

中期経営計画

【中長期戦略の位置づけ】

近年、あらゆるものを取り巻く環境が目まぐるしく変化しています。テクノロジーの急速な発展、人々の生活様式や意識の変化、環境・社会・人権等への意識の高まり、加えて小野測器の主要顧客である自動車業界は「100年に一度の変革期」を迎えています。

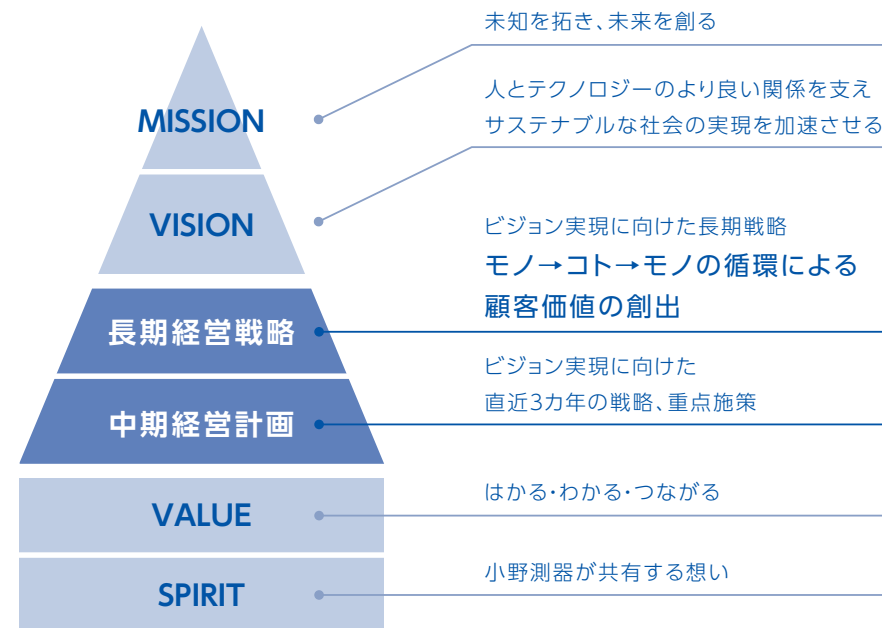
そのような流れの中でも、当社は企業理念を不変的な「社会との約束」と位置付け、その約束を果たすための施策として長期経営戦略及び中期経営計画を策定しています。

当社のビジョン実現に向けた長期経営戦略は、「モノ→コト→モノの循環による顧客価値の創出」としました。製品の機能(モノの価値)をベースに、サービスを通してさらに価値を高め(コトの付加価値)、お客様との共創の中で得た知見を製品開発にフィードバックするプロセス(モノ→コト→モノの循環)により、持続可能

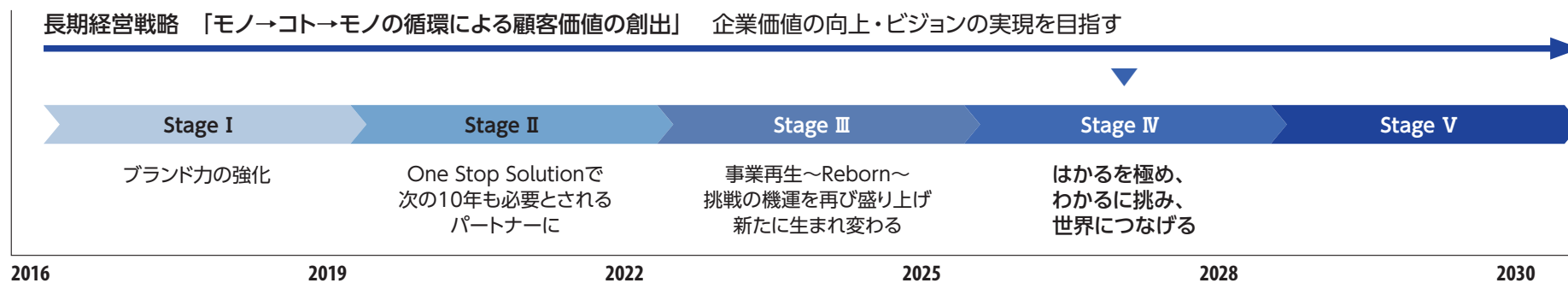
な成長を目指します。

また、直近3カ年の中期戦略や重点課題を具体的な施策に落とし込んで実行するものとして、中期経営計画「Challenge Stage」を策定しています。「Challenge Stage」は2030年のビジョン達成を目標に、Stage I～Stage Vの5つに分かれています。各Stageごとにその位置付けに沿った基本方針を策定することで、変化する環境に即した戦略を速やかに実行しながら、長期ビジョンに着実に近づく体制を整えています。

これら経営戦略及び経営計画は、創業の精神をはじめとして当社従業員が作り上げてきた価値観や私たちが共有する想い(SPIRIT)がベースとなっており、変わりゆく時代の中でも“不変のもの”として守り抜くことを前提としています。



中期経営計画 Challenge Stage ロードマップ



Challenge Stage IV (2025-2027年) [1]

【背景:外部環境の変化と小野測器の強み】

2022年～2024年に実施した中期経営計画Challenge Stage IIIでは、コロナ禍という未曾有の環境変化の中、事業再生をテーマに業績回復とさらなる成長を目指して戦略を展開してきました。

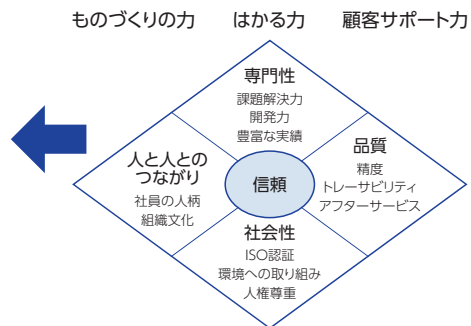
続くChallenge Stage IVでは、これまでの成果を確実に「事業としての成長」へと結びつけるべく、戦略を実行していきます。

小野測器の主要顧客である自動車業界は、急

小野測器をとりまく外部環境

- 急速なEV化やそこからの揺り戻し
- 地政学リスクの高まりやエネルギー問題
- 物価高(円安)の進行
⇒労務費、部材価格の高騰/中小企業保護
- 生成AIの普及
- 働き手の減少
- 生産の海外シフト加速
- 地球規模でのCNへの取り組み加速
- コロナ禍を経た社会の変化 等

速な電動化対応や開発期間の短縮のためデジタル開発の高度化や試作レスへと向かっており、これまで当社が専門性を発揮してきた領域での投資が減少しています。そのような中でも持続的な成長を遂げるためには、当社の強みである、顧客からの信頼を基盤とした「ものづくりの力」「はかる力」「顧客サポート力」の3つの力を活かすことが重要です。



【基本方針】「はかるを極め、わかるに挑み、世界につなげる」

上記背景と当社の“ありたい姿”を照らし合わせ、Challenge Stage IVでは「はかるを極め、わかるに挑み、世界につなげる」を基本方針としました。

当社のミッションである「未知を拓き、未来を創る」ために、私たちの強みである「ものづくり」「計測技術」「顧客サポート」、この3つの

力を最大限に活かしながら、成長のためのさまざまな課題を克服し、将来のビジョン達成に向けて取り組んでいきます。

またChallenge Stage IVでは、専門性の拡大と市場の拡大が主要なテーマです。顧客が抱える課題を、顧客とともに解決するビジネスモデルへの変革にも挑戦します。

【業績目標】

	実績 (2024年)	目標 (2027年)	成長率
連結売上高 (百万円)	11,804	14,500	22.8%
連結営業利益 (百万円)	144	1,000	591.7%
ROE	9.9%	6.0% 以上	—
海外売上高 (比率)	1,911 (16.2%)	3,500 (24.1%)	83.1% (+7.9p)

※2024年の業績には、旧日本売却による特別利益を含みます

【成長に向けた4つの戦略】

Challenge Stage IVでは、Stage IIIから続く「成長戦略」「業績伸長」「構造改革」に「成長投資」を加えた4つの戦略を活動の柱としています。

また、その戦略を実行するための基盤となる

「サステナビリティへの対応 (P.33)」や「資本コストや株価を意識した経営の実現」も当社が取り組むべき重要な課題と捉え、並行して取り組んでいきます。

- 1 **成長戦略:** デジタル開発への対応で「はかるを極め、わかるに挑む」
- 2 **業績伸長:** グローバルでの計測機器拡販で「はかる力を世界につなげる」
- 3 **構造改革:** DX/稼働仕組みの構築、オープンイノベーションによる成長戦略の早期実現
- 4 **成長投資:** 開発投資35億円～40億円、設備投資40億円(3年累計)(2024年の旧日本売却資金を活用)

Challenge Stage IV (2025-2027年) [2]

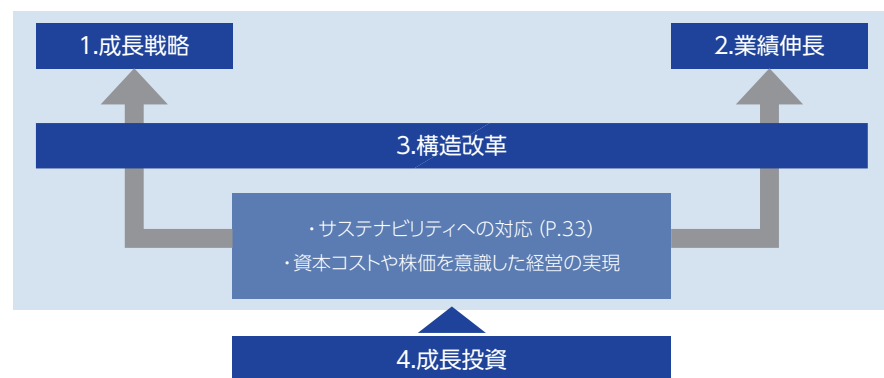
【各戦略の位置付け、概要】

Challenge Stage IVの重要な柱となる「成長戦略」「業績伸長」「構造改革」「成長投資」は相互に作用し合いながら実行されます。

「成長戦略」「業績伸長」を実現するためには「構造改革」も並行して実行していくことが重

要であり、各戦略の実行を支える基盤としては「サステナビリティへの対応」や「資本コストや株価を意識した経営の実現」が不可欠です。

また成長投資を行うことにより、これら戦略の実現をさらに後押ししていきます。



1 成長戦略：デジタル開発への対応で「はかるを極め、わかるに挑む」

当社の主要顧客である日本の自動車業界は、サステナブルな社会の実現に向けた膨大な開発ボリュームを抱えており、デジタルを活用したモデルベース開発 (MBD) で少しでも開発負担を低減することを目指しています。

当社もその取り組みに寄り添い、“はかる”を極めて未知なる現象を解明すること、そして顧客のMBDに対応したモデル化を可能にすべ

く“わかる”に挑戦します。

また、顧客と同じ立場に立ち、同じ視点から物事を理解するため、10年ほど前からは受託試験をはじめとしたエンジニアリング事業にも力を入れています。当社も、自分たちの手で、デジタルを活用したMBDに取り組みます。

当社の得意領域である専門性を拡大することにより、さらなる成長を目指していきます。

2 業績伸長：グローバルでの計測機器拡販で「はかる力を世界につなげる」

当社は、主力市場である日本の産業のみならずグローバルな市場をターゲットに、経済の発展を目指す地域に品質と生産性向上の基盤となる計測技術・製品を提供することで、業績を伸ばすだけでなく世界の産業を安全かつ安定的に支援する存在になりたいと考えています。

その“ありたい姿”に向け、グローバル拠点での販売網を拡大し、市場ごとのニーズを捉えたライン向け商品の提供実現に取り組むことで、「販売力×商品力」の相乗効果によりグローバルにもものづくりを支援する企業への成長を目指します。

3 構造改革：DX／稼ぐ仕組みの構築、オープンイノベーションによる成長戦略の早期実現

デジタルデータの活用により顧客へ提供する情報の価値向上を実現するとともに、DXの導入や営業プロセスの改善等により業務を効率化し、グローバル拡販のための時間創出に取り組めます。

また、他社あるいは他機関の優れた技術やアイデア、経営資源を取り込み当社の事業と組み合わせることで、成長戦略の早期実現やイノベーションの創出を後押ししていきたいと考えています。

4 成長投資：開発投資35億円～40億円、設備投資40億円(3年累計)(2024年の日本社ビル売却資金を活用)

当社は2024年5月、新横浜に所有していた旧日本社の土地・建物を売却しました。本売却は、固定資産を成長のための投資に組み替えることを目的とし、売却によって得られた資金はこの目的に投じることとしています。

開発投資としては3年間で総計35～40億円を予定しており、当社の提供価値である「はかる・わかる・つなげる」を実現するため、「音・

振動領域」「MBD領域」「熱マネジメント領域」「新センシング領域」「計測プラットフォーム拡大」等の領域に積極的に投資を行います。

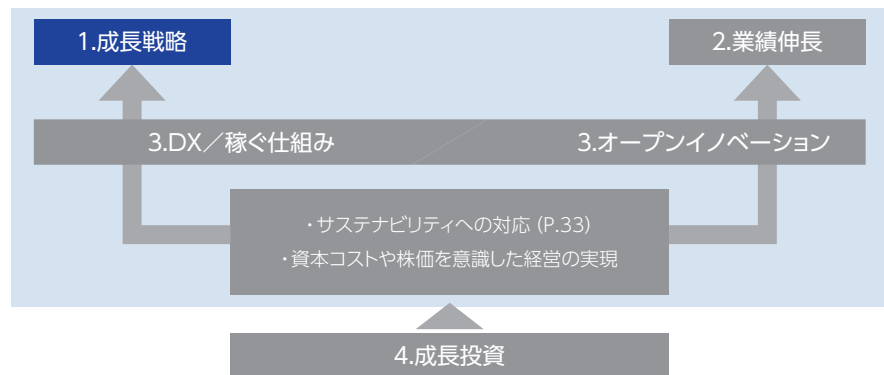
設備投資は3年間で総計40億円を予定しており、新たな創造の拠点として中部地区に新事業所の建設を決め、着工します。また、新技術のための設備、DX投資、老朽設備の更新等への投資も予定しています。

各戦略担当役員メッセージ [1] 長期戦略をベースにサステナブルな成長を目指す



取締役 上席執行役員
特注・エンジニアリング領域担当
安地隆浩

担当領域



着々と成長に向けた土台づくりが進む

中期経営計画Challenge Stage IVの初年度となる2025年は、小野測器の長期戦略「モノ→コト→モノの循環による顧客価値の創出」をベースに成長施策の実行に向けた準備が着々と進み、さまざまな外部環境の変化に直面しながらもこれまでの中期経営計画に比べ遥かにスムーズに計画が進捗した年でした。「4.成長投資」と連動し、当社が積極投資を掲げている中でも特に「音・振動領域」「エネルギーマネジメント領域」を重点領域として、ロードノイズTPA（伝達経路解析）への挑戦やベンチマーキングレポート事業における「熱マネジメント」レポート販売等に注力しました。

また長期戦略を実際の開発過程に落とし込み製品化した「クランプ型トルク計」は、2024年の発売開始以降、当初想定していた以上に市場から良い反応を頂くことができました。モノ事業をベースとしたコト事業を通じて私たちがお客様と同じ視点まで視座を高め、そこで得た知見を基にさらに価値の高いモノを生み出していく。実際にこのサイクルによって開発された製品が市場で評価されたことで、このサイクルを生み出す長期戦略の有用性・確実性をより強固に確信した一年でもありました。

特にTPA技術の獲得に関しては、長年音や振動を取り扱ってきた当社にとって、中期経営計画Challenge Stageがスタートした当初の2016年頃から挙げられていた課題の一つでした。詳しくは後に担当した従業員が述べますが

(P.20)、その積年の課題に取り組める環境がようやく整い、当社が蓄積してきた技術と新たな知恵を融合しながらベテランも若手も丸となって課題解決に取り組めたことは、当社にとって大きな一歩となりました。

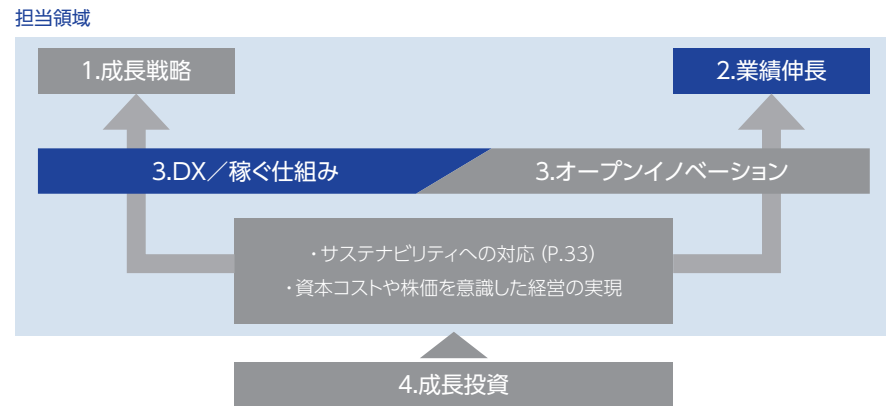
またStage IVでは、新しいものを生み出す施策の推進とともに、そこに注力するための体制の変革にも並行して取り組んでいます。現状にプラスして次々に新しいものを追加していくだけでは従業員にかかる負荷が大きく、それによって会社が成長したとしてもサステナブルではありません。私たちが持続的に成長を遂げるためには、旧機種への取り扱いも含めた製品ライフサイクル全体のプロセスを見直し、時には引き算も取り入れながら、従業員が余力を持ってより良い次世代製品を目指す方向に注力できる体制が重要です。現状はまだ議論を重ねている段階ではありますが、2025年はまずその変革に向けた検討もスタートさせることができました。

続く2026年は、準備を整えてきた施策が具現化し、社外をも巻き込んで一斉に動き出す年になると考えています。これまで行ってきた企業理念の再言語化や技術系組織の体制変更といった社内改革、新たな創造の拠点となるCLC建設(P.6)も含め、Stage IV以前から進めてきた成長のための施策は着実に成果へと結びついてきており、そこに2025年の成果がより拍車をかけたことで、成長に向けた土台づくりは着々と進んできていると感じています。2026年も計画をひたむきに実行し、さらなる飛躍に向けて歩みを進めていきます。

各戦略担当役員メッセージ [2] 確実な実行力と変化に対応する柔軟性が鍵



取締役 上席執行役員
営業・マーケティング領域担当
小池秀昭



さらなるステップアップを目指して

2025年は、コロナ禍以降やや停滞気味であった国内売上高の伸びが著しく、会社が大きくステップアップできた年だったと感じています。この結果は決して偶然の産物ではなく、これまで全従業員が着々と施策を実行し、確実にチャンスをつかんできたことが成果に結び付いたものだと考えています。

ただし「2.業績伸長」を実現するための主要施策である「グローバル市場への進出」にあたっては、残念ながら外的要因も影響し、海外売上高を大きく伸ばすまでには至りませんでした。しかしながら、市場拡大に向けた土台づくりは着実に進んでいます。小野測器が課題の一つとしている「販売網の拡大」に関しては、インドや中国等の現地代理店と新たな協力関係を結び、さらなるローカルネットワークの構築を進めたことにより、海外における知名度も着実に向上してきていると実感しています。また地域の需要に沿った販売強化策の実行や、現地法人の営業活動をアシストするツールの開発等、重点施策を確実に実行することで、現地の販売活動を加速させることができました。2026年はこのような施策に加え、グローバル人材の育成に重きを置いた活動も計画しています。国内・海外という壁を取り払い、お互いの文化を理解し合いながら“小野測器スキル”をとともに磨いていく。そのための海外研修も実施します。これら施策の実行により「販売力×商品力」の相乗効果をさらに発揮し、業績伸長を実現していきます。

また「3.構造改革」で実行しているDXの活用による「稼ぐ仕組みの構築」では、導入に向けたツールの選定や社内データの整理等を進めました。業務を効率化できるAI等を活用したツールは、日々目覚ましい進歩を遂げています。その進歩に常に目を配り、最新ツールの導入によって創出された時間を新たな価値の創造に充てていくことで、自ずと成長への道も拓けていくと考えています。同時にAI活用に対するリテラシー教育も進め、AIに依存するのではなく“パートナー”として相乗効果につなげられるよう進めていきます。2026年からは、これまで準備してきたことを実際の業務に落とし込む実行フェーズへと移行します。その効果検証も行いながら、より一層営業活動に注力できる「稼ぐ力」のある体制を構築していきます。

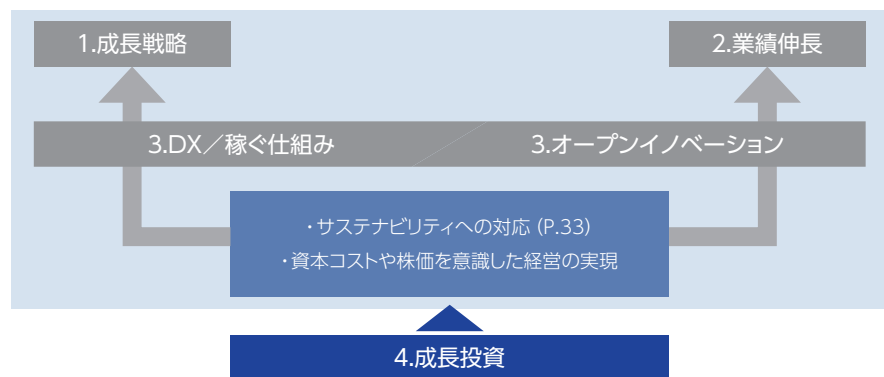
冒頭でも述べたように、2025年は飛躍の年となりましたが、その背景にはWindows11化に伴う更新需要や自動車業界におけるEV一辺倒からの揺り戻しの影響もありました。そのような需要も徐々に落ち着いていくとみられる2026年は、その追い風が無くとも受注を確実に獲得する底力が試される重要な局面でもあります。この局面を乗り越えるためには、計画の着実な実行も重要ですが、当初の計画に拘り過ぎず、時々刻々と変化する市場の潮流を探り、その場に最適な施策を選択する柔軟性も求められます。世界が混沌としている2026年ですが、やるべきことを誠実に実行しお客様の信頼を得ることで、良い成果につながると信じ、さらなるステップアップに向けて取り組んでいきます。

各戦略担当役員メッセージ [3] ここで働くことを誇りに思える会社に



取締役 上席執行役員
 人的資本・財務・サステナビリティ推進担当
幡 章子

担当領域



長期的な利益の獲得を軸に施策を推進

中期経営計画Challenge Stage IV以前からではありますが、ここ数年は中期経営計画を軸にさまざまな新しい取り組みに挑戦してきました。企業理念の再言語化から始まり、会社全体を巻き込んだ作業着リニューアルプロジェクトや未来世代の方々に応援する活動等、これまでに無い取り組みの中で社内外問わずつながりが構築されたことで、以前よりも会社全体での“One Team”という一体感が醸成され、社内の雰囲気もより良い方向へと変わってきていると感じています。

この担当領域で実行している非財務資本も含めた投資戦略は、すぐに数字に直結しないものも多く、効果の程が見えづらいものです。しかしサステナビリティへの対応も含め、短期的には利益に結び付かなくとも持続的な成長を実現するための投資は、会社の未来にとって非常に重要です。2025年に業績面で大きく成長することができたのは、そういった考えの下で実行してきた活動が社内の前向きな変化を後押ししたことも要因の一つだったと考えています。

特に人的資本の面では、教育制度の充実やウェルビーイングを実現する環境の構築といった施策に加え、Stage IIIで導入したタレントマネジメントシステムの運用を本格的に開始しました。今後は多角的な評価や志向も含めシステム上に情報を蓄積していくことで、従業員の経験値や個々のスキルが可視化され、そのスキルを必要とする場所に的確に人財をアサインできる

ような、人財戦略と経営戦略の連動を目指していきます。システムを通じて、従業員が自身の得意とする領域でスキルを発揮しながら働くことができる、そして時にはキャリアを見つめ直し、自己理解を深められるようになる。既にその実現に向けたベースとなるフレームづくりには着手しており、引き続き会社や事業の成長が個人の成長と上手くマッチングしていけるような体制の構築を進めていきます。

また資本政策に関しても、小野測器の場合は短期的な財務指標の向上を評価基準とするのではなく、会社の持続的な成長、つまり投資戦略の実行を通じて「1.成長戦略」や「2.業績伸長」を実現した先にある、業績の継続的かつ長期的な成長が最も重要であり、それが結果的に株価の向上等にもつながっていくと考えています。そのためにもまずはStage IVの戦略を後押しする活動を確実に進め、長期的な利益の獲得を軸にした施策に優先して取り組みます。

2026年を迎え、この領域は前任者からバトンを受け継ぐ形で新たな体制でのリスタートを切りました。Stage IVを推進するさなかでの体制変更となりましたが、実施する取り組みの内容に大きな変更はありません。私はこの会社を「当社で働いていることを誇りに思える、そんな会社になりたい」、そう胸に抱き続けてきました。その想いは、この戦略を実行することによって実現できると考えています。今後も価値創造のサイクルを支える施策を着実に実行し、組織と人がともに持続的な成長を遂げることで体制づくりを推進していきます。

Challenge Stage IV (2025-2027年) 初年度の成果

【業績実績】

	実績 (2024年)	実績 (2025年)	増減率 (対前年)	Stage IV 目標 (2027年)
連結売上高 (百万円)	11,804	13,629	15.5%	14,500
連結営業利益 (百万円)	144	588	307.4%	1,000
ROE	9.9%	2.5%	—	6.0% 以上
海外売上高 (比率)	1,911 (16.2%)	2,321 (17.0%)	21.5% (+0.8p)	3,500 (24.1%)

※2024年の業績には、旧本社売却による特別利益を含みます

【各戦略 成果まとめ】

1 成長戦略：デジタル開発への対応で「はかるを極め、わかるに挑む」



初年度は、成長基盤の強化を目指し、横浜・宇都宮に続く第三の技術開発・エンジニア

リング拠点として愛知県豊田市に「中部リネージュコモンズ (CLC)」の建設を決め、着工しました (P.6)。稼働は2027年9月を予定しており、当拠点には社外連携活動を通じて培った高度な制御技術を実装した自動車用試験装置の導入も計画しています (P.9)。持続的成長に向け、未来の価値を共創パートナーとともに創造していく場としての活用を目指します。

また技術面では、特に音響・振動領域や熱工

ネルギーマネジメント領域を重点技術と位置付け、ベンチマーキングレポート事業においては「熱マネジメント」レポートや「NVH/ロードノイズ伝達経路解析 (TPA)」レポート等の市場ニーズの高い項目を追加しました。

さらに長期戦略である「モノ→コト→モノの循環」のサイクルから生まれた「クランプ型トルク計」の販売活動にも注力し、付加価値の高い製品を成長に活かす体制づくりを行いました。

2年目も引き続き、重点技術領域を中心に計測・解析技術の開発に注力していきます。



2 業績伸長：グローバルでの計測機器拡販で「はかる力を世界につなげる」

初年度は、グローバルでの拡販に向けた土台づくりに注力しました。グローバル市場における課題の一つである「販売網の拡大」に関しては、現地代理店や現地パートナーとの協力関係を再構築し、販売ルートの拡大や認知度向上を実現しました。

また現地法人と課題意識を共有し、現地の営業活動を支援するツールの開発や、海外市場でニーズの高い製品の販売を強化するといった活

動にも注力しました。



しかしながら、初年度は海外情勢の変化に伴う

市場の影響も受け、海外売上高を大きく伸ばすまでには至りませんでした。2年目は活動の成果を明確に数字に反映させていけるよう、引き続き取り組んでいきます。

3 構造改革：DX/稼ぐ仕組みの構築、オープンイノベーションによる成長戦略の早期実現

初年度は、DX化を進めるにあたり重要な基盤となる各種社内データの整理や再構築を進め、並行してAI等を活用したツールの選定・導入準備も行いました。

続く2年目は、実際の業務にツールを導入して活用促進を図り、効果をフィードバックしブラッシュアップを行うサイクルを回すことで、引き続き時間の創出を目指していきます。

4 成長投資：開発投資35億円～40億円、設備投資40億円(3年累計) (2024年の旧本社ビル売却資金を活用)

	実績 (2025年)
研究開発費(百万円)	1,011
設備投資額(百万円)	567
減価償却費(百万円)	714

初年度は左表の通りに開発投資、設備投資を行いました。また2024年の旧本社ビル売却資金を活用して中部地区に新拠点となるCLCを建設することを決め、稼働までに総額23億円を投入する予定で進めています (P.6)。

引き続き各戦略と連携し、持続的な成長につながる投資戦略を実行していきます。

成長戦略の現在地 [1] デジタル開発の最前線 ロードノイズTPA

もはや自動車はただの移動手段には取らず、快適性・安全性・他機器との連動等、要求される性能も確実に高まってきています。その一つが、本取り組みにも関連する“静音性”です。

自動車は路面を走行します。路面とタイヤが接触すると、そこから音が発生し、各部品を経由して車室内、そして人の鼓膜へと到達することで“騒音”として認知されます。これがいわゆる“ロードノイズ”です。車室内の静音性を高めるためにはロードノイズの軽減が要点の一つとなりますが、この課題は決して容易に解決できるものではありません。なぜなら、数万点の部品から成り立つ自動車において、どの音がどの部品をどう経由して鼓膜へと伝わっているの

か、その解析を詳細に行う必要があるためです。そこで小野測器が着手したのが、その解析を行うための伝達経路解析 (TPA) 技術の獲得です。「取り組みを始めたきっかけは、当社ベンチマーキングレポート事業の音・振動 (NV) に関する項目を充実させたいと考えたことでした」

と語るのは、本技術の獲得に尽力する柏崎 紘です。

「近年の電動化によりエンジン音が軽減したことで、車室内におけるロードノイズの影響度が高まり、車両開発の現場ではより精度の高いTPAが求められるようになりました。その一方で、国内には計測機器の提供も含め一括でTPAを担うメーカーはありませんでした (柏崎)」



柏崎は、自動車メーカー勤務の経験もあるシニアアドバイザーの指導も受けながら解析手法の獲得を進めていったといいます。

「元々NV計測を手掛けていたこともあり、スピードにレポート発売にまで辿り着くことができました。また今回獲得した技術を基にした解析ソフトウェアの製品化も検討しています。レポート作成で培ったユーザー目線を大事に、どなたでも使いやすいソフトウェアにしたいと考えています (柏崎)」

また最新トレンドをキャッチアップし、次期レポートでは実計測が不可能な箇所 (Virtual Point) の解析にも対応する予定です。

本取り組みにおいて、レポート作成時の計測を担当した小曾戸卓美と、全体のプロジェクト



アイデア実現ラボ
係長
小曾戸卓美



アイデア実現ラボ
リーダー
竹下 真



アイデア実現ラボ
係長
柏崎 紘

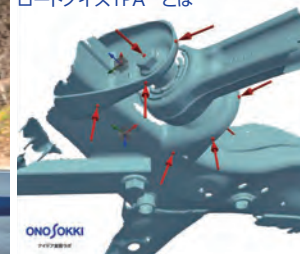
マネジメントを担当する竹下 真は語ります。「これまで当社ではNV計測と自動車計測の各々には行っていました。両者が交わるこの領域には入り込んでいませんでした。今回の取り組みでその土俵に上がったことは、とても大きい一歩だと考えています (小曾戸)」

「若手もベテランとともに基礎の理論から学び直したことで、チーム全体の知識の底上げにもつながったと思います。今後もスピード感を大事に、取り組みを継続していきたいです (竹下)」

TPAは他の現象にも応用が可能な技術です。当社技術が理想の実現を目指す研究開発の一助となれるよう、引き続き取り組んでいきます。



ベンチマーキングレポート販売
ロードノイズTPA とは



Transfer Path Analysisの略。車の走行時に路面とタイヤが接触することで発生する音がどのように車室内へと伝わっているかの経路を解析し、結果をレポートとして販売している。写真 (右) は製品化を検討中のソフトウェア画面のイメージ

成長戦略の現在地 [2] コト売りビジネスの新境地へ Sound One

2022年8月、小野測器のグループ会社として誕生した株式会社Sound One。彼らは、当グループ初となるクラウド型のWebアプリケーション Sound Oneを手掛けています。「始まりは、中期経営計画Challenge Stage IIの重点施策として、社外連携を通じた新規事業の創出に取り組んだことでした。従来の小野測器には無い技術や考え方を取り込むことで、全く新しいものを生み出すことができるのではないか。そう考え、検討を開始しました」

と振り返るのは、創設メンバーであり、当時の施策責任者を務めた石田康二です。「実現可能性のあるサービスとポテンシャルのある市場の両面からアプローチし、本事業に取

り組むことに決めました (石田)」

同創設メンバーである楠美貴大は語ります。「従来の小野測器には無い技術が必要でしたが、各々で研究を進めていた要素技術を集約させて、製品化しました」

WebアプリケーションであるSound Oneは、音の収録・編集やデータ管理だけでなく、人の音に対する印象をスコア化する聴感アンケートもWeb上で実施することが可能です。

「音は物理量だけでは説明がつかないため、人の感覚を言語化し統計的に評価する主観評価実験が有効です。しかし従来は人を一カ所に集めて行う必要があり、手間や時間がかかることが難点でした。それがWebを通じて可能になれ

ば、スマートフォン上で、かつ誰でも気軽に参加できるようになる。これは画期的だと思います (石田)」

勝機が見えた瞬間。しかし、新事業への挑戦はそう容易なものではなかったといいます。「『面白いね』と仰っていただいても、実際に購入していただけるかは全く別の話。また従来のモノ売りビジネスとも異なるため、新規事業を軌道に乗せる大変さを痛感しました (石田)」

Sound Oneはこれまで世に無かった全く新しいサービスであるが故に、その価値を理解し受け入れてもらうには時間がかかるといいます。「現場で当たり前活躍するようになるまでには、まだ時間はかかるでしょう。ただ音はどの領域にも共通して存在するものです。エンジニアリング・アート・サイエンス等の各領域が音を通じて融合すれば、その先には大きな可能性が秘められていると感じています。Sound Oneがその壁を取り払う役目も担ってけると嬉しいです (石田)」

Sound Oneの発売から約3年。歩んできた道は決して平坦ではありませんでしたが、一歩



Sound Oneの特長的な機能の一つである「聴感アンケート」のアプリケーション画面。聴いた音に対する印象を回答するアンケートをWeb上で配信し、統計的なスコア化が可能



株式会社Sound One
取締役
楠美貴大

株式会社Sound One
取締役
石田康二

ずつ着実に歩を進め、成長を遂げてきました。

「市場の要求に合わせて変化していく部分はあれど、我々が掲げるビジョンは当初から変わりありません。別会社として新規事業を任せてもらっているからこそ、新しい価値を生み出すことに専念し、グループ全体の未来を切り拓く役割を担っていきたいです (楠美)」

今後も彼らの飽かなき挑戦は続いていきます。

Web アプリケーション Sound One

音の編集・データ管理・分析・聴感アンケートをWeb上で実現。スマートフォン用のアプリケーションでは、動画に加えて位置情報や走行中の車両データの同時収録にも対応

