

特集：新型プレマシー

2

## 新型プレマシーにおけるデザインの新規性について “Novelty” that New Premacy Challenged

田畑孝司\*1

Koji Tabata

### 要約

2005年に発売された2代目プレマシーのデザインは、ミニバン市場が拡大する中、マツダらしさを表現したスマートでスポーティなミニバンとして高い評価を得た。しかし今日では、各社とも同じスポーツ路線の商品で追従しており、厳しい市場となっている。そのため、市場の更なる優位性の確保には、デザインの差別化と新規性が今までに増して注目される重要な要素となっている。

今回の新型プレマシーでは、差別化と新規性のために、デザインのアイデアをストレートに表現した。本稿では、他車との差別化を目指し、今までにない造形にチャレンジしたデザインの取り組みについて述べる。

### Summary

In the expanding minivan market, the design of the second generation Premacy, which was launched in 2005, received high acclaim as a smart & sporty minivan embodying Zoom-Zoom. Nowadays, however, competition in the minivan market is growing increasingly severe due to shrinking market volume and other manufacturers introducing new and unique products one after another.

New Premacy is a car through which we sought high novelty by directly expressing design ideas. While this was a great challenge for us, we perceived through our development activities a further possibility of design in this increasingly competitive market.

### 1. はじめに

世界のミニバン市場に多くの商品を供給する自動車メーカーは、各仕向地のニーズに応じた仕向け地別の商品展開を行っている。

マツダは、MPV・ピアンテ・プレマシーの3種のミニバンをラインナップしているが、MPVとピアンテは国内専用車である。他社を含め、唯一プレマシーだけがグローバルに展開されている、世界的にも珍しいミニバンである。すなわち、現行プレマシーとは、グローバルでの異なる仕様や好みに対し、ワンボデーで対応するデザイン的にもチャレンジャブルな開発車種である。

### 2. デザインコンセプト

#### 2.1 マツダデザインと“NAGARE”造形

マツダデザインでは、Zoom-Zoomのもとに、Athletic and Sporty/Exotic and Emotional/Turns heads（誰もが振り返る）をデザインキーワードとして設定している。しかし、他社との差別化のためには、更に明確な表現が必要であった。

現在マツダデザインでは、一つの試みを行っている。それは、自然界の動きのある造形に触発された“NAGARE”造形で、マツダらしくアスレチックでエモーショナルな造形表現への挑戦である。

今回の新型プレマシーは、既存の表現手法に捕らわれることなく、この“NAGARE”造形を用いて他社との差別化を試み、デザインに取り入れた量産車である (Fig.1)。

\*1 デザイン戦略スタジオ  
Design Strategic Studio.

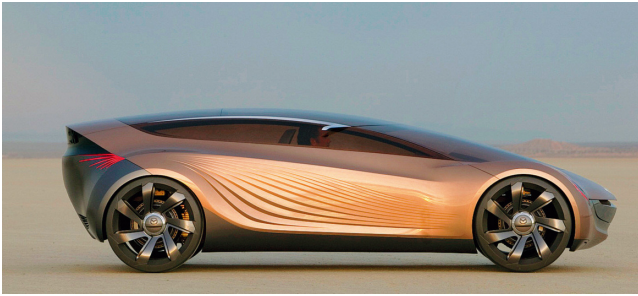


Fig.1 Show Car "NAGARE"

## 2.2 2つの視点

新型プレマシーのデザイン開発では、2つの視点からデザインの方向性を導き出した。

### (1) Mazda Designとしての視点

Mazda Designで規定されている、Athletic and Sporty/ Exotic and Emotional/Turns heads (誰もが振り返る) のデザインワードは、スポーティなマツダ車の軸となるものである。更に今回は、他社はもちろんのこと、マツダの量産車でも今までにない価値として“NAGARE”造形の考え方を取り入れた (Fig.2)。



Fig.2 Design Words

### (2) カスタマーニーズの視点

ミニバンの市場では、カスタマーの好むテイストが多様化している。チームでは、新しいスタイルを探るデザイン調査を行った。

日本・欧州・北米で調査を行った結果、従来では実用性が重視され、コンサバティブだったミニバンユーザも、スタイリッシュで斬新なものを求めていることが分かった。

特に欧州・北米では、セダンなどの乗用車ユーザ同様、もしくはそれ以上にデザインに対するこだわりが強い。また、ミニバンは女性ユーザも多く、エレガントなイメージへの嗜好が強い結果となった。そのため、新型プレマシーでは、エ

レガントな表現も含めたスタイリッシュで斬新なデザインイメージを目指し、開発を行うこととした (Fig.3)。

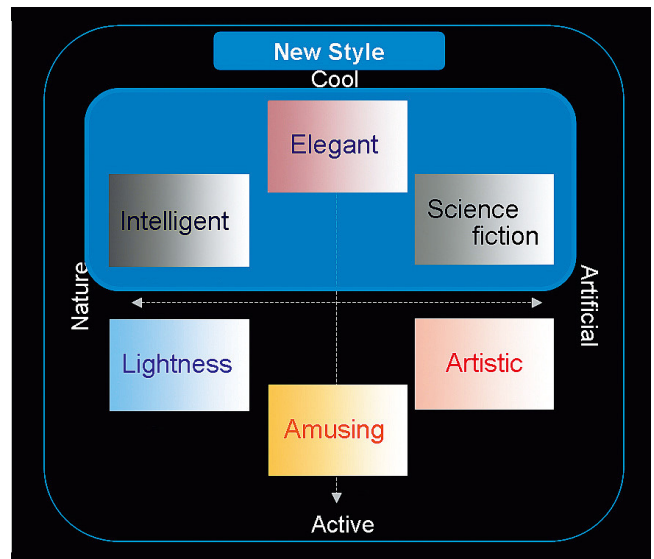


Fig.3 New Style Image

## 3. エクステリアデザイン

### 3.1 デザインで表現した3つの思い

自然界の造形が偉大であっても、その形だけをまねしても、デザインとしては優れたものにならない。

デザインは、いかなる造形もそれ自体に意味や意思が必要である。例としては、『枯山水』などが挙げられる。造形自体に作り手の意思が入ることで、文化や感性が宿り、心が伝わるデザインとなり、共感が得られる。

新型プレマシーでは、この思いをImpact/Innovation/Harmonyの3つに込めてデザインを行った。

まず一つ目のImpactについては、誰でも一目見て感じる強いデザインテーマを形とする表現。二つ目のInnovationについては、どこにもない・似ていない、新しい造形の実現。三つ目のHarmonyについては、車を見るさまざまなシチュエーションの中で、風景と一体となる造形美を心がけた (Fig.4)。



Fig.4 New Premacy (Exterior)



### 3.2 エクステリアデザインの新しい試み

#### (1) 水の“NAGARE”

新型プレマシーでは、“NAGARE”を立体的な造形として構築することを試みた。そのため、車を水の塊（流動体）として捉え、水が流れていく様子や風によりできる波の形をデザイン表現とした。

自然の移り行く風景は、留まることなく流れていく。そのため、“NAGARE”造形も常に心地良いリズムを感じるように面やラインのモチーフをリズムカルに表現した。変化と融合を繰り返してゆく様子が、水の流れるような美しさを感じるとともに、エモーショナルでエレガントな印象を持つ新しいデザインとした (Fig.5)。



Fig.5 “NAGARE” Image

#### (2) ボデーでのデザイン表現

フロントグリルから始まった“NAGARE”は、大きな岩に見立てたタイヤを乗り越え、ダイナミックでアグレッシブなイメージを表現しながらフロントフェンダからボデーサイドへ流した。ボデーサイドでは、“NAGARE”は“小石”に見立てたサイドマーカーにあたり、後ろに波紋を残して優雅に流れて行く。そして、スライドドアのレールやリアコンビランプを取り込みながらリヤに繋げる造形とした。

リヤタイヤも大きな岩に見立てた。リヤフェンダ部で“NAGARE”は再び大きな“うねり”となり、これにより単調になりがちなミニバンのボデーに表情を加えた。

“NAGARE”を取り入れたこれら造形により、従来とはまったく違った他車にない斬新なデザインイメージが表現できた (Fig.6)。



Fig.6 Flow of Body

#### (3) “NAGARE”造形の実現

“NAGARE”造形は、デザイン面の造形も含め、開発や生産性においても多くのトライ＆エラーを繰り返した。

デザイン造形では、基本面を通したボデーの凸面に凹面の造形を入れても、凹面のハイライトはイメージしたリフレクションは通らない。また、“NAGARE”のラインをある一定以上傾けると、ボデーの造形がグラデーションで見える明るいボデーカラーなどでは問題ないが、暗いボデーカラーでは、造形が違った表情に見えることも分かった (Fig.7)。

同様に、設計開発・生産領域においても“NAGARE”造形の実現へ向けた議論を重ねた。設計開発の中では、パネルの剛性が必要以上に上がることや、市場での補修性に新たな対応が必要だということが出てきた。開発・生産メンバと、造形の深さや角度、そしてライン間の幅といったパラメータに対し、多くの検証を繰り返した。その結果、最終的に現行車同等の補修性を確保する造形を見出すことができた。



Fig.7 “NAGARE” Trial Panel

## 4. インテリアデザイン

### 4.1 ドライブオリエンテッド

インテリアで重要なことは、空間デザインと機能性の高いレイアウトとの融合である。そのため、“NAGARE”造形を行うにあたり、空間とレイアウトのイメージを明確にする必要があった。



チームで多くの空間とレイアウトの検討を行った結果、商品イメージの原点に立ち帰ることとした。

スマートでスポーティなイメージと、新型アクセラとのデザインテーマの一貫性を考え、ドライバを軸とした『ドライバオリエンテッド』の考え方で空間開発を行った (Fig.8)。



Fig.8 Driver Oriented

内装全体を運転席側から始まる“NAGARE”の波紋としながら、運転席はスポーティなイメージとし、メータブードの先端からセンターパネルや機能パーツを取り囲むイメージで表現した。

助手席側は、横前方への“NAGARE”のラインを使い、開放感を感じるコンフォータブルな空間として包み込むイメージでデザインした。また、物入れについても“NAGARE”の波紋を取り入れ、ドライバ側と助手席側の物入れとも開口を広くし、使い勝手を向上させた (Fig.9)。



Fig.9 Idea Sketch

#### 4.2 加飾の考え方と機能表現

新型プレマシーでは、加飾パーツを単なる飾りではなく、ドライビング時の操作パーツの視認が良くなるように考えた。

見栄えと触感から質感を向上させるとともに、視認性を良くするため、MTシフトノブ・ベンチレーションルーバーノ

ブ・インナハンドルレバー・オーディオセンターノブにクロームメッキ処理を行った。

シルバーのパーツは、操作エリアをグルーピングする配置とした。オーディオでは、各スイッチを機能と使用頻度の違いで分類し、シルバー加飾の内側を一番使用頻度の高い領域のスイッチを配置、外側は使用頻度の低いスイッチの配置として、操作をしやすくした。また、シルバーのパーツを細い形状とすることで、アルミ調の質感を高めた (Fig.10)。



Fig.10 Instrument Panel (L/H & R/H)

## 5. カラー開発

### 5.1 内装カラー&シート

内装カラーは、インパネとドアトリムをブラックとし、シート材料ではスポーティなブラックと、ハイコントラストでラグジュアリーなサンドベージュを設定した。

材料の種類は、ファブリックで2種類を設定した。上級グレードのファブリックシートでは、センター材に立体感のあるジャガード組織を使用し、アクセントカラーを使って“NAGARE”を表現した。また、青いパイピングを加えてスポーティなイメージを強調した。

レザーシートは、欧州・北米向けに設定した。赤いパイピングを加えて、スポーツイメージとともに内装の質感アップを強調した。

シートの造形では、スマートで洗練された優雅さとシャープな印象を両立させた。シート前面から背面に向けて、大胆な1枚布を廻す構成で軽く感じる造形表現とし、ブリーツパターンを縦に4本通す“NAGARE”イメージの造形で体にフィットする立体形状を実現した。性能面では、ドライビング時のホールド性と、繭のように体をやさしく包み込むサポート性を両立させつつ、リラックスできる造形とした (Fig.11)。



Fig.11 Seat & Fabric

### 5.2 グラデーションとリフレクション

カラーを分類する場合、一般的にはライトとダーク・有彩と無彩・ポップとシックといったような表現で分類される。しかし、今回の新型プレマシーでは、まったく違った視点で色の分類を考えた。水をテーマにした今回の新型プレマシーでは、そのボデー表情の見え方が水同様に移り変わることから「グラデーションとリフレクション」とに分類した。

淡い色の3色は、軽やかに流れていく清流のように“NAGARE”の造形がグラデーションで際立ち、濃い色の4色は、夕暮れに輝く“水面（みなも）”のリフレクションのように幻想的なイメージを醸し出す。

今回の新型プレマシーの造形では、“NAGARE”の造形と色の関係により、ボデー面の表情が変わるのも特徴である (Fig.12)。

### 6. おわりに

今回のデザイン開発では、課せられた厳しい開発条件の中でもチームの結束が固く、高いチャレンジ精神を貫いてデザイン開発を行うことができた。

関係者には大変な努力をいただき、生産は難しいとされたデザインを実現することができたし、懸案であった補修性能も現行車同等を達成できた。また、当初より開発目標であった、グローバル商品として効率的な1車種に一のデザイン（エアロパーツは除く）とすることも達成できた。

今回の新型プレマシーのデザインでは、さまざまな点でチャレンジングなものであった。しかし、これも新しいものを生み続けるデザイン開発の一の通過点である。今後も関係者と協力して、更なる魅力あるデザインにチャレンジしたい。

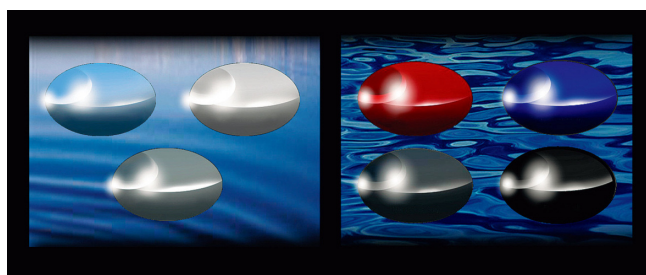


Fig.12 Exterior Color

■ 著 者 ■



田畑孝司