

特集：アクセラ

13

アクセラ / Mazda3のデザイン Design of Axela / Mazda3

鈴木 英樹*1

Hideki Suzuki

要 約

アクセラ / Mazda3はマツダの中核をなすモデルであると同時に、アテンザ、新型デミオ、RX-8に続くマツダの次世代商品群の第4弾として、マツダが総力を結集し、開発したニューモデルである。デザイン開発では新たなコンパクトカー（以下、Cカー）の基準を示し、世界の競合と真っ向から勝負する“グローバル・コンパクト・スポーツ”を具現化すべく、世界にマツダらしさをアピールし、競合車に負けない独自の存在感を主張する個性的なエクステリアデザインと乗る人に運転する楽しさと五感に訴えかける心地良さを提供するインテリアデザインを追求し、その実現に取り組んだ。

Summary

Axela/Mazda3 is the fourth all-new Mazda developed core product following the success of Atenza, New Demio and RX-8, and sets a new global standard for compact cars (C Car) in design. In order to embody “Global, Compact, Sports” which directly confront the challenges of competitors, the Axela appeals a Mazda character to the world and pursues unique exterior design that shows strong presence as well as the interior design that provides excitement with comfort and appeals to all senses.

1. はじめに

アクセラは、アテンザ以降取り組んできたマツダのブランド強化戦略を継承し、従来のCカーの概念にとらわれない新しいマツダのCカーとして誕生した。世界の市場で競合する商品力とマツダの存在感をアピールする個性的なデザインの実現を目指したクルマである。あらゆる商品領域を平均的に満たし、没個性的になりがちなこのクラスにおいては明快な個性表現を目指した。マツダのデザインDNAを集大成し、世界のどのCカーにもないユニークなデザインテーマを創造することとトータルなデザインクオリティの高さを実現することを目標にデザイン開発に取り組んだ。

2. 世界のCカー市場

世界的に見るとCカーは最も生産台数が多いクラスであ

り、マツダのグローバル戦略の上で極めて重要なクラスである。欧州で年間生産台数の上位を誇る各メーカーの代表的5ドアハッチバックが主流の市場である。北米ではエントリークラスである。これまでセダンが主流のクラスであったが近年、プロテジェ5を皮切りに他のメーカーも5ドアを投入し、新しいトレンドを形成しつつある。日本を見るとCカー市場は縮小傾向にあるが、反面、欧州Cカーが輸入台数を拡大している。イスラエル、カナダ、オーストラリアなどもマツダにとっては日本以上にボリュームが大きい市場を形成している。更に、飛躍的な市場成長をしている中国でもこのクラスはエントリーカーとしての地位を築きつつある。

このように多様でグローバルなCカー市場の中で、マツダの存在感をアピールし、マツダのブランドを浸透させるコア車種として、明確にマツダの独自性を打ち出すデザイン戦略を決定した。

*1 デザイン戦略スタジオ
Design Strategic Studio

3. デザインミッション

このような世界のCカー市場の動向とマツダの商品戦略を踏まえ、アクセラのデザインのミッションを以下の3点に定めた。

- ・マツダのZoom-Zoomスピリットを表現し、アクセラの存在感をアピールするデザインの実現
- ・マツダデザインDNAの集約とアクセラ独自の個性の表現
- ・世界に通用する高いインテリアクオリティの実現

4. デザインコンセプト

これらのデザインミッションからアクセラのデザインコンセプトを“エキサイティング&コンフォータブル”とした。それは一目見た瞬間に、運転する楽しさを予感させ、クルマ本来の運転する楽しさを表現するとともにダイナミックな躍動感を感じるエクステリアデザインと、ドアを開けた瞬間に運転し、使うことが心地良い快適性、安心感を与えるインテリアデザインが一体となったトータルデザインを目指した。

同時にアクセラのデザインターゲットイメージを鮮明にするためのデザインポジショニングを設定し目標とした。従来のCカーや競合車と一線を画すマツダ独自のよりスポーティで個性的なデザインポジショニングとした。また、4ドアと5ドア、2つのボデータイプを設定し、それぞれ異なるポジションに置いた。詳細は後述するが、2つのボデータイプがそれぞれ主流となる市場に最適化したデザインを狙った。5ドアは欧州と日本をメイン市場とし、日本および欧州のライバルたちと真っ向から勝負する。北米ではプロテジェ5が先陣を切ったスポーツ5ドアハッチバックの新しい流れを更に強化することを狙った。4ドアはメイン市場である北米でマツダの個性をアピールし、確実にカスタマーの心を捉える。欧州と日本のCカー市場に対しては新しいセダンのスタイルで市場の活性化を図ることを狙った。我々はこのポジショニングをデザイン開発の一貫した指標とし、デザイン開発およびマーケティング戦略における構築のツールとしても活用した (Fig.1)。

5. エクステリアデザイン

エクステリアデザインのテーマは躍動感と力強さである。エモーション (豊かな感情表現)、ダイナミズム (明快な力強さ)、アスレティシズム (躍動感) の表現を通して、スポーツスピリットあふれるマツダのデザインDNAをより鮮明にするとともに、世界の市場で存在感をアピールする力強いスタイリングを追求した。具体的には以下の3点に注力しデザイン開発を進めた (Fig.2-4)。

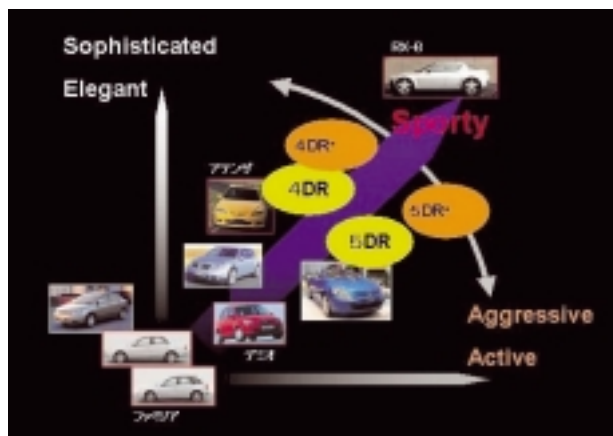


Fig.1 Design Positioning Map



Fig.2 Design Theme Sketch



Fig.3 5 Door Design Theme Model



Fig.4 4Door Design Theme Model

5.1 きびきびした躍動感の表現

従来のCカーよりサイドガラスを立てたアップライトなキャビンとフェンダの張り出しを強調したワイド感のあるボデーの構成とし、更に前後のオーバハングを短く見せることに注力し、タイト感あるプロポーションを基本骨格とした。また、シルエットやキャラクタライン、デーライト・オープニング(サイドウインドカット)等に流れるような動きを与え、きびきびした躍動感を表現した。静止した状態でも今にも動きそうな息吹やアスリートのような躍動感を感じるスタイルこそマツダデザインに共通するデザインDNAを表現したものである。

また、エクステリアからは想像できない、大人4人に快適なパッケージを持ちながらダイナミックなスタイリングを実現した点がアクセラの個性を特徴づけているといえる (Fig.5)



Fig.5 Design Development Sketch

5.2 力強さの表現

硬質、高密度感あるフォルムでどの市場環境でも負けない存在感をアピールする力強いアピランスを追求した。フロントデザインは前に向かって進む力強さを表現し、リヤ周りは鍛えぬかれたアスリートのような力強さを強調した。更にタイヤを最大限ボデーの外側に置き、ホイールアーチのクリアランスをミニマム化することで力強いボデーを支える足の強さを表現した。欧州のアウトバーンや広大な北米のフリーウェイで、また、煩雑な日本の環境の中でも埋没しない力強いスタイリングを追求した。

5.3 精緻感あるディテールデザイン

細部のデザインではヘッドライト、テールライトにシリンダ形状をモチーフにしたリングを配し、メカニカルで精緻な印象を与えると同時にエクステリアスタイルにアクセントを与えた。特に5ドア仕様に設定したLED採用のテールランプはモノトーンカラーでメカニカルフィールを更に強調したデザインとした。

これらディテールの造り込みは見る者にCカークラスとは思えない品質感を感じさせ、世界の競合に負けない品質が実現できたと考える (Fig.6)



Fig.6 Exterior Details

6. 2つのボデーデザインの特徴

先に述べたようにアクセラには2つのボデーを設定した。カスタマーのニーズおよび世界の市場に適合したデザインを実現するため、5ドアと4ドアの2つのボデータイプでそれぞれの性格を明確に表現することを選択した。その結果、Bピラーから前のボデーやドアパネルは共有して異なるボデーを派生する一般的な手法を採らず、2つのボデーが100%異なるボデーを造り分ける手法を採用した (Fig.7, 8)

それぞれのボデータイプの特徴および個性の違いを顕著



Fig.7 5Door Production Design Model



Fig.8 4Door Production Design Model



Fig.9 5Door Sports Appearance Package



Fig.10 4Door Sports Appearance Package

に表すのがリヤ周りのデザインである。リヤクォータービューはドライバから他の車を見たときに最も目に触れるビューであり、マツダファミリーを強く主張するフロントデザインに対して、リヤビューはアクセラ独自の個性を最も表現する部分としてデザインした。5ドアは張り出しを強調したリヤフェンダとマッシュなりヤエンドの造形で安定感と先進性を強調し、4ドアはコンパクトなキャビンとハイ&ショートデッキでエレガントな造形の中に力強さを強調するクーベルッキングなスタイルとすることでそれぞれ独自のパーソナリティを表現している。また、2ボックスハッチバック、3ボックスセダンという異なるボデータイプそれぞれをベストなプロポーションに仕上げた。

7. スポーツ・アピアランス・パッケージ

5ドアと4ドアにはバンパ、ラジエータグリル、テールライトに専用のデザインを採用し、サイドスカートガーニッシュおよび体径の17インチホイールを与えたスポーツ・アピアランス・パッケージ（以下、SAP）と呼ぶスポーツ仕様を設定した。各専用パーツをボデーと一体化したデザインでアクセラの品質の高さと洗練されたスポーティイメージを強化するモデルと位置付けた（Fig.9, 10）。

8. インテリアデザイン

インテリアデザインは“スポーティエキサイトメントと心地良さの融合”をテーマとした。エクステリアと渾然一

体となり同じパーソナリティを表現することに努めると同時に高いインテリアデザインクオリティの実現を目指した。高いインテリアデザインクオリティの達成はグローバル戦略車として必須要件と考え、アクセラならではの味＝テイストを感じるものを目指した。単に部品の造り込みやフィット&フィニッシュの良さに留まらず、室内に座って感じる心地良さや運転操作する気持ちの良さなど、顧客の五感に訴えかける質感あるインテリアデザインを追求し、以下の5点に注力し開発を進めた（Fig.11, 12）。

8.1 スポーティエキサイトメントの表現

精悍な3眼メータ、3本スポークステアリング、ホールド性の良いシート、丸をモチーフにしたデザインエレメント、随所に配したメタルカラーパーツなどを採用し、スポーティで精緻なインテリア空間を表現した（Fig.13）。

8.2 シンプル&クリーンな室内空間

室内空間を構成する主要なインストルメントパネル、ドアトリム等は剛性感を感じるシンプルな面構成とした。また、全体にすっきりした印象を与えるために各部品のデザイン開発には細心の注意を払い、形、色、艶等全体のコーディネートを図ることで、シンプルでクリーンな室内空間を実現した（Fig.14）。

8.3 ストレスのない操作機能

アテンザ/Mazda6以降、取り組んできた各操作類とディスプレイ類のレイアウトの最適化を踏襲し、各操作類の機能を明快に表現するデザインを採用することで操作性の

よさを更に進化させた。センターパネルスイッチ類の優先順位に応じたサイズと位置の設定、機能を分離した3眼メータ、テレスコピックステアリングの採用、シフトストロークの縮小、等が具体例としてあげられる。また、クラフトマンシップ開発では各スイッチの操作時のストロークや操作音を造り込み、アビランスと気持ちよい操作感が協調した心地良さを追求した。

8.4 タッチ感の良い表面処理

インストルメントパネルおよびドアトリムのアップパー部分には幾何学パターン絞（表面のテクスチャ）を持つソフト素材をコーティングした。また、ドアトリムやコンソール等、体や手が直接触れる部分にはソフトな素材を採用し、

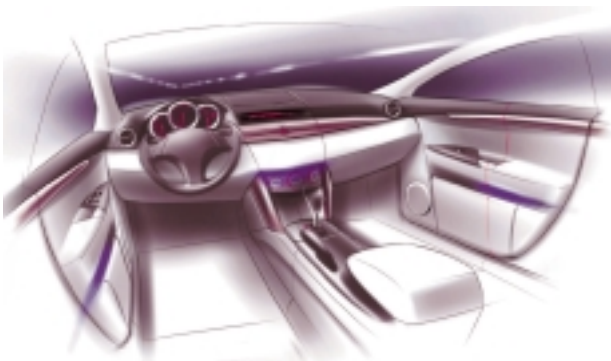


Fig.11 Interior Design Theme Sketch



Fig.12 Interior Design Theme Model



Fig.13 Instrument Panel

タッチ感とともに視覚的にもソフトな質感を与える表面処理を採用した (Fig.15)。

8.5 カスタマーデライトの追求

カスタマーデライトとはマツダが考えるインテリア質感作りこみの最も高いレベルの概念である。使う人に喜びや心地良い感覚を提供することを目標とするクラフトマンシップの思想である。アクセラのデザイン開発ではクラフトマンシップ開発と共同し、カスタマーデライトといえる品質の実現に取り組んだ。ブラックアウトメータ（一部車種に設定）はその具体例である。イグニッションのオン、オフでフェードするアンバーレッドの照明とブルーの間接照明のコンビネーションを採用した。また、オーディオコントロールスイッチに各スイッチのオンオフとシンクロして点灯する照明を採用した。これらのイルミネーションはスポーティな雰囲気表現するだけではなく、ソフトなムードを演出し、使う人に心地良さを与えることを意図したものである。また、操作する楽しさを提供するエンタテインメント性を持たせたものである (Fig.16)。



Fig.14 Interior Room



Fig.15 Surface Texture



Fig.16 Interior Illuminations

我々は“五感に気持ちの良い”コンセプトを具現化するデザインの実現を目指したが、以上述べたインテリアデザインの注力点を複合し、調和させることで初めてアクセラ独自のデザインクオリティと個性を持つインテリア空間が実現できたものとする。

ザインチームと、時に互いの主張をぶつけ合いながら、デザインをサポートしていただいた主査をはじめ、開発関係者にこの場をお借りして御礼申し上げます。

9. カラー&トリム

9.1 エクステリアカラー

アクセラ/Mazda3の内外装のカラーおよびトリムは各グレードの性格に対応したバリエーションを準備した。

エクステリアボデーカラーは全12色を設定した。

5ドアのイメージカラーはウイニングブルー・メタリック。フリップ&フロップを強調した鮮やかなブルーはソリッド感と力強さのあるフォルムとマッチし、5ドアのスポーティ、躍動感、若々しさを際立たせるカラーである。

4ドアのイメージカラーはチタニウム・グレー・メタリックとヴェロシティ・レッド。4ドアの持つ洗練さとエレガントなスポーティイメージにマッチしたボデーカラーである。

9.2 インテリアカラー&トリム

日本仕様を例にインテリアカラーとトリムを紹介する。全3種類のトリムを設定し、ユーザの嗜好に対応する個性表現を図った。

- (1) 23Sは最もスポーティなカラートリムとして、立体感のあるストライプパターンのファブリックを採用し、ピュアなスポーティイメージを表現した。レッド/ブルーのアクセントカラーを持つこのファブリックはスリットから光が漏れるイメージで開発したもので見る角度で表情が変わって見える狙いがある。
- (2) 20Cはブラックとベージュの内装色を基調に、ピアノブラック(光沢ブラック)のデコレーションパネルとソフトな質感を持つニットファブリックを採用した。スポーティイメージにエレガントなテイストを加味したトリムとして設定した。
- (3) 15Fはグレーの内装色を基調にカチツとしたウーヴンファブリックを採用し、軽快感と明るさのあるスポーティイメージを表現したトリムである。

10. おわりに

デザインは見る人にメッセージを送るインターフェイスであり、そのデザインから企業理念、経営戦略、商品の狙い、商品力などを感じ取るものである。アクセラのデザインを通して、マツダが目指した従来のCカーの概念を越える個性表現と品質の高さを実感していただけたと思う。そして、アクセラ開発にかけた開発陣の情熱は必ずお客様に感じてもらえると確信している。

終わりに、終始高いモチベーションを維持し、言い訳なしのデザインを目指してデザイン開発に取り組んできたデ

著者



鈴木英樹