



---

P R E S S   R E L E A S E

---

\* 本リリースは 2014 年 12 月 17 日 (現地時間)に、英国および米国で発表されたプレスリリースを翻訳したものです。

2014 年 12 月 19 日

## 何よりサウンドが重要 – 消費者はオーディオに関しては外見より中身を重視

～音楽愛好家の投資意欲は健在、

既存オーディオ機器の音質が期待に答えているとの回答は 23%のみ～

CSR plc (ロンドン証券取引所: CSR、NASDAQ: CSRE) は本日、同社が外部機関に調査・分析を委託して世界各国で実施されたオーディオに関する消費者意識調査の結果を発表しました。これによれば、世界中のリスナーのオーディオ嗜好はより洗練され、サウンドの質に対する期待が高まる中、現在のシステムが期待通りの優れたサウンドを提供していると考えているリスナーは 4 人に 1 人とどまりました。また、調査対象の 82% が家庭用オーディオ・システムに求める最も重要な機能として優れた音質を挙げ、79% が音響機器の外観よりも高音質であることの方が重要だと回答しました。

CD 品質のサウンドをあらゆる場所で楽しみたいという潮流の中、この調査ではインターネットからの音楽ストリーミングへの移行が進んでいること、スマートフォンやタブレットをはじめとする様々な機器からアクセスでき、居宅内に簡単に設置し、ネットワーク化できるシステムが志向されていることがわかりました。

### 高音質指向

CSR が委託し、世界各国のリスナーの傾向を写し出した「State of Play」レポートは、オーディオ機器の選択に現在何が影響を与えているか、また今後影響を及ぼすと考えられているものは何かを調査するため、日本、英国、米国、ドイツ、中国の 2,000 人の音楽愛好家を調査しました。4 分の 3 以上の回答者が購入前に音響機器をしっかりと調査すると回答し、70% は特に家庭内のオーディオ機器で優れたサウンド品質が得られるのであれば、出費がより高額となることはいとわないと回答しています。

英国では、エンドユーザーは日常家事に必要な家電製品に対する支出 (年間平均 £201) と同程度に、家庭用オーディオ機器に支出 (年間平均 £172) するようになってきており、音楽愛好家の生活に高音質オーディオ機器がどれほど必要とされているかを示しています。レイテンシなどの問題に対するエンドユーザーの耐性が低くなっていることもわかり、81% がビデオの視聴時に映像と音声同期していないと不満を感じます。

CSR のビジネス・グループ担当シニアバイスプレジデントであるアンソニー・マレーは、次のように述べています。「音楽は、多くの人々にとって、普段の日常生活の中において、自己主張したり、感情をコントロールするための手段としてもきわめて重要な役割を担っています。家庭内で優れたサウンドが希求されているということは予想していましたが、一方で、人々が家庭用オーディオ機器に、より多くの機能を求めているという事実には驚きました。

歴史的には、人々が好んで自慢してきたのはスピーカーの外観でしたが、現在はサウンドにより重きが置かれています。この変化は、急速なテクノロジーの進展によるところが大きく、テクノロジーが進歩するにつれ、卓越した透明感ある音質に対する欲求を満たさないような製品に対する人々の耐性は失われました」

### さらなるコントロール性、簡便さ、汎用性

音楽再生はデジタルへの移行だけでなく、音楽再生そのものを一層コントロールできることも重要視されています。69%のエンドユーザーは、別の部屋に移動する際に再生をコントロールできるのであれば、音楽を聴く時間が増えるだろうと回答しています。10年後のオーディオ機器に何を期待するかを尋ねたところ、72%のリスナーが別の部屋に移動する際に、聴いている音楽の再生機器を簡単に変更できるように、モバイル機器を使って家庭中で再生をコントロールしたいと回答しました。

エンドユーザーは将来のオーディオに大きな信頼を寄せていますが、技術的な知識レベルに偏差があるため、テクノロジーの設置・設定や操作に関しては、シンプルさが強く求められています。10人に4人のリスナーは自分が技術に習熟し最新の開発に関する情報を取り入れていると考えている一方、66%はテクノロジーの変化が速すぎて長く使えるオーディオ製品を簡単に見つけられないことが多いと考えています。家庭用オーディオ・システムの購入を決断する際に回答者が重視する上位5項目は、使いやすさ、セットアップの容易さ、アップグレード、将来に対応した設計、ブランドおよび各種機器間での相互接続性です。

マレーは次のように続けます。「エンドユーザーが、音響システムや機器には支出する価値があると考えていることが示されましたが、一方で、音質が良くない、あるいは、セットアップ手順が複雑である、複数のリモコンを使い分けなければならない、手持ちの機器と相互接続できないなどの機器は厳しい評価を受け、敬遠されるようになっていきます。家庭での日常的な音楽環境に対して音楽愛好家は高い期待を寄せており、メーカーにとってはこの需要を満たす製品を提供する機会が生じていることは明らかです」

---

## 調査概要およびグローバルの重要統計数値の抜粋

### 音質への探求:

- 77%が家庭でより良い音質のオーディオを楽しみたいと考えており、半数以上のリスナー(54%)がそれにより家庭における日常的な音楽環境が改善すると回答
- 65%が、300ユーロと30ユーロのヘッドフォンの違いを、その音質を聴いただけで言い当てることができると回答

### テクノロジーへの信頼:

- 家庭用オーディオ・テクノロジーは使いやすく(76%)、セットアップが容易(69%)かつアップグレードが容易(57%)で、将来に対応した設計であり(69%)、ブランドや機器を問わずに利用できる(59%)ことが重要
- 81%がビデオの視聴時に映像と音声同期していないと不満と回答
- 76%は、スマートフォンやタブレットから家庭内の音響機器を直接コントロールできれば、生活がより便利になると考えている

## 地域別のリスナー傾向:

- 4分の3(76%)のリスナーは、過去1か月間に家庭で音楽をストリーミングした経験を持つ
- これは、MP3の再生と音楽のダウンロードを経験した回答者(75%)とほぼ同様の数値
- 5年後にはCD、レコード、MP3ファイルは時代遅れになり、誰もがインターネットから音楽をストリーミングするようになると思う回答者は62%
- CDが現在もよく利用されているのは、ドイツ(80%)、英国(76%)、米国・日本(66%)、中国(49%)の順
- ラジオがよく利用されているのは、ドイツ(84%)、英国(80%)、米国(72%)
- 中国では、ほとんどの音楽はインターネットからストリーミングされている(88%)
- テクノロジー・機器を購入する前に他者が試してみるまで待つ傾向は、ドイツが最も高い(63%)

## 調査方法の概要

「State of Play」レポートは、スマートフォンを所有し、家庭でWi-Fiを利用し、通常は週に一度以上音楽を聴いている18~65歳の成人を対象に行った調査で回収した2,000人の回答を分析したものです。実地調査は、2014年10月~11月にオンラインで行われました。「State of Play」オーディオ調査の実施、分析を担当したのは、Loudhouse Researchです。

## 関連コンテンツ

- 「State of Play」調査レポートの詳細な図表・本文(英文)等は、こちらよりダウンロード頂けます。  
[www.csr.com/blog/2014/12/state-of-play-report](http://www.csr.com/blog/2014/12/state-of-play-report)

###

本プレスリリースは2014年12月17日(現地時間)に、英国および米国で発表されたプレスリリースを翻訳したものです。

## CSRについて:

CSRは、お客様が世界中のエレクトロニクス市場で成功をおさめるための様々な課題を解決し、変革の核となる技術を提供するため、妥協のない技術革新を進めています(push every boundary™)。ボイス&ミュージック、ドキュメント・イメージング、車載インフォテインメント、Bluetooth(R) Smart、屋内測位システム等の分野を中心に高機能な半導体、ソフトウェア、サービスの開発とそれらの半導体へ集積を進めることで、人々のライフスタイルをより快適なものにし、途切れ目のないスムーズな接続とInternet of Thingsのもたらす真の恩恵を人々にお届けします。詳細については、<http://www.csr.com/japan/> をご覧ください。また、最新の情報は、テクニカル・ブログ、担当者ブログ、YouTube、Facebook、Twitterでも発信しています。CSRの無線オーディオ・コーデックであるaptX(R)の詳細については、<http://www.aptx.com/ja> をご覧ください。

## 将来予想に関する記述

本プレスリリースには、CSRのテクノロジー及び製品について及びそれらが各種家電等製品や家庭用オーディオ機器等に搭載された場合に発揮される性能、ならびにその他の将来発生しうる事象またはそれらがCSRに及ぼす潜在的影響について、過去の事実以外の情報であって、かつ米国の1995年民事証券訴訟改革法(United States Private Securities Litigation Reform Act of

1995)において「将来予想に関する記述(forward looking statements)」との解釈が成り立ちうる声明(将来の事業または業績に関する経営陣の計画及び目標に関する所信表明、またはそれらに関する仮定を含む)を含んでいます。これらの予想に関する記述は、上記につき各々「予定である」、「提供できる」、「提供する」、「可能にする」、「強化する」、「実現する」、「設計されている」、あるいはそれらに類似した表現で特定できます。CSRのテクノロジー及び製品及びそれらが各種家電等製品や家庭用オーディオ機器等に搭載された場合に発揮される性能、周辺機器の性能、機能、または特徴の変更・向上等に際して将来発せられる一連の発表は、そのいずれもがCSRおよびその顧客の継続的評価の対象に服すものであり、実現されるか否かは不確実であり、かつCSRまたはその顧客の確約と見なすことはできず、証券購入の判断に利用するべきではありません。かかる予想に関する記述は、CSRの経営陣の現時点での予想と見解を示すもので、CSRの事業戦略とCSRが事業を行う環境に関与する多数の仮定の上に成り立っているため、未知または既知のリスク、偶発性、不確実性、およびその他要因が複雑に関連し、その多くはCSRによる管理の及ぶ範囲を超える事項に属します。これらの要因の一部は、SECのWebサイト(<http://www.sec.gov>)で公開されているCSRの定期レポート(「Risk Factors(リスク要因)」または「Forward Looking Statements(将来予想に関する記述)」という見出しの下、またはその他の箇所)で詳述されていますが、それらに限定されません。予想に関する各記述は、その日付の時点での記述です。法に定めのある場合を除き、CSRは、ここに記載されている予想に関する記述について更新または改訂があった場合でも、公式にリリースする責任を負いません。

\*Bluetooth®およびBluetoothロゴは、Bluetooth SIGが所有する商標であり、CSRにライセンスされています。

\*Wi-Fi®, Wi-Fi Alliance®, WMM®, Wi-Fi Protected Access®, WPA®, WPA2®, Wi-Fi Protected Setup™ 及び Wi-Fi Multimedia™ はWi-Fi Allianceの登録商標です。

\*本文書に記載されているその他の製品、サービス、名称は、該当するそれぞれの所有者の商標である場合があります。

<お客様、ユーザー様お問い合わせ先>

シーエスアール株式会社

深田 学

電話:03-6403-7100 Email: [prjp@csr.com](mailto:prjp@csr.com)

<報道関係お問い合わせ先>

広報代行 株式会社プラップジャパン 谷本

電話:03-4570-3191 E-mail: [csr\\_pr@ml.prap.co.jp](mailto:csr_pr@ml.prap.co.jp)