

“新たな市場創造のための展示会”
「OTOTEN 2017」とは

一般社団法人 日本オーディオ協会 会長 校條 亮治

新展示会開催に際して

JAS ジャーナル読者の皆様、如何お過ごしでしょうか。ついこの間、お正月を迎えたと思っ
たら月日の経つのは早いもので早3月の春を迎えています。日本オーディオ協会は2015年12
月度理事会にて協会の中核的事業である「オーディオ・ホームシアター展」を抜本的に見直し、
新しく“市場創造のための展示会”「OTOTEN2017」として開催することを決めました。これは
これまでの展示会とは位置づけも全く違うものであり、開催に先立ち、その背景と目的、変更点
などをご理解頂き、一層のご支援をお願いするものです。

◆ OTOTEN2017の概要

コンセプトは「顧客参加イベントとして市場創造型展示会」としたことです。これまでのオーディオ再生機器
中心の展示会からの脱却であり、顧客自体が参加し、自らのリスニングスタイルを探す旅に出ることを目指
しています。そこでは、音楽コンテンツを前面に出し、ハードとのコラボレーションを表現し、お客様が自分好
みの視聴スタイルを体験できるようにしています。したがってストリーミング事業者及びハイレゾ配信事業者
を一堂に集約しました。そして全く新しい提案として音楽アーティストを「OTOTEN 大使」としてこれに加え、
音楽創作者との密接なコラボレーションを展開します。このような展示会は国内には存在していません。

名称は、「OTOTEN2017」としました。これまで協会が商標及びロゴとして保有している略称「音展」をそ
のまま正式名称にしました。これは「音楽」、及び「オーディオ」、「新しさと継続性」を表現したものです。さ
らに、キービジュアルも一新しました。躍動感のある女性をモチーフに、音楽を表現する5線譜をフィーチャ
ーしました。音楽、オーディオの持つアート性の気高さや若い人々へのアピール性を持たせました。

提案試聴スタイルはスマートフォンからホーム、カーオーディオに至るまで連続型で提案します。勿論、マ
ニアックなお客様にも満足頂けるように盛り沢山の技術的セミナーと試聴会を配置しています。

会場もこれまでのお台場地区から、お客様が参加しやすく、立ち寄りやすい有楽町駅前の「東京国際フォー
ラム」のガラス棟全館、B-1メインロビー、D棟ルーム及びD-5ホールを借り切って展開します。



◆ 抜本変更の背景

日本オーディオ協会が誇るものの一つに1952年設立と同時に開催した「オーディオフェア」はこれまで欠かすことなく開催してきました。東京から横浜への会場変更に伴い一度飛ばしましたが、その後秋葉原への移動に際し、年内に2回開催したことで今回65回を数えます。「モーターショー」が1954年からですのでそれより歴史があります。しかし歴史だけでは文化を維持し、継承していくことは不可能です。技術提案にしる、商品見本市にしる、時代の変遷とともにあるものです。入場者数の最高は1975年「全日本オーディオフェア」(10月24日～30日：7日間)、参加社数(68社)で20万人の最高入場者数を超えています。また、参加社数の最高は1998年「オーディオエキスポ98」(10月15日～18日：4日間)で94社が参加しています。隔世の感がありますが現在では3日間で2万人の入場者数、参加者数はおおむね90社程度となっています。

2008年当時の展示会収支は大きな赤字状態でした。赤字転落以前は、逆に展示会収益がオーディオ協会の経常費用を賄うという歪な状況でした。これを打開すべく展示会の理念、目的、運営の方法などを抜本的に見直し、横浜パシフィコ→秋葉原地区→お台場と運営経費の削減を求めて移動しました。

日本オーディオ協会が主催する「オーディオ展示会」の目的は時代の変遷によって大きく変わってきたはずですが。

- 1 草創期は①商品見本市、②消費者啓発、③技術啓発を中心に展開しました。
- 2 成長期は①商品競争化、②市場拡大、③技術競争が起きました。
- 3 成熟期は①商品集約化、②市場競合、③技術収斂になりました。そして
- 4 衰退期は①商品枯渇化、②市場縮小、③技術陳腐化が起っています。

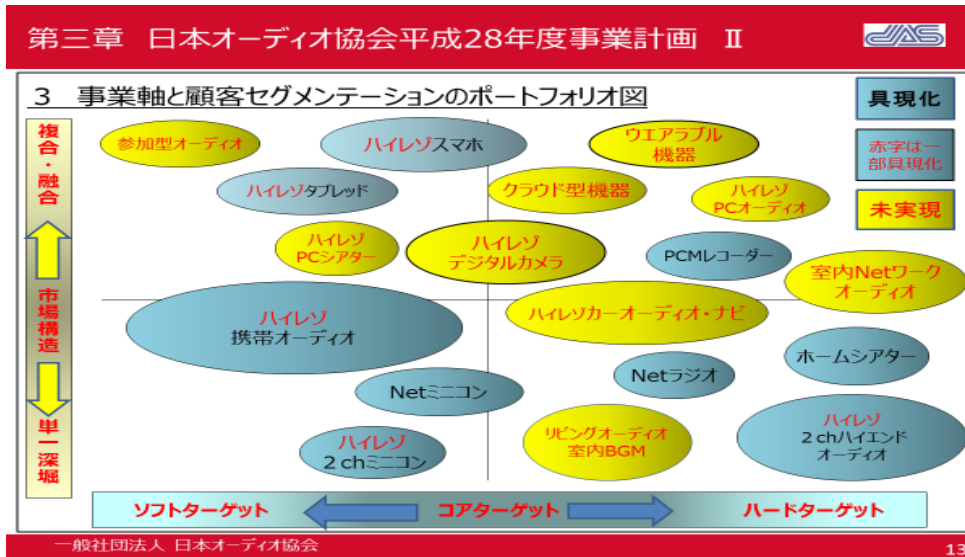
我々はすでに長い間4の衰退期にいるものと思います。但し、それは従前とした「モノの見方と考え方」で表現すればと言うことです。しかし、現在においても「違う目と考え方」で表現すれば全く違う風景が見えてくるはずですが。今や、誰もがスマホで音楽を聴き、誰もがライブに行けるようになりました。このような時、時代に合わない目的と手法ではお客様は見向いてくれません。今、私たちに必要なことは1の草創期に行ったことを現状に合う手法で行うことではないかと確認しました。つまり、マーケティングでいう「顧客インサイト」と「ポジション変更」を行う必要があると考えました。ここで申し上げたことは「日本オーディオ協会」の理念・ビジョンを大きく変えようというものではありません。日本オーディオ協会の基本理念は、1952年に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は存在するのである。」ことは言うまでもありません。

<注意>

「顧客インサイト」とは、顕在化している顧客要望を取り上げるのではなく、潜在化している顧客要望をさらに深掘して顧客ニーズにする思考方法であり、深い洞察力が求められます。消費財メーカーを中心に現在では当たり前の思考として多くの企業が活用しています。

「ポジション変更」とは、マイケル・ポーターが唱えた自社の立ち位置変更の理論を述べた

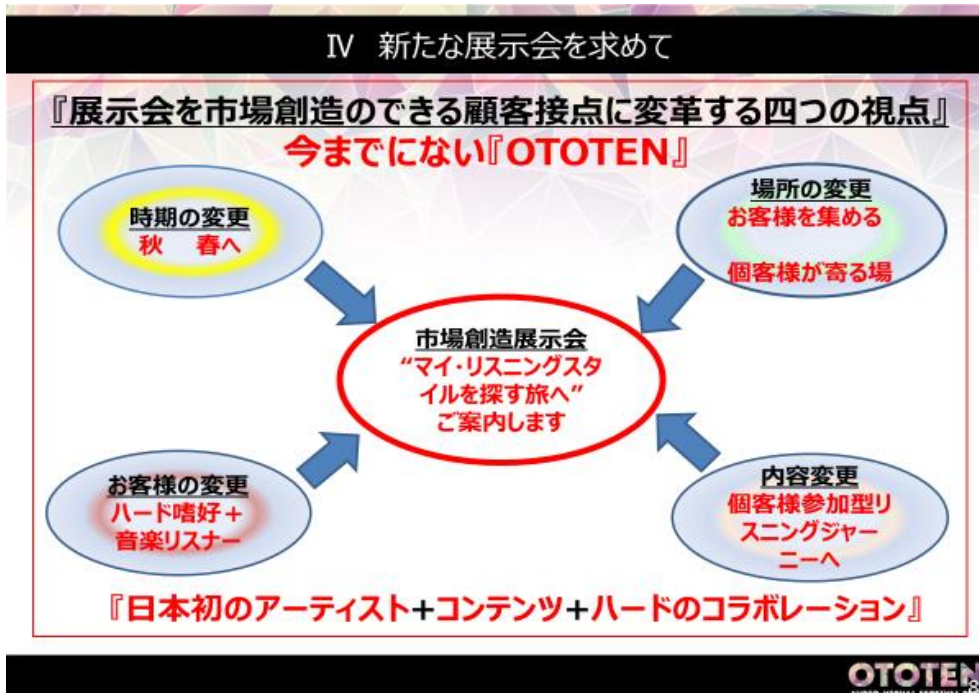
ものです。日本オーディオ協会はこの考えも考慮に、競合市場を含めて市場をとらえ、顧客設定をしました。



(日本オーディオ協会事業計画ポートフォリオ分析表より)

◆ 主な変更ポイント

日本オーディオ協会は、新たな市場開発を目指して展示会の在り方を一新しました。これまでも幾度か改革を進めてきた結果、採算性は改善され、黒字化されました。また入場者数も決して減っていません。しかし、現状の延長線上の改善では現状の課題は解決できません。今回は「展示会を市場創造のできる最大の顧客接点にする」ことを基本に以下の4つの視点で大幅な見直しを行いました。



(出展準備説明会資料より)

1 開催時期の変更：

これまでは“オーディオと言えば秋”が定番でしたが、敢えて「春」に開催することになりました。事業計画発表会で発表した資料を添付します。

第三章 日本オーディオ協会平成28年度事業計画 IV

5 日本オーディオ協会は「オーディオの春＝5・6月」市場を再構築する。

(1) 過去の春市場の視点

- ① 過去は確実に「オーディオ春需要」があった。(表参照)
- ② 新入学お祝い需要が大きかった。
- ③ 大手企業の商品開発タイムには春発売が計画としてあった。

(2) 「春市場再構築の視点」

- ① オーディオの試聴スタイルは多様化している。
- ② アウトドアスタイルはポータブル機器にマッチしている。
- ③ 購買力としてのサラリーマンの一時金(ボーナス)は現在は春の賃金交渉で年間一括となっている。
- ④ 音楽・ソフト産業との連携も可能である。

比較年度	2000年		2008年		2015年	
	春	秋	春	秋	春	秋
出荷金額	694億円	616億円	336億円	395億円	120億円	140億円
年間構成比	18.3%	16.30%	16.0%	18.8%	15.4%	17.9%
春対秋比率	53%	47.0%	46.0%	54.0%	46.2%	53.8%

一般社団法人 日本オーディオ協会

15

(日本オーディオ協会事業計画発表資料より)

2 顧客ターゲットの変更：

ポートフォリオ分析から言えることは“第4象限”に未実現領域が多いことと成長性が高いことが推測されます。オーディオ協会のこれまでの顧客の年齢構成分析から、開発の必要な顧客層は、圧倒的に構成比の低い「若年層と女性層」であるといえます。「購買力のある男女若年層」開発を促し、そこに従来の顧客層を加えることで消費構造の連続性を求めようという考えです。当然、これを実現するためには現在顕在化していないオーディオファンを創造するしかありません。このターゲットは“幅広い音楽ファン”を集客することによりオーディオファンに顕在化させようというものです。勿論、従来のマニア層もしっかりとフォローしていきます。

3 開催場所の変更：

開催場所はイベントにおいては重要な要素となります。これまでは主催者側の効率化を重要な要素としてきましたが、逆に展示会の当初の目的と目標からは遠ざかっていたのが現実であったと反省しています。今回は“お客様の利便性と立ち寄り感”を大切にしました。会場そのものは主催者として決して満足できるものではありません。日本では真にお客様にとって良いイベント会場は無いと言っても過言ではありません。すべてが会場側の論理で企画されたり、運営されています。デメリットは理解した上で内容をもってカバーしようと考えています。

4 内容の変更：

以上の変更をした上で成功させるためには、変更に対応しい内容を“ストーリー性”をもって提案しなければなりません。これまでのハードオンリーの展示会ではなく、「自分好みのリスニングスタイルを探す旅」を体験して頂けるレイアウトと展示をします。具体的にはスマートホンからカー、ホームオーディオに至る切れ目のない提案展示をします。さらに技術セミナー、試聴会、ライブなど盛りだくさんのプログラムを用意しました。その取り組みの一環として、今回はB-1ロビーをメインギャラリーとして「ストリーミング事業社」、「ハイレゾ配信事業社」の方々に一堂に出展頂き、最新ハードとの体験コラボレーションの場を創っています。また、「OTOTEN大使」によるライブやスペシャルコンサートの開催と共に OTOTEN 大使の皆様にも「オーディオ生活」の楽しさを語ってもらいます。

以上、新しい展示会「OTOTEN2017」のご案内を申し上げましたが、事務局だけでは成功させられません。会員の皆様の絶大なるご支援をご期待申し上げます。

＜開催概要＞

会期：2017年5月13日（土）10時00分～19時00分

2017年5月14日（日）10時00分～17時00分

【2日間開催】

会場：東京国際フォーラム

東京都千代田区丸の内3丁目5番1号

アクセス：JR線有楽町駅より徒歩1分

主催：一般社団法人 日本オーディオ協会

出展企業・団体：91社・団体（2017年3月13日現在）

入場無料

公式ホームページ：<http://www.oto10.jp/>

会員様、オーディオ・音楽ファンなど多くの皆様を東京国際フォーラム でお待ちいたします。