

平成 27 年度

**事業計画書
収支予算書**

自 平成 27 年 4 月 1 日
至 平成 28 年 3 月 31 日

一般社団法人日本オーディオ協会

平成 27 年度事業計画書

(平成 27 年 4 月 1 日～平成 28 年 3 月 31 日まで)

はじめに

日本オーディオ協会は、昨年 6 月 12 日に次世代の新しいオーディオとして「ハイレゾ・オーディオ」を“日本発・世界初”で世界に先駆け発表しました。そして 10 月には「オーディオ・ホームシアター展 2014」にて「ハイレゾ・オーディオ」とは何かを徹底的に提案しました。さらに、12 月 18 日には米国 CEA との「ハイレゾ・オーディオ」におけるパートナー契約を締結し、日米同時発表を行いました。これは日米という音楽・オーディオ先進国において日本発案の定義と共通ロゴを共有化するものであり、スタンダードになったことを意味します。まさに昭和 57 年 10 月の“CD 発売”以来 32 年振りとなる“日本発・世界初”です。結果的に長期低落に陥っている国内オーディオ市場ですが新たな市場創造の芽が見えてきたものと考えます。

昨年 4 月の消費税増税後は、特に高級大型オーディオ商品の落ち込みが激しい中、ハイレゾ・オーディオ対象商品は活発な動きを見せており、次世代オーディオの登場により本格化するものと考えられます。しかし、現状はその緒に就いたにすぎず、今後の私たちの対応如何では“日本発・世界初”による国内オーディオ市場活性化策も画餅に終わりがねないと強く認識する必要があります。

今期計画の策定に際し、私たち自身が起こした「ハイレゾ・オーディオ」という次世代オーディオへの転換の波を千歳一遇のラストチャンスと捉え、今期を“提唱から行動へ”と舵を切る期と位置付けます。

オーディオそのものは趣味性が高いことは否めない事実です。それにより日本オーディオ協会自体も啓発団体組織の位置づけが濃い活動であったことも周知の事実です。しかし、「ハイレゾ・オーディオ」の提案以来、従来の私達とは異なる業界からの新規会員加入が増えており、趣味の啓発活動だけではなく、産業政策が要求されることになりました。小さくとも産業育成につながる事業計画が必要とされています。

事業計画としては産業政策に加え、私たちが本来追及している“オーディオ文化”構築に向けた“産業政策からオーディオ文化への昇華”を目指す事業計画とします。特にハイレゾ・オーディオ導入に伴う新規入会会員が活躍できる事業計画と場づくりを進めます。これに則り、「専業企業も総合企業も」、「中小企業も大企業も」、「法人会員も個人会員も」、「マニアもビギナーも」の掛け声の基、結束して今期に臨む考えです。

第一章 私達を取り巻く情勢

1 海外の政治と経済動向

世界の政治と経済は密接な関係にあります。特に情報が世界規模で瞬時に共有される今日においては当たり前のことと言えます。世界の政治状況は米国とキューバの和解とのプラス情報もありますが、中国の急激な台頭膨張による南アジア地域の懸念拡大、中東を中心としたイスラム主義による不安定化、ウクライナ問題に端を発するロシアと日米欧の摩擦増大、ギリシャ経済破綻懸念による EU の金融不安定化等、多くの懸念と不安定要因を抱えています。これらのことが今一つ世界経済の健全な成長性を拒む要因と言えます。唯一、米国の成長と中国、アジア地域の成長に世界が頼る構造となっていますが、中国政府の安定成長への軌道修正、米国の一部業種に頼った消費性向など課題も有り、慎重な見方が必要と言えます。

世界経済見通し 平成 27 年～28 年

年	27 年			28 年		
	IMF	世界銀行	OECD	IMF	世界銀行	OECD
世界全体	3.5%	3.0%		3.8%	3.3%	
米国	3.1%	3.2%	3.1%	3.1%	3.0%	
日本	1.0%	1.2%	1.0%	1.2%	1.6%	1.4%
ユーロ	1.5%	1.1%	1.4%	1.6%	1.6%	
新興国	4.3%	6.7%		4.7%	6.7%	
中国	6.8%	7.1%	7.0%	6.3%	7.0%	6.9%

表 1：(アセットアライブ株式会社投資資料より、JAS 精査の上使用)

【IMF】

平成 27 年 4 月 14 日、米国を 3.6%から 3.1%に下方修正。安定した雇用回復やガソリン安にかかわらず、実質賃金がふるわず想定ほど消費が伸びなかった。また、原油安でエネルギー関連投資が減る見通し。原油安や金融緩和を追い風に、日本は 0.6%から 1%、ユーロ圏は 1.2%から 1.5%に上方修正した。

米国利上げでは、一部の新興国や企業がドルの調達難に陥る恐れがあると指摘した。

【世界銀行】

平成 27 年 1 月 13 日、今年の世界の実質 GDP 成長率を 3.4% から 3% に下方修正した。日本や欧州、ロシア、南米などの成長がふるわないことなどが影響する。平成 27～28 年は原油安が中国、インドなど石油輸入国の景気に追い風になる一方、国際商品市況や世界貿易の回復は緩やかになるとしている。ユーロ圏はギリシャの政情不安の再燃に加え、低インフレが続く恐れがあると分析。日本は安倍政権が掲げる労働市場などの経済構造改革が成長を押し上げるとしている。

【OECD】

平成 27 年 3 月 18 日、日本を 0.8% から 1% に上方修正。原油安と政府による財政刺激策、日銀の金融緩和が成長を押し上げる。米国は 3.1% に据え置き。ユーロ圏は 1.1% から 1.4% に情報修正。ECB の金融緩和と原油安による追い風、対ドルでのユーロ安が輸出を増やす。中国は 7.1% から 7% に下方修正。

2 国内の政治と経済動向

日本経済のベースとなる国内政治は、統一地方選挙も終わり結果的には自民党一強による安定政治状況と言えますが、その政治スタンスによる不安懸念が、国内はもとより周辺国を中心に起きており、このことが国内経済に影響を及ぼすことも念頭に入れる必要があります。国会議案についても戦後 70 年を機に、安全保障問題などで日本のスタンスを大きく変える動きと共に、これまで長年運営されてきた労働法等の改正も予定されています。平成 28 年 7 月には通常参議院選挙も予定されており、与野党対立が険しくなる可能性があります。

経済動向は、各種経済指標にもみられるように、全体的には昨年の消費税増税影響も薄れつつあり、円安効果と原油安から製造業、輸出業等で業績伸長が覗われます。

しかし、地方や中小企業ではそれらの恩恵を受ける事も出来ず、楽観視できない状況が続いています。

さらに特に消費動向に大きく影響を及ぼす賃金の引き上げは政府主導と言われつつ、名目 2.0% 程度を確保したものの実質賃金は残念ながら依然マイナスの状況は変わっていません。

このような状況の下に「地方創生と中小企業強化」の掛け声の下、アベノミクスの第三の矢に期待がかかっていますが、日銀の異次元緩和効果も薄れ、逆にそのマイナス面も現れつつあります。公共投資に頼った経済活性化策も財政健全化に対する国際信任が崩れる懸念を無視できない状況と言えます。

全体的には個人消費性向や失業率など、表面的な指標は改善されていますが、業種、属性や、年代、地域など、詳細分析をすると格差が拡大している部分もあり要注意と言えます。

我が国主要経済指標の予測値(2015年5月7日) (株)日本総合研究所 日本経済展望2015年5月度より														
	2014年	2015年				2016年				2017年	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
	10~12 (実績)	1~3	4~6	7~8	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	(実績)	(予測)		
実質GDP	1.5	2.5	2.1	2.1	1.8	1.7	1.3	1.2	1.2	1.8	2.1	▲0.9	1.7	1.5
個人消費	2.0	1.8	1.4	1.3	1.3	1.2	0.8	0.8	1.3	3.4	2.5	▲2.9	1.5	1.2
住宅投資	▲4.6	3.8	3.7	4.2	4.0	3.9	2.0	2.3	4.2	4.6	9.3	▲12.0	0.8	3.2
設備投資	▲0.3	3.9	3.9	4.4	4.5	4.6	2.3	2.7	3.0	3.3	4.0	▲0.2	3.3	3.3
在庫投資 (寄与度)	▲0.7	0.4	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	▲0.3	▲0.7	▲0.5	0.4	▲0.2	▲0.0
政府消費	1.2	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.6	0.5	0.6	1.6	0.5	0.5	0.5
公共投資	3.3	▲1.9	1.5	1.3	▲0.8	0.0	0.0	▲0.5	▲0.1	▲1.2	10.3	2.8	0.9	▲0.3
純輸出 (寄与度)	0.9	▲0.3	▲0.2	▲0.1	0.0	▲0.1	▲0.1	▲0.1	▲0.1	▲0.4	▲0.5	0.5	0.0	▲0.1
輸出	11.5	4.4	4.4	4.5	4.7	4.7	4.5	4.2	4.2	4.2	4.7	7.2	5.4	4.4
輸入	5.3	4.8	4.4	4.4	4.0	4.4	4.3	4.1	4.0	5.1	6.7	3.1	4.5	4.3
名目GDP	1.6	1.1	1.2	2.8	2.3	2.3	2.1	2.1	1.8	2.0	1.8	1.3	2.1	2.0
GDPデフレーター	2.4	2.4	0.3	0.7	0.4	0.3	0.4	0.5	0.5	0.6	▲0.3	2.2	0.4	0.5
消費者物価(除生鮮)	2.7	2.1	0.1	0.3	0.6	1.0	1.3	1.2	1.3	1.4	0.8	2.8	0.5	1.3
消費者物価(除生鮮、消費税)	0.7	0.1	0.1	0.3	0.6	1.0	1.3	1.2	1.3	1.4	0.8	0.8	0.5	1.3
鉱工業生産	▲1.4	▲1.9	1.8	3.4	3.2	1.9	1.3	1.1	1.2	1.2	3.3	▲0.4	2.5	1.2
完全失業率 (%)	3.5	3.5	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.9	3.5	3.4	3.4
経常収支 (兆円)	1.51	3.53	1.70	3.07	1.56	3.92	1.91	3.06	1.60	4.31	1.47	7.04	10.25	10.89
経常収支対名目GDP比 (%)	1.2	2.9	1.4	2.5	1.2	3.1	1.5	2.5	1.2	3.4	0.3	1.4	2.1	2.1
円ドル相場 (円/\$)	114.0	119.0	119.0	120.0	121.0	122.0	122.0	122.0	122.0	122.0	100.0	110.0	121.0	122.0
原油輸入価格 (\$/バレル)	89.0	56.0	60.0	65.0	67.0	69	69	70	70	71	110.0	91.0	65.0	70

表 2：株式会社日本総合研究所公表の「日本経済展望 5 月度」より掲載

(注 1) 平成 29 年 4 月に消費税率引き上げ (8%→10%) が実施されると想定

(注 2) 平成 27 年 5 月 1 に日本総研自身公表の平成 27 年 1~3 月期 1 次 QE 予測は反映されていない。

3 業界動向と展望

電機業界はようやく円安と産業構造転換の効果が出つつありますが、かなり斑模様感があります。日立、三菱など総合電機においては社会インフラ設備等へのシフトと海外強化が大きく寄与しています。パナソニック、ソニーなど家電系では赤字事業の縮小、撤退など内部利益構造の見直しと、量から質への産業構造転換へと舵を切り赤字体質からの脱却を図っています。また、指標には出ていませんがスマホ、及びカーエレクトロニクスへのカメラ、センサー、デバイスなどの部品事業は堅調に伸ばしています。

一方、シャープはパネル事業の構造転換が遅れ、依然として大幅な赤字からの脱却ができず周回遅れの感が否めません。またオーディオ企業は、構造転換から一早く抜け出したヤマハを除き、中堅企業は軒並み厳しい状態が続いています。特筆すべきはローテックですが、スピーカーに事業を特化しているフォスター電機は堅調に伸ばして独自性ある経営が光っています。オーディオ専門企業は、消費税率アップという富裕層マニアの買い替え特需により久しぶりに潤いましたが、その後の反動が高額品では尾を引いています。

電機業界、オーディオ業界共に言えることは、従来型の“安くて・良いもの”を作れば

売れる時代は当の昔に終わり、“独自性”、技術革新、海外強化が欠かせないことです。しかし、生産現場が無くなった今、モノづくりの基本である現場からの独自性追求力、技術革新力が弱まっていること、逆にアジアの技術力が格段に向上していることから極めて厳しい状況と言わざるを得ません。今一度、自社のコアコンピタンス、ドメイン見直しによるポジションの明確化、他社が真似をすることができない徹底した“独自性の追求”が重要と言えます。因みに日本オーディオ協会が提唱している「ハイレゾ・オーディオ」もこのような視点に立った産業構造転換を目指すものです。

電機大手の平成 27 年 3 月期連結決算 (単位:億円) JAS マーケティング調査			
企業名	売上高	営業損益	最終損益
日立製作所	9兆 7619 (2.1)	6004 (11.6)	2413 (▲8.9)
ソニー	8兆 2158 (5.8)	685 (2.6 倍)	▲1259 (－)
パナソニック	7兆 7150 (▲0.3)	3819 (25.2)	1794 (49.0)
富士通	4兆 7532 (▲0.2)	1786 (21.3)	1400 (23.7)
三菱電機	4兆 3230 (6.6)	3176 (35.1)	2346 (52.7)
NEC	2兆 9359 (▲3.5)	1280 (20.6)	573 (69.8)
シャープ	2兆 7862 (▲4.8)	▲480 (－)	▲2223 (－)
パイオニア	5017 (0.7)	78 (▲30.4)	146 (28 倍)
ヤマハ	4322 (5.3)	301 (15.9)	249 (8.9)
JVCケンウッド	2850 (▲9.9)	66 (48.6)	▲66 (－)
フォスター	1891 (12.8)	97 (61.9)	49 (2 倍)
オンキヨー	356 (▲1.4)	▲26 (－)	▲41 (－)
ティアック	203 (▲9.4)	▲3 (－)	▲18 (－)

表 3：電機業界主要企業の業績一覧（平成 27 年 3 月期決算発表より・JAS 調査）

特秘 国内オーディオ市場カテゴリー別出荷規模 (期間: 暦年、単位: 千台、千円、JEITA出荷統計+JAS調査+推計)										
カテゴリー別	2013年(1月~12月)				2014年(1月~12月)				単価(円)	備考
	台数	前年比	金額	前年比	台数	前年比	金額	前年比		
ラジオ受信機	1540	92.8%	5,930,540	95.9%	1555	100.9%	6,089,380	102.6%	3,916	単価微増
ポータブルオーディオ	1060	100.0%	6,850,780	100.0%	1125	106.1%	7,035,750	102.7%	6,254	単価微減
ラジオ系	2600	95.6%	12,781,320	95.6%	2680	103.1%	13,125,130	102.7%		
ホームシアターセット	323	108.0%	10,476,828	109.3%	308.3	95.4%	9,958,090	95.0%	32,300	単価微減
BDプレーヤー	623	122.9%	9,650,270	119.2%	695	111.6%	11,605,110	120.3%	16,698	JEITA外を推計し修正
ホームシアター小計	946	117.4%	20,127,098	113.8%	1003.3	106.1%	21,563,200	107.2%		
ステレオセット	501	78.9%	12,005,463	83.9%	480	95.8%	11,308,320	94.2%	23,559	
PCDプレーヤー	600	85.7%	2,686,200	80.7%	605	100.8%	2,480,500	92.3%	4,100	
据置型CDプレーヤー	49	84.5%	4,235,707	97.2%	55	116.3%	4,655,200	109.9%	84,640	
CDプレーヤー小計	649	85.6%	6,921,907	90.1%	660	101.7%	7,135,700	103.1%		
ICレコーダ	340	30.0%	1,282,820	22.3%	—	—	—	—		リニアPCM市場に集約化
PCMレコーダ	1230	384.4%	9,456,240	156.2%	—	—	—	—		
レコーダ小計	1570	107.9%	10,739,060	90.9%	1719	109.5%	12,187,710	113.5%	7,090	単価はアップ
DAP	3500	71.4%	61,722,500	84.6%	4269	122.0%	76,777,965	124.4%	17,985	今年はアップル他含推計
ポータブル機器小計	5070	79.8%	72,461,560	85.5%	5988	118.1%	88,965,675	122.8%		
2CHアンプ	163	95.3%	10,613,745	111.7%	152	93.4%	9,053,169	85.3%	59,493	今期修正のため参考
AVアンプ	73	76.8%	3,805,198	64.9%	59.1	81.0%	4,027,211	105.8%	68,152	
アンプ小計	236	88.7%	14,418,943	93.8%	211.1	89.4%	13,080,380	90.7%		
2chスピーカー	515	105.3%	19,952,645	120.1%	635	123.3%	22,899,370	114.8%	36,062	輸入ブランド比拡大
パワードスピーカー	385	132.8%	12,260,710	132.3%	445	115.6%	14,113,175	115.1%	31,715	
PC等小型スピーカー	352	68.9%	2,807,200	93.4%	935	256.6%	7,062,990	251.6%	7,554	大幅増加
その他スピーカー	—	—	—	—	43	—	1,673,345	—	38,915	ラック、サブウーハー等
スピーカー小計	1252	97.1%	35,020,555	121.2%	2058	164.4%	45,748,880	130.6%		
AVアクセサリ、その他	—	—	2,860,000	57.3%	—	—	2,193,550	76.7%		
ヘッドフォン等	—	—	26,432,700	93.9%	—	—	31,571,444	110.4%		新規会員等追加
ネットワークプレーヤー	50	500.0%	2,736,100	583.9%	11	22.0%	2,460,209	86.7%		高額輸入機種増大
LPアナログプレーヤー	17	85.0%	1,509,107	73.0%	19	111.8%	1,409,705	93.4%		参入増単価減
その他ビュアコンポ	—	—	70,000	70.0%	—	—	36,000	51.4%		
その他コンポ小計	—	—	4,315,207	163.7%	—	—	3,905,914	90.5%		
ビュアコンポ小計	—	—	39,117,304	118.1%	—	—	40,527,887	103.6%		CD、アンプ、スピーカー、他
AVコンポ小計	—	—	25,716,178	110.7%	—	—	17,300,940	67.3%		AVアンプ、スピーカー、BDP
据置型コンポ小計	—	—	64,833,482	115.1%	—	—	57,828,827	89.2%		
オーディオ合計			207,344,753	95.3%			238,598,193	115.1%		

<カテゴリーコメント>
 ・CDプレーヤーはJAS推計
 ・ICレコーダーは多くはPCM対応なので統合化
 ・DAPはアップルのシェアを推計し、初めて組み込んだ
 ・2CHアンプは3月駆け込み後の反動が出た
 ・AVアンプは台数は小さいが輸入高額品を推計して入れた
 ・スピーカーは全体的に大幅アップしている。特にパワードタイプとオンデスクタイプが伸長している
 ・ネットワークプレーヤーはホームユースメインのため高額品への移行と普及品はDAC、ハイレゾマホ等の代替の可能性あり
<マーケティングコメント>
 ・消費税増税前の駆け込み需要が特に高額品で大きかった。結果夏まではその反動が大きかった
 ・顧客管理を徹底している販売店と、価格訴求のみの販売店では大きく差が出ている
 ・一方でネット訴求効果が大きく、大手流通間ではネットによる価格競争が激化している
 ・大手流通ではネットによる価格ダウン問題をメーカー側に押し付けようとの動きがある

表4: 国内オーディオ市場出荷統計 (JEITA+JAS マーケティング推計)

第二章 事業計画策定上の課題に対する考え方

1 消費税問題検証

昨年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。前期は「中期事業計画大綱」の最終年であったこと、前々期これに従い会費の見直しをしており前期は見直しせず据え置くこととしました。但し、次回増税計画が平成29年4月1日からと決定されており、衆知据え置き期間を考えると今期中に、10.0%への引き上げ影響と、前期引き上げ結果の検証を行います。

2 会員区分の見直し

現在会員区分は、法人・個人も正会員及び賛助会員となっています。設定された当初の目的と現状がそぐわなくなっていることも事実であり、見直しが必要となっています。また、法人における現賛助会員の責任と義務について、法人正会員とのギャップが大きくその整合性について見直す必要があります。

3 会費区分の見直し

消費税問題の検討と共に、現状会費区分が粗過ぎることと、現実運用上の公正性と一部会員企業への過大負担の問題が発生しており、見直しが必要になっています。また、異業種新規加入者の増大に伴い、現状区分の適性性の検証が必要になっています。

4 将来にわたる組織体制維持の在り方の検討

現状は過去からの継承認識と俗人的要素により、体制維持がされています。しかし将来にわたり協会の継続的發展を考えたとき、あまりにも無責任であると言えます。特に、異業種新規会員が増えていることも考慮に、公正性と責任性、及び的確性の三方面から仕組みの構築が必要と考えます。

5 新中期事業計画について

前期にて「中期事業計画」年度は終了しました。結果の検証が必要と考えます。今期事業計画策定に際し、検証概要は「今期事業計画策定上の課題」として提起していません。細目は、各事業計画項目に落とし込み、継続する事項と一旦停止若しくは中止する事項に整理して事業計画としました。なお「新中期事業計画」の策定は、「ハイレゾ・オーディオ」導入により極めて流動的事項が大きいため今期は着手しないこととします。

6 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。特に今期からは事業計画を「産業政策」として実行あるものにする必要があります。技術テーマの明確化とそれを活動組織に落とし込むことにより「産業政策」として業界活性化につなげます。一方で「ハイレゾ・オーディオ」提案をしたからこそ本質課題である「良い音とは何か」が浮かび上がったことも事実です。

これこそ、協会が本来追及してきた本質であり、産業政策で終わることなく「産業政策をオーディオ文化に昇華」させる組織として大いに期待したいと考えます。

以上を具体化するために新しい試みとして「意思決定のスピード化」と「実務的成果」であるアウトプットの両面を狙い、「総合技術会議・ハイレゾ・ステアリング・コミッティー」、「マーケティング会議」、「組織・財政会議・HP改善WG」は理事若しくは登録された代行者及び諮問委員で構成し、理事会を待つまでもなく意思決定が出来る組織としました。一方、各委員会は全て理事会（運営会議）に直結させ責任理事の指導の下に自立活動できる組織としました。

第三章 具体的事業計画

1 総合技術会議（改廃）

今期事業計画の立案、実行に伴い発生する高度な技術的課題について調査し、政策的見地も含め審議します。特に「ハイレゾ・オーディオ」導入に伴う異業種参入により起こりうる技術的課題について調査・審議を行い協会・業界としての方向性を出します。

さらに近い将来予見される技術的課題について調査・審議を行い、協会・業界の方向性を検討します。ここでは特に技術が持つ機能利便価値と、質的向上及び感性価値のバランス化に注意をして進めるものとします。このため理事OB、学者、諮問委員等協会の総力結集が必要となってきます。また、会員企業の第一線技術者の参加も視野に入れます。さらに、行政、関係諸団体、大学、放送関係等との連動が重要と考えます。特に新規会員及びハイレゾ導入に伴い、カンファレンス、シンポジウム等の企画開催も関連団体との連携を含め検討していきます。

2 ハイレゾ・ステアリング・コミッティー（継続）

前期より稼働している実動組織ですが、技術的審査力、政治的政策力も要求されています。さらに審議案件が増大しており、審議スピードも要求されていることから、ネットワーク・オーディオ委員会のハイレゾ定義WG、ハイレゾ技術WGとの連携と分担をして成果創出を目指します。

3 マーケティング会議（改廃）

「ハイレゾ・オーディオ」導入に伴い、認知拡大、的確な情報発信、適切なマスコミ対策等広範なプロモーションも必要になってきました。また「ハイレゾ・ロゴ」の使用状況の把握と管理指導も必要になってきています。さらに「ハイレゾ関係書物出版」

「協会所有知的財産物の活用」、「ハイレゾの日」（仮称）制定なども認識する必要が出てきている事や JAS ジャーナルの有効活用など、統括的に議論を行い実行できる組織として活動します。当面は「ハイレゾ・オーディオ」に関わる事項を中心に進めることとします。

4 組織・財政会議（改廃）

前期よりの財政・組織・IT 会議の結果と中期事業計画概要に則り、事業計画策定上の課題である 1～6 について検証し、今期中に一定の結論を出すこととします。このための委員として会長、三役理事、並びに過去財政会議及び中期事業計画立案に携わった諮問委員を中心に召集し活動します。

なお、前期財政については中期事業計画概要に則り当初の成果は残せましたが本質的には「ハイレゾ・オーディオ」導入に伴う支出増を、ハイレゾ新規加入会員による会費増大によって収支バランス化したものであり、安定的経営とは言い難い面があります。

今期予算計画は予測できない部分もありますが、経営計画として経費比率の高い、増員による人件費、並びに HP 抜本見直しにかかる HP 改善費用は予算化しました。それ以上の案件が発生した場合は、補正予算を組んで提案をします。

5 ホームページ改善 WG（改廃）

財政・組織・IT 会議の論議経過を受け、今期は具体的に協会ホームページの全面的改廃を行います。「ハイレゾ・オーディオ」導入に伴うサイトの増改築が必要なこと、協会唯一の情報発信装置としての位置付けで強化が必要なこと、既に、現ホームページは構築後相当年経っており、これ以上の屋上屋を重ねることは反ってランニングコストの増大が懸念されること、各サイトが相乗効果的運用になっていないことから全面的改廃を行います。このため、前期より対応してきた組織メンバーにより WG を組織化し、短期集中で臨みます。またこれに伴う二元管理となっている運用会社の一元化を図ります。なお、予算的に当年度のみでの経費処理は難しいために 2 年に亘って処理するものとします。

6 音の日委員会（継続）

前期は、現状にそぐわなくなっていた音の匠「定義と選出基準」の見直しを行いました。また「音の日」に相応しい企画として「学生による音楽録音コンテスト」をスタートさせ関係大学、専門学校関係から高い評価を得ました。前期同様参加学校、及び参加者の拡大を目指し開催します。課題は「音の匠」対象者の発掘が困難を極めており、発掘人脈の拡大が喫緊の課題となっています。さらに「音の日」、「音の集い」参加者が高齢化しており、若年層への継承が図られていないことなどの課題に向けた取り組みを行います。

7 JAS ジャーナル編集委員会（継続）

協会技術機関誌として6回／年発行しています。課題は記事収集及び編集、校正にかなりの労力が必要であること、会員という読者数が限られており投資対効果に限界があること、「ハイレゾ・オーディオ」導入による異業種新規会員が増えていることによる内容の適否などがあります。今期はこれらの課題に対して発行回数の拡大ではなく、掲載内容の検討を含め、法人会員会社の技術者などの読者数の拡大を前提に課題への取り組みを図ります。なお完全オープン化については別途、マーケティング会議等で検討していくものとします。

8 展示会実行委員会（継続）

協会最大の「広報・啓発・プロモーション事業」の位置づけは変わらず、協会の総力を上げて開催します。前期は「ハイレゾ・オーディオ」導入年に際し、「ハイレゾ・オーディオ」とは、で“日本発・世界初”の徹底した情報発信を行いました。

結果マスコミの注目度も上がりかなりの浸透があったことはアンケート分析でも証明されました。

今期は普及を念頭に一般消費者に実際のハイレゾ体験が必要なことから徹底した「観る・聴く・触る・ハイレゾと4Kシアター」と銘打ち開催します。また課題でも明らかのように若年層、女性層、ファミリー層への浸透策の施策を検討します。さらに「ハイレゾ・オーディオ」導入に伴う異業種新規会員の出展を促し幅広い顧客層の開発を進めます。

前期は収支決算が赤字となったことから今期は絶対収支のバランス化を堅持します。中期的には、開催場所問題を含め将来の展示会の在り方についても検討を進めます。

9 A・V環境改善・講座委員会（改廃）

従来のデジタル・ホームシアター普及委員会の名称を、変更目的に則り改めます。ライセンス発行機関である「デジタル・ホームシアター取り扱い技術者認定講座」はこれまで122名の卒業者を生み出しました。しかし、このことが必ずしも市場拡大につながらず、取得者の認知向上とプレゼンスも上がらない状況であり、新規募集は一旦停止することにします（既取得者は選択制による会員措置制度を設置）。一方、ライセンス取得目的としない「ルームチューニング・インストラクター講座」制度を開設し、ホームシアター設置希望者、販売店担当者、マニアなど幅広く募集し、市場に応えていきます。

また、これまで蓄積された技術、ノウハウなどをテキストと共に広く活用してもらうために「ホームシアター設置読本“初歩からマニアまで”」（仮称）にまとめ広くオープン化を進めます。さらに、AV新技術（ハイレゾ、アトモス、4K、8K等）の導入に備え検証し解説する必要があり、引き続き「新技術解析WG」活動を進めます。

10 音のサロン委員会（継続）

専業企業を中心に活動してきた「音のサロン委員会」も前期より幅広い顧客層に応えられるようオープン化しました。これにより AV 総合企業も参加した「ハイレゾ・オーディオ・セミナー」も開催できるようになり PC オーディオセミナー時代を含め 13 回のセミナーを実施してきました。一方、従来のレコード協会と共催の「音のサロン・コンサート」は場所を山野楽器銀座本店、タワーレコード渋谷店に移し、新規顧客層の開発に取り組んできました。日比谷図書館から数え 11 回に及んでいます。今期からは“良い音”と“ハイレゾ”普及に向けた取り組みとして、新規顧客の開発を基本にオーディオの楽しさを前面に出した「オーディオ今昔物語“SP から配信まで”」や「出前コンサート」などの検討を進めま

11 ネットワーク・オーディオ委員会（改廃）

前期は JEITA との連携強化のため、WG から委員会に格上げしてネットワーク・オーディオの現状と将来をユースケース考察した音展での“ネットワーク・オーディオ・コーナー”の展開や、Web サイトの立ち上げなど、認知向上と普及に努めました。

今期からネットワーク・オーディオの本質議論と共にと密接不可分な「ハイレゾ・オーディオ」に連動した取り組みに特課します。具体的にはハイレゾ・ステアリング・コミッティーと連携した「ハイレゾ技術 WG」としてハイレゾ申請された商品の技術的検討、及び「ハイレゾ定義 WG」として同様にその定義検討に取り組めます。これによりスピードある結果を導き出します。

12 カーオーディオ専門委員会（新設）

「ハイレゾ・オーディオ」導入に関し今期より新設します。カーオーディオの場合、車室内という限定音場であること、マルチチャンネル使用が基本であること、現状はパッケージメディア及びブルーーツースが基本であること、カーメーカーが介在することなどからハイレゾ定義の可否検討を行います。非会員企業を含むカーオーディオ生産販売企業、及び自工会通信部会で構成し、早期に方向を導き出します。

13 ヘッドホン試聴環境改善委員会（継続）

ハイレゾ・オーディオ導入に伴い、ヘッドホン・イヤホンのハイレゾ指定に至る測定基準について日本オーディオ協会指標の可能性を検討します。また従来の「頭内定位問題」の解明と改善に加え、ハイレゾリユ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。

14 良い音委員会（新設）

「ハイレゾ・オーディオ」導入に際し、「ハイレゾ・オーディオ」は“音が良いのか”という疑義が指摘されました。協会の正式コメントは①ハイレゾ・オーディオ自体は良い音追求のための環境整備である。②ハイレゾ・オーディオと“良い音”の定義は別次元のものである。③ハイレゾ・オーディオ導入に際し、協会として“良い音”の定義の検討をする。の三点を提起しました。非常に難しい課題ですが敢えて協会として今期より“オーディオ再生に際し”「良い音とは」の入り口論から取り組むこととします。

内部に“良い音”検証のために旧生録委員会を吸収し、“音源研究”として「音源開発WG」を設置します。また、協会独自の「ハイレゾ・オーディオテスト信号の開発」も検討していきます。さらに、広く“良い音”を求めてTVの音声信号の在り方やブルートゥースなどの伝送技術等、今後開発されうる通信技術への研究をするために「無線音源検討WG」を設置します。これらの取り組みを行うについては諮問委員は勿論のこと、識者や学者及び音楽家など見解を含め広く見解を集めつつ「日本オーディオ協会らしい」定義の検討を進めます。

15 その他事項

（1）理事会の強化

理事会が最高執行機関として機能するために、引き続き理事会への出席率向上を求めます。登録代行者制度と持ち回り理事会の対応も前期同様取り入れます。

（2）諮問委員の強化

特別会議の成果を挙げるために諮問委員の増員が必須と考えます。このために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

事務局機能の強化を求め、事業継承と若返り化の両立を目指し「事務局長」並びに職員の交代を提案します。また、「ハイレゾ・オーディオ」導入及び自立活動強化に鑑み、熟知者の増員を図ります。但し、固定費増を避けるために機動的なテンポラリー方式を活用します。

以上

平成27年6月4日

平成27年度 収支予算書(案)

(平成27年4月1日～平成28年3月31日)
(平成27年3月)

収入の部

(単位:千円)

	平成26年度収入実績				平成27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)	41,713	41,713			46,012	46,012			+4,299	+4,299		
2. 事業収入	32,942	1,728	390	30,824	34,500	1,590	1,000	31,910	+1,558	-138	+610	+1,086
普及・啓発 (2)	958	958			900	900			-58	-58		
評価用音源	770	770			690	690			-80	-80		
人材の育成 (3)	390		390		1,000		1,000		+610	+0	+610	
展示会(音展)	30,824			30,824	31,910			31,910	+1,086	+0		+1,086
3. その他収入 (4)	1,379	1,379			1,000	1,000			-379	-379		
4. 商標権等売却収入 (5)	966	966							-966	-966		
5 当期収入計(1~4)	77,000	45,786	390	30,824	81,512	48,602	1,000	31,910	+4,512	+2,816	+610	+1,086

- (注記) (1) 法人会員 正:36社、7団体、賛助22社、個人会員 一般:227名、シニア:100名、会友:44名 合計371名 (平成27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
 (5) ハイレンロゴに係る商標デザイン料・登録料等パナソニック移管収入

支出の部

	平成26年度支出実績				平成27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	39,057	6,828	530	31,699	42,751	10,615	666	31,470	+3,694	+3,787	+136	-229
調査・研究												
普及・啓発 (1)	3,174	3,174			4,900	4,900			+1,726	+1,726		
基準の作成(音源) (2)	573	573			205	205			-368	-368		
情報の収集・提供 (3)	2,181	2,181			4,610	4,610			+2,429	+2,429		
展示会の開催(音展) (4)	31,699			31,699	31,470			31,470	-229	+0		-229
人材の育成 (5)	530		530		666		666		+136	+0	+136	
対外交流 (6)	900	900			900	900			+0	+0		
2. 管理費 (7)	2,103	2,103			1,905	1,905			-198	-198		
3. 事業管理費 (8)	34,563	34,563			36,056	36,056			+1,493	+1,493		
4. 商標権支出 (9)	540	540							-540	-540		
5 当期支出計(1~4)	76,263	44,034	530	31,699	80,712	48,576	666	31,470	+4,449	+4,542	+136	-229

収支バランス

6. 当期収支差額	+737	+1,752	-140	-875	+800	+26	+334	+440	+63	-1,726	+474	+1,315
7. 前期収支差額	+6,843	+27,180	-2,855	-17,482	+7,580	+28,932	-2,995	-18,357				
8. 次期繰越収支差額	+7,580	+28,932	-2,995	-18,357	+8,380	+28,958	-2,661	-17,917				

- (注記) (1) 音の日行事、音のサロン、DHT委員会、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
 (9) ハイレンロゴ商標権支出