

常識をくつがえすオーディオ理論で世界へ羽ばたく 株式会社タイムドメイン

今回は、新しい理論と技術でありのままの音を引き出すオーディオシステムを開発されている株式会社タイムドメインの由井啓之氏にお話を伺いました。



代表取締役社長 由井 啓之 氏

新しい理論を生かすために創業

私は以前、音響機器メーカーでオーディオの研究をしていました。いろいろ研究を進めていくうちに自分なりに新しい理論をたて、それが後に「タイムドメイン理論」となったのですが、その理論を証明していくうちに、従来のスピーカーとはまったく違うスピーカーができたのです。

このスピーカーは商品化され、オーディオの専門家間で評判を呼びました。海外からも注目され、フランスのオーディオ大会ではグランプリを受賞し、「早すぎたスピーカー」という評価を受けました。それは当時、このスピーカーに匹敵する性能をもつアンプもプレイヤーもなく、真価を発揮することができなかつたからです。

私は自分の理論に確信をもちながら、研究を続けていきました。しかし、会社に所属したままでは、いつ完成するかわからない、利益が出るかわからない研究を続けることができません。そこで、1996年に独立して、新しい理論をもとにしたオーディオの開発をめざしました。

そして2000年、チューブ型スピーカーの「Yoshii9」の発売を始めました。さらに2001年にはアンプ内蔵型スピーカーの「TIMEDOMAIN mini」を発売。21世紀には従来の発想でつくられたオーディオは古くて使えないという

のが私の持論でしたが、性能の高い再生機器が普及したことも、「タイムドメイン理論」によるオーディオの進展を後押ししてくれました。

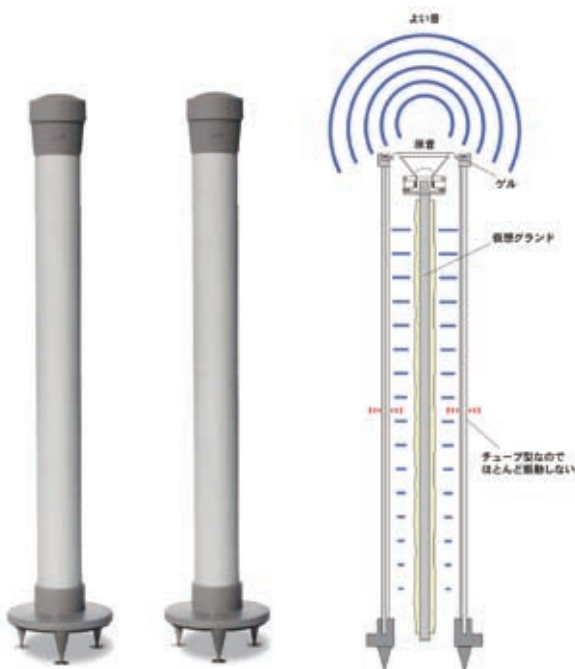
音源を100%引き出す「タイムドメイン理論」

私が「タイムドメイン理論」を生み出したきっかけは、オーディオの研究をしているときに出会ったさまざまな疑問でした。こうすれば音がよくなるはずなのに、どうしてもうまくいかないことが多い。私はオーディオの専門書に書いてある「常識」が間違っているのではないかと考えました。それから試行錯誤を積み重ねていき、従来の理論の間違っている点を確認していきました。

簡単に、「タイムドメイン理論」について説明しますと、今までのオーディオの理論では周波数を再生しようと考えます。それに対して「タイムドメイン理論」は時間領域で考えます。従来のスピーカーはアンプからの信号を低音、中音、高音の各周波数にわけていきましたが、「タイムドメイン理論」では音をインパルスの集合として時間を重視するのです。「タイムドメイン理論」によるオーディオはいたってシンプルな構造をしています。従来のオーディオのように複雑に音源を加工するのではなく、音源を録音されたまま引き出すことができるのです。

小型化によって購買層も性能も広がる

2001年に「TIMEDOMAIN mini」を発売しましたが、4年後の2005年には、さらに小さくした「TIMEDOMAIN light」を発売しました。テーブルの上で手軽に使い、テレビなどのAV機器にもつなげる置き場所を選ばないスピーカーです。もともとコンピュータにつなげられるスピーカーとして開発したのですが、そのサイズと音の良さから、



チューブ型スピーカー「Yoshii9」とその概念図



TIMEDOMAIN light

大変高い評価をいただき、ホテルの客室にも採用されました。

「TIMEDOMAIN light」の発売は、女性のお客様の増加にもつながりました。女性は本能的に不自然な音を排除するので、高価なオーディオ装置の飾り立てたような音は好きではありません。また、女性は男性のように小さいスピーカーだから低音が出ないという

オーディオの「常識」を気にしないため、実際に音を聞いて「良い」と思えば、購入していただけます。

さらに、小型化することは、「タイムドメイン理論」によるオーディオの能力を引き出すことでもあるのです。当社がもっている特許は、スピーカーもアンプも構造に関するものです。極端なことをいえば、機械構造が音に関係しているのです。配線やパーツに電圧や電力が加わると応力を発生しますが、そうした応力によって音がダメージを受けてしまいます。ですから、いらぬ振動を伝えず、余分な振動をつくらないためには、小型化したほうがよいという論理になるのです。

よい音のために妥協のない製品づくり

創業以来、売上は順調ですが、2008年は大きく落ちこんでしまいました。北京オリンピックなどの影響によって、中国でつくっていた当社の製品の生産がストップしてしまっただからです。

なんとか体制を立て直して生産を再開しましたが、材料の不足など数々の問題が起こりました。特に素材となるコンデンサは同じものがなく、作り直しましたし、布のエッジも中国では織れないので、日本で同じものを織ってもらいました。

ありあわせの材料によって製品をつくれないうことはないので、それでは音が悪くなってしまいます。自分たちが心からよいと思うものしか売らないということが当社の基本姿勢なのです。

また中国では1日に1000セットを生産する体制をとっていましたが、前に生産してから何ヶ月もたってしまうと、ほとんどの従業員が変わってしまいます。そのために品質管理も難しいものがあります。しかし、こうした問題を徐々に解決しながら、よい音だけを届けたいと切に願っているのです。

市場・マーケティングの創造が課題

私はこれから、「タイムドメイン理論」の素晴らしさを大々的にアピールしていこうと考えています。今までは少し遠慮していましたが、自社の製品と他社の製品の違いについても比較して語っていくつもりです。

会社設立当初、私は5つの創造をかかげました。それは、新しい理論(タイムドメイン理論)、新しい技術(新しい音響技術)、新しい製品(自社製品およびライセンス製品)、新しい市場(音楽やオーディオに縁がなかった人たちに感動の日々を)、新しいマーケティング(朝市精神の販売、インターネット時代にも対応)の創造です。

私としては、新しい理論、新しい技術、新しい製品は創造することができたと思っていますが、新しい市場や新しいマーケティングはまだ途上です。ですから、新しい市場や新しいマーケティングが今後の大きな課題と考えています。

そして今、市場やマーケティングを創造するときにも最も有効なのがインターネットだと考えています。たとえば検索エンジンのGoogleで「タイムドメイン理論」について検索すると、2008年は10数万件だったのが、2009年は120万件になっています。この結果をうけて、ホームページを拡充するとともに、「音の郷(さと)」というメールを顧客に送信しています。

現在、販路としては自社のネット販売とエージェント数十社があります。インターネットで情報をつかみ、実際に試聴して購入をしてもらうのが、当社にとって理想的です。オーディオショップが次々閉鎖していくという状況のなかで、クチコミもふくめて、新しい売り方を自分たちで考えていくしかありません。まずは「タイムドメイン理論」の音を実際に体験してもらえるように、私自身も試聴会には積極的に出かけていくつもりです。

また、海外の展示会では、「Most Natural Sound In The World」という看板を掲げます。「タイムドメイン理論」のオーディオからは自然な音が出ることは、日本でも海外でもだんだん認められてきました。素晴らしい音の世界を広げるために、さらに研究開発に努めていきたいと思っています。

DATA

株式会社タイムドメイン
代表取締役社長 由井 啓之 氏

所在地 〒619-0237 相楽郡精華町光台1-7
けいはんなプラザラボ棟11F

創業 1996年
資本金 3800万円
従業員 5名
事業内容 電気音響機械器具製造業
TEL 0774-95-5060
FAX 0774-95-5061

【お問い合わせ先】

京都府中小企業技術センター
企画連携課 情報・デザイン担当

TEL:075-315-9506 FAX:075-315-9497
E-mail:design@mtc.pref.kyoto.lg.jp