

# T.G. Press

Tokyo Guarantee Press



Special  
Feature

巻  
頭

◆ 株式会社サウンドファン「ミライスピーカー」

## BtoCに方向転換したスピーカー 家庭の「聞こえづらい」を改善する

何から始める？ どう取り組む？  
企業防災のススメ

職場で食べたい  
おやつ&ごはん

TOKYO Startup History  
株式会社MAKERS

T.G.Info  
LINE公式アカウント友だち募集中！

vol.58 | 2024  
Winter

# 人の役に立つのが事業の本質 日本発の技術で、世界へ



**山地 浩**  
 Hiroshi Yamaji  
 株式会社ツタヤ・ディスクス代表取締役社長、株式会社ツタヤオンライン代表取締役社長などを歴任。2018年10月に株式会社サウンドファン代表取締役社長就任。

**Company Profile**

**株式会社サウンドファン**  
 創業：2013年  
 資本金：1億円(資本準備金含む)  
 代表者名：山地 浩  
 事業内容：聞こえやすい音に変換するテクノロジー「ミライスピーカー®」の製造、販売  
 所在地：東京都中央区東日本橋2-22-1  
 URL：http://soundfun.co.jp/

## 営業コストがかさむ事業構造により、赤字が続く

ヒットの最大の障壁は？

発売から4年で累計25万台を売り上げた、オーディオ分野屈指のヒット商品「ミライスピーカー」。「言葉が聞き取りやすい」という新機軸により難聴や耳が遠い人から高い支持を得ている。その製造販売を手掛けるサウンドファンの代表・山地さんにヒットの裏側を聞いた。

取材・文／國天俊治 写真／清水亮一

### 難聴者の悩みから生まれた新たな技術

音質が、格段に高いわけではない。それでも聞く人が、ときに涙するような音声を発するスピーカーがある。それがミライスピーカーだ。「言葉の聞き取りやすさ」にフォーカスしたスピーカーであり、主に難聴や耳が遠い方に向けて作られている。特許技術「曲面サウンド」は、板状の振動板を震わせて音を出す技術で、広い範囲に音が拡散し、かつ話し言葉がクリアに聞こえる。音量を上げなくても、耳元で話していると勘違いするくらい音がしっかりと届くという。

「耳が遠くなり、今までテレビの内容がまともにわからなかったが、ミライスピーカーで言葉がはっきり聞き取れるようになった、ありがたう……と涙を流して喜んでくれたお客様もいました。作り手冥利に尽きます」開発メーカーであるサウンドファンの代表を務める山地さんは、そう言って穏やかに笑う。

「創業者が、耳が遠くなった自分の父親のために開発し、世に広めようとした技術です。僕自身もこういった困っている人を助けられる事業を手掛けてみたかったです」

### 視聴者の声で気づいた BtoCの可能性

サウンドファンの創業は2013年。曲面サウンドという新たな技術を武器としたベンチャー企業で、当初は業務用スピーカーの開発と販売を手掛けていた。

「たとえば銀行や役所、空港など、人が集まる場所でのアナウンスの際、ミライスピーカーを使えば、遠くにいる人まではっきりと言葉が聞こえます。そうした公共の場での活用を想定し、実際に採用されていました」価格は15万円ほどで、主に企業向けに販売していた。しかし、BtoB市場では次第に売上が伸び悩むようになった。

「公共の場に果たして耳が遠い人が何人いるのかはわかりません。しかも聞こえづらさの程度は千差万別で

すから、導入する企業側としては費用対効果がまったく見えません。プレゼンテーションを何度も行い、その必要性を理解してもらわなければならず、結果的に営業コストがかさんでしまいました」

このときのミライスピーカーの顧客や販売方法などの事業構造で、売上を伸ばすのは難しかった。

赤字が続く中、創業者が体調を崩してしまったことを機に、経営者としての実績が豊富な山地さんに代表就任の打診があった。

「惹かれたのは、まず人の役に立つ事業であるということ。そしてその製品を支える技術がとてもユニークなこと。さらに世界各国で特許を取っていたので、グローバル市場でも価格競争に巻き込まれる可能性が低

く、将来性を感じました」

そして2018年からサウンドファンのかじ取りを担うこととなった。山地さんはまず、現事業の改革に取り組んだ。自ら営業の先頭に立ち、マーケティングの見直しや成功事例の共有など、思いつく限りの改善活動を行った。サブスクリプションの導入など新たな手も打った。しかし売上は横ばい……事業構造から生じる壁は、予想以上に高かった。

「何かをガラッと変えなければ、このまま終わってしまう。そんな危機感から、事業の抜本的な見直しを検討するようになりました」

実はこのとき、新たな可能性の種は、すでに手にしていた。代表就任の少し前、ミライスピーカーがテレビで取り上げられ、「家庭用にも作っ

### 聞こえやすい音声に変換する「ミライスピーカー®」とは？

「言葉の聞き取りやすさ」に焦点を当てて開発されたスピーカー。弧を描くように湾曲させた振動板から音を発する特許技術「曲面サウンド」により、広く、遠くまで明瞭度の高い音声を届けられる。テレビに接続すると、さほど音量を上げなくても言葉がはっきりと聞こえ、耳が遠い人が快適に楽しめる。

テレビの音量上げずに、言葉くっきり。

MIRAI SPEAKER.



何から始める? どう取り組む?

# 企業防災のススメ

第3回テーマ

## モノよりも知恵と経験を!

ただモノを用意するだけでなく、災害時にも使えるよう知恵と経験まで身に付けておくのが防災です。それは復旧するために必要なQOL(生活の質)にも大きく関係します。

たとえば水を流せなくなってから、携帯用トイレを使おうとしても、使ったことがなければ安心して排泄できません。電気が使えなくなってから、カセットコンロと鍋で炊飯しようとしても、その方法を知らないとすぐに温かいご飯は用意できません。これらはあくまでも一例ですが、こうした知恵や経験が身に付いていれば、災害時のストレスや不安で下がりきったQOLの向上につながります。QOLが低い状態では、とても会社を復旧させる力が残っているとは思えません。一刻も早く復旧させるため、最低限のモノだけでなく、災害時も安心して過ごせる知恵と経験を日頃から備えておきましょう。

**辻直美** (つじ・なおみ)  
 国際災害レスキューナース。阪神・淡路大震災での経験を機に、災害医療に目覚め、被災地で救命活動、被災者の心のケアに従事。現在はフリーランスのナースとして講演や防災教育をメインに行う。『地震・台風時に動けるガイド 大事な人を護る災害対策』(発売:Gakken) など防災にかかわる著書も多数。

今回の防災tips

想像以上に明るさは大切!  
**1部屋1灯+1人1灯**で安心。



会社に必須の備えは明かりです。スマホのライトはバッテリーの消耗が速いため、懐中電灯がおすすめ。災害時の“ブラックアウト”を想定して、部屋ごとだけでなく1人1つは用意しておきましょう。

※ブラックアウト…大手電力会社が供給する地域のすべてで停電が起こる現象。

あれこれ買わなくても大丈夫!  
**ゴミ袋1つでもマルチに活躍**



ゴミ袋は、服と服の間に着ると防寒着に。リュックの中に2枚重ねて入れると給水タンクに。ほかにも用途はさまざま。防災グッズを買わずとも、今あるものでどう工夫できるか考えておきましょう。

障壁を突破した瞬間

## 抜本的な見直しにより、BtoB から BtoC に切り替えた



歴代のミライスピーカー。当初はアナウンス音などを届ける企業用を販売(後列3つ:販売終了製品)。現在は小型化・軽量化が進み、家庭用を販売(写真手前)。

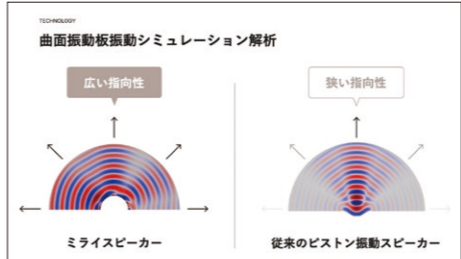
「ほしい」という声は10000件以上寄せられたのだ。山田さんはそれに賭け、これまでの業務用スピーカーの製造を一切止め、家庭用スピーカーという一般消費者を対象とするBtoC市場への進出を決意した。まさに生き残りかけた大勝負である。

**自社ECサイトが売上を加速させる**

社内で研究開発を重ねてスピーカーの小型化に成功し、2020年に製品としてリリース。ECを販売のメインチャネルに据え、大手ECモールに商品を掲載した。最初は1日に1台しか売れなかったが少しずつ増え、2か月後には1日に10台ほど売れるようになった。

「まだまだ赤字でしたが、悲観的に考えても仕方ありませんし、私も社員も幸せでした。事業はたとえわずかでも着実に成長することが大切で、あとは多少楽観的に考えたほうがいいと思っています」

さらに売上を加速させる転機となったのは、自社ECサイトの立ち上げだ。ECモールを利用すると、集客などがしやすい一方、何の広告がどのよう効果があったかわかりづらい。自社サイトならユーザー情報や閲覧データなど幅広い情報が集まり、フィードバックも得やすい。「情報は宝であり、新たな事業展開のヒントとなります。卸業者や販売店を介する日本の伝統的な流通構造



データ提供: 東京都立大学 システムデザイン研究科電子情報システム工学域 大久保寛研究室(2020年1月20日)

特許技術「曲面サウンド」とは、湾曲させた平板を振動板とし、そこから音を生じさせる技術。従来の振動板と比較して、特に高齢者が聞き取りづらい高音域の音をより広範囲に届けることができる。

の中では、角が立つという理由でネット販売に踏み切れないメーカーは多いかもしれません。しかし、中小企業でもインターネットの力を使えば、

株式会社サウンドファンの  
 これからの展開



特許技術を生かしてスピーカー以外のカテゴリの製品も作り、ブランドとして拡大していきたいです。また、世界展開も目標の一つです。過去には、日本の電機メーカーが開発した音楽プレーヤーが世界の若者を魅了した時代がありました。それに倣い、世界を席巻する日本発の技術として、サウンドファンの技術が広まればおもしろいと思っています。

世界的なインパクトを与えられると考えています」

少しずつ知名度が上がり、自社サイトを訪れる人も増え続ける。さらに、2023年末から、米国でのEC販売を開始。販売台数はまだ少ないが、日増しに伸びているという。

「販売チャネルをECとすることは、中小企業が比較的低投資で海外市場に挑むための重要な手段です。聞こえづらいという悩みに、国境は関係ありませんから、グローバル展開は創業時から検討されていたことです」

まずはアメリカで成功させ、次に他国へも展開していきたいという。「まだまだ課題は山積していますが、スタートアップだから当然です。課題を一つ越えるごとに、理想の『ミライ』に近づく。そう考えています」



**akasand**  
 3枚入り681円(税込)  
 「女峰」といういちごを使った自家製ジャムのサンドクッキー。ほろほろ食感のクッキーはやさしい甘さにバターがふわっと香り、風味豊かなジャムとの相性が抜群。

職場で  
 食べたい

## おやつ&ごはん

リフレッシュ・会話のきっかけに最適な  
 おやつやテイクアウトメニューをご紹介します!



**生しゅうもちあん 290円(税込)**  
 ふんわりしたシュー生地、柔らかい求肥とたっぷりの粒あんが食感が楽しい新感覚スイーツ。バターなどのトッピングも人気。



**いちご大福 391円(税込)~**  
 ※価格はいちごの品種により異なる  
 厳選した国産品種のいちごを使用。口の中で溶けるような薄い求肥と甘さ控えめの白あんは、品種によって異なるいちごの酸味やみずみずしさを際立たせる。

職場でも至福の時間に...  
 ご褒美的いちご大福



**妖怪★いちご大福 360円(税込)**  
 もちもちのお餅で、甘さ控えめのこしあんとう甘酸っぱいいちごを包む。上品な甘さとかわいらしい見た目から、年齢を問わず愛される一品。

**和洋菓子 EDO USAGI**  
 わようがし えどうさぎ

日暮里  
 03-3891-1432 東京都荒川区西日暮里2-14-11  
 11:00~16:30 水、日曜 JR山手線・京浜東北線・常磐線、京成本線、日暮里・舎人ライナー 日暮里駅東口から徒歩5分

**いちご大福と茶華のお店あか 渋谷ヒカリエ店**  
 いちごだいふくとちやかのあみせあか しぶやヒカリエてん

渋谷  
 03-6427-3715 東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエShinQs B2F 11:00~21:00(日・祝日は~20:00) 無休 東急・東京メトロ(東横線・田園都市線・副都心線・半蔵門線) 渋谷駅B5番出口から徒歩3分

注)上記では、通常時の営業時間、定休日のみを表示しています。営業時間短縮および年末年始や夏期などの臨時休業日につきましては、各店舗にお問い合わせください。

Q 大切にしている言葉は？

A 経営で大事にしているのは「凡事徹底」です。ベンチャー企業とはいえ一発逆転のホームランばかり狙わず、当たり前のことをコツコツと積み上げていく。その中で人が育ち、強い組織ができると考えています。

Q 尊敬する経営者は？

A ミキハウスのブランドで知られる三起商行株式会社の創業者、木村皓一さんの考え方にはかなり影響を受けました。「利益を追うより人から感謝される事業をしなければならぬ」という言葉は心に刻んでいます。

Q 個人的な夢や目標は？

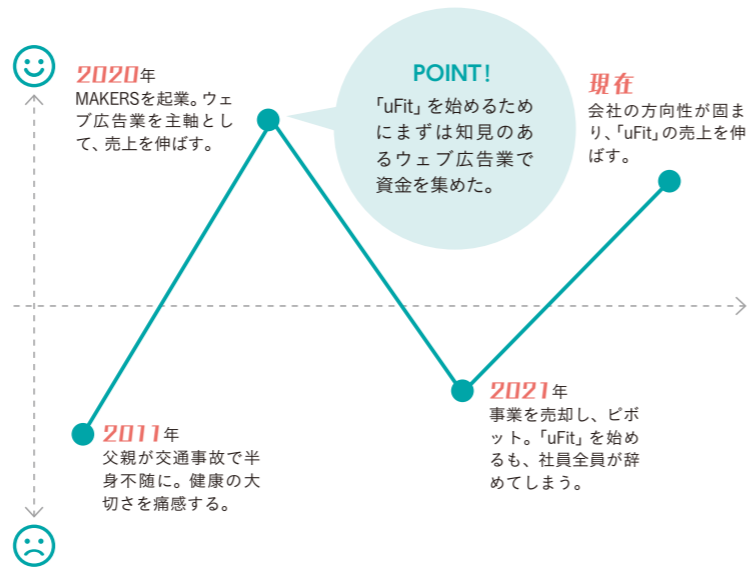
A バスケットボールチームのオーナーになることです。それを叶えるには会社を作るしかないと考えたのが、起業のきっかけでもあります。やるからにはしっかり準備したいので、実現はしばらく先になりそうです。



Profile はやし・けいすけ

1993年生まれ。「だれもが健康に意識を向け、予防が当たり前の世界をつくる」をビジョンに、株式会社MAKERSの代表としてヘルスケア用品の製造販売を行う。フィットネスYouTuberとしても活動し登録者数33万人を誇る。著書『30日で体を変える 超効率的自重ワークアウトプログラム』も好評。

林さんのモチベーショングラフ



の器具を足に当てているのが目に入った。それが日本には未上陸であったマッサージガンだった。可能性を感じ、さっそく製造元を探したが、思いがけない現実を知った。

「世界で販売されているヘルスケア器具のほとんどは中国製で、OEM先もほぼ中国にしかありません。コストが安く、サプライチェーンも整っているというメリットがある一方、どこも品質はよいとはいえず、私たちが求める品質で商品を安定供給してくれる工場を探すのに骨が折れました」

中国が外国の事業者向けに開設している、製造工場の紹介サイトを介し、いくつもの工場に連絡を入れた。当時はコロナ禍で、工場を直接この目で見られないのもデメリットとなった。

「届いたサンプルが合格点でも、いざ生産を始めてみると明らかに品質の下がった商品が届くことはよくありました。ようやく納得のいく商品が作れるようになったと思っても、次に届いたロットか

ら不良品が多発するなど、問題続きでした。しかし高品質な商品を作るのは、私たちのビジネスの本丸でしたから、絶対に妥協はできませんでした」

悪戦苦闘する中、潮目が変わったのは、大学時代の友人である機械系エンジニアを会社に迎え入れたことだった。

「彼はすぐに中国の工場と掛け合い、細かな指示を与えて生産体制を修正していききました。そこで一気に品質が安定するようになりました。製造のすべてを任せられるナンバー2ができたこのタイミングが、会社としての転機だったと思います」

そこから林さんは販売に力を注げるようになり、売上を順調に伸ばし、マッサージガン「uFit RELEASER」はヒット商品となった。飛躍を続ける現在の目標は、5年で売上100億円。だが、そのゴールにはまだ程遠いという。

「人々の健康寿命を伸ばすメーカーとなること。それが私たちの存在意義であり、使命です」

vol.3 TOKYO Startup History

現在活躍しているスタートアップ企業の経営者に、起業から現在までを振り返っていただき、そこで学んだことや大事にしていたことをうかがいました。



高品質なヘルスケア用品で  
人々の健康寿命を伸ばす

株式会社MAKERS  
代表取締役社長  
林 慧亮氏

Company Profile

株式会社MAKERS  
創業：2018年  
事業内容：フィットネス&ケアブランド「uFit」の運営、販売。  
URL：https://ufit.co.jp/

不慮の事故にあった父……  
学んだ健康の大切さ

世界で活躍するトップアスリートが愛用するヘルスケア器具、マッサージガン。それを主力商品とするのが株式会社MAKERSだ。スタートアップ企業ながら、自社で企画・開発から販売まで手掛け、一般消費者が手軽に使える、かつプロも満足するような高い品質を実現している。

「ヘルスケア器具の市場は中国系メーカーが席巻し、安いけれどすぐ壊れ、効果も定かではない商品で溢れています。だからこそしっかりした商品が求められていると感じ、参入を決めました」

そう語る林さんは、青春時代をバスケットボールに捧げ、自らも腰の怪我のケアで悩んだ経験を持つ。また、父親が不慮の事故に遭い植物状態になったことで、健康の大切さを痛感したのも、ヘルスケア産業で起業する強い動機となったという。

起業前にはウェブマーケティングの会社に勤め、インターネットでモノを売る技術を磨いていた。独立後、まずはウェブ広告業で資金を作り、2年ほどで事業を売却。満を持してフィットネス&ケアブランド「uFit」を立ち上げた。

最初に手掛けた商品は、当時市場が伸び盛りであった完全栄養食だ。

「その頃はまだドリンクタイプの完全栄養食が日本になく、チャンスを感じたのですが、製造を請け負ってくれる取引先を見つけるのに苦労しました。知名度ゼロのベンチャー企業が、『市場にない商品を作りたいがどうすればいいか』と相談し

ても門前払いが関の山で、30社近く断られました」

唯一の武器は、熱意だけだった。といっても、ただ思いを語るだけでなく、事業計画書を作ってビジョンを伝える工夫もした。結果として、協力してくれる会社が1社現れ、ようやく事業が本格的に稼働し始めた。

**品質の高さを求めて悪戦苦闘  
エンジニアの参入で壁を突破**

そうして完全栄養食の製造販売を進める一方で、別の商品の企画開発も動かしていた。

きっかけは、大ファンであるアメリカのプロバスケットボールリーグの試合を観ていたときだという。ベンチの選手たちが時折、手のひらサイズ



筋膜リリースができるマッサージガン「uFit RELEASERシリーズ」。持ち運びしやすいモデルから、圧倒的なパワーを持つプロモデルまで揃う。

# LINE公式アカウント 友だち募集中!



当協会では、LINE公式アカウントを開設しています。経営に役立つ情報や最新情報をタイムリーに配信しておりますので、皆さまこの機会にぜひ「友だち追加」をお願いいたします。

- 各種保証制度のご案内
- 経営支援メニューのご紹介
- 相談窓口のご案内
- 各種セミナー・イベント情報

## 便利なメニューもご活用ください!

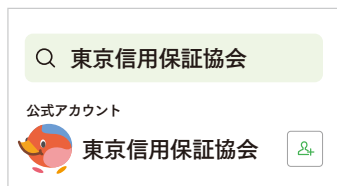
トーク画面の下部に、便利なメニューボタンを設置しています。ホームページの「事業所一覧」など、ご利用の多いページにすぐにアクセスすることができます。ぜひご活用ください。



## 友だち追加方法

### 1 ワード検索から

「ホーム」または「トーク」画面上部の検索窓に「東京信用保証協会」と入力して検索し、追加してください。



### 2 ID検索から

「友だち追加」▶「検索」から「@tokyo-cgc」と入力して検索し、追加してください。



### 3 二次元コードから

下記の「二次元コード」を読み込んで追加してください。



お問い合わせ

東京信用保証協会 企画部広報課 TEL:03-6264-1695



### ● Editor's Note

音が聞こえる喜びは、多くの難聴の方の気持ちや日々の生活を明るくしてくれると思います。山地社長の目指す世界進出により、ミライスピーカーがよりたくさんの方の人々の元に届いてほしいと思います。また林社長からは、開発段階から商品の品質にこだわってきた誠実な姿勢がうかがえました。それがたくさんのお客さまやプロアスリートから「uFit」が支持されている所以なのだと感じました。(K)

### ＼まるガモ応援隊／



プロアスリートも使う「uFit」の完全栄養食やプロテインに興味津々のまるガモ。どうやら味が気になるみたい。

ご意見・ご感想は、以下までお寄せください。  
東京信用保証協会 企画部広報課  
〒104-0061 東京都中央区銀座6-17-1  
銀座6丁目-SQUARE 13階  
TEL: 03-6264-1695  
HP: <https://www.cgc-tokyo.or.jp/>

