

オーディオ市場の活性化を目指して

デジタルホームシアター普及委員会 & 放送・通信等・新音源検討委員会担当 副会長

パナソニック株式会社

中村 和彦

この度、日本オーディオ協会はオーディオ文化の更なる発展と国内オーディオ市場の活性化を目指して組織改編を実施することになりましたが、その新体制の中で、「デジタルホームシアター普及委員会」及び「放送・通信等・新音源検討委員会」を担当させて頂くことになりました。新体制のスタートにあたり、オーディオ文化の更なる発展と、オーディオ市場の活性化について、本紙面をお借りして考える所を述べさせて頂きたいと存じます。

まず、国内オーディオ市場が過去どのように推移をしてきたか、今一度振り返ってみたいと思います。

90年代までのオーディオ市場は、音楽ソースがカセットテープやCD、MDといったパッケージメディアの形を有していた為、そのパッケージメディアの形態変化に対応することで安定的な需要を確保して来ましたが、しかしながら2000年代に入り、パソコンを通じて入手する音楽ソースが普及するにつれ、家庭内ではパソコンやその音源に対応したスピーカーで音楽を聴き、屋外ではそのパソコンに対応したポータブルのデジタルオーディオプレーヤーとヘッドホンで音楽を聴くユーザーが増加し、従来型のオーディオ商品の市場は激減してしまいました。但し、それらのパソコンやデジタルオーディオプレーヤー等の、新しい音楽の試聴スタイルを含めたオーディオ需要は決して減少しておらず、携帯電話・スマートフォンの普及によりモバイル環境で音楽を聴くユーザー層まで含めると、むしろ全体としてのオーディオ市場は成長しているということが出来ます。さらには、ネットワークを経由した音楽配信においても、圧縮音源のみならず、高音質音源での配信の拡大など、新たな広がりが見られます。

問題は、これら新しい音楽文化とも言える潮流に、日本のオーディオ業界が充分に対応できていないことであり、我々はこれを逆にチャンスととらえ、これらの新しいユーザー層に対して、音楽をさらにより良い音で楽しむことの感動を如何に効果的に伝えられるか、その成否に日本のオーディオ業界の将来がかかっているという認識に立ち、その新潮流に業界を挙げて取り組んで行くべきであると考えております。

また、オーディオ市場の重要な一端を担うホームシアター市場に関しては、残念ながら限られたユーザー層のみに臨場感あふれる音楽や映画をお楽しみいただいている状況にあります。国内のホームシアターの販売台数をテレビの販売台数と比較すると、2011年度ではテレビの2%程度であり、5年前と比較するとその比率は半分程度に減っております。一方で、2011年に国内で薄型テレビを購入された方への音の対する満足度を聞いた調査結果によりますと、薄型テレビ購入者の2割近くの方がテレビの音に満足しておらず、テレビ番組をもっと良い音で視聴したいと期待されております。またこの様な方々の比率は薄型テレビの普及に連れて、5年前よりも大きく増えております。

上述しました新しい音楽文化への対応と同様に、我々は薄型テレビユーザーへより良い音でテレビを視聴することの感動を如何に効果的に伝えられるか、業界を挙げて取り組んで行くことで、オーディオ文化の発展に貢献してゆくべきであると考えます。

ホームシアターに関しましては、今後も音楽・映像ソースの高画質化・高音質化や映像機器の薄型化等、技術的な革新が予想されますが、昨年までの地上デジタル放送への移行過程で、ソースの高画質化・高音質化や映像機器の薄型化が大きく進んだにもかかわらず、ホームシアターの需要が伸びなかったという事実に対しての素直な反省を踏まえた上で、ユーザー視点で今後の対応を考えて行くこと、音楽をさらに良い音で楽しむ、映像をさらに良い音と共に楽しむ、といった生活シーンを幅広いユーザーにわかりやすくご紹介してゆくことが、オーディオ文化の発展とオーディオ市場の活性化につながるものと認識しております。

以上、簡単ではありますが、新体制のスタートに当たっての思いの一端を述べさせていただきました。日本オーディオ協会の活動と致しましても、各種の展示会・イベント等を通じて、サラウンド放送の充実や高音質配信の普及等、新音源によるオーディオ市場の活性化にも貢献して参る所存でございますので、皆様のご指導ご鞭撻、何卒よろしくお願い申し上げます。