



平成 29 年度 日本オーディオ協会賞

日本オーディオ協会は 1986 年“日本オーディオ協会賞”を創設しました。この賞の趣意は「技術進化の早い電子機器において、五年毎にオーディオ技術の開発、及び実用化に大いに貢献した個人、または組織の顕彰を行う」としています。創立 65 周年の今年選考委員会による検討の結果下記の組織を顕彰することに致します。

選考委員 豊島政實（現諮問委員：学識者、音場、録音・映像技術）
山崎芳男（現諮問委員：学識者、デジタル・伝送技術）
森 芳久（現諮問委員：音の日委員長）
君塚雅憲（現理事：JAS ジャーナル編集長）
校條亮治（現会長：経営全般、マーケティング）
事務局：照井和彦（現協会事務局長：回路技術）

<経営戦略関係部門>

1、 ブランド復活と市場活性化の推進

<パナソニック株式会社 アプライアンス社 ホームエンターテインメント事業部>

昨今の厳しいオーディオ市場環境の中、往年のブランド‘テクニクス’を6年ぶりに復活させ高級オーディオへの再参入を 2014 年 9 月に発表しました。責任者である小川理子氏を先頭に市場の活性化とブランド認知活動に邁進し「Visionary（先進）」、「Refined（洗練）」、「Trusted（信頼）」をバリューとして、これに相応しい最新のデジタル技術を駆使した商品を開発し発表発売しています。

2、 CI とブランド戦略による市場活性化

<株式会社 JVC ケンウッド>

株式会社ケンウッドの創立 70 周年と日本ビクター株式会社の創立 90 周年を期しコーポレートブランド「JVCKENWOOD」グローバル企業を目指しました。中でも日本ビクターが掲げていた「革新の歴史の音と映像への探求心で時代を創る」を合言葉に、CI によるブランド戦略によって「Victor」を復活させて、ヘッドホンの商品化やハイレゾ・オーディオの開発商品化にも精力的に取り組んでいます。

3、 ブランド戦略による組織を超えた事業強化

<三菱電機株式会社>

2011年3月に新素材「カーボンナノチューブ」を活用した車載用スピーカー開発発表し、併せて「ダイヤトーン」ブランドの全面展開を打ち出されました。この開発により同ブランドをカーオーディオのトップブランドとして定着させ、またテレビカテゴリーでは「音質」を製品競争軸に持ち込み、高級オーディオ市場に「ダイヤトーン」ブランドを復活させ高級スピーカーとして発表しました。

<技術部門>

1、 ハイレゾ・オーディオの提唱と推進

<ソニービデオ&サウンドプロダクツ株式会社>

CDの開発以来、積極的にデジタルオーディオの高音質化に取り組む一方で、圧縮音源を含めたフォーマット開発や配信技術においても、多くの課題に取り組んできました。また、2013年9月にホームからモバイルまで「ハイレゾ・オーディオ」を一堂に商品展開して新しいオーディオの幕開けを演出し、この時に「ハイレゾ・オーディオ」にブランド価値を与える役割を果たした「ハイレゾ・オーディオロゴ」を、その後日本オーディオ協会に譲渡し普及拡大に大きく貢献しました。

2、 「ハイレゾストリーミングサービス PrimeSeat」の開発及び運営

<株式会社インターネットイニシアティブ>

<株式会社コルグ>

<有限会社サイデラ・パラディソ>

<ソニー株式会社>

ハイレゾ・オーディオの普及推進と連動すべく、ストリーミングによるハイレゾ楽曲の配信システムを立ち上げ、2015年にはベルリン・フィルハーモニー管弦楽団の演奏会を現地から東京へ5.6MHz・DSDストリーミングでの配信を成功させました。その後もベルリン・フィルハーモニー管弦楽団演奏会や東京芸術大学のアーカイブなど様々なコンテンツをハイレゾで配信し、さらに現在では11.2MHzでの配信など積極的に展開されています。これは株式会社コルグの1Bit編集・再生ソフトウェアとソニー株式会社のDSD信号処理技術、及び株式会社インターネットイニシアティブの配信プラットフォームで構成されたものを、有限会社サイデラ・パラディソのプロデュースにより組織を超えて連携実現したものであり、ハイレゾ・オーディオ時代を象徴していると考えられます。