

【 パ ッ ケ ー ジ ソ フ ト 】

# レ ン タ ル 市 場 1 月 度 レ ポ ー ト

◆————◆  
< 2012年2月17日 >

過剰な料金競争が“勝者のない戦い”に  
行き着いている

KRI 

キネマ旬報映画総合研究所

レンタル市場  
1月度レポート

## 【ランキング／『トランスフォーマー／ダークサイド・ムーン』が2ヵ月連続の首位】

1月度の貸出数で首位となったのは、2ヵ月連続となる『トランスフォーマー／ダークサイド・ムーン』。興行収入が20億円を超えた超大作は、12月リリース作品中では本作のみで、その強さを遺憾なく発揮している。2位は『世界侵略：ロサンゼルス決戦』。月末リリースで集計期間の短かった前月の6位からジャンプアップ。12月度のレポートで「高い瞬発力を示しており、今後に期待できる」と評したが、その通りになった。ほぼ全編で繰り広げられるバトルシーン、エイリアンなどの独特なクリーチャー、ハイテンポな展開など、アクション好きなレンタルユーザーが好む要素がことごとく詰め込まれており、旧作になってもじわじわと回転し続けるタイプの作品になるだろう。3位には、製作総指揮にジェームズ・キャメロンがクレジットされたサバイバルアドベンチャー『サンクタム』が入った。4位は邦画の『アンダルシア 女神の報復』。『世界侵略～』同様、前月の10位から大きく順位を伸ばした。5位は前月からひとつ順位を落としたものの、上位をキープしている『パイレーツ・オブ・カリビアン／生命（いのち）の泉』。6位は初登場の『グリーン・ランタン』。原作は「スーパーマン」や「バットマン」に代表されるアメコミレーベル“DCコミック”の人気作で、監督は『007 カジノロワイヤル』などのマーティン・キャンベルが務めている。数あるアメコミ系作品同様、単純明快&勧善懲悪のストーリーで、気軽に楽しめるレンタル向きの1本といえるだろう。

その他の初登場作品では、アカデミー賞6部門ノミネートの『127時間』が10位、前作が高回転したファミリーアニメ『カンフー・パンダ2』が12位。本作は集計期間が短いため、次月は確実に順位を上げてくるはずだ。18位に食い込んだのは、『トランスフォーマー』シリーズのマイケル・ベイが製作したヒーローアクション『アイ・アム・ナンバー4』。こちらも集計期間が半月以下だが、瞬発力という点では物足りない結果。因みに興行収入は3億円と、6位の『グリーン・ランタン』の2倍もあり、公開スクリーン数も、100スクリーンほど上回っている。また、ジャンルの的にもやや近く、キャストバリューも似たようなもの。集計期間が7日間少ないとはいえ、これだけの順位の開きは大きい。10億円単位の差があれば別だが、公開規模や興行収入で計れる認知度や期待度よりも、ジャケットデザインやストーリーなどがレンタルユーザーに好まれるかどうか重要な要素になっているようだ。

## 【1月度市況／低料金施策がソフトメーカーにも影を落とす？】

2月6日にゲオの2012年3月期第3四半期決算が発表された。これによると、2011年10月～12月のレンタル売上は前年比、95.3%、97.0%、95.0%（既存店ベース）だったという。この間、月次の発表ではレンタルの情報はほとんどなかったが、昨秋以来、レンタル市場全体が冷え込む中、ゲオもマイナスを被っているだろうという見方をしていた。今回の発表でその予測が正解であったことがわかったが、とはいえ、他のレンタルチェーンに比べればまだしも好調といえる。現在のレンタル不況はゲオの低料金戦略に端を発していることは間違いないが、言い方を換えれば、ゲオはレンタル市場のプライスリーダーであるということが出来る。それだけに、低料金下での店舗運営の準備に余念がなく、常に先手を取っているということがゲオの好調の要因と見てよいだろう。

さて、1月度だが、ゲオは既存店合計で104.7%。伸長の要因をTVゲームのラインナップが豊

富であったとしており、今月もレンタルには触れていない。ウェアハウスも好調で、同じく既存店ベースでは99.1%。但し、こちらも好調要因はTVゲームの「堅調」ということで、レンタル事業は「軟調」としている。三洋堂は94%と最近数ヵ月間と同水準。TSUTAYAのFCチェーンであるトップカルチャーは89.2%と、90%台を割り込む結果になっている。TSUTAYA全体では90～92%と推測されるが、いずれにしても上場している大型チェーンでも、前年実績を上回ることはできなかったと考えてよいだろう。一般店の状況は、さらに5～10%低く見積ってよい。一部の例外を除けば、好調店でも95%強、平均すると85～90%くらいになるのではないだろうか。総じて、料金競争が激しい店舗は落ち込みが大きく、緩い店舗は小さい。前述の通り比較的好調といえるゲオも前年割れしており、値下げ競争は、いよいよ“勝者のない戦い”に突入している観がある。

また、この戦いがソフトメーカーにも影を落とす可能性が見えてきた。本来「仕入に失敗しても赤字を生じないシステム」であったレベニュー・シェアリング（以下レベニュー）においても、赤字を計上する店舗が出てきていることがそれだ。レベニューは、ソフトメーカーが無償又は無償に近い価格でレンタル店に商品を提供し、貸し出しが生じるごとに売上をシェアするという導入方式。メーカーから商品を買取る通常の仕入方式であれば、売上が仕入価格を下回るケースが出てくるが、“生じた売上”をシェアする方式のレベニューではそれが無い。従って赤字が出るわけがないのだが、最近は散発している。

レベニューは売上をショップとメーカーがシェアするため、レンタル料金によって、メーカーの取り分も変化する。そこでメーカーは、ショップがあまりに低い価格を設定しないようMG（ミニマムギャランティ）として貸し出し1回あたりの最低支払い金額を設けている。例えばMGが150円で、レンタル料金が100円だった場合、ショップは1枚貸し出すたびに50円の赤字を被る、といった仕組みだ。

問題は、このMGがレンタル料金が200～300円前後だった頃に設定されたことで、現在の100円以下という料金は想定されていない。そのため、エリアによってはMGを下回る料金設定をせざるを得ない店舗が現れてしまう。そうしたエリアのショップは逆ザヤに陥り、貸せば貸すだけ赤字が拡大することになってしまうのだ。では、レベニューを使わずに通常仕入ではどうか、ということになるが、レベニューで導入できない作品は通常仕入では余計に導入できないというのが実態。こうした現実を前に、ショップはメーカーにMGの見直しを要求している。要求の内容はふたつに大別され、ひとつは自店のMGを低く設定しなおすこと。もうひとつは、低料金をリードしているチェーンのMGを引き上げて、行き過ぎた低料金施策をとれなくすることだ。メーカーも低料金では収入が上がらないため値上げは大歓迎だが、後者のパターンでプライスリーダーの導入条件を動かすのは簡単ではない。売り手であるメーカーと、買い手のレンタルチェーンのパワーゲームになる。こうした圧力に対してメーカーはどのように対応していくのか、注目しておく必要があるだろう。

#### 【足並みの揃わないBD戦略】

2月2日、BDの普及拡大を目指すソフトメーカーの団体「DEGジャパン」が中心になって「ブルーレイ拡大会議」が開催され、2013年にBDの市場シェアがDVDを超えるなどの宣言がなさ

れた。同会議でのGfK発表によると、BDが再生できるハード機器の普及は非常に順調で、ユーザーの視聴環境は急速に整いつつあるという。また、ソフトは音楽系などのジャンルでDVDが優位にあり、これらが今後の伸びしろとなるとの考えを示した。当研究所もプレゼンテーションを行ったが、主旨は以下の通り。BDの認知度は十分に高いが、実際に映像を体験したかどうかの経験率は、認知度ほど高くない。また、BDの映像を体験させると、ほとんどの人がクオリティの高さに驚くという調査結果を踏まえ、BDの拡大には経験率の向上が不可欠であり、そのためにはレンタル店のBD在庫の充実が重要、というもの。

果たして、これらのプレゼンテーションに対する意見は多様であった。レンタル店からは、「お客様はレンタルBDとしてリリースされる作品がセルに比べて著しく少ないことに不審を抱いている。はやく充実させるべき」という賛同意見もあれば「BD拡大にレンタル店の店頭在庫が重要であることは理解できるが、それがレンタル店にどのような利益をもたらすのか不明」といった意見もあった。また、メーカー間でも必ずしも足並みは揃っておらず、概ねメジャースタジオ系のメーカーは推進派で、邦画・アニメ系のメーカーは慎重な姿勢をとっていることが多い。BDマーケットの拡大を望むとする事に関してはほぼ見解の一致が見られるものの、その手段としてレンタルがふさわしいかどうかは意見が分かれるといったところ。ともあれ、市場の拡大、活性化は誰もが望むことだけに、それぞれの背景を背負いつつも、前向きに調整を進めていてもらいたいと思う。