

● Paradigm について

1. Paradigm の歴史と今について

Scott Bagby (スコット・バグビー) と Jerry Vandermaarel (ジェリー・バンダーマレル) の二人によって創業しました。Paradigm のブランド名で初めて製品を一般公開、デモを実施した 1982 年のトロント・オーディオ・ショーで、30 以上の販売店が当時の新モデル 5・7・9 の取り扱いを即決し、大成功を取めたのです。

Scott Bagby は事業開発・デザイン工学に注力し、Jerry Vandermaarel は、営業・マーケティング部門の指揮をとりました。

Paradigm は、カナダ国立研究機関(NRCC)の研究開発施設、ならびに、良い音(good sound)の不思議を科学的手法で解明した画期的な研究成果をスピーカー開発に活用しました。しかし、Scott Bagby は、史上最高のラウドスピーカーを作るというシンプルで明快なビジョンをもって Paradigm を創業したものの、当時の技術レベルでは無理だと悟り、以降、数十年という長きに亘る旅 — 厳密な音響計測とダブル・ブラインドテストによる音の探求— がはじまりました。長年の経験に培われた深い見識が、究極のサウンド体験を実現する研究開発の方向性に深くかかわっています。

科学研究機関とパートナーシップをもつことが音響をよりよく理解するために重要だと認識し、Paradigm はカナダ音響研究協会(Canadian Audio Research Consortium, CARC)の創業メンバーに加わることにしました。カナダ音響研究協会は、「アテナプロジェクト」の中で、業界・カナダ国立研究機関(NRCC)・オタワ大学の三者を結んで、

- ・スピーカー応答性
- ・ルーム アコースティック調整
- ・サイコ アコースティック (音響心理学)

上記の相互作用や関係性を研究しました。

その後、Paradigm がカナダ国立研究機関(NRCC)から優秀な研究者二名(Dr.Peter Schuck, Marc Bonneville)を採用して、オタワに Paradigm Advanced Research Center (PARC)を開設したことから、上述の研究は Paradigm の自社プロジェクトに位置付けられることになりました。

PARCでおこなわれていた専用ソフトウェアおよびエレクトロニクス開発がParadigm社内の研究を後押し、エンジニアリング力がさらに高まりました。研究と技術力によって、競合他社製品をはるかにしのぐ音響優位性を確立させることができました。その後 Paradigm は、世界クラスの性能を、手が届く価格帯で提供するメーカーとして、広く認知されるようになったのです。

生産と技術の現場が、音響研究に追いつき始めたころ、Scott Bagby はさらなる音響優位

性を追求するため、より特殊な材質を求め、生産技術的視点でのさらなる改良、検討を始めました。その検討・研究結果を反映させた新しいモデルを開発して、製品ラインアップを増やしました。まず Studio シリーズ、そして、2000 年代初頭に Signature シリーズをリリースしました。

科学技術を応用して誕生した Studio シリーズと Signature シリーズのリリースは、既存の高級スピーカー市場を揺るがす大事件でした。何倍も高価な他社スピーカーを凌駕する音を出すことで、すぐに評判になりました。Signature シリーズは、以後3世代にわたる素材、磁性、設計の最先端を探るプラットフォームとなったのです。

そして、2010 年代初頭—

次世代技術と Paradigm の実力とを融合し、応用するための、まったく新しいプラットフォーム開発を求める機運が高まってきました。パラダイムの音響工学チームは、Scott Bagby の夢であった究極のサウンドを提供するためにたゆまぬ努力を重ね、Bagby と協同し、5 年の歳月をかけて Persona シリーズをリリースしました。30 年以上にわたる研究とイノベーションは、Persona 9H コンセプトのミュンヘンでの世界デビューで、評論家から絶賛を受ける形で結実しました。これで Scott Bagby は「アーティストの魂に近づく「窓」になりうるラウドスピーカーを作る」という夢に一步近づくことができたのです。音楽がもつ「Persona(性格)」をスピーカーの構成パーツ一つひとつが受け止め、透明性と精度を誇る「Paradigm サウンド」で世界に配信します。

2. 北米限定から、海外進出に方針を転換した時期と契機

2014 年 2 月、Paradigm と MartinLogan は、新しい CEO を迎えて新体制になりました。新 CEO の Chris Leader (クリス・リーダー) は、かつて日本の多国籍企業であるホンザキ電機株式会社 (現ホンザキ株式会社) の元 西半球社長を務めるなど、海外経験が豊富です。(彼が入社する前までは) 国際展開を視野に入れつつも、グローバルな運用を十分にサポートする体制がなく、海外経験があり、海外戦略を実行することができる人材もいなかったために実現できていませんでした。

海外展開をするには、良い商品を持っているだけではだめです。そして、グローバルなビジョンをうまく実行に移すにはじゅうぶんな時間が必要です。Paradigm が新しいフラッグシップモデルの開発にあたってリソースを集中させたことと同じことです。その努力は Persona シリーズとして結実し、今や、我々の国際戦略にとってなくてはならない製品になりました。

ミュンヘンのハイエンドショー2014 の国際展示会で Neolith をはじめて公開し、その後、香港や上海に展開、そして Integrated Systems Europe 展示会などに出席しています。製品フィードバックを受けて、長期的な国際戦略を策定し、計画の実行に最適な人材を探し始めました。2015 年の Paradigm Concept 4 F (Persona のもとになったコンセプト) に向け

て、国際展示会で得た製品への評価とフィードバックは、製品開発および国際市場の理解の双方に大変重要な意味をもちました。

2017年、取締役会がグローバル展開の計画を承認しました。ヨーロッパで経験ある人材を採用したことで、国際業務をおこなうにあたって必要なことがわかってきました。また、国際展開するのにふさわしい体制づくりも動き出しました。

その流れの中で、Bowers & WilkinsのAPAC地域のCEOであったLars Hundborgが加わったのです。ParadigmとMartinLoganに参画したのは2018年のことで、海外販売を仕切る新会社「PML Sound International」の立ち上げに貢献しました。香港にPMLのAPACオフィスとショールームを設置し、2018年11月に操業開始、開業式典にはAPAC地域で有力な販売パートナーを招待しました。

佐藤卓氏がこのイベントに出席し、Paradigm・MartinLogan製品の、日本の輸入元・販売代理店契約について議論を開始し、2019年3月にPML日本導入記念イベントが実施されました。グローバルなブランドになるまでに、やるべきことはまだまだありますが、PDNのような強力なパートナーがいれば、目標を達成できると考えています。

3. 創業者の現体制への関与

Paradigm創業者のScott Bagbyは、SVIの取締役会会長として、製品開発・技術チームと密接に連携をとることで、引き続き次世代の音響イノベーションの追求に関与してきました。2019年5月10日付で、同氏の子ジョン・バグビーとともに、SVIから、パラダイム、アンセム、マーティン・ローガン3社の100%株式取得を完了。スコット・バグビーは、引き続き、このグループの会長で、新たにCEOを兼任する。ジョン・バグビーは、社長就任し、オーナーとして、3社をけん引していく。

4. ベリリウムの開発ストーリー

ベリリウムは独特な素材です。超軽量、高剛性、高減衰の金属という性質は、音響用途に理想的であり、中高域ドライブユニットのダイヤフラムに採用するには最適な素材です。

Scott Bagbyは次世代の製品に使用する素材を探し求めていた1990年代後半、はじめてベリリウムの使用可能性を検討、調査しました。しかしながら、サプライヤー側の供給力が不十分であったことと、当初は素材を試すのに適したプラットフォームがなかったため、ベリリウムを利用した最初のParadigm製品のリリースは、2000年代半ばのSignature V2まで待たねばなりません。Signature V2で初めて、ツイーターのダイヤフラムにベリリウムを採用しました。

Personaの製品開発中に発表された、ミッドレンジ用のネオジムベースのデュアルドライブ磁気構造の研究成果によると、モーターの技術進歩に適合することができる唯一の材料はベリリウムだということでした。そこで、ベリリウムのダイヤフラムのサイズを、オーディオ業界で前例がないほど大きくして良い音を追求しました。そうやってベリリウムへの

投資額こそ膨大になってしまいましたが、開発チームはベリリウムが、Persona シリーズが必要としていた透明性とパフォーマンスを提供しうる唯一の素材であることを確信するに至ったのです。ツイーターとミッドレンジ・ユニットも同じ視点で検討した結果、やはり他のどの材質でもなし得ない、良い中高域の音を再現する音響性能・整合性を有し、複製できない凝集性と微妙さも持ち合わせていることを確信しました。

5. Persona という名前の由来

(シリーズ名である) PERSONA は本来「人格」という意味で、シリーズのそれぞれのスピーカーが、曲の「性格」を表現する媒体となるよう意図して開発にあたったため、このような名前が付けられました。付帯音が乗らない、色付けされない音楽を聞くことができます。

6. Persona の HDF 層のレイヤー間の素材

(高周波誘導加熱装置を使った) 特殊 RF 急速硬化接着剤です。この事前触媒されたポリビニルアセテート接着剤は、急速な硬化と、水、静荷重および熱に対する優れた耐性が特徴です。

7. PPA 音響レンズの材質

Persona の PPA レンズはアルミ製で、スピーカーの他の金属パーツと調和するような塗装を施しています。

8. Persona7F の極性パターン

添付文書(7F 極座標示図.pdf)御参照方