んでいる。

⑫著作権部会

委員:27名
 著作権部会は、定款の事業目的のひとつである『知的財産権の擁護確立および施策の推進』を主たる役割とする部会で、次の4つが柱となる。

- 内外の著作権法制に関する調査・研究
- 著作権処理に関する諸問題への対応
- 知的財産権擁護確立のための広報活動
- 文化庁文化審議会著作権分科会とその各小委員会で審議されている著作権法制度上の課題などの調査・研究。(旧法制度委員会活動内容と同じ)

その役割を果たすために、著作権部会では権利者団体対応委員会の活動報告や、上記4点に関する課題を検討している。会議開催は毎月1回程度。

⑬権利者団体対応委員会(著作権部会)

委員:11名
 著作権部会の役割のうち、著作権処理に関連する諸問題の調査研究および著作権管理事業者等関係団体との協議や、旧配信委員会にて取り扱われていた、ネットワーク音楽著作権連絡協議会(NMRC)への参加など、ネット配信の権利処理に関連する諸問題の調査研究を行い、これに関連して動画投稿サイト等に関する諸問題にも対応することを主たる役割とする。

⑭デジタル配信部会

委員:24名
 映像配信の在り方について調査・研究を行っており、セミナーや勉強会を主催し、関連した意見交換会の実施が主な活動となる。勉強会の開催は年5~6回、定例で(一社)コンテンツ海外流通促進機構と共同で違法動画対策のアップデートを行うほか、幹事会にて選定されたテーマについての知見を深める目的での勉強会・意見交換会を実施する。また、業務部会 マーケット調査委員会と共同で映像ソフト市場及びユーザー動向調査の実行メンバーとして活動している「市場規模マーケティングチーム」がワーキンググループとして組織されており、勉強会とは別途活動。年1回映像ソフト市場及びユーザー動向調査結果の発表を目的とした勉強会の主催チームとなっている。

⑮幹事会(デジタル配信部会)

幹事:10名
 デジタル配信部会における重要事項を決定するために組織されている。デジタル配信部会にて実施される勉強会・意見交換会のテーマを選定などのほか、部会活動の運営に係る方針を取りまとめる。会議開催は毎月1回程度。

⑯レンタル運用委員会

委員:10名
 「個人向けレンタルシステム」の運用を行う。現行のレンタルシステムに当てはまらない問題などにつき検討し、システムの変更、改変を行う。部会に属さない特別委員会として常設する。会議開催は不定期。

「AIと著作権」についての勉強会

1. 概要

本年7月10日のJVA著作権部会で、AI問題に詳しい弁護士増田雅史先生をお招きして「AIと著作権」についての勉強会が開催されました。

勉強会は全体で1時間。そのうち45分間は増田先生からパワーポイント資料に基づいてご講義いただき、残り15分間で活発な質疑応答が行われました。

講義では、増田先生の自己紹介に続いて、ChatGPTが世界に与えた衝撃や生成AIの基本的なしくみ、生成AIの法的論点はさまざまな法令・法分野に及ぶ幅広いものであること、社内ルールを設ける必要性が高いことなどが説明されました。

続いて「①AI生成物に著作権は発生するのか」「②AI生成物の利用は既存の著作権を侵害し得るか」「③学習用データに既存の著作物を使用する行為は、著作権侵害となるか」の3つの論点が解説されました。



2. 論点①

(AI生成物に著作権は発生するのか)

論点①では、著作物・著作者とは何かという前提知識の確認後、サルの自撮り写真の著作物性が問題となった有名なケースが紹介され、AI生成物が著作物かどうかのポイントは、人間の創意思図と創作的寄与があるかどうかで判断されること、しかし実務上重要なポイントになるのはそもそもAI生成物で

あると看破できるかという点になることが説明され、アメリカ合衆国で実際に著作物性が争われた有名なケースが紹介されました。

その後、今年3月15日に文化審議会著作権分科会法制度小委員会が「AIと著作権に関する考え方について」(以下「考え方」)を公表したこと、それには著作権法の解釈に関する当局(文化庁)の考え方が強く反映されていること、約25,000件のパブコメが集まるなど注目を集めたこと、今年5月28日には知財戦略本部がAIに関する「中間とりまとめ」を公表したが、著作権関係部分は「考え方」を紹介するに留まることが説明されました。

「考え方」では、AI生成物の著作物性は「創作的寄与があるといえるものがどの程度積み重なっている等を総合的に考慮して判断される」とされ、具体的には、(1)指示・入力(プロンプト等)の分量・内容、(2)生成の試行回数、(3)複数の生成物からの選択が要素となるとされていることが解説されました。なお「考え方」は、「生成物を確認し指示・入力を修正しつつ試行を繰り返すといった場合には、著作物性が認められることも考えられる」としており、あれこれ頑張ったことを肯定的に評価して、具体的表現に向けたプロンプトを入力することやそれを試行錯誤してやり直すことが創作的寄与の1パーツとして捉えており、この点でアメリカ合衆国著作権局がプロンプト入力と生成物との牽連性を否定してプロンプト入力の創作性を否定しているのとは異なっていると解説されました。また「複数の生成物からの選択」について「考え方」は、「単なる選択行為自体は創作的寄与の判断に影響しない」としているが、増田先生ご自身のお考えとしては、スナップショットのようにいかなる場面を切り取るかに創作性が認められる場合があるはずで、「考え方」は選択行為について若干ネガティブな評価をしていると解説されました。



3. 論点②

(AI生成物の利用は既存の著作権を侵害し得るか)

論点②については、前提知識として著作権法上の複製・翻案の概念や、著作権侵害になるにはもとの著作物に依拠していることが必要で、全くの偶然で似た作品を創作した場合には複製権侵害にならないことが解説された後、AI生成物については依拠性の解釈が議論となっていること、「類似性があれば基本的に依拠性あり」とする立場と、「著作物がパラメータとして抽象化・断片化されている場合には依拠性はない」とする立場があり得ることが説明されました。

そして「考え方」では、AI利用者が既存の著作物を認識していた場合だけでなく、認識していなかった場合でも、AI学習用データに当該著作物が含まれていれば、客観的には当該著作物へのアクセスがあったといえることから、通常依拠性があったと推認される(事務局当初案では「認められる」とされていた)とされていること、ただし、学習に用いられた著作物の創作的表現が生成されないような状態が技術的に担保されており、そのような事情から著作物の創作的表現が出力される状態となっていないと法的に評価できる場合には、依拠性がないと判断される場合はあり得るとされていることが説明されました。「考え方」がパブリックコメントに付される前には「技術的な措置が講じられているといえる場合」と表現されていたが、パブリックコメントを受けて「状態が技術的に担保されているといえる場合」という表現に修正され、さらに脚注にその具体例が示されたそうです。もっとも増田先生としては、示された具体例(創作的表現が共通した生成物が出力されないよう出力段階においてフィルタリングを行う措置が取られている場合、創作的表現が生成されないことが合理的に説明可能な場合)が技術的に可能なか等について疑問をもっておられるとのことでした。

以上のように、AIの学習用データに既存著作物が含まれていた場合、AI利用者が既存著作物を認識していなくても原則として依拠性が推認されることから、AI生成物を利用することにリスクが伴うが、通常の著作物の創作現場でも、いろんな人が関与して作成する場合にはパクリ行為が紛れ込むことがあり、それと比較するとAIのほうがリスクは小さく、依拠性のリスクからAIを使わないということにはならないのではないかと増田先生のご見解が述べられました。

4. 論点③

(学習用データに著作物を使用すると著作権侵害となるか)

論点③については、著作権の制限規定の中でも非享受目的での利用(著作権法30条の4)等がAIに関係が深く、早稲田大学の上野教授は同条が日本を「機械学習パラダイス」にしたと評したことが説明されました。

続いて、著作権法30条の4は、著作物に表現された思想・感情の享受を目的としない場合は、著作権者の利益を不当に害することになる場合を除き、必要と認められる限度で自由に他人の著作物を利用できるとするもので、「享受を目的とする利用行為」か、「著作権者の利益を不当に害することとなる場合」かがそれぞれ問題となることが説明されました。そして、他人の著作物をAIの学習用データに使用することは通常は享受を目的とする利用行為には当たらないため後者が争点となること、「考え方」は、作風などアイデアが類似するにとどまるものが大量に生成されて特定のクリエイター等に対する需要がAI生成物によって代替されてしまうとしても、AI生成物が学習元著作物の創作的表現と共通しない場合には「著作権者の利益を不当に害することとなる場合」には該当しないと整理していることが説明されました。もっとも「考え方」も、特定のクリエイター等に対する需要がAI生成物によって代替されてしまう事態が生じる場合、「著作権者の利益を不当に害することとなる場合」に該当し得ると考える余地があるとする意見が「一定数みられた」とも言及しているとのことでした。

「著作権者の利益を不当に害することとなる場合」として、「考え方」は、「大量の情報を容易に情報解析に活用できる形で整理したデータベースの著作物が販売されている場合(APIの有償提供などを含む)」を挙げていること、著作権者が機械学習に反対の意思を示しただけではこれには当たらないとされていることが説明されました。

5. 質疑応答

増田先生からのご講演のあと、参加者との間で活発な質疑応答が行われました。

参加者から「人物をイラスト化するとパターンが似てくるが、作風の共通に留まらず創作的表現のレベルで似ているといえ

「AIと著作権」についての勉強会

るのはどういう場合か」との質問がありました。増田先生からは、「荒木飛呂彦先生の「ジョジョ」のように特徴的な表現を有しているキャラクターについては具体的な創作的表現が似ているといえるとしても、目をキラキラにするようなありがちな点が共通していてもだめである。」とのご回答でした。

次に、「これはAIで生成したものです」という注記を入れることがAIサービスの利用規約で求められている場合もあるが、世の流れとして、AIでつくったものは注記を入れようということが一般的になってくると予想されるか」との質問がありました。増田先生によれば、「思想的対立があって、AIを使いながらそれを隠しているのはけしからんといった意見がある一方、今後AIを創作の補助に使っていくことは一般化していく、AIを利用しているのは当たり前でそんなことを表示することに意味があるのかという意見がある。その対立は容易に解消せず、実務的には防衛的な観点で注記を入れていくことになるのではないか。」とのことでした。



「著名なキャラクター名をプロンプトとして入力して、下手くそなキャラクター画像を生成し、その下手くそなキャラクター画像を集めた「AIが作った〇〇〇〇(キャラクター名)展」が企画されたとして、権利者はそれにストップをかけることができるか」との質問がなされました。増田先生によれば、「その展示会が有償で行われた場合には商標権侵害を主張できるだろうが、完全無償でやられてしまうと商標権侵害を主張できない。そして、著名キャラクターの表現上の本質的な特徴の再現がない画像の展示なら著作権侵害の主張も難しい。」と

のことでした。これに関して、AIサービスの差別化として、自社でデータセットをきれいに整えつつどう許諾するかをコントロールするのはとても重要なことになるという指摘が増田先生からあり、それに対して参加者からは、作者の「腹落ち」が得られるかというハードルがあるとの意見が示されました。

次に、漫画等の著作権が作者にあって出版社等にはないことを前提として、「作家の先生が訴訟を提起するかという、躊躇される方が多い。出版社等の会社が権利行使しようとするにはハードルがあるのではないか。」との質問があり、増田先生からは、「訴訟を提起するのは難しいが、著作権者以外のステークホルダーも声を上げていく場面はある。」とのことでした。



6. 最後に

今回の勉強会では、事例を豊富に示していただき、文化審議会著作権分科会法制度小委員会の「AIと著作権に関する考え方について」の内容などを詳しく知ることができました。JVA会員会社は、今後、コンテンツ作りの場面だけでなく、管理部門における事務処理の効率化の場面でもAIをどのように活用していくか、その場合のルール設定をどのようにするかの問題に直面していくことになると予想されます。10月1日に開催された理事会においても、今回の内容を凝縮した形で勉強会を実施し、理事12名と募集に応じた会員各社22名の合計34名の参加者がJVA大会議室に集まり、本テーマに対する関心の高さがうかがえました。JVA著作権部会での勉強会後に実施したアンケートの結果、部会の枠を取り払った幅広い形での実施を望む声もあり、AIの勉強会を継続的に行って、著作権部会以外の会員社の方々にもご参加いただけるような形で展開していくことが必要ではないかということで、11月にも改めて勉強会の企画をしております。

新理事ご挨拶



新理事
やまかわ ようへい
山川 洋平
元パップ
代表取締役社長執行役員

6月に当社の社長を拝命しましたパップの山川と申します。1989年に日本テレビに入社し、最初はバラエティーやスポーツ番組の制作、その後営業、人事、編成などを経て、直近の10年くらいは日本テレビのHulu買収を機にインターネット事業を担当しました。そのうち2020年から3年間はTVer社に取締役として赴任し、放送事業者や広告会社と共にADVODサービスの確立と普及に努めてきました。当協会の新理事として、放送事業者とOTTサービス運営の経験を活かしてしっかりと貢献したいと思っております。よろしくお願いいたします。

理事会／重要会議・行事日程

第442回、第443回定例理事会報告

9月3日(火)午後2時00分より第442回定例理事会は対面によるリアル形式での開催が執り行われた。
議事の要旨は次のとおり。

- 決議事項
第1号議案 JAVCOM×月刊ニューメディア共同セミナー後援名義使用承認の件

- 報告事項
1. 「映画戦略企画委員会」に向けた映画諸団体の要望案提出について
2. 各部会報告について
3. 2024年6月度・7月度 ビデオソフト月間売上統計報告について
4. 2024年6月度・7月度 映像配信月間売上統計報告について
5. ビデオソフト上半期の統計報告について
6. その他

10月1日(火)午後2時45分より第443回定例理事会は対面によるリアル形式での開催が執り行われた。
議事の要旨は次のとおり。

- 決議事項
第1号議案 2025年重要会議・行事日程承認の件
第2号議案 「TIFFCOM 2024」開催に伴う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. 2024年8月度 ビデオソフト月間売上統計報告について
3. 2024年8月度 映像配信月間売上統計報告について
4. その他

2025年度 重要会議・行事予定

月	理事会	総合連絡委員会	業務部会幹事会	その他
2024年 1月	休会	休会	23日(木)16時00分	新年賀詞交歓会 7日(火)
2月	4日(火)14時00分	12日(水)16時00分	20日(木)16時00分	
3月	4日(火)14時00分	11日(火)16時00分	27日(木)16時00分	
4月	8日(火)14時00分	15日(火)16時00分	30日(水)16時00分	懇親ゴルフコンペ(仮) 4月11日(金)
5月	13日(火)16時00分	20日(火)16時00分	22日(木)16時00分	
6月	3日(火)14時20分	10日(火)16時00分	26日(木)16時00分	6月3日(火)14時00分 通常総会
7月	8日(火)17時00分	15日(火)16時00分	休会	役員懇親会(仮) 理事会終了後
8月	休会	休会	21日(木)16時00分	
9月	2日(火)14時00分	9日(火)16時00分	25日(木)16時00分	
10月	7日(火)14時00分	14日(火)16時00分	23日(木)16時00分	
11月	4日(火)14時00分	11日(火)16時00分	20日(木)16時00分	
12月	2日(火)14時00分	9日(火)16時00分	休会	

※ 決議事項が無い場合は休会とすることがあります。



Relay essay ▶ vol.161

山崎 麻衣 氏 (東宝株式会社 エンタテインメントユニット開発チーム プロデューサー) からのご紹介

小杉 陵 氏 ワーナー ブラザース ジャパン合同会社ワーナー ブラザース映画
マーケティング本部 ディレクター

「人生初にして人生最後の富士登山は海拔0mから」

40代半ばで突如訪れたコロナでの制限を伴う生活の中で「やりたいこと」と「できること」の狭間で不完全燃焼の日々が続いていました。そんな2022年の夏、行動制限も解除され徐々にコロナ前を取り戻すなかで「外国人の入国制限解除前で富士山が空いている」というニュースに触れ、やりたいことができなかつたコロナ禍の不完全燃焼感と決別するため、人生初で人生最後の富士登山を決めました。この時点で、登山経験なし。空いてるってニュースで言ってたし、日本で一番高い山なら一生に一度にもってこい、くらいの考えでした。

「さあ、どうやって登ろうか」

一般的な5合目からの富士登山ではコロナ禍の不完全燃焼感と決別するにはフツーすぎる。「一生に一度の富士登山なら一生に一度の登り方はないか?」と調べたら海拔0mから富士山頂3,776mを目指す、まさに僕が求めていた一生に一度の登り方を発見! こうして登山経験のない当時46歳のサラリーマンが体力自慢のユーチューバーがやるような登山ルートに挑戦することになったのです。

2022年8月25日。静岡県富士市の田子の浦海岸(海拔0m)で登山靴のソールを海水で塗らし2泊3日(会社休みました)のチャレンジがスタートしました。(ちなみに、同僚にも声を掛けましたが誰からも参加の連絡はなく、さらに難易度アップの単独登山に…)

1日目は富士登山と言ってもほぼ街歩き。荷物を増やさないためにこまめにコンビニに立ち寄り補水補食をし、9時間かけてスタートから30km地点にある2合目(海拔1,200m)に到着。この時点でスタート時を100とする体力はすでに20、同じく気力は30くらいだったと記憶。「さすがに無謀すぎるでしょ!」と呆れていた妻の顔が頭をよぎったことを覚えています。(笑)

8月26日。前夜はアドレナリンが出まくっていたのかあまり深い睡眠をとれないまま7時過ぎに出発。荷物が重く感じます。今回は4つある富士登山ルートのなかでは一番距離が短い、つまり一番急登の富士宮ルート。「熊出没注意」の看板にMAXビビっていた樹林帯を抜けるとようやく5合目(海拔2,400m)です。ここでは登山バスを降りて賑やかに登り始める登山客が、すでに6時間登って滝汗が止まらずベンチから立てない僕を下山者だと思って「今朝はご来光見れました?」と声を掛けられる一幕も。ただ、登頂者と間違われたことで「このチャレンジを成し遂げたい」という気持ちが強くなり、この日は予定よりだいぶ遅れたものの山小屋の夕食時間ギリギリの18:00に8合目(海拔3,250m)に到着。この時点で体力はとっくに限界突破してましたが、明日登頂できる高揚感で気力だけは大幅に回復していました。

8月27日午前1時半。山頂でのご来光を狙うため出発ですが、なんとまったく眠れずゼロ睡眠で出発。山頂まで標高にしてわずか500mでしたが途中フラつきながら3時間かけて午前4時25分に人生初にして人生最後の富士登山挑戦は、海拔0mから全長42kmの完全登頂にて達成。同時に「自分がやったことのないことにチャレンジしてそれを成し遂げる感覚」を久しぶりに味わった瞬間でもありました。

下山後、あの当時の「不完全燃焼感」は環境(コロナ)によるものではなく、それを言い訳にチャレンジすることを少しサボっていた自分自身によるものだったのかもしれない、という考えに至り「今度は一周してみよう」と昨年は富士山一周ウルトラウォーキング125kmに挑戦し29時間27分で富士山を一周してきました! もはや、ただのDMかもしれません。(笑)

日誌に見る協会の動き

【7月】

2日	デジタル配信部会 市場規模マーケティングチーム(オンライン開催)	10日	著作権部会 著作権部会勉強会
3日	マーケティング委員会	15日	ほんど? ホント! フェア in 三重
9日	第441回定例理事会会議後懇親会(第一ホテル東京にて)	16日	第334回総合連絡委員会(書面審議)
		31日	総務人事委員会

【8月】

22日	デジタル配信部会幹事会 第336回業務部会幹事会(オンライン開催)	26日	マーケット調査委員会 (映像ソフト市場規模及びユーザー動向調査) デジタル配信部会 市場規模マーケティングチーム
-----	--------------------------------------	-----	---

【9月】

3日	臨時総会 第442回定例理事会	10日	第335回総合連絡委員会(書面審議)
4日	マーケティング委員会	12日	消費者委員会
6日	権利者団体対応委員会 著作権部会(書面開催)	13日	デジタル配信部会幹事会
		19日	第337回業務部会幹事会(オンライン開催)
		25日	総務人事委員会(オンライン開催)

編集後記

本誌をお届けするタイミングでは、如何なってますでしょうか。本原稿執筆中はすでに9月に入っているというのに暑さが収まる気配を感じられません。

最高気温が30度を超える日が続いたり、40度を超える地点があったりと、個人的な体感ではありますが、過去最高の暑い夏になったのではないかと感じておりますが、ご同意いただける方も少なからずおられるのではないのでしょうか。

先日のニュースで気温が高くなりすぎると売上が伸びなくなる夏向け商品があると耳にしました。ソフトクリー

ムは25度前後で最も売上があり、気温が高くなるにつれ売上は下降傾向になるのだとか、30度を超えると蚊の活動が鈍くなり、蚊取り線香、虫刺され薬の売上は下がる傾向にあるのだとか、夏向け商材を扱っている業界では、単純に「暑ければ良い」ということではないらしい。

我々のエンターテインメント業界は、一般的に社会環境の変化に強い業界といわれておりますが、仕事へのモチベーションを維持するためにも、ほどほどの暑さの夏になってもらいたいものです。熱くてよいのは、仕事に対する熱量だけにとどめておきたいものです。(S)