

# 前田浩二氏

㈱オーディオテクニカ プロオーディオ営業部アミューゼム課 マネージャー

世界的な音響機器メーカーとして展開する㈱オーディオテクニカ。とくにマイクロフォンに代表される同社の音響関連機器は、世界中のオーディオファン、音楽ファンから高い評価を得ている。プロオーディオ営業部アミューゼム課は、そうしたオーディオメーカーとしての卓越した開発ノウハウを、アミューズメント分野で活用すべく1993年に設立された。同課の立ち上げとともに歩んできたマネージャー・前田浩二氏に、レジャーホテルにおける音響・映像アイテムの可能性について伺った。



## 『高音質』はホテルの付加価値アイテムの一つになり得ると思います

### ■会社概要

会社名/㈱オーディオテクニカ  
部署名/プロオーディオ営業部アミューゼム課  
住所/東京都文京区湯島1-8-3 テクニカハウス  
会社設立/1962年4月17日  
代表者/松下和雄  
URL/http://www.audio-technica.co.jp/

1983年、大阪商業大学卒業、㈱オーディオテクニカ入社。10年間のコンシューマー営業を経た後、1993年にPRO営業部アミューゼム課立上げとともに歩む。2005年大阪営業所より東京営業本部へ異動。マネージャー就任。現在に至る。カラオケ業界における主力の赤外線コードレスマイクの国内シェア率はトップを誇り、性能、品質、アフターフォローと市場からの信頼も厚い。コーポレート・ステートメントである「always listening」を実践し、お客様の声、現場の声に耳を傾けることを信条とする。

### カラオケ用のマイクで業界参入オーディオメーカーならではの提案を

—まずは、レジャーホテル業界参入の経緯からお聞かせください。

**前田** 当社は、音響機器メーカーとして、国内外で展開している企業であり、とくにマイクロフォンは、オリンピックやグラミー賞など、数多くの世界的イベントで採用をいただくなど、高い評価を得ております。

そうしたなか、私が所属する「アミューゼム課」は、アミューズメント分野での市場拡大を目的に1993年に新設されました。

「アミューズ（娯楽）」と「ゼム（彼ら、彼女ら）」を掛け合わせた造語で、多くの人々にアミューズメントを提供する商品開発・提案を目的としており、「オーディオメーカーとして、これまで着手していなかった新しい分野の開拓」という方針を掲げていました。

当時はカラオケ業界が急成長を続けていた時代で、カラオケ施設への導入が主でしたが、その一方で、さまざまなレジャー・飲食業界への展開も目指し、そうした新しい分野の一つとしてレジャーホテル業界があったわけです。

—業界参入のきっかけとしては。

**前田** 設備業者さまからの紹介で、ホテル客室のカラオケ機器用のマイクロフォンを提案させていただいたのが最初です。レジャーホテルでカラオケを楽しまれるお客さまがおられるということで、「こういう需要もあるのか」という新鮮な驚きがありました。

レジャーホテルの客室は“非日常空間”として最先端の多彩な遊びのアイテムが搭載されています。そうした視点から、当社としても、マイクロフォンだけでなく、スピーカー、照明機器などさまざまな提案をさせていただきました。

—レジャーホテルならではの商品提案としては。

**前田** マイクロフォンでいえば、赤外線式のワイヤレスマイクロフォンがあります。大規模のレジャーホテルで全室にカラオケ機器を設置する場合、電波式ワイヤレスマイクロフォンだと混信の問題が発生してしまうため、以前はワイヤード式が主流でした。ただ、ワイヤード式の場合はケーブルを片付けるのが面倒です。とくにレジャーホテルは、限られた時間内でルームメイクをしなければなりません。そこで、混信の心配もなく取り扱っても便利なアイテムとして、赤外線ワイヤレスを提案させていただきました。

当初は「部屋置きだと盗難にあうのでは」といった懸念の声も聞かれたのですが、実際に導入してみるとそうしたケースはほとんどなく、清掃業務が簡略化できるということで現場のスタッフの方々からも好評をいただきました。

—音響機器以外のアイテムとしては。

**前田** 「LEDミュージックライト」があります。音楽に合わせて光源が回転し色が変化する、いわゆる「ミラーボール」をイメージしたものです。もともとはカラオケ施設の演出アイテムとして商品化したものですが、安価で施工も簡単なことから、多くのレジャーホテルでも導入



世界的な音響機器メーカーとしての開発ノウハウをもとに、レジャーホテルの客室空間にマッチした多彩な音響アイテムを提供

いただいております。

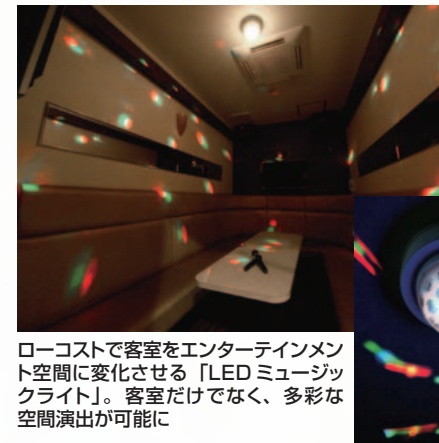
音に反応するセンサーを搭載しているのですが、ライン入力でも外部マイクでも対応できるので、室内の有線放送と連動させるケースが多いです。演歌調、ロック調など、曲の雰囲気に合わせて20パターンモードが選べるほか、赤や青などの単色のままで維持することで普通の照明機器としても活用できます。

少し変わった導入例として、ホテルの駐車場に設置していただいたケースもあります。車の動線に即して配置して、車の走行音に反応して光らせることで、誘導灯としての機能とともに、「ウェルカム演出」になっています。

最新モデルは初期モデルと比べてLEDの光量が大幅にアップしており、屋外などさまざまなシーンでの活用が可能になっています。

### ▶ 高音質の音響機器を備えた「高音質ルーム」が差別化につながる

—マイクロフォンの品質によって音質の差は大きく変化するものですか。



ローコストで客室をエンターテインメント空間に変化させる「LEDミュージックライト」。客室だけでなく、多彩な空間演出が可能に

**前田** かなり違います。たとえばコンデンサーマイクを使うと、レコーディングスタジオと同レベルの音質を得ることができます。そのためカラオケ施設に対しては、近年普及しつつある“ひとりカラオケ需要”に対応すべく、ヘッドホンカラオケとコンデンサーマイクロフォンを組み合わせた提案なども行なっているところです。

当社はそもそもオーディオ専門メーカーですから、マイクロフォンだけでなくスピーカー、オーディオアンプなどに関しても、非常にクオリティの高い商品をご提案することができます。

—レジャーホテルでもこれまで、「シアタールーム」など、5.1chサラウンドシステムをはじめ、高音質のアピールということも行なわれてきました。

**前田** レジャーホテルのデザイン・演出においては、デザインを最優先し、スピーカー類を埋込み型にして目に触れないようにするという手法がみられます。ただ、逆の発想として、「高音質ルーム」というコンセプトのもとに、質の高い音



ホテルの差別化アイテムとして“高音質”を提案する「ヘッドホンカラオケシステム」

響機器を、隠すのではなく、あえて見せるという考え方もあるはず。—「高音質」を差別化として活用するという考え方でですね。

**前田** 近年はデジタルオーディオプレーヤーが普及しており、カラオケ施設でもお客さまが自分で持ち込んだデジタルオーディオプレーヤーを接続して、楽曲を聴くという楽しみ方もみられます。カラオケを歌うだけでなく、“質の高い音響を楽しむ”という、いわば「オーディオルーム」といった発想です。

レジャーホテルにおいても、カップル利用のほか、いわゆる女子会などの利用もふえていると聞いています。カラオケだけでなく、室内で過ごす際のBGMを重要視するお客さまも少なくないでしょうし、自ら持参したオーディオプレーヤーを接続して、いい環境で聴きたいという需要も確実にあるはず。そういう意味でも、「高音質」はレジャーホテルの付加価値アイテムの一つになり得ると思います。

当社は、マイクロフォン、オーディオ



レジャーホテルの客室空間に最適なデザイン性に富んだオリジナルスピーカー

アンプ、スピーカー一式を、ルーム環境に合わせた最適なかたちでご提案できます。導入コストも、クロス張替えといった“リフレッシュ”レベルでの対応が可能です。

—レジャーホテル業界に向けた今後の展開としては。

**前田** 現状ではマイクロフォンの設置がメインとなっていますが、今後はオーディオメーカーとして培ったノウハウと、業界でのこれまでの実績をもとに、音と光の両面で周辺機器の開発に注力していきたいと考えております。

“非日常空間”という視点に立てば、まだまだ訴求力の高い商品開発は可能であり、それこそがメーカーとしての当社の使命だと認識しています。

—本日はありがとうございました。