

特集：CX-7

2

## CX-7のデザイン Design of CX-7

小 泉 巖\*1  
Iwao Koizumi

### 要 約

CX-7は北米戦略車として北米におけるマツダのシェア拡大のため、他のマツダ車と直接競合しない新たなジャンルの構築に挑戦したプロジェクトである。その市場におけるポジショニングからデザインコンセプトにいたるまでの戦略を、パッケージ、プロポーション、デザインテーマに確実に反映した。エクステリアデザインにおいては、マツダのデザインDNAや歴代スポーツカーとの関連を強く意識し、ターゲットカスタマーの嗜好も十分に織り込みながら、ブランドの独自性、一貫性、継続性を体現している。インテリアデザインにおいては、運転する楽しさとゆったりとした寛ぎの両立を狙った。開発プロセスでは、試作レス開発に挑戦し実現したと同時に、さまざまな新しい取り組みを開発プロセスやシステムとして定着させた。

### Summary

CX-7 is a North American strategic car to challenge creating a new genre which shouldn't compete with the other Mazda cars, in order to increase Mazda's share in North American market. The strategy targeting at the positioning in the market and the design concept was absolutely reflected on the package, proportion and design theme. In terms of Exterior design, we considered Mazda's design DNA and a relationship with the successive sports cars of Mazda deeply, and weaving the favorite taste of the target customer, expressed the originality, consistency and continuity of Mazda brand. In terms of Interior design, we aimed at a compatibility between driving pleasure and relaxation. On the developing process, we challenged and achieved prototype-less development, and established several new ways of development process and system.

### 1. はじめに

アテンザ以来、マツダではブランド戦略により基幹車種群をはじめとして、スポーツカーラインナップ、ミニバンラインナップへとZoom-Zoomの世界を拡大してきた。そして更なるビジネスの成功を北米大陸に求めてCX-7の企画に乗り出した。北米のターゲットカスタマーの生活を研究し、北米の拠点MNAO (Mazda North American Operations) と共同でコンセプトを練り上げた。また開発期間の短縮のために試作車レスの開発にチャレンジし、早期のデザインテーマ決定によりこれを実現した。マツダにとっては久々の、市場のトレンドをリードする新ジャンル

への挑戦となった。戦略構築の段階で私たちは、このジャンルをスポーツクロスオーバと名づけ、伝統的なSUVや先行する他社のクロスオーバビークルとも明確に区別し得るポジションを提案し全社的にこれを共有した。Zoom-Zoom戦略をサポートし、ターゲットカスタマーの価値観に合致する新たなネームプレートブランドとして、マツダのスポーツカーヘリティッジを色濃く反映し、SUVの力強さや実用価値を高次元で融合(クロスオーバ)することを目指した (Fig.1)。

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

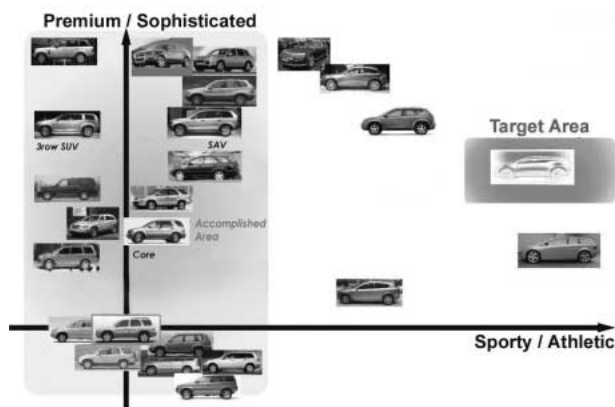


Fig.1 Positioning Map

## 2. デザインコンセプト

デザインコンセプトは“アドバンストフロンティア”。先進的で豊かなターゲットカスタマーのライフスタイルを想定し、新たなスポーツクロスオーバーというジャンルを切り開いてゆくという私たちの志を言葉にした (Fig.2)。エクステリアに求めたイメージは“スポーティ (速そうな / 動きのある), スターディ (力強い), スリーク (滑らかな / 流麗な)”という3つのキーワードで表した。スポーツカーのスピーディでダイナミックなイメージとSUVの力強さを融合し、更に滑らかで洗練されたエレガンスを兼ね備えた人格的な魅力を持つという意味である (Fig.3)。インテリアのキーワードは“リラックス・バット・スポーティ・コックピット”。エクステリア同様、運転する楽しさというやや緊張感を伴う価値と、ゆったりとした寛ぎという、相反すると思われる価値の両立を狙った (Fig.4)。



Fig.2 Design Concept

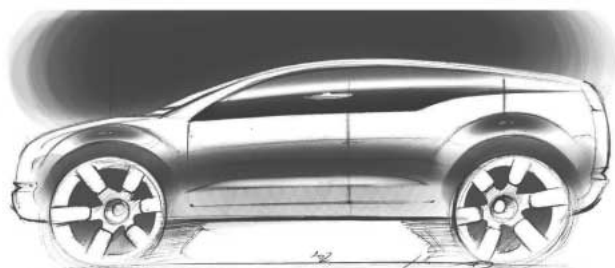


Fig.3 Exterior Image Sketch

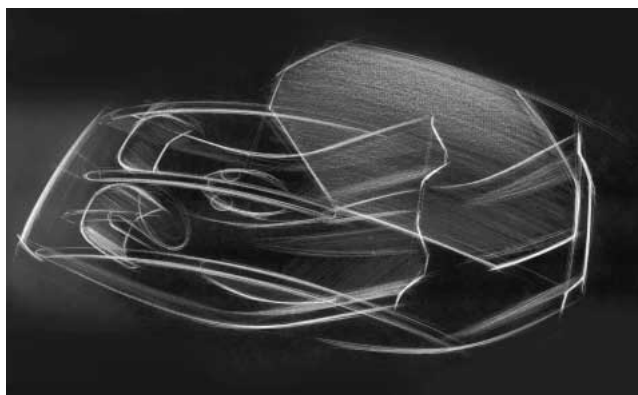


Fig.4 Interior Image Sketch

## 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  
マツダデザインの目指す“際立つデザイン”に必要なものは、まずユニークなプレゼンス (存在感) ということが出来来る。際立つ意思是結果的に、他とは違った存在感を放つからである。CX-7のための市場調査で幾度となく北米大陸に足を運ぶうちに、私たちは北米市場におけるブランド表現の要はそのプレゼンスにあると直感するようになっていた。初期のスケッチワークをしながら、同時にプロポーションにおいて十分な競合優位性を確保するため、視覚上の要点とパッケージの整合を取るためのプロポーションスタディを行った。このスタディから、狙いに合った諸元値を割り出し、競合車に勝るスポーティさと力強さを表現すべく、そのポイントをパッケージに反映した。そしてこの主要緒元の持つ素性を目で見ても確かめるために原寸大のプレゼンスチェックモデルを制作し、大まかな立体とその存在感が狙い通りであることを北米の拠点MNAO R&Dの展示場で競合車との比較評価を行い検証した (Fig.5)。



Fig.5 Presence Check Model

### 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

エクステリアデザインのキーワード、“スポーティ! スターディ! スリーク!”の実現には、マツダのデザインDNAであるアスレチック&エキゾチックに新たに力強さを加えてゆくことが課題であった。スムーズなシルエットや、4隅にタイヤを置くことでオーバーハングを軽く見せる処理、Aピラーからノーズ先端に掛けての繋がり、そして左右に張り出したフロントフェンダ等は、アテンザ以来のマツダのデザインDNAであり、車が止まっても動いているかのようなアスレチックさを表現している。これらに加えて踏ん張り感のある大径タイヤとそれを強調するフェンダの処理、ボールド(大胆)なエアインテークによるアグレッシブ(精悍)な顔つき等は、力強いクロスオーバービークルとしての個性を付加している。また、三次元的に絞り込まれたキャビンはキックアップしたベルトラインと相まってキャビンをコンパクトに見せると同時にリアフェンダの張り出しを強調し、力強さを強めている(Fig.6)。



Fig.6 Exterior Image Sketch

更に、フロント、サイド、リアビューそれぞれにアテンザやRX-8等のZoom-Zoom世代のマツダ車や、マツダの歴代スポーツカーと視覚的な繋がりを持たせることにより、マツダブランドの独自性、一貫性、そして継続性の表現とした(Fig.7)。



Fig.7 Mazda Design DNA & Sports Car Heritage

### 3.3 知性的で精緻なディテール

ヘッドランプやテールランプのインナ形状は、光学機器の持つ金属調の素材感やクリア素材のもつクリスタル感の複合化により、知性的で精緻な美しさを狙った。光学機器の命ともいえる光軸を連想させるシリンダ形状は、同時に自動車が進む方向と意思を連想させるものとしてマツダのデザインテーマのひとつとなっている(Fig.8)。

また、サイドウインドウグラフィックには、その個性をより一層引き立てるよう、光輝モールディングによるトリミングを施した。つややかな濃色系のボデーカラーにおいてもサイドウインドウグラフィックを埋没させることなく、精緻な輝によってその矩形を際立たせ、高い質感を感じさせるような仕上げとした。

18 ホイールはスプリットド5スポークのパターンを採用



Fig.8 Head Lamp &amp; Tail Lamp

し、スポーク断面にも抑揚を持たせ、精緻感があり機能的でありながら、ボデーのデザインと調和する情緒を持ったデザインとした (Fig.9)。



Fig.9 Side Window Graphics &amp; Wheel

## 4. インテリアデザイン

### 4.1 デザインコンセプトと空間構成

インテリアデザインにおいて、そのキーワードである“リラックス・バット・スポーティコックピット”を具現化するために最初に着手したのが空間構成である。エクステリアの滑らかなシルエットを生かしながら、乗員には開放感と運転する楽しさを提供する快適な空間構成は、ダブルルーフと名づけた2つの屋根を持つインストルメントパネルのデザインテーマと、シルバーのデコレーションパネルとシートのセンターストライプによる前後の流れを強調したデザインテーマによって成り立っている (Fig.10)。初期のイメージスケッチに見られるように、パラソルのような丸みのある屋根の下におかれたリゾートチェアを思わせるリラックスした空間が広がっている。



Fig.10 Interior Image Sketch

### 4.2 エキゾチックなフローティングエレメント

更に、これらのダブルルーフやシルバーのデコレーションパネル類をフローティングエレメントとして空中に浮かせたように扱うことで、大胆で明快な意思と装飾を廃した華やかさを狙った。シートにおける2トーンカラーのコーディネートにおいても、シートバックとシートクッションの厚みを薄く見せ、軽やかな座面と背もたれが浮いたように見えるような効果を狙っている (Fig.11)。これらの特徴は、インパネ、シートやコンソール類に過剰なボリューム感を感じさせないばかりでなく、空間に心地よい奥行きと動きを与え、このインテリアを徹底的に現代的なものとしている。



Fig.11 Interior Over View

### 4.3 スポーティな機能レイアウト

CX-7のコックピットに座ると自然に手の届く範囲にすべての機能がさりげなく、しかしわかりやすくレイアウト

されていることが判る。それはスポーツカー並みの運転姿勢とあいまってトラック派生の従来のSUVとは無縁のスポーティで洗練された操作フィーリングを持つ。ステアリング/シフトノブのレイアウトを始め、そのディテールのひとつひとつに至るまで、ドライバが直感的に機能と操作方法をイメージしやすく、かつ操作を楽しめるよう熟考してデザインした結果である (Fig.12)。



Fig.12 Cockpit & Switches

## 5. カラー&マテリアル

### 5.1 MX-CROSSPORTとモニュメントバレー

2005年のデトロイトオートショーに出品されたMX-CROSSPORTはCX-7のティザーショーカーである。私たちはこのショーカー用に、メタルフレイクとガラスフレイクと染料のカラークリアを使ったショーカー専用の塗料を開発した。“赤”という通常、情熱や血液などの生命を象徴する色に、鉱物的で硬質なイメージを持たせることを狙った。その着想を得たのはモニュメントバレーやグランドキャニオンといったアメリカの大自然を目にしたときである。日本の山々の赤や黄色の鮮やかな紅葉が植物の色であるのに対して、アメリカ大陸の大地の赤は鉱物の色であり、大陸的な美意識の原風景ともいえる印象を放っていたからだ。CX-7のローンチカラーであるカッパーレッドはそのようなアメリカの大陸的な美しさをモチーフとした色である (Fig.13)。

このカッパーレッドを含め、ピビッドなオーロラブルー、若々しいホワイト&ブラック、シックなグレイトーンカラ



Fig.13 Monument Valley & MX-CROSSPORT

ー、深みのある贅沢な感じのラディアントエボニーなど、カスタマーの好みを考慮して、ボデーカラーは全9色をラインナップしている (Fig.14)。



Fig.14 9 Body Colors

### 5.2 クロコダイルのセンターストライプ

エキゾチックスポーティとクールエレガンスが、ブラック内装とサンドベージュ内装でそれぞれに掲げたテーマである (Fig.15)。スティックになり過ぎない黒とナイーブ過ぎないベージュというのがその狙いである。この双方の狙いに絶妙に貢献しているのがシートのセンターストライプである。グラフィックの効果はいかに及ばず、質感においても自動車の内装材としてはとてもユニークなクロコダイル風のテクスチャを採用している (Fig.16)。ストライプの直線的な、都会的で洗練されたイメージとクロコダイルという野生的な美しさのコントラストは前例のない新しさと生活の豊かさを連想させてくれるはずである。



Fig.15 Black &amp; Sand Beige Interior



Fig.16 Crocodile Center Stripe

プロセスにおいても新たな提案をし、開発プロセスに定着させるべく、努力してきた。CX-7のデザイン開発は企画段階から生産に至るまで車両のすべての部分で新たな挑戦の連続であった。これらの挑戦にお付き合いいただいた関係者に敬意の念をこめて御礼を申し上げたいと思う。

著者



小泉 巖

## 6. おわりに

開発プロセスにおいては従来の試作車を廃した試作車レスの短期開発にも挑戦した。標準日程よりも短いフィージビリティ期間で量産ステージのエクステリアデザイン開発を完了させるなどしてこれに対応した。また、マツダのデザインとしては久しぶりにエクステリアとインテリアがひとつになったデザインモデルを制作し、試作車に代えてアピランスの確認を行った。更に、DQCと命名したデザイン・クオリティ・コストの統合プロセスを提案したり、デザイン・ゲートキーパーの仕組みを提案したりと、その