

新型 50 cc スタンダードスクータ, Tact のデザイン

Styling Design of New Tact, 50 cc Standard Scooter

大 坪 守*
Mamoru OTSUBO

要 旨

成熟した日本の 50 cc スクータカテゴリ市場において、既存ユーザの期待に応えると同時に、エントリーモデルとしての魅力も備えた、新たなスタンダードスクータの開発が求められていた。市場調査におけるお客さまの声からは、特定の特徴や個性を持たせるよりも、使い勝手の向上につながる柔軟性が重視されると考察された。すなわち、それぞれのユーザがベストなパートナーとして使用できるニュートラルなモデルが求められているということであった。そこで、キーワードを「安心感」と定め、装飾的ではなく、機能や使い勝手から来る必然的なスタイリングデザインの創出を目指した。また、Honda にとって初の 50 cc スクータである初代 Tact と、本モデルが目指すものが一致していたことから、ネーミングも Tact が選択された。それにより、多くのマスコミからも取り上げられることとなり、ユーザや販売店にも、モデルのコンセプトをストレートに伝えることができた。ユーザの好みや持ち物に合わせて選択可能なカラーリングも含め、ユーザの良きパートナーとして、生活を便利に、快適にサポートできるモデルに仕上げる事ができた。

ABSTRACT

The development of a new scooter to be recognized as a next standard model has been required for the market of 50 cc scooter category in Japan, which is already in the status of its maturity, to respond to the requests from existing users providing features attractive enough as an entry model as well. Through the results from our market survey, it was found that flexibility in design to provide usability enhancements was considered to be more important than that for having features or uniqueness of a product. That is, the neutrally featured model, which is suitable to be the best partner for every individual user, was requested. Accordingly, the key word of the exterior design was defined as “relieved feeling” aiming at a creation of styling design based on logical consequences from the functions and usability, keeping away from embellishments. The model name was inherited from the first generation Tact, which was the first 50 cc scooter from Honda, because the goal the development for the first Tact was identical with that for our developing model. Because of that naming, it attracted the interests of many media people and made it easy to straightforwardly introduce the vehicle design concept to dealers and customers. Through this development, including coloring options selectable to fit a user’s preference and belongings, a scooter that pleasantly supports their lives with conveniences acting as a good partner was successfully established.

1. まえがき

日本特有の車両区分、免許制度のもと、原動機付自転車市場に育ったのが、50 cc スクータカテゴリである。免許証取得のしやすさ、シンプルな運転操作、その廉価な価格帯から、二輪車のエントリーカテゴリとしての位置づけにある。現在も一定の需要のもと、50 cc スクータ市場には、各社から多様なモデルが投入され、さまざまなお客さまのニーズに答えている。その主なるユーザ層は、若者から 40 代以上の大人に変化し⁽¹⁾、1980 年代から 90 年代に見られたような、特定のモデルが爆発的に売れるようなことは少なくなった (Fig. 1)。

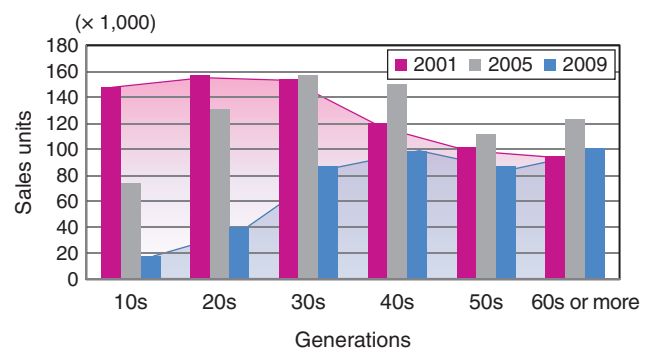


Fig. 1 Generation transitions of motorcycle buyers in Japan

*二輪 R&D センター

しかしながら、50 cc スクータが持つ上記利便性などから、この商品を必要とし、愛用してくださっているユーザは、現在でも決して少なくない。また、若い人たちにも、これら有用性に共感してもらうことが、今後の二輪市場には不可欠であると考えた。

そこで、既存のユーザの期待に応えるとともに、エントリーモデルとしての魅力を備えた、新たなスタンダードスクータの開発をおこなうこととなった。

2. 市場調査

2.1. 大都市圏における使われ方

本モデルの場合、スタンダードスクータという位置づけから、さまざまなお客さまに訴求する必要がある。そのため、絞り込まれたターゲットユーザにアピールするなどの条件設定はできなかった。そこで、まずはユーザ数の多い大都市部の販売店にて、50 cc スクータユーザの実態調査を実施した。そしてこの調査により、主に Honda における現在のスタンダードスクータ、Today (Fig. 2) と Dio (Fig. 3) に関する情報を収集することができた。

まず、Today については、価格を重視するユーザが多いということが確認できた。Today は Honda における最廉価

商品であり、これはほぼ予想のとおりの結果であった。そして本開発に大きな影響を与える、Today のデザイン訴求ポイントに関する情報も入手することができた。

Today は、廉価ではあるがチープなイメージにはしたくない。そこで、このモデルにとってのアイデンティティを表す要素として、ファッショナブルなモデルのイメージを取り入れた。カバーレスのハンドルパイプや、独立したヘッドライト、メータは、それを反映した仕様であった。しかし今回の調査で、その意図が必ずしも広く受け入れられていないということが明らかとなった。その仕様をおしゃれな要素として捉えてくれる若者層が存在する一方で、従来の樹脂パーツでカバーされたハンドル周りの仕様を好む年配層も存在するというのである。同様の情報は、複数の販売店から聞くことができた。

また、Dio については、新規のユーザとともに重要なターゲットである、乗換えユーザの声も多く聞くことができた。まず、50 cc スクータを Honda 製品の中から選ぶという前提で意見を聞いた。調査をおこなった時点で、Giorno (Fig. 4) や Zoomer (Fig. 5) という、ファッショナブルで、特徴的なスタイルの高価格帯のモデル群も存在していた。しかしながら、いわゆる普通な感じのモデルを求めると、Today か Dio に絞られてしまうという。さらには、



Fig. 2 Exterior view of the Today



Fig. 4 Exterior view of the Giorno



Fig. 3 Exterior view of the Dio



Fig. 5 Exterior view of the Zoomer

上記年配のユーザにとっては、ハンドル周りに加えてボデーまわりのつくりもかつてのモデルと似通っている Dio しか選択肢がないといった意見もあった。

そこで、さらなるユーザマインドの深彫りをするために、スクータ販売数の多い地方都市におけるユーザについても、調査をおこなった。

2.2. 地方都市における使われ方

地方都市における 50 cc スクータは、大都市と比較して多様性があり、より生活に密着した存在であることに変わりがなく、直接市場を見回ることでも確認できた。

大都市では、公共交通機関が充実し、便利な移動手段が数多くある。しかし、地方の都市によっては、公共交通網は限られたものになる。そのため 50 cc スクータは、生活を支えるライフラインの一つとして、しっかりと定着している。

まず交通の要所である駅周辺には、多くの公営、民営の駐輪場が整備されている。朝の通勤時間帯には、スーツや学校の制服姿の通勤通学スクータユーザたちが、コンパクトにまとめた荷物をシート下や足元のフロアに置き、次々と駐輪場に入っていく。

高台にある大学の駐輪場に行ってみると、通学の必需品として先輩から引き継がれたのであろう低年式のモデルが、数多く止めてあった。その中には、個性的なドレスアップを施したモデルも見掛けられた。

また、女子学生の多い専門学校の駐輪場では、Giorno などのファッション系のモデルが圧倒的に多く止めてあった。さらに、流行色を反映してか、車体カラーも同じ傾向のものが多く並んでいた。

そして、買物時間帯のスーパーマーケットの駐輪場では、Today や Dio を数多く見ることができた。そこでは、スクータのスタイリングとは一切関係なく、車体の前後にバスケットを装着、あるいはステップフロアに空きダンボールを置くなど、積載性を高めている車両を数多く確認した (Fig. 6)。そこに購入した商品を満載し、家路につくのである。



Fig. 6 User using the Dio equipped with both of front and rear baskets for delivery

以上の調査結果より、これからのスタンダードスクータには、ファッション性やスポーツ性などの特徴を持たせることより、使い勝手の向上につながる、さまざまな要望に応えられる柔軟性が重要であることがわかった。技術の進歩に伴う、基本的な性能の向上も必要ではあるが、それぞれのユーザがベストなパートナーとして使用できるニュートラルなモデルを求めていることが確認できた。

3. コンセプト

3.1. ユーザの想いと開発の目標

前章の市場調査により、50 cc スタンダードスクータに対するユーザの想いを確認することができた。例として、年配のユーザにとっては、新しさや違いの表現が、違和感と感ずる場合があるということ。また、買物主体の主婦が、スクータのスタイリングにかかわらず、積載性を追及していることなどである。すなわち、いかにユーザの使い勝手になじむかが、一つの重要な選択条件となるのである。

本モデル開発における我々の目標は、幅広い範囲のユーザのさまざまな要望に応えることである。したがって、スタンダードスクータとして求められる機能を洗練し、それが新たなお客さまに対しても魅力となることが必要となる。それと同時に、大きな変化を求めないユーザにも、親しみを感じてもらえることもたいせつと考えた。お客さまが、これなら欲しいと思っていただけのような商品であるために、心に響く共通の魅力について、客観的、かつ柔軟に考えをめぐらすことが必要であった。

3.2. キーワードの選定

前節で述べたユーザの想いから、我々は開発のキーワードを「安心感」と定めた。この言葉には、ドキドキときめくような刺激はない。しかしながら、おおらかで、商品の機能と外観のすべてを包み込んだ、人々の生活にやさしく寄り添う想いが込められている言葉である。

3.3. コンセプト

スタンダードスクータの主たる使われ方は、生活の足である。それぞれのユーザの日常生活に必要な道具の一つとして、その役目を担っていくものである。安心感を持って使えると感じてもらえることこそが、さまざまなユーザのさまざまな要求にこたえる、目指すべき根本的なコンセプトなのである。

技術の進歩がもたらす利点は積極的に活用するが、それが価値の押し付けになってしまう。それよりも、だれもが安心感を持って使えると感じることのできるモデルの実現が命題となる。

4. ベースモデルの選択

本モデルのコンセプトを具現化するためのプラットフォームには、既に販売されている 50 cc スクータ Dunk⁽²⁾と共通のものを用了 (Fig. 7)。基本性能と使い勝手の向上を目的に、新たな 50 cc スクータ専用プラットフォームとして、エンジンおよびフレーム骨格のすべてが新規開発されたものである。これを用いることにより、最新の性能がもたらす安心感を手に入れつつ、価格の上昇を抑えることが可能となった。



Fig. 7 Body frame configuration and exterior view of the Dunk

5. スタイリング

ユーザに安心感を提供できる、外観上の特徴について、いくつかの項目に分けて以下に示す。

第一に、シートの高さをはじめとした、車体のサイズ感の設定が重要となる。移動のための手段としての、扱いやすさや、乗りやすさといった、乗車における「安心感」である。

次に、各種収納など、使用目的に合った機能がきちんと備わっていることが重要となる。使い勝手における「安心感」の提供である。

また、長期の使用にも耐えうるタフさを感じる外観も重要である。廉価な価格帯のスクータであっても、すぐに壊れてしまいそうな華奢な作りでは困る。購入時の「安心感」も忘れてはならない。

そして、これらの要素を、見て分かる「安心感」としてスタイリングに表現することが求められるのである。

5.1. 条件の設定

安心感がユーザに伝わるスタイルを考える過程において、我々はいくつかの条件を最初に設定した上で、具体的な検討にはいった。作成したコンセプトボードを、Fig. 8, Fig. 9 に示す。

また、設定した条件を以下に示す。

- (1) 重要なターゲット層である年配や女性のユーザを考え、取り扱いやすさにつながるコンパクトな外観であること。
- (2) 駐輪時などに押し引きしやすい、位置が高めのハンドルであること (Fig. 10)。
- (3) さまざまな体型のユーザが使うことを想定し、フラットで自由度の高いステップフロアとシート形状であること。
- (4) オプションパーツのフロントバスケットを装着した際にも、できるだけ前方に出っ張らず装着できるよ

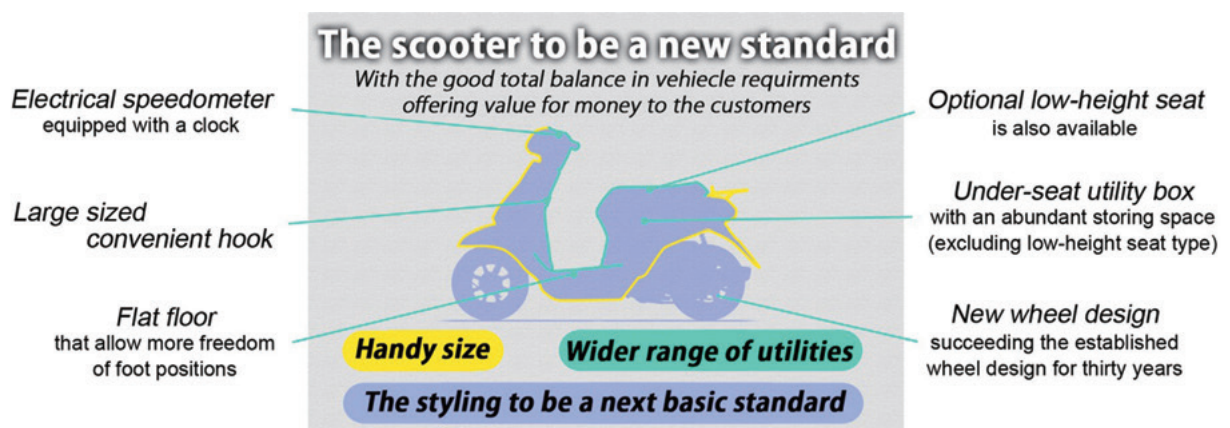


Fig. 8 Conceptual descriptions on specifications and equipment

う、角度を極力立ち気味にしたフロントカバーであること (Fig. 11).

- (5) 前輪の転舵方向がひと目でわかり、操作しやすい、独立型のフロントフェンダであること。
- (6) 華奢な印象を与えないよう、全体のスタイリングや各パーツ形状が、シンプルかつ剛性感を感じる造形であること。

これらの条件をもとに、スタイリングの検討をおこなうこととなった。



Fig. 9 Conceptual descriptions on styling



Fig. 10 Styling sketches of front and rear quarter view for new standard scooter concept

5.2. デザインの手法

スタイリングデザインは、主に以下の点を意識した手法をもっておこなった。

- (1) 全体サイズをコンパクトに収めるために、後端部分は、灯火器も含め、ぎりぎりまで各パーツの隙間を詰めてショートテールにする。

まず、外観ボデーパーツと、フレームをはじめとするインナパーツとのクリアランスを極力詰めた。特に全体の大きさ感に与える影響が大きい後端部分のテールライトには、同心円状多段リフレクタを適用し、コンパクト化を図った (Fig. 12)。

- (2) 全体プロポーションを、水平基調よりやや後端が上がった印象の姿勢とし、程よい軽快さを表現する。

元気すぎず、鈍重でもない、ちょうど良いイメージに創り上げるため、ボデー後端の上側のラインを水平気味に、下側のラインをやや跳ね上げ気味に設定した。さらに、ボデーサイド中央にその中間を通る稜線を設けることで、軽快さと動きのあるスタイリング

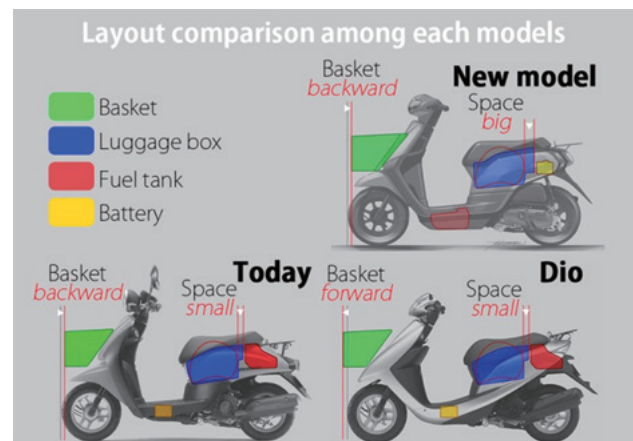


Fig. 11 Comparison of utility space arrangement of developed model with those of the Today and the Dio



Fig. 12 Exterior views of rear end of body including combination lamp assembly representing a short tail

に仕上げた (Fig. 13).

- (3) 外観ボデーパーツの上質さとタフさを表現するために、シンプルで張りのある面構成を基調とする。

シンプルな面の造形をおこなうために、大きめの外観ボデーパーツを用いることとした。ただし、大きめのボデーパーツは、抜き角 (金型からの脱型の設定条件の一つ) が厳しくなる傾向にある。そこで角の丸みの付け方を、徐々に変化させるなどの工夫により、抜き角の条件をクリアしながら、シンプルで張りのある面を創出した。また、タフさの表現を補強するため、各部の稜線を強調し、端末に厚みのある折り返し面を設定した。その折り返しの稜線により、稜線で囲まれたシンプルな面もよりコンパクトになり、メリハリのある形状を表現することができた (Fig. 14)。

- (4) 塗装面の傷付きに配慮し、駐車時や、荷物の積載時などに接触が起きやすい部分には、着色樹脂パーツを採用する。

日常での使い勝手を考えた時、上記の配慮は大きなメリットとなる。駐車時に接触しやすいレッグシールドとステップフロア回りや、リヤキャリアへの荷物の積載、ヘルメットボックスへのアクセス時に接触が避け

られない車体後方周りなどには、ダメージの少ない着色樹脂パーツを採用した。さらに、それらが塗装パーツより張り出した形状とすることで、塗装面への傷付きを防止する役割も持たせた (Fig. 15)。

- (5) フロントビューの質感を高めるために、左右ウインカ一体型のマルチフレクタ方式ヘッドライトを採用する。

ハンドル周りの構成は、50 cc スクータとしては一般的な、樹脂パーツでカバーされた仕様とし、普及の進んだマルチフレクタ方式のヘッドライトを、ウインカと一体にして組み込んだ。マルチフレクタ方式ヘッドライトは、レンズカットがほとんど入らないため、リフレクタの意匠が質感表現の重要な要素となる。しかし、法規的な制約や実用面での明るさ確保などから、意匠そのものの自由度はそれほど高くない。本モデルでは、ヘッドライト部の下端から左右のウインカの上端へ連なる稜線を強調することで、一体感と動きのある表現を施した。これにより、機能的条件をクリアしながら、質感の高い灯火器とすることができた (Fig. 16)。



Fig. 13 Exterior design scheme of the Tact



Fig. 15 Arrangement of colored parts on the Tact



Fig. 14 Intensified expressions of rigidity applied to exterior part



Fig. 16 Design concept for headlight and accented lines surrounding turn signal lights

- (6) 一目見て、読み取りやすいスピードメータとす
るために、視認性に優れた文字を見やすく配置し、配色にも配慮する。

たいせつなターゲット層である年配のユーザに配慮し、短時間に情報伝達がおこなえるよう、レイアウト可能な範囲で、大きなサイズの文字を使用した。また、全体の色調に関しても、色数を絞ることで、メータの印象をスッキリとさせた (Fig. 17)。

- (7) 足元の軽快さを表現するために、スポーク風デザインのホイールを採用する。

初代 Tact に採用されたホイールは、その後約 30 年間にわたり、弊社スクータの各モデルに使用されてきた、機能的に優れた、普遍的なデザインであると評価されてきた。今回、新たなスタンダードスクータとして本モデルを開発する上で、ホイールデザインも見直すこととした。機能的でシンプル、そしてさまざまなデザインのスクータに組合せ可能な、スポーク状の意匠を持ったホイールを開発した (Fig. 18)。

これらの手法により、装飾的ではなく、機能や使い勝手から来る必然的なスタイリングデザインを創出することができた。ユーザが日常生活の中で欠くことのできないパー

トナとして感じ、使う時に「なるほど」と納得していただけるモデルになったと考えている。

6. ネーミング

Tact という車名は、1980 年に販売開始された、Honda の 50 cc スクータの原点となるモデルのものであった (Fig. 19)。Tact はその後、2002 年までの 22 年間、7 代にわたり生産が続いた。

本プロジェクトは、単に既存モデルをリニューアルするのではなく、上述のとおり、Today でもなく Dio でもない、新たなスタンダードモデルの開発である。そのため、開発当初の段階では、ネーミングについては白紙のままであった。

しかし、デザイン作業を進めていくに連れて、「これって、タクトだよな」という話が出たり、アイデアスケッチにも自然に Tact の文字が入ったりするようになった。

このような経緯から、初代 Tact のリリース文を確認した⁽³⁾。文中には、豊かな質感、コンパクトな車体、取り扱いやすい各種機構、幅広いファッションにフィットする軽快なスタイル、といった言葉が並ぶ。時代背景が異なり、表現も異なるが、目指している商品コンセプトは、ほとんどそのまま当てはまるものであった。

以降、開発メンバの間では、かつての Honda 50 cc スタンダードスクータの代名詞であった Tact というネーミングが定着した。それに対し異を唱える人も無く、後日、正式なネーミングとして採用が決定した。

上記のとおり、最初に Tact 在りきではなく、モデルの目指す姿が、初代 Tact が目指すものと一致していたところから、自然発生的に選択されたネーミングであった。このネーミングに対する反響も大きく、多くのマスコミからも取り上げられることとなった。また、ユーザや販売店にも、モデルのコンセプトがストレートに伝わり、これ以上マッチしたネーミングはほかに無かったのではないかと確信することとなった。



Fig. 17 Simplified speedometer design for good visibility



Fig. 18 Steel wheel with spoke like radial pattern



Fig. 19 Exterior view of the Tact of the first generation in 1980

7. カラーリング

ユーザに商品の魅力をアピールするための、最後の仕上げとなるのがカラーリングである。本モデルのコンセプトに沿ったカラーリングとは何か、ということを考えたとき、本モデル自体のアピールよりも、日々の生活で乗車するユーザ自身を主役と捉えるべきとの結論に達した。

そこで、ユーザのライフスタイルに寄り添うことを念頭に置いて色を選択し（2015年1月、発売時点）、全6色を設定した（Fig. 20）。

- (1) キャンディーノーブルレッド：深みがありながらハイライトが際立つ質感の高いレッド
- (2) パールジャスミンホワイト：パールの輝きを持ちながらニュートラルで優しいホワイト
- (3) ポセイドンブラックメタリック：深海を思わせるブルーフレックが効いたブラック
- (4) デリケートブルーメタリック：明るい色調でありながら程よい彩度の爽やかなブルー
- (5) フォースシルバーメタリック：ギラつきは抑えられながら非常に明るい上質なシルバー
- (6) マホガニーブラウンメタリック：わずかな赤味と落ち着きのある明度がバランスしたブラウン



Fig. 20 Color variations of the Tact

どの色も、色そのものが主張して、人目を引くタイプの色調ではない。ユーザの服装や、場所、シチュエーションにかかわらず、違和感なく溶け込めることを基準に選択した、ニュートラルなカラーリングである。ユーザの好みや持ち物に合わせて選んでいただくためのバリエーションをそろえている。また、6色すべて、ハイライトや陰影が映え、シンプルで力強いプレーンな面を上質に彩るメタリック感のあるカラーである。

8. まとめ

新しい50 ccスタンダードスクータを開発した。そのコンセプトを、初代Tactという原点と重ねあわせ、Tactと命名した。ユーザを主役に据えて、使い勝手を追求し、望まれるスタイリングデザインを具現化した。

体格を選ばない自由度の高いライディングポジションをはじめ、乗降のしやすさ、駐車する際の扱いやすさや、コンパクトな車体でありながらしっかりしたつくりなど、機能が外観に現れるデザインとした。それにより、本モデルのコンセプトがしっかり伝わり、ユーザの「安心感」につなげることができた。本モデルでデザインが果たした役割は、単に外観の形状をつくるということではなく、Tactという製品の持つ素晴らしさを、お客さまにわかりやすく伝える橋渡しであったと考えている。今後、多くのユーザの良きパートナーとして、生活を便利に、そして快適にサポートしていくことを期待している。

参考文献

- (1) <http://www.jama-english.jp/release/release/2012/120404-4.html>
- (2) 三ッ川誠，平山周二，大坪守，立石康：新型50 cc スクータ Dunk の開発，Honda R&D Technical Review, Vol.26, No.2, p.52-62
- (3) <http://www.honda.co.jp/news/1980/2800903.html>

■ 著 者 ■



大坪 守