

論文・解説

20

## CX-4のデザイン Design for CX-4

小泉 巖\*<sup>1</sup>  
Iwao Koizumi

### 要 約

CX-4のデザインにおける挑戦は、比類のない独自の存在感を創造することであった。そして挑戦の末、ヒエラルキーやカテゴリーといった既存の枠組みを越えた新たな価値を創造し、新世代の魂動デザインラインナップの集大成に相応しい美しいデザインに帰結した。“究極のトラクションフォルム”をエクステリアのデザインテーマとし、突出したスポーティーで品格のあるプロポーション、安定感とスピード感のあるフォルム、しなやかで動きのある面、ソリッドで精緻なディテールに焦点を絞り、見る人に感動を与えるレベルに磨き上げた。インテリアは、顧客の生活に活力を与えることをテーマに、先進性と豊かさの表現を行った。快適に運転する楽しさを味わえるドライバーオリエンテッドなコックピットとインターフェイス、リラックスできる雰囲気のある室内空間、洗練された質感表現によってCX-4の独自の世界観を創造した。カラー&マテリアルは“赤を極める”をテーマに、赤の色域が持つ鮮やかさと深みによって活力と癒しを表現した。これらの独自視点からの創造的なアプローチにより、未来志向の若者を魅了するデザインが仕上がった。

### Summary

Our challenge at the design of CX-4 is to create a completed unique presence. We created a new value which exceeds an accomplished framework as hierarchy and category, we realized beautiful design which can be fit a comprehensive compilation of the New Gen.'s "KODO" design line up. We set "Ultimate traction form" as the exterior design theme, and brush up the design factors to the level which impress those who to see as follows, the extreme sporty and elegant proportion, stable and speedy simple form, alluring and dynamic surface, solid and precise detail. Aiming to vitalize customer's life as interior design theme, we express the advance and rich feeling. We created CX-4's unique outlook of the world by below, driver oriented cockpit and interface which can deliver comfortable and fun to drive feel to the driver, interior space with relax atmosphere, sophisticated quality, "Ultimate red sensation" is the design theme for color and material. Based on this theme, we expressed vitality and relax by vividness and deepness of the color range of red. By this creative approach from unique view points, we could establish the design which charm young future oriented people.

### 1. はじめに

CX-4は初代Mazda6の中国における成功を再現すべく、全くの新規車種として企画された。初代Mazda6は中国において導入当初、当時の先進層、富裕層を虜にし、導入以来10数年を経たモデル末期でも多くの生産台数を維持していた。新規車種としてその成功を再現するためのミッション遂行には以下の4つの視点を持つことが求められた。1.マツダのブランド価値向上、2.マツダブランド

へのエントリー顧客の確保、3.最量販車種としてのビジネスと生産規模の確保、4.中国における中短期の収益性の確保である。その実現のための存在価値、つまりコンセプトが企画当初の最大の懸案であった。マツダは中国市場において将来獲得したい顧客層の価値観、競合環境、初代Mazda6の成功要因分析等の調査や緻密な検討を重ね、α案(クロスオーバーSUV)・β案(スポーティーセダン)の2つのコンセプトにたどり着いた。市場の主流がセダンであった当時、β案を選択するほうが安全にも

\*1 デザイン本部  
Design Div.

思えたが、マツダはより挑戦的なα案という冒険の道を選んだ。

## 2. 商品コンセプト

### 2.1 エクスプローリング・クーペ

市場調査の中で、中国の未来を牽引する若いリーダー層のマインドを調べたところ、先進諸国の豊かな社会に安住する若者との違いが見えてきた。彼等は決して現状に満足しておらず、自分たちの手で好ましい未来を作るという高い志を持ち、自らの作ろうとしている未来像は現状とは明確に異なったイメージでなければならないと認識していることが分かった。

マツダはそうした中国の若者の人生をサポートするため、彼らの冒険を支え、ともに生きていくにふさわしい名前を付けた。それが商品コンセプト“エクスプローリング・クーペ”である。その名に込められた志とは、既存の枠組みを越えた新たなカテゴリーを創出することによって、これまでにないその生き方が後の社会におけるカッコイイ生き方となり、多くの支持を集めるようになることへの挑戦を意味している。



Fig. 1 Concept Image “Exploring Coupe”

### 2.2 最も美しいSUVという存在価値

新しい価値の創造を通して既存の枠組みを越え、最終的には既存の枠組みの姿を変革していくのが市場をリードするというこの本質的な意味である。CX-4の場合、拡大するSUV市場において、しかも最も競合車の多く存在するCカーサイズの中で際立つことが求められていた。



Fig. 2 China Mazda Line Up

マツダのブランド価値を高め、市場における存在感を増すには、物理的、機能的な価値以外の、ライフスタイルを一新させるような新しい価値提案が必要であった。

マツダが着目したのは流行の兆しのあったSUVの、更に先にある新しい価値である。つまり、最新のSUVを乗りこなすというライフスタイルが一般となった時にSUVユーザーが憧れを抱くライフスタイル像を既存のSUVという概念の外に描き出し、それまで既存のSUVという枠組みの中で漫然とその枠組みを受け入れてきた人々にも刺激を与え、結果的にSUVという概念そのものを進化拡大させるようなインパクトを持たせることであった。マツダがそのインパクトの核としたのが美しさである。SUVの価値はいうまでもなくユーティリティと走破性を兼ね備えた自由で豊かなライフスタイル表現であるが、流麗な美しさは望めない。そこでマツダは既存のSUVにはない流麗な美しさを持つSUVを考え、既存のSUVの概念を越えた存在という意味の“越 (KOERU)”と名付け、2015年のフランクフルトモーターショーに出品した。“越 (KOERU)”が多くの賞賛を得ることで、CX-4の最も美しいSUVという存在価値は証明された。また、CX-4は新世代商品群の集大成ともいえるモデルである。新ジャンルの構築という新たな挑戦の要素を加え、魂動デザインの進化に華を添えた。



Fig. 3 “KOERU”

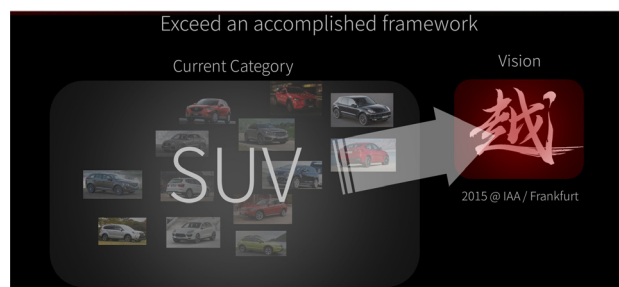


Fig. 4 Exceed an Accomplished Frame Work

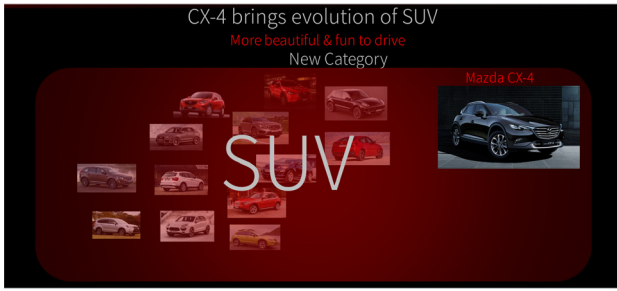


Fig. 5 Evolution of SUV Category

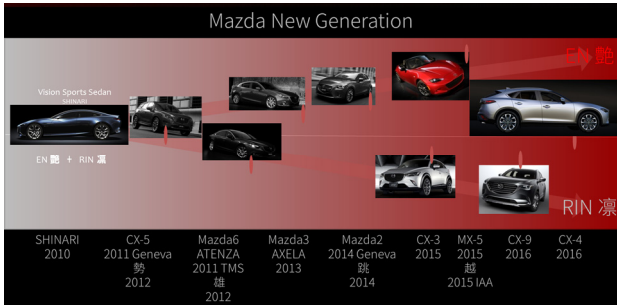


Fig. 6 Completion of New Mazda Generation Line Up

### 3. エクステリアデザイン

#### 3.1 デザインテーマ

CX-4エクステリアデザインのデザインテーマは、“究極のトラクションフォルム”である。漲る力を4つのタイヤに伝え、その力が車を加速させてゆく様子をパワーの伝わる力感と加速するスピード感によって表現することを示唆している。そして以下に紹介する4つの視点からこのテーマの具現化に取り組んだ。“エクストリーム・プロポーション” “ストロング&シンプルフォルム” “ダイナミックサーフェイスストラクチャー” “ソリッド&プリサイスディテール”である。



Fig.7 Ultimate Traction Form

#### 3.2 エクストリーム・プロポーション

最も多くの強豪がひしめくこのサイズの中でMazda6がなぜ成功出来たのか。私たちは初代Mazda6の成功要因を多方面から分析し、際立つ存在感をもつに至った理由を検証した。そしてMazda6だけがもつプロポーションを特定するに至った。通常の機能的なアプローチを離れ、本能的な魅力につながるプロポーション上の特徴を

探す中で見つけたのはキャビンとタイヤサイズの比が当時の競合車の群を抜いていたということであった。更に時代を追うごとにこの傾向は顕著になり、トレンドといえるものだった。このトレンドを睨み、経年変化のスピードを考慮して、CX-4が導入される時点においても十分なアドバンテージがある比率を与えた。マツダの新世代商品群がコモンアーキテクチャー構想によって一貫した設計思想を持っていることもその実現に一役買った。つまり、Mazda3とCX-5とMazda6で実績のある設計をうまく編集することで、新世代商品群の中で最もスポーティーで品格の高い、先進的な骨格を創り上げることができた。



Fig. 8 Extreme Proportion

#### 3.3 ストロング&シンプルフォルム

立体の秩序によってテーマのメッセージ性を伝え、塊の強さによって強い存在感を与えるのがフォルムである。CX-4のデザインにおける立体的な秩序と塊の強さはゆるぎない自信に満ちた安定感と、前に突き進む前進感をもたらす。4つのタイヤの近傍のテンション（面の張り／緊張感）は車両中心からタイヤに向けてのパワーの伝達を表現し、CX-4のボディーに適度な抑揚と流麗なボリュームの動きを持たせている。ボディーサイドの視覚的重心を物語るボーンの動きは、直線的ながらもしなやかな抑揚を持ち芯の通った充実した塊感を出しつつ、前方へ向かう力強い加速感を表現している。Aピラーをブラックアウトしたキャビン前半部は空気抵抗の少ないカプセル状の塊を形成、後半部分はティアドロップ型に絞り込まれ、クーペの流麗さとエレガンスを表現しリアフェンダーの抑揚を強調し力感を与えている。



Fig. 9 Strong & Simple Form

### 3.4 ダイナミックサーフェイスストラクチャー

空間効率を最大化しやすく造形要素の少ない所謂無駄のない箱型が世の多くの車の骨格の基礎となっている。デザインの名のもとにさまざまな造形表現をするものの、それらの表現が表面的な面の抑揚にとどまり、四角い箱の骨格の上にレリーフ状の抑揚が与えられていることが多い。しかし、人が心豊かに生きてゆくためには、効率の追求だけではなく、自由で生き生きとした感情が必要である。命あるものだけが持つ“生きる”という目的意識と、その意志が生きた表情を生み出す。魂動デザインのスローガン“車に命を吹き込む”というメッセージは、命あるものだけが持つ生き生きとした表情を与えることである。CX-4の艶やかで、色気さえ感じる表情は箱の概念を超越したダイナミックで自由な面の動きによって構成されている。更に、コーナー部分は、安定感と軽快な動きを同時に表現するため前後からは安定して見え、サイドからは軽快に見える、独自の新しい面構成とし、CX-4に独自の存在感と生命感を与えている。



Fig. 10 Dynamic Surface Structure



Fig. 11 Stability & Light over Hang

### 3.5 ソリッド&プリサイスディテール

CX-4が品格のある本物のマシンであることを象徴的に表現しているのが無垢の金属素材を削りだしたソリッドで精緻な金属パーツと、それに準じた金属の輝きを表現したディテールである。ホイールはアルミの切削とガンメタリックをコンビネーションしたスポーティーで洗練されいながらSUVとしての力強さを感じさせる、まさ

にクロスオーバーなデザインとした。そしてマツダとしては初となる密着型ルーフレールも本物のアルミニウム素材を露出させる金属の質感表現を行った。フロントグリルもホイール同様、ガンメタリックのペイント部は輝度の高いアルミニウムの地金の質感を表現している。また、フロントグリルからヘッドランプに伸びるマツダ車を象徴するシグネチャーウィングはソリッドで強く、3次元的な奥行き表現やヘッドライトの発光パターンと連動することによって独自性を高めるよう進化させた。これらのディテールの精緻な仕上げは加工精度や性能の良さといったマツダのクラフトマンシップの質の高さをものごとたり、CX-4のマシンとしての美しさを際立たせている。

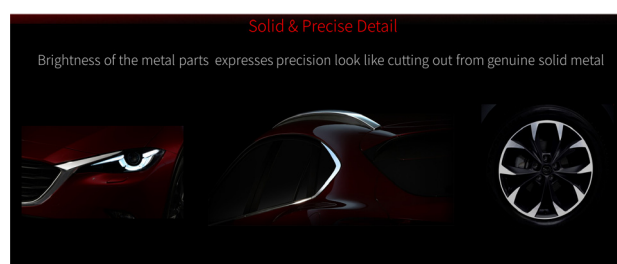


Fig. 12 Solid & Precise Detail



Fig. 13 Mazda Identifying Signature

## 4. インテリアデザイン

### 4.1 デザインテーマ

インテリアのデザインテーマは“バイタライジングインテリア”，顧客の生活に活力を与え、豊かな生活体験を提供することをねらい、先進性と豊かさを表現した。テーマの実現のために焦点を当てたのは、“スマートインターフェイス”と“リラックスアトモスフェア”，“ソフィスティケイテッドクオリティ”の3つの視点である。

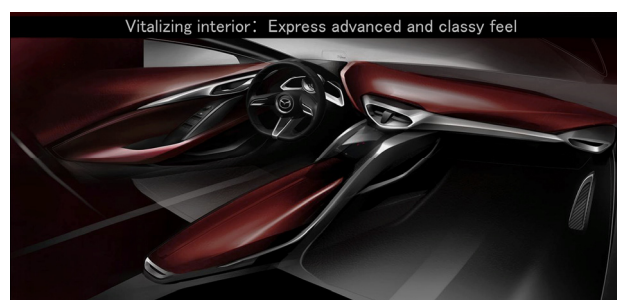


Fig. 14 Vitalizing Interior

## 4.2 スマートインターフェイス

コックピットはドライバーを中心としたドライバーオリエンテッドな空間とした。ドライバーはこのコックピットに身を置いた瞬間、運転に集中し運転を楽しむことをイメージする。同時に水平基調のインストルメントパネルは車両の姿勢角や車両感覚を把握しやすく、圧迫感のないシンプルな造形とした。Active Driving DisplayやCenter Displayといった先進的なデバイスによる視認系の情報表示と人間工学的に設計された操作器類は、ドライバーがストレスなく情報を捉え意志を伝えることのできる機能レイアウトとした。ドライバーズシートに代表されるシートデザインはしなやかな立体造形とホールド性を重視してデザインした。立体造形と配色を同調させることで乗員それぞれのパーソナル空間を演出した。シートセンター部は、オーセンティックな縦のソーイングパターンによるダブルプリーツとパーフォレーションをあしらい、蒸れにくい構造とした。これらの空間構成と機能レイアウト、シートのデザインにより、ドライバーは車との一体感を味わいながら快適に運転を楽しむことができる。

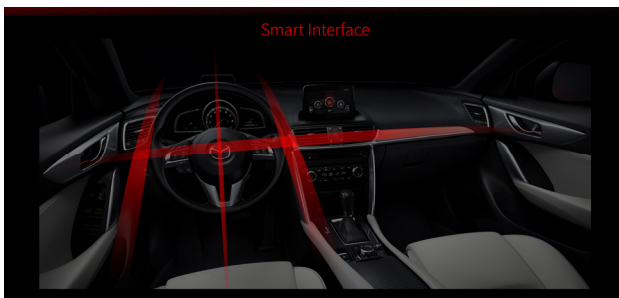


Fig.15 Smart Interface



Fig.16 Active Driving Display &amp; Center Display

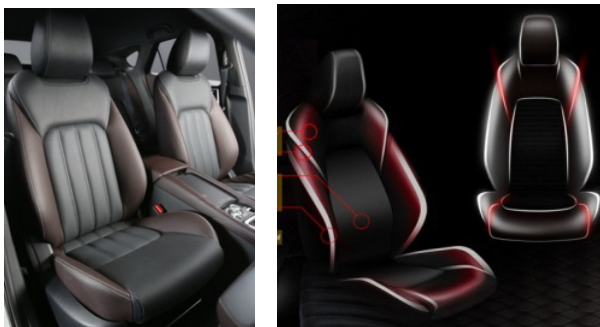


Fig.17 Driver's Seat

## 4.3 リラックスアトモスフェア

室内全体に目をやると、水平方向の広がりと前後方向の流れを感じ取ることができる。クルマの動きに呼応した空間の動きが乗員をさまざまなストレスから解放し、リラックスして移動を楽しめる空間とした。ドアトリムはインパネからの造形的なつながりを重視し、その空間の流れを引き継ぐような、動きのあるデザインとした。同時に、その流れを阻害せずに簡単な日用品の収納を考慮したドアポケット容量を確保した。ディープレッドの仕様はインパネとトリム上面、EPB（電動パーキングブレーキ）の採用によって段差の消えたセンターコンソールをテーマカラーでハイライトし、淀みない空間の流れを演出した。また、中国市場で特に重要といわれている後席の快適性は、シートバック角度を通常のSUVより寝かせ、後席用にベンチルーバーを装備、乗降性や左右の席移動のための足元スペースを確保する等して実現した。

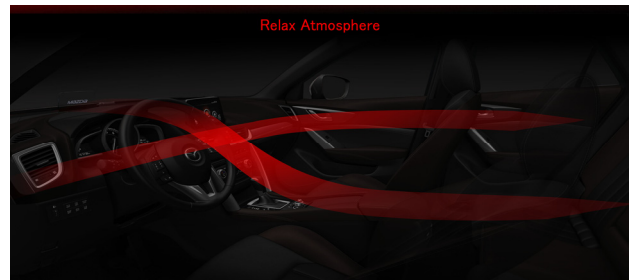


Fig. 18 Relax Atmosphere



Fig. 19 Fluent Door Trim



Fig. 20 Rear Console &amp; EPB



Fig. 21 Relax Seat Back Angle

#### 4.4 ソフィスティケートドクオリティ

室内の質感は、革やファブリックの柔らかいテクスチャと金属質感のコントラストによって先進性と豊かさを表現した。その調和の水準の高さが洗練された雰囲気となって乗員を包み込むようコーディネートされている。ステアリングやシート等の手に触れる部分には厳選した革を配し、スムーズで快適な豊かさをメッセージしつつ、各種スイッチ、ノブ類やデザインの骨格の一部を占める構造物をサテンクロムで統一し、先進性をアピールしている。インストルメントパネルの加飾は、マツダ車としては初めてとなる本アルミを採用した。空目やヘアライン、ピアノブラック等の異素材とのコンビネーションとすることで新しいセンスを先取りし、ファッションナブルなニーズにもこたえている。



Fig.22-25 Sophisticated Quality

## 5. カラー&マテリアル

### 5.1 デザインテーマ

カラー&マテリアルのデザインテーマは“赤を極める”である。顧客の生活に活力と癒しを提供するというねらいに最もふさわしい色域として赤を選んだ。中国では伝統的に赤は縁起のいい色として珍重され、初代Mazda6も赤い“馬6”として人気を博し、新世代商品群のイメージカラーも赤であり、これ以外のテーマカラーを考える余地はなかった。鮮やかな赤は人の心に高揚感を与え、活力を呼び起こしてくれる。一方、深みのある濃い赤は人の心を落ち着かせ、癒しの感情を呼び起こしてくれる。ボディーカラーのソウルレッドは一色のペイントでありながら、そうした赤の両面を同時に表現し、CX-4のみならず、全てのマツダ車を他にはない際立つ存在にする。一方インテリアにおいては、先進性と豊かさを金属の質感とオーセンティックなディープレッドのコーディネートによって表現した。CX-4で積極的に取り入れた先進的な印象の本アルミの加飾パネルとサテンシルバーのスイッチ、ノブ、パネル類はマシンとしての美しさと緊張感を高め、ドライバーの活力と走る意思を呼び起こすとともに、コア・グレードに新たに設定した内装色のディープレッドは深い癒しをもたらす。



Fig. 26 Vitality & Relax

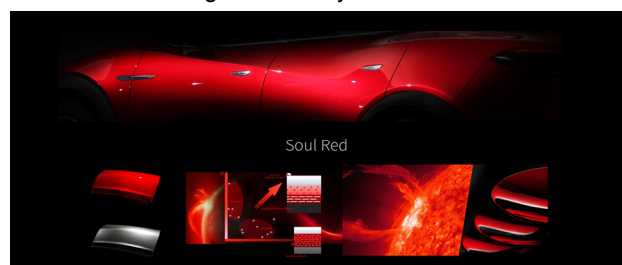


Fig. 27 EX: Soul Red Image



Fig. 28 IN: Deep Red Image

## 5.2 ボディーカラー・ラインナップ

テーマカラーである赤の色域からはソウルレッドを筆頭に、深みがあり初代Mazda6以来中国で根強い人気をもつラディアントエボニーを選択した。また、中国では若者の色とされる青の色域からはブルーリフレックス、最もファッションナブルな色として質感を重視したセラミックメタリックを選択した。モノトーンのラインナップでは、白、シルバー、黒の色域からそれぞれ、スノーフレイク、ソニックシルバー、ジェットブラックを取りそろえた。

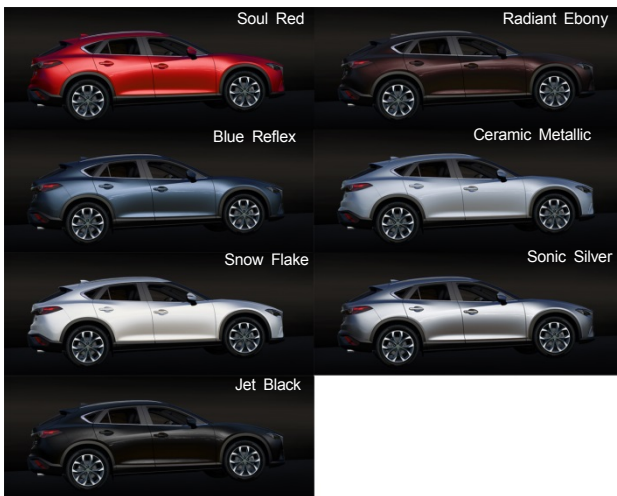


Fig. 29 Body Color Line Up

## 5.3 インテリアカラー・ラインナップ

インテリアカラーはグレード展開と関連したラインナップで、それぞれのグレードに相応しいシートの素材と色、加飾パネルの質感を組み合わせた。HIGHはマツダブランドを象徴するピュアホワイトの本革シートと、杳目と本アルミのコンビネーション加飾を組み合わせ、どのボディーカラーを選んでも内外装の色彩や質感の調和がとれるコーディネーションとした。COREはテーマカラーである赤系のボディーカラーや最もファッションナブルなセラミックメタリック、スノーフレイクとの相性が抜群のディープレッドを本革シートのみならずインパネとドアトリム上面にも展開、加飾パネルはアルミのヘアラインとし、先進性とファッションナブルな豊かさを強調した。ENTRY+は女性を意識したグレードで、サンドの革とピアノブラックの加飾パネルを組み合わせ、外板色のブルーリフレックスとの相性をベストなものとした。ENTRYは最も若いユーザーを想定し、黒とグレーの織柄のファブリックのトラディショナルなスポーティシートとピアノブラックとアルミニウムの加飾をコーディネートし、モノトーンでまとめた。若者の好むモノトーンの外板色はもちろん、テーマカラーのソウルレッドを引き立てるベーシックでスポーティなコーディネー

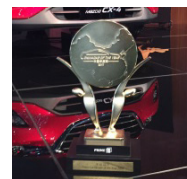
ションとした。これらCX-4のインテリアコーディネーションはスポーティな中にも品格の高さを表現するため、全てのグレードの天井を黒で統一した。背景からノイズを消し去ることで、それぞれのコーディネーションの微妙な色調や、素材の質感が際立ち、それぞれのねらいがクリアなメッセージとして伝わってくる。



Fig. 30 Interior Color Line Up

## 6. おわりに

CX-4は2016年6月の市場導入以来、ターゲットユーザーである先進層の若者たちに受け入れられ、好調な販売を続けている。11月には名立たるプレミアムブランドのノミネート車を抑え中国のカーデザイン・オブ・ザ・イヤーを受賞し、世界で最も多くの車種が競合する中国市場で、その美しさが認められた。CX-4はまさにその美しいデザインによって際立つ存在となり、マツダのブランド価値向上と市場における存在感の強化という目的を達成しつつある。初代Mazda6の成功を再現するという使命を全うし、今後も多くの中国の方々に愛され、新しい中国の風景の一部となってくれることを切に望む。



中国カーデザイン・オブ・ザ・イヤー トロフィ

### ■ 著 者 ■



小泉 巖