

平成 25 年度

事業計画書  
収支予算書

自 平成 25 年 4 月 1 日  
至 平成 26 年 3 月 31 日

一般社団法人日本オーディオ協会

## 平成 25 年度事業計画書

(平成 25 年 4 月 1 日～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、私たちがその後に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。

### 第 1 章 私たちを取り巻く情勢

#### 1. 世界情勢

昨年は、主要国において政権転換が行われました。いずれの国においても盤石な国内状況とは言えず選択肢の少ない中での政権確立であり、不安定要因を抱えているといえます。世界景気動向は、欧州発金融危機はセーフティネットにより小康状態となっていますが、ロシア経済も欧州影響から抜け切れず欧州全体では明るい兆しとは言えません。2 大経済大国のうち米国は、車市場や住宅市場に明るさが戻りつつありますが、絶対的な安心材料とはなっていません。新たな資源エネルギーであるシェールオイル、ガスが本格稼働に入り活況を呈しだしていることが、世界のエネルギー勢力図の変化を起し、中東など他地域における政治的不安定要因の芽となる可能性もあります。

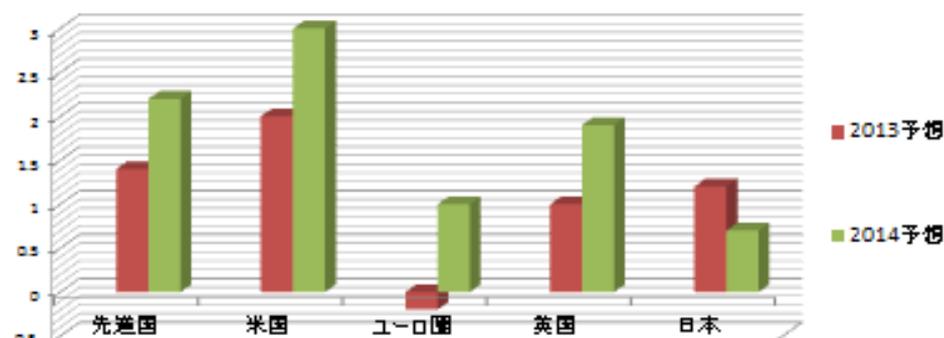
一方、中国は、欧州と米国への輸出が減速しており、内需拡大を目指しているものの、中央、地方の政策調整の難しさからも世界の景気牽引車としては力不足状況です。インド、ブラジルなどの新興国も通貨高から経済は減速しており、世界全体としては厳しい中で、米中及び好調なアセアン地域に頼る構造となっています。経済と密接不可分な政治は、中東及び中国を取り巻く個別紛争がより顕著化し、経済的にも明暗が顕在化する可能性があります。TPP 交渉の行方、及び地域経済連携など予断を許さない状況が続きますが、全体では平成 25 年度は改善の方向性が見て取れます。

IMFの世界経済成長率見通し

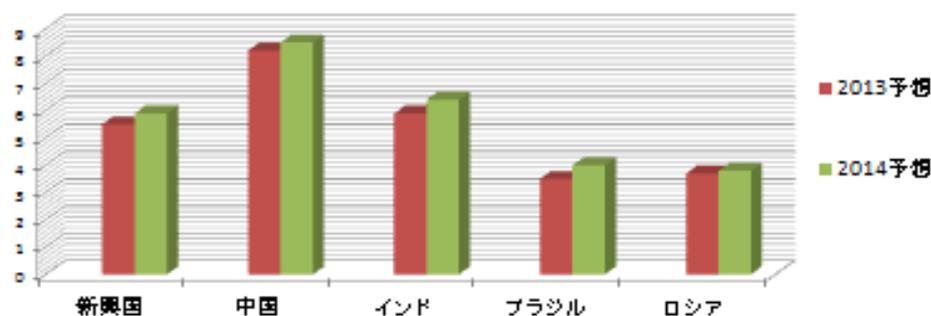
地域・主要国の経済成長率見通し(2013年1月修正・%)				
地域・国名	2011	2012	2013予想	2014予想
世界	3.9	3.2	3.5	4.1
先進国	1.6	1.3	1.4	2.2
米国	1.8	2.3	2	3
ユーロ圏	1.4	-0.4	-0.2	1
英国	0.9	-0.2	1	1.9
日本	-0.6	2	1.2	0.7
新興国	6.3	5.1	5.5	5.9
中・東欧	5.3	1.8	2.4	3.1
ロシア	4.3	3.6	3.7	3.8
アジア	8	6.6	7.1	7.5
中国	9.3	7.8	8.2	8.5
インド	7.9	4.5	5.9	6.4
中南米他	4.5	3	3.6	3.9
ブラジル	2.7	1	3.5	4
中東・北アフリカ	3.5	5.2	3.4	3.8
サハラ以南のアフリカ	5.3	4.8	5.8	5.7

(出所:IMF「World Economic Outlook Update January 2013」)

主な先進国の経済成長率予想(%)



主な新興国の経済成長率予想(%)



## 2. 国内情勢

東日本大震災発生から早2年が経ちました。私たちにとって未経験、未曾有の災害となりました。特に原子力発電所の崩壊は長期にわたる災いとなり、「想定外」という言葉で片付けられるような問題ではありません。復興努力も進んでいますが、復興予算に名を借りた無関係な利益誘導的な予算執行などが明らかになるにつれ、為政者の見識を疑わざるを得ない状況は、嘆かわしい限りです。

昨年発足した安倍政権は「アベノミクス」と銘打った経済政策を矢継ぎ早に繰り出し、特に日新総裁となった黒田氏による「異次元金融緩和策」は新イメージ作りに大きな影響を与え、「円安」「株高」の流れを作っています。この結果、自動車など輸出を中心とした企業の業績を改善し、内需型企業でも史上最高益を発表する企業も出ています。

<最高益更新企業などの内訳>表1

東証一部（金融を除く）	構成比	製造業（58%）	非製造業（42%）
最高益更新	構成比	製造業（48%）	非製造業（52%）

（出展：Financial Quest より）

内情を良く見てみると、表1のごとく内需型が比較的堅調に推移していることが判り、売上高規模では3,000億円以上と未満の比較では大きな差はありませんが、史上最高益を更新した企業のうち、日本を代表するグローバル企業は一部にとどまっています。

この様に、産業構造が大きく変わろうとしているグローバル分野では、いまだ抜本改革は未達の状況であり、特に「リストラクチャリング」に名を借りた雇用調整が進んでおり、予断を許さない状況といえます。

また、復興予算と銘打った大型予算と超金融緩和策は財政的歪をもたらし、政府債務は1,000兆円に手が届く942兆7,000億円となり、GDP比150%という世界に例を見ない額となっています。1世帯当たりの借入金換算では1,800万円強にもなります。そして地方債務を合算すれば1,500兆円、対GDP比200%という欧州における財政不安を抱えた国以上で世界一の借金王国になります。後世の子供たちに大きな負担を残さないためにも、財政健全化は喫緊の課題といえます。リフレ政策によるデフレからの脱却は正しいとしても、第三の矢といわれる健全な民間産業成長戦略が絶対条件であり、国内産業・企業の構造的改革が必須となっています。それは規模とコストによる競争優位と独自性による競争優位の二面性を直視し、日本企業の優位性とは何かを議論する必要があります。一方、円安による輸入商品の高騰が始まっており、GDPの60%にもなる一般消費の停滞や、長期金利高騰が景気の足元をすくう可能性すらあります。また、来年4月から実施される消費税値上げについては、税制改革、年金・医療制度などの抜本改革が相まって初めて効果の出る政策ですが、新政権になっても全く手が付けられておらず、7月の参議院選挙の大きなテーマにする必要があります。憲法改定議論も重要ですが、議論が逆転しており、本来は日本のあるべき姿、あるいは日本が生き残れる姿を議論したうえで、そこへ行くために憲法を変えざるを得ないということが本質ではないでしょうか。今少し国民の合意を得る必要があります。

### 3. 業界情勢

国内電機業界のうち、家電の主力事業と言われたテレビ事業は、大画面薄型テレビの需要先取りと過大な価格競争の結果、テレビ事業自体が全ての企業で赤字体質に陥るといった惨憺たる状況となりました。それは他の事業での穴埋め可能な域を逸脱し、企業自体の崩壊を招いたといっても過言ではありません。リーマンショック以前から構造転換を急いだ重電系は、福島原発問題を抱えながらも独自技術を活かし、社会インフラ系へのシフトで健闘をしていますが、海外勢に比べ決して利益性は高くありません。半導体系は合従連衡が進みましたが依然として厳しい状況は変わっていません。パソコン系もスマホやタブレット系に押され構造変化を余儀なくされています。そのスマホ自体も海外勢に押され予断を許されない状況です。このように日本の電機業界のビジネスモデル自体が同質競争の中で、且つ海外勢に比べデジジョンスピードが遅く、一時のような大量生産によるコストダウンだけでは勝てない状況に陥っていると云わざるを得ません。

平成 24 年暦年のオーディオ事業は JEITA 発表の出荷金額では、1,298 億円で前年比 85.3%となりました。しかし、JAS 集計では 2,246 億円で前年比 99.6%とほぼ横ばいとなっています。この差については JEITA に加盟していないオーディオ企業が多くあることと、JAS では今年より BD プレーヤーを集計に加えていることによります。ここ 3 年間、右肩上がりでも伸長してきましたが、テレビの急激な落ち込みに引っ張られた感があります。

一方、平成 24 年暦年の音楽ソフトの売り上げは、3,108 億 2,800 万円で前年比 110%と 14 年振りに二桁成長となりました。好調なシングル CD にプラスして、アルバムが発売され、売り上げに大きく寄与したものです。これをもって音楽産業の復調と見るのは早計

と考えます。再生音楽ユーザーは依然として携帯プレーヤーやスマホによる音楽試聴が圧倒的であり、すでに一大市場と生活スタイルが確立しているものと認識する必要があります。このことを前提に、今後のオーディオ市場を再構築する必要があります。

民使用電子機器出荷金額（億円）表 2

科 目	金 額	前年比
映像機器	8,544	41%
音声機器	1,298	85.3%
JAS 推計	(2,246)	99.1%
カーAVC	6,213	106.6%
民生合計	16,054	57%

<b>特秘 国内オーディオ市場カテゴリー別出荷規模</b> (期間: 暦年、単位: 千台、千円、JEITA出荷統計+JAS調査+推計)									
カテゴリー別	2011年(1月~12月)				2012年(1月~12月)				
	台数	前年比	金額	前年比	台数	前年比	金額	単価(円)	備考
ラジオ受信機	2300	154.2	8,767,600		1660	72.2	6,186,820	3,727	単価はダウン・ラジオ系 前年比(80.4%)・新タイプ 再生機含む
ポータブルオーディオ	898	95	7,637,490		1060	118	7,008,720	6,612	
<b>ラジオ系</b>	3198		16,405,090		2720	85.1	13,195,540		
ホームシアターセット			新規		299		9,587,734	32,066	JAS推計
BDプレーヤー			新規		507		8,094,752	15,966	JAS推計
ステレオセット			修正		635		14,312,820	22,540	
PCDプレーヤー	760	107.5	修正		700	92.1	3,327,800	4,754	JEITA+JAS推計
据置型CDプレーヤー	62.5	75.3	修正		58	92.8	4,358,161	75,141	
<b>CDプレーヤー小計</b>	822.5	104.1			758	91.2	7,685,961		
ICレコーダ	1011		5,625,204		1135	112.3	5,761,260	5,076	PCMタイプの台数はBC Nより推計で参考値
PCMレコーダ	252		5,355,000		320	127	6,052,160	18,913	
レコーダ小計	1263	106	10,980,204		1455	115.2	11,813,420		
DAP	5950	91.5	85,317,050		4900	82.3	72,926,700	14,883	09よりJAS推計
<b>ポータブル機器小計</b>	7213		96,297,254		6355		84,740,120	88%	
2CHアンプ			修正		171	97.1	9,501,950	55,567	JEITA+JAS推計
AVアンプ			修正		95		5,862,260	61,708	
<b>アンプ小計</b>					265		15,343,610		
2chスピーカー	481	367.1	16,637,790		489	101.7	16,619,024	33,986	JEITA+JAS推計、ラック タイプ含む、PC等小型ス ピーカーは推計
AVスピーカー	735	72.6	19,963,335		290	39.5	9,264,701	31,947	
PC等小型スピーカー	600		3,505,200		511	85.2	3,005,688	5,882	
<b>スピーカー小計</b>	1816	158.7	40,106,325		1290	71	28,889,413	72.00%	
AVアクセサリ、その他		110	11,000,000		109.1		12,000,000	109%	JAS推計
ヘッドフォン等			修正				28,141,000		JAS推計
ネットワークプレーヤー			新規		10		468,560	46,856	JAS推計
LPアナログプレーヤー			新規		20		2,067,700	103,385	JAS推計
その他ピュアコンボ			新規				100,000		除DAC・ヘッドホンアンプ
<b>ピュアコンボ小計</b>		164.6	28,337,908				33,115,395	116.90%	CD、アンプ、スピーカー、他
<b>AVコンボ小計</b>		69	23,542,570				22,749,813	96.60%	AVアンプ、スピーカー、BDP
<b>据置型コンボ小計</b>		100.1	51,880,478				55,865,208	107.70%	
<b>オーディオ合計</b>		102.3	226,597,769				224,647,810	99.10%	

## 第2章 中期事業計画推進2年目を迎え、進捗検証と見直し

### 1. 「中期事業計画大綱」進捗検証

#### (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。」

永遠のテーマであり、今年度より「音のサロン」コンサートを千代田区、日本レコード協会との三者コラボレーションで開始し、既に4回で延べ300名程度の来場を見えています。さらに、PCオーディオセミナー4回、ホームシアター体験会2回と消費者啓発を進めてきました。なお、従来通り展示会を開催し、当年度は27,500人（前年比103.4%）の来場を得て、各種セミナーの同時開催などオーディオ文化定着のための活動を推進してきました。

今後の課題は、①若年層と女性層への啓発、②地方への展開、③関係団体・業界との密度のある協業等が必要です。

#### (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られた知見をもって行政は勿論のこと、関係団体等と協業推進する。」

今年度は「DHT普及委員会」に於いて「ホームシアター構築における、スピーカー配置の国内ガイドライン設定」を確立しました。また、技術部会においては「ヘッドホン使用時の音像定位問題」への取り組みをスタートさせました。さらには、ブルーレイディスク・アソシエーション、及び日本レコード協会と協業しながらブルーレイディスクのオーディオソフトへの活用拡大のためのリリース働きかけと、名称統一への活動を行いました。引き続き、上記の継続活動と共に、新たに放送やスマホ及びネット系での音声信号のあり方について、情報の収集と提言活動が必要です。当然従来からのJEITA、インテリア産業協会等との協業は進んでいますが抜本的な強化が必要です。

#### (3) 「国内オーディオ市場活性化に向け、新たな市場開発のための関係人材の育成を推進する。」

新たな、国内オーディオ市場は、中期事業計画でも指摘したように技術の融合化と、機能の複合化が進むといえます。特に映像技術とオーディオ技術、及び情報技術の融合は目覚ましく進化しています。また、テレビと携帯端末、PC等のネット情報機器との複合化も著しく進化しています。オーディオ技術、また機器もこれらの中で埋没している感は否めません。これまで「デジタルホームシアター（DHT）取り扱い技術認定者」の育成により既に100人を超えるライセンサーを生み出しました。

また、ネットオーディオ時代に対する、正しい情報発信を期待した、リーダーユーザー育成のための「PCオーディオセミナー」にて150人を超える聴講者を送り出しました。引き続き「DHT取り扱い技術認定者」の育成拡大と、ネットオーディオに関する正しい情報発信ができるメーカー営業、流通担当者、リーダーユーザーの育成に努めます。但し、拡大に際し育成拠点が東京に偏っており、地域での展開が課題です。

**(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。」**

昨年 60 周年を迎えた、日本オーディオ協会は、これまで会場事情により 1 回の展示会を休止しましたが、その後秋葉原への移行時に 2 回/年開催したので、結果的には営々と 60 回の長きに亘って開催してきました。秋葉原開催では若年層顧客の開発、収支改善、セミナー中心、音のサロンなどの新企画を打ち出し、来場者アンケート分析からも一定の成果は出ています。但し、さらなる効率化と成果を求める視点からは、2 拠点開催は限界であり開場変更が喫緊の課題です。また、未出展の会員企業があることと、地方展示会との協業など地方展開も課題といえます。

**(5) 「時代を代表する技術、及びその時々活動を時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。」**

60 周年記念事業では「音の歴史館」として時代をリードした、エポックメイキングな商品を展示すると共に、時代背景等を含め紹介し大変好評を博しました。歴史を作った品々や技術をとどめ置き、その背景や隠された事実を次代に伝えることは新たな技術をつくり出すことには欠かせないものです。出来れば何らかの形でそれらの商品を一堂に展示できる環境を作ることが望ましいと考えますが、莫大な資金がかかることから現時点では無理と考え、当面は、少なくともその所在を明らかにしておくことに注力するべきと考えます。

## 2. 「中期財政計画大綱」進捗検証

**(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」**

総会承認後、直ちに会員に対し詳細説明に回り、即刻実施と次期からとに分かれたものの予定通り実施しました。これにより危ぶまれた現状体制の維持は可能となりました。

**(2) 「安定的収入につながる事業の強化を図る」**

現在、別会計になっている事業は「展示会等実行委員会」、「DHT 普及委員会」の 2 事業です。「展示会等」については出展社変動により厳しい局面ではありますが、収支バランスを継続しています。展示会等基本企画会議により、今期から抜本変更をする予定です。「DHT 普及委員会」については、東日本大震災の影響から予算は達成できていませんが黒字化は達成しています。何と云っても初級受講者の拡大が喫緊の課題です。(決算書を参照)

**(3) 「事業会計を明確分離し、独立採算を基本とする」**

現時点では、1 事業を特別会計に、1 事業を管理上分離しています。但し、協会の定款に謳っている理念と目的である、国内オーディオ市場の活性化と発展に向けた考え方と利益性の追求とのバランス化が重要と考えます。(決算書を参照)

**(4) 「事業推進に際し、重要成功要因進捗指標の導入を図る」**

残念ながら未導入となっています。これは、経営革新手法なのでこれから共有する必要がありますが、活動の基本であり今期の課題です。

**(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」**

当課題についても進捗していません。理由は「DHT 普及委員会」によるライセンス取得者は自動的に個人会員になるが初級受講者開発ができていないこと、現会員の高齢化による脱会者が増えており、増員につながっていません。平成 24 年度 3 月末における個人会員の動向は 45 名の入会に対し、退会が 26 名であり結果的には 19 名増の 387 名となっています。また、会員への特典開発が進んでいないことも個人会員拡大につながらない要因となっています。今期は、会員特典開発と大学生等ターゲットを絞った活動が必要です。

**(6) 「事務所費、人件費等固定費の削減を継続する」**

事務所費削減については、移転計画が理事会にて承認されなかったために未達となっています。依然として事務所移転による固定費の削減検討は引き続き必要です。今期は期せずして耐震対応の必要性から移転計画を明確にする必要があります。また、人件費等については委託契約への変更などを含め削減を図りました。さらなる人件費削減については、戦力バランスを見据え、アウトソーシングへの切り替えによる人員削減の検討が必要ですが、一方で、活動自体を委員会ではなく事務局が請け負う、従来慣行を正さない限り限界があり、活動の整理と取捨選択をすることが必要となります。

**(7) 「役員、委員に対する適材人材の発掘と登用を進める」**

期中ではありましたが事務局長の交代を行い、事務局内の若干の平均年齢は下がりましたが、依然として高い状況です。近い将来を考えたとき、会長以下事務局スタッフの多能工化と年齢の引き下げが課題です。

**3. 「組織・体制改革」の進捗検証****(1) 「理事会の位置づけの再認識と運営」**

新法移行後の理事会は、法的に極めて大きな権限と責任を有しています。株式会社の取締役会同様、代理出席と代理決議は認められていません。従って理事会運営は以前とは違い、絶対出席が求められます。このため、理事の負荷を低減するために、理事会回数減と議題の事前提案が重要となります。回数減は行いましたが、議題の事前提案は完全とは言えません。理事会のスケジュールの明確化と共に、理事自身の責任が求められています。

**(2) 「技術会議の新設と役割」**

技術会議の立ち上げと、テーマについて理事会承認の下に「音像定位」について議論と提起をすることが決定され、プレ会議とステアリングコミッティーを開催しました。

今後はヘッドホンにおける音像定位のみならず、従来のマルチチャンネルに止まらず 3D やテレビにおける 4K 及び 8K に対する音声の在り方など、多様な再生空間における音像定位問題への課題整理が必要です。また、他の委員会による技術的必要項目の抽出による横断的課題の整理が重要と考えます。

### (3) 「諮問委員の活用」

「音の日委員会」、「DHT 普及委員会」、「ジャーナル委員会」、「60周年記念事業」等での諮問委員の活躍が目立ちました。諮問委員の高齢化による退任、対策が必要となっています。

## 第3章 具体的事業計画

### 1. デジタルホームシアター普及委員会（プロフィット系）

昨年度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。委員会はこれらに答えるべく「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名のライセンサーを送り出すことが出来ましたが、全国規模から見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 早急にライセンサー200人体制の構築を掲げ、地方開催（関西）を目指します。
- ② ライセンサー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大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した展示会へ、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（プロフィット系）

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 さらに市場深堀と、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（技術系）

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（技術系）

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（情報発信・啓発系）

前期より「専門部会」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（情報発信・啓発系）

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（情報発信・啓発系）

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。理想としては記者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、伝達手段にしなくてはなりません。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、系統的にデータを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い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。

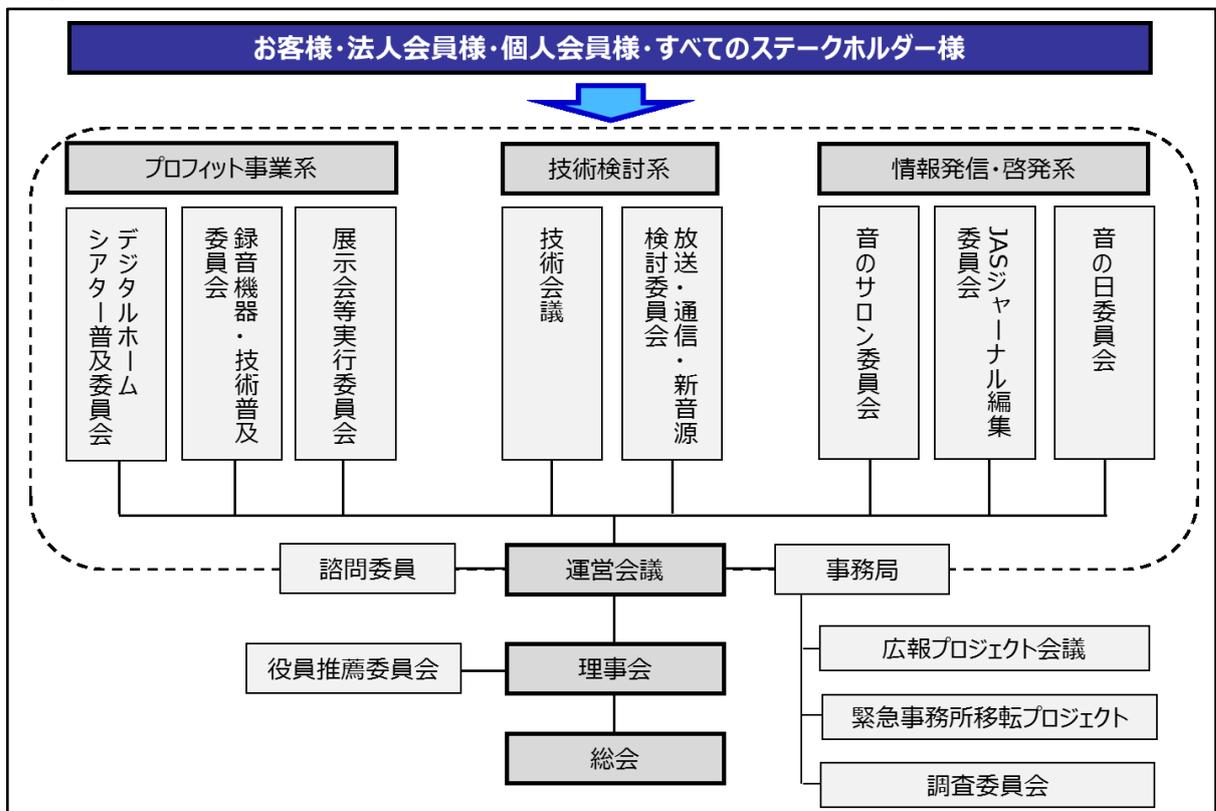
**(4) 行政及び国内関係団体等との取り組みについて**

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めます。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。

**11. 組織図**



以上