

特集：新型マツダアテンザ

7

新型マツダアテンザのデザイン Design of All-New Mazda Atenza

佐藤 洋一*1
Yoichi Sato

要 約

新型アテンザのデザイン開発は、初代が確立したアスレチックなイメージを受け継ぎ、“Zoom-Zoom”の精神とスタイリングをより進化させることを目標とした。加えて、大人の鑑賞眼に耐え得るプロダクトとして、品格があり、高品質で、洗練されたデザインとして方向付けた。また、世界的に均質化の顕著なカーデザインの中で、マツダの更なる独自性を世界へ発信していくため、日本の美意識に着目。「幽玄」「凜」「精緻」なるキーワードを導き出し、“Zoom-Zoom”の精神との融合による造形を試みた。新型アテンザにおいては、各車形毎に、その特長をより明快に表現するように努めている。セダンはフォーマルな趣を兼ね備えたデザインに注力、5ドア・ハッチバックではリヤのスロープの美しさにこだわり、ワゴンでは機能性を阻害することなく、スポーティでセクシーなデザインを実現している。

Summary

In developing the new Atenza design, we aimed at evolving “Zoom-Zoom” spirit and the styling while maintaining athletic images the current model has established. We also defined the new design as appealing to adults, dignified, quality and sophisticated. Given the situation that car designs get homogenized globally, we focused on Japanese aesthetics to express Mazdaness. “Yugen”(ethereal), “Rin”(dignified) and “Seichi”(exquisite) were found as the design key words combined with “Zoom-Zoom” spirit. You see clear differentiations according to the vehicle types. We made the sedan version formal taste, the 5 door/hatchback sleek, and the wagon sporty and sexy without sacrificing functions.

1. はじめに

マツダのミディアムカーの系譜は、商品革新の歴史であったといえる。60年代のロータリエンジン搭載や、80年代にはFWD方式の採用、続く5ドア・ハッチバックスタイルのいち早い導入、等がその例である。

2002年に登場した先代アテンザは、アスレチックなイメージを全面に押し出したスタイリッシュなスポーツセダンとして大幅な変革を果たし、全世界にマツダの“Zoom-Zoom” spiritを解りやすく伝えることに成功した。

新型アテンザにおいては、このマツダらしさのメッセージである“Zoom-Zoom” spiritを継承し、更に進化させた。

スポーティプロポーションの追求、走るための機能の視覚的強調、新しいボデーランゲージの開発等を中核に、10年間陳腐化しない「先進的なデザイン」を目指した。更に、大人の品格や、精神的な豊かさをもあわせ持つデザインの実現を目指した。

一方、クルマの性能は欧州のライバルと比肩し得るレベルに達しつつある今、日本のアイデンティティを現代のカースタイリングに翻訳し直し「マツダらしさ」の表現に取り組んだ。

既に時代は、日本の文化と日本の美意識をデザイン表現に取り入れ、マツダの観点から独自のカースタイリングを構築すべき時期に入ったと考えたからであった。

*1 デザイン戦略スタジオ
Design Strategic Studio

“Zoom-Zoom Evolution” をかかげる新型アテンザにおいては、極めて明快な独自性とグローバルな魅力を創造するために、マツダのDNAと、日本という個性を「日本のマツダブランド」として具現化し、世界に発信していく取り組みに挑戦した。

2. デザイン構想

2.1 デザインのターゲットポジショニング

2004年春、欧州コンセプトクリニックにおいて、先代アテンザの成功要因は、スポーティさと洗練さとのバランスにあることが確認され、チームの仮説した次期アテンザのデザインディレクションの正当性が実証された。次世代アテンザは、このスポーティさと洗練さを併せ持つベクトル上で、大幅なストレッチを遂げることが目標となった。

2.2 デザインコンセプト

新型アテンザのデザインコンセプトをまとめてみる。基本となるのは、

- ① マツダらしさを構築する上で、次のフェーズに必要とされる要素、「“ ZOOM-ZOOM ” SPIRIT」
- ② 競合車との比較と、将来動向から新型アテンザに必要なとされる要素、「AUTHENTIC COOL」
- ③ 世界に対し堂々とマツダのオリジナリティを主張するために必要とされる要素、これを「EXOTIC AVANTGARDE」

これら3つのコンセプトを順に説明する。

「“ ZOOM-ZOOM ” SPIRIT」、これは、ロータリエンジンやロードスターが中心となって育んで来た、車が本来持っている、「動くもの」としての魅力を、マツダの基幹イメージとして伝えていくコンセプトである。いわばマツダのDNAである。

「AUTHENTIC COOL」、これは、ミディアムクラスの車に欠くことのできぬ「大人の魅力」を伝える世界である。

“Zoom-Zoom” な新型アテンザが目指すのは、「遊び心と品の良さ」を兼ね備えた独自のCoolさの表現であり、Exclusive experienceを提供する世界である。

「EXOTIC AVANTGARDE」これは日本の美意識のマツダ的解釈を通じて、現代という時代に、Worldwideに発信していけるマツダオリジナルの造形テイストを産もうとする新型アテンザのデザインにとって最もユニークな試みである。

2.3 日本の美意識の反映

一般的な日本固有の美意識から、現代のカースタイリングとしてそれらの翻訳を試み、3つの世界観「幽玄」、「凜」、「精緻」を導き出し、造形の手がかりとした。

「幽玄」

自然との調和や、静けさや微妙さを求めるところであり、

山々を包む朝霧の、限りなく変化する有様から喚起されるイメージである。

「凜」

緊張を伴う強い意志や、衝撃や、品格を表わす世界で、例えば、「研ぎ澄まされた日本刀」の美が持つイメージである。

「精緻」

細部に至るまで、細かい造形的配慮が行き届き、上品な味わいを醸し出すことである。精密かつ高精度な作りこみは、日本の風土が育んだ独特の凝縮による美の創造である。

新型アテンザのデザインでは、「幽玄」と「凜」という対峙する要素を共存させ、互いに引き立てあう造形を目指した。また、幽玄なるモノの特質である、「余白の美=意味のある空白」のカースタイリング的表現も試みた。

3. 外観デザイン開発

3.1 デザインテーマ開発

(1) イメージスケッチによるアプローチ

2004年春からスポーティさと洗練さを兼ね備えるべき次世代モデルのイメージスケッチを開始した。下は当時のスケッチのごく一部である (Fig.1)。



Fig.1 Exterior Image Sketches

(2) デザインテーマモデル

スケッチとクレイモデルを使った試行錯誤を繰り返し、数案のスケールモデルに絞り込んだ。それらをもとにデザインクリニックを控えた2004年晩秋に、熟成を重ねて完成したデザインテーマモデルのA案 (Fig.2) とB案 (Fig.3) である。



Fig.2 Exterior Theme A



Fig.3 Exterior Theme B

(3) デザインクリニックとその結果

欧州及び日本で実施されたデザインクリニックの結果、欧州においてはA, B案ともにトップ選択を争う高評価であった。A案については、先進性、若々しさ、ディスティンクティブ等といった点が高く評価された。強烈な個性故に好き嫌いが明確に分かれる結果が得られた。B案については、全体のバランスの良さ、エレガントさ、洗練されたデザインが好評でポイントを得た。この結果からチームは先進性とユニークさを強くアピールしたA案を選択。強みを更にストレッチしながら弱点解消を提案した。

一方、クリニックから得られた日本市場の課題には、よりアグレッシブなSports Appearance Packageモデルで対応することとし、承認を得た。かくしてデザインのコアとなる5HBの方向性が定まった。

3.2 量産デザインテーマ開発

(1) 4ドアセダンのデザイン

量産デザイン開発は4ドアセダンから開始した。

まずキャビンデザインのイメージ固めに始まり、全体プロポーションの適正化へ進んだ。5ドア・ハッチバックが流麗なサイドシルエットを目指したのに対し、セダンはスポーティながらも、より端正で上品なスタイルを旨として、明快な3ボックススタイルを志向した (Fig.4)。

また、クリニックにおいて課題となった、フロントとリアの造形イメージの一貫性を更に高める作業に取り掛かり、フロントエンドのダイナミックでリッチな印象をリアに移植して、トータルコーディネートを進めた。同時に、リアコンビランプの再デザイン (若干エレガントだった) と、ヘッドランプの再デザインを並行して行った。セダンで開発された大物ユニット類、例えば、フロントフェンダ、ボンネット、前後ドア、リアバンパ、ランプ等は、他のボデーにも共通展開されるため、あらかじめ5ドア・ハッチバックとワゴンデザインを睨みながら、どのボデーにも破綻のないユニットのデザインを行った。



Fig.4 Style Studies for 4 Sedan

(2) 4ドアセダンの最終デザイン

フロントエンドでは、フォグランプを縦型に変更、フロントスカートにエアインテークを追加。灯火類には未来感と精緻感あふれるデザインモチーフを盛り込み、イメージを一新した (Fig.5)。リアエンドには、豊かな造形テイストを十分に盛り込んで、全体のトーンが完璧に整い、弱点だったプレミアムフィールも大幅に改善された。ライセンスプレートをバンパに追い出して、トランクエンド面の豊かさを最大限に表現した (Fig.6)。

サイドビューでは、アーチ型のタイトなキャビンに明快な3BOXセダンのメッセージを込めた (Fig.7)。



Fig.5 Front Desin Final



Fig.6 Rear Design Final



Fig.7 Side Design Final

(3) 5ドア・ハッチバックの最終デザイン

クリニックで第一位に選択されたデザインの量産開発であり、スポーティ&プレミアムな新型アテンザのデザイン中核モデルである。現行の4ドアセダンと5ドア・ハッチバックの相対的なポジショニングをキープしながらも、デザインの区別性は強化している。よりスリークなシルエットと、6ライトウインドウのキャビンデザインが特徴である。5ドア・ハッチバック開発の際はSports Appearance Packageのデザイン開発を同時に進め効率をあげた。Sports Appearance Packageのデザインは、フロントフェース、サイドシル、リアバンパ、スポイラをユニーク部品として、スポーティ・アグレッシブなイメージを強化した。また、リアコンビネーションランプをメタリックなアピアランスとして、4ドアセダンとの区別性を持たせた (Fig.8)。



Fig.8 Sports Appearance Package Final Design

(4) ワゴンの最終デザイン

新型アテンザスポーツワゴンでは、従来のボクシーなワゴンから脱した、よりエモーショナルなデザインを実現したかった。また、最大市場となるドイツの顧客志向にも配慮する必要があった。

初期のデザインテーマは高評価を得たが、そのフロントの強いキャラクタ故に、ドイツ市場にマッチする、洗練されたワゴンデザインができ得るのかを懸念する声も聞かれた。そのために、車体後部の平面形状と側面形状に、強いカーブとテンションを与え、ワゴンではかつてないほど豊かな三次曲面構成とした (Fig.9)



Fig.9 Design Direction of Wagon

サイドビューではスリークなプロポーションを持つガラスエリアが伸びやかさを強調し、スタイリッシュでセクシーなワゴンデザインを創り出した (Fig.10)



Fig.10 Wagon Final Side Design

4. 内装デザイン開発

4.1 デザインコンセプト

Sporty Sophisticationの高度な融合を目指す新型アテンザのインテリアデザインにおいては、デザインの刷新と並んで、品質感の劇的な向上を図ることが命題となった。品質向上の考え方には、現行車の分析とベンチマーキングによって以下のキーポイントが存在すると考えた。

- ① 基本的な造りの品質の良さ。
- ② 機能的な美しさと扱いやすさ。
- ③ 乗り手をハッとさせるような嬉しい驚き。
- ④ 官能に訴えてくるフィーリングの良さ。

以下はデザイン開発キックオフの時点で、チームが作成したデザインコンセプトである。

Sporty Feel

スポーティの概念は、空間性と機能系の側面に分けて各々を方向付けた。

- ① Fun to driveを予感させるようなドライバにびたっと

寄り添うフィット感を持つ空間。

- ② 乗員を包み込む安全快適な空間。
- ③ 力強くシンプルな面と立体の構成。

機能系では

- ④ 機能を最大限に支援する視認系・操作系デザインメカニカルかつ機能的な意匠、丸モチーフの強調・多用。
- ⑤ 操作性&操作フィールの向上に寄与するデザイン。

Premium Feel

デザイン自体の高度な熟成によるものはもとより、

- ① 絞や艶の統一、部品の統合、パーティングラインの整理等、全体をスッキリ見せるための方策による品質感の向上。
- ② デコレーションエリアの拡大。
- ③ 造形の熟成と練磨による高品質な空間作り。
- ④ 細部にわたる緻密なデザインの配慮。

4.2 デザインテーマの開発

デザインの統一テーマである「Bold and Exquisite = 大胆かつ精妙」と、Sporty & Sophisticatedなデザインを探るため描かれたイメージスケッチ (Fig.11)



Fig.11 Interior Image Sketch

エクステリアデザイン同様、スケッチ段階で数回に及ぶ評価選別を繰り返し、最終候補に絞り込んだ。

下図はセンターコンソールを中心とした左右対称の意匠を基本に、フローティングしたインパネアッパーが視覚的に軽快で開放的な印象を与えている。全体のモダンなテイストも高く評価されて、最終的にインテリアテーマとなった (Fig.12)



Fig.12 Interior Design Theme Sketch

4.3 レイアウトスタディ

先代アテンザに較べて、よりスポーティなドライビングポジションを提供する基本レイアウトの特徴を体感しながら開発を進めるために製作した簡易骨格モデルである。ステアリング、シフトレバー、ペダルの位置関係が体感的に把握でき、初期の開発に大いに役立った (Fig.13)。



Fig.13 Layout Study Model

4.4 デザインテーマモデル

スケッチに較べ、IPセンター部は若干立ち気味になったが、キーとなったレンダリングの雰囲気は十分に反映。この段階では、ナビゲーションやコンソール表面処理はリアルメタルの研磨品である。コントラストの強い内装色のコーディネートもスポーティで洗練された印象を強めている (Fig.14)。



Fig.14 Interior Design Theme

4.5 内装最終デザイン



Fig.15 Interior Final Design

基本的に、デザインテーマモデルから大きく方針変更を余儀なくされた部分はなく、最終承認モデル (Fig.15) で変更された部位は概略以下のとおりである。

ステアリングホイールのスポークとセンターコンソールの表面処理を量産性と防眩性を考慮して、中輝度のペイント仕上げとした (Fig.16)。ダッシュボード表面には、新開発の、よりリアルな質感を持つ新紋を採用し、クオリティを向上した。ダッシュボード両脇のベンチレーション

リルを、よりスポーティな丸型に改めた (Fig.17)。

ダッシュボード中間にある大型デコレーションパネルは水圧転写方式パターン of 表面処理とした (ベースモデルはブラックの樹脂成形品である) (Fig.18)。

上級モデルのスピードメータとタコメータはブラックアウトタイプだが、メタル調リングを採用することで、精緻感を演出した。またメータの指針を従来のレッドアンバー色から白色発光タイプに変更し、夜間の視認性を向上させた。表示色は従来どおりのレッドアンバーを踏襲した (Fig.19)。



Fig.16 Steering Wheel



Fig.17 Dashboard ,Center Panel



Fig.18 Decoration Panel



Fig.19 Meter Design

5. カラー・マテリアルデザイン開発

5.1 カラー・マテリアルコンセプト

スポーティさと洗練度の高度な融合を目指す新型アテンザは、色彩開発と並んで、品質感の向上が課題となった。

品質向上の考え方は、内装デザイン同様、現行車の分析とベンチマーキングによって、内装用布地と、皮革の品質、及び「紋」特性にキーがあると考えた。

また、内装用のデコレーションには、世界的にメタリック素材の導入が最盛期を迎えつつあり、機能的な美しさとともに、いかに本物感を表現していくかがもう一方の課題であった。

一方、“Zoon-Zoom” Spiritを標榜する上では、伝統的な木目に代わり得る、スポーティな新趣向のデコレーションパターンの開発にも取り組んだ。

5.2 外板色パレット

新型アテンザの外板色パレットは全11色である。

- ① スポーティな “Zoom-Zoom” カラー
オーロラブルー・マイカ、ベロシティレッド・マイカ
- ② トレンディカラー
ライラックシルバー・マイカ、カッパーレッド・マイカ等。
- ③ プレミアムカラー
クリスタルホワイトパール・マイカ、スパークリングブラック・マイカ等。

④ ビジネスカラー

サンライトシルバー、ソリッドホワイトがある。

5.3 内装色とカラーコーディネーション

内装のカラーコーディネーションは、基本環境色のブラックに対し、ドアトリムのインサートとシートカラーでアクセントをつける、というコンセプトである。

内装のアクセントカラーはスポーティブラック (Fig.20) と、カームホワイト (Fig.21) の2色である。後者はコンセプトの適合性と、マツダブランドイメージとのマッチングから、従来のベージュに代えて採用を決めた。



Fig.20 Sporty Black Interior



Fig.21 Calm White Interior

5.4 皮革の質感向上

皮革の質感向上に関しては、競合車のベンチマーキング等から、アウディA4やトヨタ・クラウンレベルの実力を持つ良質なレザーを導入したことが挙げられる。

先代アテンザで採用していた皮革と比べ、はるかにきめ細かい表情を持つ「絞」、スムーズでしっとりとした感触、加えて表面加工による滑りにくさ等に特長がある。

カラーバリエーションは、スポーティブラックとカームホワイトの2色である。

5.5 木目に代わるデコレーション

新型アテンザのスポーティなイメージに、伝統的な木目は馴染まないとの思いから、専門メーカー手持ちの柄に左右されず、新型アテンザの狙いにマッチするマツダユニークパターンを独自に3種類開発した。流星をモチーフとした「ライン」(Fig.22)、水晶をイメージした「クリスタル」(Fig.23)、太い横ストライプの「ゼブラ」(Fig.24)がある。

Fig.22
Speed LineFig.23
ChrystalFig.24
Zebra

6. アルミホイールのデザイン開発

新型アテンザでは、寸法限界までホイールが大径に見えることをデザインの第一義とした。ホイールオフセット量が60mmと異例に少ないため、平板になりがちなデザインをいかに立体的に演出するか留意した。最量販の17インチホイールのデザインは、スポーティさと品格、精緻なイメージを持つ (Fig.25)。18インチホイールでは、大胆で荒々しいスポークと大きな冷却孔の構成で、スポーティイ

メージに特化した表現を行っている (Fig.26)。

16インチホイールは軽量化を第一の目標に置いたデザインである (Fig.27)。



Fig.25 17inch AL.Wheel



Fig.26 18inch AL.Wheel



Fig.27 16inch AL.Wheel

7. おわりに

“Zoom-Zoom”の精神と「日本の美意識」との融合を求めて、我々が導き出した「幽玄」なる世界は、フロントフェンダからボンネットフードにかけての、豊かなカーブを描く面や、後方へスムーズに流れていく側面の造形、そしてインテリアでは、ダッシュボード断面のゆったりとした陰影の変化に込められている。

日本刀に見られるような緊張感とは、パーティングラインに施されたボンネットのシャープなエッジに表れている。ドアにおいても、意図されたシンプルな面が、突然、力強くシャープなラインに切り替わる様子に「凜」なるイメージが込められている。

細部にまでこだわった正確な作りこみのランプの意匠に「精緻」なる世界を表現した。内装においては、ハンドル上に整然と配置されたスイッチ、高精度腕時計にインスパイアされたメータデザインの造形的配慮も一例である。

最後に、この新型アテンザの個性的かつ高度なカーデザインが顧客を魅了し続け、マツダが確固たるブランドを築いていく礎となることを願う。そして、新型アテンザの開発を通じて、熱いものづくりの精神と、誇りと、心意気を共有することができたチームの皆様に心から感謝申し上げたい。

著者



佐藤洋一