

平成 22 年度

事業計画書

自 平成 22 年 4 月 1 日

至 平成 23 年 3 月 31 日

社団法人 日本オーディオ協会

平成 22 年度事業計画書

(平成 22 年 4 月 1 日から平成 23 年 3 月 31 日まで)

はじめに

社団法人 日本オーディオ協会は今年で創立 58 年を数えます。1952 年 10 月 4 日に「日本オーディオ学界」として創立され、その年の 12 月 4 日～7 日にかけて「第一回全日本オーディオ・フェア」が開催されたことが記されています。その後、フェスタは回を重ね最盛期では 20 万人を超える入場者を数え、国内オーディオ市場規模も 7,000 億円に迫る大市場に発展し、まさに日本の民生電子産業の中核を担ってきたといえます。

次代は下り、技術進化と共に生活スタイルも変化し、残念ながら今や市場規模も 2,000 億円と 1/3 以下になってしまいました。そして誰もが電車内でも音楽が聴けたり、瞬時に最新の音楽を手に入れることが出来るようになりました。このように生活の利便性は上がりましたが、一方で生活の潤いや情緒、情感など人間が生活するうえで最も重要な「感性」を失ってきたのではないかといえます。

世界をリードしてきた欧米式の考え方やモデルが、一昨年のリーマンショックによって一変しようとしていることや、アジアの台頭により価値観が変化する兆しも見えます。

日本オーディオ協会は、あと 2 年で創立 60 周年を迎える今期を「創立の原点」として捉え、大胆に変更するものは恐れずに、変えてはいけないものは不変の原則で「変化と不変」を基本に「感性価値の創造」を事業と活動の柱に据え、来る 60 周年に備えたいと考えます。

第 1 章 私たちを取り巻く情勢

1、世界情勢

世界経済は漸く、世界金融危機を端緒とした同時不況の波から抜け出そうとしています。特にアジア地域をベースに高い成長を遂げるものと見られます。とりわけ、中国とインドは金融危機対策である政府の財政出動と政策誘導により 2010 年度においても 7.0% から 10.0% 程度の経済成長が予測されます。中国においては多少、不動産バブルの懸念があるものの、国内格差改善に向けた政策誘導は欠かせないものと考えられます。中南米においてもブラジルを中心に着実な回復を遂げており、世界経済寄与度は小さいものの順調に推移するものと考えられます。

課題は米国と欧州経済の動向です。特に米国は、'09 年 10 月～12 月期においては年率 5.7% という高い成長率を示し、2 月の失業率も 9.7% と 0.33 ポイント/10～1 2 月比改善しており、年率成長率は 3.0%～3.5% が予測され順調に回復していると思受けられます。

ただし、依然として高い失業率と住宅市場に回復基調が見られず、消費性向はプラスに転じたものの、輸出成長に助けられた回復と思受けられます。

欧州もギリシャにおける財政危機が報じられユーロの下落など厳しい状況です、英国も漸く、金融危機からの出口戦略を模索している状況といえ経済成長には疑問点が残ります。

韓国は着実な回復を遂げつつあることと、財閥系企業の強力な世界戦略の展開が予測され、わが国にとっても脅威になる可能性があります。

これらの経済情勢をさらに不安定化する要因として米国では今年、中間選挙が予定されています。当然、オバマ大統領の一年半の決算として、雇用確保政策が重点化されることが予測され、財政出動ではなく、輸出強化策が打ち出される可能性があります。これは逆に輸入規制も懸念され、特に中国製品との貿易摩擦が顕在化する懸念があります。

このことは部材・中間材等を中国で生産、もしくは輸出している日本企業に対して影響があるものと考えられます。また、英国でも総選挙の結果、13年ぶりに政権交代が成りましたが第二次大戦後初の連立政権となり政治の混乱を招く可能性があります。国民の人気とり政策が規制策になることなど、成長の足を引っ張らないことが重要となります。

個別課題ではイラン問題、中東問題、北朝鮮問題、アフガン問題などが政治のみでなく経済活動に大きな影響を与えることも念頭に入れておく必要があります。

いつの時代も経済が政治に左右されることは往々にして起こりますが、一方で中国での上海万博や南アフリカでのサッカー・ワールドカップ開催など経済発展国におけるビッグイベントにより消費が刺激されることなど、世界景気動向は着実にアジア及び発展途上国を中心に回復基調に乗るものと考えられます。

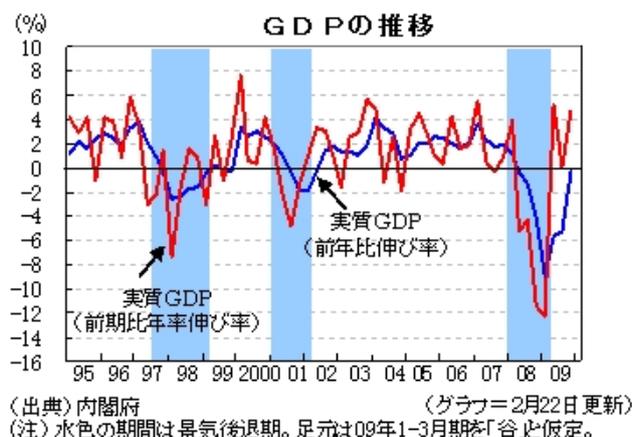
2、国内情勢

2009年度国内経済の実質成長率は▲2.2%となり、2年連続のマイナスとなりました。しかし、穏やかな拡大基調に入っており、2010年度は堅調な輸出を基本に1.6%程度のプラス成長が見込まれています。国内需要も7四半期ぶりに前期を上回り、成長寄与度も0.6ポイントとエコポイント制などの消費刺激策効果とあいまって、設備投資も前期比プラス1.0%と穏やかながら回復基調にあります。

しかし、依然として大きな効果がある住宅投資は大幅なマイナスとなっています。'09年12月に0.6%、'10年1月は15.7%のプラスに転じましたが本格復活とはいえない状況です。ただし、エコ政策発動とリフォーム市場の台頭により、従来型ではない住宅市場が形成される可能性が出ています。また、影響が大きい自動車市場は政策に支えられ、堅調に復活しており、税制優遇策打ち切りやトヨタ問題もあるものの、今年度の新車登録台数も500万台を目指す気配が感じられます。

一方、大きな課題は雇用問題と考えられます。有効求人倍率は昨年9月より連続改善方向で0.49倍/3月に改善されましたが、完全失業率は最悪期の5.7%からは脱却したものの、今だ5.0%/3月と高止まりのままです。企業は業績改善しても人件費投資には極めて慎重であり、このことが国内消費停滞の大きな一因となっています。

消費者心理として、より安く、必要なものだけを購入するデフレ傾向が強くなっていることは消費財を中心に今少し続くものと考えられますが、そろそろこの閉塞感に飽きもきており、一つのきっかけが転機になる可能性はあるものと考えます。既に毎月勤労統計では月次残業がプラスに転じており、政策による子供手当などが支給される年度後半には消費性向は実質及び名目もプラスが認識できる景気傾向と考えられます。なお、全体としては景気の谷は既に超えたものと判断できます。



図表1. 10~12月期GDP速報を織り込んだ最新予測

- NEEDS日本経済モデルによる -

	四半期 (前期比)			年度 (前年比)		
	2009年		2010年	2008	2009	2010
(%)	7~9	10~12	1~3			
実質GDP	0.0	1.1	0.4	-3.7	-2.2	1.6
個人消費	0.6	0.7	0.3	-1.8	0.6	1.1
住宅投資	-7.8	-3.4	0.6	-3.7	-18.7	-0.8
設備投資	-2.5	1.0	0.4	-6.8	-15.6	2.2
公共投資	-1.6	-1.6	-1.8	-6.6	6.7	-7.6
輸出	8.4	5.0	2.1	-10.4	-11.0	9.6
輸入	5.4	1.3	1.3	-4.2	-12.3	6.0
名目GDP	-0.5	0.2	0.3	-4.2	-4.0	0.7

(注) 2010年1~3月期、2009年度以降は予測。

3、業界動向

電機業界はエコポイントと薄型大画面TVに支えられ、各社とも赤字状況からの脱却か赤字の縮小が明確になりました。価格競争で赤字体質のTV事業も漸く黒字化に転ずるなど全体業績に好影響が出つつあります。特に中国とインドなどアジア地域の政府政策に支えられた旺盛な民需は、生産部門の増強をリードしており、全体では現地設備投資が増大に向かっています。このことが関係企業の業績押し上げにも好影響を醸し出しています。また、マイカー時代に入った中国の大幅な自動車増産や、アジア地域での低価格パソコンの増産などが半導体重要を押し上げており、一気に半導体業界も回復基調に転じています。

2009年の国内民生用電子機器出荷累計は30,027億円と前年比101.3%と8年連続のプラスとなり、初めて3兆円台に乗りました。分野別では映像機器が21,895億円、前年比111.1%と10年連続のプラスで過去最高となりました。特にテレビは年累計で13,626千台と1千万台を超え、140.4%と大幅に伸び、単月・年計共に過去最高となりました。(以上JEITA統計より)

音声機器は2,061億円、前年比92.8%と4年連続のマイナスとなりました。主な内訳はスピーカーシステムがホームシアター効果もあり25,217百万円、前年比109.7%のプラスとなりました。特に薄型大画面テレビとのセット販売もあり、この傾向は順調に続くものと考えられます。

CDプレーヤーも台数では693千台で前年比102%とプラスになりました。CDプレーヤーは2008年を底に、買い替え需要やアンプとのセット販売などによりプラスとなりましたが、金額は5,949百万円で据え置き型、ポータブル型のいずれも価格ダウンにより8.3%のマイナスとなりました。

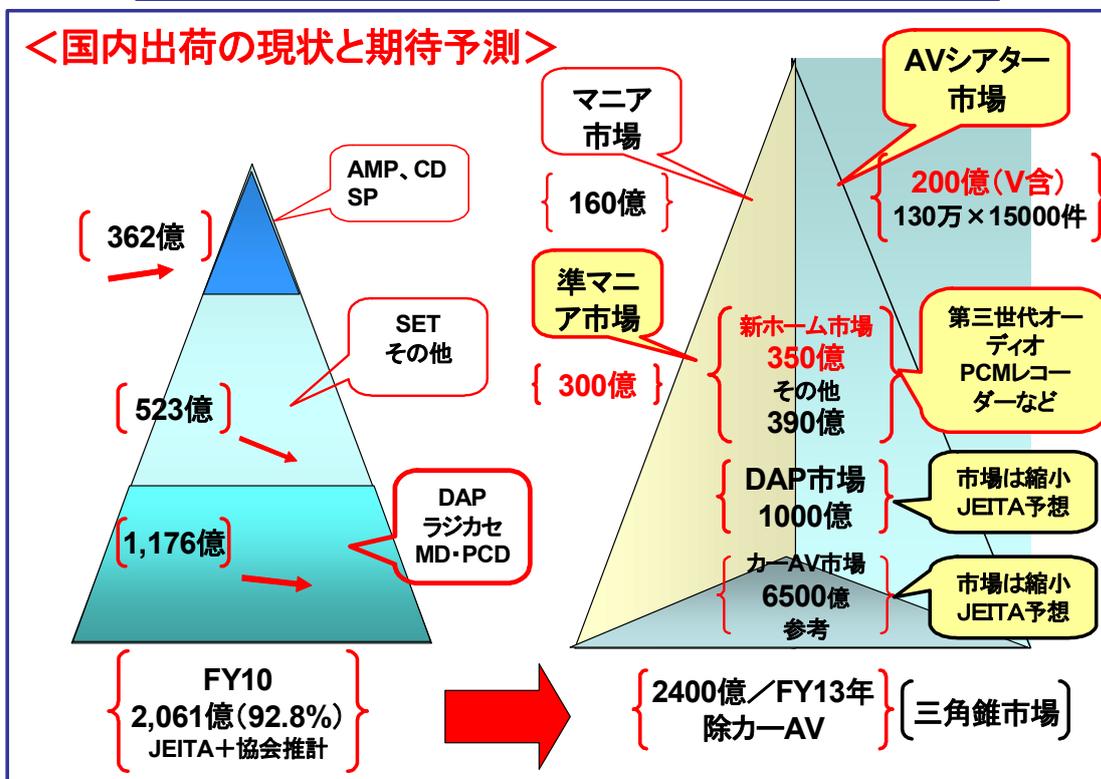
デジタル・オーディオプレーヤーは台数で6,940千台、前年比104.8%、金額は1,040億円で前年比98.6%と微減となりましたが、新製品の端境期であったことと価格ダウンが影響しているものと考えられます。デジタル・オーディオプレーヤーの国内オーディオ市場に占める構成比は50.5%と大きな構成比となっています。これはJEITA市場予測より動向は一年程度前倒しで進んでいるものと考えられます。

アンプは台数で171千台、前年比96.6%となりました。このうちAVアンプは110千台で構成比は64.3%と過半を超えていますがアンプ自体が長期低落傾向にあります。これは若年層のホームオーディオ離れと、AVアンプの煩わしさから未だホームシアター市場が育っていないことを表しているものと考えられます。しかし、一方でサラウンド内蔵スピーカーシステムは353千台と前年比倍増しており、今一度業界として検証が必要と考えています。(以上JEITAプラス協会推計より)

国内オーディオ市場カテゴリー別規模 (FY10日本オーディオ協会調べ)

カテゴリー	台数 (千台)	金額 (百万円)	前年比%
アンプ	171	8,178	88.9
スピーカー	618	25,217	109.7
CDプレーヤー	693	5,949	91.7
デジタルオーディオプレーヤー	6,942	103,959	98.6
セット	813	19,220	81.8
ラジカセ	1426	9,891	75.9
MDプレーヤー		603	32.0
その他		33,079	83.7
合計		206,096	92.8

国内オーディオ市場の展望(2010年3月)



4、流通動向

国内流通市場はいよいよ大手量販店の熾烈な競争による生き残りゲームが始まっています。特に郊外型であった最大手のヤマダ電機による都内激戦区への出展により、大型カメラ店との前面激突の様相を呈しており、デフレ状況の消費市場をさらに混乱させる要因となりそうです。大手流通の今後は更なる国内合従連衡による再編や、海外展開指向も予想されるところです。また家電商品に捉われない商品領域の拡大や、それらに伴う業態変更も視野に入れておく必要があります。

一方、国内唯一のAV専門店の連合体であったPASS会も4月には解散を余儀なくされており、高級志向であったデパートや海外ブランド企業の撤退もあり、オーディオ＝高級品＝専門商品＝専門知識というだけの構図では市場競争と市場構築は難しくなっています。業界挙げての新市場構築が急務と思われる。

5、関連業界と関連団体動向

レコード業界はDAP及びiフォン、PCオーディオの増大などによりCDディスクの減少に歯止めがかかっていません。CDディスク全体の09年暦年の出荷金額は2,460億円で前年比84%となりました。一方でモバイル配信オーディオ市場は約1,500億円で頭打ちと言いつつ伸張しており、これにPCダウンロードなどを加味すれば配信市場へと市場移動が起きているといっても過言ではありません。これに伴う違法ダウンロードや違法配信に対して、レコード協会と日本音楽著作権協会は厳しい目を向けており、2009年1月～12月期の違法音楽ファイル削除要請件数は40,665件で103.1%となりました。この

内 75%が携帯電話向けの違法音楽ファイルであり、良質な音楽文化を求める日本オーディオ協会としても音楽使い捨ての状況は極めて遺憾と言わざるを得ません。(以上 RIAJ、MCF より)

国内ライブ市場は 2008 暦年で 1,503 億円と 103.9%と拡大基調にあります。また、映画館入場者数は 2008 暦年で 160,491 千人とほぼ横ばいであり、パッケージ系のソフトの落ち込みが目立っています。(以上 RIAJ 及び映画製作者連盟より)

同業者団体であるインターナショナルオーディオショー協議会、ハイエンドオーディオショー実行委員会、真空管オーディオ協議会との関係強化についてはそれぞれ会議を持ち、今期中に一定の方向を出す予定となっています。特に、ハイエンドオーディオショー実行委員会、真空管オーディオ協議会とは国内オーディオ市場活性化と、互いに相乗効果を出すことで大筋の合意をしており、来期に向け準備会議を設置し、具体的課題解決に向けて取り組むことになっています。専門販売店連合体である PASS 会は残念ながら 2010 年 4 月をもって解散となりましたが、地域団体及び個別店を中心に引き続き連携を進めます。一方、活動が手薄になっていたソフト普及委員会の活動に対してはソフト・ハード経営研究会とブルーレイディスク普及団体である DEG ジャパンとの連携強化に着手し、ソフト・ハード経営研究会は団体会員として連携活動を進める計画になっています。

第二章 活動の基本と具体的事業計画

1、活動の基本的考え方

はじめの言葉で述べたように「変化と不変」を考え方の基本に据え活動をしていきます。特に 60 周年を前に次の時代を乗り切るための「体制づくりと体力づくり」が重要と考えます。先ず、そのためには疲弊化した現状からの脱却を図らなければなりません。つまり徹底した協会の再建が急務といえます。

再建に際しては現状をよく認識し、ノスタルジアに甘えることなく、協会が向かうべきビジョンを明確にした上で外部の変化に大胆に対応することと考えます。

第一に日本オーディオ協会の存立意義の共有化です。疲弊化した国内オーディオ市場の現状を憂い、また、日本人が共有した感性価値の消滅を憂いたとき、日本オーディオ協会の役割はまさに感性価値文化の復活こそが最大の使命と言えます。これには良質な再生音楽を聴くという文化の復活がもっとも近いと考えます。これが日本オーディオ協会の存立意義といっても過言ではありません。私たちは今年の総会で新たなビジョンとして「**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**」としました。

特に感性価値について、今一度定義を含めて理解を深めることと、感性価値を定量化することは極めて難しいですが、定性性に基づく環境づくりによって感性価値創造の可能性について研究していく必要があると考えます。具体的には、日本オーディオ協会は原点に帰り、若年層、特に中高生に対する良質な再生音楽文化を理解する活動から取り組みたいと考えます。そしてこれらの活動を実業に結びつけるマーケティング調査や研究会活動も検討し、会員にフィードバックできる活動を目指します。

第二に、ビジョン達成に向けた活動をするにしても財政的な裏付けなくしては出来ません。このために財政基盤の確立に取り組みます。協会は本来、公益業務をつかさどるべきと考えますが、会員の浄財に頼るだけでは活動は不可能です。このためには自立できる体制と仕組みが必要です。現在の公益法人の枠組みでは何かと活動が窮屈であり、現行の公

益社団法人を一般社団法人に変更し、活動の領域拡大をすると共に自立できる体制にすることを考えます。具体的には新規市場構築に向け、広く有料人材育成事業を推進する考えです。そして、法人会員の減少に鑑み、個人会員の拡大が不可欠といえます。法人会員拡大の活動はもちろん継続しますが、企業法人においては規模の大小に関わらず、会員として得られる投資効果先行であり、会員勧誘の道は極めて厳しいといわざるを得ません。従って定款変更に伴い、会員基準の見直しを行い、広く個人会員を募ることが出来る仕組みの導入を検討します。

第三は実行力の強化です。ここ数年の慢性的な赤字体質からの脱却を目指し、昨年は抜本的なリストラクチャリングを行ないました。今期もさらなる効率化を目指しますが、単に縮小均衡路線だけではこの体質からは脱却できません。このために新たな事業展開を進めますが推進力である体制の整備が必要です。

一つは推進力の源の理事会機能の強化です。迅速な決定と活動のリード役である権限と責任が求められ、特に新法人化では決定的に理事会機能の強化が要求されています。

二つ目に各種委員会機能の強化です。名目委員会ではなく目標の設定と予算化が必要と考えます。また活動の結果が委員会メンバーの付加価値創造に結びつくことも重要と考えます。これには会員企業が何らかの委員会に参加し、支えることが大前提となります。

特にソフト関係を車の両輪として捉え、良質なソフト開発と普及に努めることと、「地方出前コンサート」や「生録会」の開催などを含め、会員サービス機能の強化策を推進します。

三つ目に事務局機能の強化です。事務局員の多能工化と効率化が重要ですが限界もあり、強化策と固定費削減策との裏腹の課題です。具体的には、事務所費や IT メンテナンス業務の効率化などの付帯経費の削減と、マンパワーの維持との両立を図りながら進める考えです。

第四は新法人化されたときの事業の方向性の可否についてですが、基本的には現定款を踏襲すべきと考えます。既に昨年来、ビジョンと事業方向の整合性を見据えて「財政・事業・組織検討会議」で一定の結果を導き出しました。もちろん、新法人化に伴い、変えるべきは大胆に変えますが、当協会の持つ公益性部分は一般法人化になっても変えるべきではなく、逆に強化されるべきものと考えます。また、定款は基本的に骨格を決定するものですが実効性を重視し、ビジョンと活動組織に連動した具体的な事業計画となるよう提案しました。

2、定款変更について

(1) 定款変更のポイントと主な体制

前述のごとく、当協会の持つ普遍的な公益性を残し、一般社団法人化に移行するための定款変更を行います。内容は極力現定款を踏襲していますが、特に会員資格、及び理事会の性格と人数、役員選出の方法などで新たな考えを導入しています。第一に会員範囲の拡大に伴い、決議権等資格要件を厳格にすると共に、一方で総会参加や意見表明権授与などオープン化に努めています。第二に理事の責任と権限の強化に伴い、人数を削減したこと。一方で理事等役員選出に際し、役員推薦委員会設置など公正性の確保を重視したこと。これらに鑑み、広く知識と知恵を集約するために新たに諮問委員会を設置したことなどが大きな変更点となっています。なお、これは今総会にて決定され次第、内閣府の承認を受け、直ちに発効すべきものと考えています。*定款詳細は別添資料を参照

①会員の拡大

ビジョンにある再生音楽文化創造に向けた取り組みは、より多くの人々に共感を得なければなりません。法人会員減少化の今、より多くの共感者、つまり個人会員の拡大に努める必要があります。特に若年層の共感者を増やす必要があります。具体的に出前コンサートの実施や、修学旅行の自由研究時の研究支援策の推進などを音楽鑑賞教育財団や教育委員会、学校、PTA等との連携を基に進めます。また、これらはファミリー会員拡大も視野に入れた事業とする考えです。さらに、一般個人会員拡大についてはデジタルホームシアター普及に向けた教育システムの中で受講者の会員化に取り組みます。

②会員資格の変更

個人会員の拡大は一方で議事議決の方法で課題が発生します。出来る限り公正な議事議決を進めるために理事会設置法人化と役員推薦委員会による、より公正性のある役員選出の方法を取り入れます。そのほか正会員と賛助会員の資格要件を明確にします。賛助会員は総会への参加権と意見表明権は新たに認めますが、議決権は法人正会員、及び法人登記済みの団体正会員及び個人正会員のみを制限をします。ただし、個人正会員には特別議決案件及び理事会が必要と認めた案件については議決権が認められることになります。

これにより一層開かれた組織であると共に、より正会員の責任と権限は重くなります。

③理事会の変更

理事会については当協会の経営責任が問われ、且つ会員や社会の訴訟にも対応する責任が発生します。新法人法では代理出席は認められません。従って全会員の代表ではありませんが各業種や個人会員、及び学識経験者を代表する理事会になるように「役員推薦委員会」での論議を基に総会で選出します。人数は協会規模とスピードある決定が出来ることを考慮に現行 30 人以上 35 人以下を、15 人以上 20 人以下約半分に削減します。なお、理事は経営に責任を持つ立場から夫々の委員会及び部会を担当することとします。

④役員推薦委員会の設置

組織強化と公正性を求めて役員選出については単に総会で選出するという決まりでなく、役員推薦委員会を設置し、広範な意見を基に理事会及び総会へ提案できるように役員推薦委員会を設置します。もちろん選挙になれば選挙管理委員会を兼ねます。なお、役員推薦委員会規定は別途定めるものとします。

⑤諮問委員の設置

役員経験者及び学識経験者など多くの意見を踏まえ、スピード感を持って活動できるように諮問委員を設置し、常に広い意見と深い知見を求められるようにします。これは広範な個人会員拡大に対して、より開かれた組織を担保するものでもあります。

⑥顧問制度の見直し

従来の特別顧問・顧問・参与制度を顧問に統合化し簡素化します。一方で組織の強みは「老・壮・青」の組み合わせと認識しており、当協会の広範性と技術・文化継承の視点からさらなる機能強化を目指すものです。

(2) 会費基準の見直し

従来の上場基準から、AV売上高による毎年度自己申告制度に変更します。これにより現実との乖離を解消します。ただし、毎年度見直しによるぶれ幅の拡大は事業予算自体が狂うこととなりますが、規模別段階制度で極力吸収できるものと認識しています。一方、個人会費は広く浄財を求める必要と他団体等の会費を参考に、値上げをお願いすることとします。この場合、個人会員のメリットを十分に創る必要からサービス機能の強化

と共に、緩和措置として実施は来期からと考えます。ただし、新規会員は今期より施行します。いずれにしても事業収入がまだ見えない状況では各会員の浄財に頼る以外になく、理事会としては心苦しい限りですが協会存続のためにやむを得ないものとして、会員各位の絶大なる理解を頂かねばならないものです。

(3) その他組織の改廃

定款変更と共に役割を終えた委員会・会議の廃止と必要な委員会・会議の新設を行います。具体的には「事業・財政・組織検討会議」は一定の役割を終えたものとして廃止します。また、「流通懇話会」も残念ながら専門店の連合体である PASS 会が解散になりましたので廃止します。今後は東北専門店会との関係が残りますので「専門部会」に機能は移管します。新設は「役員推薦委員会」と「諮問委員」とし、極力現行組織で成果を求めることとします。

3、具体的な事業計画と推進組織

(1) デジタルホームシアター普及委員会

国内固有の住宅事情を配慮した、良質な音のあるホームシアターを普及すべく、ガイドラインの設定と普及に携わる人材の育成を経済産業省協力、インテリア産業協会協力の下に進めます。今期中にガイドラインの設定と共に、資格認定制度を導入し、200人程度を目標に育成をスタートします。対象者はメーカー新入社員、インテリアコーディネーター、販売従事者、設計士、工事士、インストラーなどを中心に初級から上級に至る教育システムを構築し、有料にて提供していきます。講師陣は現テキスト執筆者や諮問委員を基本に協会認定講師として登録制を導入します。テキストの作成、発行、教育、審査、認定、更新、会員化と一貫したシステムの導入を目指します。また、関係企業の商品紹介や実施事例紹介など実務につながる内容とします。さらに3Dサウンドへの対応など、将来に対する研究も進めます。(別添市場性・事業計画参照)

(2) 第三世代オーディオ普及委員会

既に関係する MAPI を立ち上げ、キャリア、携帯端末メーカー、コンテンツメーカー、配信事業者などによる技術部会も佳境に入っており、携帯配信音楽の高度化に着手しています。協会としては高度化を可能にする標準信号の設計と提供を進めており、今期は標準信号の有料配信提供の導入を進めます。また、次のステップとして用語の統一とユーザーへのプロモーション展開の強化を進めます。

また、最近の USB や各種メモリーでの音楽提供のあり方について、オーディオ機器側の課題の整理と方向性を今期より検討していきます。

(3) ソフト普及委員会

今期より再生音楽文化創造に欠かせないソフトの認知・提供強化に努めます。ソフト・ハード経営研究会の加入により、良質なソフトの普及認知・頒布活動を強化します。具体的には従来、進めてきたプロ録音賞ソフトの認知普及・頒布、及び良質ソフトの推奨に取り組みを進めます。また、専門部会との連携による地方出前コンサートの実施なども進めます。さらに、会員サービスの一環として良質ソフトの廉価頒布システムの構築を進めます。市場性を見極めて、協会ならではの良質なチューニング用ソフトの開発も検討していきます。特に今年はショパンとシューマン生誕 200 年祭であり、秋葉原での展示会に絡め、これらのソフトを活用したイベントの検討も行います。

(4) 生録普及委員会

既にフェスタ会場にて実施済みですが、今期からフェスタのみでなく継続的な文化創造を進めるために「生録セミナー」を開校します。初級者育成と音楽や楽器文化を醸成するために常設会場を設定し、計画的に開催していきます。具体的には音楽鑑賞教育振興会と連携した活動を進めます。また、協会ホームページに生録専用サイトを立ち上げ広報強化に努めます。大型生録会は従来どおり次回の「オーディオ&ホームシアター展 TOKYO」にて取り組みます。

(5) 展示会実行委員会

前期より開催した秋葉でのフェスタをさらに目的と目標を明確にして開催します。ただし、絶対に赤字化させない綿密な計画で今期も「回遊型」を基本に進めます。特に今年から他団体との共催を視野に、タイトルエリアも広くしていきます。具体的な推進は実行委員会を立ち上げ、全理事の参加を基本に組織化します。また、オーディオ協会らしく、実験的に地域の学校へのプレ出前授業や子供向け教室にチャレンジします。また、顧客動向を把握するために従来にまして「顧客・市場動向」調査をアンケートを基に実施します。これは会員企業向けの「国内オーディオマーケティング指標」になるように精度アップを目指します。また、協会が今後開催する展示会のあり方について、今回開催を含め実行委員会にて検討を進めます。

*** 詳細は別添企画書を参照**

(6) サラウンドサウンドワーキンググループ

既に定着した活動を行っていますが、2011年のTV地デジ化を目指し、サラウンドサウンドの普及に向け、追い込みを図ります。具体的にはJEITAと協力し、5月1日の「5.1ch.の日」活動の強化とそれを成功させるべく専用ホームページの「サラウンドJP」を「ホームシアターサウンド」に一新し、アクセス件数の増大による認知向上活動に取り組んでいきます。さらに5.1ch.放送の増大要請や3Dソフトの認知拡大などの取り組みを進めます。また、5月1日には恒例のNHKのビッグイベントへの参加も進めます。

(7) 専門部会

専門固有の課題抽出と解決策の検討を進めるために、基本的な活動組織を固めます。具体的な活動目標としてソフト普及委員会と連携して地方への「出前コンサート」「出前音楽塾」などの開催を目指します。少なくとも今期は2回程度の開催を準備します。また、地方専門店との懇話会を同時開催できるように検討を進めます。特に流通チャンネルの疲弊化による問題点における研究を開始します。また真空管オーディオ協議会、ハイエンドオーディオショー実行委員会との連絡会を設置し、協力関係の強化に努めます。

(8) 音の日委員会

オーディオ協会の公益的事業の中核事業として、他団体との協力の下に強化します。具体的には財政裏付けを考慮に「音の匠」の顕彰のみでなく、会員や広く一般の方へ、当協会ビジョン達成のための活動を顕彰するような、新たな仕組み開発の検討をスタートします。また、より多くの人に参加できる仕組みや広くアピールする方法など検討も行ないます。「プロ録音賞」との共催はソフト普及委員会、専門部会の参加も求め、強化行きます。

(9) 広報委員会

これまで委員会活動というより事務局主導の活動で「サラウンドJP」の全面改訂、「秋葉フェスタ」広報の取り組みを行ってきましたが、今期はJASジャーナル大幅変更に伴う当協会の抜本的な広報活動のあり方についての検討と答申を求めます。特に協会HPと会員各社HPとの関係強化、協会内各サイトのあり方、新鮮情報の収集と原稿化の方法など

について専門委員を指名して活動します。直近では「生録サイト」、「デジタルホームシアター取扱い認定者資格サイト」の新設を検討していきます。また、来る60周年に対する記念出版等の検討も始めます。

(10) JAS ジャーナル編集会議

現在、抜本的改定を目指し新たな方向を検討していますが、JAS ジャーナルは当協会の中の中心的広報誌として再強化に向け、サポートの仕組みも踏まえて早急に答申します。JAS ジャーナルは今後個人会員の拡大を視野に売り切り専門誌的ではなく、且つ学会誌的でもない、第三の会員誌を目指せるよう検討していきます。特に会員満足につながるよう発行方法、内容、サポート体制の検討が必要と考えています。

(11) 企画会議・運営会議

企画会議は正副会長及び必要に応じ関係委員会長を基本に適宜開催します。また運営会議は理事会時必ず開催をします。スピードと決定を重視して忌憚の無い意見交換が出来るように運営配慮を目指します。

4、事業推進をサポートするその他の事項

(1) 事務局体制

前期は抜本的な改革として①AV フェスタ事務局の廃止、②専務理事と会長職兼務、③職員の減給、④事務所費削減などのリストラクチャリングを行ないました。これにより財政的に一定の寄与となりました。今期はフォロー体制の徹底による戦力強化を図ります。具体的には旧テンポラリー応援の解約に変わる会員企業との活動のシェア強化、事務局員相互担当制、事務局会議の徹底により夫々の委員会活動をフォローしていきます。

(2) 事務所のあり方

前期より費用削減交渉の結果一応の成果になりましたが、さらなる削減が必要であり、今期は向こう2年先の効果も考慮に移転を含み検討します。また、他団体との共有化策も引き続き検討していきます。

(3) ボランティア制度の導入

会員とのかかわり強化を含め、各種の催事や委員会活動にも会員のボランティア制度を導入します。現状は「事務局と理事会・委員会」、「事務局と会員」との関係がややもすると分業的と言えます。会員の協会という立場で極力、「かかわりの場」を作っていきます。

(4) 外部サポートとの連携

前下期より IT サポート会社の見直しを行い、費用削減と同時に強化策の検討を進めています。今期はさらに細部にわたって見直しにより費用削減のみでなく強化に取り組みます。

(5) 関係行政、関係諸団体との連携

一般社団法人化後は、所管行政部門が内閣府になりますが産業政策からして従来どおり経済産業省との連携を維持する一方、文部科学省や総務省など関係する行政に対しても関係強化を図ります。また関係する業界団体とは相互会員化や委員会活動をとおり強化を図ります。

5、推進組織

*** 別添組織図参照**