

## 五感コミュニケーション研究会 第 期 第4回

「音・音楽と創造の行方」

～革命の中のモノづくりとマーケティング～

杉井清久

(ヤマハ株式会社開発戦略室)

2008年10月28日

・・・ハイライト版・・・

### 講師プロフィール

杉井清久(すぎい きよひさ)

1989年ヤマハ(株)入社。00年ブランド構築PJ「ミレニアム・ボード」にてヤマハ(株)のブランド戦略を策定。  
02年ヤマハ発動機(株)のダイレクトコミュニケーションスペース「Ex'Realm」の総支配人となり、03年モーターショーのブランディング、電動車両のプロデュースを担当。一方でメディア・アーティスト岩井俊雄氏とのコラボレーションを進め、07年「TENORI-ON」を商品化。現在の役職は開発戦略室技師。



### 1.現在進行中の革命

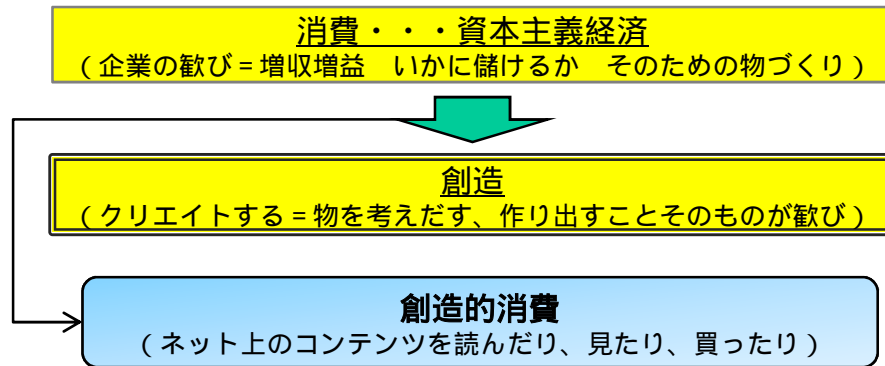
産業革命よりも大きな革命「消費 創造」へ

- 農業以前、ヒトは「食べる喜び(生きることそのものの喜び)」が価値観の中心だった
- 農業発明以降、ヒトの価値観は「食べる喜び」「溜める喜び」「消費の喜び」へ 経済の発展
- 現在は「消費の喜び」の最終章。「消費のための消費」「マネーゲーム」へ
- ヒトの価値観は「消費」「創造」へ大きく変わっていく

「創造革命」進行中

## 現在のステージは「創造的消費」の入り口

- 現在のステージ「創造的消費」とは



## 創造側への雪崩現象

- これまではほんの一握りの創造側（クリエイター）の創造物を大多数の消費側が消費していた
- これまでは創造側は特権階級であった
- インターネットは神が与えた奇跡の無料メディア
- 簡単創造技術の登場
- 例）-フォトショップ+イラストレーターで誰でもプロ級カメラマン&イラストレーター
- フラッシュで誰でもアニメ監督
- 無料メディア+簡単創造技術の登場によって、誰もが創造側へ行けるようになった
- 「創造的消費」の現象
- 4人に1人がネットで情報発信する時代
- 最も進んだ現象コミックマーケット（創造された物がP to Pで流通）
- ケータイに見られる「私も詩人」



## 既存の経済構造の変化

- 大量生産大量消費なんてもう面白くない、という時代が来ている
- インフラか、それ以外
- 個人端末か、それ以外
- 創造物発信の構造変化
- アーティスト発生 ブローカー発生 ブローカー不要に・・・の歴史
- 創造のための投資が不要に 例) CDを作らなくてもよくなった
- 宣伝するのにお金がかからなくなった 例) 告知はmixiのみ
- 新聞広告よりも口コミを信じる 広告代理店不要に？
- 旧来の創造物自体の変化
- インディーズ楽曲数がメジャーを上回る
- 講談社から出せなかった「恋空」
- 経済構造が変わらざるをえない
- 同じものを沢山作ってがっばり儲ける式(nの論理)の資本主義経済の終わり
- 大量生産大量流通大量広報が面白くなると、大企業でいる意味が無い
- これからはコア人材同士がつながるコア経済化がどんどん進んでいく
- 成長を前提とした資本主義経済の終わり
- 前提とされている「成長」は、地球から掘り出される化石燃料等
- このままの成長は地球環境的に不可能
- 幸い、「創造的消費」は経済的な成長を前提としなくて済む
- 物質消費的に豊かになる時代は終わり、創造消費的に豊かになる時代になる

### ケータイ小説「恋空」

著者である美嘉さんの実体験を基に書かれた伝説的ケータイ小説。2005年12月、魔法のiらんどに登場。以後半年にわたって同サイトケータイ小説ランキング1位をキープ。2006年10月7日に書籍化され、上下巻を合わせた初版発行部数は30万部。2008年10月現在、上下巻を合わせた発行部数は200万部を突破している。特に女子中高生らに高い支持を得ており、映画『恋空』は、314万人を動員し、39億の興行収入をあげた。



## 2.音 音楽 快感

### ヒトは記憶を参照しながら体験している

- ヒトは新たに体験すること全てを、自分の既存記憶を参照しながら体験している
- 「音」が「音楽」に聴こえるのは、
  1. 規則性があること
  2. 規則性が「音楽だ」と認識できること・・・自分の中に参照できる記憶が無ければ音楽に聞こえない
- さらに「良い音楽」に聴こえるのは、自分の記憶に残っている音楽体験を「良い感じで裏切られた時」
- 音楽の共同幻想
  - すなわち、「音楽」は世界の共通言語でもなんでもない。共同幻想に近いもの。
  - 時代によって、国によって、人によって、良い音楽/悪い音楽/楽しい音楽/悲しい音楽は違う。
- 今後の音楽
  - 音楽の人による違いは更に細分化されていく
  - 細分化は趣味の違いによって起こる
  - 地域、年代、性別を超えて、趣味のつながりによる細分化が起こっていく

### 音楽は特殊な体験 「17歳音楽プリンティング説」

- 音楽はヒトの体験の中でも特殊な体験である
- そのヒトの音楽体験記憶は、17歳(平均)でプリンティングされる
  - 音楽体験は恋愛と密接な関係がある
  - 最も「恋い焦がれていた時期」に聴いていた音楽が音楽体験として固定される
  - 以降のその人の音楽に対する基準(良い音楽かそうでないか)はその音楽体験が基準になる

## 新たな人種の出現 「音楽中毒者」

- 音楽の聴き方の変遷
  - その昔、音楽の聴き方はアーティスト基準であった(好きなアーティストのアルバムが出るとレコード屋に走って行って購入し、大事に1曲1曲聴いたもの)
  - その後音楽の聴き方はジャンル基準になった
  - さらに、アーティストどころかジャンルもmixして聴く「シャッフル」という聴き方の登場
  - いまや家にあるHDD120ギガからiPOD30ギガにシャッフルして入れて歩く時代(「この曲の後にこの曲が来るのか」という曲間の意外性を楽しんでいる)
- 音楽新人類「音楽中毒者」の価値観
  - 「音楽中毒者」の見分け方 「あなた、ひと月にどのくらいCD買う/借りますか?」 20枚以上
  - 音楽中毒者が求めているのは「新しい音楽体験」
  - 音楽中毒者は「新しい音楽体験」をしたいがために、毎日新しいCDを買う/借りて聴く

## 音楽中毒者のための楽器 「TENORI-ON」

### TENORI-ONのマーケティングの中で「音楽中毒者」の存在が浮かび上がってきた

- 「音楽中毒者」の属性
  - 中心は35歳男性
  - 新しいCDを月に20枚以上ゲットする
  - 最も特徴的な職業はレコード店のバイヤー(趣味を仕事にしている)
- 「音楽中毒者」の求める「新しい音楽体験」とは
  - 音楽の3要素 リズム、メロディ、ハーモニー
  - 音楽の3要素が新しく体験できること
- 「音楽中毒者」が持っていた既存ハードは・・・
  - ipod(第1世代)
  - パイオニアCDJ
- TENORI-ONは「新しい音楽体験装置」



TENORI-ONを買っている人は、  
演奏家ではなく、音楽好きな人

### 3. TENORI-ON

#### コンセプト

メディアアーティスト岩井俊雄とヤマハとのコラボレーションによって制作された21世紀の音楽インターフェース。

16×16個のLEDボタンを使って、音楽の知識がなくても視覚的・直感的に作曲/演奏することが可能



テノリオンを演奏する開発者の西堀佑氏(左)と岩井俊雄氏(右)

#### 基本操作

##### ●基本モード

TENORI-ONには、LEDボタンの操作方法および発音/発光のしかたが異なる6種類のプログラムが用意されている。これらのプログラムを演奏モードを同時に駆使し、音を重ね合わせて鳴らすことで、豊かな音楽表現が可能となる

##### ➤スコアモード

LEDボタンを短い時間だけ押して離すと、そのボタンに割り当てられた音が発音され、同時に押したボタンを中心に光が広がる。



##### ➤ランダムモード

LEDボタンを長押しして発音ポイントをセットすると、そのLEDボタン上で発音/発光が繰り返される。



##### ➤バウンスモード

LEDボタンを押したポイントから光が落下し、ボールがバウンドするように光が底辺にぶつかるたびに発音する。入力ポイントの高さが高いほど発音の間隔が長くなる。



##### ➤プッシュモード

LEDボタンを押したままにしていると、徐々に音と光が変化し始める。光は押されたLEDボタンを中心にだんだんと明るくなり、光る範囲も広がる。



##### ➤ドローモード

LEDボタンを押したり、ボタンを連続的に指でなぞったりした演奏動作を一定時間記憶し、記憶した通りに光と音を繰り返し再生します。再生中にさらに演奏を加えることで、音をどんどん重ねていくことができます。



##### ➤ソロモード

LEDボタンを押している間、繰り返し発音し、LEDボタンを離すと発音が止まる。Soloモードでは、ピアノの鍵盤のように横方向が音階になっていて、縦方向にLEDボタンを押す位置を変えると発音間隔が変わる。



##### ●ファンクションボタンの機能

TENORI-ONの左右にある10個のファンクションボタンを押しながらLEDボタンを操作することで、音色を切り替えたり、オクターブを変更したりといった、さまざまな効果を演奏に加えることができる。このファンクションボタンとLEDボタンとの組み合わせにより、瞬時に視覚的・感覚的にさまざまな操作が可能となる。

