

特集：マツダビアンテ

15

マツダビアンテのデザイン Design of Mazda Biente

小泉 巖^{*1}
Iwao Koizumi

要 約

ビアンテのターゲットカスタマーは日本の家族である。日本中の家族に喜んでいただくためのアイディアをパッケージ、プロポーション、スタイリングテーマに統合的に反映した。エクステリアデザインにおいてはマツダらしさとターゲットカスタマーのニーズを従来ミニバンの箱の概念を超越したマツダらしい動きのあるフォルムにまとめた。インテリアデザインにおいては、乗員全員がワクワクするようなドライビング体験を共有できる乗員全員のための開放感のあるコックピットを実現した。カラー領域ではシリーズ全体として気品のある華やかさを具現化した。

Summary

The target customers for Biente are Japanese family. The integrated approach has been taken to incorporate ideas which make all the family enjoy this vehicle into the package, the proportion and the styling theme. Features unique to Mazda and target customers' needs are reflected in the exterior dynamic form, which goes beyond the conventional concept of minivans. For the interior design, the cockpit, which delivers open feel, is designed in a way that all the passengers share the exciting driving experience. We also embodied distinguished looking and bright colors in the all the series.

1. はじめに

ビアンテは日本市場専用のミニバンである。デザイン開発段階の早いうちから販社の代表者やマーケティング部門、購買部門、生産部門、設計部門とディスカッションを繰り返し、販社やメーカーといった会社の枠や、部門の壁を越えたワンマツダの視点で、顧客ニーズとマツダブランドの独自性を共有しコンセプトを練り上げた。

ビアンテが参入する中型トールミニバンはスペース効率と機能性重視の箱が主流である。そのような競合環境の中で我々は、車本来の魅力である動くことへの感動を大切に、顧客ニーズと両立することにより、これまででない新しい価値を創造するという戦略をとった (Fig.1)。

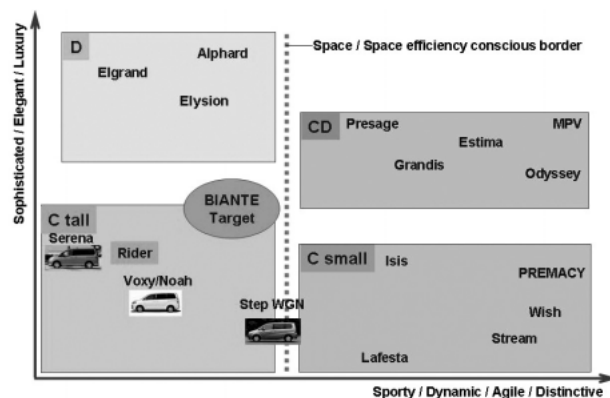


Fig.1 Positioning Map

*1 デザイン戦略スタジオ
Design Strategic Studio

2. デザインコンセプト

エクステリアのデザインコンセプトは“スペースモチベーター”である。スペース効率を高めながらも決してステティックな箱ではない動きのあるフォルム、しかも見る人がいろいろな楽しいことを想像し行動したくなるような、見る人を動機付けるデザインを目指した。インテリアのデザインコンセプトは“オープンフォーカスインテリア”である。乗員全員がワクワクするようなドライビング体験を共有できる、乗員全員のための広々とした快適なコックピットを目指した (Fig.2)。

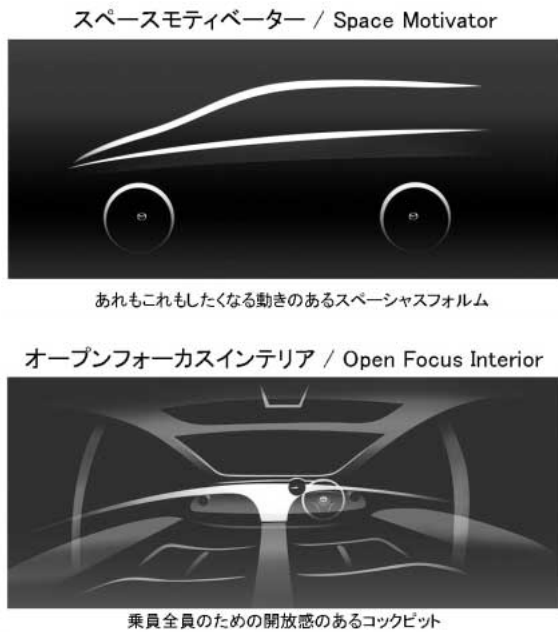


Fig.2 Design Concept

3. エクステリアデザイン

3.1 プレゼンス・パッケージ・プロポーションの構築

中型トールミニバンの参入要件は空間効率の最大化であり、マツダデザインの目指すZoom-Zoomなデザインは止まっても動いて見える躍動感と生き生きとした表情を持つことである。競合車はすべて5ナンバーサイズだからスペースにもおのずと限界がある一方で、マツダのCプラットフォームはもともと3ナンバーの幅を持っている。この幅を使ってこれまで実現が絶対に無理とされていたスペースと空間の動きを両立できるプレゼンスを構築した。初期のスケッチワークと同時に、プロポーションスタディを行い、競合車に勝る魅力につながるプロポーション上のポイントをパッケージレイアウトに反映し、原寸大のプレゼンスチェックモデルによって主要諸元とその存在感が狙い通りであることを検証した (Fig.3)。



Fig.3 Presence Check Model & Competitors

3.2 エクステリアデザインテーマとマツダのデザインDNA

エクステリアのデザインコンセプトを具現化するために重要なポイントはマツダのブランド表現と顧客ニーズの実現である。ブランド表現の核となるのは、一目でマツダと分かる、止まっても動いて見える、そして一目見て乗ってみたいと思うような魅力であり、これらをマツダのデザインDNAと呼んでいる。一方でお客様のニーズを調べてみると、とにかく室内が広い、高速道路を安心してクルージングできる、そして高級感がある車を求めているということが調査の結果から分かってきた。これらの要求をひとつの直感的なイメージにまとめるために、我々はこれまでの中型トールミニバンには前例のない滑らかなシルエットや、広大なガラスエリア、流麗なスタイリングテーマ等によってマツダならではの回答を導き出した (Fig.4)。

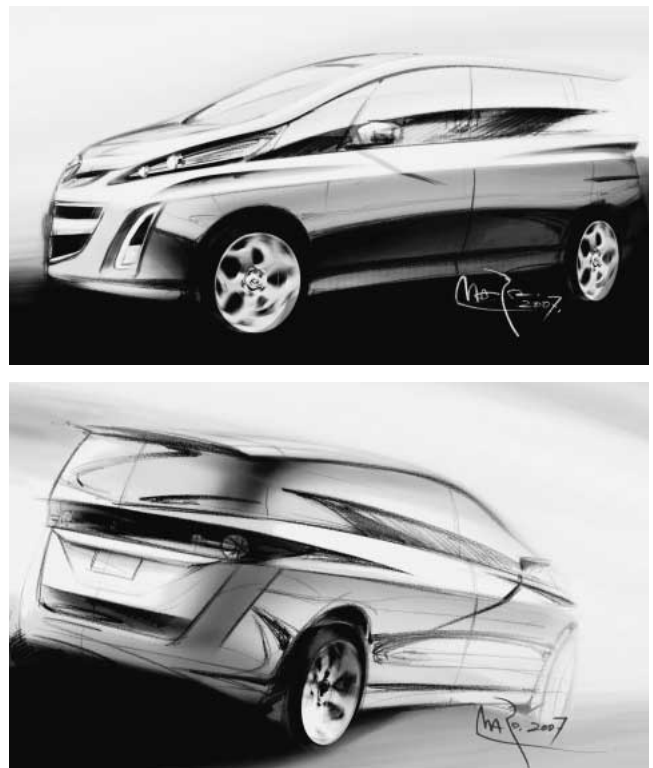


Fig.4 Exterior Image Sketch

ファミリーフェイスも大きく進化した。これまでヘッドライトの間にあった5ポイントの要素をバンパに下ろすことによってスポーティさと安定感を両立させた。また、初めて見るのに一目でマツダと分かる生き生きとした表情作りにも拘った (Fig.5)



Fig.5 Advanced Family Face

3.3 自然の美しさへのこだわり

ピアンテのスタイリングモチーフは自然界にある様々な美しさからヒントを得たものである。特に動きの表現につながる「流れ」と人目を引く「輝き」は重要な要素である。カスタマーの求める高速道路をゆったりと安心してクルージングするシーンを水や空気がゆったりと流れて行く様子と重ね合わせて発想した。室内に開放感をもたらすと同時に、その快適性が外観からも直感できるようにベルトラインを下げガラス面積を拡大し、ヘッドランプと繋ぐことで、ヘッドランプからリヤウインドウまで一気に繋がるダイナミックな流れを具現化した。フェンダも前から後ろへと流れるようなプリスターフェンダを採用した。これらの処理は見た目にとどまらず、車体周りの空気の流れとよく調和し、空気抵抗や風切音を低減している。空気抵抗係数



Fig.6 Design Inspiration "Flow"

は $CD = 0.30$ とセダン並みの数値を示している (Fig.6)

また、漣が太陽の光を増幅させるような効果を狙い、灯火器類の周辺には光源の光を増幅させるような輝きのある素材を配置した。テールランプには夕日を連想させる形状と輝きを与えた (Fig.7)



Fig.7 Design Inspiration "Brightness"

4. インテリアデザイン

4.1 開放感のある空間と乗員の心を繋ぐメータ

インテリアのデザインコンセプト“オープンフォーカスインテリア”を具現化するために必要だったのが、開放感のある快適な空間構成と乗員全員の心をひとつにする象徴的なフォーカスポイントである。低いベルトラインと広いガラスエリアにより得られる圧倒的な開放感に加え、後部座席ほどヒップポイントが高くなるシアターレイアウトと、2列目、3列目からも良く見える視認性の良いメータレイアウトによってこれらを実現した (Fig.8, 9)。



Fig.8 Interior Image Sketch



Fig.9 Interior Over View

4.2 神秘的な輝きのトップマウントワイドメータ

更に、そのメータは皆既日食を思わせる神秘的な輝きを放ち、乗員全員がワクワクするようなドライビング体験を共有することの象徴となっている。立体的な奥行きを持ったメータパネルは色の変化を伴う間接照明によって時間的な奥行きも感じさせ、これから始まるドライビング体験への期待を膨らませる (Fig.10)。



Fig.10 Top Mount Wide Meter

4.3 独自のシートパターンと多彩なシートレイアウト

ビアンテのシートは乗降性の良さや車室内での乗員の移動のしやすさと、走行時のホールド性の良さや快適性を両立させた独自の形状と縫製パターンを持つ。空間の広がりと同様フレキシビリティも大きな価値であるミニバンのインテリアにおいて、ビアンテはその多彩なシートアレンジの中でもリビングモードというユニークなアレンジを持っている。リビングモードでは、2列目シート部分の空間が最大化し、車室内での行動の自由度が飛躍的に拡大すると同時にスライドドアからアクセスする大抵の用事をスマートに済ませることができる。まさしく何でもできるリビングルームである。ちなみに、このリビングモードは跳ね上げ式の3列シートシステムでは実現できない装備である (Fig.11)。



Fig.11 Seat Arrangement

5. カラーデザイン

5.1 ボデーカラー

ビアンテのボデーカラーは全部で7色。中型トールミニ

バンのセグメントは実に90%以上を占めるベーシックな白，黒，シルバー，グレーの4色に元気の良いチリオレンジや洗練されたライラックシルバー，ノブルなストームブルー等のキャラクタを加え，シリーズ全体として気品のある華やかさを演出した (Fig.12)。



Fig.12 7 Body Colors

5.2 インテリアカラーとシートアクセント

インテリアカラーは明るく柔らかな，開放感のあるライトベージュと引き締まってスポーティなブラックの2種類を用意した。最上級の23Sのデコレーションパネルは木目とヘアラインをあしらった (Fig.13)。



Fig.13 Black & Light Beige Interior

また，20CSを除く20Sと23Sにはユニークなシートの縫製パターンを際立たせる処理として，ペロア調のアクセントを採用した。ジャージのスポーティな風合いに，柔らかくエレガントな味わいを付加している (Fig.14)。

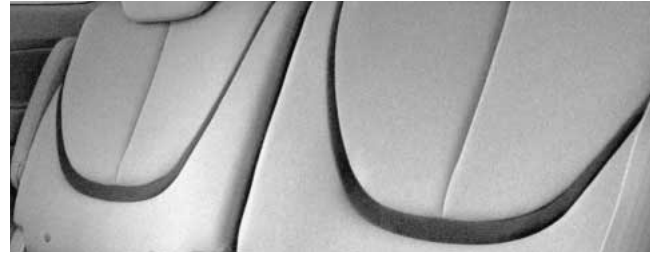


Fig.14 Velour Accent

6. おわりに

近年日本社会で起こる数々の問題の中には家族の絆が希薄になったことが原因であると指摘される事例が散見される。冒頭でも述べたように，ピアンテは日本中の家族のためにデザインした車である。ピアンテが日本中の多くの家族に愛用され，ワクワクするような感動体験を提供することで家族の絆が深まり，より豊かな精神性を育むきっかけになることを切に願う。

著者



小泉 巖