

匠の音づくり、福井の田園から世界へ 株式会社 オーディオテクニカフクイ

地域開発調査部 研究員 小沢 恵理奈

概要

所在地 福井県越前市戸谷町87-1
代表者 代表取締役社長 松下 和雄
創業 1970（昭和45）年10月
設立 1973（昭和48）年1月
資本金 5,000万円
従業員数 210人
事業内容 電気音響機械器具製造業
URL <https://www.audio-technica.fukui.jp/>



レコードプレーヤーのカートリッジ（レコード針がついている部分）の生産から始まり、現在では音響機器を幅広く手がけ、特にヘッドホンやマイクロホンで広く知られる「オーディオテクニカ」。2026年3月期には連結売上高677億円、33年連続黒字を達成しており、長年にわたり強い収益体質を築いている。

これらの製品の開発・製造を担っているのが、福井にある生産子会社「オーディオテクニカフクイ」だ。同グループはレコードの衰退期を乗り越えて生産を継続してきたカートリッジに加え、デジタル時代に不可欠なヘッドホンやイヤホン、マイクロホンでも世界的な支持を集めている。

今回は、同社に長年勤め、中国工場の総経理を経て、現在は福井の現場を統括する常務取締役・谷下巧氏に、同社の歩みと音づくりについて話を伺った。



① 音への情熱が導いた創業と福井への展開

音楽愛好家であった故松下秀雄氏（現社長・松下和雄氏の父）は、少年時代に手回し蓄音機から流れる西洋音楽に深い感動を受けた。その後、ブリヂストン美術館（現・アーティゾン美術館）に勤務し、同館で長年にわたりレコードコンサートを開催。「一人でも多くの人に音楽の感動をより良い音で伝えたい」という強い思いから、高品質のカートリッジづくりを志し、1962年、東京都新宿区で、社員3名とともにオーディオテクニカを創業した。

カートリッジは当時の大ヒット商品となり、国内外の有力メーカーをしのぐ勢いで高成長を遂げる。さらにトーンアームの製造も手がけ、1970年頃には高音質ヘッドホンの開発にも着手。オーディオ業界で確固たる地位を築いていった。

オーディオテクニカフクイは、レコード全盛期の1970年、松下秀雄氏の出身地である武生市（現・越前市）に、オーディオテクニカの福井事業所（武生工場）として発足し、カートリッジやカセットデッキ用磁気ヘッドの生産を開始した。国内のオーディオ市場が急速に拡大するなか、武生工場のみでは生産が追いつかなくなり、1973年には池田工場（今立郡池田町）、さらに1983年には清水工場（丹生郡清水町（現・福井市））を新設。福井3工場体制のもと、カートリッジ、トーンアームのほか、

オーディオアクセサリにまで製造アイテムを広げていった。同社は地方の生産子会社でありながら、製造にとどまらず設計・開発も担い、オーディオテクニカ製品の世界市場への展開を支え続けている。

④ CD登場による危機下での試行錯誤

設立後しばらくは堅調に歩みを進めていたが、1982年のCD（コンパクトディスク）の登場を機に、状況は一変する。主力のカートリッジの需要は急激に落ち込み、事業の根幹が揺らぐ事態となった。

こうした市場環境の変化に対応するため、同社はデジタルデータを読み取る「光ピックアップ^{※1}事業」に参入した。しかし、当時はまだ精密なアライメント（光学調整）などの技術が確立されておらず不良率が非常に高かったため、どれだけ製造しても利益が出ない苦しい状況が続いた。

レコードの衰退と光ピックアップの不振という二重の打撃を受け、打開策として自社の技術を生かした新分野へ次々と挑戦する。金型、成形、機械加工といった基盤技術を武器に、布地を空気で吸い込んでシワを伸ばしやすくする業務用アイロン台や使用済み注射針を安全に処理する注射針溶解機、さらにはアルカリイオン整水器の部品や電子基板に用いられるショートコネクタ（端子間を短絡させる接続部品）など、多岐にわたる分野へ進出していった。

当時を振り返り、谷下常務はこう語る。「本当に何でもやりました。ありとあらゆることを。しかし、すべてうまくいかなかった」。

こうしたなかでオーディオテクニカ（本社）の経営も悪化し、借入金が増加。福井の3工場は存続の危機に直面し、撤退が検討されるほどの厳しい局面を迎えていた。

転機となったのが、1993年頃に進められた経営体制の刷新である。当時、谷下常務の上司であった清水工場の工場長が、「私に任せてもらえれば立て直します」と当時の松下秀雄社長に進言。社長はこれを受けて「君に任せる」と応じ、事業の立て直しを託した。

新体制のもと、当時の取締役や管理職層の退任と、不採算部門の整理を断行した。同時に工場の統廃合による効率化や、カートリッジなど高付加価値製品への経営資源の集中を進めた結果、約1年という短期間で収支は劇的に改善し、再生への道が切り開か

れることとなった。

⑤ 光ピックアップ事業への再挑戦

その後、同社はさらなるコスト削減と生産体制の強化を目指し、中国進出を決断した。進出のきっかけとなったのは、思いがけない縁だった。もともと工場長の娘の通訳活動を通じて中国人留学生と交流が深まっていた。そして中国進出を検討した際に、その父親である現地有力者に相談したことで、土地探しなどの支援を受けるに至った。中国の生産拠点は、最盛期には従業員数1万人規模にまで拡大し、カートリッジ事業の基盤を支える原動力となった。同社は現在も中国に2工場を有し、グローバルな供給体制を維持している。

この強固な事業基盤を背景に、かつて撤退を余儀なくされた「光ピックアップ事業」への再挑戦を決断した。二度目の挑戦では、自社で大規模な投資をすることなく、顧客側が開発費や金型費、設備費を負担し、材料も支給されるというリスクの低い事業モデルへと転換。再び成長軌道に乗せることに成功したのである。

その後、データ保存がクラウドへ移行したことで光ピックアップの需要は減少したものの、あらかじめ事業リスクを低減していたため、負債を抱えることなく同事業から円滑に撤退した。こうした対応には、時代の変化に応じて柔軟に事業戦略を見直す経営姿勢が表れている。

⑥ 「ヘッドホン」と「マイクロホン」が紡ぐグローバル戦略

カートリッジの精密技術を生かして、オーディオテクニカ（本社）の中核事業へと成長を遂げたのが「ヘッドホン事業」である。世界の音楽制作現場で支持を集めるスタジオモニター用から、一般消費者向けのライフスタイル製品に至るまで、幅広い市場でトップクラスのシェアを確立。オーディオテクニカをグローバル企業へと押し上げる推進力となった。

「音の出口」としてのヘッドホンやイヤホンが世界で広く支持を集めるなか、同社が「音の入口」としてカートリッジに続くもう一つの主軸へと成長させたのが「マイクロホン事業」である。オーディオテクニカ（本社）では、すでにマイクロホンの世界

※1 CDなどの光ディスクにレーザー光を当て、表面の変化を読み取り、データの記録・再生を行う装置



ハイレベルなニーズに対応するコンデンサー・マイクロホン

市場にも参入していたが、当時のワイヤレスマイクロホンは音切れなどの課題が多く、製品開発が難航していた。そこで本社から打診を受ける形で、1991年に福井でワイヤレスマイクロホンの開発・製造に着手した。

従来のワイヤレスマイクロホンは「電波」を用いるため、盗聴や混信といった課題があった。これらの問題を解決するため、同社は「赤外線」方式のコードレスマイクロホンを開発。これが功を奏し、すでに欧米で100年以上の歴史を持つ競合先がひしめくなかで、後発でありながら存在感を高める決定打となった。現在では多くのカラオケボックスや国の重要機関、大学の会議室などで、同社の赤外線コードレスマイクロホンが採用されている。

さらに、同社が強みを発揮したのが、測定データだけでは捉えきれない「人が感じる音」である。レコーディングスタジオ、コンサート、スポーツイベント、会議、カラオケ用など、それぞれで求められる音質は異なる。日本語、英語、中国語など言語によっても、マイクによって聞き取りやすさが異なるという。同社では、人間の耳と感性に評価を委ねることを重視しながら、福井での緻密な研究開発と複数のプロジェクトを通じた改良の結果、世界のプロから高い信頼を勝ち取るようになっていった。

大きな転機となったのが、1996年のアトランタオリンピックである。水中マイクロホンや超指向性マイクロホンをはじめ、多様なマイクロホンを製造できる強みが認められ、1500本以上のマイクロホンが採用された。国際的な大舞台でその技術力をアピールしたことを機に、海外市場における認知度と信頼性が一気に向上。以降のオリンピックや主要なスポーツイベントでも継続的に採用されている。2006年のトリノ冬季オリンピックからは、カーリング選手・コーチ全員に同社製のワイヤレスピンマイクが装着されるようになった。これにより、各チー

ムの戦略や方針に関する会話が世界に届けられ、競技の面白さが広く伝わるきっかけとなった。

さらに、原音に忠実でクリアな音質と高い耐久性は著名アーティストからも評価されているほか、国内最大級音楽フェス「サマーソニック」やグラミー賞授賞式などでも使用されるようになり、プロフェッショナルな現場での評価を確かなものとしていった。

一方で、国内のカラオケ市場向けマイクロホンでは、現場のトラブルに即応する「48時間以内の修理・返却体制」を徹底。さらに修理マニュアルや交換部品をあらかじめ提供し、顧客自身が即時に修理できる従来にない仕組みも構築した。初期モデルと新モデルの部品に互換性を持たせることで、長期的な使用を可能にしている点も特徴的だ。

「すべてのヒントはトラブル現場にある」という考えのもと、顧客第一主義を貫いた結果、同社のマイクロホンは国内カラオケ業界で約8割という圧倒的なシェアを占めると言われている。福井で磨かれた音響技術は、今や世界基準の品質としてグローバル市場で存在感を示している。

⑤ 地の利を生かした開発環境での音づくり

2010年、オーディオテクニカフクイは創立40周年を迎え、事業運営の効率化のために武生・池田・清水の3工場を1カ所に統合した。山や田園に囲まれ、静かで振動や電波の影響を受けにくい立地を生かし、「**田園の中の研究所**」をコンセプトとする新社屋を武生工場敷地内に建設。社屋の中央には光庭と水盤を配し、さながら美術館のような佇まいを見せる。

従来は外部に委ねていたデータ測定を自社で迅速かつ効率的に行うための設備も整えられた。取材時に案内された「無響室」は、壁や天井、床下に至るまで吸音材が施され、音の反射が極限まで抑えられ



電波暗室



音響ホール

た空間だ。機器が発する本来の音を正確に把握し、分析することができる。次に向かった「電波暗室」は、室内を電波吸収体で覆うことで、携帯電話やテレビ、ラジオなど外部からの電波を遮断し、機器自体が発する電波の測定を可能にしている。ここでは各国の電波法への適合検査も実施しており、国内屈指の設備を誇る。このほか、最大100名を収容できる「音響ホール」も備え、カートリッジやワイヤレスマイクロホンなどの音響評価を行っている。

このような優れた開発環境のもとで、世界基準の品質は支えられている。例えば主力製品であるカートリッジの製造では、顕微鏡をのぞきながら極細のコイルを緻密な手作業で巻き付け、音を耳で確かめつつ仕上げていく。熟練の職人にしかできないこの工程こそが、同社ならではの揺るぎない価値を生み出しており、今後も高度な技術の継承を図りながら製造を続けていくという。

音づくりを支える自由闊達な社風

オーディオは生活必需品ではなく、暮らしを豊かに彩る趣味的の高い製品である。その価値を理解し、こだわりを持つ人々の期待に応えるには、自由で開かれた環境と発想を育むゆとりが欠かせない。楽しみながら理想の響きを追求する同社の姿勢は、音づくりを支える見えない基盤となっている。

社内には風通しのよい関係性が築かれており、音楽好きの社員が集まる「音楽部」は社内ライブを定期的に開催するなど、自然な形で一体感が醸成されている。製品開発に関する意見交換や相談も活発で、



レコードを挟んでどこでも楽しめるレコードプレーヤー「サウンドバーガー」

自由闊達でありながら、組織としての機能が行き届いた体制が築かれている。

また、休暇の取得に関しては、田植えや稲刈りの際に取得するといった例をはじめ、家庭の事情を優先することが当然であると受け止められている。こうした自由度の高い職場環境が、「ユースエール企業^{※2}」の8年連続での認定にもつながっている。月平均の残業時間は前年度実績で4.2時間、過去3年間の離職率は約9.3%と、いずれも低い水準にある。

アナログの継承と新領域への挑戦

現在も、時代の変化に対応した製品づくりを進めている。オーディオテクニカは2025年、聴覚に関する課題解決を目指した新ブランド「audio-technica MIMIO」を立ち上げた。そのラインナップの一つである「お手元テレビ用スピーカー」は、福井の拠点が企画から設計・製造まで一貫して手掛けた製品だ。手元でクリアな音声を聴けるワイヤレス機器で、福井の技術力が結集されている。同シリーズは高い評価を受けており、販売も好調だ。大手企業の参入により競争が激化するなか、さらなる事業拡大を目指している。

そしてもう一つ、福井が研究開発を手がけ、今後の成長分野として注力しているのが「ワイヤレス軟骨伝導ヘッドホン」である。「軟骨伝導」という聴覚経路を応用し、2022年に商

品化したもので、一般向けのワイヤレス軟骨伝導ヘッドホンとしては世界初とされる。耳をふさがないという特徴が「ながら聴き」需要の高まりに合致し、販売開始以来ロングセラーとなるなど、大きな注目を集めている。

同社は、カートリッジなどこれまで培ってきたアナログ製品の価値を大切に守り、生産を継続していく一方で、時代に応じた新たな製品や分野にも柔軟に取り組んでいく。アナログとデジタル双方の強みを併せ持つ福井発の技術を基盤に、その価値を世界市場でさらに高めていくことが期待される。

※2 若者の採用や育成に力を入れ、離職率や残業時間などの雇用管理状況が優良であるとして厚生労働大臣から認定を受けた中小企業