

JAS Information

協会事業関連資料集 ③

平成 25 年度事業計画書

(平成 25 年 4 月 1 日から平成 26 年 3 月 31 日まで)

はじめに

日本オーディオ協会は、昨年創立 60 周年を無事迎えることが出来ました。

今期より新たなスタートを切ることになりますが、再び成長軌道に乗せるためには今一度、設立時の原点に戻って、その趣意、想いを考える必要があります。

特に「可聴音・高忠実度録音及び再生の飽くなき追及」について考えたとき、設立当時の技術 深度や商品完成度は、現在と比べるべくもありません。しかし、設立発起人たる井深大氏のその後の軌跡をたどり、行間を深読みしたとき、本当に私たちは初期の目標を完遂できているのかと問われれば、否と応えざるを得ません。なぜかと云えば、井深氏の真意と趣意書に隠された行間とは、私たちがその後ビジョンとしてまとめた「再生音楽、即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こと」ではなかったのかと問われているように思えるからです。前期はこれに対して「中期事業計画」大綱をまとめましたが、今期よりいよいよ新たな想いで具現化をスタートしなければなりません。その要は、啓発活動の強化とバックボーンとなる技術的な知見と論理構築が重要と考えます。

1. デジタルホームシアター普及委員会

昨歴年の薄型大画面テレビの出荷台数は 6,453 千台 (JEITA) でした。世の中に大画面薄型テレビ (プラズマ型、及び液晶は 30 型以上) が出現してからおよそ 12 年になりますが、これまで 1 億 459 千台が国内市場に投入されています。もちろん既に廃棄されたものもありますが膨大な台数です。直近 3 年間を見ても 51,475 千台にも上る大画面テレビが投

入され、世帯数を上回っています。

また、ブルーレイディスクレコーダーは 18,750 千台の出荷があり、世帯普及率は 37.8% に及んでいます。さらに、ブルーレイプレーヤーは 1,282 千台で世帯普及率は 2.6% となっています。これだけのディスプレイと送出機環境が整っている以上、「国内ホームシアター市場」が花開く条件は整ったといっても過言ではありません。その一端として、昨年末より「サウンドバー」市場が好調で品薄状態が続いています。また、「ホームシアターシステム」も堅調に推移しています。2012 年「音展」の出口調査による「ホームシアター」に関するアンケート分析では、来場者の 31.3% が設置済みですが、「現在計画中」= 15.4%、さらに「興味があるが計画していない」= 35.7% と大いに期待が出来ます。

問題は「ホームシアター」について相談・指導できる人材が少ないことと、どこに相談して良いか分からないお客様が多いことです。委員会はこれらに 대응べく「デジタルホームシアター取り扱い技術者資格認定講座」を設置し、既に 3 年を経ました。ようやく 110 名のライセンスを送り出すことが出来ました。全国規模からみればあまりにも少ないと言わざるを得ません。特に初級受講者が増えていないことが最大の問題です。

<今期活動>

- ① 早急にライセンス 200 人体制の構築を掲げ、地方開催 (関西) を目指します。
- ② ライセンスの実践実証を行うことと、認知向上が喫緊の課題となっており、会員企業と講師陣による実践支援活動を開始します。
- ③ 世界初の「住宅事情にマッチしたスピーカー配置のためのガイドライン」については、テキス

トへの取り込みを進めます。

- ④ 最新技術である「ホームネットオーディオ」のテーマ取り込みに際し、講師陣の強化を検討して行きます。
- ⑤ 啓発活動として昨年「音展」で大変好評であった「ホームシアターセミナー」と「体験ツアー」は「音展」並びに「サラウンドの日」に際し、取り組みます。
- ⑥ 「ホームネットオーディオ」は、ホームシアターサウンド JP 内にネットオーディオページを立ち上げます。
- ⑦ 特別事業会計として、前期に続き黒字化事業を目指すために目標管理を徹底します。

2. 展示会等実行委員会（プロフィット系）

横浜パシフィコ時代の欠損を断ち切るべく、新たな展示会のあり方を求めて秋葉原へ会場変更して、既に4回を数えました。新しい展示会のあり方として、①商品展示中心から、セミナーやシンポジウム等提案型展示会へ、②お客様とのダイレクトコミュニケーションを大切に展示会へ、③地産地消等、地域密着型展示会へ、④若年層と女性層の開発ができる展示会へ、⑤収支バランスを重視した展示会へ、と具体的な目標を掲げ展開してきました。

この結果、①の提案型では30テーマを超えるセミナーができるようになりました。②ダイレクトコミュニケーション型では、各ブースでのお客様と技術者との対話が活発になり、また、「ライブ生録会」、「音のサロン」のスタート等新たな企画もスタートさせました。③地産地消では大手流通や秋葉原地区販売店との協働イベントも展開することができました。④若年層と女性層顧客の開発では20歳代が60歳代を連続して超えたことと、初めての来場者が約6割に達したことなど、大きな成果が出ています。しかし女性顧客は依然として少なく大きな課題として残っています。

⑤収支バランスは、長年の赤字体質からの脱却はできましたが、安定的な状態とは言えません。2012

年度展示会終了後、さらなる発展と抜本改革を目指し、理事をメンバーとした「展示会等基本企画会議」が設置され議論を積み重ねてきました。

<今期の活動>

- ① 安定的な収支バランスを維持できる展示会を目指します。このため「展示会等基本企画会議」の答申を踏まえ、会計管理の在り方を抜本的に見直します。
- ② 展示会会場の変更を進めます。特に現在の2拠点開催の運営コスト負担が大きいことから、一会場での対応が可能な効率的な会場に変更します。
- ③ 出展費の引き下げを目指します。業界を取り巻く状況と会員企業へ負担低減を基本に、会場の見直しにより、出展費の引き下げを進めます。
- ④ 若年層と、特に女性層の開発ができる展示会を目指します。秋葉原地区にも若年層は往来していますが、必ずしもオーディオへの親和性が強いとは言えません。また、女性層が極めて低いことは大きな問題と考えます。
- ⑤ 高質な展示会を目指します。このためイベント性の再検討をおこないます。具体的には関係団体や異業種連携も推進します。
- ⑥ テーマとコア顧客を明確にし、効果的な情報発信をすることにより確実な顧客開発ができる展示会を目指します。協会として幅広く啓発し、顧客開発と育成の義務を負っていることは否めませんが、投資対効果の視点と、今協会として発信しなければならないテーマは何かを明確にして情報発信する必要があります。
- ⑦ テーマとして、「ネットワーク・オーディオとその技術」、「次世代テレビとホームシアター技術」、「ホーム、カー、ヘッドホンにおける音場再生の在り方」、「音のサロンによる高音質で再生音楽を楽しむ」を基本に取り組みます。

具体的には「展示会実行委員会」を組織し、進めるものとします。

3. 録音市場・技術普及委員会

生録委員会としてスタートした当委員会も4年が経ち、この間、7回の音楽録音会を開催し、1,000名に及ぶリスナーと録音者を啓発してきました。特にライブ演奏を録音することにより、ライブ参加の余韻を封じ込めたオリジナル音源をつくる楽しさを啓発してきました。この間、市場も年率二桁成長し、今や1,444千台(JEITA・平成24年暦年)にまで大きくなりました。この内、3割程度がPCMレコーダーと考えられ、完全に生録市場が形成されたものと思われます。現在の用途は、楽器演奏のリプレイ用、インタビュー等の収録用、音楽ライブ録音用、フィールド録音用など多用途に広がっています。

<今期の活動>

- ① さらなる市場深掘と、新たな市場構築に向けた取り組みが必要であり、市場調査と分析を行います。
- ② お客様の使用シーンを、より具体的に設定した提案イベント開発を検討します。
- ③ 映像との複合機も既に発売されており、ムービーとの関係も調査視野に入れて①と②に取り組みます。

4. 放送・通信・新音源検討委員会

放送におけるオーディオ音源のプレゼンスが、落ちていることは毎回指摘の通りです。第一に、NHK、民放ともにサラウンド放送の退潮、第二は、テレビの地デジ化に伴う放送波音質の劣化、第三は、テレビ自体の大画面薄型化による、音声無視ともいえるスピーカーの後ろ向き装着設計など、まともなAV企業商品とは言えない状況に愕然とし、これ以上の看過は許されないものと考えます。

<今期の活動>

- ① 次世代テレビの在り方について、特に音声信号の取り扱いについては、NHK、学識経験者、JEITA、会員企業とも連携しつつ、総務省等所管委員会に対して毅然とした意見表明を行います。

- ② インターネット配信音源、スマホやタブレットなど携帯端末からのデータ音源、USBオーディオ、音楽用ブルーレイディスクなど多様な音源が台頭しています。協会としてはこれらに対し、各々の特徴と課題を明確にし、それぞれの生活シーンに合った活用啓発に取り組みます。従って、当委員会に「ネットワーク・オーディオ専門WG」を設置し、課題の整理と「音展」、「セミナー」等での解説と啓発活動を中心に取り組みます。
- ③ 「MAPI」の活動については全体的な見直しをすることにします。

5. 技術会議

前期は「ヘッドホンにおける音像定位問題を考える会議」を立ち上げましたがヘッドホンのみならず、次世代テレビにおける多チャンネル音声に対する再生音像定位も課題になってきます。協会は平準化を担うわけではありませんが、消費者に対する解説と啓発は担います。

<今期の活動>

- ① ヘッドホン再生における音像定位問題についての協会見解のまとめと、啓発に取り組みます。
- ② 各委員会からの技術的課題の取りまとめに取り組みます。

6. 音のサロン委員会

前期より「專業部会」改め、「音のサロン委員会」として主に啓発活動に注力してきました。「再生音楽による感動を創出する」を目的に、①ピュアオーディオにおける再生実演と解説、②ハイレゾ音源による再生実演と解説、③ソフトコンテンツから見た再生実演と解説、の三つに集約し啓発活動を推進してきました。①については主に「音展」の中での「音のサロン」開設により、オーディオハードマニアから音楽趣味の人たちまで幅広く訴え、概ね一展示会で1,000人~1,300人の来場を見るほど、「音展」の中心的イベントに成長しています。②については

「PC オーディオセミナー」として協会会議室にて開催され、既に4回を数え、毎回定員の参加があり延べ150名程度の参加を見ています。③については千代田区、日本レコード協会、及び当協会との三者共催による「ステレオコンサート」です。アーティスト別、若しくはジャンル別、そしてハードと、それぞれの特徴をフォーカスしながらの、まさに往年の「ステレオコンサート」です。

既に3回開催され延べ210人(定員60名/回)の熱心なファンが押しかけています。

<今期の活動>

- ① 顧客層の固定化防止と若年層、及びミドル層顧客の開発に取り組みます。
- ② 首都圏以外での「音のサロンコンサート」の開催検討を進めます。
- ③ PCオーディオセミナーのグレードアップと教材開発を進めます。特にPCオーディオセミナーについては、JEITAのネットワーク・オーディオ専門委員会との連携も念頭に、協会としての課題の整理と啓発を基本に取り組みます。

7. 音の日委員会

協会の公益文化事業として19年目を迎え、来年は記念すべき20年を迎えることとなります。単に従前とした試聴会を開催するだけでなく「音」について今一度考えるべき課題を明確にする必要があります。また、コアイベントの「音の匠」顕彰についても時代変化をどう考えるか、今一度検証する必要があります。そして広く認知させるため、開催の方法などの再検討が必要です。さらに、スタジオ協会などと共催している「プロ録音賞」の在り方についても原点に戻り、あり方の見直しが必要と考えられます。

<今期の活動>

- ① 音の日のイベントの見直しを検討します。コアイベントである「音の匠」顕彰は行いますが、音の日としての認知イベントについて再検討に取り組みます。

- ② 「音の匠」の選定基準について、次年度の20周年記念につながる見直しを図ります。
- ③ 「プロ録音賞」については「音展」の中で徹底認知活動を図ると共に、協会HPでの受賞ソフト紹介など良質ソフトの普及啓発に努めます。
- ④ 音の日委員会、及び音の匠選定委員会へ学識者など幅広い第三者委員の登用を検討します。

8. ジャーナル編集委員会、及び広報について

JAS ジャーナルは協会唯一の技術情報誌として6回/年発行されています。現代はネット社会になりスピードが要求される時代となり、その流れはますます加速されています。しかも冊子と電子情報との業際はますます低くなっています。情報発信の基本をホームページに置き情報の目的と価値を常に検証し、発信の手段を考えていく必要があります。また、時機を得た情報の収集についても大きな課題があります。理想としては記事的な情報取りスタイルから脱却し、集まった情報を取捨選択して最も効果的な情報伝達手段を活用する方式に変えていく必要があります。

それには、消費者や会員から信頼され、常に期待される情報元であり、伝達手段にシフトしてはなりません。ジャーナル編集委員会については事務局の減員と委員の世代交代が課題となっており、早急に協会全体の情報ネットワーク化について検討を行ったうえで解決を図ります

<今期の活動>

- ① 事務局長の下に「広報プロジェクト会議」を設置し全体広報の在り方を検討します。
- ② ジャーナル編集会議の強化のための再編成を検討します
- ③ 積極的にアウトソーシングの検討を行います。

9. 緊急事務所移転プロジェクトの設置

一昨年の東日本大震災から既に2年が過ぎました。この間、政府復興政策の推進は当然として、行政府から関東、東海、東南海等の巨大地震の発生予測と

被害想定が発表されるようになりました。現協会ビルは極めて建築年数が古く、東京都における昨年の緊急調査により、阪神大震災程度の地震により全倒壊する可能性が強いことが判明しました。

これを受け、ビルオーナーから全入居者の早急なる退去要請と、ビル取り壊し意向が明らかになりました。協会としては人命にかかわる課題ととらえ、早急に移転計画の立案と実行が急務と考えます。このため理事をメンバーとした「緊急移転プロジェクト」を設置します。

10. その他の項目

(1) ブルーレイディスクミュージック研究会

前期、国内ソフト会社、及びディスク生産会社等による研究会を立ち上げ、「音展」における音楽用BDの解説、試聴を基本としたセミナーを行いました。一方、BDアソシエーション、レコード協会との連携による名称問題への取り組みや、啓発活動を行いました。引き続き良質なコンテンツ開発の視点からセミナーの開催や、音のサロン等との連携による試聴啓発活動に取り組みます。

(2) 国内オーディオ市場の調査にかかわる情報収集

現在、国内オーディオ市場の把握については、JEITAの「国内民生用電子機器出荷統計」をベースに、協会独自のヒヤリング調査を加味した極めて手作りのデータでしかありません。調査委員会を設置し、システムのデータ収集し精度の高い情報としてマーケティングに活かす必要があります。

(3) 技術と歴史商品の集約に向けた情報収集

昨年60周年を記念し、「音展」において「音の歴史館」を開催し好評を得ました。本来は「オーディオミュージアム」の設立が理想ですが、個別企業事情や財政的事情から極めて難しいと言わざるを得ません。しかし、個別企業においてもその歴史的価値すら否定するような風潮が見受けられます。このままでは貴重な歴史物や技術が雲散霧消してしまう恐

れもあり、少なくとも現在地確認履歴ぐらひは作っておく必要があります。調査委員会を設置し取り組む必要があります。

(4) 行政及び国内関係団体等との取り組みについて

所管の経済産業省との連携は勿論のこと、総務省、文科省等行政機関との連携については国内市場活性化と発展を基本に、オーディオ協会の活動円滑化に向けた取り組みを進めます。また、JEITA、レコード協会、スタジオ協会、インテリア産業協会、音楽著作権協会、NHK、民放連等の連携も、従来以上に関係ある会議体への参加など連携を強めます。とりわけ従来からの課題である同業団体との連携については、真空管オーディオ協議会、ハイエンドオーディオショウトウキョウ実行委員会との関係強化を図ります。

(5) 個人会員拡大と会員対策

日本オーディオ協会は個人会員を有する極めて稀有な団体です。技術に対する学生の志向希薄化が今後の日本の針路に大きな影響があるように言われています。協会としては、これまでの経緯を大切に、大学生の個人会員拡大などに取り組みます。これと連動して協会の会員対策が極めて脆弱であり、今期は微額ではありますが対策予算を付けて対応していきます。