

Japan Audio Society

JAS

journal

平成24年7月1日発行
通巻416号
発行 日本オーディオ協会

2012
Vol.52 No.4
7

- 2012年度 サラウンドの日 体感視聴会 報告 小谷野 進司
- “ホームシアター”を楽しもう!! 白岩 紀人
- 音楽をサラウンドサウンドで聴こう 石井 久雄
- 音楽メディア活性化を目指したブルーレイディスク
古沢 賢太郎 照井 和彦 前田 康二
- ハイエンド、それはオーディオ仲間が集い楽しむ憩いの場
ドイツ、ミュンヘン High End 2012 レポート 森 芳久
- 連載：「試聴室探訪記」～谷口ともりの、魅惑のパノラマ写真の世界～ 第12回
- 加藤 滋郎のリスニングルーム訪問 谷口ともり 森 芳久
- Member's Plaza
- ダミーヘッドマイクを作って見よう 峯岸 英雄
- JAS インフォメーション
- 2012年度 通常総会報告・6月度理事会報告
- 協会事業関連資料集
 - ・1 平成23年度事業報告書
 - ・2 平成23年度収支計算書
 - ・3 平成24年度事業計画書
 - ・4 平成24年度収支予算書
 - ・5 平成24年度役員一覧
 - ・6 平成24年度協会組織図
 - ・7 中期事業計画書（抜粋・編集版）



一般社団法人

日本オーディオ協会



12月6日
音の日

C O N T E N T S



(通巻 416号)

2012 Vol.52 No.4 (7月号)

発行人：校條 亮治

一般社団法人 日本オーディオ協会

〒101-0045 東京都中央区築地 2-8-9

電話：03-3546-1206 FAX：03-3546-1207

Internet URL
<http://www.jas-audio.or.jp>

- 3 2012年度 サラウンドの日 体感視聴会 報告 小谷野 進司
8 “ホームシアター”を楽しもう!! 白岩 紀人
13 音楽をサラウンドサウンドで聴こう 石井 久雄
- 18 音楽メディア活性化を目指したブルーレイディスク
古沢 賢太郎・照井 和彦・前田 康二
- 24 ハイエンド、それはオーディオ仲間が集い楽しむ憩いの場
ドイツ、ミュンヘン High End 2012 レポート 森 芳久
- 30 連載：「試聴室探訪記」
～谷口とものり、魅惑のパノラマ写真の世界～ 第12回
加藤 滋郎のリスニングルーム訪問 谷口とものり 森 芳久
- Member's Plaza
- 32 ダミーヘッドマイクを作って見よう 峯岸 英雄
- JAS インフォメーション
- 39 2012年度 通常総会報告・6月度理事会報告
協会事業関連資料集
- 41 ・1 平成23年度事業報告書
43 ・2 平成23年度収支計算書
44 ・3 平成24年度事業計画書
47 ・4 平成24年度収支予算書
48 ・5 平成24年度役員一覧
49 ・6 平成24年度協会組織図
50 ・7 中期事業計画書(抜粋 編集版)

7月号をお届けするにあたって

5月1日「サラウンドの日」に東京・日比谷でJEITAと共催で「ホームシアターセミナー&体感視聴会」を開催しました。それぞれに興味深い講演と実演の中から3名の方に執筆いただきました。

ブルーレイディスクプレーヤーの普及が進む中で、高音質・高画質の音源として開発が進められる新しい音楽ディスクメディアの紹介記事をいただきました。

会員の峯岸英雄様よりダミーヘッドマイクの自作記を「Members Plaza」に投稿いただきました。「Members Plaza」では会員の皆様自慢のオーディオライフ紹介の投稿大歓迎です。

試聴室探訪記は加藤 滋郎のリスニングルームを訪ねました。試聴室探訪記では、自薦、他薦を問わず皆様からの取材希望をお待ちしています。編集事務局へご一報下さい。

6月の定時総会で承認された協会事業関連資料を掲載しました。今後の協会運営を方向付ける中期事業計画書も抜粋 編集して掲載しましたので合わせてご覧下さい。

今月号の連載「テープ録音機物語」は休載させていただきます。

編集事務局

☆☆☆ 編集委員 ☆☆☆

(委員長) 君塚 雅憲

(委員) 穴澤 健明・伊藤 昭彦 ((株) ディ・アンドエムホールディングス)・稲生 真 ((株) 永田音響設計)・
大林 國彦・春井 正徳 (パナソニック (株))・川村 克己 (パイオニア (株))・高松 重治 (アキュフェーズ (株))・
濱崎 公男 (日本放送協会)・藤本 正熙・森 芳久・山崎 芳男 (早稲田大学)

2012 年度サラウンドの日体感視聴会報告

DHT サラウンドサウンド部会主査 / パイオニア (株)

小谷野 進司

2011年7月24日からの地上デジタル放送への完全移行も無事完了し、オーディオ業界も長年の低迷から上向き傾向が見え始めています。ネットワークを使ったAVの視聴スタイルも大きな注目を浴び、久しぶりにオーディオ業界も活況を呈していることは喜ばしい限りです。しかし、TV業界が厳しい決算となった中で開催された今年度の「サラウンドの日体感視聴会」は開催前の懸念をよそに各会場で盛り上がりを見せましたので、その模様について報告致します。

1. 「サラウンドの日」について

JEITAと日本オーディオ協会は、サラウンドサウンドやホームシアターの普及、啓発に向けて活動を行ってまいりましたが、一般の方々に対する認知を高めるために、2008年に5.1chに因んで5月1日を「サラウンドの日」として制定しました。以来、4月、5月を中心に「サラウンドの日体感視聴会」イベントとして、会員企業やサラウンド関連団体、放送事業者等により全国各地で様々な体験会を開催しています。



サラウンドの日シンボルマーク



体感視聴会ポスター

2. 実施概要

2012年度は地デジ移行後、初めてのサラウンドの日体感視聴会となりましたが、大手家電メーカーの記録的な赤字決算やTVの販売低迷もあり、当初の開催表明企業、団体が少なく盛り上がりには欠けるのではないかと懸念がありました。しかし、今年度はサラウンドの日制定後、初めて協会主催のイベントを企画開催するなど、最終的には2011年度並の参加団体により実施する

ことができました。デモコンテンツについては、昨年同様に DEG ジャパンより DEG ジャパン
 アワード受賞作品から「バーレスク」「トランスフォーマー～Dark side of the Moon～」の2タ
 イトルを提供頂き各会場で使用致しました。

期間中の来場者は各会場合わせて約 5,000 名と昨年とほぼ同じ状況を確認できました。

参加企業・団体	実施日	開催場所
パイオニア	5月19日 常設	銀座
ソニー	4月21日～5月6日	銀座 大阪 名古屋
パナソニック	5月6日	大阪
パナソニック	常設(4月21日～5月31日)	汐留
ヤマハ	5月12日	大阪
	5月20日	名古屋
	5月26日	東京
オンキヨー	5月20日	名古屋
エムズシステム	4月26日～5月1日	新富町
	5月2日～15日	日本橋高島屋
国立音楽院	5月3日	池尻
Mixed Media Japan	5月19日	G-ROKS 下高井戸
大建工業	5月12日、16日、20日	秋葉原
UNAMAS	5月27日	SONA視聴室
サイデラ・パラディソ	5月2日	神宮前スタジオ
日本オーディオ協会	5月1日	日比谷図書館

各会場での実施状況



<パナソニックセンター大阪会場>



<ソニーストア大阪会場>



＜パイオニアプラザ銀座会場＞
サラウンドサウンド meets リードオルガン



＜ヤマハ名古屋会場＞
2012NEWリビング・オーディオ相談体験会



＜M's システム名古屋会場＞



＜国立音楽院会場＞
立体音響による音楽を体験！



＜Mixed Media Japan＞
サラウンドの世界入門



＜日本オーディオ協会＞
ホームシアターセミナー&体験会

今年度は初めての試みとして日本オーディオ協会デジタルホームシアター委員会（DHT 委員会）が企画運営した「ホームシアターセミナー&体験会」を開催しました。

会場は改装なった日比谷図書文化館のスタジオプラスを使用し、DHT 委員会各委員が講師となりホームシアター構築に関する様々なテーマで講演をおこないました。

進行については機器のトラブルなどがあり不手際もありましたが、女性を含む29名が参加し、

4時間に渡るプログラムにもかかわらず最後まで熱心に聴講されていました。

参加者の大半は既にホームシアターを導入されており、部屋の音響処理をどうするかについて関心を持たれている方が多く見られました。

「ホームシアターセミナー&体感視聴会」
「プログラム・会場ご案内」

プログラム

1) ホームシアターを楽しもう!

講師: パナソニック株式会社 白岩紀人氏

ホームシアターって難しい、お金がかかる、インテリアと馴染まないなどと思っているあなた、それは思い過ごしです。すてきなホームシアターの事例を紹介しながらその楽しみ方をお教えします。

2) リビングルームをホームシアターに

講師: 石井オーディオ研究所 石井伸一郎氏

ホームシアターを始めたいけれど専用ルームが無いといい音で聴けないのではと思っている方、そんな心配は要りません。多くの視聴室の設計を手掛ける講師がリビングルームでの音響について実験を交えて解説します。

3) 家庭でのスピーカ配置ガイドライン

講師: 沢口音楽工房 沢口真生氏

家庭でホームシアターを始めるときに悩むのがスピーカの配置です。日本オーディオ協会では配置許容度について研究を行いガイドラインを提案しました。その概要について解説します。もう悩む必要はありません。

4) DEGJ Award受賞作品を聴く

講師: バイオニア株式会社 小谷野進司氏

ソニー株式会社 照井和彦氏

第4回DEGJアワード作品から次の2作品を紹介、視聴します。
ベスト高音質映像部門:「パーレスク」
ユーザー大賞:「トランスフォーマー」
ベストインタラクティブ賞:「浜崎あゆみ FIVE」

5) 音楽をサラウンドサウンドで聴こう

講師: オタリテック株式会社 石井久雄氏

音楽作品にもサラウンドサウンドの特徴を生かした数々のすばらしい作品があります。講師のDVRやSACDのコレクションからその聴き所の紹介とともに視聴します。第51回グラミー賞受賞・ノミネート作品も聴けます。

各会場の参加者からは、

- * フロントハイを設置したいが、どんなスピーカを選べば良いのか? (50代 男性)
- * 将来的にリアスピーカを増設して、5.1ch もしくは 7.1ch にできるフロントサラウンドシステムを発売してほしい (20代 男性)
- * シアターバーの設置だけでこんなに効果があるとは。TV と比較試聴したことがなかったのでびっくりしました。(50代男性)
- * 「サラウンド」「5.1ch」などなんとなく知っていた言葉の意味が良くわかりました。(30代女性)
- * サラウンドの知識が全くなかったのですが、基本部分を丁寧に教えて頂いたのが良かったです。
- * サラウンドシステムがほしくなりました。

- * 大変参考になった。又機会があれば参加したい。
- * 最新のトレンドが知りたい（ハード、ソフト）。
- * サラウンド音楽をもっと聴きたい。

などの声が寄せられました。

各会場とも嗜好をこらしたプログラムにより、多くの参加者を得て熱気のこもった体験会を催すことができました。協力頂いた企業、団体関係者にはあらためてお礼申し上げます。

3. サラウンドサウンド普及に向けて

日本オーディオ協会では DHT 委員会活動を通じてホームシアターおよびサラウンドサウンドの普及拡大に努めておりますがまだまだ認知が不十分であり、また、社会情勢の変化により期待した市場拡大に繋がっていない現状があります。

DHT委員会では、2010 年から「デジタルホームシアター取り扱い技術者資格認定制度」(<http://www.jas-audio.or.jp/dht/>) を設けエンドユーザに向け正しいアドバイスが出来る人材育成を行っています。すでに、3 級から 1 級までの認定試験を行い、接客から工事まで実務に生かしている方も現れ本資格制度の認知も進んできています。今後、資格取得者を通じて市場活性化が図れることを期待しています。

最近ヘッドホンで音楽を聴くことが多くなり、空間を感じながら音を聴く機会が減っています。ホームシアターやサラウンドサウンドが普及しない理由として住宅事情など様々な理由が挙げられていますが、体験した方々は皆さんそのすばらしさを認識されています。このような方々に実際に機器を購入頂けるよう今後とも啓発、普及活動に努めてまいりますのでご協力よろしくお願い致します。

筆者プロフィール

小谷野 進司（こやの しんじ）



1952 年生まれ。1975 年東京電機大学電子工学科卒。

同年パイオニア（株）入社。

スピーカの設計、開発を経て、同社総合研究所にてオーディオ関連研究に従事。

2005 年よりオーディオの普及と教育活動を開始。

現在同社コーポレートブランド戦略部戦略企画部戦略推進課副参事。

2012年「サラウンドの日」ホームシアターセミナー&体験視聴会より

“ホームシアター”を楽しもう!!

パナソニック株式会社エコソリューションズ社
住環境商品営業企画部空間事業推進グループ

白岩 紀人

“ホームシアター”と聞くと多くの人には「専用室が必要」、「高価な機器が必要」、「一部の人のみの趣味」など、特別なモノで一般の住宅には合い入れないモノのイメージがあるようですが、“ホームシアター”を既に一般の住宅で満喫されている方々の事例から、特別なモノでは無い“ホームシアター”の楽しみ方を紹介します。

1. “ホームシアター”とは？

今回、紹介する“ホームシアター”は、「映画館を自宅に持ち込む事」ではありません。アメリカなどでは、自宅に映画鑑賞専用室があるようですが、日本の住宅事情を考えると、「映画館やホール・スタジアムで味わえる、その感動を持ち込む事」ができるリビングルームを“ホームシアター”と呼んでいます。

例えば、①映画館のように画面に没入できる空間

②コンサートホールのアリーナ席に居るよう音楽が楽しめる空間

③スタジアムのように応援の歓声に包まれる空間

上記、①②③にあたかも居るような感動が生まれる場所にできる仕掛けを、普段使いのリビングと調和するように組み込むことです。



図1 シアタールームとしてのリビング



図2 普段使いのリビング

2. “ホームシアター”の色々な楽しみ方

◆ 映画やコンサートライブを楽しむ基本

テレビでもプロジェクター&スクリーンも同じですが、外光や照明で映像が見え辛くなるとその映画やコンサートに没入できなくなりますので、「画面への映り込みを無くすこと」「画面と視聴位置の間に強い光が入ってこないこと」をポイントにカーテンや照明器具の確認をしてみましょう。

また、スクリーンやプロジェクターは、使用しない時に収納できるモノを選ぶと、普段のリビ

ングに違和感が生まれません。

スピーカは、テレビ内臓のモノでは無く、サウンドセットなどと呼ばれているスピーカセットなどを、映画や番組の製作者が設定している位置にスピーカを配置することで、サラウンド（臨場）感や移動感を味わうことができます。



図3 スクリーン利用時



図4 普段のリビング



図5 スクリーン収納

◆ スポーツ観戦

プロジェクター&スクリーンの大画面なら、多人数で楽しむ時に大いにメリットがあります。特にリビングにある大画面の醍醐味は、スポーツ観戦です。

大画面なら、集まった全員が画面を観ることができますし、スタジアムの歓声がサラウンドで広がるので、全員で感動と興奮を共有することができます。

運動会のビデオも大画面なら、当日気付かなかった周囲の景色や変化を見つけることもできます。



図6 スポーツ観戦で仲間と楽しむ

◆ 大画面でのゲーム

体感型ゲームを大画面で楽しむと、本当にそのゲームの中に居るような錯覚を感じることができます。

写真の家族の事例では、家族でゲームを楽しむ機会が増え、ソファを移動させる手間以上に家族のコミュニケーションが増えたことをメリットに感じていらっしゃるそうです。



図7 体感型ゲームで家族とのコミュニケーション

3. “ホームシアター”の事例

◆ 工夫で生まれたホームシアター

100インチのスクリーンを設置するには、部屋の大きさや窓や扉位置の条件など、配慮課題がありますが、見事にスクリーンのある“ホームシアター”を実現された事例を紹介します。

スクリーンの設置位置は、2階への階段の前です。一般的には、スクリーン設置位置にはしませんが、この場所に設置することで、ソファの位置の設定やキッチンからもテレビが観れることの解決ができました。また、シアターを楽しむ時は、家族団らんの時なので、階段がふさがれるデメリットは無いそうです。



図 8 普段のリビング



図 9 スクリーンで楽しむシアター

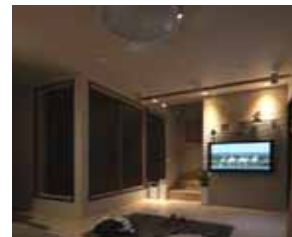


図 10 テレビで楽しむシアター

◆ 和テイストのホームシアター

窓に障子をしつらえ、和テイストにまとめたリビングなので、オームシアターは無理では、と心配されていましたが、テレビとサブウーファ以外を綺麗に収納することで、普段のリビングそのままに、ホームシアターを実現しました。収納家具に、AV アンプ、レコーダー、L・R・C の各スピーカを収納し、サラウンドスピーカは天井に埋め込み設置しています。



図 11 和テイストのシアター



図 12 スピーカの配置

◆ テレビとラックシアターで構成したホームシアター

量販店で購入できる機器で構成されたホームシアターですが、テレビ画面は、南面のベランダからの光が映りこまないテレビの配置とテレビ背面の光を和らげる格子が視聴環境づくりに効果的です。サラウンド環境は、5.1ch のスピーカをルール通りに配置されています。



図 13 ラックシアターで構成したシアター



図 14 スピーカの配置

夜の配慮としては、テレビの背面とソファの背面に設置したスタンド照明器具（水平ライト）が、テレビの視聴環境づくりとリビングの雰囲気づくりに効果を発揮しています。



図 15 水平ライト



図 16 照明効果

4. ライティングの効果

◆ ホームシアターで重要なあかり

ホームシアターのあかりには、3つの重要な役割があります。

- ① 視聴に適したあかり：テレビ画面と周囲のあかりのバランスが悪いと目への刺激が強くなり目が疲れやすくなりますので、周囲も明るくする配慮が必要です。
- ② 利便性を高めるあかり：手元が暗いとリモコンの操作や関連資料の確認ができません。そこで、手元には、光が拡散しないスタンド照明などがお薦めです。
- ③ 演出のあかり：臨場感や映画に集中する為には、テレビ周囲に対し、床面の照度を落とすことで演出効果を高めることができます。

この3つの役割を意識して、ご自宅のホームシアターを構成してみてください。

◆ 4変化するリビング

ホームシアターの場合、視聴環境を整える為に、照明器具の照度を調整できる「調光スイッチ」を組み合わせることが多くありますが、この時に、調光レベルを複数プリセットできる「調光スイッチ」にしておくことで、リビングがさらに有効に利用できる空間にできます。右の写真は、4つのシーンのプリセットと全消灯のボタンがある調光スイッチです。



図17 プリセットできる調光スイッチ

具体的な例として、「テレビを楽しむあかり」「プロジェクター&スクリーンのあかり」「お酒や音楽を楽しむあかり」「ふだんのあかり」の4つのシーンについて紹介します。

◆ テレビを楽しむあかり

テレビ画面は輝度が高いので、テレビ周囲が暗いと、目が疲れやすくなりますので、テレビの背面が明るくなるように、テレビ上部のスクリーン収納部に照明を組み込みテレビ背面照明としました。

また、お部屋全体の明るさは、天井面を照らすことで確保しています。



図18 テレビで楽しむあかり

◆ プロジェクター&スクリーンのあかり

プロジェクター利用時は、周囲を暗くする必要がありますが、コンテンツの解説やリモコンの操作をする為に、手元が明るくしておく便利です。

手元のあかりは、天井に設置した集光型のダウンライトで確保しています。この時、顔の前に光が照らされると、画面が見辛くなりますので、ソファの肘掛辺りが照らされるように配慮すると画面への影響がありません。



図19 プロジェクター&スクリーンのあかり

◆ お酒や音楽を楽しむあかり

テレビを視聴しない時も、天井側を暗くし、床に少し明るいポイントがあると落ち着いた雰囲気演出できます。またお気に入りのアイテムをライトアップするなど、ホテルのラウンジのような雰囲気づくりもできます。ホームシアター用に複数の照明器具と調光スイッチを組み込んでいますので、このようなシーン作りもできます。



図 20 お酒や音楽を楽しむあかり

◆ ふだんのあかり

普段は、影が少なく、全体的にあかるくしておくことで爽快で清潔感のあるリビングとなります。

(参考)パナソニック株式会社ホームページをご覧ください。

<http://www.sutekina-kukan.com>



図 21 ふだんのあかり

筆者プロフィール

白岩 紀人 (しらいわ のりと)

所属：パナソニック株式会社エコソリューションズ社
住環境商品営業企画部空間事業推進グループ

2012年「サラウンドの日」ホームシアターセミナー&体験視聴会より

音楽をサラウンドサウンドで聴こう

オタリテック株式会社
石井 久雄

去る5月1日に開催された『サラウンドの日～ホームシアターセミナー&体験視聴会』において「音楽をサラウンドサウンドで聴こう」というコーナーを担当いたしました。当日は、進行の都合で用意した試聴素材を全部お聴かせできなかったこともあり、あらためましてサラウンドの音楽素材についての魅力やお奨めソフトについてご報告申し上げます。

私は、プロ用音響機器の商社でプロ用モニタースピーカーを取り扱っております。もちろんプロの現場でもサラウンドはかなり普及しておりまして、試聴テストに使うサラウンド素材を選んでいるうちにサラウンド音楽に関わるようになり、色々なパッケージソフトを集めるようになりました。そして今回は、サラウンドの良さが生かされたお奨めの作品をセレクトしてみました。



イーグルス / ホテル・カリフォルニア
発売日: 2011年8月17日
フォーマット: SACD ハイブリット
レーベル: Rhino (国内盤)
規格品番: WPCR-14165

この作品のオリジナル盤は、1976年にリリースされ第20回グラミー賞最優秀アルバム賞を受賞し、2001年にDVD-Audio盤での5.1ミックス盤が登場して、後に同じ音源がSACDハイブリット盤で発売されました。

ミキシングエンジニアは、米海軍で潜水艦のソナー員だったビル・シムジク氏とPOP系音楽サラウンドでは評価の高いエリオット・シャイナー氏が携わっています。エリオット・シャイナー氏の特徴としてはメインボーカルはフロントch中心ですが、伴奏などはリアchへのパンニングが大胆で、賛否が分かれる作品もありますが、何度か聴いているうちにそのパンニングの必然性が分かってきたりします。なお、エリオット・シャイナー氏は、2005年に日本オーディオ協会より第10回「音の匠」顕彰で特別賞が授与されております。



Pink Floyd / Wish You Were Here
発売日: 2011年12月2日
フォーマット: SACD ハイブリット
レーベル: EMI / Analogue Productions
(輸入盤)
規格品番: CAPP3345SA/ XW0294352
(左: SACD盤、右: Blu-ray付Boxセット)

ピンク・フロイドの作品は、2003年にリミックスでリリースされた SACD ハイブリット盤の「狂気 / The Dark Side Of The Moon」が音楽サウンズの優秀作品としても非常に有名で、ずっと長い間続編の登場が待ち望まれていました。そして満を持して登場したのがこの作品です。オリジナル盤は、1975年にリリースされ全英、全米ともにアルバムチャートで1位に輝いています。2011年12月に SACD ハイブリット盤と11月に5枚組みの Box セットが発売されて、このセットでは、Blu-ray ディスクに非圧縮リニア PCM 24bit/96kHz 仕様のハイレゾリューションでサウンド音源が記録されています。

マスタリングは、前作で携わったダグ・サックス氏でなくミキシングエンジニアのジェームス・ガスリー氏が自ら手がけています。サウンドであることを忘れさせるほどの没入感でありながら、気がつくとき360度しっかり囲まれています。



Derek And The Dominos / Layla & Other Assorted Love Songs

発売日: 2011年4月20日

フォーマット: DVD Video (DTS 96/24)

レーベル: Polydor (輸入盤)

規格品番: UICY-7502

2012年2月に発表された第54回グラミー賞のベストサウンズアルバム賞を受賞した作品です。原盤は、1970年にリリースされ、2004年に SACD 盤で一度サウンズミックスが登場してすぐに廃盤になり、新たに2011年4月に7枚組 Box セットで本作品が発売されました。その中の1枚がサウンズミックスで前作のミックスとは、違うミキシングエンジニアが担当しています。前作がミック・グザウスキー氏(マイケル・ジャクソンなどを担当)でグラミーを射止めたのは、前出のイーグルスも手掛けたエリオット・シャイナー氏です。2種類のリフを刻むリズムギターがリア LR にそれぞれパンされてフロント側のボーカルやリード楽器を盛り立てています。なお、このバンドのギターは、有名なエリック・クラプトン氏とデュアン・オールマン氏です。



ビートルズ

「ラブ」スペシャル・エディション

発売日: 2006年4月8日

フォーマット: DVD-Audio

レーベル: EMI ジャパン (国内盤)

規格品番: TOCP-70201

今年でデビュー50周年を迎えるビートルズの作品です。ラスベガスのミラージュ・ホテルで興行されている「シルク・ドゥ・ソレイユ」という音楽をモチーフにしたサーカス・ショー「ラブ」の為にサウンズ・リミックスされ DVD-Audio 盤で登場したアルバムです。リミックスだけで

なく、いろんな曲の一部をつぎはぎして複雑な編集もなされております。

ビートルズといえば、サウンドエンジニアは、今年 86 歳を迎えた巨匠のジョージ・マーティン氏（英国 AIR スタジオの創業者）ですが、彼と息子のジャイルズ・マーティン氏との共同作業でこの作品が制作されています。元ビートルズのメンバーや家族の承諾も得られているので、ある意味で最新のビートルズ音楽が楽しめる作品でもあります。

古い音源ですが徹底した最新の音質向上技術が惜しみなく投入され、磨き上げられた音は、サラウンドミックスによって最新録音作品と肩を並べられるほどの新鮮な印象に仕上がっています。



角田健一ビッグバンド
/ BIG BAND SOUND
～甦るビッグバンドステージ～
発売日: 2010年8月25日
フォーマット: SACD ハイブリット
レーベル: WARNER MUSIC JAPAN
規格品番: WPCL-10852～3

この作品は、2006年にDVD-Audio盤でリリースされ、第13回日本プロ音楽録音賞において部門Bニューパッケージメディア最優秀賞を受賞しています。2011年にSACDハイブリット盤で再登場しました。さらに同時に新作も発売されました。

ミキシングは業界の重鎮、内沼映二氏によるものです。この作品でのサラウンドの良さは、臨場感の他にフロント側の音像の立体感が圧倒的に改善されている所です。ビッグバンドは、楽器の数が多いたのですが分離が良く音の厚みやハーモニー感が遺憾なく再現されています。また、使用機材の解説があり貴重な情報源でもあります。



Cornelius / SENSURROUND
発売日: 2008年3月19日
フォーマット: DVD Video (DTS 96/24)
レーベル: Warner Music Vision
規格品番: WPBL-90105

日本人としては珍しく2009年の第51回グラミー賞ベストサラウンドアルバム部門にノミネートされた作品です。日本でも平成18年度の文化庁メディア芸術祭で優秀賞を受賞した「Fit Song」も収録されています。

ミキシングは、高山徹氏によるものです。アバンギャルドな動画も音にマッチしており、映像も力作です。ユニークなパンニングながらサラウンドでないと表現できないツボがしっかり押さえられています。

「Sensuous」のエンディングでアコースティックギターのチューニングを下げてゆくところは、低域特性がしっかりしたシステムでないとうまく再現できない厳しい音源です。



富田勲 /惑星(プラネッツ) Ultimate Edition

発売日: 2011年6月1日

フォーマット: SACD ハイブリット

レーベル: DENON/Columbia

規格品番: COGQ-51

(左のジャケット画像は、富田氏のサイン入)

オリジナルは、1977年リリースです。CD-4 という 4ch ステレオでサラウンドでした。2003年に DVD・Audio 盤でさらにリファインされ昨年 SACD 盤で新曲を加えてのリメイク作品として登場しています。さらに「プラネットゼロ」という続編も素晴らしいです。

今年で満 80 歳になられた富田勲氏は、常に進化する事忘れず私達に究極の「惑星」をプレゼントしていただきました。基本は、4.0 サラウンドミックスでどのチャンネルも均等に扱われている所が富田流です。つまり、横を向いても後ろを向いても成立するパンニングなのです。今夏発売の「月の光 Ultimate Edition」もお奨めします。



Mike Stern Kansas City Symphony

/ Britten's Orchestra

発売日: 2010年6月24日

フォーマット: SACD ハイブリット

レーベル: Reference Recordings (輸入盤)

規格品番: RR120SACD

2011年に第53回グラミー賞のベストサラウンドアルバム賞を受賞しています。聴き所は、クラシックオーケストラの壮大なスケール感とリアから聴こえるハーモニクスを伴う美しい残響音です。録音技師のキース・O・ジョンソン氏は、音質を追及した録音で多くの実績を誇り、さらに録音機材まで新開発するなど音を良くするためには、労をいとわない職人肌のエンジニアです。



Erich Kunzel, Cincinnati Pops Orchestra

/ Tchaikovsky 1812 Overture

発売日: 2001年5月25日

フォーマット: SACD ハイブリット

レーベル: Telarc (輸入盤)

規格品番: SACD60541

2001年リリース作品です。譜面に大砲音が書かれていることでも有名な作品ですが、サラウンドなので四方八方から大砲に撃たれるような臨場感も格別です。発売レーベルのテラーク社の創始者で録音技術者のジャック・レナー氏が同じ曲を 1978 年に当時は珍しかったサウンドストリーム社製のサンプリング周波数 50kHz のデジタル録音機を使ってステレオ録音した LP レコードの音の良さで大評判となり、CD 化され、さらに 2004 年に SACD 化 (2ch ステレオ) されています。これとは別に、このサラウンド盤は、このジャック・レナー氏が前回と同じオーケストラ、指揮者、ホールを使ってサラウンドマイキングで DSD 方式による再録音されたものです。



藤田恵美

/ココロの食卓 ～おかえり愛しき詩たち～

発売日: 2008年9月17日

フォーマット: SACD ハイブリット

レーベル: ポニーキャニオン

規格品番: PCCA-60022

日本人シンガーで HiFi キーンとして特に海外のオーディオファンに人気のある藤田恵美さんの作品です。2曲目の「アザミ嬢のララバイ」は、秩父ミューズパーク音楽堂の心地よい響きが収録されております。音像が前後だけでなく上下にまで広がるようなサウンドデザインでありサラウンドで聴かないと味わえないミキシングです。

ミキシングエンジニアは、ベテランの阿部哲也氏とスーパーバイザーとしてソニーで AV アンプの設計を担当されている金井隆氏が関わっておられます。

あとは、番外編として最終候補まで残っていたタイトルもリストアップしておきます。

- ・ Allan Holdsworth / All Night Wrong SMEJ XSCP-10001 (2008年6月) SACD
- ・ Donald Fagen / Morph The Cat Warner Bros 936249976 (2006年3月/輸入盤) DVD-A
- ・ Herbie Hancock / Head Hunters Sony Records SICP-10073 (2007年9月) SACD
- ・ The Gadd Gang Sony Records SICP-10098 (2008年5月) SACD
- ・ Diana Krall / Love Scenes Verve (2004年8月/輸入盤) SACD

さて、サラウンドのオーディオ的なメリットを考えたときに思い浮かぶのが、2ch ステレオに比べて聴こえてくる音の情報量が非常に多いということです。これは、オーディオの醍醐味として非常に重要なファクターだと思います。2ch ステレオでは、絶対に味わえないサラウンドの音楽作品の楽しさと深遠さを一人でも多くの方々に楽しんでもらいたいと願うばかりです。

ご自宅での 5.1 サラウンド環境をこれからやってみようかと考えておられる方は、迷う事なくお奨めします。物理的な制約で躊躇されている方も 1.5m 程度四方以上の空間があれば実現できますし、5.1 サラウンド対応のヘッドホンもあります。カーオーディオでもサラウンドは可能です。前出の通り現在でもそれなりの数の魅力的なサラウンド音楽のタイトルが発売されています。5.1 サラウンド音源をネットダウンロードすることも可能になりました。

1970年代に始まった CD-4 を始めとする「4ch ステレオ」は、結果的に失敗に終わりましたが、膨大なノウハウの蓄積や反省点はしっかり活かされていますので、同じ轍を踏むことはありません。あとは、黙って楽しむだけです。

筆者プロフィール

石井 久雄 (いしい ひさお)

オタリテック株式会社在籍、プロ用モニタースピーカー GENELEC の輸入販売担当。

1961年生れ。学生時代は放送部所属、オーディオ暦約 40 年、うちサラウンド暦 15 年。

音楽メディア活性化を目指したブルーレイディスク

エイベックス・エンタテインメント株式会社 古沢 賢太郎

ソニー株式会社 照井 和彦

バーニー・グランドマン・マスタリング 前田 康二

はじめに ～音楽ビジネスの落ち込み～

このブルーレイディスクは従来の音楽 CD と映像商品である DVD に加えインターネット経由の ON LINE サービスで様々な楽しみ方も手に入る、新感覚の音楽ディスクメディアとして企画・開発しました。

1982年の登場以来、音楽 CD は沢山のヒット曲にも恵まれたこともあり広く受け入れられ世界規模で音楽産業を牽引してきましたが、日本では1998年をピークに売上が減少に転じています。

携帯電話への着信サービス等にマーケットを奪われているとも言われましたが、直近ではこのサービスにさえも売り上げ減少が続いている様子です。



音楽パッケージの売上げ金額 (日本レコード協会発表資料から)

こんな中 2008年に入ってから本格普及にドライブが掛ったブルーレイディスクに着目。BD-Live 機能を使った購入者への充実した特典サービスが実現できるメディアとして、また、192KHz/24bit までの PCM 音源が収録できる BD の特性を活かして、音楽産業を救う一つのヒントとしてリスナーに受け入れられるかを模索しました。

1. クラウドサービスへの過渡期

近年の話題の一つは音楽ビジネスもクラウドへ移行する過渡期にあるのではないかとということで、将来的には無視できないサービスとして準備を怠りなく進めたいところです。

ネットワーク上のどこかにある音楽や映像などのコンテンツ、アーティスト情報などのリソースがどこにあるかという意識をすることなく、配信などの手段によってリスナーが手に入れられる環境や利用スタイルがクラウドサービスです。手元に音楽ディスクを保管する必要が無くなる

など画期的な出来事になるでしょう。

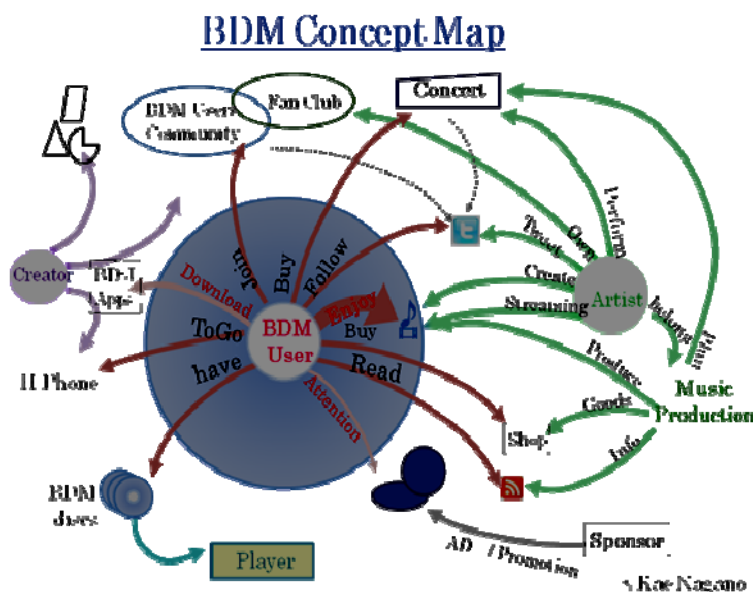
ところが現在の配信サービスなどは音楽 CD の 1/10 程度のデジタルデータ量であり、ハイファイマニアやオーディオファイルを自認する我々がクラウドサービスで満足が得られる様になるにはまだ何年か時間を必要としています。音楽 CD の 44.1KHz/16bit リニア PCM よりも更に高精度（ハイレゾ）な音源を楽しむ為にはデジタルデータの大容量化に対応させられるインフラがもう少し整備されるのを待たなければなりません。

2. BD 音楽パッケージメディアを創る

さてこのブルーレイディスクでは何か特別なものを作ろうということではありません。

- ・ 市中のプレーヤーやレコーダーで動く現行 BD フォーマットに則したディスク
- ・ テレビ画面表示を見なくてもリモコンコマンダーだけで楽曲再生可能なディスク
- ・ カラーキーに割り当てた魅力的な ON LINE サービスが簡単に楽しめるディスク
- ・ 購入者が所有していることで有効なサービスを受け続けられる高付加価値ディスク

このような条件でディスクが制作できないかを国内のオーディオメーカー、レコードメーカーに声を掛け、手を上げてくれたエイベックス、ソニーとバーニー・グランドマン・マスタリングの選抜メンバーによる検討チームが組まれたのは 2011 年の正月でした。



3. BDM 制作スタート

前田さんからこの話を聞いたときに avex アーティストの中でも常に新しい商品形態にチャレンジしてきた浜崎あゆみのシングルあるいはアルバムで商品化するのが一番望ましいと考え、しかも国内でも初の試みですからある意味世界でも最初になれる訳ですから、特別プロジェクトを組み「社内コード：BDM」の制作をスタートしました。

アーティストにふさわしいポジティブで新規性のある商品化を目指し、アルバム、シングルどちらにするか、そのリリース時期も例えばアーティストの年間活動計画など考慮しながら慎重に読まなければなりません。検討した結果は 5 曲入りのミニアルバムという結論でした。

早速収録する5曲分の制作を開始し、演奏録音、歌入れ、Video clipの撮影・編集、メイキングの制作など、全てを並行して進めました。さらに、Net経由での特典映像制作や特性グッズの選定、リリース後の宣伝計画、流通への告知方法なども新しく検討しなければなりません。通常商品のCD、CD+DVDにBDMが加わるのですから通常の2倍くらいのトータル作業量になりました。

スタッフの頑張りもあり無事にCDは2011年8月末リリースにこぎ付けることができましたがBDMはオーサリングやディスク検定日程等必要になるということで、CDとの同時発売を見送り11月に入ってからの発売という設定にしました。

4. Java プラグインで実現する世界

古沢さんをはじめとしたavexスタッフの皆さんや前田さん達との話し合いの中で見えてきた今回のBD仕様をとりまとめると次のようにまとめることができます。

- **音楽が途切れない、音楽を妨げない**

CDのように音楽を心地よく聴くことを最優先に考えメニューや画面遷移などの操作で可能な限り音楽が途切れないよう設計を行う。また、音楽を妨げる効果音（クリック音等）は鳴らさない

- **音楽は通しで聴くことを基本と考える**

1曲目から順番に聴くことを基本としシャッフル等のコントロール機能は持たせない。但しBDプレーヤー側の機能としてシャッフルやプレイリスト作成などの機能を持つことは構わない。

- **繰り返し視聴することを想定したシンプルなデザイン**

音楽を繰り返し楽しむことを想定し画面デザインはシンプルで飽きがこないものとする。

- **テレビ画面オフで音楽だけ聴くことができる**

テレビ画面オフのままでもCDのように音楽を楽しむことができる。

- **CDの操作性を踏襲する**

CDで慣れた再生コントロールは出来るだけ踏襲してユーザの混乱を避ける。

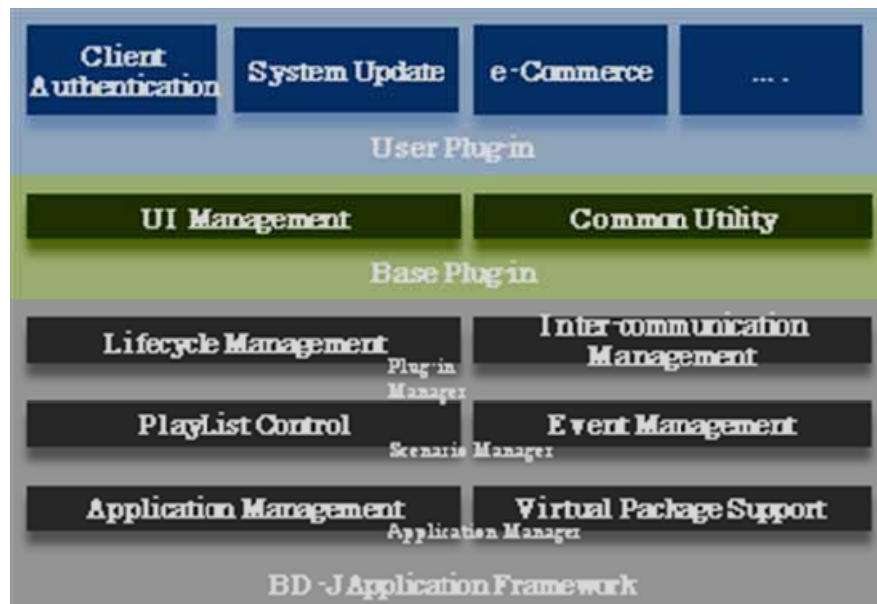
- **BD-Liveの活用**

基本コンテンツはディスク内にありネット接続無しでも楽しめるが「BD-Live」による最新コンテンツダウンロード、グッズ購入機能等を活用してDVDとは異なるユーザーメリットを提供できる。

この仕様を基にBDフォーマットの成り立ちを熟知したソニーメンバーが集まり、無理なくユーザーインターフェースを実現する方法を検討しました。

特に純粋に音楽を聴くための「Music」Modeでの仕様決めが重要で、例えばスタートキーが押されたらどこから再生を開始するのか、その時の画面にはどんな表示が出ているべきか、など、ブルーレイディスクでありながらCDのような振る舞いに見せるため、更に細かく具体的な仕様を作り込んで行きます。

これらはBDフォーマットの基本仕様に対して、Javaプラグインという方法で全ての設計を進めて行きました。



5. ミニアルバム「FIVE」



Popup Menu を呼び出すことで、このディスクの全体構成を知ることができます。

- 「Music」 Mode

音楽 CD に相当する部分です。5 つの楽曲が収録されており、後述のカラーキーで様々な情報を得ることができます。

- 「Movie」 Mode

初回限定など CD+DVD 商品に見られる DVD に相当する部分です。5 つの楽曲全てのビデオクリップとメイキングクリップが HD 画像で収録されています。

- 「ONLINE」

利用しているプレーヤーがインターネットに接続されていることで、BDM 盤 FIVE 購入者限定の各種サービスが受けられます。また、ポータブルオーディオデバイス向けに AC-3 音声も収められています。

6. カラーキーで実現するユーザーインターフェース



「Music Mode」で音楽を再生する際、画面右側にアーティスト写真を配置する仕様は早くから決まっており、残された左半分にはどれだけ沢山の有効な情報を表示させるかを考えました。カラーキーにこのディスクが身近に感じられる情報(現在の状態や各種表示)を織り込んであります。

- 「青」キー
再生時間を数字(00:00)及びバーで表示します。また、一曲リピートや全曲リピートの指示も選択できます。
- 「赤」キー
ブックレットを表示します。印刷物で封入されているブックレット情報を呼び出し画面で確認することができます。
- 「緑」キー
アーティストのTwitterとオフィシャルサイトのRSS情報を受信して表示します。リスナーはアーティストの最新のつぶやきを見ながら音楽鑑賞ができます。
- 「黄」キー
楽曲に同期して歌詞を表示します。

7. ユニーク ID を利用した個人認証と特典

ディスクのBCA領域にPMSN(Pre-Recorded Media Serial Number)というシリアル番号を記録して、正規市販ディスクであることの識別が可能です。BDプレーヤーからインターネット経由により認証サーバーで確認を行い、ディスクを購入したユーザへの特典サービスが提供可能になるのです。

FIVE では avex 社のサーバーと直接通信することで「**ONLINE**」の中から「特典ストリーミング」「限定商品ショッピング」「ファンクラブ案内」「インフォメーション」を受けられます。

結びに

以上ご紹介しました BDM を実現するためのオーサリングツールも現在ソニーメンバーで構築中です。通常の DVD や BD 商品とほとんど変わらない制作環境が間もなく整いますから、興味を持たれたレコード会社の皆さんは是非ともご期待ください。

BDM は少しでも多くの方々に手にとって欲しいディスクメディアだと考えています。スムーズにマーケットへ受け入れられることを強く願ってやみません。

筆者プロフィール

古沢 賢太郎（ふるさわ けんたろう）

エイベックス・エンタテインメント株式会社第2音楽事業本部 担当部長。

音楽制作畑を歩み、特に新しいパッケージメディアへ積極的に取り組む同社の中にあって DVD オーディオや SA-CD、USB でのリリースも多数企画制作してきた。

現在の所属アーティストは、浜崎あゆみ、BIGBANG、AAA、U-KISS、SKE48、2NE1、moumoon、SOPHIA、DiVA、JUNO、girl next door、SE7EN、SHU-I、リュシウオン、鈴木亜美、前川弘毅、東京女子流、JOKER ほか。

前田 康二（まえだ やすじ）

バーニー・グランドマン・マスタリング 日本支店代表。

1989年バーニー・グランドマン・マスタリング・ハリウッドに入社。

1997年バーニー・グランドマン・マスタリング・東京を設立。

マスタリングエンジニアとして、BUMP OF CHICKEN、COCCO、DOSE、FUNKEY MONKEY BABYS、GLAY、HIATUS、JUJU、KARA、LG YANKEES、NEWS、RADWIMPS、SOPHIA、SOUND HORIZON、コブクロ、スガシカオ、スムルース、平井堅など数多くのアーティストを手がける。

照井 和彦（てるい かずひこ）

ソニー株式会社ホームエンタテインメント開発部門3部 シニアプロジェクトマネジャー。

オーディオ電気設計、商品広報、海外営業を経て SA-CD フォーマット普及活動にも従事する。

この時の経験から BD の優位性を国内外のレコード会社へ働きかけてきた。

JEITA オーディオネットワーク事業委員会副委員長、日本オーディオ協会デジタルシアター委員会公認講師も務める。



ハイエンド、それはオーディオ仲間が集い楽しむ憩いの場 ドイツ、ミュンヘン High End 2012 レポート

森 芳久

今年もドイツ、ミュンヘンの High End 2012 が盛大に開催された。

この世界最大のオーディオショーは、毎年ドイツで最も美しい季節といわれる5月に開催されるが、第31回を数える今回は3日から6日の4日間、日本のゴールデンウィークに合わせたかのような日程であった。

今年は366社もの出展者が集い、昨年の337社に比べ8.6%の増加、その内訳はドイツ国内メーカー48%、海外メーカーが過半数を超える52%となっている。また、世界各国からこのショーに集まった報道陣は483名。昨年の437名を10.5%増となり過去最高の数字を記録した。これらの数字は、このショーが完全に世界のショーとしての地位を築いていることを示している。

来場者は4日間トータルで14,671名。これも昨年の14,079名と比較し4.2%の増加となった。この数字には報道陣の数や出展者関連の入場者2,052名は含まれておらず、これらの発表数字は、ドイツ展示調査委員会がチェックし、市場調査会社のエルンスト&ヤング社が監査したもので、いかにもドイツらしい厳格な数字となっている。このことがまた、このショーに対する業界からの信頼と期待を持たれているところでもあり、よく行われているショー内部者だけによる公称数字とは一線を画している。

世界的にオーディオが不況と言われて久しいが、このハイエンドの会場の熱気に包まれていると、オーディオの世界はまだまだ大きな夢と希望があるように思えてならない。そして、このショーの大きな特徴は、ここに集まるメーカーのブースには、それぞれのトップの設計者やオーナー自らが参加し、ユーザーと熱心なコミュニケーションが図られていることだ。好きだから製品を作っている。好きな製品だから自ら説明する。まさにここではオーディオの原点が繰り広げられている。しかも、みんな少年のような笑顔でオーディオを語り、音楽を楽しんでいる。

今回の来場者14,079名の中で4,427名は業界関連者、さらに出展者の2,052名を加えた6,489名はある意味で競合関係にある人々だ。しかしながら、どこでも和やかな雰囲気が溢れている。そこには、音楽を愛し、オーディオを愛する共通の目的があるからだ。

私もこのショーに毎回欠かさず出向いていくのは、これらのオーディオ仲間と会い、歓談をし、そして彼らの製品に触れ聴くことが楽しいからに他ならない。これは、私がメーカーで働いていたときから続いている素敵な関係だ。そして、彼らとの付き合いはメーカーに所属していたとき、そして今フリーな身になったときも少しも変わりがない。

ハイエンド、そこは音の友達の集う場なのだ。

それでは、以下写真によるショーの雰囲気をとお楽しみください。



(写真 1)
MOC (Munich Order Center)の会場前



(写真 2) 毎回ショー初日に行われる
プレスカンファレンス。今年のハイエンドの
見所などをハイエンド協会の重鎮たちが説明。
(左から、ハイエンド協会副会長アレックス・
マニングー氏、同理事長ブランコ・グリソヴ
ィック氏、同会長クルト・ヘッケル氏)



(写真 3a)

ドイツのハイエンドを牽引する Burmester の社長ディーター・ブルメスター氏。ポルシェ 911 カレラ S に搭載された同社のカーオーディオは会場でも大きな人気を博していた。ブガッティ EB16.4 ヴェイロンにも同社のオーディオシステムが搭載されている。



(写真 3b)



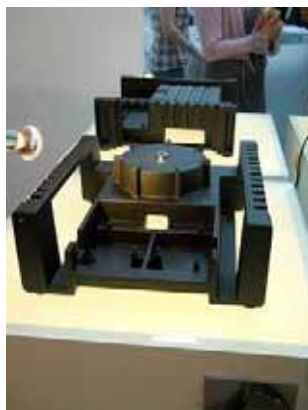
(写真 4) Musical Fidelity の社長アンソニー・マイケルソン氏。彼は優れたオーディオ技術者であると同時に音楽家でもある。同社はレコードも制作しており、彼自らもクラリネット演奏し、CD としてリリースされている。



(写真 5) スイスのハイエンドメーカー Orpheus。SA-CD, CD プレーヤー、アンプ、ケーブルなどのアクセサリまで手がけ、スイスメーカーらしい精密な手作りが魅力。



(写真6) Avantgarde の
フォルガー・フロンメ社長。



(写真7) 同社の今年
の目玉は重量級の鋳物
シャーシのアンプだ。



(写真8) 芸術の求める情念を
意味する Pathos を社名に掲げる
同社のインテグレートッドアンプ。
会社のロゴがヒートシンクとなっ
ている。



(写真9) チェコの真空管メーカー
KR Audio の Kronzilla SX1 Mk 。



(写真10) ドイツのホーンスピーカー
メーカー Cessaro。ドライバー
ユニットは日本製 TAD を採用。



(写真11) Triode の
300B プッシュプルアンプ。



(写真12) イタリア真空管アンプ
メーカー Mastersound の開発者
ルチアーノ・サナヴィオ氏



(写真 13) フィンランドの業務用アクティブスピーカーの定番 Genelec のブース。



(写真 14) 久しぶりにソニーがハイエンドに復帰。この会場以外にも市内のホテルでサウンドデモを行った。



(写真 15) シンガーソングライター、ギタリストのブルック・ミラーがライブで演奏。会場を盛り上げる。



(写真 16) アナログレコードも依然、堅調。むしろ近年は増加の傾向を辿っている。



(写真 17) 華やかにならんだレコードプレーヤー群。



(写真 18) ドイツ Acoustic Solid の超弩級ターンテーブル、Solid 733。



(写真 19) イタリア Alkemivero の全方向放射型スピーカー。カーボンの筐体、ツイーターはリボン型。



(写真 20) 今年創立 40 周年を迎えた英国 NAD のブース。



(写真 21) TAD の顔とも言える、開発エンジニアの一人、アンドリュー・ジョーンズ氏。海外のショーは彼が担当。



(写真 22) 米 Thiel の社長、また CEA の元会長（現理事）を務めたこの業界のスター、キャシー・ゴニック氏。



(写真 23) スイス Sound delux のファッションブルなスピーカー。サラウンドにも効果を発揮しそうだ。



(写真 24) フランスの Atoll のブース。いかにもフランス的なデザインは好みの分かれるところ。



(写真 25) Ayon の真空管アンプ。元々はイタリアで生産されていたが、現在はオーストリアのウィーン郊外に移住。



(写真 26) おなじみのアナログレコードの販売ブース。レアな掘り出し物が入手できる。



(写真 27) 英国 Chord のブース。
端正な音が魅力。



(写真 28) 日本の G.I.P. Laboratory の
ブースでウエスタンの 15A ホーンの
デモ。なかなかの迫力と臨場感に感動。



(写真 29) デンマーク Gato audio の
インテグレートッドアンプ AMP-150
と CD プレーヤー CDD-1



(写真 30) ドイツ Surroun
Tec のブースではヴァイ
オリニストの生演奏と
再生音の比較実験が行わ
れた。

トーマス・アルベルタス
・イルンベルガー氏の
演奏するガルネリの調べ
に至福の時を過ごした。



(写真 31)
元 Krell の社長、
ダン・ダゴステイ
ーノ氏が、自分の
名前を冠した新
会社を設立。
ハイエンドでも
新製品のお披露
目をした。



(写真 32)
元 Brumester に勤めて
いたウド・ベッサー氏。
新たに独立して AVM
を創立した。
その社名のように AV
製品に力を注ぐと決意
も新た。



(写真 33) ハイエンド・ショーに合わせ、
市内のホテルで hifideluxe munich
2012 も同時開催された。
ここには 48 のブランドが終結、ホテル
の落ち着いた雰囲気の中で音を楽しむ
ことができた。
写真はスイスの Ensemble のブース。
新しい試作品のスピーカーの後ろに
立つのは、同社社長のウルス・ワグナー
氏とアン夫人。

連載 第12回 『試聴室探訪記』

～谷口とものり、魅惑のパノラマ写真の世界～

加藤 滋邸のリスニングルーム訪問

フォトグラファー 谷口 とものり
編集委員 森 芳久



今回は、大手電気メーカーにお勤めの加藤滋氏のお宅にお邪魔いたしました。通勤に便利な都内 JR 某駅前のマンションに住まわれている加藤氏、マンション故の諸制限の中で、音楽とオーディオを楽しむため独自のスペースを作り上げられています。

「プログラムソースは、曲と演奏が気に入ればジャンルを問わずに何でも聴きます」。その言葉通り、手持ちのソフトは SA-CD、CD、DVD、Blu-ray まで幅広いコレクションをお持ちで、それは廊下にまで高く積み上げられています。

「幼いときから音楽が大好きでした。学生時代にはオーディオにも興味を持ち少しはかじりましたが、小遣いで買える装置には限界があり、もっぱらコンサートに通い生の音楽を楽しんできました。オーディオマニアというより音楽マニアですね。私はいつも録音より音楽性を重視しています」。そんな加藤さんが本格的なオーディオの世界を目指したのは、2003 年、Blu-ray Disc Recorder の開発を担当した時のことである。

「自分でも趣味としてのサラウンド・システムを楽しまなければ、これ以上の開発はできないと思い、サラウンド・システムを自分自身で構築したのがスタートでした。そして、サラウンドの音を改善してゆく中で、2ch オーディオの原点に回帰したのです」。確かに、現在の加藤氏の装置はサラウンドではなく 2ch に特化し、それぞれの機器の特長を最も良く表現できるよう細部にわたり吟味されています。

加藤氏の目指されている音を具体的にお伺いしたところ、

- 1) 楽しい音＝元気をもらえる音、「私は『音楽は個人のリズムと合奏のリズムの複合作用』と考えているので、この二つのリズムがきちんと再現できること」。

- 2) 心地よい音＝癒される音、「楽器の倍音と合奏の和音がきれいにのった音の再現」。
- 3) 音の立ち上がりが速い音、「私はヴォーカル同様、楽器にも母音と子音があると思っています。録音された子音がきちんと再現できるように立ち上がりの速い音を目指しています。再現された子音で音楽性が高まるのです」。
- 以上3点の応えが返ってきました。

現在、さらにチャレンジされていることとしては、










- 1) 録音年代により音源の差が大きいので、これらをひとつの装置でいかにいろいろな状態のディスクを両立させていくか。
- 2) デッドな録音とライブな録音の両立。
- 3) 楽器のミュートとの再現。特にエレキ・ベースの和音の持続音の再現だけでなく、ミュートの再現をどこまで追い込めるか。

まだまだ、加藤氏のオーディオに対するチャレンジと健闘は続くことでしょう。その結果が氏の装置だけでなく、氏が手がける製品に反映され、一日も早く我々に届くことを祈っています。

(森 芳久、文責とも)

パノラマ画面の操作説明

- パノラマ写真は、[ここ](#)か、はじめのページの[試聴室画像](#)をクリックしてご覧ください。
(ローディングに若干時間がかかる場合があります。)
- マウス操作で、画面を上下・左右 360 度、自在に回転してご覧いただけます。
- スピーカー、アンプ等、マウスを当てて、クリックすると機器名が表示されます。
- 画面下にある操作ボタンで次の操作ができます。

	画面のズームイン
	画面のズームアウト
	画面の左方向への移動
	画面の右方向への移動
	画面の上方向への移動
	画面の下方向への移動
	サウンドオフ
	フルスクリーン
	画面回転ストップ

MEMBERS PLAZA

ダミーヘッドマイクを作って見よう

ノスタル^{ジジイ}爺 峯岸 英雄 (個人会員)

1 ダミーヘッドも美女が良い



1970～1980年代に生録ブームがありました。まだ若かった小生も、何10kgもあるオープンの録音機を担いで『生録会』に出かけたものでした。その結果は自分で録音したという鼻屑目を上乗せしても満足とは云えず、己の腕の悪さを棚に上げ、大枚叩いてマイクロフォンや録音機を買い換えたものです。

その頃にも既にダミーヘッドマイクは存在しましたが、音響計測を目的とした物で、とても個人で買える価格帯ではありませんでしたし、それに大体に不細工な人形でした。そこで、苦肉の策で自分の耳に絆創膏でタイピンマイクを貼り付けて代用しました。(より不細工ですみません)

メモリーレコーダが充実した昨今、第2次生録ブーム、そこで小生が長年作り続けている美形ダミーヘッドマイクの製作方法を紹介します。

2 使用材料

- | | | | |
|------------------|---------|---------------|---------|
| ① レディース・ウィッグ | 1個 | ② 小型コンデンサ・マイク | 2個 |
| ③ ステレオジャック(3.5φ) | 1個 | ④ 細シールド線 約1m | 1本 |
| ⑤ マイク取り付けフランジ | 2個 廃品利用 | ⑥ 三脚取り付け具 | 1個 廃品利用 |
| ⑦ ダボネジ(W1/4 20山) | 1個 | | |

読者の皆様に馴染みの無いのが①のレディース・ウィッグでしょう、これは床屋さん、美容師の卵の方々がカット練習に使う理容用のダミーヘッドなのです。最初はロングヘアーなのですが何度も練習されて最後は坊主頭にされちゃいます。結構に美形揃いなのでこれでダミーヘッドマイクを作ろうと思い立ち、行き付けの床屋さんをお願いし小生好みの髪型にカットして分けてもらいました。

② の小型コンデンサ・マイクは今回安価な物を選びました。ご予算の許す諸兄は更に高価なマイクを選ぶとそれなりの結果が得られると思われれます。

秋月電子通販 <http://akizukidenshi.com/>

小型エレクトレットコンデンサーマイク WM-61A (2個入¥200)

メーカー パナソニック株式会社 (Panasonic) 秋月電子通販コード P-02303

③ ステレオジャック(3.5φ)と ④ 細シールド線は手持ちの物を使用。

⑤ マイク取り付けフランジは当初無しで、ウィッグ耳穴をマイク直径 6.0mm で開け皮膚(?)とマイクの摩擦で固定していましたが、友人に見せると『これがマイク』と言ってマイクを頭の中に押し込まれる事故が起き修理が難しいのでマイクの落ち込み防止用フランジを旋盤加工で作りました。材料は血糖測定時の採血に使用する針の保護キャップが何と内径 6.0mm でぴったり(笑)。 **注意:血液の付着した物は絶対に使用してはいけません。*

3 製作手順

以下製作方法を順次説明します。

① 耳穴を開ける

ウィッグの肌は合成樹脂ですので普通の木工用錐や金工用ドリルでは切口が鋭り取られて丸い穴が開きません。ダボ錐を使う事をお勧めします。素材は餅肌で軟らかいので電気ドリル等使わず手回しで開けられます。



② 配線用の穴を開ける

内部に詰まって居るのは硬めのスポンジ状の物なので 3mm φ程のパイプで突付いて左右耳穴を串刺しにします。バーベキュー用の串を利用するのも良いでしょう。両耳を串刺しにした串に向かって底部樹脂注入孔から別の串を差し込みます。串同士がコツンとぶつかれば OK です、これで T 字孔開通です。



③ シールド線通し

細シールド線は 1.5mmΦの一芯シールドを使いました。まず、両耳を串刺しした串にシールド線を粘着テープで固定し串を引っ張って左右の耳にシールド線を貫通状態にします。次に低部孔より鉤状の治具でシールド線を引っ掛け引き出します。鉤編みの針等も使えます。後程中間で切断すれば左右分に振り分けられます。この先に左右マイクプラグもしくはステレオプラグを付けてもかまいませんが今回は使い勝手を考えて 3.5mmΦステレオミニジャックで中継しました。こうしておけば中継ケーブルの工夫次第で録音機のプラグインパワーで動作させたりミキサーのファンタム電源での使用も可能に成ります。*注意：プラグインパワーやファンタム電源の仕様を理解の上個人の責任でお使い下さい、故障、不具合発生の原因は一切負いません。



④ マイク半田付け

左右耳シールド線にマイクを半田付けします。半田付けはマイクの温度を上昇させないよう迅速且つ確実に行います。又、シールド網線末端は感熱チューブ等で処理します。ばさばさにして置くと故障の原因に成ります。



⑤ マイク取り付け

マイク取り付けフランジにマイクユニットを押し込みます。マイク位置は深さ 0mm(面一)～深さ(奥に) 5mm まで調整可能です。

フランジを耳穴に押し込んで完了です。

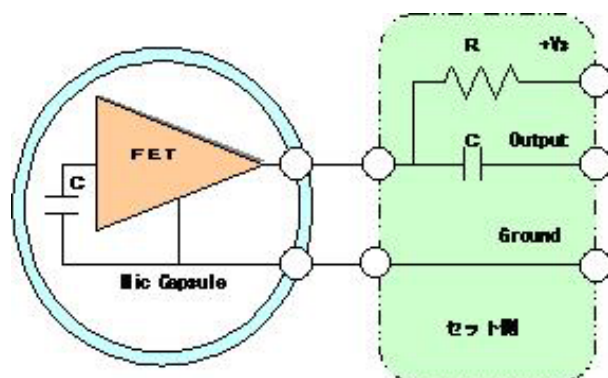


⑥ ジャック半田付け

低部シールド線を 3.5Φステレオミニジャックに半田付けして完成です。

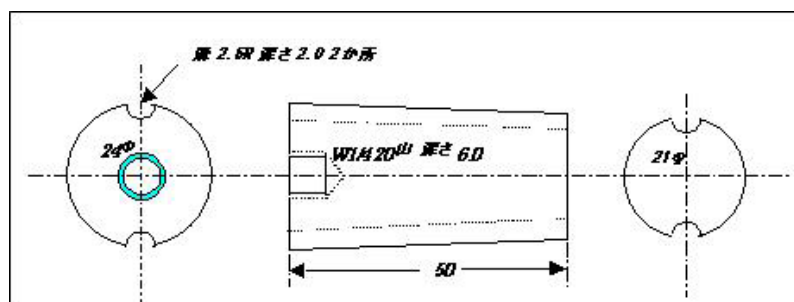
レディース・ウィッグは使用目的が異なりますので電磁シールド効果等は全然ありません。マイクに手を近か付けたり、電磁誘導を受ける様な場所に設置すると雑音を拾います。気休めですが、出力端子周辺にアルミホイルを両面テープで貼り付けました。





⑦ 取り付け治具

ウィッグには座が有りますのでそのまま置いて使えますが、やはりスタンドに付けた方が使い易いでしょう。マイクスタンドのネジは 3/8 吋 5/8 吋 1/2 吋の 3 種類が主流ですがネジ加工は素人には難しいのでカメラ三脚ネジ仕様で製作し他のスタンドには市販のネジ変換アダプターを使う事にしました。カメラの三脚ネジは 1/4 吋 20 山で DIY の店で「ねじ込み棚ダボ 9mm*W1/4」としてねじ込み式の物が入手可能です、これを使うと簡単です。製作例は焦げ付かせた鍋の柄を切り出しナイフと彫刻等刀で削り棚ダボをねじ込んだ例です。



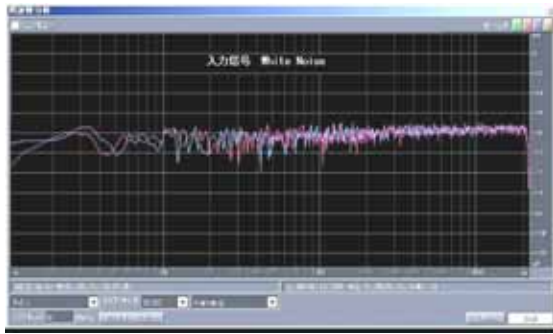
⑧ 重量級スタンド

ダミーヘッドマイク用に重量級スタンドを製作しました。材料は軽自動車の後輪ブレーキドラムと水道補修用パイプです。ブレーキドラムは約 4kg と十分な重量、水道補修用パイプは両端に 1/2 吋のネジを切った種々長さの物が市販されていますのでマイクスタンド用に流用できます。

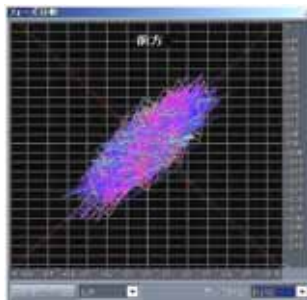
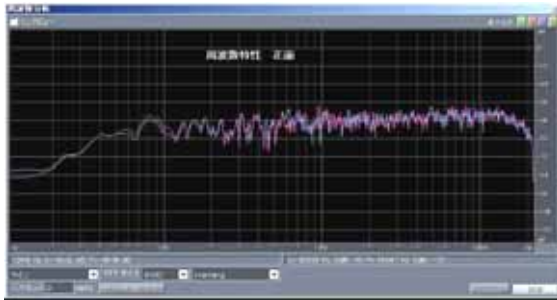


4 周波数特性の測定

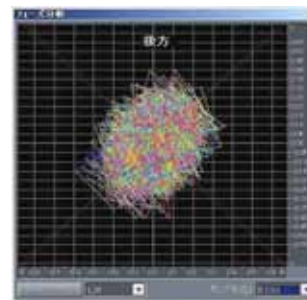
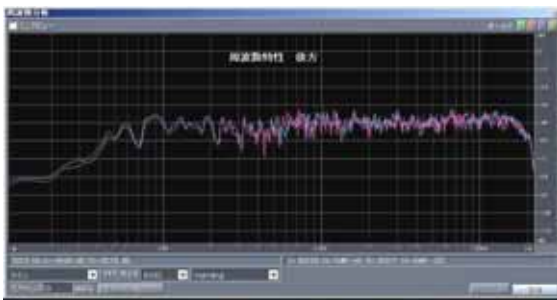
結果オーライのご隠居の道楽と言っても周波数特性ぐらいはと測って見ました。無響室は無いが何時も聞いている部屋で測れば良いのではないかと云う安易な発想なので、定量的に精度を欠く所はご容赦願います。方法は White Noise を再生してダミーヘッドマイクで受けプリアンプを介し各方向の周波数特性を FFT にて得ました。青：左 ch.、ピンク：右 ch.、(↑)はマイクの鼻方向。再生スピーカー：Infinity Reference One、スピーカー・マイクロフォン距離：1m です。



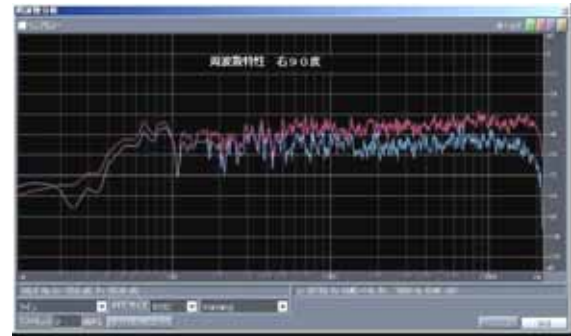
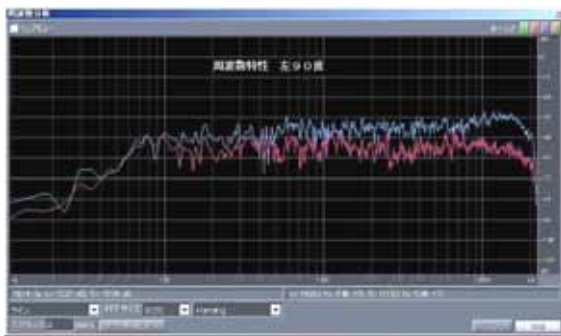
入力信号周波数特性 (White Noise)



正面周波数特性(↑)
& 位相特性

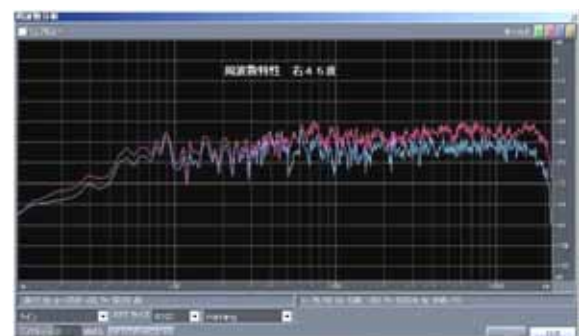
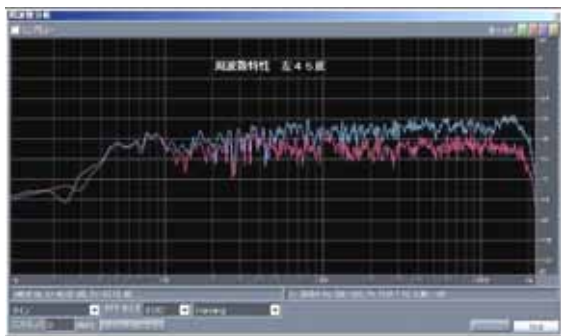


後方周波数特性(↓)
& 位相特性



左 90 度 (→)

右 90 度 (←)



左 45 度 (↙)

右 45 度 (↘)

5 両耳間クロストーク

ダミーヘッドマイクの効果は前記両耳間のレベル差、位相差に加えて両耳間クロストークが要因と理解しています。であるなら検証して見ようと次なる素人的手法を考えました。

CDのfsを使うという発想です、fs=44.1kHzですから測定周波数を441Hzに選べば毎秒100個のサンプル点として観察でき、1サンプルのずれは0.0227msと云う事です。

① スピーカー、マイクの設置

音源を小さくしたいのでスピーカーは8cmフルレンジ、Σシステムエンジニアリング製Chi'ze77PROを使用、左右スピーカー、マイク間を1.5mの正三角形で結びます。



スピーカー・ダミーヘッドマイクの配置

テスト信号は各種用意しましたが次の2例の紹介をします。

① Lch:441Hz -10dB Rch:-∞ dB(無音)

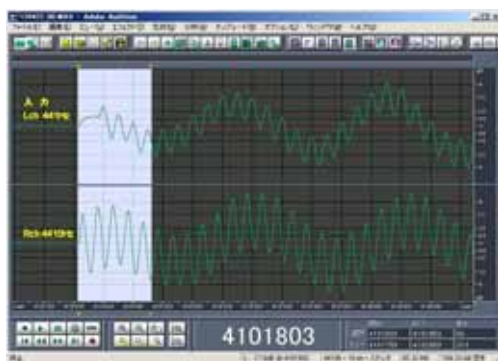
これでRchへのクロストークと両耳間のディレイが観察できるはずですが。

観測点は入力信号のスタート点に選ばばと考えましたがスピーカーの応答、測定系の応答等に難点があり安定した箇所での観測としました。Lch入力に対するRch出力は14サンプルの遅れで観測されました。

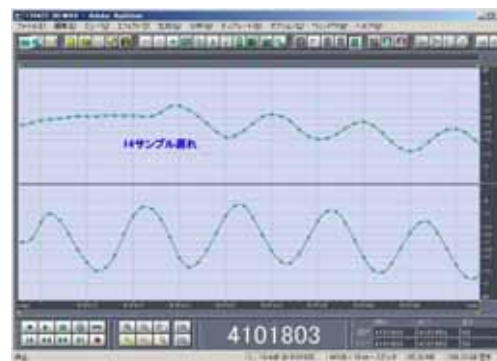


② Lch:441Hz -10dB Rch: 4410Hz -10dB 入力

Lch⇔Rch 相互のクロストークが観察できるはずですが。



出力波形



セレクト部拡大

ディレイは同じ 14 サンプルと観測されました。よって、0.318ms と言うことです。

使用したレディース・ウィッグの両耳間隔は 130mm、IEC60959 には準拠しませんが、自前の頭も採寸して見たら寸法のみならず、中身を含めて規格外れでしたのでこれは妥当な値と致しましょう。ダミーヘッドマイクに関しては頭部形状、両耳間隔、耳たぶ形状、耳道の影響等を考慮した諸説が有る様ですが、小生の実際の録音結果からはマイクを表面（深さ 0mm）とした場合の音質が好ましく感じられました。

6 製作測定を終えて

安価な材料と廃品で作った今回のモデルは想像以上の特性と自画自賛しています。彼女に名前を付けなければと思っても既に 16 体目の完成とあって昔、憎からず想った人の名も既に枯渴したので AKB48 から借用しようかと思ってみましたがメンバー一人も存知上げ無くて！

製作中に付いた手垢を拭って、中々出番は廻って来ないかも知れませんがゆっくりと指名を待ってもらいましょう。

作って見て、測って見てその結果からダミーヘッドマイクを使って録音した音は『ヘッドフォンで聞くのが正しい』と言う事を再認識しました。スピーカー再生ではクロストークが録音時と再生時に 2 回付加されてしまうからです。しかし実際にスピーカー再生を試みてもそれ程の違和感はありません、効果が倍増(?) と思って聴けばそれも又良しでしょう。

このダミーヘッドマイクは販売するつもりは有りません、少年の頃、鉱石ラジオが聞こえた時の感動、NHK FM の実験放送をどうしたら聞けるか思案した頃、ノスタルジーに浸るだけでなく工夫し作る喜びを皆様に思い出して戴ければ幸いです。

仕事にかまけ(熱中するあまり)金で何でも手に入るという息子世代を育ててしまった反省に、今、暇になったご隠居は孫を猫可愛がりするだけではなく、物作りの楽しみを伝授しようではありませんか。但し孫には現役時代の名声や功績をそして、やたらと知識をひけらかすと相手にしてもらえなく成りますので肝に命じましょう。

中島平太郎元協会会長の弁にメディアは 1/4 世紀毎に変遷する、1982 年エジソン蓄音機発明後 100 年の年に CD を発売する、2007 年にはメカレスの録音再生機を、ここまではほぼ師の予測通りに実現されましたが 2032 年には何を投入するのかを考えないと手遅れと成りそうです。

ノスタル爺は密かに『彼岸で聴くオーディオ』の開発に想いを廻らせていますが如何。

筆者プロフィール

峯岸 英雄



1941 年 埼玉県生

1960 年 埼玉日本無線(株)

(現) 新日本無線(株) 入社

主にオペアンプ普及、音質改善に従事

2001 年 同社を定年退職

以降、*KRC Recording* として活動

2011 年 ノスタル爺(ジジイ) 襲名

平成24年度 通常総会報告 6月度理事会報告

平成24年度 通常総会報告

平成24年6月7日(木)13時30分より銀座プロッサムにおいて正会員374名中240名の出席(委任状提出会員を含む)のもと平成24年度一般社団法人日本オーデオ協会通常総会が開催され、引き続き来賓も参加されて懇親会が開催されました。

通常総会

平成24年度通常総会において次の5議案が提出されすべて承認されました。

それぞれの内容は本号の協会事業関連資料集に掲載しましたのでご覧ください。

第1号議案 平成23年度事業報告・決算報告の承認を求める件

第2号議案 平成24年度事業計画・収支予算の承認を求める件

創立60周年を迎えるにあたり創立理念に立ち返り、感動創出に向けた活動を強化していくことを提案した「中期事業計画検討委員会答申」が紹介され、それに基づく事業計画、新組織、収支予算が紹介されました。

大きな財政的課題として、従来、特定企業に偏っていた経費負担を見直し、より健全な財務体質を構築していくことを中期事業計画検討委員会から指摘されたことを受けて、第3号議案の法人年会費の値上げと、第4号議案の役員報酬支給を盛り込んだ予算を提案して承認されました。

第3号議案 法人正会員の年会費値上げ案の承認を求める件

第4号議案 役員報酬の総額を定める案の承認を求める件

第5号議案 役員改選案の承認を求める件

本年は定期改選の年にあたります。理事13名と監事1名の重任と理事6名の新任が承認されました。

新任理事は以下の方々です。

大島 洋 (ティアック株式会社)

大瀧 正気 (オンキヨー株式会社)

岡本 幹彦 (日本放送協会)

戸祭 正信 (シャープ株式会社)

春名 恵介 (富士通テン株式会社)

山崎 一彦 (パイオニア株式会社)



通常総会 会場風景

懇親会



懇親会で挨拶する校条会長



関根室長のご挨拶

通常総会終了後、懇親会が開かれ出席会員間の交流を深めました。

校条会長のご挨拶に続いて、来賓の経済産業省商務情報政策局情報家電戦略室長 関根 久様より次のご挨拶をいただきました。

「今年60周年を迎える日本オーディオ協会の校条会長はじめ、歴代の関係者の方々の継続する力、そしてオーディオ、ホームシアターを含めた音楽に対する情熱を今後も期待するところです。

昨年の「オーディオ&ホームシアター展」では、来賓の方々が一番乗りのお客様と共にテープカットをするなど、ユーザーに対しての感謝の気持ちを表すことは心温まる趣向であろうと思います。ことしの「オーディオ&ホームシアター展」の成功を大いに期待しております。

近年のオーディオの媒体はカセット、CD、MD、DVD、BD といろいろと変わりますが、オーディオの普及ということでは、ユーザーのライフスタイルも変わっていく中で、どのような環境の中で音を楽しんだらよいか、技術者の DHT 認定試験をとおして一定レベルの音の基準をあきらかにしていただき、日本初のオーディオの試聴環境を世界に広めていくことを期待します。また、海外勢を超えるような画期的な機器を開発していただき、日本オーディオ協会もこれをサポートして欲しいと思います。」

6 月度理事会報告

総会に続いて、6 月度理事会が理事 15 名と監事の出席のもとで開催されました。

第 1 号議案 「会長、副会長、専務理事選任の件」

出席された理事の互選により会長には校条亮治会長が重任されました。

また、加藤 滋副会長(ソニー株式会社)と中村 和彦副会長(パナソニック株式会社)の重任と、新たに山崎 一彦副会長(パイオニア株式会社)の就任が承認されました。なお専務理事は校条会長が引き続き兼務することになりました。

第 2 号議案 「新会員の承認を求める件」

第 3 号議案 「役員報酬額を定める件」

いずれも原案通り承認されました。

協会事業関連資料集 1

平成 23 年度事業報告書

(平成 23 年 4 月 1 日から平成 24 年 3 月 31 日まで)

昨年 3 月 11 日に発生した東日本大震災に被災された方々に心よりお見舞いを申し上げますとともに一日も早い復旧、復興をお祈り申し上げます。

本協会は定款の目的に従い、豊かなオーディオ文化を広め、楽しさと人間性にあふれた社会を創造することを目指して、オーディオ及びオーディオ・ビジュアル(以下オーディオ等)に関する調査及び研究、普及及び啓発、基準の作成、情報の収集・分析及び提供、展示会の開催、人材の育成、内外関係機関との交流及び協力、ソフト・ハード・出版物の制作・販売等、本協会の目的を達成するために必要な事業を実施しました。

平成 23 年 4 月 1 日付けで一般社団法人への移行を完了し、新定款に基づき理事会機能の強化、各種委員会機能の強化、事務局機能の強化を図ることで普及・啓発活動を推進しました。

平成 23 年度に実施した主たる事業は、定款第 4 条各号に沿った通りであります。

(第 1 号) オーディオ等に関するソフト、ハード、視聴環境の調査及び研究

デジタルホームシアター普及委員会において一般家庭におけるマルチチャンネルスピーカー配置の実態調査をもとに専門家による音場評価を加えることで日本市場に合ったホームシアターの為の音響的評価基準の研究を進め、音響学会で発表しました。

(第 2 号) オーディオ等に関する普及及び啓発

5 月 1 日の「サラウンドの日」に(社)電子情報技術産業協会 (JEITA) と協力し各地の会員各社のショールーム等で「サラウンドの日」体感視聴会を開催しました。「音の日」には「音の匠」の彰を通じて音の世界の素晴らしさを認識していただくための活動を行いました。「オーディオ&ホームシアター展 TOKYO (音展)」では協会主催の各種セミナーや生録会を実施しました。音展期間中「音のサロン」では良い音楽を良い再生環境で楽しむためのライフスタイル提案を行ないました。また、音展会場で青少年向けの啓発活動と生録会を開催しました。

(第 3 号) オーディオ等に関する基準の作成

第三世代オーディオ普及委員会ではモバイルオーディオ推進協議会 (MAPI) を通じて携帯端末やスマートホンを使って家庭用オーディオ機器で音楽再生を行なうときの問題点の検討に活用する基準信号の配信を開始しました。

(第 4 号) オーディオ等に関する情報の収集・分析及び提供

会報 JAS ジャーナルを隔月で 6 冊発行しました。JAS ホームページでは JAS ジャーナルの配信を含めて年間約 40 万ページビューの利用がありました。ホームシアターサウンド Web はホームシアター普及に向けより具体的な情報を提供するサイトとして運営し、年間約 45 万ページビューの利用がありました。

(第5号) オーディオ等に関する展示会及び啓発に関する催事の開催

「オーディオ&ホームシアター展 TOKYO」(音展)を平成23年10月21日~23日に秋葉原UDXと富士ソフトアキバプラザにて開催し、多くの方々にオーディオ等の最新情報の提供や視聴体験機会、セミナーを実施しました。

(第6号) オーディオ等に関する人材の育成

ホームシアター市場の健全な普及に向け、ホームシアター関連の販売従事者、建築士、インテリアコーディネーター、インストーラー等に役立つデジタルホームシアター構築のガイドライン作成と人材の育成のための「デジタルホームシアター取り扱い技術者」資格認定講座を開催し、平成22年度に続き、平成23年度には4回開講し延べ61名の合格者を認定しました。

(第7号) オーディオ等に関する内外関係機関との交流及び協力

第18回日本プロ音楽録音賞を関連団体と共催し、最優秀4作品と優秀6作品の合計10作品の録音エンジニアとベストパフォーマーを「音の日」に表彰しました。

(第8号) オーディオ等に関するソフト、ハード及び出版物の制作及び販売

オーディオエンジニア及び一般カスタマーに向け、再生音の評価や測定に役立つCD、DVD等の販売を行いました。

なお震災に見舞われた学校関係者の方々へのご支援として文部科学省と連携して会員企業の方々から提供していただいたオーディオ機器、音楽CDを被災された学校・団体に提供して教育や課外活動に活用していただきました。

JAS Information

協会事業関連資料集 2

平成23年度収支計算書

(平成23年4月1日から平成24年3月31日まで)

収入の部

	平成23年度収入予算				平成23年度収入実績			
	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)
1. 会費(含入会金) (1)	33,000	33,000			33,380	33,380		
2. 事業収入	48,292	1,400	8,892	38,000	44,603	1,254	1,297	42,052
普及・啓発 (2)	800	800			809	809		
評価用音源	600	600			445	445		
人材の育成 (3)	8,892		8,892		1,297		1,297	
展示会(音展)	38,000			38,000	42,052			42,052
3. その他収入 (4)	700	700			427	427		
4. 運用資金引当預金取崩額								
5 当期収入計(1~4)	81,992	35,100	8,892	38,000	78,410	35,061	1,297	42,052

- (1) 法人会員 正：20社、7団体、賛助22社、個人会員 一般：204名、シニア：115名、学生：3名、
会友：46名 合計368名 (平成24年3月31日現在)
(2) 音の日会費、音の日行事分担金
(3) デジタルホームシアターセミナー受講料・教本収入
(4) サラウンド HP 協力金(JEITA)他

支出の部

	平成23年度支出予算				平成23年度支出実績			
	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)
1. 事業支出	46,862	6,792	7,570	32,500	45,111	6,849	1,977	36,285
調査・研究								
普及・啓発 (1)	3,250	3,250			3,601	3,601		
基準の作成(音源)(2)	442	442			159	159		
情報の収集・提供 (3)	2,100	2,100			2,189	2,189		
展示会の開催(音展)(4)	32,500			32,500	36,285			36,285
人材の育成 (5)	7,570		7,570		1,977		1,977	
対外交流 (6)	1,000	1,000			900	900		
2. 管理費 (7)	2,030	2,030			3,318	3,318		
3. 事業管理費	(9) 33,020	27,520		(8) 5,500	29,622	24,122		5,500
4. 当期支出計(1~3)	81,912	36,342	7,570	38,000	78,051	34,289	1,977	41,785

収支バランス

5. 当期収支差額	+80	-1,242	+1,322	+0	+359	+772	-680	+267
6. 前期繰越収支差額	1,707	22,168	-2,060	-18,401	1,707	22,168	-2,060	-18,401
7. 次期繰越収支差額	1,787	20,926	-738	-18,401	2,066	22,940	-2,740	-18,134

- (1) 音の日行事、音のサロン、DHT委員会、第三世代オーディオ委員会等普及・啓発活動費用
(2) オーディオシステム評価用ディスク制作、仕入代金等
(3) JASジャーナル、JASホームページ運用費、ホームシアターサウンドWeb運用費等
(4) 音展(オーディオ・ホームシアター展)
(5) デジタルホームシアターセミナー資格認定講座
(6) 他団体への協力金(日本プロ音楽録音賞運営委員会、デジタルコンテンツ協会、
モバイルオーディオ推進協議会、インテリア産業協会)
(7) 協会一般事業の管理経費(含む総会)
(8) 特別会計(展示会)事業活動に伴う固定的経費
(9) 一般会計事業に伴う固定的経費

JAS Information

協会事業関連資料集 3

平成 24 年度事業計画書

(平成 24 年 4 月 1 日から平成 25 年 3 月 31 日まで)

はじめに

日本オーディオ協会は、今年創立 60 周年を迎えました。ソニー創業者の井深大氏と中島健蔵氏の強い信念の下、1952 年（昭和 27 年 10 月 4 日）に、「日本オーディオ学会」として創立されました。同年 12 月には早くも「全日本オーディオフェア」が 12 月 4 日～7 日の 4 日間にわたり開催されました。さらに、翌年 5 月には「日本オーディオ協会」として行動する組織として改組されました。その活動は今日まで、まさに我が国の民生用電子機器産業と再生音楽文化の発展に多大な足跡を残してきました。私たちは、活動を支えた先輩諸氏に対し、大いに感謝をすると共に敬意を表するものです。

後を引き継ぐ私たちとしては、その功績を無にすることなく、次代の発展に向けた新たな道筋と、具体的な行動を明らかにする義務があると認識します。特に昨今の風潮として利便性と価格のみがすべての象徴のような時代であるがゆえに、日本人が持つ固有文化の停滞、もしくは廃退という懸念すら、強く認識せざるを得ません。本年度事業がそれらの課題に応えられることを強く切望します。

(1) デジタルホームシアター普及委員会

一昨年、薄型テレビはエコポイントもあったことから、25,193 千台出荷され、昨年は地デジ化移行も終わり、19,829 千台の出荷となりました。この二年間で 45,022 千台と、ほぼ国内世帯数に匹敵する出荷台数となっています。昨年の TV に対する AV スピーカーの装着率は 3.7%（2010 年=3.5%）で微増となりました。

昨年の「オーディオ&ホームシアター展」における出口調査によれば、ホームシアターに関し、

45.27%が「既に設置済み」<現在計画中>であり大きな市場に育ってきました。一方、39.09%が「興味はあるが計画なし」と答えています。

協会は「音と映像の融合」を目指し、健全なホームシアター市場に向け「リビングから専用ルームまで、良質な音の再生空間構築」を目指しています。昨年は国内住宅事情にマッチした「スピーカー設置のためのガイドライン」を発表しました。また、61 名の取り扱い技術資格認定者を排出することができました。

今期はいよいよ、一級である「カスタムインストラクターコース」をスタートさせ、全 6 回程度（60 名程度）の認定講座開催と、普及拡大に向けた「サラウンドの日イベント」と「オーディオ・ホームシアター展」でのセミナー、視聴体験会の展開と特別ホームページ立ち上げなど、展示会と並ぶ事業部門として事業ベースに乗せることを目標にします。

今後の技術的課題として、ホームネットワークとプログラム設定、室内音場空間技術などに注力する必要があります。なお、JEITA サラウンド・サウンド専門委員会とは引き続き協業を進めます。

(2) 音のサロン委員会

昨年まで「専門部会」として活動してきましたが、今期より活動を明確化するために中期事業方針にもあるように「再生音楽による感動を創出」させることを目的に、新たな活動を開始します。具体的には昨年の「オーディオ&ホームシアター展」で好評を博した「音のサロン」を定期的開催することです。これにはピュアオーディオのハードとハイレゾ音源の活用などソフト、ハードを連携させながら追及していきます。具体的にはセミナーと試聴会の組み合わせを基本に、協会会議室や外部ホールの活用、さ

らには「オーディオ・ホームシアター展」での啓発アピールを行い、新技術については「JAS ジャーナル」を活用した解説紹介も展開していきます。

この活動を強化するため部会内に「音のサロンWG」と「PC オーディオWG」を設置し、健全なHiFi 追及と聴取空間について、ビギナーからマニアまでの連続性あるファンづくりなどに注力します。

なお、これまで取り組んできた技術的な課題については「技術会議」、「放送・通信等新音源検討委員会」に移管します。また、運営については、講師の自前化、他団体との協業など最少経費で最大効果を求めていきます。

(3) 録音機器・技術普及委員会

平成 21 年度からスターとした生録委員会もすでに 3 年が経ちました。この間、5 回の音楽録音会を開催し、800 名以上のリスナーと録音者に啓発してきました。コンサート等における健全な録音市場構築に向け、録音はもちろんのこと、録音技術を磨くセミナーや、機器を持ち合わせないビギナーへの機器貸出し、オーディオ&ホームシアター展でのメーカー一同のブース展示など、普及に努めてきました。この結果、今では IC レコーダー分類で 126 万台の出荷を見ることができ、このうち 96KHz (サンプリング周波数) 以上の PCM レコーダーの高忠実度録音市場が 25 万台までに育っています。

底辺拡大とさらなる普及を目指し、展示会と連動した大型イベントの開催検討と、技術的向上を目指した技術セミナー開催等を推進します。また、啓発のために音楽専門誌や楽器専門誌との提携も検討していきます。名称も今期より明確化に向け変更し、事業としてはゼロバランス化を前提に進めます。

(4) 放送・通信・新音源検討委員会

中期事業検討委員会答申にもあるように、放送におけるオーディオのプレゼンスが落ちてきていることは明白です。サラウンド放送の停滞、地デジ化による放送波音質の劣化、テレビの薄型化によるオー

ディオ部分の音質劣化など協会としては看過できない事態であると認識します。テレビ多チャンネル化時代とネットラジオ化時代に相応しい音質追及は喫緊の課題として諮問委員、OB 等人脈を活用し、学識者を巻き込んだ活動ができるよう検討します。具体的には NHK や AES との連携を強化することと、JAS ジャーナル等での意見表明を基本に推進していきます。

また、新音源として通信系のインターネットや光通信、スマートホン、及び DLNA、オーディオ USB など新たな音源が台頭しています。これらに対し、協会として特徴と課題の整理を行い、健全な消費市場に発展するよう啓発活動を行っていきます。具体的には展示会等でのセミナーや、音のサロンとの共同での啓発稼働を推進します。JEITA ネットワークオーディオ専門委員会との連携も推進します。

従来、進めてきた第三世代オーディオ普及委員会を吸収し、MAPI との活動も当委員会にて進めます。

(5) 展示会実行委員会

すでに秋葉原にその場所を移して 3 年が過ぎました。この間、新しい展示会のあり方として①地産・地消、②参加型感動体験の場の提供、③技術 PR によるセミナー方式の導入、④他団体や異業種等とのコラボレーション展開を推進してきました。この流れは他団体からも一定の評価もあり、秋葉原地元からも評価が得られるところとなりました。

当初課題であった若年層の吸引では、20 代が 60 代を 2 年連続して超え、一定の成果はあったと考えますが、一方で、女性層とファミリー層の吸引では成功には至っていません。また、会場が二拠点にまたぐことによる非効率さや、運営が専門化してきたことにより、広い協力体制が得られないことと、責任体制がすべて事務局に集中しすぎることで、さらなる発展の阻害要因になってきています。

今一度、理事会の責任として実行委員長と実行委員など推進体制の見直しが必要になってきています。事業としては最大事業であり、連続黒字化により、少

しでも累損償却に努めます。

(6) 音の日委員会

1994年に「音の日」を制定以来18年が過ぎ、協会の公益文化的事業として定着しています。この間、「音の匠」や「日本プロ音楽録音賞」の顕彰など音の文化の啓発に努めてきました。

一方、「音の匠」も時代変化による選定基準の見直しや「日本プロ音楽録音賞」の業界内位置付けの変化などにより、マンネリ化や埋没化の懸念も出ています。再度、原点に戻り創設の意義からの見直しが必要になっています。当然ながら、オーディオ文化の発展を願う協会としては、今一度大きな発展性を前提とした見直しでなくてはなりません。具体的には、関係団体の日本音楽スタジオ協会、及び日本レコード協会との見直し連絡会議を設置します。

(7) JAS ジャーナル編集委員会

協会唯一の技術広報誌として年6回発行しています。最盛期に比べ回数も半減していますが、協会としては極めて重要な位置づけは変わりません。財政的な裏付けが厳しくなったことと、情報収集に課題を持っています。再強化するために事務局に専任担当の設置と、情報収集のための人脈作りがポイントとなります。今期は、徹底的に情報収集力強化と発行回数や内容強化のための検討会議を設置します。

(8) 技術会議

協会活動を技術的に担保するために今期より技術担当理事の下に新設します。この会議は、協会として個別技術を選択推進することや、批判反対するためのものではありません。あくまでも健全なオーディオ文化発展のために、特徴と課題を解析し、各部会事業活動を補完するために開催します。

特に、音楽再生空間の再現性に関する技術に対する検討を進めます。音楽再生空間は広範囲に捉え、ルーム、車室内、ヘッドフォンにおける頭内定位問題等を念頭に、良質な音楽再生のための技術的検討

を進めます。また、検討された内容を消費者に分かりやすく紹介していくことや、しかるべき関係組織に情報発信して行くことが重要なテーマと考えます。これには展示会とリンクしたセミナー開催や、独自有料シンポジウムの開催等を企画していきます。

構成メンバーは、理事、各委員会委員、諮問委員、学識者等で構成しますが、JEITAやAES、日本レコード協会等と密接に連携して進めます。

(9) 60周年プロジェクト

協会設立60周年を迎える今期、期間限定のプロジェクトとしてこの一年活動をしてきましたが、いよいよ具現化の期となります。

具体的には、①60周年記念誌（CD含）発行、②今期協会活動の60周年記念化、③60周年記念顕彰とレセプション開催などに取り組みます。

10月に予定している「オーディオ・ホームシアター展」では「オーディオ今昔物語」としてミュージアムを設置する予定です。

(10) ソフト普及委員会

ソフト普及委員会は休眠とします。当面、ソフトの新フォーマット開発はないことを前提に、高音質ソフト（ソフト・ハード含）の技術紹介とPR推進に特化することに注力します。具体的には、放送・新音源検討委員会及び音のサロン、技術会議、関係委員会等を通して普及に努めます。また必要に応じ、連絡会議は開催することにします。

(11) 広報委員会

これまで協会の広報体制の強化を目指して、委員会として設置してきましたが、実態としてはHPのメンテナンスやサイト新設など、事務局でしか機能化出来ないことが多く廃止とします。ただし、今日において組織強化の要として広報のあり方は重要であり、特に、協会のHPやJASジャーナルのアイデンティティーを保つ視点からも都度、運営会議で報告と意見収集ができるようにしていきます。

JAS Information

協会事業関連資料集 4

平成24年度収支予算書

(平成24年4月1日から平成25年3月31日まで)

収入の部

	平成23年度収入実績				平成24年度収入予算			
	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)
1. 会費(含入会金)(1)	33,380	33,380			38,800	38,800		
2. 事業収入	44,603	1,254	1,297	42,052	41,855	1,105	2,750	38,000
普及・啓発 (2)	809	809			750	750		
評価用音源	445	445			355	355		
人材の育成 (3)	1,297		1,297		2,750		2,750	
展示会(音展)	42,052			42,052	38,000			38,000
3. その他収入	427	(4) 427			2,700 (5)	2,700		
4. 運用資金引当預金取崩額								
5 当期収入計(1~4)	78,410	35,061	1,297	42,052	83,355	42,605	2,750	38,000

- (1) 法人会員 正：20社、7団体、賛助22社、個人会員 一般：204名、シニア：115名、学生：3名、
会友：46名 合計368名 (平成24年3月31日現在)
(2) 音の日会費、音の日行事分担金
(3) デジタルホームシアターセミナー受講料収入
(4) サラウンドHP協力金(JEITA)
(5) JEITA, 60周年記念事業収入

支出の部

	平成23年度支出実績				平成24年度支出予算			
	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)	合計	一般会計	特別会計 (認定講座)	特別会計 (展示会)
1. 事業支出	45,111	6,849	1,977	36,285	41,840	7,253	2,087	32,500
調査・研究								
普及・啓発 (1)	3,601	3,601			3,650	3,650		
基準の作成(音源)	159	159			353	353		
情報の収集・提供(3)	2,189	2,189			2,350	2,350		
展示会の開催	36,285			36,285	32,500			32,500
人材の育成	1,977		1,977		2,087		2,087	
対外交渉	900	900			900	900		
2. 管理費 (7)	3,318	3,318			5,330	5,330		
3. 事業管理費	29,622 (9)	24,122		(8) 5,500	35,651 (9)	30,151		(8) 5,500
4. 当期支出計(1~3)	78,051	34,289	1,977	41,785	82,821	42,734	2,087	38,000

収支バランス

5. 当期収支差額	+359	+772	-680	+267	+534	-129	+663	+0
6. 前期繰越収支差額	1,707	22,168	-2,060	-18,401	2,066	22,940	-2,740	-18,134
7. 次期繰越収支差額	2,066	22,940	-2,740	-18,134	2,600	22,811	-2,077	-18,134

- (1) 音の日行事、音のサロン、DHT委員会、第三世代オーディオ委員会等普及・啓発活動費用
(2) オーディオシステム評価用ディスク制作、仕入代金等
(3) JASジャーナル、JASホームページ運用費、ホームシアターサウンドWeb運用費等
(4) 音展(オーディオ・ホームシアター展)
(5) デジタルホームシアターセミナー資格認定講座
(6) 他団体への協力金(日本プロ音楽録音賞運営委員会、デジタルコンテンツ協会、
モバイルオーディオ推進協議会、インテリア産業協会)
(7) 協会一般事業の管理経費(含む総会、60周年記念事業費、イベント費用)
(8) 特別会計(展示会)事業活動に伴う固定的経費
(9) 一般会計事業に伴う固定的経費・人件費(2011年6名、2012年7名)

JAS Information

協会事業関連資料集 5

一般社団法人日本オーディオ協会 役員一覧

(平成24年6月7日現在 50音順)

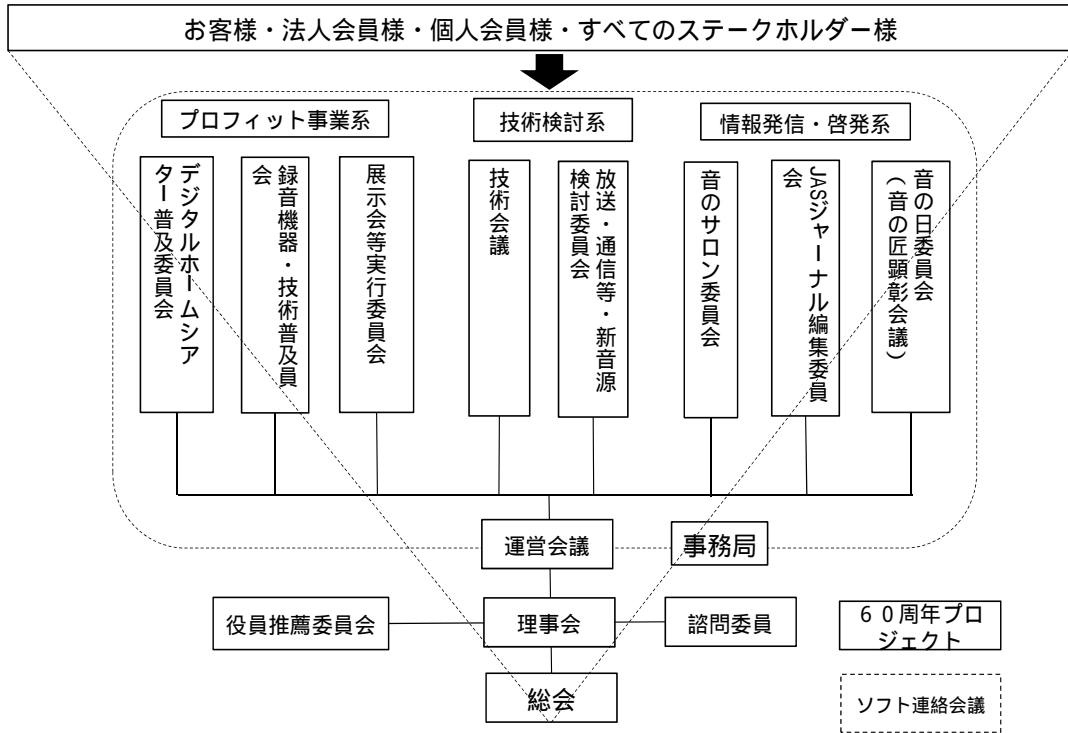
会長	校條 亮治	個人会員代表
副会長	加藤 滋	ソニー株式会社
副会長	中村 和彦	パナソニック株式会社
副会長	山崎 一彦	パイオニア株式会社
専務理事	校條 亮治	会長兼務
理事	穴澤 健明	個人会員代表
理事	市川 博文	株式会社ディーアンドエムホールディングス
理事	大島 洋	ティアック株式会社
理事	大瀧 正気	オンキヨー株式会社
理事	岡本 幹彦	日本放送協会
理事	嶋志田 憲一郎	ヤマハエレクトロニクスマーケティング株式会社
理事	岸原 孝昌	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム
理事	君塚 雅憲	個人会員代表
理事	小嶋 康	ラックスマン株式会社
理事	高松 重治	アキュフェーズ株式会社
理事	戸祭 正信	シャープ株式会社
理事	中西 康之	三菱電機株式会社
理事	畑 陽一郎	一般社団法人日本レコード協会
理事	春名 恵介	富士通テン株式会社
理事	渡辺 隆志	株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
監事	相澤 宏紀	個人会員代表
諮問委員	内沼 映二	株式会社ミキサーズ・ラボ
諮問委員	齋藤 重正	アキュフェーズ株式会社
諮問委員	沢口 真生	沢口音楽工房
諮問委員	鈴木 弘明	株式会社ソナ
諮問委員	橘 秀樹	千葉工業大学
諮問委員	谷口 好市	朝日無線電機株式会社
諮問委員	豊島 政実	四日市大学
諮問委員	西 國晴	個人会員
諮問委員	袴 俊雄	ビクターエンタテインメント株式会社
諮問委員	濱崎 公男	NHK放送技術研究所
諮問委員	松下 和雄	株式会社オーディオテクニカ
諮問委員	松田 賢一	株式会社メディアコミュニケーション
諮問委員	宮坂 栄一	個人会員
諮問委員	森 芳久	個人会員
諮問委員	八幡 泰彦	日本プロフェッショナルオーディオ協議会
諮問委員	山崎 芳男	早稲田大学

JAS Information

協会事業関連資料集 6

平成24年度 協会組織図

(平成24年7月1日現在)



日本オーディオ協会 中期事業計画書 (抜粋・編集版)

2012年6月

1 国内オーディオ市場の変遷と協会活動の歴史認識

国内オーディオ市場は JEITA 出荷統計によると 1988 年の 6,584 億円をピークに、その後縮小を続け 2011 年には 23.1% に縮小している。協会資料においても 34.4% と見る影もない (図 1)。この要因は一つには、デジタル化等による技術進化がもたらした小型化により生活スタイルの変化、即ち音楽鑑賞のスタイル変化が大きく変わったことが大きい。

一方、この流れに対して Hi-Fi オーディオのあり方が問われ、高音質 = (高級) 高額というマーケティングが推進され、結果的に「顧客醸成」の本来マーケティングは失われ、二極化に陥ったことにより新規顧客醸成は行なわれなかった。

協会活動はこの間、新たなオーディオ市場の創造を目指し、サラウンドサウンドや新たなフォーマットとして DVD オーディオや、SA-CD の普及活動など積極的に市場創造に取り組んだが期待した成果は得られなかった。

一方、フォーマットは 1982 年に CD が発売されて以来、既に 30 年が過ぎた。この間、前述のごとく SA-CD や MD、DVD オーディオなどのチャレンジが成されたが大きくなうねりとは成らなかった。逆に、デジタル化技術の進化による伝送技術の発展は、益々利便性を促進し、ポータブルオーディオ等により創造された新たな音楽聴取スタイルは、老若男女を問わず全世界に定着し更なる発展を遂げようとしている。

これらの状況下において、オーディオ協会というより、行政や企業の技術認識不足と、それに基づく方向性のコンセンサスが得られないまま、今日に至ったとも思われる。もちろん、協会としても強化に向けた幾つかの切り口はあったものと反省せざるを得ない。

大きな課題は、業界活動の方向性として最大公約数たる課題を纏め切れなかったこと、特にそれを可能にする技術的視点での課題が整理できなかったこと、また展示会の並列開催や主力企業の撤退を招いてしまったことなどがあげられる。

国内市場の激減から主力企業のオーディオに対する経営的裏付けも希薄化し、協会からの脱退や活動辞退などにより協会自体の財政的逼迫を招き存続が問われたが、会員企業の危機感から再建への模索が試みられ今日に至っている。

協会には定款はあるものの、存立意義、何をすべきかの役割、それを可能にする財政的裏付け、それらに対応するための体制などの課題が山積し、改革を急ぐ決断を 4 年前に行なった。

まず、存立意義である理念の再構築と、その役割であるビジョンの明確化、そして体制の見直しを行った。さらに、昨年度総会において定款の見直しとともに「一般社団法人日本オーディオ協会」への移行を果たし、新生オーディオ協会として再スタートを切った。

本「中期事業計画」は、まさに新生オーディオ協会の歩みを加速させ、国内オーディオ市場の発展に寄与するためのものである。

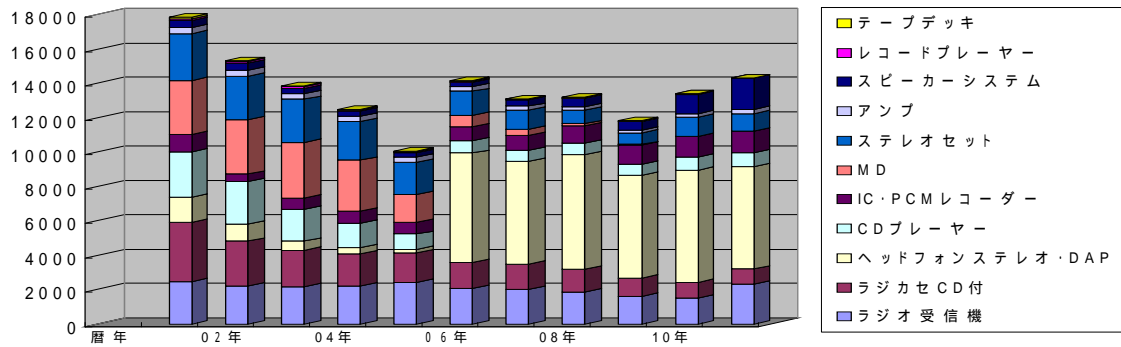


図1 国内オーディオ市場のカテゴリー別推移 (JEITA+JAS: 単位千台)

<コメント>: この10年間金額減少率ほど台数は落ちていない。(技術進化による価格ダウン)
 ・新世代はクオリティーより利便性の追及へ(ライブ提案による生活スタイルの変化が起きた)
 ・技術進化によるフォーマット変化(パッケージ系からネット系へフォーマット多様化時代到来)
 ・国内規範からワールド規範への変化(著作権問題で国内企業は出遅れ)
 ・ビジネスモデルの変化(ハード中心からソフト中心のトータルビジネスモデルへ)
 ・経営路線の混迷(市場拡大路線かニッチ専門路線か)
 ・TV、放送関係でのオーディオ技術の矮小化(音が二の次の放送とTV機器作り)

2 国内オーディオ市場の行方とあるべき姿

<国内オーディオ市場の行方の考察>

我が国オーディオ市場の低迷は、① 小型化と伝送技術の進化による利便性追求の結果として生じた生活スタイルの変化、② 小型化とデジタル化による低価格化、③ 既存規範崩壊による混乱などが、結果的に主目的である音楽を聴くという「鑑賞型オーディオ」から、従属的に音楽が流れているという「BGM型オーディオ」に大きく変質したことが大きいといえる。

さらにこの間、各企業と放送界はデジタル映像技術への注力が重視され、再生音のクオリティーへの注力はなされてこなかった。また、通信業界においても伝送技術の大幅進化により、消費者利便性は益々大きくなっているが、クオリティーについては優先順位があまり高くならなかった。

一方、趣味娯楽としてオーディオを考察したとき、「BGM的オーディオ」として生活シーンには無くてはならないものとして定着しているが、直接ライブに接することも出来る時代であることと、複数の趣味を持つことも可能な時代であり、オーディオ嗜好者が大増幅されることはありそうにない。

但し、一部若年層と女性層の動きに、ヘッドホンステレオであっても、もう少し良い音で聞きたいという流れが出来つつある。同じくPC活用者でのPC用スピーカー(外部後付パワードスピーカー)やiPodドックスピーカーが伸長している。また比較的、中級価格以下の2chアンプやスピーカーも伸張していることなどから、新たなオーディオ市場が生まれつつあることも事実である。

そしてシニア世代(60歳以上)においても一部にネットワークオーディオ(PCオーディオともいえる)への関心が静かに広がりつつある。これは一昨年及び昨年の「オーディオ&ホームシアター展」におけるアンケート分析と出荷統計分析からも明らかである。このことから、国内オーディオ市場の行方とあるべき姿は概ね以下のように推察できる。

- ① 携帯型オーディオ機器は、スマートフォンや他のタブレット機器などとの融合化を受けながら、依然として携帯型オーディオ市場を形成していく。
- ② 良質な再生音楽の楽しみ方として、室内であっても良質ヘッドホンでの試聴スタイルと、小型卓上型オープンエアースピーカーでの試聴スタイルが両立する。これらはゲートウェイとしてパソコンやネット、DAP、USBなど多様な伝送系に対応したものが考えられる。
- ③ ホームシアター等テレビとの融合や、テレビ音声の補完的オーディオとしての市場が形成される。この場合もパーソナルユースとファミリーユースで形態が変化する市場となる。
- ④ 卓上型オーディオ層からステップアップ派が生まれ、小型コンポーネント市場と本格的オーディオ市場が形成される。
- ⑤ ネットラジオの発展と、過去の深夜ラジオ族と言われたシニア世代のラジオ復帰によるラジオ市場が形成される。
- ⑥ カーオーディオ市場は、車室内サーバーを必要としない配信ナビゲーション系の更なる進化による複合型機器と、非パッケージ系対応型オーディオ機器が比重を占めるようになる。
- ⑦ 鑑賞型オーディオ市場に対し、DJやダンスに代表される参加型オーディオ市場が形成される。

以上、極めて近い市場動向を推察してみたが、いずれもターゲット人口推移や、カー登録台数推移、及び住宅新築件数やリフォーム件数推移等により市場規模は変化を余儀なくされる。また、生活スタイルとしてファミリーユースか、パーソナルユースかを視点に市場を考察する必要もある。オーディオが音楽再生である以上、パーソナルユースを基本に市場形成されるものと考えざるを得ない。

いずれにしても、デジタル技術や伝送技術の進化、及び新たな環境やエコ技術にも積極的に対応していかない限り、小さな脆弱な市場になる可能性がある。

＜国内オーディオ市場のあるべき姿の考察＞

一昔前まではオーディオ聴取のあり方として、草創期にステレオコンサートが有り、その後の発展期ではファミリーユースへとつながった。現在では携帯オーディオが主流となり、完全にパーソナルユースとなった。もちろん、これにはデジタル化や小型化などの技術的サポートがあつて成し遂げられたものである。この間、高忠実度再生というクオリティーがいささか追いやられた感が無いわけではない。

オーディオの現状で一つ言えるのは、業界関係者がパーソナルユースの代表である携帯オーディオを異質であると認識してしまったことであろう。これにより本来、多層的に発展すべきオーディオ文化は、完全に二極化へと分断されてしまい、その後の市場発展を阻害してしまった。

つまり、国内オーディオ市場のあるべき姿とは、**第一**に今一度オーディオ市場に価格と利便性のみではなく「感動」つまり感性品質の概念を導入することである。但し、二極化を促進するような一面的な「感動」ではなく全てのオーディオ生活シーンの中に、相乗効果が生まれる夫々のシーンで「感動」という感性品質の概念を持ち込むことである。

もっと分かりやすく言えば「今より、良い音で聴こう」という簡単なものである。ここで言う感性品質とは“今より”と言う漸進的なものでなくてはならない。

- ① ヘッドホンオーディオを今より良い音で聞こう。(機器、伝送系、ヘッドホンの向上)
- ② PCオーディオ、PCシアターを今より良い音で聴こう。(内蔵スピーカーから外部スピーカーへ)
- ③ テレビの音を今より良い音で聴こう。(内蔵スピーカーの向上、後付アンプ、スピーカーの発展)
- ④ 車の中で今より良い音で聴こう。(カーオーディオの発展)
- ⑤ 室内で今より良い音で聴こう。(卓上ミニコンポから本格的システムへ)
- ⑥ ベッドサイドラジオを今より良い音で聴こう。
- ⑦ お風呂オーディオを今より良い音で聴こう。
- ⑧ キッチンオーディオを今より良い音で聴こう。

この様に、異なるシーンやストーリーであっても常に“良い音で聞こう”という感性品質を追求し続けることである。このことにより、例えシーンの違いによるレベルこそ違おうが“今より良い音で聴く”という文化が醸成され、多層的且つ、連続的につながって大きなオーディオ文化という市場が形成されるのである。

国内オーディオ市場のあるべき姿の**第二**として、新技術の融合化による機器複合化に積極的に挑戦することである。成熟した文化の下においては複合化やパーソナル化は必然である。つまり、利便性による新生活スタイル提案と、良い音の追及という感性品質の向上を同時に提案しなければならない。この場合パーソナル化が商品として最も表現し易いが、ホームユースやファミリーユース条件であっても可能である。既にこの様な取り組みは、時計、車、カメラなど、多くの耐久消費財のマーケティングに取り入れられている。いずれにしても次の取組みが大切である。

パーソナルユースからファミリーユースまでを連続的に、感性品質をマーケティングする。
 低価格品から高価格品までを連続的に、感性品質をマーケティングする。
 単一機能から複合機能までの、感性品質をマーケティングする。
 アナログ～デジタルまでの、感性品質をマーケティングする。

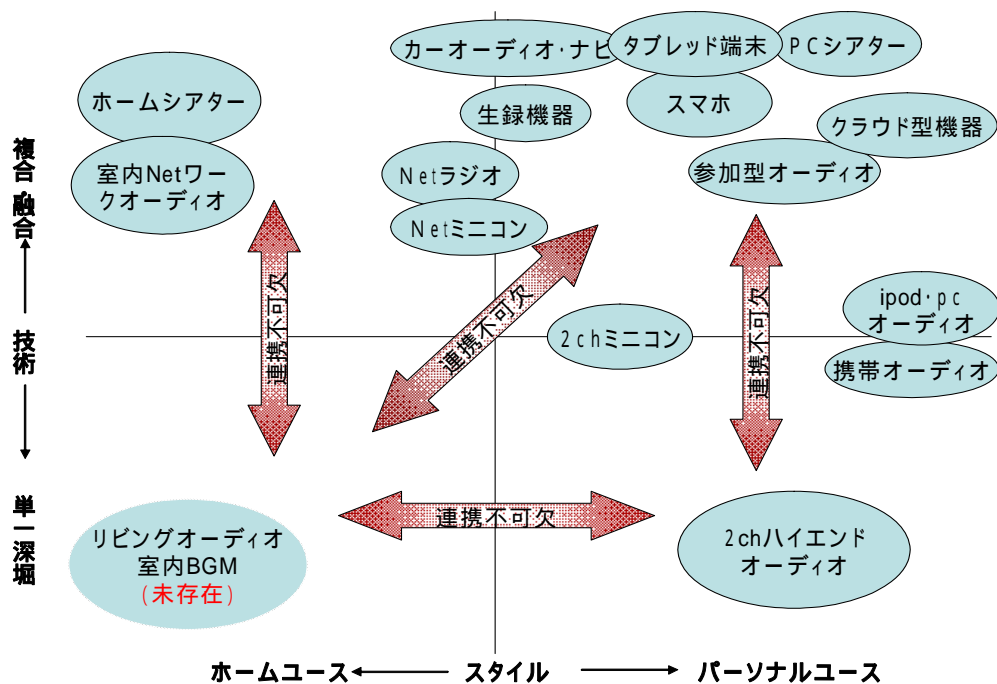


図2 国内オーディオ市場のシーン考察 (ポートフォリオ)

＜技術の行方を考察＞

- * ホームユースであるから、マニアックであるという概念が通用しなくなる。
- * 複合技術においても単一技術の深堀は絶対条件となる。(アナログ技術、増幅技術等)
- * 利便性追及は益々進む。(技術は益々複合化・融合化が進む)
- * 伝送系技術は目的の違いにより多様化していく。
- * 多機能端末がコンテンツ伝送の一翼を担う状況が生まれる。
- * 多機能端末は全てのホーム機能コントロール端末になりうる。
- * カーオーディオ・ナビゲーションはローカルストレージ機能がいらなくなる。
- * オーディオと映像は益々融合する。
- * テレビは家庭内のセンターディスプレイ機器となる。(各種視覚データディスプレイ、IT テレビ等)
- * クラウドコンピューティングの発展により、ローカルなサーバー機能がいらなくなる。
- * 民生スピーカーにもパワード方式が入ってくる。(卓上型ワイヤレスが先導)
- * 高効率スピーカーの開発が進む。
- * デジタルスピーカーが実用化される。
- * 超薄型スピーカーが開発される。
- * HiFi 再生の概念から音場空間再生の概念が入ってくる。
- * 全てのオーディオ機器で HiFi 概念が表面化する。
- * オーディオ機器にも省エネ概念が入ってくる。

3 国内オーディオメーカーの置かれた状況

＜国内 AV 企業の変遷＞

国内オーディオメーカーの置かれた状況は、国内市場の変遷を見れば一目瞭然である。ここまで縮小した最大の理由は、**第一**は技術革新による小型化であり、これによるオーディオの概念が大きく変わったことである。**第二**は、グローバル化による全世界マーケティングによる低価格化である。結果的に追随する企業と追随しない企業に選別された。追随しない企業は、経営戦略としてオーディオ市場から撤退を決めた企業と、従来からのオーディオ戦略をさらに極める企業とに分かれた。また、追随した企業にも新技術は導入しても小型化には迎合しない、若しくは出来ない企業も現れた。

協会の法人会員数で見ても 1992 年に 98 社（正会員）が、現時点では 42 社（賛助会員含む）に減少している。必ずしも自然減だけではないが国内オーディオ市場の現状を映している。

＜国内 AV 企業の探るべき道＞

～国内経済における人口動態変化と AV 企業の関係～

日本人総人口は 1 億 2618 万人（2010 年 4 月総務省統計より）となっている。このうち、男性は 6218 万 4 千人、女性は 6561 万 5 千人で女性の方が多い。しかし、40 才代以下を見ると男性の方が 137 万人も多い。また、5 才毎のジェネレーション分布は 60 才～64 才の団塊世代が 940 万 4 千人であり、団塊ジュニアである 35 才～39 才は 955 万 2 千人で最大となっている。

今日まで国内消費経済に多大な影響を持ってきたのは、紛れもなく団塊世代である。もともとオーディオ文化に近いといわれてきた団塊世代がリタイアメントすると、国内オーディオ市場がブレークすると言われてきたが、残念ながらその兆候はまだ見えていない。

ジェネレーション分布で 900 万人を超える世代は ① 団塊世代 (60 才～64 才)、② 団塊ジュニア世代 (35 才～39 才)、③ 団塊後世代 (55 才～59 才) の 3 世代しかない。年齢別可処分所得動向は 50 才～54 才が最も高い。また、消費性向に対する寄与度は、2015 年以降 40 才代～50 才代に移行する。

これらから、国内 AV 企業が採るべき道を考察したとき、以下のことが言える。

- (1) 今後、消費を担うであろうジェネレーションに対する魅力的な商品 (生活提案) が必要である。
- (2) 市場シーンの図 5 から明らかのように、分断されたポートフォリオを繋ぐ取り組みが必要である。
(商品、マーケティング、プロモーション)
- (3) 次世代消費ジェネレーションに今から取り組む必要がある。
- (4) 全ての商品使用シーンや商品ドキュメントで筋の通ったコンセプト (“音が良い”) を言い続ける必要がある。「感性品質」のマーケティングである。

これらを実行すれば、1 億人を擁する先進市場での AV 市場再構築は不可能ではない。

4 激変する技術動向の把握と将来像の模索

オーディオの将来像を模索するに際し、幾つかの切り口がある。

第一に音源を制作する技術に関するものである。第二は音源を伝送する技術に関するものでノンパッケージとパッケージの二つがある。第三は音源復元に関する技術である。これらにはデジタル技術とアナログ技術があるが、物理、化学等の要素技術が重要である。

しかし、これらは現在も進行中であり、かつ忘れられてきた課題が多く存在し限界には程遠い状況にある。技術の方向は、あくまでも HiFi、つまりは高忠実度の探求であるが、大容量化デジタル技術と高速伝送化技術、そして小型化要素技術により進化するものと考えられる。そして人間とのインターフェースにおいてもそれぞれの活用シーンによって利便性の良い技術によって実現されるものと思われる。

しかし、オーディオの将来像はこれでは不足であるといえる。元協会会長の中島平太郎氏は持論である「音源音場」と「再生音場」との乖離、及び音楽再生と快適性、感動などの「ヒューマンサイエンス研究」が進んでいないことへの課題が残っていると述べている。特に氏は、次世代オーディオ像として、次世代オーディオは「パーソナルオーディオ」の時代であり、パーソナルオーディオとは個人の持つ「1/f ゆらぎ」をも取り入れた「快適パーソナルオーディオ」であると締めている。さらに、これを実現する望ましい条件として、日本オーディオ協会 AA(次世代)懇話会が 1999 年 1 月にまとめたように再生帯域の上限は 100kHz、ダイナミックレンジは 120dB (デジタル領域で 144dB) とまで、既に 14 年前に提起した(氏の著書「次世代オーディオに臨む」)。

我々は今もってその指摘の鋭さに敬服するとともに、この将来像を具現化する責務があるものと云える。

5 IT 等個別技術、及び放送業界との課題

伝送技術はここ数年の間に飛躍的に進化し、IT 機器も様変わりになってきている。コンピュータもクラウドコンピューティング技術により、ホームサーバー不要の時代を迎えようとしている。また伝送技術の高速化、大容量化に伴い、パッケージからノンパッケージへと移行しつつある。

オーディオの世界においてもコンテンツは随時、使用したい時だけ借りに行けば済む時代とな

った。もちろん、そのステージとして最高の品質と、それを可能にするセキュリティーシステムと、適切な価格であることが条件である。ただし、それを可能にする関係者の整合性は得られていない。一つ目はソフト業界の合意が得られないことである。二つ目はハード側の想いの違いと、技術力及び資本力の差から足並みが揃わないことである。三つ目は消費者側の意識の問題である。

いずれにしても、国内オーディオ&音楽業界がデジタル伝送技術とIT技術の基本を海外にゆだねたまま、ばらばらに対応していくことは限界になっているといえる。協会として、それぞれの音楽聴取シーンで望ましい技術へ収斂していくプロセスへの参画は必要と思われる。

さらに新しく古い個別技術課題として「再生音場」に関する技術的解析が重要となっている。爆発的にヘッドホンステレオが普及した今、ヘッドホン聴取における「頭内定位」問題は喫緊の課題として究明する必要がある。ヘッドホンステレオのみならず、「音源音場」を忠実に録音することと、録音されたものを忠実に「再生音場」として表現することに尽きる。従って再生する部屋等によっておこる技術的課題を解析し、消費者により良い指針を提起しなければならない。

一方、放送業界にも大きな課題を提起しなければならない。第一の課題は、テレビの地デジ化に伴う音質向上問題である。画質やS/N性能は良くなったものの、音質向上問題は「感性品質」を追及するうえで重要な課題である。さらに「5.1ch サラウンド」放送番組の脆弱なことである。

2008年にJEITA、日本オーディオ協会の提唱で「5.1ch サラウンドの日」(5月1日)が設定され、我が国に5.1ch放送をベースに健全な「サラウンドサウンド」もしくは「ホームシアター」の普及を目指したものの、5.1ch番組の脆弱さ(06年全放送番組比0.4%程度)から大きな市場になっていない。

地デジ化が達成された今日、放送側に今求められているのは放送内容の多様性、高質な放送そのものではないだろうか。もちろん、メーカー側には消費者のサラウンドに対する「大きな音を出す」「難しい配線と操作性」「高額な予算が必要」の誤解を解く努力が必要だし、ソフトコンテンツ側の努力も必要なことは言うまでもない。

以上、述べた課題は昨今の風潮として、いわゆる「オーディオ技術」が軽視されてきた結果ともいえる。オーディオの持つ「再生音楽」としての「感性価値文化」が退潮し、利便性や視覚に訴える直視的な即物的文化の比重が増し、物事を深く想う思考の停滞を招くのではないかと危惧する。さらには、日本人が最も得意としてきた複雑系の中から解を見つける繊細性や、思いやり、こだわり、丁寧さ、などまでをなくす危険性をはらんでいるのではないかと警告したい。

6 日本オーディオ協会と日本電子情報技術産業協会

日本オーディオ協会は1952年の設立で今年60周年を迎える。一方、工業会は遅れること5年の1958年4月に「日本電子工業振興協会」として発足した。2000年11月に「日本電子工業振興協会(JEIDA)」と「日本電子機械工業会(EIAJ)」が合併し、今日の日本電子情報技術産業協会(JEITA)となった。JEITAは元々の主旨が「日本の電子産業の発展を促すため」に政策的に設立され、当時の主要課題であった半導体とコンピュータを、世界レベルでリードするために設立されたものである。いわば工業倶楽部的な色彩が強い。

一方、日本オーディオ協会は設立時の名称が「日本オーディオ学会」で、初代会長は中島健蔵氏であり、氏が文化を代表する象徴的な識者であることから、自ずと工業倶楽部的なJEITA

とは設立趣旨も活動も違う。日本オーディオ協会は設立趣旨に基づくテーマ、及び技術の深耕を行うことと、ユーザー視点に立った啓発活動を基本に進めてきた。

この間、EIAJとの協同作業も、オーディオに関する規格のとりまとめ、及び普及活動などが進められてきた。昨今においては、規格も専門のコンソーシアム等で決定されることや、オーディオといえどもIT及び伝送技術に関する規格で決定されることなど、JEITAやJASが係るケースが希薄になっている。

近年は画像や音質面においてもデジタル化によってハイクオリティーコピーが可能になり、著作権問題が大きく浮上し、ソフトコンテンツ側とハード機器側によるギャップも広がった。さらにPCオーディオや配信オーディオにおける新たな著作権問題もクローズアップされ、レコード協会等を含め、其々の業界代表としての立場に立った情報発信や発言を余儀なくされている。

このような状況下において、日本オーディオ協会は、個人会員を有していることから明らかに再生音楽を感性価値文化ととらえ、健全なオーディオ市場の発展を期すための活動を旨としている。もちろん、このための技術的解析や、市場のあるべき姿に向けての発言や、情報発信を行っていくべきと考えている。

従って工業倶楽部的な活動は皆無ではないが、どちらかと云えばよりコンシューマー向けの普及啓発活動に重きを置いている。JEITAとの協業活動は大いに進めるが、其々自ずと役割は収斂していると考える。

7 中期事業計画大綱と事業概要

昨年日本オーディオ協会は、公益社団法人から一般社団法人に移行した。これに伴い定款の見直しを行った。しかし、一般社団法人に移行したからと云って、存立の意義を大きく変えるものではない。逆に今一度設立の趣意を良く認識し、全会員が共有化することが業界発展につながるものと考えた。従って定款に新たに前文を付け加え、公益性の高い一般社団法人として再出発をした。再度、定款前文を確認しておくことこそが中期事業計画立案の出発点と考える。

この定款は1952年に日本オーディオ協会が設立された趣旨である「可聴音・高忠実度録音及び再生の飽くなき追及と、それをとおして再生音楽文化、すなわちオーディオ文化を広め、楽しさと人間性にあふれた社会を創造するための活動の基本を定めたものである」とうたっている。これは憲法前文のごとく極めて崇高な理念を謳い上げており、中期事業計画を立案するうえでの中心的テーマとしてとらえる必要がある。

これまで縷々述べてきた背景や考察に鑑み、まずは、中期事業計画大綱と事業概要を以下の通りまとめ、この大綱を具現化するための事業概要を、財政的裏付けを基に中期事業計画とすることを決めた。

<大綱と事業概要>

- (1) 国内唯一のオーディオ業界代表として、国内市場の活性化とオーディオを文化として昇華させる活動を推進する。

国内オーディオ市場が、分断されてしまっていることは「国内オーディオ市場のあるべき姿を考察する」項でも述べたが、ビギナーからマニアまでを分断することなく、オーディオで音楽を聴くということを「再生音楽文化」として生活提案しなくては真の文化にはならない。多様なス

ページやロケーションに対し、其々にマッチした「再生音楽文化」を技術で裏打ちしつつ提案し続ける必要がある。これらは協会が活動するすべての委員会や、展示会、音の日等啓発活動を持って実現するものとする。

(2) 国内市場活性化に向け、常に技術的検証とそれに裏付けされた知見を持って、行政は勿論のこと関係団体等と協業推進する。

健全な国内オーディオ市場の発展のためには、消費者にとって納得性のある技術的知見が必要である。オーディオは、趣味嗜好性が強いために、技術的知見より感性という主観が判断基準になる傾向がある。しかし、健全な発展には技術的知見は欠かせない。国内市場活性化に向け、普遍的公正的な技術解析と解説を裏付けに、広範な情報発信を基に行政、関係首団体等に働きかけを期するものとする。

(3) 国内オーディオ市場発展に向け、新たな市場開発のための関係人材の育成を推進する。

日本オーディオ協会が、自ら市場開発を手掛けることはできない。しかし健全な市場発展を支援することには何も躊躇する必要はない。将来展望がのぞめることと、消費者から信頼性と健全性ある市場を維持発展させるためには関係人材の育成は不可欠と考える。シンポジウム、セミナー、講座等、適切な手法と仕組みを持って臨むものとする。

(4) 技術進化により大きく変貌するオーディオの世界を、国内消費者に広く認知させるために、効果的、効率的な展示会、セミナーなどの認知活動を推進する。

オーディオ技術もアナログとデジタルが融合し、かつ伝送系はIT技術との融合も起きている。このような時、単にノスタルジアや感情に左右された対応ではなく、適切な技術解析と解説による真の「再生音楽＝感性価値＝オーディオ文化」となるよう、あらゆる手段をもって認知活動を推進する必要がある。とりわけ展示会でのセミナー、シンポジウム、コンファレンスなどを推進するものとする。

(5) 時代を代表する技術、及びその時々活動を次代の発展に寄与させるために技術、商品、活動などを後世にとどめ置く事業を推進する。

技術、商品の移り変わりは日進月歩である。しかし、過去の蓄積や歴史を知ることなく、新たな創造は出来ない。とりわけ、人材における技能や経験及び感性価値の継承は、極めて難しい。オーディオ協会はこれらを広く形あるものとしてとどめ置くことが次世代に対し、重要と考える。JAS ジャーナル等での深耕や、時代及び企業を代表する商品の在地履歴書の編集等将来を見据え、できるところから着手する。

8 財政の検証とあり方

日本オーディオ協会はこの4年間、次代を見据えた再建策に取り組んできた。このために、新たな「協会ビジョン」と「活動のスタンス」を設定し直した。一方、政府政策である法人法見直しに対応すべく新法人として新定款を昨年策定し、一般社団法人として新たなスタートを切った。そして喫緊の課題であった赤字体質からの脱却をめざし、「緊急事態発動」を行い、リストラクチャリングを行った。全会員、関係者及び職員の協力と努力あって今期末は実質的に一般会計及び特別会計ともに「黒字化」ができた。しかし、内容的には薄氷を踏むかのような脆弱な財務体質であることに変わりはない。委員会では過去の財務を検証したうえであり方を模索した。

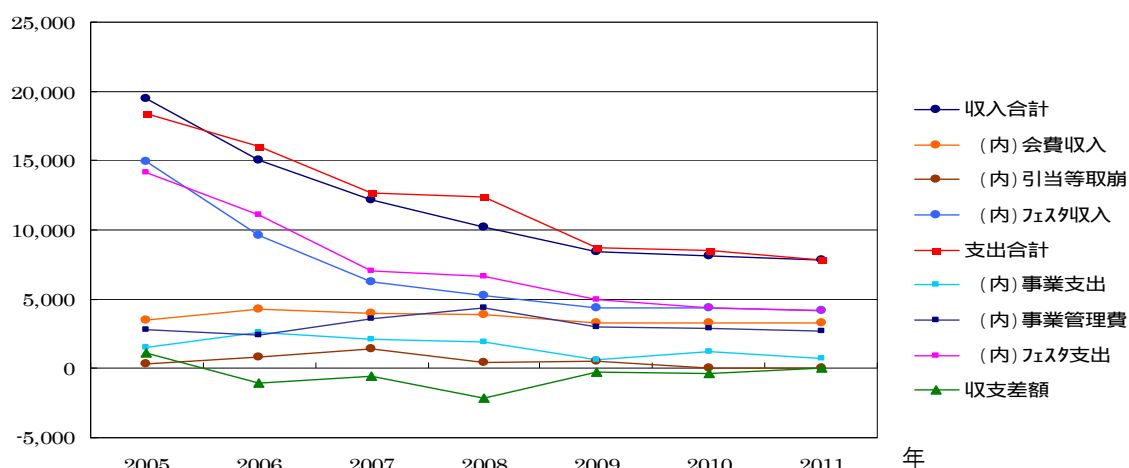


図3 協会収支推移 (単位 万円)

検証1 フェスタ

2005年のフェスタでは会場内平場に一部家電メーカーを除く大手メーカーが勢ぞろいしていたが、大ブースを展開する企業がいなくなったことが収入激減の最大要因と云える。出展企業数は2005年に71社、2008年に63社、2011年には75社と逆に増えたが協会テーマブースへの出展や小ブース出展に止まる。それでも収入に見合う展示会のあり方として、会場費等固定費の大幅削減、及びプロモーション費等の経費の効率化を行い黒字化を実現している。

今後の課題として現在2会場に及ぶ非効率を解消する必要があるが、試聴室数が確保できるかにかかっている。また、抜本的に商品展示と試聴という現方式を変え新たな展示会のあり方を模索する必要があるが、小専門企業の育成という協会の責任課題に直面することになる。

成熟市場における展示会の多くが同様の課題を抱えている。親和性のある異業種コラボを検討する方法もあるが過去事例では機能しなかった。もう一つは、入場有料化の案があるが過去事例から見る限り、益々顧客層を絞ることと手間の割には収益改善にならなかった。ただし、予見を持たず再検討する時期にあることは事実である。当面は、会場の一元化による効率化と、規模に見合った展示会のあり方を模索することが先決といえる。

検証2 一般会計

一般会計は、慢性的赤字状態であったといえる。特別会費徴収や2006年会費改訂、2007年運用資金取り崩しなどにより収支バランスを保ってきた。しかし、会費改訂等により2006年以降大小企業の退会(正会員50社 31社)が進み、その後も正会員は減り続け現在は20社に減少している。

特に2008年には取り崩しも限界となり大きな赤字を発生させた。その後、抜本的なリストラクチャリングを実施し、辛うじてバランス化している。ただし、このリストラクチャリングは、その負担を特定企業に偏重したものであることと、人件費の限界を超えた削減である。

会計の基本は「入りを量り、出を制する」であるが、それのみでは積年の課題を解決できず再建の道は見えない。将来構想や、中期事業計画を実現するためには、安定的収入源を確保しない限り不可能と云える。さらにこの間、「組織・財政検討委員会」を緊急に設置し、会員の声を収集することと、財政負担の在り方を検討したが、抜本解決に至らなかった。会員の声では「協会会員の意義やメリットが感じられない」との声が多くあった。一方、協会存廃については廃止の声は出なかった。

検証3 収支バランス

収入構造を見たとき課題は3つである。第一は、フェスタ及び一般会計を問わず、過半が大手企業会員に偏重していることである。特に、一般会計に至っては法人正会員で84%を担っている。特に大手法人会員（A, B, C会員）で70%を担っており、極めてアンバランスな状態である。また個人会員に至っては4.9%でしかない。これは、協会の公共性と企業の社会性として、やむを得ない部分はあるが検討課題である。

中長期的に有料の個人会員の増強が望ましいといえる。ただしこの場合、会員メリットを構築する必要がある。

第二は、オーディオ市場における国内産業構造自体が、専門企業に代表されるように中小規模であることである。また、趣味性の強い産業であることからくる業態の多様性である。これに対しては崇高な理念を持ち得る経営者でない限り協力を得るのは容易でない。

第三は、協会の事業構造が脆弱で会費以外の収入源がないことである。一般社団法人化された今、もう少し収入源を確保する必要がある。今まで唯一の事業としてフェスタがあるが、フェスタ自体の収支バランスが綱渡りの状態であり、抜本策がない限り収入源としての大きな期待は持てない。また、一昨年より「デジタルホームシアター取扱技術者認定制度」を立ち上げているが、ようやく全コースを開催する段階であり、かつ会員企業、流通、その他への浸透が今一不足していることから受講生確保が容易でない。このような意義ある事業の収支が改善され、限られた収入源の状態から脱却する必要がある。

会員全員が協会の財政状態を認識し、其々の立場で「再生音楽文化」の発展のために何らかの貢献をすることに尽きる。文化の発展には一定の費用が掛かる。この時、費用拠出者と利益享受者のギャップが大きすぎるとその文化は消滅する。国内HiFi業界はこの瀬戸際にある。

9 財政計画大綱

(1) 経済状況を考慮しつつ、喫緊の課題として安定的財源確保のため、会費値上げを行う。

現特定会員に偏重している負担の公正性と、平準化を図るために会費の値上げを答申する。なお、値上げについては会費基準の変更とはしない。このため、総会議案の必要はないが、透明性の確保のため、総会議案とする。この場合、正会員のみとし、賛助会員及び個人会員は据え置きとする。なお、実施は総会後下期からとする。

(2) 安定的収入につながる事業の強化を図る。

協会の主要事業収入は、フェスタとデジタルホームシアター取扱技術者認定制度である。

フェスタは次期に向け、抜本的な効率化を目指すものとする。このため、担当理事と実行委員会の強化を図るものとする。一方、デジタルホームシアター取り扱い技術者認定制度を主力収入事業として展開する。今期から実質的に収入増となるよう計画する。ただし、各会員企業の人材育成受託をも期待するものであり、関係理事企業の再認識を願うものである。

(3) 事業会計を明確に分離し、独立採算を基本とする。

既に、フェスタ、及びデジタルホームシアター取扱技術者認定制度も、特別会計として分離しているが経費等内部項目を明確にし、事業の強化を図ることとする。これにより、一般会計の軽減化も図ることとする。

(4) 事業推進に際し、重要成功要因等進捗指標の導入を図る。

協会活動は、ややもするとNPO的な運動になりがちであるが、事業運営をする上ではマネジメントが必要であり、進捗指標を明確化する。

(5) 法人会員と個人会員のバランス化を念頭に、個人会員を拡大する。

会費収入の検証でも述べたとおり、法人会員対個人会員比率は極めて偏重している。主体は法人会員に置きつつ、是正を進めるために個人会員の拡大を図る。デジタルホームシアター取扱技術者認定制度からと、各会員企業技術者及び大学等からの拡大を目指す。当面(3年間)の目標として60人/年程度の増員を目指す。

(6) 事務所費、及び人件費等固定費の削減を継続する。

事務所移転を含め固定費の削減、及び人件費等の効率化を引き続き検討していく。特に懸念される会員減に対応できる自力をつける必要がある。

(7) 役員、委員に対する適材人材の発掘と、登用を進める。

日本オーディオ協会の発展、及び再生音楽文化の興隆には、熱意及び知見のある人材の発掘が不可欠である。基本は会員企業に置きながら、広く人材を発掘し、登用を進める考え方と仕組みが必要である。

10 組織

中期事業検討委員会は今一度、協会設立の原点を見つめ直した。

ここから見えてくることは、活動の基本に技術を置き、これを力にしなければならないことを強く提起する。このため、中期事業計画を実行するに際し、会員企業の技術者はもちろんこと、多くの人たちに技術を見える形にすることを提案する。もちろん個々の会員企業の技術を拘束するものではない。技術が商品化され、消費者利益につながるものでなくてはならない。

一方で、オーディオ協会は公益的立場から、消費者対応として啓発や市場喚起を強く担わされている。これは、再生音楽を感性価値文化に昇華させるためには絶対に避けて通れない。これらを考慮し以下の組織体制を提起する。

<組織強化案>

(1) 理事会、委員会の徹底的な強化を提起する。

すべての理事が協会活動を担保することを念頭に担当制の強化を行う。また、理事代行を選出し、委員会等への理事関与を強化する。

(2) 技術会議の新設

オーディオ市場における技術的課題について、情報の収集、及び解析と発信を確実に行う。

基本的に理事及び理事代行、理事指名委員、諮問委員(学識者)で構成する。定期活動としてシンポジウム、セミナー、記者発表等を関係諸団体との連携の下に推進する。

(3) 諮問委員の活用

諮問委員を自薦、他薦にかかわらず必要に応じ、理事会承認の下に増員する。

(4) 現組織見直し

優先順位づけとシンプル化のためにそれぞれのミッションと名称を明確化する。

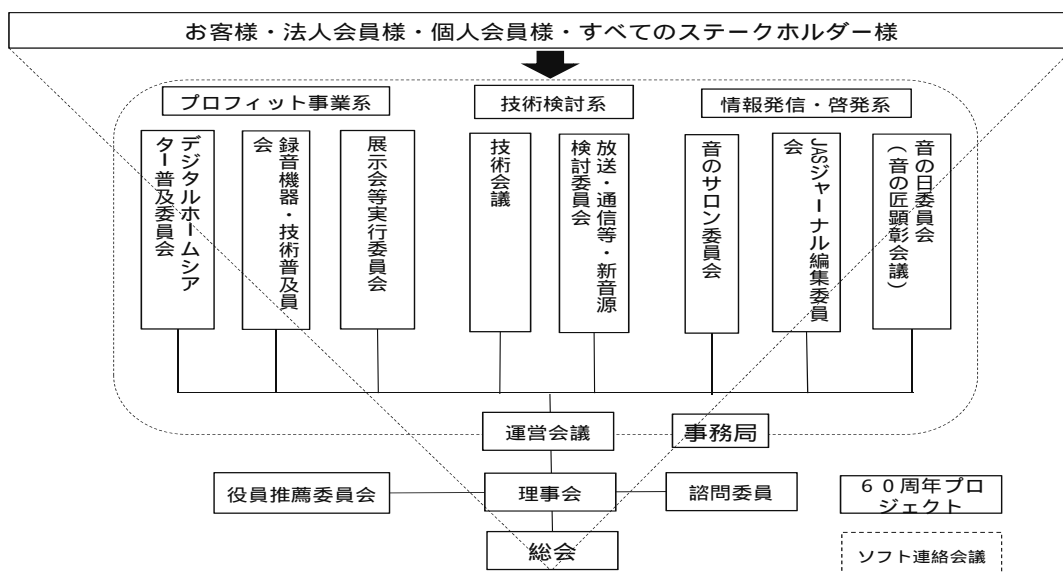


図4 新組織案

11 中期事業計画をまとめるにあたって

会員企業の努力により広範な委員を集めることができた。JEITA ネットワークオーディオ専門委員会の協力も得られた。これには感謝を申し上げねばならない。技術的知見は勿論のこと、過去の歴史、内外市場情報への洞察、個別企業考察等、極めて広範な課題を検討しなければならず、中期事業計画案策定の意義の共有化も大きな課題であった。

国内オーディオ市場が縮小し、日本オーディオ協会自体も、存亡の危機に立たされている状況を如何に共有化するかが再興の道と考えた。委員は自らの業務繁忙の中での時間のやりくりや、自社の技術事情やオーディオに関して信念あるがゆえの自説と他者意見との葛藤もあった。幸いにも委員会は同志的にこれを乗り越え今次の計画案となった。

<中期事業計画検討委員会>

- 1、検討組織名 一般社団法人日本オーディオ協会 中期事業計画検討委員会
- 2、委嘱委員

委員長	加藤滋	(副会長：ソニー株式会社)	
委員長代行	高松重治	(理事：アキュフェーズ株式会社)	技術部会主査
委員	西國晴	(理事：パイオニアマーケティング株式会社)	
委員	長谷川光郎	(パナソニック株式会社)	
委員	倉持誠一	(ソニー株式会社)	財政・組織部会主査
委員	君塚雅憲	(理事：東京芸術大学)	
委員	穴沢健明	(理事：株式会社ビットメディア)	
委員	寺本浩平	(三菱電機株式会社)	
委員	安島浩輔	(パイオニア株式会社)	JEITA N.A 専門委員会委員
委員	松浦文雄	(シャープ株式会社)	
委員	橋本誠	(シャープ株式会社)	
委員	校條亮治	(会長：日本オーディオ協会)	
事務局	柚賀哲夫	(事務局長：日本オーディオ協会)	