

OTOTEN 2019 カーオーディオ体験コーナー報告

日本オーディオ協会 カーオーディオ専門委員会

嶋宮 英昭 (株式会社 JVC ケンウッド)

概要： OTOTEN2019 において、B1F ロビーギャラリーに設けられた「カーオーディオ体験コーナー」の概要、および来場者の反応について紹介する。

ABSTRACT： At the OTOTEN 2019, we will introduce the outline of the "Car Audio Experience Corner" provided in the B1F lobby gallery and the reaction of visitors.

1. はじめに

去る6月末の週末2日間、「OTOTEN2019」が開催されたことは記憶に新しい。東京国際フォーラムに会場を移して今回で3回目となる本イベントであるが、今年も会場エントランスに当たるガラス棟B1Fのロビーギャラリーでは車載AVシステムを展開するメーカー4社による「カーオーディオ体験コーナー」が設けられ、各社それぞれ趣向を凝らしたデモンストレーションにより、「CAR シーンを通じたオーディオの楽しさ」を多くの来場者へご体感いただいた。

今回は各社カーオーディオ体験ブースの展示内容、および来場者(体験者)の反応について、出展各社の運営担当者からの所感を交えて紹介させていただく。

2. 詳細

開催期間中は2日間ともに生憎の雨模様。ニュースで大雨警報も囁かれる天候に客足への不安が過ぎたが、幸いにも集客への影響は少なく、両日共に朝からまずまずの出足。開場早々から各社デモカーには順番待ちの来場者が集まり始めた。

今回「カーオーディオ体験コーナー」への出展企業は、アルパイン株式会社、株式会社 JVC ケンウッド、ハーマンインターナショナル株式会社、三菱電機株式会社 (五十音順)の4社で、各社とも入念にサウンドチューニングを施したデモカーを持ち込み、カーオーディオならではの魅力と言える「高品位なサウンド空間」を来場者に存分にご体験いただいた。



OTOTEN と言えばホームオーディオの祭典と言うイメージを抱かれる方が未だ多いように想像されるが、ユーザーの生活スタイルが多様化する昨今、カーオーディオも多彩なリスニング性能と拡張性を備えたエンターテインメントコンソールとしてオーディオリスニングの魅力をも十二分に体感できるカテゴリーである。また車室内は「大音量で気ままに音楽に浸れる」今や貴重な非日常空間であり、加えて高音質の代名詞となりつつあるハイレゾ音源への対応や、

各社独自の思想による音響設計や拡張性など、ユーザーの多様な嗜好に応える選択肢の広がり
は、多くのカーオーディオ未体験ユーザーにとって非常に魅力的に映るのではないだろうか。
しかしながら、この各社渾身の「突き詰めたサウンド」と「エンタテインメント性」を実体験
する機会は残念ながら限られる。このメーカー共通の課題に応え、実体験を通じて魅力を伝える
事が本イベントの意義であり本懐と言えよう。

では今回、ブース来場者にはカーオーディオの魅力はどの様に映ったのだろうか？
各社ブースにてヒアリングを行った結果、来場者には下記のような傾向が見受けられた。

Q	A
例年に比べて集客の状況は？	例年並み（2社）～多い（2社）
来場者の男女比は？	多少の差はあるが平均値は8：2で男性が圧倒的。 ※女性客のほとんどはカップル、夫婦
メインの客層（世代）は？	40-50代：男性
興味・関心の中心は？	各社それぞれの高音質体験（各ブランドファン多し） 車内でのストリーミング再生（メディア対応、多様性） 関連 OP（ドライブレコーダー、カメラ連携など）

各社の声を総合すると、高音質オーディオというカテゴリーに合致する形で、全体としては40
～50代の男性が客層のメインであり、デモカー試聴を希望するお客様の大半は「音が良いか」
の見定め…という視点は共通。且つ、各社多少の差はあるが各ブランドには固定ファンがつい
ており、お目当てのブランド1社決め打ちでの試聴客も多く見受けられた。

なお、弊社（KENWOOD）デモカー試聴客にヒアリングした範囲では、弊社のみ試聴：各社
聴きまわり=4：6程度の比率との事であり、約半数が目当てのブランドのみの試聴に留まって
おり、残念ながらメーカーによる音場表現（世界観）の比較を自由に楽しんで頂くまでには至
っていないように思える。また客層の殆どがミドルエイジの男性であり、若年層／女性層への
アプローチによる客層の拡大がカーオーディオ活性化への課題と言え、いみじくも OTOTEN
全体の課題とリンクする傾向となった。

とはいえ、試聴された方の殆どは各社ハイエンドモデルが奏でるサウンド空間に満足されてい
たようであり、カーオーディオの魅力を実験いただくという目的は、十分果たしたとを感じる。

さらに各社のブースはそれぞれの運営スタイルにより個性が現れており、来場者の反応も多様
であった。以下に出展メーカー各社からのブースレポートを紹介するので、ご覧いただきたい。
（記載は五十音順）

■アルパイン株式会社（ALPINE）

車種専用ナビと、新製品である車種専用リフトアップ 3way スピーカーをインストールした

デモカー（トヨタ・アルファード）展示を行い、カーオーディオ、ハイレゾに関心を持つ 10代から 80 代の多くのお客様にご来場頂きました。

試聴中のご要望に応えられる様、MP3 からハイレゾまで試聴用音源を用意、一回あたりの試聴時間が長めとなりましたが、お客様に十分に試聴頂きました。イグニッションキー操作時にアクティブトップカバーが静かにリフトアップするモーション、ブルーLED のライティングによって高級感を演出するツイーターユニットが好評で、高音質パワーIC 搭載ナビとの組み合わせにより、定位と拡がりおよび低音を感じるサウンドを体感頂きました。

また、試聴頂いたお客様からは当社およびカーオーディオの良い音への期待・要望の声が多く寄せられ、今後の課題となりました。

＜デモカーシステム構成＞ トヨタ：アルファード

- ・メインユニット：「EX11Z-AL」
- ・スピーカー：「X3-710S-LUP-AV」



■株式会社 JVC ケンウッド (KENWOOD)

ハイレゾ音源の再生に加え、高画質なハイビジョン映像に対応した「彩速ナビ」TYPE M とリアモニターを搭載したデモカーでは、アーティストのライブ映像を中心に試聴いただきました。車室内ながら、“音に加え映像も HD 化”されたデモカーでの臨場感に大変満足していただき、開催期間中はデモカー試聴の希望者が途切れることは有りませんでした。

また、首にかけて様々なシーンでスマートフォンの音楽をワイヤレスで楽しめる、話題のウェアラブルワイヤレススピーカーも展示。運転中の着信通話は勿論、サイクリングや家事など多様なシーンでの用途提案が好評で、多くの来場者から新たなリスニングスタイルに共感の声を多数いただきました。加えて、社会問題ともいえる“あおり運転”への対応としてドライブレコーダーも併設展示。旬な話題性から、こちらも注目を浴びていました。

弊社では今回、「音」だけでなくカーアクセサリを含めた「カーライフトータル」での訴求が好評で、例年以上の来場者にお立ち寄り頂けたと感じています。

＜デモカーシステム構成＞ トヨタ：NOAH

- ・メインユニット：KENWOOD 「MDV-M906HDL」
- ・カスタムフィットスピーカー「KFC-US1703」

- ・パワーアンプ「XH401-4」 ・チューンアップ・サブウーファー「KSC-SW40」
- ・ドライブレコーダー「DRV-MN940」「DRV-MR740」 ・リアモニター：「LZ-1000」

<その他展示>

- ・ウェアラブル ワイヤレススピーカー「CAX-NS1BT」、カーアクセサリ等

※試聴者数：デモカー体験者：約 200 名 / ウェアラブルスピーカー体験者：約 300 名



■ハーマンインターナショナル株式会社 (JBL)

昨年に続いての出展となりました。昨年はマークレビンソン搭載のレクサスによるデモカーであったが、今年はJBL 市販カーオーディオ搭載したデモカーを展示した。

開催期間の2日間ともあいにく雨模様であったが、カーオーディオコーナーはオープンからクローズまで多くのお客様で溢れ、大盛況であった。

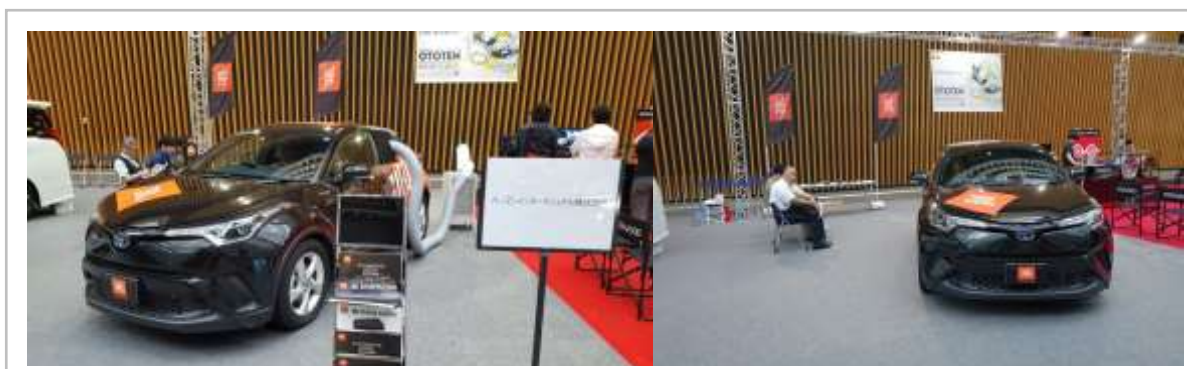
弊社デモカーはフロント3ウエイスピーカー、リア2ウエイスピーカーに加えてサブウーファーに、さらに4チャンネルの外部アンプによる構成。ご試聴頂いたお客様はJBLカーオーディオ製品の存在を初めて知る方、購入検討されていて実際に音を聴きにいられた方など様々であったが、その中でも家族連れや女性のみの方など、これまでとは違った客層の方々にも弊社製品を知って頂く良い機会となった。

ご試聴後のお客様の反応は概ね良好である一方、試聴待ち時間の対応、或いはデモンストレーション方法など反省点もあり、次回に活かしたいと思う。

<デモカーシステム構成> トヨタ：C-HR

- ・メインユニット：DIATONE「NR-MZ200」
- ・アンプ：JBL「CLUB704」
- ・スピーカー：JBL「STADIUM GTO600C, GTO20M, GTO620, BASSPRO MICRO」

※試聴者数：2日間合計：180名



■三菱電機株式会社 (DIATONE)

あいにく小雨交じりの2日間であったが、両日ともオープンから終了時までほぼ弊社デモカー一試聴希望の列が途絶えることはなく、盛況に終わった。

試聴待ちや試聴時にお客様と会話をする機会が多々あったが、ブース来場者は「(ホームオーディオの) DIATONE スピーカーの頃からファンだよ」「ずっと DIATONE サウンドナビを使っているよ」というヘビーユーザーから、「ちょっと聴いてみたくて」といったライトユーザーまで幅広く、音マニアだけでなく一般の方にも弊社製品の良さを知って頂けた貴重な機会となった。弊社への評価は総じて好意的で、弊社の「音」に対する高評価を裏付けるコメントも聞かれた。著名なカーオーディオ評論家の方々にも試聴していただき、評価は高かった。

当イベントは、一度に多くの方々に弊社製品の「音」を体感頂け、対ユーザー及び業界内での評価を高められる数少ない場として、今後も活用できればと考えている。

<デモカーシステム構成①> メルセデスベンツ：A180sports

・メインユニット：DIATONE「NR-MZ300PREMI」 ・スピーカー：「DS-SA1000、SW-G50」

<デモカーシステム構成②> トヨタ：プリウス

・メインユニット：DIATONE「NR-MZ300PREMI」 ・スピーカー：純正6スピーカー

※試聴者数：2日間(2台)合計：504組/649名(※昨年：452組/530名 昨年比約1.2倍)



3. まとめ

東京国際フォーラムのB1フロアはJR東京駅へ繋がる連絡通路を共有しており、OTOTEN来場者以外の方も数多くブース前を横切っていく。試聴を終えて満足気にデモカーを後にする男性に会釈をしつつも、ブースを気にしながらユックリ通り過ぎてゆく家族連れが立ち止まらない理由を考えてしまう。私見ではあるが、このオープンスペースという地の利を活かし、気軽に“オーディオの楽しさ”に触れていただけるアトラクション的要素をブースに付加できれば、このエリアがOTOTENのエントランスとしても機能する可能性を感じた。

■執筆者プロフィール

嶋宮 英昭 (しまみや ひであき)：1963年生まれ

1989年、日本ビクター株式会社(現JVCケンウッド)入社。広報・宣伝部門にてコミュニケーション戦略の立案、展示会/プロモーション実務などに従事後、2014年より現職。