

アイシン傘下のアイシン高丘（愛知県豊田市）が、欧米で販売する音響器具ブランド「TAOCK（タオック）」が一部のオーディオ愛好家から熱い支持を集めている。トヨタグループとして独自開発した鉄材が忠実な音を再現している。

アイシン高丘の本社。自動車部品をつくる工場の一角に小屋がある。タオックの研究開発室だ。ここから40年以上、世界で通用する製品が生み出されている。

防音壁でできた室内に、高さ1.5メートルある巨大なスピーカーが2台座る。灰色のラックに載ったCDプレーヤーを動かすと、歌手の歌声が響き、空間を包んだ。息づかいとギターのリズムが揺れる音が鼓膜を揺らした。

アイシン高丘の西戸誠志主査は「タオックはオーディオ界の『レクサス』。録音された音は忠実に再現でき、安売りにない」と力を込める。

きっかけは1973年の第1次石油危機だっ

## 音響器具の「レクサス」快走

### アイシン高丘、雑音消すオーディオ台

#### 車素材活用、愛好家が支持



タオックの開発を担うアイシン高丘の西戸主査②



タオックのインシュレーター

イオラックでは約5千、3万円台が主流だ。タオックは約6万、60万円台になる。中古品のネットオークションでも5万円以上で取引される。

海外での販売を本格化するに際し、「今後、オーディオ専門店を回って顧客の声を拾っていきいたい」という。オーディオ機器のファンの裾野を広げる意図がある。

インドの調査会社、フォーチュン・ビジネス・インサイツは、家庭用オーディオ機器の世界市場が2034年までに111億3000万米ドル（約18兆円）と25年の2・7倍を予測する。家庭用オーディオ機器をそろえ、音楽を楽しむニーズが高まるとみる。現状は中高年層が主力になる。

タオック開発メンバーが25年にユーチューブの音楽チャンネルに出演するなど、動画で若者層に顧客を広げる取り組みもはじめた。西戸氏は「コアなファンと共に音を追

た。自動車の販売が落ち、踏むと、「キーン」とい

「オーディオラック」をインサイツは、家庭用オーディオ機器の世界市場が2034年までに111億3000万米ドル（約18兆円）と25年の2・7倍を予測する。家庭用オーディオ機器をそろえ、音楽を楽しむニーズが高まるとみる。現状は中高年層が主力になる。

音が減った。新規事業を立ち上げようと悩む発案メ

の粒といった3種類の炭素を混ぜ込んだ。振動が「熱」の技術と知見を組み合わせる。ボード内にはハチが25年にユーチューブの音楽チャンネルに出演するなど、動画で若者層に顧客を広げる取り組みもはじめた。西戸氏は「コアなファンと共に音を追

当時は、スピーカーの下にはコンクリート片を置

83年にスピーカー台をの巣状に固めた鉄材に、砂状の鉄を流し込

抑えきれず、高価な機器やケーブルを使っても

94年にスピー

楽器や歌声の雑音を消し

カーの下に敷く板「オ

切れていなかった。思い

オーディオボード」を発売

ついたのが、ブレーキ部

すると、ジャズの愛好家

品などに使う「鉄鉄」だ。

たちに支持を受け、売り

铸铁は鉄に黒鉛などカー

上げが拡大した。現在、

ボン材を含む素材だ。

旗艦製品としてオーディ

自動車で急ブレーキを

才機器を並べる専用棚