

平成 26 年度

事業計画書 収支予算書

自 平成 26 年 4 月 1 日
至 平成 27 年 3 月 31 日

一般社団法人日本オーディオ協会

平成 26 年度事業計画書

(平成 26 年 4 月 1 日～平成 27 年 3 月 31 日まで)

はじめに

日本オーディオ協会は、60 周年を機に「中期事業計画大綱」を策定し新たな道を歩んでいます。今期はその最終年として纏めの年です。当初の考え方や計画に対して進捗結果を客観的に把握し、柔軟性を持って本年度計画に組み込む必要があると考えます。特に今期は役員改選期でもあり、組織と事業の継続性も注視した計画が必要です。

一方、業界としては最盛期に比べるべくもない規模ですが、冷静に判断したとき業界全体が大きな転換期に来ていることが認識できます。業界が低迷してきたことは否めない事実ですが、軌跡をたどると幾つかの転機となるようなドキュメントが見えます。

特に録音再生におけるオーディオフォーマットや伝送系の変化に対して業界として適切な対応ができたかと問われれば否といわざるを得ません。このことはアナログからデジタル化以降で顕著に見えます。デジタル技術は転用が早く、業際ハードルが無くなったことが大きいといえます。

今期は、中期事業計画のレビューも行いますが、「最後のオーディオ市場活性化へのターニングポイント」と位置付け、特に「ハイレゾリューション」等、市場のスピードと波に乗り遅れることなく積極的に取り組むこととします。

第一章 私達を取り巻く情勢

1.1 海外政治と経済動向

政治と経済は両輪であり切っても切れない関係にあり、世界政治の動向は注視しておく必要があります。以下羅列するように世界では依然として紛争が絶えず、経済は安定せず国民生活も向上できない状況にあります。シリア、エジプト、南スーダンなど世界の民主化の洗礼後に逆に紛争が引き起こされている国や地域が多く発生しています。直近ではウクライナ情勢が緊迫化していることは周知のとおりです。

米国は議会と政府の協議が成立し、財政的緊張感はなくなり経済見通しは上方修正になっています。しかし、今年は上下院とも中間選挙があり、政策的に動けない状況が影響を及ぼす可能性と、FRBの金融引き締め政策を注視する必要があります。

欧州では一時の金融危機後の財政緊縮の影響が軽微であること、またその修復も進んでいますが回復の足取りは弱々しい状況といえます。ドイツは見通しを上方修正していますがイタリア、フランスとも弱含みであり、まだら模様となっています。

BRICS 及び新興国等の経済は、通貨変動による金融市場不安が起きており、経済動向に悪影響を及ぼしています。ブラジル、アルゼンチンの減速やタイでの政情不安やインドネシア減速などマイナス要因は有りますが堅調に成長するものと思われれます。

中国は「影の銀行」問題などリスクは大きいものの、習体制の社会安定化路線により堅調な成長を

するものと思われます。世界経済の課題は政情不安と通貨不安による経済への悪影響に目を凝らす必要があります。

	2014年	2015年
発表月	1月	1月
世界全体	3.70%	3.90%
米国	2.80%	3.00%
日本	1.70%	1.00%
ユーロ圏	1.00%	1.40%
ドイツ	1.60%	1.40%
フランス	0.90%	1.50%
イタリア	0.60%	1.10%
新興・途上国	5.10%	5.40%
中国	7.50%	7.30%
インド	5.40%	6.40%
ブラジル	2.30%	2.80%

(表-1、2014/1・国際通貨基金 IMF データより)

発表月	2013年		2014年		
	1月(13年)	6月	1月(13年)	6月	1月(14年)
世界全体	2.40%	2.20%	3.10%	3.00%	3.20%
日本	0.80%	1.40%	1.20%	1.40%	1.40%
米国	1.90%	2.00%	2.80%	2.80%	2.80%
ユーロ圏	▲0.1%	▲0.6%	0.90%	0.90%	1.10%
新興国	-	-	-	-	5.30%
中国	8.40%	7.70%	8.00%	8.00%	7.70%
インド	6.10%	5.70%	6.80%	6.50%	6.20%
ブラジル	3.40%	2.90%	4.10%	4.00%	2.40%

(表-2、2014/1・世界銀行データより)

発表月	2013年		2014年		2015年
	5月	11月	5月	11月	11月
米国	1.90%	1.70%	2.80%	2.90%	3.40%
独仏伊	▲0.6%	▲0.4%	1.10%	1.00%	1.60%
日本	1.60%	1.80%	1.40%	1.50%	1.00%
中国	7.80%	7.70%	8.40%	8.20%	7.50%

(表-3、2013/11・経済協力開発機構 OECD データより)

1.2 国内政治と経済動向

安倍政権が誕生して1年が過ぎました。自民党一強の中、政策は従来の自民党政権が掲げてきた政策に加え、安倍政権の高支持率を背景に教育、国際安全保障、規制緩和策等、大胆な政策変更がされようとしています。海外との関係においては、歴史観、道徳観や国家観など安倍政権が持つ固有の価値観に基づく政策の見直し、近隣諸国との摩擦のみならず、米国など同盟国との信頼関係を損ねる状況も見受けられます。

国内経済においても、このことが貿易停滞などの負の状況を生んでいることも事実です。

この間、政府は「アベノミクス」なる超金融緩和策によりデフレ脱却を推進してきました。まだ、結論を出すには早計ですが幾つかのパラメーターの検証を試みました。確かに経済的には明るさが戻りつつあるのは事実です。超金融緩和策は経営者や投資家の気持ちをリーマンショック以来の守りの経営から転換させ、攻めの経営への一步を踏み出させることには成功しつつありますが、産業構造の変化により従来のような輸出拡大のような即効性は効かず、公共投資に偏った景気対策になりがちです。

政府として異例ともいえる賃金の引き上げ要請まで出さざるを得ない状況となっています。

今後の課題は、民間設備投資の拡大と、中小企業対策、個人所得拡大などが重要課題となります。中でも財政の健全化は大きな課題です。二律相反しますが財政健全化は国際公約となっており、国債価格の維持からも喫緊の課題です。

アベノミクス導入の検証(前年3/20 金融緩和策以後)				
(日本経済新聞3月12日付データを修正及びJAS調査)				
政策項目	2013/3月末	2014/3月31日	増減	目標
マネタリーベース (資金供給量)	146.0兆円	219.9兆円	73.9兆円(50.6%)	2年で倍
円相場 (1ドル=円)	95.89	102.27	▲6.38円 (▲6.7%)	超円高の是正
長期金利 (10年物国債利回り)	0.58	0.641	0.061 (10.5%)	現状若しくは下げる
株価 (日経平均株価)	1万2,635円69銭	1万4,694円83銭	2,059円14銭 (16.3%)	個人投資拡大
消費者物価 (前年同月比%)	▲0.5	1.6	2.1	2.00%
賃金 (前年同月比%)	▲1.9	2.18	4.08	賞与ではなくベース アップ実施
銀行貸出(前年同月 比%)	1.9	2.3	0.4	国内貸出拡大
設備投資 (前期比%)	▲0.9	1.6	2.5	国内で民間の増強
輸出 (前月比%)	2.8	1.8	▲1.0	円安・TPPで拡大
長期債務 (国、地方合算)	932兆円	977兆円	45兆円 (104.8%)	2020年プライマリーバ ランス黒字化
長期債務の GDP比(%)	196	201	5	

(表-4、アベノミクス導入後の検証 JAS マーケティング部)

1.3 業界動向と展望

家電業界全体では4月からの消費税引き上げの駆け込み需要もあり、一息ついたかに見えます。しかし好調な白物家電を除いて、最大課題のテレビ事業も赤字の縮小が視野に入ったとは言え、未だ黒字化への道筋は見えていません。地デジ化とエコ政策によりリーマンショック後の乗り切り策として有効かと思われましたが、同質化と陣取り合戦的な過当競争の中で、テレビの全事業者が赤字という異常な状況となり結果的に経営そのものを揺るがす事態となりました。また、アベノミク

ス導入以前の円高により、国内工場の海外移転が推進され、逆に円安ブレの中では為替差損の発生という従来考えられなかった状況も生まれています。

産業構造転換が叫ばれて久しいですが、テレビ地デジ化・大画面化特需が真の構造転換を遅れさせ、度重なる人員削減のみが先行する結果となりました。

今後の課題としては、企業としての事業ビジョンと戦略の明確化が重要と考えます。

さらには、国内に残すべき技術や生産とは何かを明確にするべき時期が来たといえます。このための事業再編と併せて企業再編が進むこともやむを得ない状況と思われれます。

なお、テレビ事業は新たなフォーマットとして、4K 及び 8K・22.2ch の実験放送がそれぞれ計画されています。従来型の価格競争ではなく、高質な映像表現と高音質により臨場感あふれる「新たな映像と高音質」の市場構築が望まれるところです。これは私たちが提唱してきた「音と映像の融合」がさらに進化するものであり、事業としても利益が見込める価値ある事業に育てるべきと考えます。

オーディオ業界も消費税引き上げの特需はありますが、長期低迷状況には変わりはありません。特にデジタル化、小型化、利便性の下に本質的な感性価値が損なわれてきたことは否めない事実です。長らくこの状況が続いてきましたが、ようやく新たな流れが出つつあります。特に東日本大震災以降、社会全体に言えることですが本質の追求など従来の価値観とは違う動きも現れています。オーディオ業界にも昨年来、新たな動きとして「ハイレゾリューション」なるものが提唱され、既に商品化が始まっています。

1982 年の CD 発売以来、幾つかのフォーマットや付随する技術が打ち出されましたが、何れも消費者に受け入れられる前に頓挫したか道半ばとなりました。その反省からすれば今次の「ハイレゾリューション」の動きは業界最後の転機と言っても過言ではありません。

このように業界としては大量生産・大量販売の代名詞的に位置づけられてきた電機業界は依然として厳しい構造転換の真只中ですが、見方によっては成熟した社会における避けて通ることができない課題と認識することも必要です。これは流通にも言えることであり、メーカー商品を単に価格訴求だけで大量に販売する事業モデルも限界が見えつつあります。今まさに成熟社会のビジネスモデルの在り方が問われているのであり、その範となる高付加価値ビジネスの研究が必須と考えます。

(表-5、国内オーディオ業界出荷統計・JAS マーケティング部)

特秘 国内オーディオ市場カテゴリ別出荷規模 (期間: 暦年、単位: 千台、千円、JEITA出荷統計+JAS調査+推計)										
カテゴリ別	2012年(1月~12月)				2013年(1月~12月)					
	台数	前年比	金額	前年比	台数	前年比	金額	前年比	単価(円)	備考
ラジオ受信機	1660	72.2%	6,186,820	70.6%	1540	92.8%	5,930,540	95.9%	3,851	価格アップ
ポータブルオーディオ	1060	118.0%	7,008,720	91.8%	1060	100.0%	6,850,780	97.7%	6,463	価格ダウン
ラジオ系	2720	85.1%	13,195,540	80.4%	2600	95.6%	12,781,320	96.9%		
ホームシアターセット	299		9,587,734	新規	323	108.0%	10,476,828	109.3%	32,436	価格微増
BDプレーヤー	507		8,094,752	新規	623	122.9%	9,650,270	119.2%	15,490	価格ダウン
ホームシアター小計	806		17,682,486		946	117.4%	20,127,098	113.8%	21,276	
ステレオセット	635		14,312,820	修正後	501	78.9%	12,005,463	83.9%	23,963	価格アップ
PCDプレーヤー	700	92.1%	3,327,800	修正後	600	85.7%	2,686,200	80.7%	4,477	価格ダウン
据置型CDプレーヤー	58	92.8%	4,358,161	修正後	49	84.5%	4,235,707	97.2%	86,443	高級化で価格アップ
CDプレーヤー小計	758	91.2%	7,685,961	修正後	649	85.6%	6,921,907	90.1%	10,665	今期ターニングポイント
ICレコーダ	1135	112.3%	5,761,260	102.4%	340	30.0%	1,282,820	22.3%	3,773	高機能化で大幅ダウン
PCMレコーダ	320	127.0%	6,052,160	113.0%	1230	384.4%	9,456,240	156.2%	7,688	高機能化で競合激化
レコーダ小計	1455	115.2%	11,813,420	107.6%	1570	107.9%	10,739,060	90.9%	6,840	競合激化で大幅ダウン
DAP	4900	82.3%	72,926,700	85.5%	3500	71.4%	61,722,500	84.6%	17,635	高性能化価格アップ
ポータブル機器小計	6355		84,740,120	88.0%	5070	79.8%	72,461,560	85.5%	14,292	
2CHアンプ	171	97.7%	9,501,950	85.8%	163	95.3%	10,613,745	111.7%	65,115	高級機にシフト
AVアンプ	95	62.1%	5,862,260	修正後	73	76.8%	3,805,198	64.9%	52,126	新製品待ちで大幅ダウン
アンプ小計	266	88.3%	15,364,210	修正後	236	88.7%	14,418,943	93.8%	61,097	
2chスピーカー	489	101.7%	16,619,024	99.9%	515	105.3%	19,952,645	120.1%	38,743	一部輸入含む
パワードスピーカー	290	39.5%	9,264,701	46.4%	385	132.8%	12,260,710	132.3%	31,846	ラック・ウーハー含む
PC等小型スピーカー	511	85.2%	3,005,688	85.7%	352	68.9%	2,807,200	93.4%	7,975	
スピーカー小計	1290	71.0%	28,889,413	72.0%	1252	97.1%	35,020,555	121.2%	27,972	
AVアクセサリ、その他			4,990,000	修正後			2,860,000	57.3%		ケーブル・他
ヘッドフォン等			28,141,000	修正後			26,432,700	93.9%		台数も5~8%ダウン
ネットワークプレーヤー	10		468,560	新規	50	500.0%	2,736,100	583.9%	54,722	各社出揃い市場拡大
LPアナログプレーヤー	20		2,067,700	修正後	17	85.0%	1,509,107	73.0%	88,771	一部堅調だが総数ダウン
その他ビュアコンボ			100,000	修正後			70,000	70.0%		
その他コンボ小計			2,636,260				4,315,207	163.7%		
ビュアコンボ小計			33,115,395	116.9%			39,117,304	118.1%		CD、アンプ、スピーカー、他
AVコンボ小計			23,221,713	96.6%			25,716,178	110.7%		AVアンプ、スピーカー、BDP
据置型コンボ小計			56,337,108	107.7%			64,833,482	115.1%		
オーディオ合計			217,637,810	99.1%			207,344,753	95.3%		

<カテゴリコメント>

- ・ CD プレーヤーはターニングポイントの年 (過去 4 年間金額比増であった)
- ・ IC レコーダーは殆ど P C M 対応機種
- ・ 2 ch アンプは高額化により金額では前年比増
- ・ AV アンプはバージョン変更期で大幅ダウン
- ・ スピーカーは前年比大幅アップ、特にパワードスピーカーが台頭
- ・ ヘッドホン台数、金額ともダウン、市場飽和状態で新しい提案が必要
- ・ ネットワークプレーヤーは参入企業も増え、大幅増大

<マーケティングコメント>

- ・ 消費税アップの特需は高額、輸入商品で顕著
- ・ 専業メーカーは堅調に事業拡大で推移している
- ・ 一部総合企業も新たな軸である「ハイレゾリューション」をキーに事業拡大を見据えている
- ・ 「ハイレゾリューション」成功の可否はソフト・ハードの強い連携と、確実な消費者プロモーションが絶対条件となる。

第二章 事業計画策定上の課題に対する考え方

2.1 消費税増税と会費の関係

今年度4月1日より消費税が3.0%引き上げられ8.0%になりました。本来はこれに伴い会費も見直しを行うべきですが、「中期事業計画大綱」の最終年であること、昨年これに従い見直しをしており今期は据え置くものとします。但し、次年度10%へ引き上げられることを念頭に検討に入ります。なお、会費は据え置きますが、その他一般取引に伴う増税分は法律通り施行します。

2.2 会費据え置きが財政に与える影響に対する考え方

特に一般会計に与える影響がありますが、「入るを量り、出を制する」考えで対応していきます。具体的に「入るを量る」では親和性のある異業種法人の調査と会員獲得、事業収入の精査と拡大の取り組み、賛助会員の正会員化に取り組みます。一方、「出を制する」では業務効率の向上の取り組みにより、直接支出を抑えることは当然として、事業の選択と集中により結果的に支出削減につながるよう取り組みます。

2.3 中期事業計画大綱の扱い

今期は「中期事業計画大綱」に基づく最終年ですが、前述の如く消費税増税など懸案であった政策が実行されたこともあり、考え方は踏襲しますが、実行については先行すべき緊急課題を優先的に推進させることとします。このために課題の明確化と事業目的を明確にした組織体制で乗り切ることとします。なお、「中期事業計画大綱」と前期の活動実績の検証は「事業報告」を参照願います。

2.4 テーマと組織体制強化について

日本オーディオ協会は、ビジョンを達成するために、理念と技術を基本に行動する組織でなくてはなりません。技術テーマの明確化と取り組み強化により、業界活性化につなげます。特に今期は協会あげてのテーマとして「ハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）」を掲げ、技術・プロモーションの両面から取り組む事とします。このため技術担当理事や諮問委員の増員を進めます。しかし、資本も人材も限られており現組織の見直しと共に、他団体との連携をするなど効率化も目指します。

(1) 理事会と運営会議及び各委員会の機能強化

理事会が総会に次ぐ決定機関であることは変わりませんが、機動性と責任制を強化するために三役会議の定例化をいたします。また、これを担保するために副会長の増員に取り組みます。さらに形骸化していた「プロフィット系事業」、「技術検討系事業」「情報発信・啓発系事業」の3つの政策推進カテゴリーを理事が関与する「組織横断的会議体」に衣替えし、政策立案機能の強化を図ると共に運営会議との連携強化を目指します。一方、これにより個別活動に陥りがちであった各委員会を有機的に連携できるよう委員会同士の活動の相乗効果を図ります。

(2) 新会議体の設置と構成、役割及び運営

各会議の構成員は理事（含む三役）及び登録された代行者とし、理事会・運営会議を熟知したメンバーにて構成します。また、専門委員会との整合性を取る必要から専門委員会委員長を兼ねることも可とします。役割は政策立案と進捗及び他会議との連携が主な役割となります。運営については理事会開催日及び随時とし、会議議長が招集するものとします。なお、構成メンバー互選により議長及び議長代行の設置を可とします。

「ハイレゾリューション推進等技術会議」

今期の最大テーマとして「ハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）」による国内オーディオ業界の活性化を目指します。①ネットワークオーディオ委員会、②ヘッドホン試聴環境改善委員会、③新音源等開発委員会、④デジタルホームシアター普及委員会の4専門委員会を掌握します。ハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）に関しては、定義の決定、用語の整理、音源の開発・発掘、プロモーションなど市場開拓と啓発を進めます。プロモーションについては「広報・プロモーション推進会議」と連携して進めます。従来からの「頭内定位問題」、「新音源等開発・発掘」、「ネットワークオーディオ」、「DHT ライセンス取得講座」等の政策立案と推進進捗を図ります。

「広報・プロモーション推進会議」

現状は各委員会の個別啓発事業展開となっています。少ない資本をより効果的にするには協会全体の広報、教育、催事、啓発事業になるように各会議や各委員会と有機的連携することにより機能化する必要があります。具体的には①展示会等実行委員会、②音のサロン委員会、③JASジャーナル編集委員会、④音の日委員会、⑤生録技術向上委員会の5専門委員会を掌握します。他会議の結果を把握すると共に、傘下各専門委員会を有機的に活用し、広報とプロモーションの向上に努めることとします。

注：ここでいう「プロモーション」とは軽易な販促の意味合いではなく、教育、啓発的意味を指しています。また、具体的事業展開はユーザー目線で展開していきます。

「財政・組織・IT 会議」

当会議には基本的に専門委員会は配置せず、理事及び指名諮問委員で構成し、検証作業を進めることとします。消費税増税の影響検証が第一目的となりますが、組織の継続性を担保するための役員

体制、役員選出方法など根幹的な課題についても検証するものとします。また、ホームページの抜本的改革なども財政裏づけを検証しながら進めるものとします。結果は適宜、三役会議及び理事会に報告することとします。

(3) 専門委員会の配置

新会議体は、政策立案と進捗並びに各専門委員会との有機的連携を目的に新設されますが、これに伴い従来の委員会を、目的とゴールを明確化した実行部門として、新たに「専門委員会」の名前で再スタートをします。新会議にて決定された政策を具体的施策案として纏め、且つ実行していきます。構成メンバーは、新会議構成員を含むプロフェッショナルメンバーにて構成します。これにより業務執行のスピードアップを図ります。

第三章 具体的事業計画

3.1 ハイレゾリューション推進等技術会議

会議の目的は国内オーディオ市場の活性化が究極の目的ですが、特に台頭しつつある「ハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）」を市場活性化の最大公約数的位置づけと捉え、徹底的にフォーカスしていきます。このために、①定義の明確化、②用語の整理、③プロモーション計画の立案と推進の3つに絞って進めます。当然 JEITA やレコード協会等ハード、ソフト関係団体と密接な連絡を持ちながら祖語なきように進めます。また協会自ら保有している測定用ソフトの見直しや新音源の開発・発掘も推進します。プロモーション推進に際しても国内オーディオ市場活性化の千歳一遇のチャンスと位置づけ、ロゴ、マークなど消費者認知向上が効果的になるよう環境整備に努めます。

これらに対応するために既存組織でフォローできない場合は WG の設置など機動的に推進します。また、既設委員会もハイレゾリューションに対応する委員会として位置付けながら継続課題の取り組み推進を行います。

< 専門委員会 >

(1) ネットワークオーディオ委員会

ハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）が、配信に軸足を持っていること、JEITA との協業もあることから位置づけを WG から委員会に上げて、ハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）の試聴環境と用語の整理を中心に推進します。また“音展”においては音展実行委員会と協業してユーザープロモーションを企画・推進します。

(2) ヘッドホン試聴環境改善委員会

従来の「頭内定位問題」の解明と改善に加え、ハイレゾリューションとマルチ時代に相応しい試聴環境整備のための学術的解明と改善に向けた活動を外部機関と共同で推進します。各企業から提起される技術についても活用のための検証に取り組みます。

成果や結果は「広報・プロモーション推進会議」を通して情報発信していきます。

(3) 新音源等開発委員会

ハイレゾリューション・オーディオ(サウンド)は配信だけではありません。2年間取り組んだ「ブルーレイディスク・オーディオ」もようやく離陸の緒についての状況であり、さらにハード・ソフトともに拍車をかける必要があります。今期からはハイレゾリューションの定義に従いソフトの開発・発掘並びにそのプロモーションをHPや各試聴会の活用等「広報・プロモーション会議」を通して推進します。一方、4K、8Kテレビに相応しい音声信号の在り方についても進捗フォローを行っていきます。また、協会保有のテスト音源についてもハイレゾリューションに相応しいか見直しを検討します。

(4) デジタルホームシアター普及委員会

これまで「デジタルホームシアター取扱い技術」ライセンス取得者は122名となりました。しかし、市場における取得者のプレゼンスが上がりず次の受講生を確保することが厳しくなっていることは否めない事実です。一方で“音展”における「ホームシアター」に対する期待要求は常に大きく市場とのギャップを認識せざるを得ません。

今期からハードルを下げ、受講生を軸に専門店とのタイアップによる「オーディオ・ルームチューニング講座」に主軸を置いた活動に切り替えていきます。これにより受講生並びに専門店のプレゼンスを上げると共に「チューニングソフト」の実験販売を開始します。なお、「ライセンス講座」は粛々と進めると共に、他業界との共催を模索していきます。

3.2 広報・プロモーション推進会議

日本オーディオ協会は、技術探求とともに普及啓発を基本に、理念とビジョン達成に向け活動する組織です。このため広報とプロモーションは基幹事業と言えます。

しかし、これまで各委員会は縦割りの個別活動になっており、協会として統合された効果的な「広報・プロモーション」とは言えませんでした。今期より組織横断的な会議体として広報・プロモーションに関わる各委員会が有機的な活動ができるように政策提案と進捗を図ります。

< 専門委員会 >

(1) 展示会等実行委員会

日本オーディオ協会最大の「広報・啓発プロモーション事業」として総力を結集して開催していきます。特に今期は「ハイレゾリューション・オーディオ(サウンド)」をメインテーマとして基調講演、セミナー、試聴会、即売会、コンサートなど各委員会活動を集約して発表する場として展開します。各関係団体とも連携したコラボレーションにより一層密度の濃い“音展”としていきます。会場は昨年同様「お台場・TIME 24 ビル」を増床して臨みます。：詳細は「実行企画書」をご参照願います。

(2) 音のサロン委員会

專業部会発足から既に 5 年となり、音のサロン活動も 4 年が過ぎました。この間着実に実績を上げ今や協会プロモーションの主力事業に育ちました。今期からハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）での取り組みに際し、従来の專業企業中心から完全にオープン化し、活動の位置づけ向上とファン層の拡大を目指します。活動の中心は試聴会とセミナーの二本立てとし、試聴会については“音展”及び外部関係機関との連携で定期開催を目指します。日比谷図書館での試聴会は定着化しましたが、エリア拡大のために別会場の開催と「オーディオフェア In 名古屋」でのコラボレーションも検討します。セミナーについては「PC オーディオ講座」を改め「ハイレゾオーディオ講座」として開催していきます。

(3) JAS ジャーナル編集委員会

伝統ある会員向け技術機関誌として 6 回／年の発行をしています。編集方針は編集委員会が主管して進めていますが記事ネタのキャッチアップや収集に苦慮しているのが現実です。ホームページの充実などネット広報が主力になりつつある今、会員向けサービスを目的とした機関紙とするか、協会唯一の技術広報誌としての位置づけにするかなど、早急に見直しを進め、さらに期待される JAS ジャーナルを目指します。

(4) 音の日委員会

平成 6 年「音の日」創設以来、平成 8 年からは 12 月 6 日の「音の日」に因んだ「音の匠」顕彰が主たる行事になっていますが、「音の匠」の在り方と選考基準などを見直す必要があり、上期中に一定の答えが出るよう取り組みます。特に本来の「音の日」による「オーディオ文化」の認知向上が主要目的であったことから、共同開催となっている「プロ録音賞実行委員会」においても開催の位置付けを含め見直し協議を始めることとします。

(5) 生録技術向上委員会

“音展”内催事と本格生録会を基本にこれまで 6 年間にわたり 9 回の生録音会を開催してきました。この間、携帯型デジタル録音機市場は 75 万台から 150 万台まで成長し、大きな成果を上げました。録音実態を踏まえた録音技術向上に向けたハイレゾリューション音源作りの研究と録音セミナー等啓発を推進していきます。なお可能な限り「生録音会」も並行して取り組むこととします。

3.3 組織・財政・IT 会議

今期、消費税増税対応は見送るものの、増税後 8.0%の影響検証と来期 10%へのシミュレーションが急務となります。このため会費と一般会計の収支バランスを検証すると共に、消費税 10%時の個人会費を含む会費基準の見直しを始めます。一方、事業と組織の在り方についてもさらなる改革が要求されるものと考え、思い切った統廃合も視野に仮説検証を進めます。一方で一般社団法人に移行したメリットを活かし、新たな収入源の可能性も探ります。少ない内部留保しかありませんが多少とも有利な運用方法も検討していきます。協会が保有するホームページも増改築を重ねてきており、投資費用対効果を見極めて改革を検討します。特に国内流通（専門店）の認知向上に向けた「専

「門店紹介サイト」や「会員サービス窓口」等の検討をします。

一方、一定の役割を終えた他団体との関係なども見直すこととします。

なお、この会議体は財務、税務など特異な課題に対応する必要から専門委員会は設置せず、理事・諮問委員、外部専門職の登用で直接対応することとします。

3.4 その他事項

(1) 理事会の強化

事業を有機的スムーズに進めるため、出席率の向上を図ります。このため、日程と議題の事前徹底、持ち回り理事会の活用など工夫を図ります。なおハイレゾリューション・オーディオ（サウンド）の普及を不退転で進めるために定員数の理事登用と副会長職の増員を図ります。

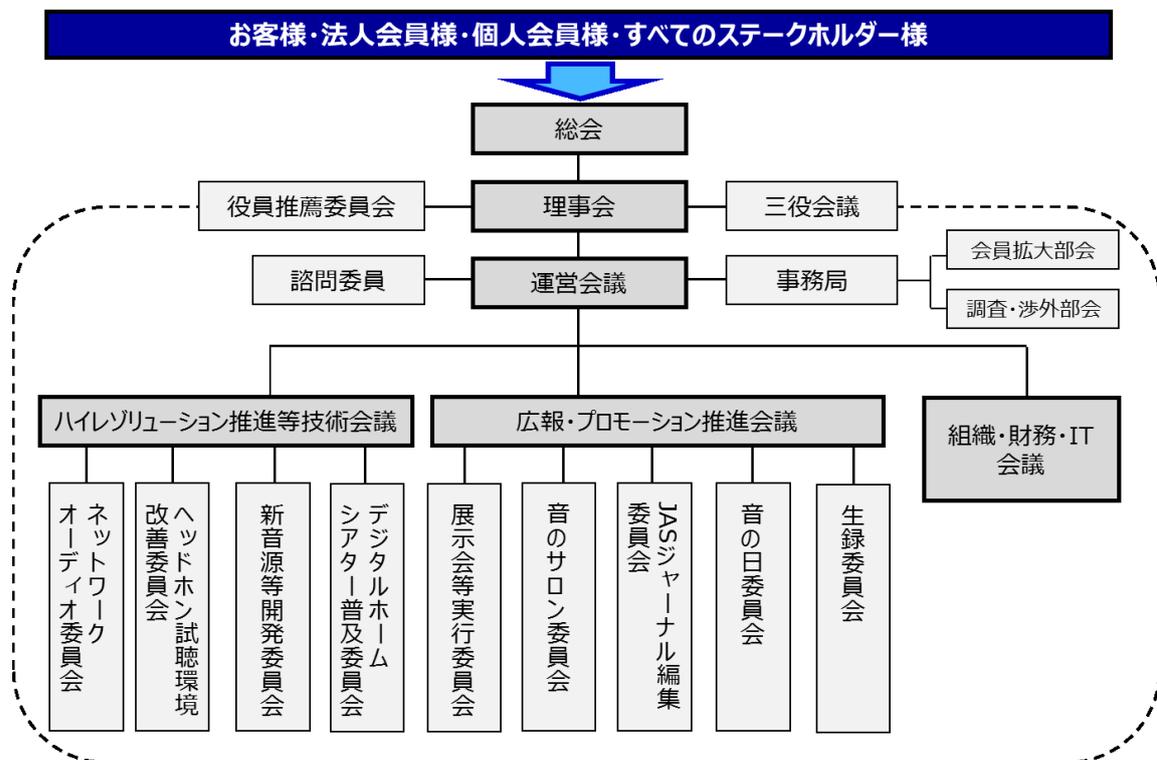
(2) 諮問委員の強化

理事退任者の登用を図り諮問委員の増員、若しくは交代を図ります。特に外部関係機関からも諮問委員の登用を検討します。

(3) 事務局体制の強化

人員は維持しますが高齢化が進んでおり、若返り化が必要となっています。期中においても随時検討していきます。また戦力不足の基本は多能工化と考えますが、アウトソーシングとの組み合わせも推進します。

3.5 平成 26 年度 日本オーディオ協会組織図



以上

平成26年度 収支予算書

(平成26年4月1日～平成27年3月31日)

収入の部

	平成25年度収入実績				平成26年度収入予算				差 額			
	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)	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)	39,330	39,330			38,597	38,597			-733	-733		
2. 事業収入	28,916	1,335	708	26,873	31,040	1,205	1,435	28,400	+2,124	-130	+727	+1,527
普及・啓発 (2)	868	868			850	850			-18	-18		
評価用音源	467	467			355	355			-112	-112		
人材の育成 (3)	708		708		1,435		1,435		+727		+727	
展示会(音展)	26,873			26,873	28,400			28,400	+1,527			+1,527
3. その他収入 (4)	901	901			900	900			-1	-1		
4. 雑収入 (5)	2,630	2,630							-2,630	-2,630		
5. 敷金戻り収入 (6)	3,000	3,000							-3,000	-3,000		
6. 当期収入計(1～5)	74,777	47,196	708	26,873	70,537	40,702	1,435	28,400	-4,240	-6,494	+727	+1,527

(注記) (1) 法人会員 正:22社、7団体、賛助21社、個人会員 一般:229名、シニア:111名、学生:2名、会友:43名 合計385名 (平成26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)・フェスタ過年度売掛債権回収額・チェンパロ等生録収入

(5) 築地事務所立ち退き料収入

(6) 築地事務所立ち退き敷金戻り収入

支出の部

	平成25年度支出実績				平成26年度支出予算				差 額			
	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)	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	34,776	7,444	968	26,364	36,637	6,965	1,332	28,340	+1,861	-479	+364	+1,976
調査・研究												
普及・啓発 (1)	3,415	3,415			4,000	4,000			+585	+585		
基準の作成(音源)(2)	185	185			215	215			+30	+30		
情報の収集・提供(3)	2,944	2,944			1,850	1,850			-1,094	-1,094		
展示会の開催 (4)	26,364			26,364	28,340			28,340	+1,976			+1,976
人材の育成 (5)	968		968		1,332		1,332		+364		+364	
対外交流 (6)	900	900			900	900			+0	+0		
2. 管理費 (7)	3,060	3,060			1,700	1,700			-1,360	-1,360		
3. 事業管理費 (8)	30,217	30,217			31,885	31,885			+1,668	+1,668		+0
4. 敷金支出 (9)	1,750	1,750							-1,750	-1,750		
5. 造作支出 (10)	2,625	2,625							-2,625	-2,625		+0
6. 当期支出計(1～5)	72,428	45,096	968	26,364	70,222	40,550	1,332	28,340	-2,206	-4,546	+364	+1,976

収支バランス

7. 当期収支差額	+2,349	+2,100	-260	+509	+315	+152	+103	+60	-2,034	-1,948	+363	-449
8. 前期繰越収支差額	+4,494	+25,080	-2,595	-17,991	+6,843	+27,180	-2,855	-17,482				
9. 次期繰越収支差額	+6,843	+27,180	-2,855	-17,482	+7,158	+27,332	-2,752	-17,422				

(注記) (1) 音の日行事、音のサロン、DHT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) 一般会計事業に伴う固定的経費・人件費

(9) 新事務所入居に係る敷金

(10) 新事務所間仕切工事(事務所移転に係る支出)