

# Digital Cinema NOW

119

## プレミアム VOD への蠢動

川上 一郎

今月号では、昨年末から、にわかに、さくさくなくなってきた、プレミアム VOD の動きについて紹介していく。先月号でも紹介しているように、映画館でしか鑑賞できない話題の封切り映画が無い場合には映画興行自体の存続は難しくなり、映画興行ビジネスの在り方自体を方向転換する必要があることは明らかであり、長年の商習慣と合意のもとに続けられてきた 120 日ルール（封切り後 120 日を経過しないと DVD 販売を行わない）との紳士協定がなし崩しに崩壊していき、スタジオ別リリースウィンドウの推移図に示しているように 2016 年ではハリウッド主要スタジオの平均リリース日数は 90 日にまで漸減してきている。

これまでの連載記事でも紹介してきているが、最近ではパラマウントが封切り後の映画館数が 300 館を割り込んだら翌週に DVD リリースを開始するとの取り決めを一部映画館チェーンと行った等との、様々な駆け引きが映画配給側と映画興行側で行われてきている。

全米最大の通信事業者である AT&T がタイムワーナーグループとの買収交渉開始を発表し、映像制作、配給、配信にかかわる垂直統合型巨大メディア企業グループ誕生が話題となってきているが、昨年 11 月末にワーナー・ブラザーズの Kevin Tsujihara 氏が、“18 か月以内にプレミアム VOD を開始するための交渉を映画興行側と開始した”との報道が衝撃を与えている。

既存のテレビネットワークなどでの単なる有料視聴ではなく、特別な認証手順が

取れる端末を経由してプレミアム VOD を行うとの発言であり、図 1 にはこの報道を引用したセルロイド・ジャンキーの投稿記事 (CJ Opinion: Time for a Reality Check on Premium VOD Windows, By J.Sperling Reich, December 16, 2016 12:24 am PST) に掲載されたイメージを示している。

おなじみの Hollywood サインの “oo” がアップルのロゴに置き換えられている。

アップルは以前から iPad に専用アプリを搭載し、ApplePAY による課金認証と合わせた VOD に対して構想を持っていた。また、米国では専用の端末を設置してプレミアム VOD を楽しむ Prima (<http://www.primacinema.com/>) がすでに稼働しており、アップル陣営と AT&T の通信ネットワークインフラが加われば一挙に数百万人の視聴者を集めて新たな映画リリースウィンドウとして急成長する可能性が出てきている。

米国の映画興行における収支バランスについては 2016 年 1 月号に“ハリウッド映画の収支バランス”として解説しているが、ネット上に掲載されている推定製作費と実際の広告宣伝費までを含んだ総製作費は約 2 倍近く膨らむことに加えて、封切週でのチケット売上に対する作品レンタル経費率は 80 ~ 85% (残りの金額から日本の消費税に相当する州税を支払わなければいけないので映画館側の売上は数ドルにしかない) であるが、順次レンタル経費率は低下していき封切り後 5 週を経過すると 40% にまで低下する。したがって、映画配給会社にとっては封切後 3 週までのチ

ケット売上が最も利益率が高く、5 週以降の映画興行についてはほとんど利益が見込めないことになる。

昨年、最もチケット売上が多かったのはルーカス・フィルム買収 (ジョージ・ルーカスの個人会社であったルーカス・フィルムと VFX スタジオである ILM、そして過去作品の肖像権などすべてをディズニーの株式と等価交換する形で買収している。この等価交換したディズニーの株式は相続対策として財団に寄付し、遺族は財団からの報酬を永続的に受け取れることになる) 効果が顕著に表れたディズニー (配給は Buena Vista) である。興行売上が 100 万ドルを超えた作品が 8 作品もあり、16 作品の配給で 30 億ドルの売り上げをたたき出し米国映画興行市場占有率は実に 26.3% に達している。

それぞれの作品で収益が上がったどうかの判断は、封切り第 5 週で 3,000 スクリーンを超えているかどうかが一番わかりやすい。昨年末に公開されたスターウォーズ: ロークワンでは興行第 4 週に入ってもスクリーン平均で \$7,166 を売っており 4,157 スクリーンでの興行を続けている。一昨年末に公開された前作のスターウォーズ: フォースの覚醒では第 4 週でもスクリーン平均で \$13,438 の売上で 4,134 スクリーンの上映を続けており、上映スクリーン数が 1,000 スクリーンを割り込んだのは実に封切り後 13 週からであった。

ディズニーの大ヒットアニメ作品である“Finding Dory”は封切週で 1 スクリーンあたりの週間売上が \$49,551 であり、第

2週が\$27,185、第3週が\$16,697を売り上げており好調な観客動員である。週間売上が\$3,000を割り込んでくると上映打ち切りが始まり、上映スクリーンが300を割り込んだ第14週の週間売上は\$1,227にまで落ち込んでいる。平均チケット価格から1週間で100人しか観客が来ない状態では、平日は10人以下しか観客がいない状態である。

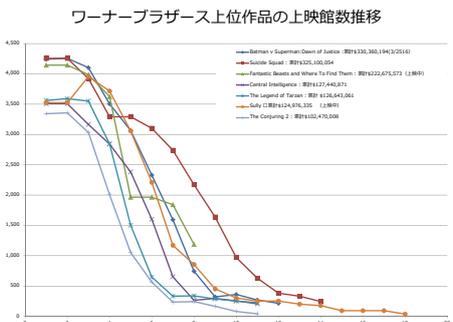
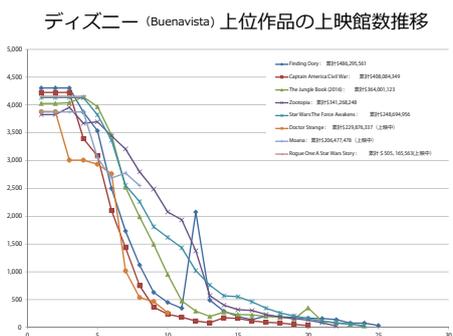


図1 プレミアム VOD Windows イメージ 資料出所: Celloidjunkie, by Sperling Reich, December 16, 2016 "CJ Opinion: Time for Reality Check on Premium VOD Windows"

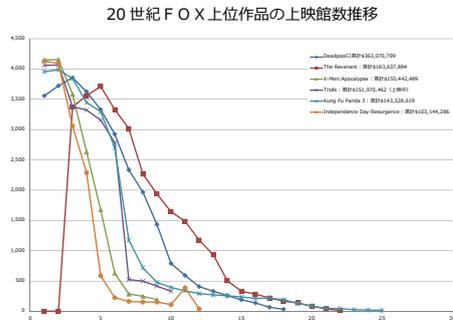
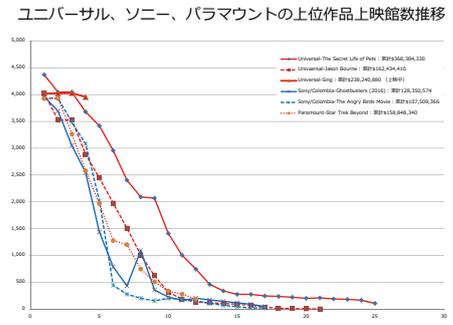
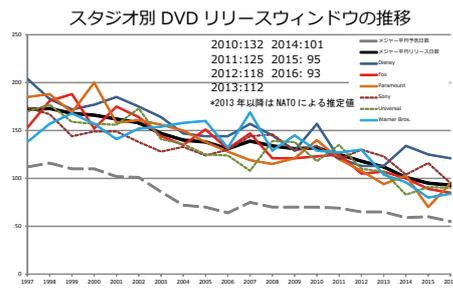
第2位となったのはワーナー・ブラザーズで37本(ニューライン作品の配給含む)を配給し、19億ドルの売り上げを上げているが1作品当たりの売上は51.56百万ドルとディズニーの平均売上の3割と低い結果である。100万ドルを超えた7作品で第5週に3,000スクリーンを超えて上映が続いたのはわずかに4作品であり、最終的な収益結果に影響してきている。もっとも、最高の興行成績を上げた“バットマンvs スーパーマン”(日本で例えると鉄人28号とウルトラマンが対決する!ちょっと違うかな?)は第3週でスクリーン平均売上が\$7,082と1万ドルを割り込み第8週では上映スクリーン数が744スクリーンと1,000スクリーンの大台を割り込んでしまっている。

以下、20世紀FOX、ユニバーサル、ソニー/コロムビア、パラマウントと続くが、ディズニーのスターウォーズ以外は話題作が乏しかった2016年である。特に、シリーズ作品の低迷が顕著であり、ゴーストバスターズやインディペンデントデイ、X-Menなどの封切り4週以降で上映スクリーン数が急減する傾向が顕著である。

さて、プレミアムVODに関しては封切後何週間でVODを解禁するのか、そしてその金額が話題となって来る。昨年末のアップル社とハリウッドメジャー間でのiTunesによる封切り作品の視聴について協議開始との報道では、封切り2週間後の観測も出てきている。("Apple Is in Talk With Hollywood for Early Access to Movie on iTunes", by Anousha Sakoui and Alex Webb, 2016年12月8日, Bloomberg)



この2週間後からのiTunes視聴解禁となると、当然のことながら映画興行チェーンでは観客動員が減るわけであり、大手映画興行チェーンでもチケット売上の影響が問題となって来る。現在は、なし崩し的に封切り後90日にまでDVD販売開始や有料視聴解禁時期が短縮されてきており、一挙に2週間となる場合の影響についてどのような話し合いがおこなわれるのかは非常に興味深い。



ひとつの議論として、現在の経過週毎に作品レンタル料金比率を漸減していく商習慣の全面的な見直しを議論し、封切り後1か月以内での映画館側取り分を大幅に増加させる方向で決着がつくのか、はたまたプレミアムVODの料金を\$50以上として映画館視聴での割安感を維持するのが考えられる。もっとも、映画館の最大の収益源であるコーラとポップコーンに代表される売店売上の家計負担については議論の分かれるところである。

表1 ハリウッドスタジオ上位50社の市場占有率 (2016年1月1日～12月31日)

資料出所: <http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2016&p=-.htm>

順位	配給会社	占有率	総売上 <sup>*1</sup>	配給本数	今年度	平均売上
1	Buena Vista	26.3%	\$3,000.90	16	13	\$187.56
2	Warner Bros.	16.8%	\$1,907.60	37	25	\$51.56
3	20th Century Fox	12.9%	\$1,469.10	23	17	\$63.87
4	Universal	12.4%	\$1,408.00	20	17	\$70.40
5	Sony / Columbia	8.0%	\$911.50	27	22	\$33.76
6	Paramount	7.7%	\$876.80	18	15	\$48.71
7	Lionsgate	5.8%	\$665.00	27	24	\$24.63
8	Focus Features	1.7%	\$196.50	12	10	\$16.38
9	STX Entertainment	1.7%	\$195.60	7	6	\$27.94
10	Open Road Films	0.9%	\$107.00	8	7	\$13.38
11	Roadside Attractions	0.7%	\$75.70	11	10	\$6.88
12	A24	0.6%	\$65.80	20	18	\$3.29
13	Weinstein Company	0.6%	\$64.90	11	7	\$5.90
14	Fox Searchlight	0.5%	\$51.30	7	5	\$7.33
15	Broad Green Pictures	0.3%	\$37.10	6	6	\$6.18
16	Bleecker Street	0.3%	\$33.80	7	6	\$4.83
17	Sony Classics	0.3%	\$32.00	19	14	\$1.68
18	EuropaCorp	0.3%	\$30.10	3	3	\$10.03
19	Pure Flix	0.2%	\$25.30	4	3	\$6.33
20	Relativity	0.2%	\$19.80	2	2	\$9.90
21	High Top Releasing	0.1%	\$15.60	3	3	\$5.20
22	IFC	0.1%	\$13.60	22	21	\$0.62
23	Quality Flix	0.1%	\$13.10	1	1	\$13.10
24	Gramercy	0.1%	\$12.70	1	1	\$12.70
25	UTV Communications	0.1%	\$11.30	7	6	\$1.61
26	Freestyle Releasing	0.1%	\$11.00	8	7	\$1.38
27	FIP	0.1%	\$10.50	5	5	\$2.10
28	Yash Raj	0.1%	\$9.00	3	3	\$3.00
29	Well Go USA	0.1%	\$8.50	13	12	\$0.65
30	IMAX	0.1%	\$8.30	5	2	\$1.66
31	The Orchard	0.1%	\$7.40	13	13	\$0.57
32	Eros	0.1%	\$7.40	14	13	\$0.53
33	Magnolia	0.1%	\$6.60	31	28	\$0.21
34	Music Box Films	0.0%	\$5.40	13	11	\$0.42
35	China Lion	0.0%	\$4.60	15	13	\$0.31
36	The Film Arcade	0.0%	\$4.40	2	2	\$2.20
37	CineGalaxy	0.0%	\$4.40	3	3	\$1.47
38	Drafthouse	0.0%	\$4.20	7	6	\$0.60
39	Reliance Big Pictures	0.0%	\$3.50	2	2	\$1.75
40	Abramorama	0.0%	\$3.30	10	9	\$0.33
41	Blue Sky Cinema	0.0%	\$3.10	2	2	\$1.55
42	CJ Entertainment	0.0%	\$3.00	16	15	\$0.19
43	Shorts International	0.0%	\$2.80	1	1	\$2.80
44	FUNimation Films	0.0%	\$2.60	5	5	\$0.52
45	Strasson Group	0.0%	\$2.30	1	0	\$2.30
46	Cohen Media Group	0.0%	\$2.10	13	11	\$0.16
47	Hammond	0.0%	\$2.00	1	1	\$2.00
48	Oscilloscope Pictures	0.0%	\$1.90	10	9	\$0.19
49	Kino Lorber	0.0%	\$1.50	38	28	\$0.04
50	Entertainment One	0.0%	\$1.50	4	3	\$0.38

\*1: 総売上と平均売上 (総売上÷配給本数) の金額は100万ドル単位

上位5社占有率  
76.4%

上位10社占有率  
94.2%

ク部門やクルーズ船運航会社を抱える総合エンターテインメント企業グループである。

昨年度売上第2位のワーナー・ブラザーズは、タイムワーナーグループの映画製作部門であり、TBSとして知られるターナー・ブロードキャスティング・システム、映画やドラマ専門チャンネルのHBO、ケーブルテレビのニュース専門チャンネルであるCNN、コミック出版会社のDCコミックなどで構成されており、現在のグループ全体をAT & Tが買収するとして交渉が進んでいる。タイムワーナー傘下の一部ケーブルチャンネルを手放すことでメディア独占禁止法に抵触しなくなるとの追加報道もあるが、通信業界自体の収益性について見通しが立たない現状では、視聴者を引き付ける映像制作部門と、ワーナー・ブラザーズが著作権を保有している5,000本を超えるといわれている映画作品が大きな魅力となっていることは言うまでもない。

そして中国ワンダグループの買収交渉も話題となっているパラマウントは、英国Viacom傘下であり、欧米のケーブルネットワークへのプレミアムVOD開始との観測もしばしば話題になっている。20世紀FOXはメディア王と称されるマドック氏が率いるニュースグループの傘下でありFOXニュースやHuluも関連企業である。ユニバーサルはケーブルテレビ大手のComcast傘下となり三大ネットワーク局の一角をしめるNBCや、エンターテインメント部門なども抱えるメディアグループである。

そして、最近すっかり取り残されているのがSony/Columbiaである。他のハリウッドメジャースタジオと異なり米国メディアグループとの連携がないために存在感は乏しい。

ハリウッドスタジオ上位50社の市場占有率と配給本数、売上を表に示しているが上位5社(ディズニー: Buena Vista、ワーナー・ブラザーズ、20世紀FOX、ユニバーサル、ソニー)で全米興行売上の76.4%を占めており、パラマウント、ライオンズゲート、フォーカスフューチャー

また、映画館と異なり iTunes での視聴となった場合の新たなセキュリティ手段をどのように構築し、かつライセンス料負担がない方向でプレミアムVODの配信を行うのが大きな課題となってくる。画像圧縮のコーディング形式についても、ネット配信の映像はライセンス料の発生するMPEG離れが加速しており、独自のセキュリティ対策が取りやすく、既存のメディア機器との互換性が取りにくい新方式が採

用される可能性が高いと筆者は考えている。

ご承知のように、昨年度売上首位のディズニーグループは、映画製作部門のThe Walt Disney Studio、Walt Disney Studio Pictures や Lucasfilm、Marvel Studio、Pixarなどの制作部門に加えて、全米三大テレビネットワークの一角を占めるABC、スポーツ専門チャンネルのESPN、ディズニーチャンネル、そしてテーマパー

2016年ディズニ-の百ドルを超え作品週間興行売上

Rogue One: A Star Wars Story: 累計\$505,165,563(上映中)

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
Dec 16-22	1	\$221,999,674	-	4,157	\$53,404	\$221,999,674
Dec 23-29	1	\$142,820,723	-38.8%	4,157	\$34,361	\$367,820,397
Dec 30-5	1	\$79,929,469	-47.9%	4,157	\$19,226	\$447,750,334
Jan 6-12(ann)	2	\$29,700,200	-62.7%	4,157	\$7,166	\$485,050,734

Finding Dory: 累計\$486,295,561

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
Jun 17-23	1	\$213,137,902	-	4,305	\$49,551	\$213,137,902
Jun 24-30	1	\$117,031,700	-45.1%	4,305	\$27,185	\$330,369,602
Jul 1-7	1	\$71,979,641	-38.6%	4,305	\$16,697	\$402,329,243
Jul 8-14	2	\$37,848,348	-46.8%	4,305	\$8,811	\$440,147,591
Jul 15-21	3	\$18,514,669	-42.6%	4,305	\$4,300	\$452,979,119
Jul 22-28	6	\$11,811,811	-36.2%	2,500	\$4,726	\$464,793,230
Jul 29-Aug 4	9	\$7,121,111	-39.7%	1,733	\$4,109	\$471,914,641
Aug 5-11	11	\$4,121,111	-42.6%	1,733	\$2,376	\$474,295,762
Aug 12-18	14	\$2,116,104	-39.5%	613	\$3,461	\$477,529,164
Aug 19-25	17	\$1,439,481	-32.0%	405	\$3,554	\$478,968,645
Aug 26-31	17	\$952,424	-33.8%	345	\$2,761	\$479,921,069
Sep 2-8	17	\$322,026	-23.0%	2,075	\$1,552	\$480,473,107
Sep 9-15	23	\$508,215	-49.2%	490	\$1,037	\$481,639,302
Sep 16-22	26	\$338,294	-29.5%	292	\$1,159	\$483,997,686
Sep 23-29	30	\$249,477	-30.4%	191	\$1,296	\$485,247,113
Oct 30-Oct 6	30	\$187,655	-24.8%	139	\$1,349	\$486,434,568
Oct 7-13	21	\$121,111	-36.2%	113	\$1,072	\$487,506,641
Oct 14-20	23	\$359,821	-23.4%	189	\$1,904	\$488,264,402
Oct 21-27	27	\$282,034	-21.6%	183	\$1,541	\$488,546,436
Oct 28-Nov 3	30	\$184,990	-34.4%	165	\$1,121	\$488,731,426
Nov 4-10	29	\$201,263	-9.0%	160	\$1,260	\$488,932,689
Nov 11-17	31	\$167,111	-15.9%	113	\$1,479	\$489,411,166
Nov 18-24	42	\$119,639	-33.7%	78	\$1,534	\$489,530,705
Nov 25-Dec 1	44	\$51,518	-56.9%	78	\$660	\$489,682,274
Dec 2-8	63	\$10,988	-78.7%	34	\$323	\$489,793,262

Captain America: Civil War: 累計\$408,344,949

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
May 6-12	1	\$223,329,078	-	4,226	\$52,846	\$223,329,078
May 13-19	1	\$99,949,075	-55.9%	4,226	\$23,651	\$323,278,153
May 20-26	2	\$43,545,655	-46.2%	4,226	\$10,303	\$333,583,808
May 27-Jun 2	4	\$23,873,208	-44.7%	3,295	\$7,243	\$340,857,016
Jun 3-9	6	\$11,209,990	-53.1%	2,084	\$5,381	\$346,247,006
Jun 10-16	9	\$6,623,822	-42.7%	2,011	\$3,293	\$349,540,828
Jun 17-23	10	\$4,121,111	-42.4%	1,434	\$2,874	\$350,412,702
Jun 24-30	13	\$2,119,628	-38.5%	752	\$2,806	\$351,532,530
Jul 1-7	16	\$1,284,776	-50.6%	367	\$3,498	\$353,021,304
Jul 8-14	22	\$681,020	-64.1%	238	\$2,861	\$353,902,324
Jul 15-21	29	\$421,251	-38.6%	119	\$3,543	\$354,423,875
Jul 22-28	32	\$178,828	-58.1%	118	\$1,516	\$355,940,393
Jul 29-Aug 4	38	\$124,873	-30.2%	85	\$1,469	\$357,410,366
Aug 5-11	25	\$38,687	-17.0%	174	\$221	\$357,632,143
Aug 12-18	30	\$288,182	-14.9%	162	\$1,779	\$357,920,365
Aug 19-25	31	\$181,956	-34.8%	115	\$1,582	\$358,502,361
Aug 26-Sep 1	42	\$117,170	-6.5%	81	\$1,447	\$359,949,352
Sep 2-8	42	\$166,209	36.5%	81	\$2,052	\$360,015,618
Sep 9-15	61	\$32,380	-80.5%	54	\$600	\$360,337,933
Sep 16-22	79	\$18,826	-48.0%	34	\$554	\$360,526,367

The Jungle Book (2016): 累計\$341,268,248

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
Apr 15-21	1	\$130,674,426	-	4,028	\$32,442	\$130,674,426
Apr 22-28	1	\$78,984,279	-39.6%	4,028	\$19,608	\$209,658,705
Apr 29-May 5	1	\$43,545,655	-42.2%	4,028	\$10,811	\$220,474,360
May 6-12	2	\$30,833,845	-42.2%	4,028	\$7,658	\$228,128,205
May 13-19	2	\$22,444,445	-27.2%	3,970	\$5,654	\$233,782,650
May 20-26	5	\$15,031,344	-33.1%	3,460	\$4,344	\$238,113,994
May 27-Jun 2	6	\$12,071,241	-20.0%	1,668	\$7,236	\$239,385,235
Jun 3-9	8	\$6,706,028	-42.7%	1,990	\$3,370	\$240,761,263
Jun 10-16	10	\$4,491,962	-33.0%	1,494	\$2,999	\$241,253,225
Jun 17-23	12	\$2,363,340	-47.4%	953	\$2,480	\$242,616,765
Jun 24-30	14	\$1,511,111	-32.6%	494	\$3,061	\$243,127,826
Jul 1-7	17	\$1,076,205	-47.5%	294	\$3,661	\$243,804,031
Jul 8-14	24	\$424,480	-60.6%	197	\$2,155	\$244,028,511
Jul 15-21	16	\$894,534	111.0%	276	\$3,241	\$244,322,995
Jul 22-28	22	\$681,021	-23.9%	233	\$2,923	\$245,004,016
Jul 29-Aug 4	29	\$421,251	-38.6%	119	\$3,543	\$245,545,559
Aug 5-11	23	\$373,202	-20.0%	200	\$1,866	\$246,411,761
Aug 12-18	29	\$291,487	-21.7%	180	\$1,620	\$247,033,248
Aug 19-25	36	\$181,026	-37.5%	154	\$1,198	\$247,224,442
Aug 26-Sep 1	30	\$401,209	120.0%	200	\$2,006	\$248,230,651
Sep 2-8	41	\$181,111	-55.1%	109	\$1,661	\$249,891,660
Sep 9-15	46	\$65,427	-64.9%	87	\$752	\$250,643,148
Sep 16-22	58	\$35,423	-45.9%	57	\$613	\$251,356,661
Sep 23-29	64	\$18,816	-47.7%	34	\$554	\$251,911,175

Zootopia: 累計\$341,268,248

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
Mar 4-10	1	\$92,615,126	-	3,827	\$24,200	\$92,615,126
Mar 11-17	1	\$49,856,054	-46.2%	3,827	\$13,025	\$142,471,180
Mar 18-24	1	\$33,631,714	-24.6%	3,959	\$8,493	\$176,102,894
Mar 25-31	2	\$36,299,901	-28.2%	3,660	\$9,921	\$186,024,815
Apr 1-7	2	\$25,701,172	-33.2%	3,698	\$6,955	\$192,975,987
Apr 8-14	3	\$17,507,031	-30.3%	2,424	\$7,222	\$200,183,018
Apr 15-21	5	\$10,500,500	-39.8%	2,205	\$4,763	\$204,943,518
Apr 22-28	4	\$8,687,883	-17.9%	2,981	\$2,913	\$207,857,401
Apr 29-May 5	6	\$6,435,201	-25.9%	2,487	\$2,588	\$210,442,990
May 6-12	6	\$6,806,649	-38.8%	2,077	\$3,278	\$213,719,639
May 13-19	9	\$4,121,111	-39.8%	1,315	\$3,135	\$216,850,774
May 20-26	8	\$2,343,117	-36.4%	1,377	\$1,702	\$218,553,891
May 27-Jun 2	10	\$1,386,077	-40.8%	572	\$2,423	\$219,940,313
Jun 3-9	15	\$1,211,837	-12.6%	400	\$3,030	\$220,152,350
Jun 10-16	17	\$1,076,205	-11.2%	315	\$3,417	\$221,228,765
Jun 17-23	13	\$1,529,633	66.6%	305	\$5,015	\$222,758,778
Jun 24-30	20	\$462,677	-69.8%	233	\$1,986	\$223,745,765
Jul 1-7	27	\$303,428	-34.4%	191	\$1,589	\$224,339,254
Jul 8-14	28	\$210,596	-21.5%	200	\$1,053	\$225,392,850
Jul 15-21	38	\$124,232	-42.8%	131	\$948	\$226,341,782
Jul 22-28	46	\$60,416	-51.4%	84	\$719	\$227,061,297
Jul 29-Aug 4	66	\$11,054	-81.7%	24	\$461	\$227,522,351

Star Wars: The Force Awakens: 累計\$248,694,956

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
Dec 18-24(ann)	1	\$90,856,054	-	4,134	\$21,974	\$90,856,054
Dec 25-31(ann)	1	\$261,112,215	-32.2%	4,134	\$63,162	\$351,968,269
Jan 1-7	1	\$118,417,714	-45.7%	4,134	\$28,642	\$380,615,983
Jan 8-14	2	\$55,517,798	-53.1%	4,134	\$13,438	\$394,053,781
Jan 15-21	3	\$39,999,505	-29.6%	3,822	\$10,230	\$404,293,286
Jan 22-28	2	\$19,618,816	-48.8%	3,365	\$5,832	\$404,912,102
Jan 29-Feb 4	3	\$14,407,037	-26.4%	2,155	\$6,637	\$411,519,139
Feb 5-11	4	\$9,573,495	-33.6%	2,262	\$4,232	\$411,614,634
Feb 12-18	5	\$9,161,311	-4.3%	1,811	\$5,057	\$411,705,945
Feb 19-25	9	\$5,195,589	-43.3%	1,618	\$3,211	\$411,801,534
Feb 26-3	11	\$1,328,991	-94.9%	55	\$24,142	\$411,825,676
Mar 4-10	13	\$2,481,795	-37.6%	1,021	\$2,431	\$412,307,471
Mar 11-17	15	\$1,898,927	-23.5%	760	\$2,499	\$412,556,468
Mar 18-24	14	\$1,499,341	-21.0%	568	\$2,640	\$412,805,709
Mar 25-31	11	\$1,328,991	-12.6%	415	\$3,202	\$413,134,904
Apr 1-7	14	\$932,870	-31.4%	462	\$2,021	\$413,327,774
Apr 8-14	19	\$493,300	-47.1%	346	\$1,426	\$413,821,174
Apr 15-21	24	\$288,223	-46.6%	260	\$1,103	\$414,010,197
Apr 22-28	28	\$160,596	-43.9%	200	\$803	\$414,270,793
Apr 29-May 5	32	\$161,794	-23.2%	158	\$1,020	\$414,432,587
May 6-12	34	\$133,891	-17.2%	117	\$1,144	\$414,566,478
May 13-19	34	\$122,883	-8.2%	78	\$1,575	\$414,689,353
May 20-26	31	\$110,677	-11.5%	82	\$1,339	\$414,800,030
May 27-Jun 2	33	\$20,397	-80.0%	20	\$1,017	\$414,820,427

Doctor Strange: 累計\$229,876,337(上映中)

開演日	順位	興行売上	前週変化率	上映回数	平均売上	興行売上
Nov 4-10	1	\$108,000,000	-	3,873	\$27,908	\$108,000,000
Nov 11-17	1	\$53,884,708	-51.0%	3,882	\$13,881	\$161,884,708
Nov 18-24	2	\$28,174,050	-47.7%	2,006	\$14,040	\$175,928,758
Nov 25-31	4	\$16,782,250	-46.4%	2,008	\$8,362	\$182,291,008
Dec 2-8	5	\$11,811,111	-30.9%	1,434	\$8,236	\$190,527,242
Dec 9-15	5	\$6,318,811	-29.1%	2,763		

2016年ユニバーサルの百万ドル超え作品週間興行売上

The Secret Life of Pets: 累計\$368,384,330										
興行週	順位	週間売上	前週変化率	上映回数	観客数	平均売上	累積売上	週	前週売上	前週順位
Jul 8-14	1	\$152,587,865	-	4,370	-	\$34,917	\$152,587,865	1		
Jul 15-21	1	\$78,790,880	-48.4%	4,046	-324	\$19,474	\$313,378,745	2		
Jul 22-28	2	\$46,589,000	-40.9%	4,048	21	\$11,509	\$277,967,745	3		
Jul 29-Aug 4	4	\$30,051,035	-35.5%	3,677	-371	\$8,173	\$308,018,780	4		
Aug 5-11	4	\$19,083,205	-36.5%	3,417	260	\$5,598	\$327,022,075	5		
Aug 12-18	6	\$13,849,955	-27.4%	2,958	-459	\$4,682	\$340,952,030	6		
Aug 19-25	9	\$8,508,975	-38.6%	2,404	-554	\$3,540	\$349,461,005	7		
Aug 26-Sep 1	11	\$5,546,485	-34.8%	2,091	-313	\$2,653	\$355,007,490	8		
Sep 2-8	12	\$5,290,285	-4.6%	2,069	-22	\$2,557	\$360,297,775	9		
Sep 9-15	16	\$1,858,585	-64.9%	1,410	-659	\$1,318	\$362,156,360	10		
Sep 16-22	16	\$1,482,340	-20.2%	1,005	-405	\$1,475	\$363,630,700	11		
Sep 23-29	15	\$847,500	-42.8%	747	-258	\$1,135	\$364,486,200	12		
Sep 30-Oct 6	18	\$562,735	-33.6%	462	-285	\$1,218	\$365,046,935	13		
Oct 7-13	20	\$483,020	-14.2%	339	-123	\$1,425	\$365,531,955	14		
Oct 14-20	24	\$351,175	-27.3%	276	-63	\$1,272	\$365,883,130	15		
Oct 21-27	25	\$368,905	5.0%	275	-1	\$1,341	\$366,252,035	16		
Oct 28-Nov 3	26	\$284,735	-22.8%	245	-30	\$1,162	\$366,536,770	17		
Nov 4-10	24	\$262,855	27.4%	237	-8	\$1,131	\$366,899,625	18		
Nov 11-17	22	\$373,355	2.9%	221	-16	\$1,689	\$367,272,980	19		
Nov 18-24	27	\$375,270	0.5%	201	-20	\$1,867	\$367,648,250	20		
Nov 25-Dec 1	27	\$258,775	-31.0%	209	-8	\$1,238	\$367,907,025	21		
Dec 2-8	32	\$148,595	-42.6%	189	-20	\$786	\$368,055,620	22		
Dec 9-15	30	\$111,160	-25.2%	183	-6	\$607	\$368,166,780	23		
Dec 16-22	36	\$109,755	-1.3%	165	-18	\$657	\$368,276,535	24		
Dec 23-29	36	\$107,795	-1.8%	107	-58	\$1,007	\$368,384,330	25		

Jason Bourne: 累計\$162,434,410										
興行週	順位	週間売上	前週変化率	上映回数	観客数	平均売上	累積売上	週	前週売上	前週順位
Jul 29-Aug 4	1	\$80,706,020	-	4,026	-	\$20,046	\$80,706,020	1		
Aug 5-11	2	\$32,456,325	-59.8%	3,524	-502	\$9,210	\$113,162,345	2		
Aug 12-18	4	\$19,740,940	-39.2%	3,528	4	\$5,596	\$132,903,285	3		
Aug 19-25	8	\$11,223,950	-43.1%	2,887	-641	\$3,888	\$144,127,235	4		
Aug 26-Sep 1	9	\$7,043,420	-37.2%	2,445	-442	\$2,881	\$151,170,655	5		
Sep 2-8	11	\$5,810,635	-17.5%	1,976	-469	\$2,941	\$156,981,290	6		
Sep 9-15	15	\$2,328,625	-59.9%	1,510	-466	\$1,542	\$159,309,915	7		
Sep 16-22	17	\$1,464,625	-37.1%	1,008	-502	\$1,453	\$160,774,540	8		
Sep 23-29	17	\$715,960	-51.1%	623	-385	\$1,149	\$161,490,500	9		
Sep 30-Oct 6	26	\$294,095	-58.9%	515	-308	\$934	\$161,784,595	10		
Oct 7-13	36	\$187,810	-36.1%	186	-129	\$1,010	\$161,972,405	11		
Oct 14-20	43	\$116,090	-38.2%	131	-55	\$886	\$162,088,495	12		
Oct 21-27	47	\$104,425	-10.0%	120	-11	\$870	\$162,192,920	13		
Oct 28-Nov 3	42	\$84,790	-18.8%	104	-16	\$815	\$162,277,710	14		
Nov 4-10	43	\$72,600	-14.4%	92	-12	\$789	\$162,350,310	15		
Nov 11-17	51	\$47,540	-34.5%	70	-22	\$679	\$162,397,850	16		
Nov 18-24	61	\$19,710	-58.5%	35	-35	\$563	\$162,417,560	17		
Nov 25-Dec 1	69	\$7,865	-60.1%	16	-19	\$492	\$162,425,425	18		
Dec 2-8	78	\$4,970	-36.8%	10	-6	\$497	\$162,430,395	19		
Dec 9-15	85	\$2,620	-47.30%	7	-3	\$374	\$162,433,015	20		
Dec 16-22	82	\$1,295	-46.80%	4	-3	\$349	\$162,434,410	21		

Sing: 累計\$238,240,880 (上映中)										
興行週	順位	週間売上	前週変化率	上映回数	観客数	平均売上	累積売上	週	前週売上	前週順位
Dec 16-22	3	\$20,612,640	-	4,022	-	\$5,125	\$20,612,640	0		
Dec 23-29	2	\$102,988,850	400%	4,022	-	\$25,606	\$123,601,490	1		
Dec 30-Jan 5	2	\$70,198,155	-31.8%	4,029	7	\$17,423	\$193,799,645	2		
Jan 6-12(2017)	3	\$25,415,875	-63.8%	3,955	-74	\$6,426	\$219,215,520	3		

ペアリングやミラーリングなどについてはアップル社製品のファームウェア対応により、何とかかなりそうであるが、HDMIについてはコンテンツ視聴制限対応では無いとして接続を認証しないとするのか、サードパーティーによる視聴制限回避の製品に対する対応などの課題については厄介な問題となりそうである。

また、家庭向けTVや録画機器に付随しているNTSCレベルでのアナログビデオ出力端子への出力停止については対応が難しくそうである。家庭用ビデオカメラによる再撮映像については市場価値があるとは思えないが後進国向けとしての一定の市場価値はありそうであるところが厄介な問題となる。

次に、映画館で封切り映画を先駆けて鑑賞する映画ファンにとっては2週間後に\$50以上支払うものの自宅のリビングで鑑賞できるとなると映画館の集客減、映画館の売り上げ低減とどのように関連するのかが議論が分かれるところである。米国の平均世帯人数を5名とすると映画館チケット代金の総額は約\$55となり、映画館にと

2016年Sony/Columbiaの百万ドル超え作品週間興行売上

Ghostbusters (2016): 累計\$128,350,574										
興行週	順位	週間売上	前週変化率	上映回数	観客数	平均売上	累積売上	週	前週売上	前週順位
Jul 15-21	2	\$65,256,739	-	3,963	-	\$16,466	\$65,256,739	1		
Jul 22-28	5	\$31,114,732	-52.3%	3,693	-270	\$8,425	\$96,371,471	2		
Jul 29-Aug 4	8	\$15,540,465	-50.1%	3,052	-641	\$5,092	\$111,911,936	3		
Aug 5-11	9	\$7,497,065	-51.8%	2,945	-507	\$2,546	\$119,409,002	4		
Aug 12-18	12	\$3,451,432	-54.0%	1,437	-1,108	\$2,402	\$122,860,434	5		
Aug 19-25	16	\$1,542,187	-55.3%	788	-649	\$1,957	\$124,402,621	6		
Aug 26-Sep 1	21	\$772,006	-49.9%	434	-354	\$1,779	\$125,174,627	7		
Sep 2-8	21	\$1,528,268	98.0%	1,091	657	\$1,401	\$126,702,895	8		
Sep 9-15	27	\$356,692	-76.7%	356	-735	\$1,002	\$127,059,587	9		
Sep 16-22	31	\$256,397	-28.1%	225	-131	\$1,140	\$127,315,984	10		
Sep 23-29	34	\$168,255	-34.4%	165	-60	\$1,020	\$127,484,239	11		
Sep 30-Oct 6	25	\$299,516	78.0%	202	37	\$1,483	\$127,783,755	12		
Oct 7-13	32	\$249,620	-16.7%	171	-31	\$1,460	\$128,033,375	13		
Oct 14-20	37	\$150,603	-39.7%	145	-26	\$1,039	\$128,183,978	14		
Oct 21-27	50	\$88,783	-41.0%	117	-28	\$759	\$128,272,761	15		
Oct 28-Nov 3	50	\$52,351	-41.0%	91	-26	\$575	\$128,325,112	16		
Nov 4-10	56	\$25,462	-51.4%	47	-44	\$542	\$128,350,574	17		

The Angry Birds Movie: 累計\$107,509,366										
興行週	順位	週間売上	前週変化率	上映回数	観客数	平均売上	累積売上	週	前週売上	前週順位
May 20-26	1	\$47,653,309	-	3,932	-	\$12,119	\$47,653,309	1		
May 27-Jun 2	3	\$29,249,417	-38.6%	3,932	-	\$7,439	\$76,902,726	2		
Jun 3-9	5	\$14,566,897	-50.2%	3,484	-448	\$4,181	\$91,469,623	3		
Jun 10-16	7	\$10,021,224	-31.2%	3,083	-401	\$3,250	\$100,490,847	4		
Jun 17-23	11	\$2,988,946	-70.2%	2,021	-1,062	\$1,479	\$104,479,793	5		
Jun 24-30	16	\$887,821	-70.3%	443	-1,578	\$2,004	\$105,367,616	6		
Jul 1-7	22	\$568,802	-35.9%	278	-165	\$2,046	\$105,936,416	7		
Jul 8-14	28	\$319,475	-43.8%	203	-75	\$1,574	\$106,255,891	8		
Jul 15-21	32	\$203,535	-36.3%	154	-49	\$1,322	\$106,459,426	9		
Jul 22-28	25	\$404,611	98.8%	202	48	\$2,003	\$106,864,037	10		
Jul 29-Aug 4	29	\$264,254	-34.7%	178	-24	\$1,485	\$107,128,291	11		
Aug 5-11	33	\$169,593	-35.8%	154	-24	\$1,101	\$107,297,884	12		
Aug 12-18	41	\$124,945	-26.3%	109	-45	\$1,146	\$107,422,830	13		
Aug 19-25	51	\$44,718	-64.2%	69	-40	\$648	\$107,467,556	14		
Aug 26-Sep 1	69	\$21,161	-53.7%	45	-24	\$470	\$107,488,717	15		
Sep 2-8	82	\$7,210	-65.9%	20	-25	\$361	\$107,495,927	16		
Sep 9-15	81	\$13,349	86.4%	24	4	\$560	\$107,509,366	17		

って最大の収益源であるコーラとポップコーンの売り上げを加味すると総額で\$70~80となるのは必須である。

それに対して家庭のリビング視聴では映画館への移動が無く、かつ家族全員のものにも左右されずに鑑賞できる利点はあるものの、映画館での圧倒的な大画面かつ大音量で鑑賞できるわけでは無い欠点も多い。ただし、家族が寝静まった後に、デジタルサラウンド対応の高級ヘッドフォンで、マニア向けテストパターンにより自分で納得できる諸調再現と色再現に設定した大画面テレビに不要な映り込みが無いようにリビングの照明を消灯して鑑賞できるとしたら\$50前後の課金が発生してもぜひプレミアムVODで鑑賞したいと考える映画ファンは百万人単位で存在するのでは、と考えられる。

ワーナー・ブラザーズの2015年度証券報告書に記載されている映画製作部門の2013~2015年の売り上げ構成推移を図に示しているが、映画興行による作品レンタル料金売上は2013年が\$2.158百万ドルであったが2015年は\$1.578百万ドルと漸減しており、最も深刻なのは、年率25%で市場は縮小しているDVD市場の影響によりDVDと電子配信による旧作を含めた二次利用売上が漸減していることである。

2016年パラマウントの百万ドル超え作品週間興行売上

Star Trek Beyond: 累計\$158,848,340										
興行週	順位	週間売上	前週変化率	上映回数	観客数	平均売上	累積売上	週	前週売上	前週順位
Jul 22-28	1	\$81,720,378	-	3,928	-	\$20,805	\$81,720,378	1		
Jul 29-Aug 4	3	\$35,980,986	-56.0%	3,928	-	\$9,160	\$117,701,364	2		
Aug 5-11	5	\$15,178,585	-57.8%	3,263	-665	\$4,652	\$132,879,949	3		
Aug 12-18	8	\$10,051,421	-33.8%	2,577	-686	\$3,900	\$142,931,370	4		
Aug 19-25	11	\$5,698,679	-43.3%	1,966	-611	\$2,899	\$148,630,049	5		
Aug 26-Sep 1	15	\$3,213,273	-44.6%	1,277	-689	\$2,516	\$151,843,322	6		
Sep 2-8	14	\$3,802,305	18.3%	1,202	-75	\$3,163	\$155,645,627	7		
Sep 9-15	19	\$1,288,059	-66.1%	748	-454	\$1,722	\$156,933,686	8		
Sep 16-22	22	\$856,397	-33.5%	508	-240	\$1,686	\$157,790,083	9		
Sep 23-29	23	\$428,350	-50.0%	338	-170	\$1,267	\$158,218,433	10		
Sep 30-Oct 6	24	\$307,572	-28.2%	280	-58	\$1,098	\$158,526,005	11		
Oct 7-13	35	\$197,929	-35.6%	191	-89	\$1,036	\$158,723,934	12		
Oct 14-20	41	\$124,402	-37.1%	151	-40	\$824	\$158,848,340	13		

冒頭でも紹介したセルロイド・ジャンキーによるプレミアムVOD記事に記載されているFBR & Co. estimates for 2015 film revenueによるワーナー・ブラザーズの映画部門売上分析では映画興行による収益が44.4%、DVDと電子配信による収益が38.2%、TVでの再放送収益が17.4%となっており、作品の出来不出来に左右される映画興行収益を補完し映画作品としての「鮮度」・「注目度」が高いうちにDVDに代表されるパッケージメディアを代替えるプレミアムVODに期待することは当然であるといえる。

3月末からラスベガスのシーザースパレスで開催される世界最大の映画興行関連展示会である「CinemaCon2017」において、プレミアムVODに関連したどのような報道発表がされるのか、はたまた期間中に配給側と興行側関係者の間でどのような議論がなされるのかは興味深いところであるが、数年前からハリウッド関係者でささやかれている「ミリオンセールス作品がもっと必要」との声については昨年1月号の連載記事で紹介しているハリウッド映画の直接制作経費と広告宣伝配給経費の過大な負担に対してメジャースタジオの懐具合が厳しくなっている背景がある。最大の要因は過去作品を含めた二次利用・三次利用での稼ぎ頭であったパッケージメディアが年率25%で市場が縮退していることにあり、今月号で取り上げたプレミアムVODへの流れはメジャースタジオの生き残りのためには必然の方策であると考えざるを得ない。

**Ichiro Kawakami**  
デジタル・ルック・ラボ