

JAS Information

協会事業関連資料集 3

平成 23 年度事業計画書

(平成 23 年 4 月 1 日から平成 24 年 3 月 31 日まで)

私たちは、永らく公益社団法人 日本オーディオ協会として活動してきましたが、いよいよ今期から、一般社団法人日本オーディオ協会として新たな道に踏み出そうとしています。そして来期には創立 60 周年という大きな節目を迎えることとなります。先人たちが築いたオーディオ文化ですが、国内市場は最盛期の 1/3 に縮小してしまいました。昨年はようやく長いトンネルを抜け、5 年ぶりに前年比を超えることができ、率直に評価します。

デジタル化と小型化は、勢い商品の性格を「質から機能」へと大きく転換してきました。この結果、生活スタイルは一変し、極めて利便性の高い生活ができるようになりました。一方で私たちは、多くのものを失ってきたことも事実です。時代の流れに対応するために、昨年は「変化と不変」を活動の原点に据え、法人見直しを行い、定款自体の変更も行いました。

今期も「変化と不変」と「感性価値の創造」を基本的な考え方として、新生日本オーディオ協会の初年度として、次代に継承すべき中期計画の策定を進めます。そして現状方針を検証し、整合性をとりながら 60 周年を期にスタートさせるための準備と、具体的な 60 周年記念事業を行ないます。

また、これを進めるためには喫緊の課題として健全な財政の裏付けと、国難とも言われる東北・関東大震災の影響把握と対応が必要です。現行運営状況を再度検証し、次代に耐えられるようしていきます。特に震災の影響は消費者の心理的状況も勘案して計画の具現化では慎重に対応していきます。

(1) デジタルホームシアター普及委員会

昨年は薄型テレビが 25,193 千台も出荷され、この内 30 インチ以上の構成比は 68.2%という驚異的な市場が構成されました。これに触発され、スピーカーシステムも一昨年に引き続き 118.3%の伸張というオーディオカテゴリー内トップの伸張となっています。これはホームシアター市場がいよいよ開花してきたものと認識できます。一方で、単純計算でも大型テレビ (30 インチ以上) へのスピーカーシステム装着率は僅か 3.5%に過ぎません。日本は住宅事情もありますが、米国と比べても極めて低いホームシアター市場といえます。

私たちはビジョンや基本的な考え方で表明しているとおり、オーディオと映像の融合を目指しています。リビングから専用ルームまで良質な音場空間構築に向けた健全なホームシアター市場の普及を目指しています。今期は本格的に日本オーディオ協会らしい技術的な裏付けを基にガイドラインの設置と、流通とタイアップした普及促進に向けた人材育成を進めます。

なお、これまで JEITA と共に活動してきたサラウンド・サウンド WG は、発展的解消をし、技術部会とともに、サラウンド・サウンド部会として普及に努めるものとします。

(2) 第三世代オーディオ普及委員会

昨年は MAPI 活動でモバイルオーディオ音源のあり方を検証し、標準信号設定など高度化を進めました。今期は、昨今の音源多様化状況を検証し、オ

オーディオ協会らしいパッケージのみでは無い新たな音源の確認と、ハード機器とのインターフェースのあり方を検証します。特にネット系配信音源については乱立状況であり、用語、呼称など消費者不信を招かないよう JEITA と共同で整理検証を進めます。

(3) ソフト普及委員会

昨年は「オーディオ&ホームシアター展 TOKYO」において、プロ録音賞エントリー作品の試聴会と大学クラブによる高音質作品の試聴会を行ないました。今年度は引き続き、これらの開催と共に、さらに專業部会共催による試聴会を企画します。またホームシアターサウンド JP による高音質作品の紹介など高音質ソフトの発掘紹介、及び会員サービス強化に向けた推奨ソフトの頒布強化策の検討をします。さらに第三世代オーディオ普及員会とも連携した、パッケージのみでは無い新たな音源の検証も進めます。

(4) 專業部会

前期は対応が弱かった專業企業向け対策として、專業企業が抱える課題の整理ができました。今期は課題解決に向け、具体的な活動を進めます。まずは良い音体験の場づくりをベースに、企業の技術研鑽と発表の機会としてセミナー、カンファレンスなどの開催を検討します。これらは「オーディオ&ホームシアター展 TOKYO」の中で具現化に努めます。また、原点に帰り、音の評価のあり方について、表現方法や用語について、消費者が分かりやすい使用方法など一定の考え方の整理に取り組みます。そして、新たに出現しているネット系オーディオや USB オーディオ等について、他団体とも協力の上、呼称や規格のあり方を検証していきます。

(5) 生録普及部会

これまで部会として、生録文化を復活させるべく生録会を4回開催し、認知浸透に努めてきました。昨年は、デジタルレコーダー分類で概ね120万台の出荷を見ることができ、一大カテゴリーに育ちまし

た。今までは、どちらかといえばマニア層による市場リードで先行してきましたが、今後は一般層にこの文化を広げる必要があります。それには、まだまだ誤解があるアーティストや著作権管理団体などとの協議が必要と考えます。ライブハウスやコンサートなどでの生録付チケットなど新市場開発を目指し、他団体等との協議の場の設置を検討します。また、生録されたソフトを自分用に活用するための編集とソフト作りのための技術セミナー等の開催も検討します。なお、これらを進めるために、現状の推進体制が適切かどうかを検証していきます。

(6) 60周年プロジェクト

協会は来年度に設立60周年を迎えます。先人の業績を称え、次代に継承していくために、60周年に相応しい事業の検討と具現化を目指し、プロジェクトを立ち上げます。具体的内容は財政の裏付けを含め、プロジェクトにゆだねますが、50周年誌以降の編纂を基本に、少なくとも上期中にプラン策定を終え、下期には具現化を進めます。

(7) 音の日委員会

協会は他団体と協業し、1994年に「音の日」を制定し、1996年から「音の匠」を顕彰してきました。現在は「プロ録音賞」も共催し、着実に「音の文化」の認知拡大に努めてきました。今一度原点に帰り「音の文化」とは何かを見直し、60周年記念プロジェクトとも連動した「音の日」に相応しい事業を展開します。

(8) 展示会実行委員会

日本オーディオ協会発足の地である秋葉原に場所を移し、2回の展示会を開催しました。昨年は一昨年と違い、入場者も28,700人と113%の成果を上げることができました。また、単なる商品展示会から「試聴体験の場づくり」、「技術研鑽の場づくり」、「地産地消の場づくり」、「コミュニケーションの場づくり」などを掲げ、回遊型で展開してきました。

これは地元や出展者、消費者からも評価されつつあります。今期はさらにこれらに磨きをかけ、「新市場開発」、「企業化育成」、「ファンづくり」として協会の主力事業として会員企業全員参加で推進します。

(9) 広報委員会

これまで述べてきた事業計画を推進する上で欠かせないことは会員同士の情報共有と、消費者に対する認知拡大のための広報活動です。昨年はサラウンドサウンドJPを、ホームシアターサウンドJPに改め、アクセス件数の144%向上という大きな成果も出せました。また、JASジャーナルも苦しい財政事情ながら内容の見直しを図り、執筆者の拡大もあり、読者からの信頼性も上がりました。

今期は先ず理事企業から広報委員の選出をし、広報体制の強化を目指します。さらに、傘下にHPワーキング会議を設置し、協会HPの強化を目指します。具体的にはホームシアターサウンドJPや生録サイト、音展サイトなどの強化や会員サービス強化策など、実の上がる対策を検討していきます。