

新しい年を迎えて「大きな時代の転機か」

一般社団法人日本オーディオ協会

会長 校條 亮治

皆さま、明けましておめでとうございます。これまで何回この年明けを見てきたことでしょうか。その時間も、場面も同じ日は1回としてなかったはずですし、これからも起こり得ません。それが時間であり自然であるからです。さて今年は一体どんな年になるのでしょうか。

その前に何と言っても中島 平太郎氏を想わざるを得ません。



■ 中島 平太郎氏逝く

当協会の元会長であり会友でもあった中島 平太郎さんが、去る平成 29 年 12 月 9 日（土）午後 1 時 44 分に急性心不全のために亡くなられました。享年 96 歳でしたがつい最近まで自ら立ち上げられた「NH ラボ株式会社」の講演を精力的にこなされていました。CD を世に送り出し世界普及を見届ける暇もなく、次は CDR を世に送り出すべく「株式会社スタート・ラボ」を立ち上げ、さらには「ビフレステック株式会社」の立ち上げにも関与し、最後まで顧問を務められました。こよなく良い音への追及にこだわり、音楽、良い音を愛する人たちとの交流を通じ、オーディオ人財の育成を最後まで続けられ、まさにオーディオとデジタルに人生を捧げられました。

私は今でこそ会長の立場にありますが、中島さんはとても近寄れるような方ではなく雲の上の方と思っていました。遠くでお目にかかる方と思っていましたが幸か不幸か会長になり、御挨拶後も何かとご相談にお伺いさせて頂きました。

お会いをし、お話をさせて頂いた結果はこれまでの私の想像とは全く違うものでした。大変気さくな人柄であり、一方では少年の様な方で私の稚拙な話に本当に熱心に耳を傾けて頂きました。印象に残った話は「ヘッドホンの頭外定位への取り組み」、「音場の重要性」とそれに対して同感の意を頂いたこと、そして何とんでも「CD 時代の次」を問われたことでしょうか。

自ら CD を生み出しながら、その次をお考えであったことは恐ろしい探求心であると改めて思うことしきりです。また今日のスマホ時代を予測し、「パーソナルオーディオ」が主流にならざるを得ないとまで言い切っておられましたことは全くその通りになってしまいました。

しかし、一方で音のクオリティーを追求する立場から 1/f の揺らぎを提起研究し、黄金率の「卵型スピーカー」の開発を行い、試聴用に三菱電機のダイヤトーン「2S-305」が会社においてあった、このギャップの大きさに驚いたり吹き出したりとなんとも不思議な方であると思ったりしました。協会創立 60 周年では「日本オーディオ協会栄誉賞」を贈呈し、長年のご活躍とご労苦に報いましたが返礼でいたずら少年のような目で早く「CD の次」の答えを出せと宿題を出されたことが昨日のように思い出されます。まだまだご指導を頂かねばならない状況ですが、何とか「次世代オーディオ」として「ハイレゾ・オーディオ」の世界スタンダード化が中島さんへの最後のご報告としてできたことは喜んで頂けたと自負するところです。

中島さん、本当に長い間のご指導を頂き有難う御座いました。天国で良い音楽を良い音で思う存分に奥様とお二人で楽しんでください。



「日本オーディオ協会栄誉賞」授与式での中島 平太郎氏

■ 時代の転機

今、世界の最先端ではこれから起きることすら予測が出来る時代が来たと言ってはばかりません。それはビッグデータ、IoT、AI に代表される時代であると言えます。確かに、デジタル技術や関連技術の進化により、私たちを取り巻く状況は予想ができない早いスピードで変化をしています。技術が生活慣習を変え、ビジネスモデルや働き方をも大きく変えるであろうことは容易に察しがつきます。私達人間にとって労苦が伴う仕事、危険や困難な仕事をロボットなどに置き換え生産性を上げることがこれまでの有り様でした。これからは、そればかりか私達人間が考えるべきこと、創造することすら置き変わる可能性を示唆しています。

■ 次世代に必要なこと

時代は大きく変わろうとしています。そして国内ではこれまで何度も指摘したように「少子高齢化」の結果、所謂「労働生産年齢（15歳～64歳）人口比率」が大きく減少します。総務省発表の「平成26年版我が国の労働人口」によれば、労働生産年齢人口は2015年（7682万人）が2045年には（5353万人）と▲2329万人（2015年比30.3%）の減少予測となっています。これだけ生産年齢層の減少があつて国内総生産であるGDPが減らない方がおかしいと考えます。しかし政府は減るどころか増やすと言っています。そして今頃になって働き方改革やら教育費無償化等と言い出していますが今更の感があります。これまで歴史上国民が減少して栄えた国は有りません。これには異論もあつて「産業革命」だとか「イノベーション」があれば栄えるという学者の論がある事も事実ですが、過度に発達した資本主義経済下においては残念ながら今日までそ

の結果は出ていません。また、「栄える」ことの定義が必要です。政府はこれまで「女性と高齢者の活躍」が重要と言ってきましたが今日の政策と裏腹の感もあります。

では、本当に次世代に必要なことは何でしょうか。「イノベーション」というなら何をイノベーションするかを明確にしなければなりません。「イノベーション」というと単純にサービス業の労働生産性を上げれば良い、との指摘がありますが下手をすれば顧客満足度を落とせば上がるという間違った方向になりかねません。もう一つは人材育成ではないでしょうか。それは教育費無償論とは違います。教育と言ってもどのような人材が必要か明確にしていなければなりません。

さらに重要なことは発想の転換が必要であることです。GDP 総額を増やすことよりも一人当たりの労働生産性を増やすと言うなら明確です。この様に本来あるべき姿が提起されないまま今日を迎えているように思われます。

■ 次世代の協会に必要なこと

次世代協会運営に必要なことは、第一に次世代のオーディオ市場の行く末と現在を冷静に見る目を養うことです。広範な技術進化の行方、若者を中心とした生活スタイル変化の行方、氾濫する情報から本物を見極める力、真に顧客が望むモノは何かを探る「顧客インサイト」の力等マーケティング力を高める必要があります。マーケティング無しに先進市場の取り込みはあり得ません。第二は戦略性の磨きこみです。これは協会が「すべきこと、できること」の選択をすることです。そして協会資源は有限です。「捨てる力」を持つことも重要です。今すべきこと、将来絶対に必要なことへの柔軟な対応力です。これらを整理すると、第一は人材の育成ではないかと思えます。この時の人材育成では「市場啓発」を含みます。そして第二は会員企業の奮起一番、独自性の強い商品を市場に送り出す力です。この二つは協会執行部を含む会員企業の経営者の大きな責任と思われます。さて我々は来期にはどこまで迫れますか。スマートスピーカーなどはオーディオでは無いなどと言っているのは世界のスピードにはついていけません。一方で慎重に考えねばならない時が時代の転機の宿命でもあります。特に技術と自然、倫理の関係、そして価値観の問題です。

■ 技術は自然を超えられるか、超えてよいか

報道によれば米国マッキンゼー社は 2025 年までに世界で 1 億人以上のホワイトカラーの仕事を自動化ソフトと言われる一種のロボットが代替すると予測しています。ビッグデータの分析活用によっては人間が考えるよりはるかに的確に次なる行動を予測してくれるかもしれません。個人的には受け入れ難いのですがクローン人間を生み出す事すら、いとわなくなってしまうのでしょうか。そして「感性価値」の代表でもある作曲や作詞などもいとも簡単にヒット曲を提供してくれるかもしれません。

■ 感性価値と不確実性の重要性

オーディオ業界も次世代オーディオとして「ハイレゾ・オーディオ」を導入して早 3 年が過ぎ、お陰様でスタンダードになりました。しかし、理念である「録音と再生のあくなき追求」はまだ道半ばと言わざるを得ません。いや逆に「感性価値」は劣化しているかもしれません。私は不確

実性があるからこそ「感性価値」は磨かれるのではないかと思います。やはり越えられない壁と超えてはいけない倫理と理念があるからこそ「夢と感動」があるのではと思う年頭です。

中島 平太郎さんや先輩諸氏が追いつけたものは何であつたろうかに想いを馳せながら、今年も「夢と感動」に向かって臨みたいと思います。

どうぞ皆様の温かい叱咤とご支援をお願いして年頭のご挨拶とさせていただきます。