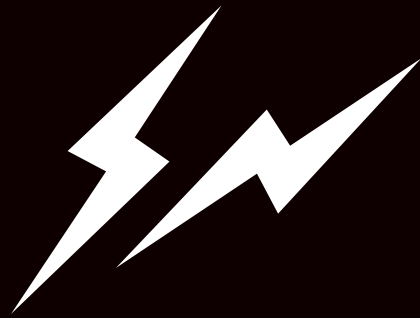


B &
BO
Est. 1925



For those who know

コラボレーション商品を発表

Bang & Olufsen × Fragment

Bang & Olufsen (バング & オルフセン) は、藤原ヒロシ率いる東京のデザインスタジオ fragment (フラグメント) と同ブランドのアイコン的な4商品を再解釈したコラボレーション商品を発売します。30年以上にわたり、fragmentの創始者である藤原氏はBang & Olufsenを愛用してきましたがそのデザインは、スタジオや訪れる都市、そして世界文化を形作ってきたクリエイティブな活動の中で、常に彼に寄り添ってきました。今回のコラボレーションは“始まり”ではなく、長きに渡る記憶、クラフツマンシップ、そして直感によって形作られてきた両者の対話の結果、“継続”を意味します。fragment特有のモノクロームのブラックと、Bang & Olufsenの精密に削り出されたアルミニウムを融合させた本コレクションは、ポータブルBluetoothスピーカー「Beosound A1」、ヘッドホン「Beoplay H100」、建築的なフォルムの壁掛けスピーカー「Beosound Shape」、そして時代を超え愛され続ける「Beosound 9000」を再解釈したものです。そのデザインは、研ぎ澄まされた表現によって、クラフツマンシップをより際立たせています。



Bang & Olufsenの100年にわたるデザインとイノベーションのレガシーを礎に、このコラボレーションは「時代を超えて残るモノ」への共通の信念から生まれました。藤原氏が1990年代に愛用していたBeocenter 2300のような画期的な製品からBeosound 9000に至るまで、同ブランドは長きにわたり、精度、耐久性、そして時代や文化によって共感されるオーディオのアイコンを生み出してきました。この価値観を、藤原ヒロシ氏ほど直感的に理解している人物はほとんどいないでしょう。彼とブランドとの関係は30年以上にわたり、音楽家としての確かな耳と、現在最も影響力のあるクリエイターの一人としての鋭い審美眼によって形作られてきました。

“Bang & Olufsenとは、ずっとどこかで繋がっていた感覚があります。1990年代、〈Master Link〉のシステムを自宅に取り入れたかったのですが、ワイヤーが見えないように綺麗に設置するために家を設計しました。それ以来、自然と‘オーディオといえばBang & Olufsen’、という存在であり続けています。今回こうして一緒に何かを作れるのは特別な思いがあります。”

—— 藤原ヒロシ fragment創始者

東京の先駆的なDJであり、文化の牽引役でもある藤原氏は、1990年代に日本のクリエイティブシーンを形作る一翼を担い、Bang & Olufsenの製品を新たな層に紹介し、最前線に押し上げました。この絆は決して色あせることはありませんでした。そしてブランドが100周年を迎えた今、時代を超えるデザイン原則に現代的な視点を加え、fragmentの洗練された控えめな美学を通じてアイコンックな製品を再解釈し、新たな息吹を吹き込みました。

アルミニウム加工における長年にわたる専門性を活かし、Bang & Olufsenは同社の象徴的な素材を職人の技で再解釈し、fragmentの象徴的なブラックを引き立てる理想的なキャンバスを生み出しました。今回初めて、厳選されたポータブル製品に高度に専門化された陽極酸化処理と手作業による研磨工程を施し、独特な液体のような光沢のある仕上げを実現しました。

“fragment とのコラボレーションの一環として、ポータブル製品に初めて高度な職人技による陽極酸化処理と研磨プロセスを採用しました。この緻密なアプローチと手作業でしか実現できない仕上げを通じて、fragmentの象徴的なブラックに命を吹き込みました。”

—— Kresten Bjørn Krab-Bjerre, Bang & Olufsen’s Senior Director of Design



StruerにあるBang & Olufsen本社を訪問した際、fragmentはこのコラボレーションをさらに一歩前進させました。コレクションに加え、藤原氏はその背後にある人々に注目し、Bang & Olufsenのユニフォームの一部を再解釈し、工場チームのための限定Tシャツをデザインしました。Bang & Olufsenのファクトリー3と5で導入されたこのブラックTシャツには、fragmentの象徴である稲妻マークとBang & Olufsenが昔から大事にしてきた“We think differently”のフレーズがあしらわれ、既存のBang & Olufsenの作業着と並んで着用されています。これはパートナーシップの自然な延長線上にあり、製品に命を吹き込む職人たちへの敬意を表したものです。

Collaboration Products

1. Beosound A1

サイズを超えたパフォーマンス、パフォーマンスを凌駕するエレガンス。Beosound A1は防水仕様で、Cradle to Cradle Certified®*ブロンズ認証を取得したポータブルBluetoothスピーカー。360度サウンドと、迫力ある低音、最大24時間の長時間バッテリーを備え、修理しながら長く使えるよう設計されたプロダクトです。fragmentコレクションでは光を美しく反射する高光沢アルマイト加工が施されています。仕上げのアクセントとして、fragmentのシンボルである二重の稲妻マークがスピーカーの上部に刻まれています。 価格: 64,000円 (税込)

2. Beoplay H100

Beoplay H100は没入感のあるサウンドと時代を超えたデザインで、長く愛用できるように作られています。チタンドライバーと次世代のノイズキャンセレーションを備えた高度なドルビーアトモス対応ヘッドホン。音楽、仕事、旅行などあらゆるシーンで快適にお使いいただけます。世界で初めてCradle to Cradle Certified®*ブロンズ認証を取得したヘッドホンで、持ち運ぶための専用レザーポーチが付いています。コラボレーションアイテムでは光沢のあるブラックアルマイト加工の表面が、対照的なホワイトのロゴを引き立てる印象的な背景となっています。ヘッドバンドとイヤークッションにはブラックレザーが施され、このオールモノクロームのエディションに完璧に調和しています。レザーポーチにもダブルロゴが配されています。 価格: 310,000円 (税込)

3. Beosound Shape

デザインにこだわる音楽ファンのための壁取り付け型スピーカーシステム。臨場感あふれるサウンド、カスタマイズ可能なデザイン。Bang & Olufsenの本社でBeosound Shapeを目にした藤原氏は、ホテルに戻るとすぐに、このユニークな「花」のような配置でスピーカーをスケッチしました。コラボレーションモデルは厳選された7枚のタイルを使用し、fragmentならではのこだわりが反映されたモノクロのファブリックカバーによって表現され、アルミニウム製のダブルロゴタグで仕上げられています。 価格: 1,119,700円 (税込)

4. Beosystem 9000c

Beosound 9000 CDプレーヤーを徹底的に見直し現代に蘇らせました。伝説的なデザイナー、David Lewisのオリジナルビジョンに基づき、音楽を黒い箱の中に隠すのではなく、あえてディスプレイすることを目指した背の高い透明なフォルムは、アルバムをギャラリーのように飾ります。「そのメカニズムに魅了されました。CDが自動的に交換され、再生後はディスクが元の位置に戻る。これは他の人なら思いつかないようなアイデアです。」とBeosystem 9000cについて語る藤原ヒロシ氏。コラボレーションモデルではこの象徴的なCDプレーヤーとセットのBeolab 28がfragmentによって再解釈され、ブラックアルマイト仕上げの表面と独自のロゴディテールが施されました。 価格: 10,990,200円 (税込)

コラボレーション商品はPOP-UPと5月27日(水)より一部商品のみのオンラインストア www.bang-olufsen.com、Bang & Olufsen 表参道店でお買い求めいただけます。

*「Cradle to Cradle」認証とは:

アメリカ人の建築家ウィリアム・マクダナーとドイツ人の化学者ミカエル・ブラウンガルトが2002年に考案した「Cradle to Cradle」の設計理念は、世界で最も意欲的な製品認証です。二人は研究所を設立してフレームワーク、規格、認証制度を編み出しました。その目的は、交換・カスタマイズ・アップグレードが可能な製品設計を採用することにより、持続可能な開発と循環型製品への変革を支援することにあります。Bang & Olufsenの「交換、カスタマイズ、アップグレードが可能な製品作り」というアプローチに、当研究所の規格要件が加わりました。「Cradle to Cradle」は科学に基づき、ボランティアによって運営され、第三者の監査を受けることで、設定した厳格な水準が確実に守られるよう取り組んでいます。



1



2



3



4



Bang & Olufsen について

Bang & Olufsenは1925年にデンマークのStruerでPeter BangとSvend Olufsenによって創立されたブランドです。二人の創立者の情熱とビジョンは現在でも色濃くブランドの礎となっています。創業当時より、Bang & Olufsenは革新的なオーディオ・ビジュアル製品と音響技術の開発を続けています。今日に至るまでBang & Olufsenの大切な製品価値は一貫して美しいサウンド、タイムレスなデザイン、そして比類なきクラフトマンシップです。革新的で前進的なプロダクトは世界中のBang & Olufsenのストアや一般販売店にて販売されています。

Fragment について

fragmentは2004年に藤原ヒロシが設立したデザインスタジオ。単なるレーベルにとどまらず、ファッション、音楽、テクノロジー、ポップカルチャーにまたがるコラボレーション・デザインスタジオとして機能しています。世界中のサブカルチャーへの深い関与に根ざしたfragmentは、コラボレーションを「創造的な破壊」として活用するという藤原の哲学を体現しています。

このプレスリリースについてのお問い合わせ先： バング & オルフセン ジャパン株式会社 プレスルーム
〒150-0012 東京都渋谷区広尾5-1-25 広尾ヴィラージュ 4F
田中愛子 E-Mail: aiko@bang-olufsen.dk 電話：03-6434-5025

プレスリリース素材ダウンロード先：

https://drive.google.com/drive/folders/1woz8qBKGFxLw731yYPKd6w_6i1U_lcev

掲載についてのお問い合わせ先： WAG, Inc. 〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿2-36-13 広尾MTRビル 5F
会津、山本 E-Mail: bang-olufsen@wag-inc.co.jp 電話：03-5791-1500

読者お問い合わせ先： Bang & Olufsen Japan (バング & オルフセン ジャパン) 電話：0800-600-0206
希望ハッシュタグ： #BangOlufsen #BangOlufsenJapan #バングアンドオルフセン



WEB



IG



LINE



APP



Bang & Olufsen × Fragment

コラボレーションのPOP-UPを全国の百貨店で開催予定

Bang & Olufsenとfragmentのコラボレーションを記念して全世界に先駆け伊勢丹新宿店を皮切りに阪急メンズ大阪、岩田屋本店でPOP-UPを開催します。伊勢丹新宿店と阪急メンズ大阪のPOP-UPは設計事務所DAIKEI MILLSが空間をデザイン。【機能の拡張】をテーマに工業製品のミニマルな美しさと機能性もありながら、どこか無骨さも持つ、「延長コード」というマテリアルを使った空間を演出。空間構成において電源が必須という条件を逆手にとり、本来隠すものをあえて見せ、「拡張」させる事で空間を緩やかに間仕切り、商品と向き合える場を創り上げます。

Bang & Olufsen × fragmentのプロダクトの体感と共に空間もお楽しみいただけます。

POP-UP 実施概要

伊勢丹新宿店 本館1階 ザ・ステージ：

2026年 5月20日|水| — 5月26日|火|

阪急メンズ大阪 1階 メインステージ：

2026年 6月3日|水| — 6月9日|火|

岩田屋本店本館 1階 KIRAMEKI BOARD：

2026年 7月1日|水| — 7月7日|火|