

レコードの音色は不滅



日本精機宝石工業(JICO)が製造し続けるレコード針

兵庫の針メーカー 世界で高評価



音楽の購入方法がCDからデジタル配信に移りつつある昨今、アナログレコードが復活してきた。そこで注目を集めているのが、レコード針を作り続けて今年で半世紀の老舗、日本精機宝石工業(兵庫県新温泉町)だ。日本海に面した小さな町の従業員約60人のメ

「欲しい人がいる限り」

「カーが手掛けるレコード針は、世界で高く評価されている。その陰には、レコードの衰退後も新ジャンルの製品を開発して生き残るしたたかさと、「一人でも欲しい人がいる限り」と製造し続けたレコード針への愛があった。」
(藤谷茂樹)

♪アフガンへも

日本精機宝石工業がレコード針を製造し始めたのは昭和41年。以降、一貫して顧客の要望に応え続けた。社名の英語表記からJEWEL(宝石)とINDUSTRY(工業)の頭文字



に、企業を意味するCOをつなげたブランド「JICO(ジコー)」で展開。今では国内外の約30社のプレイヤーといった製品に対応する交換針2200種類を製造している。価格は3千円台が中心だが、高音質で再生できる1万円以上の製品も人気が高い。

ニスタンなどからも注文がある。製品を送る際に地元郵便局でもと驚かれた」と明かす。

♪CD時代対応

同社の前身は、明治6年創業の縫い針工場だ。蓄音機用の針製造を経て、昭和41年にレコード針に参入。40~50年代は、レコード店に置けばすぐに売れたという。しかし、57年に日本で

レコード針の先端には工業用ダイヤモンドが仕込まれている。直径0.25ミリ、長さ0.6ミリのサイズで、女性工員らがルーペなどを使いながら組み立てる。



CDの生産が始まると、状況は一変。レコード業界が斜陽化していった。ここで同社が活路を求めたのは、レコード衰退の原因ともなった宿敵、CDだった。CDプレイヤーの構造を研究したところ、内部のピックアップレンズが汚れると、読み込みエラーを起すことに着目。平成2年、CDの盤面に小さなブラシを付け、レンズの汚れを落とす「レンズクリーナー」を開発した。DVDプレイヤーにも応用できたため需要は衰えず、主力商品として経営を支えた。

販売が落ち続けてもレコード針を製造し続けたのは、当時の仲川弘社長(故人)が「一人でも欲しい人がいるなら作り続けよう」と決断したからだ。レコードで音楽を楽しむ習慣が根付いていた欧米への輸出が底支えし、売り上げは会社全体の数%を保った。

時代の荒波を乗り越えた先に待っていたのがアナログレコードの復活だ。レコード針の売り上げも増え、会社全体の売上高の25%を占めるまでに回復し、主力商品に返り咲いた。数年前、米国で実店舗でCDやレコードの購入を呼びかける「レコード・ストア・デー」が始まったことが転機に。店舗限定のアナログレコード盤が発売され、毎年4月の世界的なイベントとして定着。若い世代がレコードの魅力に触れるきっかけとなった。

音楽団体「IFPI」によると、ここ数年はアナログレコードの売上高は世界的に伸び、2014年の世界での売上高は前年比約55%増の約3億4700万ドル(約416億円)だった。

仲川専務は「これからも流行には流されず、ファンを増やしながらか文化としてのレコードの価値を高めていきたい」と力を込めた。

♪アナログ復活

時代の荒波を乗り越えた先に待っていたのがアナログレコードの復活だ。レコード針の売り上げも増え、会社全体の売上高の25%を占めるまでに回復し、主力商品に返り咲いた。数年前、米国で実店舗でCDやレコードの購入を呼びかける「レコード・ストア・デー」が始まったことが転機に。店舗限定のアナログレコード盤が発売され、毎年4月の世界的なイベントとして定着。若い世代がレコードの魅力に触れるきっかけとなった。

