

年頭所感

“イノベーションが新市場を創る”

一般社団法人 日本オーディオ協会

会長 めんじょう りょうじ 校條 亮治

■ お正月

少し遅くなりましたが、皆さま明けましておめでとうございます。皆様にとって今年のお正月は如何でしたでしょうか。私事で申し訳ありませんが、私はここ何十年と0時を迎える前に必ず家族で氏神様へお参り（初詣）をすることが習わしとなっています。尤も先着者には干支のチョコレートを受け取ることも魅力の一つですが・・・今年もお陰様で新年が開けたことを知らせる大太鼓を神前で聴き、チョコレートも貰うことができました。この初詣の由来ですが諸説ありますが、家長が祈願のために「歳籠り」（としこもり）といって大晦日の夜から元旦にかけて氏神の社に籠る習慣が大晦日の「除夜籠り」と元旦の「初籠り」に分かれ、元旦の「初籠り」が「初詣」になったようです。「初詣」はそれほど古い習慣ではなく、明治になってからの様であり、特にそれまでの「氏神様籠り」や「恵方参り」（居住地から縁起の良い方角の寺社を参る）が習慣化したのは明治中期以降のようです。さらにその後、鉄道会社の戦略と宣伝により、「初詣」が集客イベント化し、恵方参りの方角も関係なくなり今日の著名寺社への「初詣」になったようです。何とも日本人の八百万の神信仰精神というか、神仏をも恐れぬ商魂というか、恐れ入る次第です。似たような話が弥次さん喜田さんで有名な「東海道中膝栗毛」の「お伊勢参り」や「富士信仰登山」、「善光寺参り」など信仰に名を借りたトラベルキャンペーンです。当時の日本人のバイタリティーと、イノベーション力には驚かされますし、今日にも通用しそうな話ですね。

■ ハイレゾ・オーディオの提起

さて、日本オーディオ協会は、昨年大きな提案をいたしました。6月12日には概念として既存のHi-Fiオーディオを超える「ハイレゾ・オーディオ」についてその「定義」と「統一ロゴ」の導入を提起しました。これは停滞する国内市場を視野の中心に置いたことは勿論の事、世界市場をも視野に入れての提案でした。これまでもオーディオ協会は国内オーディオ市場停滞に関する考察を深めてきました。小型化とデジタル化による低価格化が、試聴スタイルや生活嗜好の一変を引き起こし、市場を縮小させたことは否めない事実です。このこと自体は大きなイノベーションであり、非難されるべきことではありません。また、音楽の性格自体も試聴中心から体感中心へと大きく変遷してきたことも一つの事実です。

一方で、オーディオ文化が持つ普遍性（良い音楽を良い音で再生試聴し、文化的生活の向上に寄与すること）に対してはイノベーションの負の遺産として認識しなくてはなりません。結果的にオーディオ文化を一部の趣味者のモノにしてしまい、市場の二極化を招いて来たことは、オーディオ協会が予てより指摘してきたことです。これを打破するべく、オーディオ市場の在り方を再構築するために提起したのが今次の「ハイレゾ・オーディオ」の世界です。

それは、「Hi-Fi」を否定するのではなく、その具現化を目指すことを念頭に、敢えて「Hi-Fi」

を超えるところに「ハイレゾ・オーディオ」を置きました。残念ながら現在、オーディオ専門店やオーディオメーカーの人達であっても「Hi-Fi」の語源や構成定義を正確に説明できる状況とは言えません。まして多くの消費者、とりわけ若年層においては全くと言ってよいほど理解はされていません。この様な中、敢えて「Hi-Fi」とは何かを問い、説明を始めるより、多くの若年層に親和性の高い「ハイレゾ」を唱え、新市場の構築を考えることが得策と言えます。

当然、「ハイレゾ・オーディオ」は現状より一層の「良い音で再生できるための環境整備」にならなければなりません。今回発表した「ハイレゾ・オーディオ」定義はそれを担保する内容となっています。但し、ここで明確にしておきたいのは「ハイレゾ・オーディオ」定義自体が「音が良い」ことを証明するものではありません。この提起は、当然イノベーションですが破壊ではありません。ましてや普遍的な価値観をないがしろにして良いものではありません。普遍的な価値観とは日本オーディオ協会が定款の前文で謳っている理念そのものです。

ここでその前文を再確認してみましょう。

<前文>

この定款は 1952 年に日本オーディオ協会が設立された趣旨である「可聴音・高忠実度録音及び再生の飽くなき追及」と、それをとおして再生音楽文化、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ために、日本オーディオ協会の活動の基本を定めたものである。

■ 産業構造転換

「ハイレゾ・オーディオ」の提起の目的でもう一つの重要な視点が「産業構造の転換」です。元々「オーディオ文化」を構成している「音楽・音源」と「再生機器」は趣味性の視点からは差別化し易く、コモディティー化に不向きな商品のはずですが、「音楽性」も「再生機器」も結果的にはコモディティー化しており、其々独自性の追求や顧客価値の創造とはなっていません。その最たる例が世界のテレビ事業であったと考えます。つまり、どの会社からも全く同じような商品提供により、結果的に価格競争のみがクローズアップされ、テレビを生産販売してきた企業はいずれもテレビ事業で黒字化を成し遂げた企業は有りませんでした。音楽産業、オーディオ産業界においても同様なことが言えます。日本オーディオ協会はコストダウン競争を否定するものではありません。まして、メーカー主導の価格カルテルなどの不当な市場支配はあってはならないと考えています。常に市場における適正価格が存在することは、少しでもマーケティングに触れた方ならお解りいただけるはずですが、私が申し上げたいことは「ハイレゾ・オーディオ」市場構築提案により「良い音、再生」に向け飽くなき追及をして頂きたいことです。そのためには従来とは違った回路開発、設計、部品使用、生産手段などにより新しい商品開発、商品づくりをして頂きたいことです。企業のメーカーたる所以は飽くなき技術開発と商品開発、そしてマーケティングによってこそ競争すべきです。敢えて厳しいことを言いますが、それによって消費者から支持されなければ市場から退場せざるを得ないことを肝に銘ずるべきです。もっと具体的に言えば、日本オーディオ協会が提起した「ハイレゾ・オーディオ」商品は、従来の延長上の商品ではなく、新たな発想による、新たな開発で、新たな部品により創り上げられた商品を言います。結果的に高くなるはずですが、高くなったうちの半分は企業努力でコストダウンをお願いします。そして

後の半分はお客様に自信をもって要求すべきです。当然、この時の商品は客観的に見て、独自性や先進性など優れた点がなければならないことは言うまでもありません。これにより企業に対して適切な利益の確保を促し、飽くなきイノベーションが出来る環境を創ることが健全な業界の発展に繋がるはずで、これが日本オーディオ協会の「ハイレゾ・オーディオ」市場構築提起のもう一つの重要な「産業構造転換」の視点です。

■ 提起の経緯

「ハイレゾ・オーディオ」自体は別に新しいことではありませんし、新たなフォーマット規格でもありません。一部のマニアや海外専門企業では既に取り組んでいたことです。しかし業界全体では全く見向きもされず、多くの企業においても冷ややかであったことは否めません（最もオーディオ自体をかなり粗雑に扱ってきたことからすれば当然といえる）。ここは日本オーディオ協会も力不足であったことと“本気度”不足であったことは深く反省しなければなりません。

大きな転機を迎えることになった要因は3つあります。第一は、伝送系が2010年以降第四世代として高速化、大容量化され結果的にスマートホンの出現であったと言えます。第二は、協会主要企業の一角であるS社挙げての議論であったと考えます。社内論議経過は省きますが表面化したのが2013年秋でした。第三は、日本オーディオ協会自体の活動の基本になる中期事業計画の根幹として、1995年に設立された「ADA懇話会（アドバンスド・デジタル・オーディオ懇話会）」が1996年4月に発表した「次世代デジタル・オーディオの望ましい条件」であったと言えます。ここでは、内外40社以上、且つ100人を超えるメンバーが2年間にわたり議論しました。提案フォーマットは

- ① ビットストリーム方式（64fs/1bit：fs=44.1kHz）
- ② マルチビット方式（192kHz<96kHzも可>/24bit）でした。

さらに言えば、「録音技術向上委員会」「新音源等開発委員会」が2013年12月にティアック(株)、オンキヨーエンターテイメントテクノロジー(株)、音楽之友社、石田善之氏の助力により松本音楽記念迎賓館にて実証実験を行った「ハイレゾ録音実証」及びその「音源配信実証」であったと言えます。これにより「ハイレゾ・オーディオ」への期待が極めて高く、機が熟していると認識できました。

これ等の経緯により、オーディオ協会の総力を上げて「ハイレゾ・オーディオ」の提起と市場構築に向け、2014年2月度理事会より正式議題として議論を開始し、総会議案として次期事業計画の根幹に据えるべく進めました。

この経緯を熟読いただければ、協会執行部が取って付けたように唐突に「ハイレゾ・オーディオ」市場構築を提案したものではありませんし、また一部会員の利益代行ではないことが、ご理解いただけるものと思います。いささか我田引水ではありますが、「普遍的な理念」を本気で追求するために、大胆な戦略提案、つまりは「イノベーション」を行わなければ改革は出来ません。

■ 大きな壁

組織内においては厳しい議論になったことは言うまでもありません。議論の中心的な論点は、

1. 「ハイレゾ・オーディオ」は本当に音が良いのか。

2. 本質的に日本オーディオ協会が取り扱うべきテーマなのか。

3. 誰がその任に当たるのか。等が論点であったと思います。

これらについて少し考察を交えて理解を深めて頂くために丁寧に説明を加えさせていただきます。

第一の「ハイレゾ・オーディオ」は音が良いのかについての論議と考察です。

「良い再生音」とは何をもって決めているのでしょうか。一体、「良い再生音」の基準とは何でしょうか。測定器による測定結果でしょうか。いやそれは一つの条件でしかありません。

「良い再生音」とは何かを問われた時、考察すれば「原音に対して忠実に再生できること」と良く言われてきました。それでは「原音」とは何でしょうか。「生楽器、あるいは生の声楽家が発する生の声」でしょうか。恐らくこれまで多くの方が、概念として「原音（生音）を忠実に再生すること」と理解されてきたと思います。あるいは、技術系の方やマニアの方なら 1933 年に米国のフレッチャー博士が研究から得た「Hi-Fi」定義の 5 つの構成要素（下記参照）を達成することが「良い再生音」と認識されてきたと思います。

- (1) 伝送された雑音が、再生する部屋の騒音より小さいこと。
- (2) シンフォニーの再生には、ピークで 100dB SPL の音が出せる程度のダイナミックレンジが必要であること。
- (3) 伝送特性の非直線性によって発生する歪は、判断できないほど小さいこと。
- (4) 再生周波数範囲は、人の可聴周波数範囲を超えていなければならないこと。
- (5) 定位が明確であること（これは後に追加された）

しかし、「原音（生音）を忠実に再生すること」や、フレッチャー博士の「Hi-Fi」定義に基づくことが「良い再生音」の基本条件とすれば、その道のり達成は未だ途上と言わざるを得ません。もっと厳しく見れば音源の制作現場を含め現状は、逆に遠ざかっているのではないかと思えます。特に音源の作り手の意図は「原音（生音）を忠実に再生できる」とことと違う視点があるかも知れません。また、「良い再生音」とは誰にとってでしょうか。聴く人は不特定多数です。ややもすると、「良い再生音」と「好きな再生音」が混同されていることも大いに考えられます。この様に「良い音」の定義の捉え方も、音源制作現場から試聴者まで一貫性があるとは言えません。また「良い音」へのこだわりである「音質」より「音楽性」が重視される場合もあります。

これらのことから、日本オーディオ協会は「ハイレゾ・オーディオ」の定義を発表するに際し「良い音（良い再生音）」の追求は定款前文の如く普遍的課題と捉え、「ハイレゾ」であるから「音が良い」という短絡的解釈を厳に戒めることにしています。但し、普遍的課題である以上、「ハイレゾ・オーディオ」導入に際し、今一度「音づくり」の在り方を根本的に見極める必要があります。具体的には「来期事業計画」の大きな課題と考えています。

第二は、本質的に日本オーディオ協会が扱うべきテーマか、の議論です。

日本オーディオ協会の理念やビジョンに照らすまでもありません。再び、定款全文に目を通してみましよう。

「この定款は 1952 年に日本オーディオ協会が設立された趣旨である＜可聴音・高忠実度録音及び再生の飽くなき追及＞と、それを通して再生音楽文化、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ために、日本オーディオ協会の活動の基本を定めたものである。」かなり大上段を振りかざしているように見えますが、如何に崇高な理念と、壮大なロマンを秘めた内容であるかをうかがい知ることができます。

創設者である中島健三さんや井深大さんの人生観を、その後の軌跡や書物で見る限り、定款全文の内容が大言壮語とは思えません。日本オーディオ協会の事業は、これに基づき具体的な事業計画が策定され、総会にて決議され具現化に向け活動しています。

日本オーディオ協会は規格制定機関ではありません。これまで、日本オーディオ協会は消費者に対する啓発活動のみに重きを置いて活動してきたきらいがあります。

しかし、国内オーディオ市場の停滞と技術進化の帰趨を、手をこまねいて見ているだけでは何も解決できません。この機を千歳一隅のチャンスと捉え、協会の総力を挙げて取り組むべく、総会決議における事業計画としました。過去「オーディオ・カンファレンス」等での技術啓発は行ってきましたが、それすら途絶えており、展示会及びセミナーに頼るのみとなっています。公益法人から一般社団法人に衣替えをして既に3年が経ちましたが、自らの方針事業として今次課題を捉えた事は必然であることをご理解頂きたいと思えます。

第三は、誰がその任に当たるかの課題です。

組織総力を挙げて取り組むテーマである以上、組織の長たるものが率先して取り組む事は当たり前と考えます。また理事会構成企業、及び三役企業を中心にも率先して取り組む方向性の確認と、特に先行企業のソニーから全面的な支援体制を基本にスタートを切っています。

スタート以来、海外組織及び関係団体との密接な取り組みと情報共有が求められ、急遽事務局スタッフの増員も行い臨んでいます。今次テーマと活動を、一部の会員企業と俗人的活動に卑しめることを避けるために、当初より「ステアリング・コミッティー」を配置し、機関決定主義を貫いています。さらに各関係委員会もサポートすべく取り組んできました。

この結果、当初の目標に対しては何とか離陸出来たものと考えます。しかし、「ハイレゾ・オーディオ」発表以来、予想だしなかった異業種企業や海外からの要求と相談に対応しきれないのが実情であり、来期組織体制の在り方の中で対応策を検討する必要があります。

■ 新たな課題

日本オーディオ協会が「ハイレゾ・オーディオ」を正式提起し、発表以来予想だしなかった異業種やカテゴリー商品へのハイレゾ対応要求が続出しています。私たちはそれらに対する定義も規定するスペックもまだ持ち合わせていません。当然ながら新市場を起すわけですからこれらに対して早急に課題の整理と検討組織の立ち上げが重要になっています。

想定される視点は新たな「オーディオの範囲」の確認、「対象新商品のハイレゾ定義」、「現及び新商品のハイレゾスペックの再設定」などがあります。そして何より「良い音とは」何かの基本定義の再確立が必要と考えます。

■ イノベーションとは何か

ここまで述べてきましたので、「ハイレゾ・オーディオ」の提起が、一時の思い付きや単なる

流行への迎合ではないことはご理解頂けたものと思います。私たちが堅持している「理念」「ビジョン」実現に向けた「戦略的」見地で提起したものです。

今、我が国は高度成長時代やバブル時代を経て、世界に類を見ない「少子高齢化」と「バブル崩壊後のデフレ」脱却に苦しんでいます。そして政治も多くの企業も従来発想の延長線上でしか物事を考えられない状況が続いています。自然、社会環境の大変化から成長ではなく現状維持こそを是とする考え方もありますが、万物において環境対応ができないことは、滅亡しかないとダーウィンを持ち出すまでもなく歴史が物語っています。

従って「何を残し、何を变えるべきか」を明確化し、勇気をもって「変革」にチャレンジすることが生き残る絶対条件と言えます。

そして「変革」とは「イノベーション」であり、「改善」ではありません。「改善」は従来発想を前提として“違う方法”で漸進することを言います。今私たちに求められているのは「改善」ではなく「イノベーション」なのです。つまり「発想の転換」が必要です。

今次の「ハイレゾ・オーディオ」の提起は日本オーディオ協会経営の「変革＝イノベーション」です。これしか「新たなオーディオ市場構築」は出来ません。しかもこれまでの基本理念を捨てるのではなく、逆にそこに光を当てることで本来追い求めてきたことを再度明確にできます。

日本オーディオ協会が進めるイノベーションには次の四つの重要な考え方があります。

1. お客様本位

広範に音楽を愛する全てのステージの人たちに、最高の再生音楽を届ける義務が私たちにはあります。造り手の勝手や、独りよがりとは真のお客様本位ではありません。

2. 独自性の追求

日本人が持つ強みである「感性価値」を再度磨き上げ、「良い再生音」の飽くなき追求をしていきます。このために日本オーディオ協会は「良い再生音」の定義の見直しを図ります。会員企業においても単に同質競争と量を追い求めるのではなく、其々において独自の競争優位性を見つけ出し、その独自能力の強みを徹底的に磨いて頂くことを求めます。

もちろん「ハイレゾ・オーディオ」導入に際し、従来のコストカット中心の「モノづくり」から「価値提案型のモノづくり」への変革が重要であることは前述の「産業構造転換」の項で説明したとおりです。

3. 社会調和

日本オーディオ協会は、国内外のオーディオ業界はもちろんのこと、音楽産業、演奏家、IT業界など広範な業界、あるいは消費者や社会との調和を求めて互いに健全な発展により、オーディオ市場の拡大を求めていきます。特に「ハイレゾ・オーディオ」導入に当たり、音楽ソフト業界とは密接不可分であると考えて進めます。

4. 会員重視

会員は私たちが確立している「理念」達成に向けた同志です。企業規模や拠出会費の大小で

はなく、其々が尊敬と尊重し合い、できることに真摯に取り組むことこそがオーディオ市場の再構築につながります。特に今次提起している「ハイレゾ・オーディオ」は Hi-Fi を超えるところに「新しいオーディオ」市場を構築するものです。全会員の総力を挙げて取り組むものです。

■ 終わりに

新しい年を迎えてのお題のつもりが、ずいぶん長くなってしまいました。本来は「ハイレゾ・オーディオ」導入に際し、総会でご説明したつもりですが、いざスタートしてみると説明不足による大いなる誤解や不明確な部分があることが分かりました。

今回の「ハイレゾ・オーディオ」提起は、まさに「日本発・世界初」の日本がアドバンテージを取れるテーマです。何としても成功に向け頑張る所存です。今年も皆様の絶大なるご支援をお願いいたし、年頭の想いとさせていただきます。