

新型 CR-V のデザイン

Style and Design for New CR-V

本 間 美 樹*
Yoshiki HONMA

藤 巻 昇 次**
Shoji FUJIMAKI

要 旨

新型 CR-V は、先代 CR-V の持つ機能的な部分を損なわずに SUV のタフネス感を核として乗用車の持つフォーマル性やクオリティをより高める「PREMIUM SMART SUV」という新コンセプトで開発をした。

その中で、エクステリアデザインでは「DYNAMIC EMOTIONAL」というコンセプトに基づき、躍動感のあるスポーティフォワードキャビンと大径タイヤを強調したタフネス感のあるロアボデーの組み合わせにより、その方向性を大きくシフトした。

また、インテリアデザインでは「QUALITY TOUGHNESS」というコンセプトを基にエクステリア同様、SUV としてのタフネス感のある機能的なデザインや使い勝手の良さをベースに、乗用車としての爽快感や安心感を洗練された上質空間で包み込み、それらを高次元に融合することで新鮮でアップスケールなスマート SUV 空間とした。

ABSTRACT

The CR-V has been redesigned under a new concept—“Premium Smart SUV”—combining the toughness of an SUV with the quality and sophistication of a passenger car, all without sacrificing the functionality of the classic CR-V. To achieve this, we have drastically redesigned the exterior of the new CR-V based on the concept “Dynamic & Emotional,” giving it a combination of dynamic sporty forward cabin and a rugged lower body that emphasizes large wheels. The concept for the interior of the redesigned CR-V has been given the name “Quality & Toughness,” and like the exterior aims to provide the vehicle with a tough, functional and driver-friendly SUV design with the refined space of a safe, exhilarating passenger car. By optimally merging these concepts to build the newly designed CR-V, we have created an SUV that is fresh and upscale.

1. はじめに

CR-V は 1995 年の発表以来“ライトクロカン”というまったく新しい発想を市場に提案してきた。そして、その乗用車とクロカンの良い部分の融合としてのコンセプトがお客様に深く浸透し、特に国内では子育て世代のライフスタイルカーとして爆発的なヒット商品となった。また現在では世界 160 ヶ国以上で発売し CIVIC、ACCORD に次ぐワールドカーに成長している。

そのなかで、現在メイン市場となっている米国においておこなわれた新型 CR-V 開発に向けての市場調査では、先代 CR-V のユーザからは特にその機能性の部分において、大変愛され多くのお客様に満足されていた。

しかし、それ以外のお客様の声や、実際の使われ方、市街地やフリーウェイでの見え方等々、さまざまな調査を重ねるなかで時代変化にともなう、SUV に対しての潜在的な欲求や兆しを実感する結果となった。

それは、初代から多くのユーザに受け入れられてきた

CR-V の使い勝手の良さや機能的な価値をさらに進化させることと SUV としての、より力強いダイナミックな性能を表現するデザイン。

さらには、SUV でありながらセダンにも劣らない上質でエモーショナルな官能性を合わせ持つことであり、その相反する要素の高次元融合が、新型 CR-V としての新たな価値であると定めこれを「PREMIUM SMART SUV」というコンセプトで表現した。

* 四輪開発センター

** HONDA R&D AMERICAS, INC.

2. デザインのねらい

グランドコンセプトである「PREMIUM SMART SUV」に対し、あらゆるシーンをアクティブかつスマートに行動する、都会的で本物志向の「大人の自遊人」をユーザイメージとした中で、SUVとしてのタフネス感を「核」としながらも乗用車としてのクオリティで包み込む、新しい価値を持った次世代コンパクト SUV の創出を目指した。

その中で、エクステリア デザインコンセプトは「DYNAMIC EMOTIONAL」としスポーティで滑らかなキャビンとがっちりとしたダイナミックロアボデーとの融合をねらいとした。

また、インテリア デザインコンセプトは「QUALITY TOUGHNESS」とし、安定感を感じさせる機能的なデザイン構成と、露出した骨格によるタフネス感をベースとしながら、シンプルで上質感のある心地よい空間デザインの融合をねらった。

3. パッケージレイアウト

パッケージの基本的な考え方は、先代 CR-V から世界中のユーザに支持されている取り回しの良いコンパクトなボデーサイズと、使い勝手の良さを感じさせる広々とした空間に、乗降性の良いヒップポイントや安心感のあるアイポイント等の基本的なディメンジョンを CR-V の DNA と捉え、それを継承した。

その中で、大人4人がゆったり乗れて、4人分の荷物がきっちり収められる居住空間を確保したうえで、乗用車としての爽快で上質感のあるエモーショナルなフォワードキャビン骨格のスタイリッシュな空間で包み込んだ。また、SUVとしての象徴である大径タイヤと、タフなロアボデーとの融合により「PREMIUM SMART SUV」を表現する新しい SUV 骨格をねらった(Fig. 1)。

また、使い勝手の向上としては、荷室スペースを簡単に整理できる「ダブルデッキーカーゴシェルフ」のアイデアや、リヤテールゲートの開閉トルクの低減、さらには、サイドシル高さを抑えた乗降性等の細やかな配慮をおこなうことで日常生活のシーンで、よりスマートに使いこなせる機能性やエモーショナル性と非日常性を表現する、

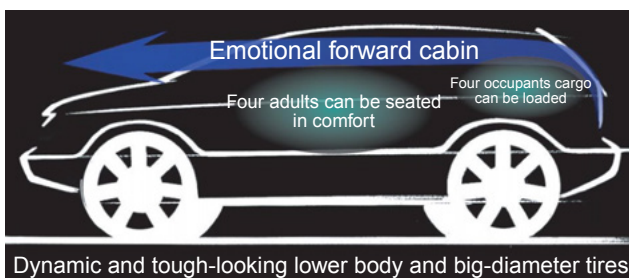


Fig. 1 Package concept

ダイナミックなタフネス感を高効率なパッケージングで両立し具現化した。

4. エクステリアデザイン

先代 CR-V の持っているパッケージの機能的な良さを損なわずに都会的で洗練された「DYNAMIC EMOTIONAL」デザインを目指した。

テールゲートの開閉方法の変更により、荷室空間を確保しながらリヤウインドを前傾させ、フロントウインドのフォワード化と相まってスポーティで躍動感のあるキャビンができあがった。

またクォータピラーを廃止し、ダイナミックでパーソナルなワンモーションのサイドウインドグラフィックスとし、プレミアム性の高いクロムメッキモールでトリミングした(Fig. 2)。

大径化したタイヤが存在感を増すとともに、しなやかに大きく張り出した前後フェンダーが力強くロアボデーを引き締め、タフなイメージのロアガーニッシュとともにグッドスタンスを生んでいる(Fig. 3)。



Fig. 2 Side view



Fig. 3 Dynamic emotional



Fig. 4 Final rendering

また、フロント廻りでは“一目でわかる CR-V デザイン”を目標にアッパー＆ロアの2段構えのグリルと、大きなヘッドライトが一体となった構成が大胆で精悍な印象を造りだした。

リヤ廻りでは先代 CR-V からの特徴になっている、縦型コンビライトを継承しつつ背負いタイヤをシンボライズした立体的で力強い、特徴的なデザインとなった(Fig. 4)。

5. インテリアデザイン

インテリアでは「QUALITY TOUGHNESS」のコンセプトからSUVとしてのアクティブでタフネス感のある機能性を進化させながら、それに加えた、乗用車としての都会的な上質感を高次元で融合させ、日常から非日常までのあらゆる

シーンにおいてスマートに使えるアップスケールなデザインを目指した。

5.1. QUALITY TOUGHNESS

SUVとしての記号性である、タフネス感や硬質感を感じさせる構造的なモチーフを取り入れ、インテリアデザインとしての構成要素の核とした。

インストルメントパネルでは、オーディオ、エアコン、シフト等からなる機能部品を集約したセンタ部分と、両サイドのデフロスタやアウトレット部をそれぞれ、ソリッド感のある柱(構造体)として表現しステアリング、ドアグリップ、フロントシートバック等の主要部位にも同様のモチーフで統一している(Fig. 5)。

また、QUALITYの表現としては、その硬質感を持たせた



Fig. 5 QUALITY TOUGHNESS

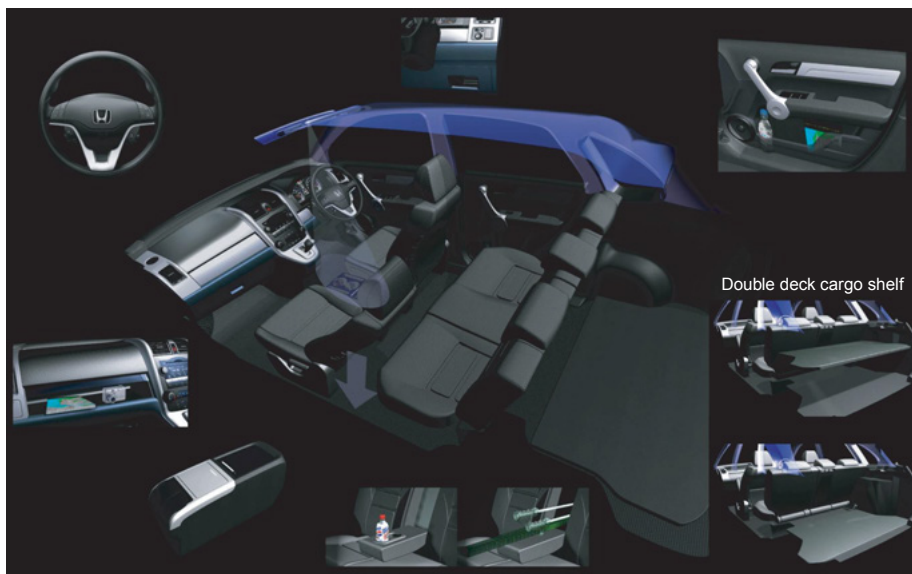


Fig. 6 Interior utility

部位に対して上質感と優しさのある面質とし、硬質な機能感と上質で洗練されたクォリティ感を融合させた。さらにはリヤ荷室のダブルデッキーカーゴシェルフを始めとする使い勝手の良いユーティリティ性を随所に持たせるなど「QUALITY TOUGHNESS」をインテリアのコンセプトとして表現した(Fig. 6)。

6. カラーデザイン

6.1. エクステリア

グランドコンセプトである「PREMIUM SMART SUV」を表現するためのカラーデザインとして、どんなシーンでもスタイリッシュに感じる PREMIUM SMART COLOR をテーマに開発した。

エクステリアデザインの抑揚のある面質と、SUVとしての強さ感を効果的に表現する「WHISTLER SILVER M」を、テーマカラーとして専用に開発し通常のメタリック粒子より、さらに大きな粒子とすることでダイナミックで洗練されたイメージを表現した。

そのほか、既存色をプラスした計6色でのカラーラインナップとしている(Fig. 7)。

6.2. インテリア

エクステリアカラーと同様のテーマで開発をおこない SUV としての機能性と乗用車としての上質性の融合を目指した。

シートファブリックには、トリコット素材にエンボス加工を施したアクティブな機能性と都会的で洗練された INDIGO BLACK(新色)とのコーディネートにより、クールで力強い空間を感じさせる新しいブラックインテリアカラーをテーマカラーとした [Fig. 8 (a)]。

また、上質でプレミアム感を表現する IVORY 革内装では心地良い開放的な空間を表現し、それらふたつのバリエーションにより PREMIUM SMART の表現をおこなった [Fig. 8 (b)]。

7. まとめ

私たちは「PREMIUM SMART SUV」という、グランドコンセプトを基に日常から非日常までの、あらゆるシーンをアクティブに行動する「大人の自遊人」をユーザイメージとし、よりエモーショナルで力強く、より上質に、より機能的に、よりスマートにといった相反する要素の高次元融合に

著作権上の理由により非表示

BLACK& INDIGO BLACK



Fig. 8 (a) Interior color

BLACK & IVORY



Fig. 8 (b) Interior color

向けて、担当メンバが一丸となり開発に取り組んだ。

その具現化に向けての過程では、目標達成に向けての高いメンバ意識によりさまざまな議論や、多くのせめぎ合いが繰り返された。

その結果、3代目 CR-V の進化にふさわしい、デザイン、走り、使い勝手の本質的進化はもちろん、その奥底に込められた味わい深さや、適度な緊張感に“幸せ”を感じて頂けるような、魅力的なモデルチェンジができたと確信している。

また、この新型 CR-V が初代、2代目に続き世界中のさまざまなシーンで活躍しより多くのお客様に喜ばれる CR-V となってくれることを願っている。

■ 著 者 ■



本間 美樹



藤巻 昇次