



「オーディオ&ホームシアター展」見聞記

村瀬 孝矢

● 今年の「音展」

昨年と同じ秋葉原会場ながら、開催時期が1ヶ月早まった今年の「音展」、土日が挟まっていることから人気も高かった。場所の使い方がよくなったというか手馴れたこともあるだろうが、誘導もスムーズで目的の場所に行きやすかったように思う。

注目されたのはネットオーディオがどの程度広まってきたか、さらにピュアオーディオファンにどれだけ訴求できたか、ホームシアター的话题を提供できたか、など関心事が多かった。その影響もあるか、かなりの人ごみでオーディオの根強さを印象付ける。

なお、今年は東日本大震災の影響を無視することができず出展者が微増に止まった。残念ながらオーディオ、カーオーディオメーカーなどが手控えたようである。その代わりというか、出展側の工夫もあり、合同出展というスタイルが提案され、これが意外にヒットしていたという印象を受けた。

今後、こうした方向の参加が増えるかも知れない。それでも会場規模はUDXと富士ソフトビルの2つを効果的に使用しており、盛況の印象であった。

● ネットオーディオと小型機器の人気

展示会を彩るのは集合ブースの集まるUDXの大フロア会場である。コンパニオンこそ少なくなったものの、華やかさも維持しており、また熱気も加わりフェアらしさを演出している。

会場を彩るのはカーオーディオ系の実車を使ったデモ演奏である。高級車を惜しむなく利用したカーオーディオ・ビジュアルのデモは、スペースも大きくまたコンパニオンもいて賑やかだった。それに名門ブランドの音の良さを訴求しており、たくさんの人に囲まれていたのが印象に残った。



三菱電機 DIATONE カーAV コーナー

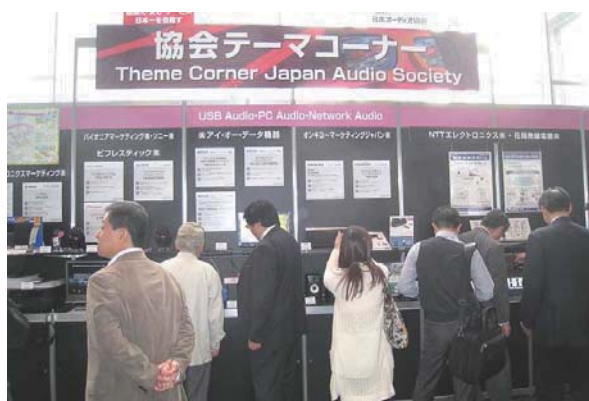


パイオニア カロツツェリア カーAV コーナー

この会場で目立ったのは昨年以上にネットオーディオ、小型オーディオのスペースが広がったことである。その影響で少し押しやられたのがピュアオーディオとホームシアター系であった。もっともピュアオーディオ系は富士ソフトビルで試聴会を催しており、合同展示形態では音を満足に聞かせられないこともあり敬遠される傾向にあるから仕方がないのかも知れない。ホームシアターもそういう意味では本格的視聴ルームを設けるのが難しいこともあり、富士ソフトビルへ移動していた。

そのネットオーディオは音質提案へと向かったこと、より精度を高めた機器の登場などから、スペースを拡大し、参加メーカーも増えて人だかりとなっ

ていた。協会テーマブースと称して、20社ほどが参加し、音の良さと仕組みの簡単さなどを訴求し、ヘッドフォン試聴ながら違いを聞かせてくれて面白かった。これは一定の市場を形成するようになったということだろう。



ネットオーディオ系の協会テーマコーナー

小型オーディオ機器も15社ほどが参加、そのコンパクトなオーディオコンポから意外なほどよい音を提案しているところが多く、デジタルオーディオらしさを見せていた。



小型オーディオ機器コーナー

この両コーナーで分かったのは、小型化が1つの大きな流れにあるのはモバイルオーディオが主流になりつつあること、それにあわせ小型でもより音質と性能重視に向かっているということである。音展でこうした音質や性能を競う方向を見せてくれたことは大きな意義のあることだと思う。

オーディオゾーンはピュアオーディオものとは言え試聴室を設けるほどでもないものが集合したコーナーである。ただこの会場にも試聴ルームが別途設けられており、そこで時間を区切ってかわるがわる試聴できるようになっていたことはよかった。オーディオゾーンで気になったモデルなどこの試聴室でチェックできる仕組みである。ただ試聴ルームが会場の奥にあることで目立たないのがちょっと残念であった。



オーディオゾーン

● 富士ソフトビル会場の状況

ピュアオーディオ系は富士ソフトビルに試聴ルームを設け行っていた。なお富士ソフトビルの入り口はジャンク市場が設けられフェアを盛り上げる工夫になっていたが、いきなり中古品などが目に付くのも考えものだった。マニアには有難い存在であるが、もう少し場所を工夫したい方が良いかも知れない。

4階の工作教室は予約者が参加するものであって、その場所には一般来場者用エレベーターが立ち寄らず、残念ながら目にする機会が減ったようである。これは予想できたことかも知れないが、こんなこともやっているという感じで自然に目に付くようなセッティングが良いと思う。

一般者が直行する5階の展示ブースなどは、例年の雰囲気ですり狭い部屋ながら熱心なファンで取り囲まれた。もう少し広い部屋が好ましく、かつアピールできる展示スペースがあればいつも思うところ

ろである。恵まれているのはビル反対側の大会議室を利用したイベントルームらである。ピュアオーディオメーカーはここを希望するだろうが、数も限られていることから抽選なのだと思う。

ただここはしっかりした遮音も行き届いた部屋なので、互いの音を気にせず試聴イベントなどがやりやすい。これこそ音展ならではの会場風景である。これが6階まで続くが、メーカーによっては2ルームを確保し、ホームシアターとピュアオーディオで別けてデモイベントを行うなどで訴求していた。もっとも参加するには整理券方式を採用しているところも多く、一日仕事で出かけるしかないことを知っておこう。



カラオケマシンに挑戦の工作教室



パイオニア TAD 試聴室



CAV ジャパン 試聴室

● セミナーの人気

音展のイベントではセミナールームも人気の1つである。各出版社ごとの著名筆者による音だしセミナー、さらにデジタルオーディオ機器を利用した「生録会」など、目的を絞って参加する来場者が毎年のように多く集まる。

今年は NTT 系のセミナーが注目され、ロスレス伝送によるネットオーディオの「高音質化」へのチャレンジが面白かった。NTT は伝送路を提供する会社であり、データ通信量でビジネスするのだが、そんな中でオーディオに関心を示しているところが注目されたのだ。MPEG 圧縮技術の中で復元化率の高い伝送方式を開発、オーディオファンへの提案が、今後のオーディオ業界で応用されると思われる。



NTT エレクトロニクス他によるセミナー会場

なお生録会は5階のアキバホールでいつものように開催された。デジタル録音機を利用した生演奏の録音会は参加希望者も多く、貴重な高音質デジタル音源が手に入ると真っ先にこの会場に向かう来場者も多いと聞く。ここは機材提供会社の支援もあり音展の名物イベントでもある。今年は「朱雀～suzaku～」ライブ演奏会と称した生録会で、生録会初の女性3人グループのユニット。クラシックからポピュラー、ジャズまで幅広い音源の演奏で生録ファンにとっても貴重な音源入手となったと思う。

● 「音のサロン」

「音のサロン」称した比較的大きなサイズのプレゼンルームを使った合同イベント試聴会は、大勢の

方を収容できる、いろいろなメーカーが代わる代わる音だしする、などから居座ってしまうオーディオファンも多く見受けられ、人気も高かった。

昨年はこうした方式はなかっただけに出展者側も大いに参考になったことだろう。ピュアオーディオメーカーも高級モデルなどを持ち込み、日頃耳に触れ難いモデルをここで試聴できることが注目されたのだろう。

面白いのはメーカーを越えたシステムのイベントを行ったこと。この会場ならではのサプライズというのだろう。著名機器に意外なスピーカーなどを組み合わせると、といったオーディオマニアが歓迎する手法がよかった。ここはもう少し大きな会場でもよかったのかも知れない。



音のサロン

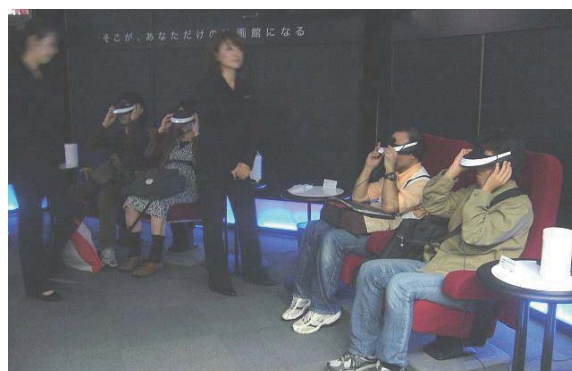
● ホームシアターの話

ホームシアターは残念ながら数少なくなった印象であった。プロジェクターの新製品が少ないこともあるが、今年はより大画面 3D シアターという動きが見られるようになっただけに、もう少しファンが詰め掛けてもよかったと思う。

なかでも新製品を投入したソニーが 4K モデルこそ見せなかったものの大画面 3D シアターと、サラウンド再生の醍醐味を訴求し人気を得ていた。そのソニーは新製品のヘッドマウントディスプレイ専用コーナーを設けるなどかなり力を込めていたようである。



ソニー 視聴室



ソニー ヘッドマウントディスプレイ

● まとめ

大震災後の音展だったので出足が危ぶまれたところもあるが、熱心なファンとそれに応えるようとするメーカーの熱意が上手くかみ合ったと思う。

展示会場も熱気がこもっていたし、セミナー、イベント会場も熱いほどのファンが押しかけると、今年の音展はオーディオの復興を感じさせたのである。

ネットオーディオがファンを拡大し、小型オーディオがさらに広げ、さらにピュアオーディオが音質を訴求と、上手い噛み合わせが生まれたようである。

他のオーディオ展示会と違って比較的リーズナブルモデルが多いのもこの音展の特徴であり、若者から女性ファンまで気軽に訪れている。それは秋葉原地域という地理的メリットであろう。

惜しいのはもう少し会場が広く、かつ効率よいセッティングが可能ならば、もっと大勢のファンを引き付けるだけの魅力を秘めている展示会であることだ。オーディオファンの裾野の広さを受け止めるにはさらなる一工夫を望みたいのである。