

ニュークロスオーバー VEZEL のデザイン

Styling Design of New Crossover VEZEL

山 本 洋 幸*

Hiroyuki YAMAMOTO

要 旨

ABSTRACT

2014 年モデル VEZEL はクーペのパーソナル性とミニバンの合理性を兼ね備えたコンパクト SUV に類される新商品である。VEZEL の開発では単なる小型 SUV ではなく、「スペシャルティカー」をキーワードに、艶のある車を作りたいという思いから「艶(つや), Crossover」をグランドコンセプトに掲げた。パッケージデザインでは「Smart Cross PKG」をコンセプトに、SUV、クーペ、ミニバンのそれぞれが持つ魅力を融合させることで、これを具現化した。また、エクステリアデザイン、インテリアデザインはそれぞれ「Dynamic Cross Solid」, 「Expansible Cockpit」をコンセプトとし、力強さと色気をダイナミックに融合させた外観と、空間の広がりとパーソナル性を両立させた上質な内装を、そしてカラーマテリアルでは「COORDINATION」というコンセプトでバリエーションごとに一つの作品として内外デザインをまとめ上げた。VEZEL の開発チームは合理性と「艶(つや)」を融合させることで、性能や装備の差で他社車に対して断片的に優位性を訴求するだけではなく、感性で選ばれる多面的な価値を持つ商品を誕生させた。

The 2014 model VEZEL is a new product, similar to a compact SUV but combining the personal feel of a coupe and the utility of a minivan. The keywords during the development of the VEZEL were “specialty car”, not just a small SUV, because the developers wanted to create a sensual car. The grand concept, therefore, was “Sensual, Crossover.” The concept of the package design was “Smart Cross PKG.” This was embodied by combining the attractive points of SUVs, coupes, and minivans. The concepts of the exterior design and interior design were “Dynamic Cross Solid” and “Expansible Cockpit” respectively. The exterior dynamically combines strength and sultriness, while the high-class interior brings out both spaciousness and a personal feel. Moreover, using the concept of “coordination” for the color material, the designers put together an internal and external design such that each variation was like a new work. By combining utility and “sensuality”, the VEZEL development team did more than just appeal to consumers by being better than competing products in fragmentary ways, such as performance or equipment. Rather, they brought out a product with multifaceted value that consumers would choose based on sensitivity.

1. はじめに

1995 年に発表された CR-V は当時、異例ともいえる乗用車をベースにしたライトクロスカントリーピークルであった。今では世界約 160 カ国で年間 50 万台以上を販売するグローバルブランドに成長し、SUV のスタンダードとして認知されている。やがて世界的なダウンサイジングの流れに合わせた新たな SUV の開発がスタートすることになった。開発チームは小さな CR-V を作るのではなく、世界のコンパクトスタンダードを再定義するような、車らしい魅力を持つ商品を生み出そうと考えた。

開発チームが考える車らしさのキーワードとなったのはスペシャルティカーである。かつて人気を博した

PRELUDE (Fig. 1) や ACCORD INSPIRE (Fig. 2) は美しいスタイリングとドライバを主役とした上質な室内を備えていた。それらは当時主流のファミリーセダンとは明らかに異なる魅力を持ち、単なる移動の道具にとどまらない、より上質で豊かな暮らしのパートナーとして支持されていた。

しかし、時代と共に空間の広さや使い勝手の良さなど、車に求められる価値が多様化したため、かつてのスペシャルティカーのような商品が多くのお客様の共感を得ることはできない。そのためには、Honda の独自技術による合理性と、感性に直接訴えかける魅力を併せ持つ商品の開発が必要と考えた。開発チームは世界の都市生活者をターゲットにした新しい時代のスペシャルティカーを追求するために定

*四輪 R&D センター

めたグランドコンセプトが、「艶, Crossover」(Fig. 3)である。そして全ては合理性だけではなく、お客様にとって魅力的かどうかを基準に開発を進めた。



Fig. 1 PRELUDE



Fig. 2 ACCORD INSPIRE



Fig. 3 Grand concept

2. パッケージデザイン

2.1. コンセプト

SUVの安心感や安全感、ステータス、使いやすさという価値をベースに、クーペ価値とミニバン価値を融合するためのコンセプトは「Smart Cross PKG」(Fig. 4)である。またSUV価値の核である頼もしさと安心感を実現する手法として大径タイヤ、ハイアイポイント、ハイロードクリア

ランスという三つの要素を重視しながら「艶」のある車としての骨格を追求した。

2.2. SUVらしい視界

SUV価値の中で注力したのがアイポイント (Fig. 5) である。アイポイントは高くするほど見下ろし感が得られるが、高すぎると目指すスペシャリティカー像と離れる。そこで、全高を抑えながらもSUVらしい視界感や安心感が得られるアイポイントの高さを検証した。

一般的なセダンやハッチバックに対して明確な違いを感じられるアイポイントの高さを、多くの比較車と並べて検証した。その結果、SUVとして認知されるためには一般的なセダンやハッチバックに対してプラス 100 mm (Fig. 6) の高さが必要と定めた。また、乗車姿勢はアップライトなも

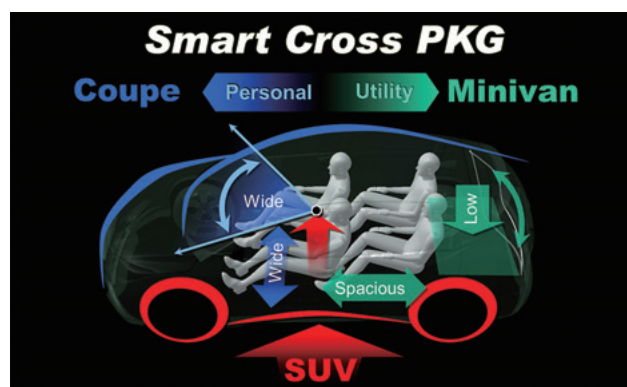


Fig. 4 Package concept

Optimal visibility for driving and ease of entry and exit

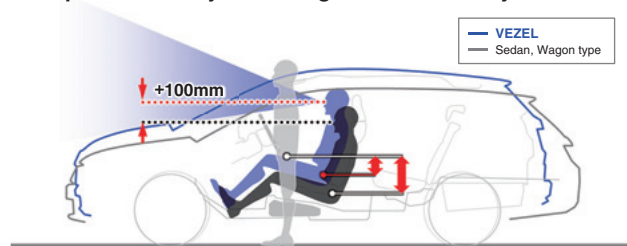


Fig. 5 Eye point of SUV

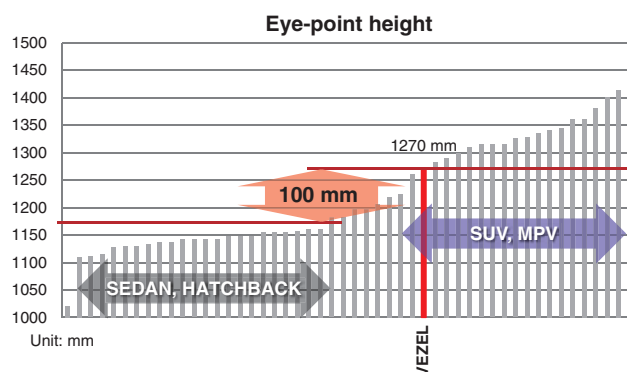


Fig. 6 Eye-point height of SUV and sedan

のほど商用イメージが強くなり、寝そべるような姿勢になるほど前方の不可視長が大きくなる。そこでセダンに近い乗車姿勢を実現することで適度なパーソナル感と良好な視界感を両立させた。

2.3. クーペ価値とミニバン価値

クーペ価値を実現するために、ドライバーのためのスポーティなコックピット空間を追求した。まずはハイデッキコンソールの採用を前提とし、さらにその幅方向の寸法を最大限確保することでフロント席乗員にパーソナルかつゆとりのある空間が提供できると考えた。また、車との一体感を得ながら楽しく安全に運転ができるようにワイドな前方視界にもこだわった。そのために、フロントピラーの付け根を極力後方に配置しながらピラー断面を小さく (Fig. 7) することで目標とする前方視界を実現した。

ミニバン価値としては、後席における広々空間と荷室の使い勝手の良さを両立させた。そのために後席空間は 990 mm のレッグルームを確保し、大人が足を組める空間とした。また座面長とシートバック角度は上級セダンを参考に最適化し、広さだけでなくつろぎ感を重視した。

荷室は低い開口地上高とステップワゴン並の開口幅 (Fig. 8) を実現することで大きな荷物の積み下ろしを容易

にした。また低床センタタンクレイアウトにより後席を折りたたむことで、前輪を外したマウンテンバイクを立てたまま積み込むことができる荷室高さを実現した。

3. エクステリアデザイン

3.1. コンセプト

SUV に求められる力強さと、クーペの「艶」をダイナミックに融合させることを目的にコンセプトを「Dynamic Cross Solid」 (Fig. 9) と定めた。

まず新時代の都会的な SUV らしさとして、従来の SUV が持つイメージのラギッドな (でこぼこした) 要素の排除を前提とした。その上でフロントピラーを後に引き、ノーズには通常のセダンよりも量感を持たせることで力強いフロント部とした。また、車らしい魅力をストレートに表現するため、バンパ周辺の造形は四つのタイヤが踏ん張る感じを重視した (Fig. 10)。



Fig. 9 Exterior design concept

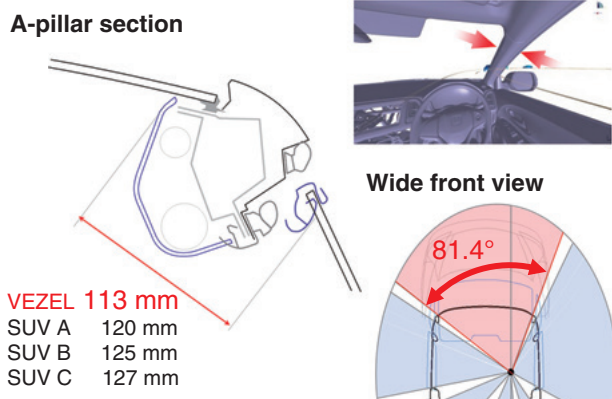


Fig. 7 A-pillar section and wide front view

Usability equivalent to one-class higher SUV

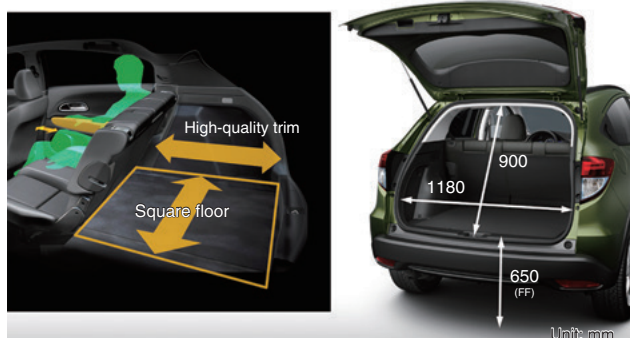


Fig. 8 Rear space



Fig. 10 Final exterior rendering

次にクーペらしさとして、長いストロークを持つキャラクターライン (Fig. 11) にこだわった。コンパクトなボデーの中に大胆に走る長いキャラクターラインは流麗な印象を強め、その伸び伸びとした色気はボデーサイズを超えた存在感を際立たせている。特にCピラーからショルダをまたぎフロントホイールアーチ手前まで一気に切れ込むキャラクターラインは、デザイン上の「艶(つや)」と力強さがクロスオーバーするポイントとして捉え吟味した。さらにパーソナルな2ドア車に見えるよう、リヤドアハンドルをサイドウインドウ後端(Cピラー部)に一体化させた (Fig. 12)。

3.2. 視界、居住性、乗降性を高次元で満足するエアロキャビン

一般的に車高の大きなSUVはセダンと比べ空気抵抗が大きい。開発チームは新世代SUVとしてセダン並みの燃費目標を掲げていた。また、流体力学的に理想の形と、魅力的なスタイリングとは必ずしも一致するものではない。さらには、視界や居住性のパッケージ性能とバランスさせることも商品開発として重要な要素である。

クレイモデラはクーペらしいスタイリング、視界、居住性、乗降性を満足した上で、流体力学的に理想に近いキャビン形状を追求するため風洞実験室に通ってシミュレーションとモデリング (Fig. 13) を繰り返した。また、商品と

しての完成度高めるため、エクステリアデザイナーだけでなく、パッケージデザイナーやインテリアデザイナーとも協議を重ねた。

キャビン造形は、強く湾曲したフロントウインドウから始まり後端に向けて絞り込まれた形状を基本とした。一方で後席から荷室にかけてはミニバン並みの後席居住性と良好な後方視界を確保しつつ、外からはあくまでもコンパクトでパーソナルな印象になるようにサイドウインドウグラフィックスを後方でシャープに収束させた。

また、床下の整流 (Fig. 14) も含め空力性能を突き詰めた結果、空力目標は達成され $CD \times A$ (空気抵抗値 $\times$ 前面投影面積) はセダンカテゴリの位置づけに到達した。

3.3. フロントフェイスと灯体のデザイン

フロントフェイスはヘッドライトとグリルの一体感を表現し、新しいHondaの顔「SOLID WING FACE」 (Fig. 15) の考えに則っている。

ハイブリッド車のグリルにはスモークアクリル樹脂の裏側からメッキ調塗装を施すという新しい手法を採用した。またSUVらしい力強さを上質に表現するために、無垢の金属をイメージさせるシンプルでクリーンな造形にこだわった。一方ガソリン車の考え方も共通で、専用デザイン



Fig. 11 Character line



Fig. 13 Exterior clay model

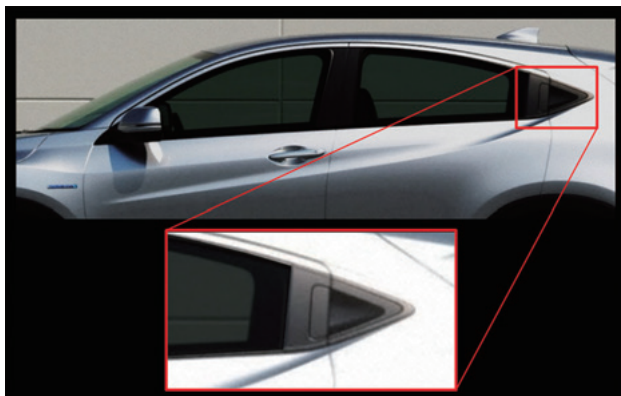


Fig. 12 Rear door handle

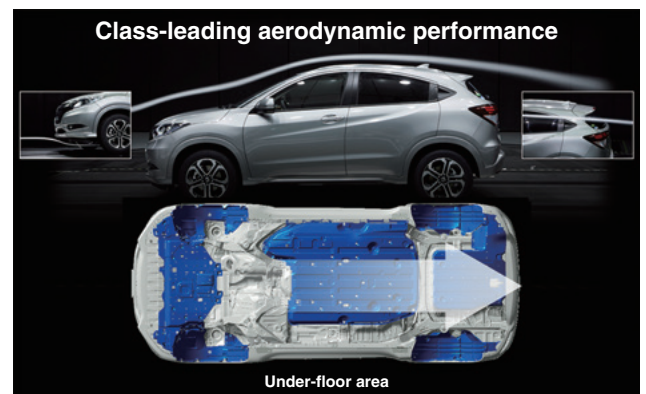


Fig. 14 Aerodynamics

のグリル本体にダークメタリック塗装を施して力強さを表現し、クロームメッキモールを組み合わせで上質さを演出した。

ヘッドライト (Fig. 16) はフロント全体をダーク基調としながら金属的な輝きを持たせ、艶のある力強さを表現した。その上でハイブリッド車には片側2眼のLED プロジェクタタイプを採用した。LED ならではの小型の四角い発光体が暗く奥行きのある空間に浮遊しているような見え方にこだわった。またガソリン車も同じくブラック基調のマルチフレクタタイプとすることで共通のアイデンティティを持たせた。

リヤコンビネーションランプ (Fig. 16) はLED 導光ストライプをハイブリッド車に、直射型LED をガソリン車にそれぞれ採用し、被視認性を確保しながら先進性を表現した。

3.4. 世界で輝くデザイン

エクステリアデザインは例えばドイツのアウトバーンの追い越し車線で車体が路面をわしづかみにし、より大型の車が近づいても動じないような強靱な見え方を実現する必要があった。

日本の車は外国では華奢に見えることがある。それは道幅や周囲の車の大きさ、光線の違いなどさまざまな環境要

素が日本と異なるからである。開発チームは、VEZEL で世界中の市場で競争力のある強いスタイリング (Fig. 17, Fig. 18) を実現するため、モデルの傍らにより大型で売価の高い比較車を置き、それに負けない存在感と上質さにこだわって開発を進めた。また、世界中のどこを走っても輝くことができる「艶」のある強いデザインを完成させるために、発売予定地域の多くに足を運んで実際に車が使われる環境をリサーチした。そして、その都度必要な要素をモデルに反映しデザインを進化させた。



Fig. 17 Strongly styled front



Fig. 18 Strongly styled rear



Fig. 15 Front face design

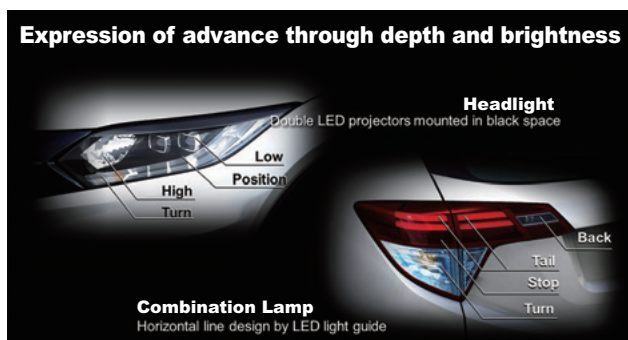


Fig. 16 Lighting design

4. インテリアデザイン

4.1. コンセプト

次世代のスペシャリティカーを目指す上で定めたコンセプトは「Expansible Cockpit」(Fig. 19)である。広々した空間を意味する「Expanse」、タイトでスポーティなイメージの「Cockpit」、相反する二つの価値を「艶(あでやか)」というキーワードで融合させることをねらいとした (Fig. 20)。

コンセプトから来るデザインテーマはSUVとして期待される安心感と使い勝手を実現した上で、クーペとしての「艶」をいかに融合させるかであった。また、それらの表現手法が表面的な高級感や先進性の演出では上質さが得られないと考えた。奇をてらうのではなく、自動車としての価値の本質に基づいた新しいスタイリングアプローチを模索した。そして、車を良く知るお客様にも共感を得られるような、インテリア骨格と質感の表現に取り組んだ。

4.2. 新しいインテリア骨格への取り組み

4.2.1. インストルメントパネル

開発初期段階におこなったのはインストルメントパネルの骨格形成である。これまではインストルメントパネルを薄く、軽く、見せることで爽快空間を創出する傾向にあった。しかし SUV に安心感を求めるお客様に対して、爽快感と引き換えに外にさらされるような不安感を与えてはいけない。開発チームはこれまで開発した同クラスのコンパクトカーより 70 mm 程度肉厚な造形 (Fig. 21) が妥当と判断した。これは例えばドイツのアウトバーンを最高速でクルーズする際にも、しっかりと守られている感覚をお客様に提供するために必要な断面設定と考えた。一般的に肉厚な断面は乗員に対し圧迫感を強くする。そこで極力キャラクタラインなどの要素を減らしてシンプルな面構成とすることで視界ノイズを排除し、外の世界と連続するような爽快感



Fig. 19 Interior design concept



Fig. 20 Instrument panel

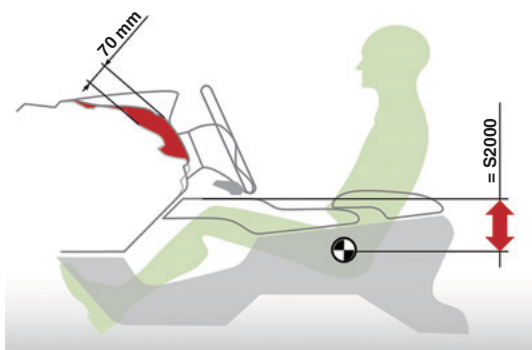


Fig. 21 Sectional view of instrument panel

を表現した。

また広々とした豊かな空間に感じさせるために、水平基調にもこだわった。そのため、空間を縦に仕切る要素となるセンタクラスタパネルを廃止した上で、エアコンの噴出し口は横長形状 (Fig. 22) とするなど、縦の要素を極力排除することで実寸法を超える水平方向の広さを演出した。

シンプル、水平基調を重視した結果、キャラクタラインの少ないインストルメントパネル上面はフロントガラスへの映りこみが少なく、良好な運転視界も実現した。

4.2.2. ハイデッキコンソール

インテリアで VEZEL のキャラクタを象徴するのがハイデッキコンソール (Fig. 23) である。空間を分断することになるハイデッキコンソールの採用には開発初期段階から社内で意見が分かれた。しかし開発チームは、ドライバ、助手席乗員、それぞれのパーソナルエリアが確保されてこそ目指すべきクーペの上質さが実現できると考え、具現化を進めた。

コンソールの高さはビジネスクラスシートのセパレート感をイメージし、乗員基準で Honda を代表するスポーツカーである S2000 同等 (Fig. 21) とした。また前席乗員同士の心地よい距離感のために、車体の枠組みで可能な最大のカップルディスタンス (Fig. 24) とした。

近年、欧州車ではコンパクトカークラスにもインストルメントパネル上面にソフトパッドを適用するものが見られるようになり、上級志向のひとつの記号性として定着化しつつあった。

しかし、お客様の立場に立った時、よりお客様に近いハイデッキコンソールにこそソフトパッドの適用が望ましいと考えた。同クラスではコンソールへの適用例が無いため



Fig. 22 Passenger-side air outlet



Fig. 23 High-deck console

過剰装備との意見もあったが、予定されていたインストルメントパネル上面への適用をやめることを前提に具現化を進めた。結果、大部分がソフトパッドで構成されたコンソールは、お客様に伝わりやすい価値と特徴となり、ねらいのパーソナル性をさらに際立たせた。

またハイデッキコンソールで得られる価値はパーソナルな空間だけではない。パーキングブレーキのバイワイヤ化や、カップホルダの使い勝手から、美しく湾曲した独特のコンソールデザインはシフトレバ下に新しいユーティリティ空間を生み、今までになかったスマートで新しい使い勝手 (Fig. 25) を実現した。

4.2.3. 必然性が生む上質感

このようにして、安心感にこだわったインストルメントパネルとパーソナル性にこだわったハイデッキコンソールにより、コンセプトの「Expansible Cockpit」を具現化するためのインテリア骨格が完成した。

また、今回の取り組みでおこなった必然性から来るシンプルな機能表現は、高い合理性と美しさを融合させている。これこそが VEZEL インテリアで目指す上質さの方向性であると定め、後述する新しい質感表現の考え方にもつながった。

インテリアデザインは機能を端的に表現してこそ美しく、その価値を高めることができる。スタイリングの先走りや、機能を不自然に誇張するデザインは上質とはいえず、本来持つべき価値を損なうことがある。これはエクステリ



Fig. 24 Wide couple distance

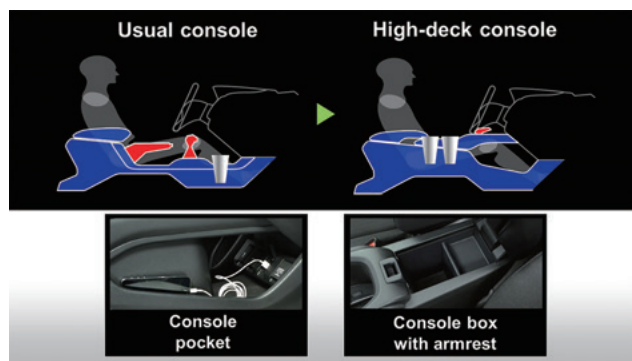


Fig. 25 Console utility

アデザインが同じ工業デザインでありながら彫刻的な純粋美術の要素を持つのに比べ、ニュアンスの異なる点である。

4.3. 新しい質感表現への取り組み

4.3.1. ゴージャスから艶へ

質感表現におけるキーワードはグランドコンセプトに関連して「艶(あで)やか」とした。樹脂材で代用することが多い木材や金属材の素材表現も、近年の塗料やフィルム素材は高品質化、ローコスト化され、コンパクトカーであっても高級車のようにゴージャスに装飾されるものがある。しかし VEZEL に求める世界観はあくまで「艶(つや)」でありゴージャスではないと考えた。そこで、質感表現で今までと違う手法を模索する必要があった。

高い合理性から必然性をもって生まれるシンプルなカタチはそれだけで美しく上質であることは、新骨格への取り組みで前述したとおりである。ならば、素材表現においても必然性を追求することで、「艶(あで)やか」の表現が可能だと考えた。そこで、木材や金属材を模した表現の廃止を前提に、これまでの装飾で表現する質感に対して、カタチで表現する質感という新しい考え方へ移行した。

4.3.2. 質感表現の三つのルール

樹脂成型技術の進化は、あらゆる形状の製品化を可能にした。例えば草材の表現なのに手を切りそうなほど鋭いキャラクタラインや、金属材の表現なのに有機物のような柔らかい表現も可能である。しかし実現可能な形状が必ずしも上質とは限らない。そこで上質な「艶」を具現化するための三つの必然性が必要と考えた。また、これらはインテリア空間においてノイズの元になる矛盾や破綻を排除することになる。これらはお客様に対して目に見えない上質感として必ず伝わると考えた。

一つ目は、機能に対する必然性である。素材選定はその部位に備わるべき機能性を反映する必要がある。運転中に見る、触れる、操作する部分によつて的確になされているべきである。

これはスケッチ (Fig. 26) の段階で折り込む内容と考えた。例えば、人の触れる部分は滑らかで柔らかい素材、人



Fig. 26 Concept sketch

から遠い部分はドライで光沢を抑えた素材、また操作する部分や情報表示部は精度の高さを感じる硬質な素材といった例である。そこで、多くの素材サンプルをスケッチ作業の傍らに置いて、実際の素材の触感から受けるイメージと機能性を関連付けながら、極力少ない線で、シンプルかつダイナミックに表現した。

二つ目は、素材に対する必然性である。これは想定する素材にあわせ、例えば革材の表現が前提の部位は、例えば樹脂材による成型であっても革の特性に沿った表現であるべきである。これはクレイモデル (Fig. 27) の段階で折り込む内容と考えた。今回のデザインは、大部分が大きな面で構成されていることから、キャラクタラインによるごまかしが効かない分、クレイモデルに新しい造形手法を要求した。そこでシンプルながらも退屈ではない上質な面を作り上げるため、素材の特性を理解し、その繊細かつダイナミックな表情を読み取ってクレイモデルに再現した。また、成型によって縫製を表現する部位では、ステッチの糸に引き込まれる革の微妙なテンションを解析、数値化しクレイモデルに折り込んだ。

三つ目は、作りに対する必然性である。スタイリングモチーフは作り方との整合性が必要であり、作りの都合でモチーフが分断される場合は、作りに合ったモチーフに進化させなければならない。これはデザイン業務の取り組み姿勢そのものであり、開発過程で起こる条件変化への柔軟性を示している。そこで設計部門とのやりとりのなかで発覚する不測の事象に対しては、決めたカタチを頑なに守ろうとするのではなく、むしろさらなるクリエイションの好機と捉えることとした。不測の事象による条件変化に対しては妥当性を議論、理解し、むしろ逆手に取るような発想でデザインを進化させた (Fig. 28)。

このように大きな面から小さなディテール、取り組み姿勢にいたるまで隙の無い必然性の追求で装飾に頼らない、にじみ出る「艶」を表現した。

このようにして新しいインテリア骨格と新しい質感表現により、パーソナルで使い勝手が良く、シンプルながら「艶」のあるインテリアを完成させた。



Fig. 27 Interior clay model



Fig. 28 Final interior rendering

5. カラー、マテリアル

5.1. コンセプト

ファッションを楽しむようにボデーカラーとインテリアカラーを組み合わせるという考え方を示したコンセプトが「COORDINATION」(Fig. 29)である。ボデーカラーとインテリアカラーを個別に開発するのではなく、一台の車として内外一体となった世界観を完成させることで「艶」の表現を完成させた。

ボデーカラーは大人の色気にこだわりながら SUV のタフさ、クーペの妖艶さを表現した。またインテリアカラーはそこに乗り込むお客様の気持ちが高揚するような、上質かつビビッドな空間を表現した。そして、ボデーカラーとインテリアカラーを、Mode, Cool, Elegance の三つのキーワードに当てはめながら、それぞれの世界観として完結させた (Fig. 30)。

Mode は自立した大人の女性に向けた、魅惑と力強さを表現する輝きのある黒の世界の提案である。妖艶なパープリッシュグレーのボデーと質感のコントラストが華やかなブラックインテリアを組み合わせた。

Cool はスポーツとファッションの感性や表現力を持つ人に向けた、アクティブでかつ品格を感じさせる提案である。幻想的なブルーのボデーカラーと華やかなブラックインテリアを組み合わせた。

Elegance は色気を持つ大人に向けた、落ち着きの中に遊び心のある提案である。深みの中に爽快感が感じられるグ



Fig. 29 Color concept

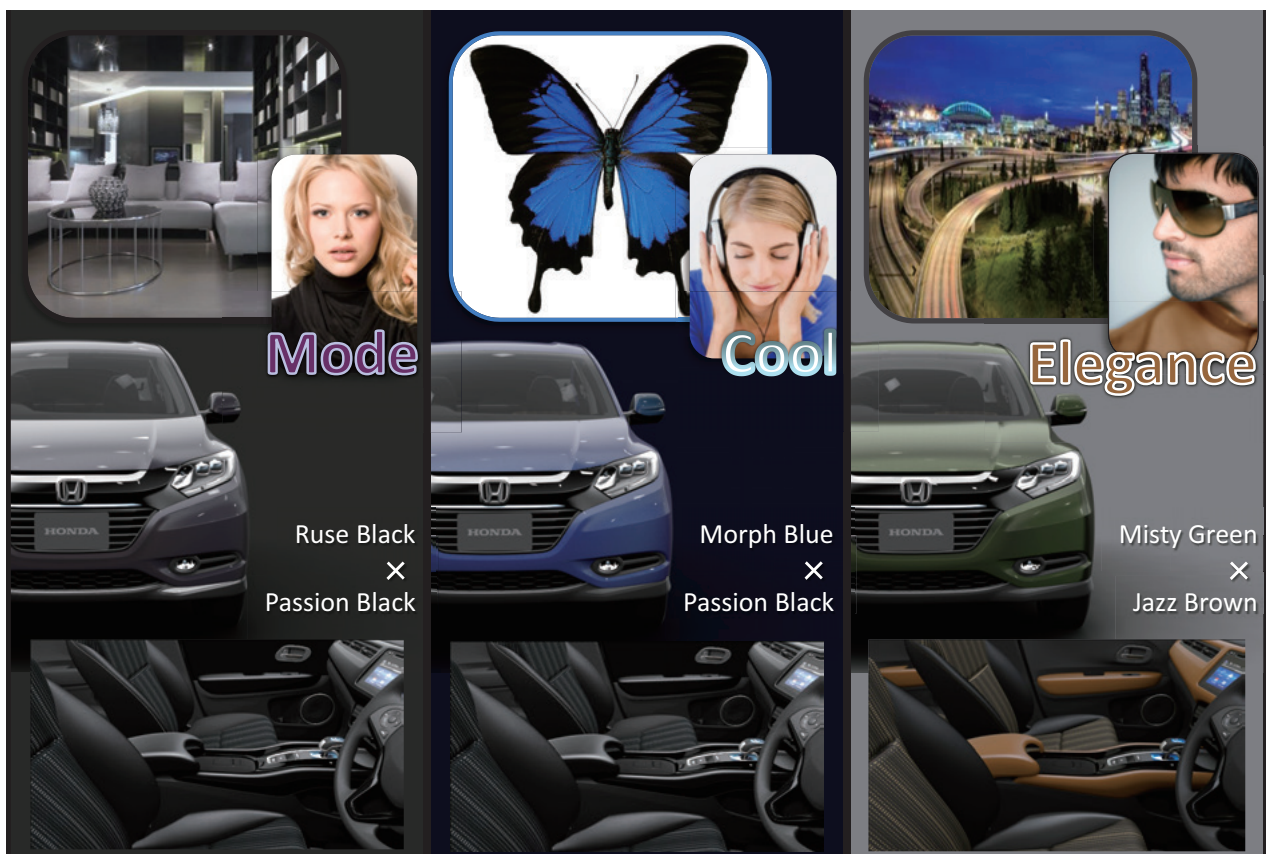


Fig. 30 Three types of coordination

リーンのボデーカラーと、アクティブなイメージのオレンジブラウンを組み合わせた。

5.2. ボデーカラー

ボデーカラーは、エクステリアスタイリングのダイナミックな面の変化が生かせるように角度による表情変化が効果的に見える、ガンメタリック系、ブルー系、グリーン系の三つの新色でSUVのタフさとクーペの妖艶さを表現した。

ルーセブラックは、企みという意味を持つ黒い花の品種に由来している。濃いガンメタリックに紫味を加えることで生まれる妖艶さで、夜の都会に映える妖しい魅力をねらった。

モルフォブルーは、金属的な輝きが美しいモルフォ蝶に由来している。ブルーからパープルに変わる色の変化幅はVEZELの奥深く多面性のある魅力を表現した。

ミスティグリーンは初夏のみずみずしいグリーンではなく、晩秋の落ち着いた雰囲気のある赤みのあるグリーンを基調とし、ゴールドを加味することで爽快さと芳醇なイメージを与えた。

5.3. インテリアカラー

インテリアカラーでは機能性と素材感を重視したシンプルなインテリアスタイリングを際立たせたいと考えた。そこであえて装飾的な表現をメッキとピアノブラックのみに絞り、基調で整理された空間の中にビビットな緊張感を演出した。また、シート表皮も織り方や編み方で柄を構成し、素材特性を生かした奥行きのある表現とした。

パッションブラック内装では、無難さから選ばれる黒ではなく、積極的に選ばれるような、若々しく情熱的な新しいブラック内装を完成させた。重視したのは素材による光沢のコントラストである。インストルメントパネルの上面は大粒で低反射のシボによって機能的まとめながら、ミドルパッド部に小粒なスームスレザー調のソフト表皮を配した。一般的な革材の表現では艶をできるだけ抑えて質感を表現することが多いが、VEZELではあえてミドルパッドに艶の高い処理を施し、インストルメントパネル上面とは異なる表現とした。これによりドライなインストルメントパネル上面、なめらかなミドルパッド、濡れたように輝くピアノブラックパネルで三段階の光沢を対比させて華やかな黒の世界を具現化した。

ジャズブラウン内装では、従来の落ち着いたブラウン内装のイメージに対し、アクティブな大人の遊び心を表現した新しいブラウン内装を完成させた。シート表皮はメイン材に落ち着きのある焦げ茶色を採用しながら光沢のあるゴールドのストライプをあしらうことでコーディネート上ミスティグリーンパールと関連性を持たせた。また、インストルメントパネルミドルパッド、センタコンソール、

アームレストは、快活な印象のオレンジブラウンを採用することで、エネルギーなブラウンの世界を具現化した。

5.4. 組み合わせの妙

グリーン系のボデーカラーが売れないとされる日本市場においてミスティグリーンの開発は周囲の理解を得るのが容易ではないことが予測できた。また、ジャズブラウンのようなブラウン系内装も購入検討段階では候補に入っても、最終的には無難なブラック系内装を選択するお客様が多いことから、やはり販売数が伸びないとされている。

今回のカラー開発ではタフネスとエレガンスの共存を目指した結果、ミスティグリーンとジャズブラウンのあえて売れないとされる物同志を組み合わせるというチャレンジングな提案をおこなった。しかし、この試みがそれぞれの魅力を響き合わせるという相乗効果を生んだ。最終的には発売時の訴求色として扱われるなど期待値の高い提案となったのである。事実、ミスティグリーンのボデーとジャズブラウンのインテリアはそれぞれ販売計画構成比率を数倍上回るお客様に支持され、現在VEZELの好調な販売を牽引している。このことは、今後のカラー開発において、コーディネートによる世界観の提案がいかに重要であることを証明している。また、お客様へ幅広い選択肢が提供できることは、お客様自身に今までとは違う気付きをもたらし、暮らしに一層の彩りを提供することができると考える。

6. むすび

Hondaらしいという声がかつてほど聞かれなくなった近年、VEZELの開発はHondaらしさとは何かを自問するものでもあった。ただ便利で快適なだけではない、Hondaに乘れば前向きな気持ちになる。そして乗る人の人生に新しい気付きをもたらす。そんな夢の車をつくりたいという思いを共有しながら開発チームはVEZELを産み出した。

クーペのパーソナル性とミニバン並の利便性を両立したパッケージ、屈強でありながら色気を有するエクステリアデザイン、広さとパーソナル感が共存するインテリアデザイン、強さの中に知性を持つカラーデザインは全て「艶」という共通のテーマを持ちながら、真にお客様を思う信念で実現させた。もしお客様が初めてVEZELを見たときピンときた、乗った時しっくりきた、そして良き相棒として日常寄り添ううちに、Hondaらしい車だと思っていただけとしたならば、VEZEL開発チームの一員としてこれほど幸せなことはない。

無いものを作って飲ばれてきたのがHondaである。しかし開発者は自らの経験や習慣から失敗しない業務推進を目的に、できないという壁を無意識に作り上げてきた。そして、多くの場合、無いものは壁の向こう側に存在する。そ

の壁を乗り越える力の源泉はお客様に提供すべき正しい価値はこれだという強い信念でしかない。真の Honda アイデンティティはアイデアや新技術に宿るのではなく、必要となればその壁に対峙する開発者一人一人の勇気にあるのだと思う。

■ 著 者 ■



山本 洋 幸