

戦後、日本の電気製品は世界の人々を豊かにしてきた（テレビ、ステレオ、ラジカセ、ビデオ、ビデオカメラ等）。70年代から90年代までのアナログ時代、世界の市場をリードしていた日本のオーディオ業界は21世紀のデジタル・インターネット時代に入って、その姿を消してきた。

1995年、パソコンのウィンドウズ95始まる。モバイルIT社会と共にリチウムイオン電池の普及加速。日本は20世紀後半に始まったデジタル、コンピューターによる第三次産業革命に後れをとった。

原因は時代の流れ、デジタル化による消費者の動向変化についていけなかったから。

かつてのオーディオメーカー大手は日本ビクター、コロムビアの2老舗、トリオ・パイオニア・山水のご三家、オンキョウ、アイワ・・・などが続いた。

2022年現在、一部上場企業として残っているのは日本ビクターとトリオケンウッドが合体したJVCケンウッド一社のみ、他社は皆、姿を消した。ソニーはオーディオだけでなくゲーム・パソコン・スマホ・保険など取り扱い巨大企業に躍進中。

「ONKYO」（1946年大阪で創業）が2022年5月13日倒産。近年、携帯電話でイヤホンで音楽を聴くことが定着し、据え置き型のオーディオ機器の需要が低迷するなか、新型コロナウイルスや半導体不足の影響を受け、事業継続を断念。

2015年には「パイオニア」のオーディオ部門などを統合し、売上も過去最高の約640億円となったが、2021年に2年連続の債務超過で上場廃止になるなど経営不振が続いていた。

1990年代から急速に進んだデジタル化、アナログの世界からデジタル社会への移行、機器がパソコンや携帯電話（アナログ・デジタル）に動き、消費者の行動形態は大きく変化していった。

特にアイホンの出現が、音楽の聴き方を大きく変えていった。スマホが3G、4Gへと進化し、カメラ・ビデオ機能が取り込まれ、音楽は好きな時に好きな曲が自由に聞かれるようになった。

マニアック化された高級音響コンポで音だけ聴くよりも、手軽にスマホでイヤホンで聞く若者が急増した。

更に消費者の趣向が多様化し、マニアック化された高級音響コンポで音だけ聴くよりも、感動出来るものが他に沢山出てきている（娯楽の多様化）。

# オンキョウの自己破産

## インターネット・デジタル時代の流れを読み取れず

# 姿を消すオーディオメーカー

2020年からは第4次産業革命が始まった。通信の5Gを中心にリチウムイオン電池、電気自動車と連携し新しい5Gネットワーク社会が生まれる。私たちの生活は大きく変わり、商品も変わる。自家用車は亡くなる時代が来るでしょう。

5Gで機械の遠隔操作も可能になりビジネス・医療で大きな変化が想定される。

5Gの世界では、米国・中国・韓国が強い！

日本は物作りに固執するあまり、デジタル化、5Gの時代に後れをとっている。国家戦略が急務。

20220523

