

協会創立60周年を迎えて想う

校條 亮治 一般社団法人日本オーディオ協会会長

日本オーディオ協会は、今年（2012年）創立60周年を迎えました。1952年10月4日に「日本オーディオ学会」として設立総会が開催され、初代会長に中島健蔵氏が就任され、活動のスタートを切っています。

そして同年12月4日～7日の4日間にわたり「第1回全日本オーディオ・フェア」を開催しています。しかも内容を見ると、NHK第一・第二放送を使ったステレオ実験放送まで行いました。設立するだけでも大変な労力と時間が必要であるにも関わらず、フェアを開催し、さらにステレオ実験放送まで行ってしまった行動力にはただ脱帽せざるを得ません。そして翌年には、さらに活動の強化を図ることを目的に組織名を「日本オーディオ協会」として前進させています。

Hi-Fi時代の幕開け

いまさらながら当時の先輩方の先見性と行動力に驚かされるばかりです。何がそこまで先輩方を駆り立てることができたのか？取り巻く環境はどのような状態であったのか？大いに興味が沸くところで

す。1950年頃といえば、日本はまだ戦後の混乱を色濃く引きずっていた頃です。サンフランシスコ講和会議が1951年に開かれ、日本はようやく平和条約を手

に入れたばかりで、経済成長はまだ始まっておらず、ようやくその緒に就いた時です。しかし、不幸にも1950年に朝鮮戦争が勃発し、日本国内では「戦争特需」が始まろうとしていました。呼応するかのよう、国内では1951年にラジオの民間放送が始まり、1953年にはテレビの本放送が始まりました。前後しますが1948年に世界で初めてのトランジスタが開発され、オーディオの世界でもLPレコードが1948年に開発され、いよいよ本格的なHi-Fi時代が幕開けしようとしている時代です。

そんな高揚期に「日本オーディオ協会」が創立されたのは、時代が要求していたこともありますが、やはり先輩方のHi-Fiに向けた先見性と、熱い情熱がそうさせたものといっても過言ではないと思います。そしてその後の30年間は、まさに国内でもオーディオの黄金期を迎えることとなります。

何といてもオーディオ文化に火をつけたのは1958年6月に米国で、8月には国内でも発売された45/45方式によるステレオLPレコードの誕生ではないでしょうか。すでに磁気テープの世界ではステレオ録音は開発されていましたが、大量生産が可能なレコードの世界で臨場感あふれる“立体音響再生”（当時はそう呼ばれていた）が可能になったことは「高忠実度再生＝オーディオ文化」のリード役になったことは否めない事実です。

幸いなことにレコードが、日本コロムビアが1951年3月に発売した国産初のLP（分速33⅓回転）と、日本ビクターが1954年3月に発売した国産初のEP（分速45回転、いわゆるドーナツ盤）の2バージョンがあったことは、アルバムユースとシングルユースという、消費者にとっては使い勝手も良く、レコード会社にとっても、その後のマーケティングやプロモーションの展開がし易いという結果をもたら

■筆者プロフィール



校條 亮治（めんじょう りょうじ）
略歴

1947年岐阜県生まれ、2005年パオニアマーケティング株式会社代表取締役社長就任、2007年社団法人日本オーディオ協会副会長就任、2008年社団法人日本オーディオ協会会長就任、2011年一般社団法人日本オーディオ協会会長、現在に至る。

し、一大エンターテインメント産業への発展につながったものと考えられます。

一方、世界の経済的背景といえば、1950年代後半から欧米、国内においても戦後復興から成長期に入りました。とくに日本では、1954年～1957年にいわゆる神武景気とよばれる好況期となり、途中1957年7月～1958年6月に鍋底景気（不景気）を経験するものの、その後1958年7月～1961年12月には再び好況の岩戸景気が訪れ、さらには一時、景気循環はあったものの1965年11月～1970年7月のいざなぎ景気へと続きました。まさに1960年代を中心に高度経済成長期といわれるほど景気高揚に沸いた時代です。

オーディオ・ビジュアルの花が咲く

高度経済成長期にオーディオ・ビジュアルの世界は大きく花が咲きます。テレビのカラー化放送（1960年）、FMステレオ放送の開始（1963年）があり、録音現場においてもマルチトラック録音（1966年）、PCM録音（1967年）、ドルビーノイズリダクション方式（1967年）など、続々とHi-Fiに向けた取り組みがされました。

当然、これらに呼応するようにセパレートステレオ（1961年）、ラジオカセットレコーダー（1965年）、ミニコン（1978年）、ウォークマン（1979年）などが開発され、並行してシステムコンポーネントステレオが導入されました。カーオーディオの世界でもそれまでのラジオ受信器に加え、1963年には4トラックコンレー型が開発され、さらに1965年には8トラックリアジェット型が導入され、モータリゼーションの発展とともに車室内エンターテインメントとして普及の緒につきました。とくに1976年に発売されたホームオーディオ兼用カセットテープタイプの導入と1982年のCD発売は、カーCDへとつながり、完全にカーオーディオ市場が確立されました。

デジタル化と小型化

少し草創期の話しが長くなりましたが、1950年代後半から始まったオーディオ黄金期は1982年のCD導入後1986年にピークに達しました。今日、国内オーディオ市場規模は出荷金額比で最盛期の約1/3（2011歴年の国内出荷金額2200億円、除くカーオーディオ）まで落ち込んでいます。このことをどう考えるかが、現在を預かる私たちの責務であり、この現状を考察してみようと思います。

第一点は、デジタル技術の進化であるといえます。初期デジタル技術は、通信における1938年のPCM技術開発にあります。その後、1948年に標本化定理が生まれ、オーディオの世界に導入されたのは1967年のPCM磁気録音技術が最初といえます。通信およびコンピュータ技術が先行し、民生用にはテープ型録画技術（VTR）やデジタルオーディオテープ（DAT）へと発展しました。一気に花が咲いたのは何といても1982年のCDおよびビジュアルディスクの登場といえます。

第二点は小型化技術の進化です。カセットテープによる小型可搬型オーディオ機器の登場によって、これまでのオーディオにおける試聴スタイルが一気に変わったと指摘されています。またデジタル化の進化は半導体の進化そのものであり、それに伴う小型化技術は、さらに圧倒的な進化を遂げました。

まとめると、デジタル化技術とそれを駆動する回路技術であるIC技術が相まって小型化や低電力化に拍車がかかり、このことが利便性の追求を促進させ、その結果、大きく生活スタイルが変わったことがオーディオ試聴スタイルの決定的な変化になったといえます。

私たちは、今現在に至っても、まだこの試聴スタイルの是非論を延々と続けています。つまり、これらの生活スタイルの変化を肯定するか、否定するかの論議になります。しかし、現実には完全に定着していることだけは紛れもない事実です。この事実を受け容れることから始めなくては、新しい発想も市場創造も生まれません。

そこで異業種にも同じようなことがあるのを、事例をもって考えてみましょう。それは食文化についてです。食文化も同様に日本では食事は座って頂くことが基本でした。もちろん江戸時代においても屋台で食する事象もありましたし、花見や野良仕事における野外で食事をする事象はありました。しかし、それらは必要に応じて行われたものであり、一般的には座って頂くものでした。

時代が下って片手で食べられるアメリカ生まれのバーガーが日本に出店し、大きく食事スタイルが変わりました。ファストフード文化の導入です。今や立ち食いはおろか、歩きながら食べることに違和感をもたなくなりました。現代人における時間の短縮化、効率化、手軽さがファストフードという新技術導入によって、ファッション性をもって受け入れられたということです。このことはファストフードという新技術でなくとも、箸をもって食べざるを得ない牛丼などのドンブリものにおいても、顧客に提供するプロセスを大きく改革し、新たな価値(早い、安い、うまい)を提供できたことから一大産業に発展しました。

しかし、それでは外食産業が全てファストフードやファミレスによって駆逐され、一般大衆食堂や高級レストラン、料亭が無くなってしまったのかといえばそうではありません。それぞれの特徴を残して生き残っています。私たちも毎日ファストフードだけとか料亭だけで食事をする訳ではありません。その時々事情と気分に合わせて選択しながら活用しているのです。それが成熟した文化というものです。

これをオーディオ市場に置き換えた場合はどうでしょうか。世の中、携帯音楽プレーヤーが出現して久しいですが、それ一辺倒の如く、現状は相当偏った音楽試聴スタイルになっているように思えます。音楽そのものをとっても、気分が華やいているとき、少しブルーな気持ちの時、ゆっくり瞑想にふけりたい時、それぞれに音楽も違うでしょう。また聞き方も違うのではないですか。もう少し、オーディオ市場にも多様性を求めるべきではないか、逆に多

様性がある方が健全であると思います。

そして最大公約数的に言えば、どのような形で再生音楽を聴くとしても「今より良い音で聴こう」に尽きます。究極に「原音再生」があってもよいですが、すべてのステージでそれを叫ぶことは無理があります。また、それを要求するあまり時として新技術に寛容ではありません。ノスタルジアに浸るだけでは将来はありません。もっと新技術にも積極的であってほしいのです。演奏現場においても全ての楽器がアコースティックではありません。音の一つひとつ聞き分けることもオーディオ文化としては必要ですがそれだけではなく、もう少しアーティストが伝えたい音楽性に注目すべきではないかと考えます。本来のオーディとはその音楽性を十分に伝えるための道具です。ただし、マニアの方々の誤解を招かないように申し上げれば、道具も一定の域を超えると芸術になることを付け加えておきます。

このように考えたとき、デジタル化時代以降におけるオーディオ発展に対する、私たち関係者の責任は極めて重くやるべき課題も多々あるものと思います。

協会の定款と前文を

オーディオ協会創立60周年に際し、オーディオ発展の歴史を、技術的視点を含めてエポックメイキング的に拾ってきました。また食文化を例示し、類似点の指摘をしてきました。そしてオーディオを再生音楽の感動文化として再構築を考えたとき、前提として協会が一般社団法人に移行するに際し、高らかに掲げた定款とその前文を今一度確認、共有をするべきと考えます。

まず第一に、定款前文とビジョンを再度記します。ぜひとも今一度共有頂きたいものです。

[定款前文]

「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・高忠実度録音および再生の飽くなき追及』と、それをとおして再生音楽文化、すなわ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」(http://www.jas-audio.or.jp/about/jas008/024/pdf/2012_001.pdf)。

[協会の基本ビジョン]

「豊かな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」(平成21年総会で紹介。JASジャーナル2009年7月号、平成21年度通常総会・6月度理事会報告参照)。

以上のように、定款とビジョンでは謳っています。如何でしょうか。これに異論を唱える人はおられないものと確信しています。

第二に、私たちの活動が、常に消費者ニーズをとらえていることを確認していくことです。

なぜ、若年層はオーディオ(とくにホームオーディオ)に興味を持ってないのか。それは真実ですか。

私たちは、活動の顧客満足度を念頭に置き、独り善がりにならないように、常に細心の注意をしなければなりません。また、それは単なる顧客迎合になってもいけないと考えます。常に先進的技術や情報の発信元でなくてはならないと考えています。

第三は、以上を具体的に進めるための指針として、以下の「四つの融合」を掲げました。

1. 音と映像の融合である(2chオーディオとサラウンドサウンドの融合)。

この流れは、エンターテインメント産業として、技術的には止めようのない事実です。ただし、ここでいう音と映像は対等でなければならないと考えます。活用は、使用目的で選択すれば良いだけのことです。

2. デジタル技術とアナログ技術の融合である。

デジタル技術はさらに進化するであろうと考えます。消費者の利便性を含め、この技術を十二分に使いこなさなければなりません。一方で、感動はアナログであり、感性価値であることも忘れてはいけません。これがないとオーディオは単なるツールに成り下がってしまいます。

3. ホームオーディオとモバイルオーディオの融合

である。

世の中は、携帯型タブレット機器やスマートホンなど、ますますモバイル機器が進化し、すべての情報のゲートウェイか、集中コントロール機器となる勢いです。私たちはホームかモバイルかの二者択一ではなく、ホームもモバイルも両方とも必要なのです。これが成って、初めて連続的かつ重層な市場が形成されるものと確信しています。

4. プロの匠とマニアのこだわり、そしてビギナーの憧れの融合である。

誰しもが最初からプロやマニアにはなれません。そこには常に憧れの接点がありました。この接点を見つけることこそが融合の始まりです。そして、新たなステージへの市場が見えてくるはずで、展示会やイベントではその機会はいくらでも創れるものと確信しています。

以上、駆け足で60年のオーディオの歴史をひも解き、そしてこれからの新しい時代のオーディオのあり方を考察してみました。今期提起した「日本オーディオ協会中期事業計画」も、一読頂き、ぜひとも、後世へ継続しなければならない「オーディオ文化=感性価値文化の発展」に向けた参考として頂ければ、オーディオ業界と協会にかかわった一人としては幸甚です。