

INTRO
DU
CTI
ON

INTRODUCTION

問い続け、発信し続け、アイデンティティを鍛える

豊かな感性を大切にしているヤマハは早くからデザインの重要性に着目し、1963年にデザインの専門組織を立ち上げました。現在のデザイン研究所はヤマハブランドを冠するあらゆる商品に携わっており、1987年ヤマハ創業100周年の際に制定したデザイン理念は、その全ての仕事に息づいています。「本質を押さえた上で、革新的であること。本質を美しく表現しつつ、過剰な装飾は控えること。そして社会との調和を目指すこと。」このようなデザイン理念を具現化するにあたって、日々の商品開発と並行しながら長年継続しているのが、未来を構想し自らのアイデンティティを問い続ける活動なのです。楽器や音響機器はそれ自体が特徴的でヤマハらしいアイテムですが、この活動においては通常業務で扱わないアイテムであっても、ヤマハらしくデザインする独自の流儀を確立することを目指しています。また通常よりさらに広い世界で我々の思考を発信しその反応を肌で感じることは、アイデンティティを鍛える有効な手段であると確信しています。本企画展ではそのような活動を創業100周年の頃から振り返り、新しい概念にカタチを与え、問い続け、発信し続けてきた活動を俯瞰します。「考え方を考える」ヤマハデザインの真髓を少しでも感じて頂ければ幸いです。

ヤマハデザイン研究所 所長 / 川田 学

Forging our identity by always questioning, always producing

Yamaha has always emphasized the importance of the senses, and focused on the role of design from an early stage, establishing an organization dedicated to design in 1963. The organization—now known as the Yamaha Design Laboratory—is involved with all products that bear the Yamaha logo, and the design philosophy we established to celebrate Yamaha's 100th anniversary in 1987 lives on in each and every task the laboratory undertakes: "We aim for innovative designs that capture the essence of the product, express that essence without excessive ornamentation, and subtly, and achieve harmony with society." In tandem with our everyday product development, it is our ongoing pursuit to create a vision for the future and to construct an identity for ourselves that has, over many years, allowed us to bring this design philosophy to reality. Although nothing typifies Yamaha more than musical instruments and audio equipment, in this quest we seek to establish a distinctly Yamaha style of design that we can apply even to products outside the scope of our usual work. We are also confident that sharing our ideas more broadly throughout the world and taking the response to these efforts to heart is effective in helping us to continue to forge our identity. This special exhibition offers a look back on Yamaha Design's efforts in this regard in the years since the 100th anniversary of Yamaha's establishment, and provides an overview of the new concepts we have created and released into the world in our ongoing quest. This is your opportunity to see a side of Yamaha Design that is not well known—its process of thinking about how to think. I truly hope this exhibit leaves you with a feeling for the essence of Yamaha Design.

Manabu Kawada, Senior General Manager, Yamaha Design Laboratory

イノベーションロード 企画展

未来をカタチに

—ヤマハデザインの流儀—

Giving Shape to the Future —The Method Behind Yamaha Design



80's
90's

80's/90's

YAMAHA DESIGNS

TOKYO, ROPPONGI, AXIS GALLERY (1986-1989)
TOKYO, SHINJYUKU, SPACE ZERO (1991)

ヤマハ創業100周年を目前に控えた1986年より、東京六本木AXISにてYAMAHA DESIGNSを開催。雑誌ポバイ、ブルーラスなど、さまざまな媒体に先進的なデザイン活動として紹介された。

YAMAHA DESIGNS was first held in Tokyo Roppongi AXIS in 1986, just as Yamaha was about to celebrate the centenary of its founding. It has featured in a variety of media publications such as the design magazines Popeye and Brutus as a leading design event.

YAMAHA DESIGNS (1986)

伝統工芸的な木工加飾技術を現代的に解釈した特法の家具を一堂に展示。

YAMAHA DESIGNS -感性PRODUCTS- (1987)

創業100周年を記念し、記念モデルや楽器・スポーツ・家具などの全てのジャンルを網羅。

YAMAHA DESIGNS -21の椅子PROPOSAL- (1988)

21人の社内デザイナーが通常業務を離れ自由な発想で椅子をデザインした。

YAMAHA DESIGNS -ASTオーディオシステム国際デザインコンペティション- (1989)

重低音を発生させる独自のAST技術を使用した新しいスピーカーのデザインを国際コンペで募り、22点を試作展示。金賞のデザインはその後、製品化された。

YAMAHA DESIGNS -ABITATO '91- (1991)

高度な木工技術を全面に押し出し、インテリア空間や家具、車内装のプロトタイプを展示。

YAMAHA DESIGNS (1986)

A display of bespoke furniture that represented a modern interpretation of traditional woodworking ornamentation techniques.

YAMAHA DESIGNS - SENSITIVITIES PRODUCTS (1987)

Celebrating 100 years since the founding of Yamaha, this display featured anniversary models and musical instruments, sports equipment, and furniture of every genre.

YAMAHA DESIGNS - 21 CHAIRS PROPOSAL - (1988)

21 designers from Yamaha created chairs with any concept they wished, free from the constraints of their normal work.

YAMAHA DESIGNS -AST AUDIO SYSTEM INTERNATIONAL DESIGN COMPETITION- (1989)

22 prototypes for new speakers featuring unique bass-enhancing AST technology were displayed, all of which had been entered in international design competitions. The design that won first place was later utilized in a commercial product.

YAMAHA DESIGNS -ABITATO '91- (1991)

A display of furniture and interior spaces and vehicle interiors that featured advance woodworking techniques in every area.



いただいた言葉
Comments

ヤマハとデザイン (ヤマハのウェブサイト「Design」の掲載原稿(2004年)より抜粋)

(…抜…)

ヤマハの電子楽器全般に施されたデザインは、「楽器におけるデジタルの表現」が非常に明快ですね。特に、ウインドMIDIコントローラーの「WX7」は印象深いものでした。楽器が持つデザインの記憶・形状を残しつつ、エレクトロニクスという新しい技術のイメージがうまく投影されているのではないのでしょうか。

また、私にとってヤマハは、1920年代より日本で最初に量産家具を作った会社として記憶に残る組織です。この時代は椅子とテーブルを使う文化が一般には浸透していなかったにも拘わらず、早くも量産化を決定している。すなわち、「日本人のライフスタイルを変える」ことにコミットしていたことの証であり、それを意図したデザインを施していたということに他なりません。これは日本の近代デザイン史において、非常に重要なことだったと認識しています。(…抜…)

デザインとは、思いつきや適当でできるものでは決してなく、誰かが何かを作ってきた歴史が必ず存在しています。それに対して自分はどう解釈するか。(…抜…)

原型を明言するには、自分のデザインに自信を持たねばなりません。連続と続く歴史の継続性をどう解釈し、アレンジしていくか——、もちろんこれまでの流れを否定する選択もありますが、まったく知らない状態で作るのはデザインの精度や密度が異なります。本質からも外れてしまうでしょう。(…抜…)

デザインとは、ある種の言語と言っても差し支えない。結局は、昔から語り継がれてきた言語をどう操り、いかに新しい文化を創っていくかが、デザイナーに問われていることではないのでしょうか。(…抜…)

そして、楽器だけが持つ使命というものは私と考えます。それは、「楽器と共にある暮らしが、いかに心地のいいものか」を提案すること。他ジャンルの製品以上に、良質な情報の提供を求められます。ユーザーの心を掴むためにも、いい楽器作りの使命を、ヤマハは負っていると考えます。(…抜…)

ヤマハ製品は、国内外を問わず、広く浸透しています。ヤマハの思想を広く伝えていけば、一般の人々の暮らしの中でデザインについて考えを巡らせ、デザインのことをよりよく知ろうとする機会を与えることにつながるのでは、と期待しているのです。

柏木 博

近代デザイン史専攻 武蔵野美術大学名誉教授 / 英国王立芸術大学院大学名誉フェロー

Yamaha and Design (Excerpted from the Yamaha website, "Design" article content (2004))

(…Excerpt…)

It's quite clear to see the "digital expression in musical instruments" that exists in Yamaha's entire line of electronic instruments. In particular, the WX7 wind MIDI controller was deeply impressive, featuring a design that skillfully projected the image of electronics as a new technology, while still retaining the memory and shape of the design that the instrument possessed.

My enduring memory of Yamaha as an organization was as the first company in Japan to mass-produce furniture, beginning in the 1920s. Although the use of tables and chairs had yet to take root in Japanese culture, Yamaha made the early decision to get involved in their mass production. In other words, this was proof that Yamaha was committed to changing the Japanese way of life, and it is obvious that their designs were made with this in mind. My understanding is that this was an extremely crucial point in the modern history of Japan...

(…Excerpt…)

Design definitely isn't something that you just come up with out of nowhere, or something that you create without purpose. The fact is that there is always some kind of history, in terms of somebody making something, and how you interpret that...

(…Excerpt…)

If you're going to admit your influences, to you need to have confidence in your own design. How do you interpret the continuous nature of history, which goes on without cessation? Of course, you can elect to deny the flow of things up through the present, but the precision and thoroughness of design differs from making something in a completely ignorant state of mind—choosing to do so might take you in a completely different direction than intended...

(…Excerpt…)

It's safe to say that design is a kind of language. In the long run, perhaps what is expected of designers is how they handle the language that has been handed down from the past, and how they create new culture...

(…Excerpt…)

I believe that there is a purpose unique to musical instruments, which is to propose ways that we can make life together with these instruments more pleasing. Another point that comes into question is whether we can provide good quality information, more so than products in other genres. I believe that Yamaha's mission is to create excellent musical instruments that stir the hearts of their users...

(…Excerpt…)

Yamaha's products have become widely used, both in Japan and overseas. I hope that if we can communicate Yamaha's philosophy to a wide audience, it will lead to opportunities for people to become more knowledgeable about design, as they think about it within the context of their daily lives.

Hiroshi Kashiwagi

Majored in Modern Design History. Now serves as honorary professor at the Musashino Art University. Also an honorary fellow at the Royal College of Art in Great Britain.



2003

2003

BLACK YAMAHA

TOKYO, HARAJYUKU, EX'REALM

さまざまなアイテムを共通のデザインテーマ『黒』で統一する初の試み。バンドを構成する楽器群のみならず、ライブパフォーマンス全体をデザイン。

Our first attempt to unify various products under a "Black" design theme. We designed not only the musical instruments that comprise a band, but all elements of live performances.

管楽器、弦楽器、打楽器、鍵盤楽器、一口に楽器と言っても、その素材や製造方法は全く異なるのが当たり前である。本イベントでは、黒ニッケルメッキ、黒革張り、塗装仕上げなど、様々な手法を駆使して『黒』の世界を表現しただけでなく、ジャズバンド The Black Notes を結成し原宿でライブを開催。ステージ衣装や空間、映像表現に至るまで、デザインの対象は多岐に渡り、この取り組みは、その後の総合的なデザインプロジェクトの起点となった。このような素材表現の探究は多くの楽器デザインに活かされている。



Although all musical instruments exist to make music, the materials and manufacturing methods used to make each type are completely different. For this live performance in Harajuku, we used black nickel plating, black leather upholstery, black finishes, and other design techniques to create a completely black appearance, and even formed a jazz band called "The Black Notes." Yamaha Design touched everything from costuming and stage design to video, and our efforts for this event set the tone for subsequent integrated design projects. Research of this kind into material expression is a part of the design of many musical instruments.

いたいた言葉
Comments



「プロトタイプに魂が宿ってる！」

"Prototypes with soul"



2005/2006

2005/2006

HOW MANY FRIENDS DO YOU HAVE? SHALL WE MEET UNDER THE BLUE SKY?

MILANO SALONE, SATELLITE

楽器デザイナーの考え方を楽器以外のジャンルに転用する試み。既存の家具の概念には収まりきらない新しい生活道具の提案。

An attempt to apply the approach of musical instrument designers to other genres. We offered proposals for new tools for everyday life that eclipsed existing concepts for furniture.

世界中のデザイナーが注目するミラノサローネ[※]、中でも新進気鋭の若手クリエイターが作品を発表するサローネサテライトに初参戦。音楽に関わる道具をデザインする際に、我々がユーザーという言葉を使わずプレイヤーと呼んでいること。道具の使用が自己表現となり、それを観るオーディエンスの存在も考慮していることが再認識された。人と人との出会いや会話、その先にある心地良い時間や空間をテーマに考察を深めた結果、従来の家具の概念を超えた提案が生まれた。楽器デザイナーの視点から楽器以外のジャンルにも応用できるという可能性は、日々のデザイン活動にさらなる意義を与えている。



We made our debut at the pre-eminent Salone del Mobile.Milano*, earning entry into SaloneSatellite, a side event where up-and-coming creators present their work. When we design musical instruments and tools, we use the word "players" rather than "users" to describe our customers. This event reminded us that musical instruments and tools are both means of self-expression, and objects to be enjoyed visually by audiences. Our deep dive into the themes of encounters and conversations between people, and the warmth of the time and space that these encounters and conversations engender, inspired us to create ideas that surpass conventional concepts for furniture. The viewpoint of musical instrument designers has the potential for application in a variety of genres other than musical instruments, a potential that has further significance for everyday design activities.

[※]ミラノサローネ
「ミラノサローネ」は毎年イタリア・ミラノで開催される世界最大規模の家具見本市「ミラノサローネ国際家具見本市」の通称。「サテライト」は、35歳以下の若手デザイナーの登竜門として知られる。見本市の開催期間はミラノデザインウィークと呼ばれ、国際家具見本市のほかにもミラノ市街地でメーカーやデザイナーによるさまざまなイベントや展示会が開催される。

* Salone del Mobile.Milano
The Salone del Mobile.Milano is the world's largest furniture exhibition, held in Milan, Italy. The full name of the event is "Salone Internazionale del Mobile." The SaloneSatellite is known as a gateway event for young designers up to 35 years of age. Referred to as "Milano Design Week," the period features a trade fair for international furniture as well as various events and exhibitions in the Milan metropolitan area held by manufacturers and designers.



いただいた言葉
Comments

How many friends

“GOOD CONTENT AND CONTEXT”

「優れたコンテンツかつコンテキスト」

“YOUR BOOTH HAS
MEANINGFUL ATOMSPHERE”

「このブース、意味のある雰囲気は満ちてるね」

“IT'S THEATRICAL”

「どこか演劇的な感じだね」

“BEHAVIOR ORIENTED”

「動作からの発想ですね」

2007

2007

SCENE OF TONE

MILANO, ZONA TORTONA, SPAZIO BUGATTI

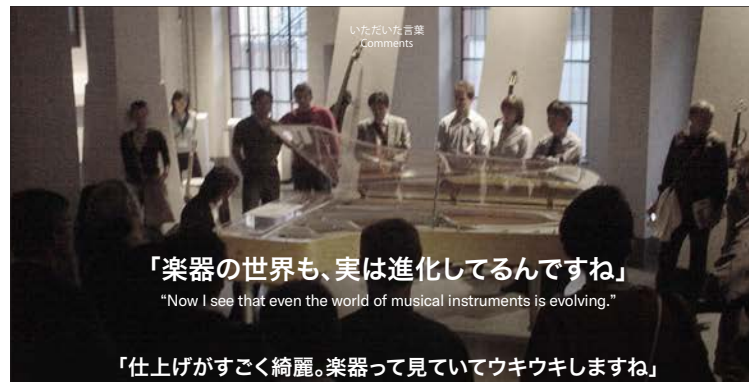
ピアノやバイオリンの生まれた国で、最新の楽器群や、デザイン大学との協業作品を紹介。インテリアデザインの祭典で、楽器と暮らすライフスタイルをあらためて提案。

We introduced the latest musical instrument families and collaborative works with design universities in the country that gave the piano and violin to the world. At the interior design festival, we presented new lifestyles that incorporate musical instruments.

イタリアの地で現代の楽器群と新しいデザインを紹介したいという思いから、坂本龍一さんのオペラのための制作した特注ピアノや、新たなインテリアピアノMODUSシリーズ、そしてサイレント弦楽器群などを一挙に展示。デザイン系大学との産学協同事例も紹介し、また連日ライブ演奏も行った。一般的に楽器のカタチは完成しているものと認識されており、そこに新たなデザインを提案し多くの賛同が得られたことは、その後続くデザイン性に特化した楽器の開発を力強く牽引した。



With the aim of introducing contemporary musical instruments and new designs in Italy, we created an exhibit that simultaneously displayed a piano custom-built for Ryuichi Sakamoto's opera, a new, elegantly designed piano from the MODUS series, Silent string instruments, and more. We also introduced examples of our collaborations with design universities, and hosted live performances each day. In general, viewers recognized our designs as complete, and our presentation of new designs garnered much interest and approval, which thereafter propelled the ongoing development of musical instruments with a strong emphasis on design.



「楽器の世界も、実は進化してるんですね」
"Now I see that even the world of musical instruments is evolving."

「仕上げがすごく綺麗。楽器って見ていてウキウキしますね」
"Beautifully finished. Looking at musical instruments can be such a thrill."

2007年「scene of tone」、2008年「key for you」と二年にわたって、ミラノ・デザインウィークにおけるYAMAHAの発表を拝見しました。いずれも実に美しい展示として記憶に残っています。

まず、2007年の「scene of tone」は世界的に知られたYAMAHAデジタル楽器の端正な美しさを改めて認識させられる展示でした。坂本龍一さんのために制作されたオペラ・ピアノを中心に、サイレントバイオリンなどのデジタル楽器が堂々と並び、楽器に対するYAMAHAという企業の、現代的なデザインへの回答をストレートに伝えていたと思います。またRCAの学生たちとの新しい楽器を考える試みも、未来を感じさせるものでした。

2008年の展示「key for you」では、発表がより洗練されたように感じました。

新しいクリエイションが大量に発表されるミラノ・デザインウィークでは、見て歩く人々の多くがデザイン疲れするものです。

そうした中、YAMAHAが行った新しい鍵盤楽器の提案は、とても清々しいもので好評でした。人々が囲んで楽しめるデザインのデジタルピアノや、カバーを閉じるとシルバーの黒鍵が意匠となるスケッチブックのようなモバイルキーボードなど、まさに心に響くデザインだったと思います。

また、会場ではYAMAHA社員の方の連弾演奏もあって、常心地よい音楽とともにデザインがある、オアシスのような展示でした。日本以外からの来場者の方々からも、

YAMAHAの展示が素晴らしいというコメントをたくさん聞き、誇らしく思ったものです。

Pen 編集部 副編集長 井手 ゆい

I had the pleasure of seeing Yamaha's presentations at the Milano Design Week for two years, 2007 ("scene of tone") and 2008 ("key for you"). Both of these exhibitions were truly beautiful, and remain fresh in my mind.

First, the "scene of tone" exhibition in 2007 allowed visitors to become reacquainted with the decorous beauty of Yamaha's world-renowned digital musical instruments. I feel that this exhibition offered a straightforward view of Yamaha's take on modern design with regard to musical instruments, with an array of digital instruments such as the silent violin proudly on display, centered around the Opera Piano that was created for Ryuichi Sakamoto. The exhibition also featured experimental instruments designed in collaboration with RCA students that hinted at the future of musical instruments.

I felt that the "key for you" exhibition in 2008 was even more refined than the previous year. Many people who visit the Milano Design Week and walk around to see the massive number of new creations being presented get tired of all of it, but Yamaha's proposals for new keyboard instruments were a breath of fresh air that was quite popular.

Their digital piano design that had visitors circling around the instrument to enjoy playing, as well as its sketchbook-like mobile keyboard featuring silver-colored black keys that turned into a design motif when the cover was closed—these designs truly struck an emotional chord.

The exhibition was like an oasis of sorts, where Yamaha employees teamed up to play four-hand pieces for an exhibit that featured elements of design with music that always felt comfortable. I felt a sense of pride when I heard the comments from people who visited from places other than Japan, saying that the Yamaha exhibit was fantastic.

Yui Ide, Deputy Editor in Chief, Pen Department



2008

2008

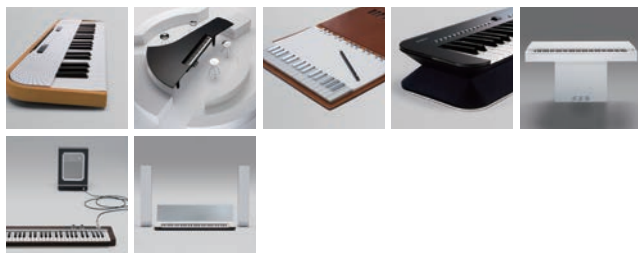
KEY FOR YOU

MILANO, ZONA TORTONA, SPAZIO BUGATTI

ギフトとしての楽器、ジーンズのように使い込まれて味の出る楽器、演奏会の空間装置としての楽器など、人と道具の新しい関係を考察した7つの鍵盤楽器を提案。

We presented seven keyboard instruments designed to highlight new relationships between people and their tools, including an instrument intended to be given as a gift, an instrument idiosyncratically seasoned like a well-worn pair of jeans, and an instrument designed to create atmosphere at concerts.

親子関係、恋人関係、師弟関係、ライバル関係など、人と人の関係が多彩であるように、道具と人の関係もまた多種多様なはず。ましてや楽器のように人と人の関係が親密な道具、人生の伴侶となりうる道具であれば、もっている関係性を見出すことができるはずだ。鍵盤楽器という種族は同じでも、関係が変われば道具の意味や使用シーンが変わり、異なる大きさ、素材使い、デザインが生まれるという仮説のもと、7つのプロトタイプを提案した。この時デザインされた大型の電子ピアノ key between people は国内外さまざまな展示会で紹介され、現在はインノベーションロード入り口に展示されている。



People's relationships with their tools are as varied as their relationships with their parents, partners, teachers and students, or even rivals. People have intimate, sometimes lifelong relationships with their instruments. Thus, people relate to their instruments in many different ways. Indeed, for tools with as intimate an association with people as music instruments, tools that can be a partner for life, we should be able to discover a greater diversity of relationships. Even with instruments from the same keyboard "family," the significance, venues for use, size, materials, and design of these "tools" changes depending on the nature of the relationship with them. This belief underpins the designs we used for the seven prototype keyboard instruments we presented here. "key between people," a large digital piano designed at this time was introduced at a number of exhibitions in Japan and overseas, and is currently on display at the entrance to Innovation Road.

いただいた言葉
Comments

"I UNDERSTAND THE MEANING OF THE TITLE, 'JEANS!' I AGREE WITH THE THOUGHT THAT WE SHOULD TAKE GOOD CARE OF THINGS WE OWN, FOR A LONG TIME."

「題名の「ジーンズ」の意味がわかった！「長く愛用する」考えに賛成」

"MINIMALISM, SIMPLICITY = BEAUTY."

「最小限、単純さ＝美しさ」

"A REAL KEYBOARD IS BEST FOR PLAYERS WHO ARE JUST STARTING OUT."

「入門者向けのキーボードは本物がいい」

"NATURAL WITH A HIGH-TECH FEELING. THE GLASS LID INVITES ME TO PLAY."

「ナチュラルでハイテク風で。ガラスの蓋は演奏を誘うね」

"LISTENERS JUST WANT TO TOUCH THE SOUND."

Demonstrator

「リスナーは音に触りたいのさ」
デモプレイヤー

"THE SHAPE OF THE BASE IS LIKE A SHADOW."

「下部の形が影のようだ」

"IT'S NOT AN MP3 PLAYER, BUT YOU CAN ENJOY MUSIC ANYWHERE WITH THIS!"

「MP3ではないけどこれも「音楽を何処でも」ですね！」



2010

2010

MUSIC FOR YOU, MUSIC WITH ALL

SHIZUOKA, ACT CITY HAMAMATSU

音楽の持つ価値を、より手軽に、そして深く味わうために、ヤマハにできること。音楽の持つ価値を、音楽という分野を超えて生かすために、ヤマハにできること。

What Yamaha can do to make the values of music more accessible and deeply enjoyable. What Yamaha can do to leverage the values of music beyond the field of music.

「第3回 国際ユニヴァーサルデザイン会議2010 in はままつ」に参加。身近な素材を使ったプリミティブな音遊びに、音響アシストや演奏アシストで表現力を付加できる新しい楽器、音と振動で遠隔地をつなぐ音窓など、音と音楽の持つ価値をさらに深めたり、その価値を音楽という分野を超えてコミュニケーションや社会環境に生かす、多様なプロトタイプを製作・展示した。ヤマハは現在も、音楽の力で社会課題を解決しようとするさまざまな取り組みに率先して取り組んでいる。



We participated in the 3rd International Conference for Universal Design in HAMAMATSU 2010. We created and exhibited several prototypes that further enhance the inherent value of sound and music, and leverage that value beyond the field of music in communication and community. The prototypes included a new musical instrument made of easily recognizable materials and equipped with acoustic and performance assist functions to add expressiveness to simple playing, and a sound window that uses sound and vibrations to connect distant locations. Currently, Yamaha is leading the way in a range of initiatives to resolve social issues through the power of music.

※国際ユニヴァーサルデザイン協議会
ユニヴァーサルデザインのさらなる普及と実現を通して、社会の健全な発展とくらし創りを目指す活動体。「国際ユニヴァーサルデザイン会議2002」の理念を継承して、2003年11月に設立。

* International Association for Universal Design
The International Association for Universal Design (IAUD) is an organization which inherits the spirit and the results of the "International Conference for Universal Design in Japan 2002". We seek for further progress and to make a comfortable living environment, and to lead Japan in disseminating information to the world.

いただいた言葉
Comments

「次は楽しみのユニヴァーサルデザインの時代ですね」

"The next era of universal design will be one of fun"

「国際ユニヴァーサルデザイン協議会®」設立趣旨

100%の障害者はいない。

100%の健常者もない。

人間は皆、身体(または精神)のどこかに障害部分を持っており、
なおかつ健常なる部分をも合わせ持っている。

ユニヴァーサルデザインとは、

誰でも豊かで快適な生活を送るためのものである。

IAUD 前総裁 寛仁親王殿下

Prospectus for the establishment of the International Association for Universal Design*

No one is 100% disabled.

And no one is 100% healthy.

Everyone has disabilities in some parts of his or her body (or mind),
and has healthy parts at the same time.

Universal design lets everyone lead more affluent and comfortable lives.

His Imperial Highness Prince Tomohito, Former Patron

2010

2010

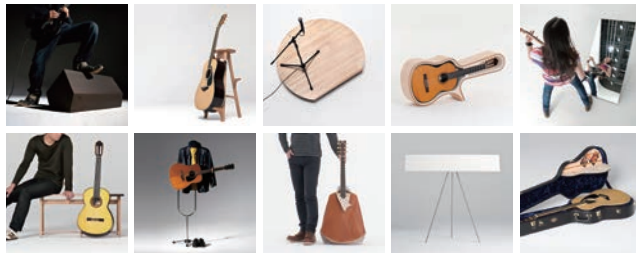
PLEASE PLEASE ME

TOKYO, YAMAHA GINZA STUDIO

ギターのように持ち運ぶ楽器にも暮らしの中での居場所を与え、家族の一員のように共に過ごす。楽器そのものをデザインするのではなく、その周りにいる名脇役たちをデザインするという提案。

Even portable instruments like guitars occupy space in our lives, and function as members of the family. Here, we presented not only the designs of portable instruments, but also the designs of the less-heralded items that exist around them.

生活空間に定位置のあるピアノのような大きなモノは元来インテリア要素を持つが、ギターのように持ち運べる楽器であっても、暮らしの中に専用の居場所が必要なのではないか。共に過ごすパートナー、家族の一員のような愛着はどのように育まれるのか。そのような考察から、楽器そのものではなく、その周辺にいる脇役たちにスポットライトを当てデザイン提案を試みた結果、全く新しいタイプの10個のプロトタイプが誕生した。このように道具を取り巻く環境やライフスタイルごとデザインする姿勢は、今や世界のデザイン活動の主流になっている。



Large instruments like pianos stay fixed in one place in our living spaces, and thus inherently have elements of interior design that endear them to their owners. We embarked on an investigation into how portable instruments like guitars might also require a specific, defined space in our lives, and how they might function as lifelong partners or members of the family. Our considerations led us to present 10 completely new prototypes based on designs that highlight the unsung items that support musical instruments, rather than the instruments themselves. This stance of designing to suit specific lifestyles or environments that surround such items is now commonplace in the world of design.

いただいた言葉
Comments

「ひとつひとつストーリーがあって面白い」

キュレーター

"It's so interesting to see how each one has its own story."
Curator

「触れる、座れる、撮れる、というのはなかなかない、それがヤマハらしい」

"It's unusual to get the chance to touch, sit on, and take photos of the prototypes. So much like Yamaha."

“HAPPY ACTUALITY”

「理想の生活にとってとても実用的」

"Quite a useful piece for living your ideal life."

「ギターが気持ちよさそう」

"The guitar looks so comfortable."

「ギター売り場にあつたらいいのに！」

"I wish they had there in guitar stores!"



2011

2011

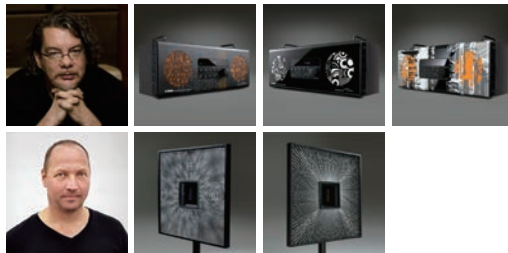
RESONATED YAMAHA

TOKYO, YAMAHA GINZA STUDIO

ヤマハデザイン研究所のクリエイティビティとは異なるセンスを持つ社外デザイナーとコラボレーション。商品化されているデザインをベースに音楽家同士のセッションのような協業が生まれた。

We collaborated with designers from outside Yamaha who have a different sense of creativity than the Yamaha Design Laboratory. The resulting collaborations were not unlike studio sessions between professional musicians, based on commercialized designs.

音楽やファッションという文化を独自の手法で表現するグラフィックデザイナーのネヴィル・ブロディ^{※1}。機能的/装飾的という枠を超えて工芸品のようなデザイン作品を次々と発表しているトード・ボーンチュ^{※2}。彼らに、『グルーブ感や昂揚感に呼応する機器のあり方とは?』『音が現れ出てくるのにふさわしい面の表情とは?』といった問いを投げかけ、オーディオデザインの新しい方向性を探究した。こうした取り組みによって、デザイン性の高いインテリアオーディオの進化が加速している。



Neville Brody^{※1} is a graphic designer known for distinctive depictions of the cultural elements of music and fashion. Tord Boontje^{※2} has released a succession of craftwork-like designs that exceed the bounds of the functional and decorative. In search of a new course for audio design, we asked these artists for their views on what kinds of devices inspire a state of flow and uplifting feelings, and to define what forms of expression are appropriate for working with sound that occurs around us. Initiatives such as this are accelerating the evolution of audio products for the home that emphasize design aesthetics.

※1 Neville Brody Neville Brody
イギリス出身のデザイナー。デジタルデザイン、タイポグラフィ、アイデンティティ等の総合的デザインを手がけ、世界のデザイン界に影響を与え続ける。

※2 Tord Boontje Tord Boontje
オランダ出身のインテリアデザイナー。自然、草木、動物などをモチーフとしたインテリアやテーブルウェアを数多く発表。クラフト的な独特の温かさのある作品はボタニカルブームを巻き起こした。

※1 Neville Brody
A designer from England, Neville Brody has been involved in integrated design efforts encompassing digital design, typography, identity, and other elements, and continues to exert an influence in the world of global design.

※2 Tord Boontje
An industrial designer hailing from The Netherlands, Tord Boontje has released many interior design and tableware products featuring motifs such as nature, plants, and animals. His works sport a uniquely warm handmade craft feel that has inspired a "botanical boom" in interior design.

いただいた言葉
Comments

“FOR ME, RESONATE MEANS SOMEHOW REFLECT TO REVEAL BY SHOWING WHAT IS HAPPENING.”

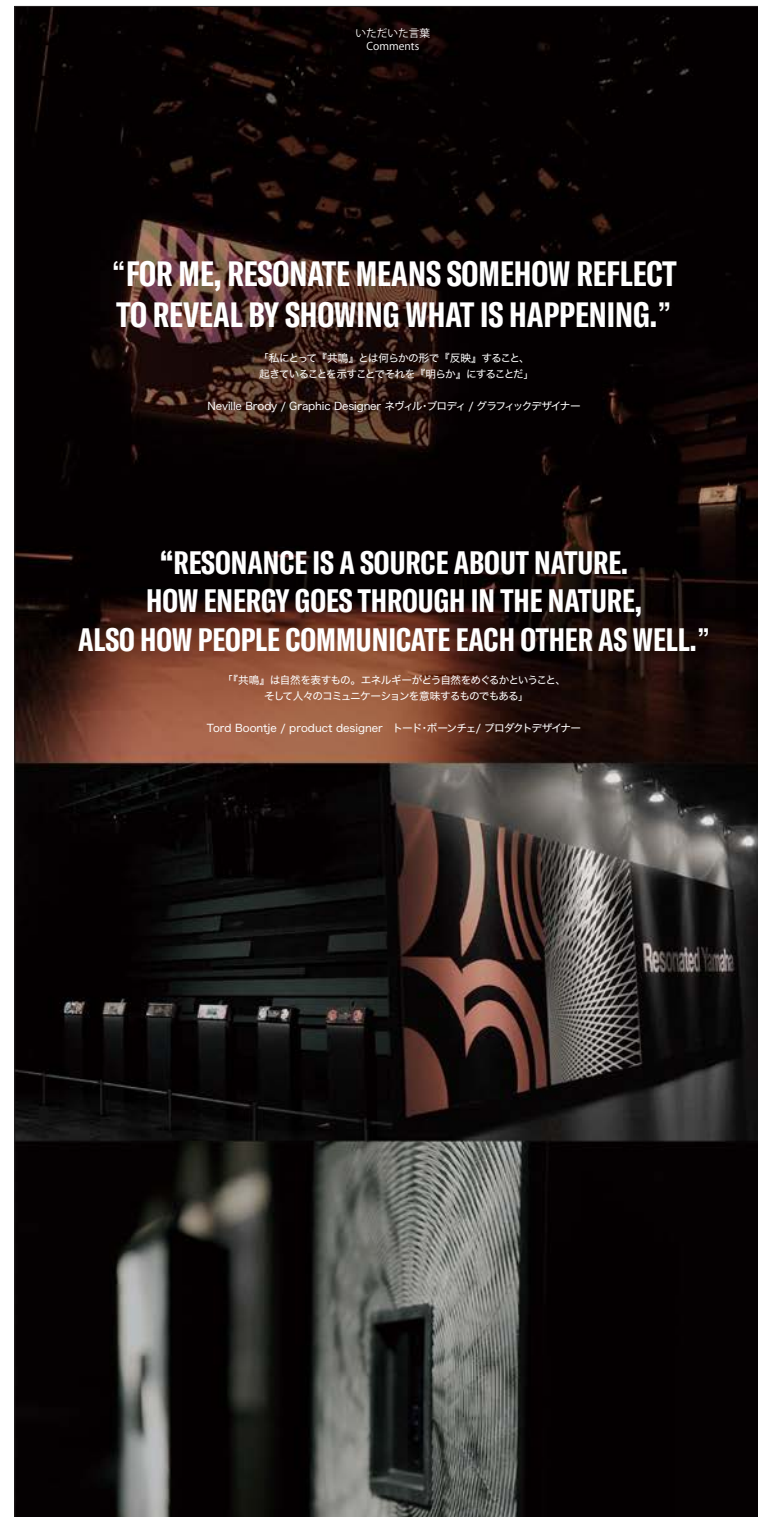
「私にとって『共鳴』とは何らかの形で『反映』すること、起きていることを示すことでそれを『明らか』にすることだ。

Neville Brody / Graphic Designer ネヴィル・ブロディ / グラフィックデザイナー

“RESONANCE IS A SOURCE ABOUT NATURE. HOW ENERGY GOES THROUGH IN THE NATURE, ALSO HOW PEOPLE COMMUNICATE EACH OTHER AS WELL.”

「『共鳴』は自然を表すもの。エネルギーがどう自然をめぐるかということ、そして人々のコミュニケーションを意味するものでもある」

Tord Boontje / product designer トード・ボーンチュ / プロダクトデザイナー



2015

2015

PROJECT AH A MAY

FRANCE, SAINT-ÉTIENNE

楽器と乗り物、お互いにデザインアイテムを交換してみようという、ヤマハ発動機との共同実験。その結果2つのヤマハデザインに確認できた数多くの共通点。

A joint experiment with Yamaha Motor to work on each other's designs for musical instruments and vehicles, exposing noted several commonalities between these two branches of Yamaha Design.

楽器のデザイナーがバイクをデザインしたら？ 乗り物のデザイナーが楽器をデザインしたら？ 両社は同じヤマハというブランドを掲げているが、どこまで共通の思いや作法を持っているのか確かめてみようという試み。作業の途中段階で互いにアイデアを見せ合うことは一切せず、最後までやりきったところで確認してみると、素材の使い方や細部のこだわり方など、両社のデザイン作法には数多くの共通点が見出された。こうした活動はモーターサイクルの世界観を取り入れたエレキギターの開発等に連動している。



What if a musical instrument designer designed a motorbike? What if a vehicle designer designed a musical instrument? Both organizations work under the same Yamaha name, so we wanted to see how much our thoughts and practices had in common. Each side worked through the entire experiment without sharing ideas with the other side, only coming together at the end, when we noted many commonalities between our design practices, including the way we use materials and our obsession with details. These efforts have resulted in us applying the world view current in motorcycle design to the development of electric guitars.

いただいた言葉
Comments



思ったおりに事が進むのはまったく面白くない。
“挑戦”を通して、不安定な中に自らを置くからこそ、
今までない視点を持つことができる。

予定調和では少し心が揺さぶられない。

“実験”によって、見通しの悪い中に自らを置くからこそ、
素晴らしいアイデアが湧き上がる。

止まることなく、常に動き続ける。

ヤマハデザインの取り組みを見て、そんなことを考えている。

デザイン誌「AXIS」編集統括 石橋 勝利



There's nothing interesting about things going exactly as planned.

It is the act of taking on a challenge,
of placing yourself in the midst of unpredictability,
that gives you an entirely new viewpoint.

Nothing about established harmony is emotionally moving; rather,
deliberately placing yourself in a situation where experimenting with
new things might appear to have an unfavorable outcome can be the
inspiration for some amazing ideas. Always in motion,

with never a pause - that's what I think when I look at the initiatives from Yamaha Design.

Design magazine AXIS Supervisor Katsutoshi Ishibashi



2019

2019

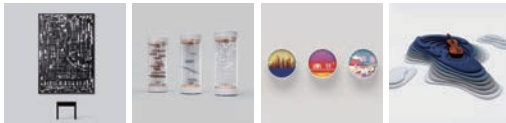
PULSE

MILANO, VENTURA CENTRALE

11年ぶりのミラノ・デザインウィーク。対外発信活動の原点に回帰。既存のジャンルに縛られず、誰も見たことのない新たな概念をカタチにする。

We participated in Milan Design Week for the first time in 11 years. We went back to the beginning—sharing our designs with the world. We created unprecedented new concepts that cannot be contained within the bounds of existing genres.

機能的価値に対する情緒的な価値について考察を深める中、鼓動、脈動、情動を表すパルスという言葉にたどりつき、音や音楽の意味、没入体験、アートの領域に踏み込みながら、新しい概念をカタチにすることに挑戦した。既存楽器の意味の解体と再解釈、音楽の意味の拡張、身体に訴える新しい体験価値の提案など、4つの作品が全て異なる視点を持ち、各々が異なる表現に挑戦しながらも、やはり共通する美意識があり、本質を押さえた上で革新を試みるデザイン姿勢は常に一貫していた。



While immersed in the process of investigating emotional value as it relates to functional value, we arrived at the word "pulse" and its intimations of pulsing, resonance, and emotion, and did our best to create new concepts while stepping into the realms of the significance of sound and music, immersive experiences, and art. Each of the four works is an attempt to create different forms of expression, and each presents completely different perspectives, including deconstructing and reinterpreting the meanings of musical instruments as we know them, expanding the meaning of music, and suggesting new experiential values that appeal to the physical senses. Nonetheless, the works share an aesthetic sense and a foundational design stance that captures the essence of the object, and builds on it to break new ground.

いただいた言葉
Comments

「楽器の可能性をひろげる作品たち」

"These works expand the possibilities of musical instruments."

“SPACE,” “IN THE WOMB,” “UNDERWATER” ...

「宇宙」「母さんの胸の中」「水中」...

“COLORFUL SOUNDS.”

「音がカラフル」

「世界一幸せなインハウスデザインチーム」

"The in-house design team must be the happiest team in the world."

“REDEFINING THE PIANO,” “INNOVATING WHAT A PIANO MEANS.”

「ピアノの再定義」「ピアノの意味のイノベーション」

“FEELS JAPANESE.”

日本的

“IT REMINDS ME OF THE SOUND OF RAIN.”

自分の雨音の記憶を思い出す

“PSYCHEDELIC. MYSTERIOUS.”

サイケデリック、ミステリアス



発信しつづける強さ

ヤマハデザイン研究所による自主的な活動を披露するという趣旨の本展は、彼らの試行錯誤と成長の記録とよべるものです。日常的な仕事として取り組むべき仕様にしたいがい造形する時とは異なる考え方と手法によって、楽器をデザインする本質を掘り下げ、音楽と人、人物の関係性について真摯に向き合ってきた軌跡でもあります。特定の形式にとられない展示方法で世の中へ発信したプロトタイプ(先行開発による試作品)は、さまざまな反応を率直に受け止める姿勢によって、次の新たな楽器を手がけるための糧となって蓄積されてきたのだといえるでしょう。

たとえば、「ミラノデザインウィーク」における彼らの挑戦は、世界的な大舞台に参加する事実だけに満足するものではなく、その場で体験する人々とのコミュニケーションに主軸を置いているのは明らかでした。

2005年と2006年に出展した「ミラノサローネサテリテ」で、あえて楽器から離れて日常生活で不可欠な家具を扱って、人が笑顔になったり驚いたりする状況をつくり出し、続く2007年と2008年には、期間中のミラノ市内で最も多くの人出を記録するトルトーナ地区に特設会場を創出。知る人ぞ知る、といった隠れ家風の雰囲気や漂わせながらも、新たな提案で音を楽しむ空間には、通りかかった誰もか吸い寄せられるように足を踏み入れていました。

その後、10年を経て2019年に再び、ヤマハデザイン研究所として独自に発信する場にミラノを選び、入場規制が必要になるほど大勢の来場者を集めたのは、実際に触れて音を鳴らせる、さまざまな仕掛けでした。まるで平面絵画のようなピアノ鍵盤や、全身でチェロと共鳴するように沈み込めるラウンジ……。国籍、性別、年齢を問わず、体を動かさずとも音を響かせられるそれらの装置は、おそらく、すぐに製品となって世に送り出されるものではありません。しかし、ヤマハから誕生する楽器の根底になくはない、人々の感情を揺さぶる音への探究心から生まれたことは確かです。そして、多くの人と共有した体験から、また次に挑戦すべきテーマが見出されるはずで。

毎年4月のミラノで繰り広げられる、デザインへの熱気にあふれた1週間のなかで、家具やインテリア製品ではなく音を扱うヤマハは、特異な存在でもあります。その個性が心踊る体験とともに享受され、強い印象を残したときに、来場者との一体感も生まれるのです。既存の方法に固執せず、自由に挑戦を続ける限り、ヤマハデザイン研究所の進化はつづくに違いありません。

デザインジャーナリスト / 高橋 美礼

The Strength of Continuing to Communicate

Held with the purpose of showcasing the independent activities of the Product Design Laboratory, this exhibit could be considered as a record of their trial and error as well as of their growth. It is also a record of the path that the Laboratory have taken in their sincere examination of the relationship between music and people, and between people and things, utilizing a philosophy and methodology different from that employed in their more normal work of creating according to a set of specifications, and instead digging deep into the essence of designing a musical instrument. Displayed to the world using methods of exhibition that do not adhere to a preconceived format, these prototypes (test products created in the preliminary stages of development) could be said to represent an accumulation of what fuels the Design Laboratory's efforts to create the next generation of new instruments, as they candidly invite a variety of responses.

For instance, the strategy of the Design Laboratory for "Milano Design Week" did not focus on simply being satisfied that they were participating on a larger global stage; rather, it placed a clear emphasis on communicating with the people experiencing the exhibit.

At the 2005 and 2006 "Milano Salone Satellite" exhibitions, the Design Laboratory took a deliberate step away from musical instruments, instead focusing on furniture, an indispensable part of our daily lives, to create situations that elicit surprise or inspire people to smile. At the 2007 and 2008 exhibitions, a special event venue was built in Tortona, which was attended by a record number of visitors for the city of Milan. For these exhibits the Laboratory offered a new space where people could enjoy sound in an atmosphere that evoked the feeling of a hideout for those only "in the know," drawing in everyone who passed by.

A decade later in 2019, the Yamaha Design Laboratory again selected Milan as a unique avenue for communication, creating an exhibition that was so popular with visitors that limits were placed on entry. Visitors were drawn to a variety of sound-making constructions that could be touched, such as a piano keyboard that looked just like a two-dimensional painting, and a lounge where visitors could physically experience being immersed in the resonance of the sound of cellos. These were devices with which sounds could be made by anyone, regardless of their nationality, gender or age, simply by moving their bodies. While not the kind of thing that could be instantly made into a product and brought to market, they were undeniably the products of a quest to stir human emotions through sound—a quest that must remain the foundation of the musical instruments that Yamaha creates. These experiences, shared with so many people, are sure to provide themes for the Design Laboratory to address in future endeavors.

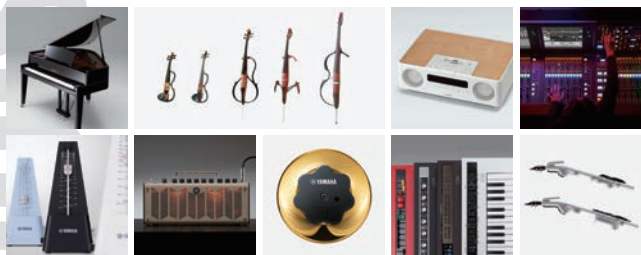
At this week filled with passions for design, held in Milan every April, Yamaha holds a singular presence as a company that deals not with furniture or interior products, but with sound. That impression, and the inspiring experience it produces, leaves a strong impression that creates a sense of unity between Yamaha and our customers. The Design Laboratory is certain to continue to evolve for as long as they eschew existing methodologies, and continue to take on new challenges with a sense of freedom.

Mirei Takahashi, Design Journalist

CONCLUSION

デザインの仕方をデザインする。ヤマハデザインの流儀

創業100周年の際に制定したデザイン理念、その中でも『本質を押さえたデザイン』は最も重要なキーワードです。「本質的」ということは、いわゆる「本物っぽい」とは違います。見た目だけを本物っぽく取り繕うことは本質の逆なのかもしれません。一見すると奇抜なまでに独創的でありながら、よくよく考えれば理にかなっている。そんなデザインに出逢った時、人は「本質を突いている」と感じるのではないでしょうか。本質を押さえたデザインとは、道具や文化、そして人間に対する深い理解と、独自の視点がなければ見出すことができないものだと思います。本質を問い続け、発信し反響を得ることで検証してきたヤマハデザインの活動に終わりはありません。製品デザインにおいては、見出した本質を研ぎ澄まして表現する方法が、モデルを超えて引き継がれてシリーズ展開され、ひとつの「型」となることも多く、それは「デザインの仕方をデザインする」ヤマハの流儀が製品に結実した事例と呼べるでしょう。この展示をご覧いただいた後で、もう一度イノベーションロードに並ぶ製品デザインの一つひとつを覗いていただくとき、それらに通底するヤマハデザインの理念が浮かび上がってくると信じています。



Designing ways to design. Styles of Yamaha Design



生活から発想する—
道具や文化に対する視点
Discovering ideas in daily life through
the unique perspectives offered by
tools and culture

奇抜だけど理にかなっている
Makes sense, even if the object is
iconoclastic at a glance

本質の美的な表現
Capturing the essence of the product
and expressing it subtly and beautifully

抽出した特徴を再構成する—
デザインの仕方をデザインする
Designing how to design:
Recomposing extracted features

研ぎ澄ました表現は「型」となる
The refined form serves as
our archetype

なぜ
人間に対する深い理解
A deep understanding of people (guitarists)