

ヤマハ流「0→1」の創造力を伝える

YCH24

YAMAHA CREATIVE HACKATHON

「Revs Your Heart (あなたの心を高揚させる)」をスローガンに、心躍る体験を届けてきたヤマハ発動機。同社は今夏、デザイン系学生を招いてのものづくりイベント「YCH24」を開催した。1泊2日、濃密な24時間をかけて行われたユニークな試みを、本イベントの仕掛け人にして、ヤマハのデザイン革命を推進する、同社デザイン本部本部長・長屋明浩に取材した。

山下紫陽=文 村上圭一=撮影 Text by Shiyo Yamashita Photo by Keiichi Murakami

“ヤマハらしさの確立”のために

ヤマハ発動機は長年、社内にデザイン組織を置かず、外部デザイナーとの連携で数々の名作を世に送り出してきた。そのヤマハが2012年、ついにデザイン本部を設立。今年7月にはトヨタ自動車でレクサスブランド企画室長やデザイン部長などを歴任してきた長屋明浩がデザイン本部長に就任し、本格的にデザイン面を強化していくことを明らかにした。

もともと、ヤマハのデザイナーたちは普段からマリンスポーツやモータースポーツなどでとにかくよく遊び、そこで得たワクワク感を製品づくりにつなげているそう。自身も音楽やスポーツに打ち込む長屋ですら、ヤマハに来て「こいつら、えらい元気だな!」と驚いたという。その元気さ、風通しのよさを生かしながら“ヤマハらしさの確立”を図る——それがデザイン本部長としての長屋の喫緊の目標だ。

「今のヤマハには“使えばわかる”“乗ればわかる”というものが多く。それを“見ればわかる”に変えていきたいんです。そのためには、従来のプロダクトアウト／マーケットインという考えではなく、“プロダクトイン”という姿勢でやっていく必要がある。マーケットに受け

入れられることは大切だけれど、何より大事にしないでならないのは“我々は何者か”ということ。そのアイデンティティーを形につなげていきたいですね。」

ヤマハのデザイン理念を伝える YCH24

デザイナーは多彩な感性を持ち、提案型で仕事をすべきと考える長屋。そんな同社のデザイン理念を伝えながら、プロの現場を疑似体験してもらおう、ひいてはデザイン系学生のレベルを上げるにも貢献しよう——そんな目的で8月26日・27日に開催されたのが「YCH24 (ヤマハ 24時間耐久クリエイティブハッカソン)」だ。これは全国のデザイン系学生32名が6チームに分かれ、浜名湖畔の自然の中、1泊2日という短期間で実際に乗ることのできる“ワクワクするような”モビリティをダンボールで制作する、というもの。オートバイやボート、マリッジットなどでお馴染みのヤマハならではの課題のもと、学生たちは身体を動かしながらのインタラクティブなデザインに挑戦した。

今回は長屋とヤマハの新人2名もモビリティ制作に参加。現役デザイナーが同じ条件下でアイデアを形にしていく姿は大きな刺激となったようで、作業

ダンボールモビリティ制作

YCH24のメインイベント。グループに分かれて、思い思いの乗り物をコンセプト設計からモックアップまで制作。扱いやすく、アイデアを短時間で形にできるとしてダンボールが素材に選ばれた。



左——アイデアスケッチ、デザインの様子

右——実際に手を動かすことで、新たな問題点に気づきより洗練されたものになる

YCH24とは？

正式名「ヤマハ24時間耐久クリエイティブハッカソン」。8月26日・27日、ヤマハマリーナ浜名湖で開催された、ヤマハ発動機主催の体験型イベント。デザイン系の学生を招き、1泊2日の24時間に、「ダンボールモビリティ」制作を中心としたワークショップやマリンアクティビティが行われた。同社では今後もこのような学生向けイベントを開催予定。

http://global.yamaha-motor.com/jp/yamahastyle/design/topics_events/2014ych/



ヤマハ社員のチームによる「Wakky3」(制作途中)にまたがる長屋



PROFILE

長屋明浩 ながや・あきひろ

ヤマハ発動機デザイン本部本部長。1960年生まれ。83年、愛知県立芸術大学美術学部卒業後にトヨタ自動車入社。同社デザイン部長、テクノアトリサーチ代表取締役社長などを歴任した後、今年7月に現職に就任。

の様子をじっと観察し、つくり方を参考にしている学生の姿も。また、現場には他にもデザイナー数名が常駐し、初対面のメンバーとの意思疎通に悩んだり、「こういう形を表現したいのだけれど、やり方がわからない」と相談を持ちかける学生たちに親身になってアドバイスをしていた。

「今の若い人たちは、私たちの若い頃と比べても圧倒的に優秀です。難しいソフトも使いこなすし、能力は高い。ただ、彼らの中には苦勞を背負い込みたくないという人が多いんですね。もっと自分の力で世の中を変えていくという気概を持って、いろいろなことに果敢に挑戦してほしい」。

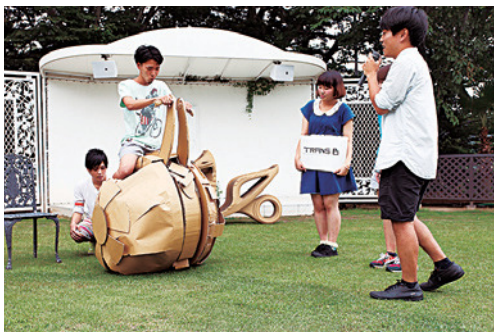
そう語る長屋はさらに、「若いデザイナーにはデジタルツールに頼るばかりでなく、もっと自分の身体をスケールに使うってデザインする体験してほしい。また、実際のデザインの現場では初対面の人とチームを組んで仕事するのは当たり前。今回のグループワークは学生たちにとって非常にいい経験になると思います」と話していた。

製品開発の担い手としてのデザイナー

最初はなかなか最終形が見えてこなかった各チー

ムも、1日目の夜あたりから火がつき、2日目は早朝から真剣な表情で仕上げに。最終的に完成した6つのユニークなダンボールモビリティは、いずれも甲乙つけがたい力作となった。水上に浮かんでリラックスしながら楽しむモビリティあり、はたまた洋服のように着て楽しむ雪ごりあり。優勝したのは球体から3輪にトランスフォームするモビリティを制作したチーム。コンセプトに破綻がなく仕上がりも美しい作品もあったが、それよりも、柔軟な発想を力技と思えるほど大胆に形に落とし込んだチームに評価が集まったのが印象的だった。イラストをうまく使うなど、プレゼンテーションにもそれぞれ工夫が凝らされており、2日間でここまでチームとしてまとまるのか、と唸られることしきり。

学生からは「ほかの学校の人たちとグループワークができて大きな刺激を受けた」「限られた時間の中でいろんな意見を立体にしていって楽しさを感じたが、とても楽しかった」などの感想が。長屋は「デザイナーはこれからの製品開発のリーダーとなっていく人。楽しくデザインオリエンテッドな日本をつくっていきましょう」と期待を込めた熱いメッセージでイベントを締めくくった。



右——優勝作品に選ばれた「TRANS B」。ハンドルを前方に倒すと球状の車輪が3つに分かれ、三輪駆動になる。大胆なアイデアが評価された
左上——スピードに応じて形が変化するモビリティ。完成度も高かった
左下——シンプルながら、身につけて楽しむという発想がユニークな雪ごり