

# 2018 Gold Wing のスタイリングデザイン

Styling Design for 2018 Gold Wing

佐藤 靖博<sup>1</sup>  
Yasuhiro SATO

脇田 展孝<sup>2</sup>  
Nobutaka WAKITA

## 要 旨

2018 Gold Wing のデザインをおこなうにあたり、次世代のお客様となる Generation X の価値観にも合致するよう、軽量コンパクト、モータサイクルらしさ、先進性、上質さをデザインキーワードとして掲げた。これらを通じて、乗り手が大人の余裕をスマートに魅せることができる、スタイリングデザインを目指した。スタイリングテーマには、「Styling with Refined Sharpness and Tension 洗練された鋭さと緊張感」を掲げた。このコンセプトには、トップアスリートが持つ、ぜい肉を削ぎ落として極限まで鍛え上げた力強いボデーや、その内側に秘められた身体能力のような、外からは見えない部分の持つ魅力をも表現したい、という想いがあった。さらに、Honda が生み出すモータサイクルの、最上位に位置するモデルである Gold Wing にふさわしい、威厳、プレミアム感、上質さを表現することに拘った。これらの想いを、各デザインスケッチ、モデリング、パーツの細部まで注ぎ込み、その魅力を次世代につなぐべく、Gold Wing のスタイリングデザインを完成させた。

## ABSTRACT

In order to meet the values of our next generation of customers, Generation X, the design key words we used when designing the 2018 Gold Wing were lightweight and compact, essence of a motorcycle, advanced design, and high quality. These words were aimed at portraying a design that provided conciseness of form with the spaciousness required by an adult rider. The styling theme was “Styling with Refined Sharpness and Tension.” With this concept, we wanted to represent the vehicle body with qualities similar to those of a top athlete, refined and powerful to the utmost extent but free of excess weight and with the sense of internal physical capabilities invisible from the outside but hidden just beneath the surface. In addition, we focused on representing the grandeur, premium feel, and high quality appropriate for Gold Wing as the flagship motorcycle model produced by Honda. These ideas were incorporated into each of the design sketches and modeling activities, down to the finest details, in order to create a Gold Wing design that connected with the next generation.

## 1. はじめに

Gold Wing は、1975 年の発売以来の、Honda モータサイクルのフラッグシップモデルである。主に、北米の Baby boomer 世代のお客様に育てられ、モデルチェンジごとに進化を繰り返し、Gold Wing ブランドを構築して現在に至っ

ている<sup>(1)</sup>。その豪華極まる装備と貫禄を感じさせるサイズをもって、Gold Wing は、まさに「King of Motorcycle」というコンセプト通り、モータサイクルの頂点に立ち続けた。そして、唯一無二の圧倒的な存在感は、世界中のライダーに Gold Wing の名を知らしめてきた。

<sup>1</sup> HONDA R&D AMERICAS, INC.

<sup>2</sup> 二輪 R&D センター

## 2. お客様を知る

先に述べたように、長きにわたり Gold Wing を支えてくれたのは Baby boomer 世代のお客様である。しかし 2018 年現在、Baby boomer も 60 歳以上の人たちが主流となり (Fig. 1)、車両重量の軽減や取り回し性の良さを求める声も聞こえてきている。また、この Baby boomer に続く世代、Generation X の人々にとって、現在の Gold Wing は、どのように見えているのであろうか、という思いもあった。そこで我々開発チームは、Gold Wing のメインマーケットである北米にてユーザ調査をおこなうこととした。

### 2.1. 継承されてきた伝統についての調査

—Gold Wing を愛してきたカスタマに遭う—

2012 年 6 月、新たに開発する Gold Wing の、ありたき姿を模索するために、毎年ニューヨーク州レイクジョージに

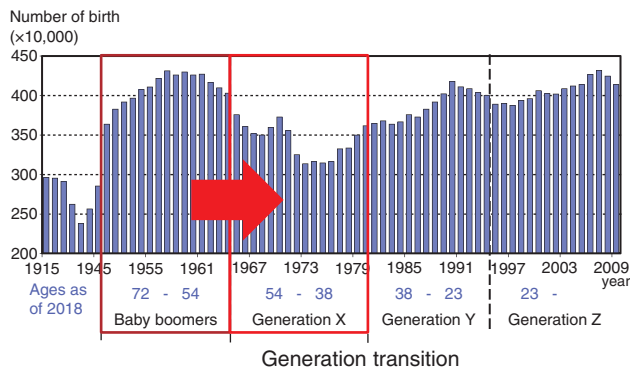


Fig. 1 Demographic distributions of Baby boomers and Generation X, and their ages as of 2018

で開催される世界最大級のツーリングモータサイクルイベント、Americade に参加した (Fig. 2)。イベント参加者は全体的に高めの年齢で、50 歳以上の人々が中心のように感じられた。

参加車両を Honda 製品に的を絞って見ると、そのほとんどが Gold Wing であった (Fig. 3)。初代から現行まで、歴代の Gold Wing が数多く集まっており、多くのロイヤルカスタマの姿を見ることができた。Gold Wing のユーザは、伸の良さそうな二人乗りの夫婦が多く見受けられ、それが大変印象的であった。

こうしたイベントを通じて、仲間とのつながりを楽しむことも、この世代の特徴の一つである。このイベントに集まった人たちの様子を見て、Gold Wing がカスタマに長く愛され、大切に乘っていただいていることを、あらためて実感した。

### 2.2. Gold Wing ユーザの現在

Americade に集まった Gold Wing ユーザの多くは、60 歳を超えているという印象であった。その様子から、私たちが想像していた以上に、Gold Wing は Baby boomer 世代のお客様に支えられているということを感じると同時に、次世代ユーザの顔が見えていないことに対する危機感を覚えた。Gold Wing が目指してきたものが何で、時代変化と共に不足してきたものは何だろうか、あらためて問い直す時期となっていた。

Gold Wing が、ツーリングを愛する次世代のユーザの価値観をも満足させるような、魅力あるモデルであるための、新しいコンセプトとスタイリングを検討し、お客様に訴求する必要性があると強く感じた。



Fig. 2 People gathered at Americade and their motorcycles



Fig. 3 The Gold Wings gathered at Americade site

### 2.3. 次世代 Gold Wing が解決すべき二つの課題

お客様とのコミュニケーションを重ねた結果、新しい Gold Wing のデザインを始めるにあたって、大きな課題が二つ見えてきた。

一つは「先進性」の不足である。歴代の Gold Wing は、それぞれの時代において最新技術を搭載し、先進的でモダンであった。しかし、2001 年発売の前モデルは、この 2012 年の調査時点において、既に 11 年もの間フルモデルチェンジをしていなかった。そのため、スタイリングのみならず、仕様装備も時代にそぐわないものになっていた。本来フラッグシップとしての Gold Wing が持つべき魅力、提供すべき先進イメージは希薄化し、競合する他のモデルにもすっかり遅れをとっていたのだ。

もう一つの課題は、「多用途性」の不足である。Customer Made Current Gold Wing と社内でも語り継がれているが、その言葉通り、Gold Wing はお客様に育てられ、その存在価値を高めてきた。しかしながら、フルモデルチェンジごとに、ロングツーリングにおける快適性、ラグジュアリー性を重視する方向で進化させてきた結果、車両が重厚長大となり、利用形態が限られてきてしまった。そのことが、結果的に Gold Wing のユーザ層を限定してしまい、モータサイクルの利用形態に多用途性を求める、他のお客様の要求にはこたえられなくなっていた。すなわちそれが、Generation X などの、次世代ユーザを取り込めないもう一つの理由となっていた。

この「先進性」の不足と「多用途性」の不足という二つの課題を解決しなければ、Gold Wing の存在に未来は無いと感じた。

### 2.4. デザインの方向性

前節に挙げた課題から、我々スタイリングデザイナーが解決すべきは何であるのか、より具体的な解決手段を明確にすることとした。

まず、「先進性」の不足に対しては、次世代のお客様の

価値観にフィットした先進装備を備え、機能的で魅力あるパッケージングを実現すること、とした。それにより、これからの時代に見合った最新技術をまとった、モダンな Gold Wing を表現していく。

次に、「多用途性」の不足に対しては、重厚長大路線から離れ、次世代のお客様が求めるバーサタイルな使い勝手を、軽量でコンパクトなボデーで実現すること、とした。それにより、長距離ツーリングに限らない、さまざまな局面で楽しめる Gold Wing を表現していく。

また、これまで継承されてきた快適性やラグジュアリー性も、今の世代に合わせてアップデートすることが必要である。

## 3. 次世代 Gold Wing デザインへの挑戦

### 3.1. 次世代表現と Gold Wing らしさ

「先進性」の実現は、この十数年の間に進化したさまざまな技術、インタフェースなどから、Gold Wing のコンセプトに合致したものをセレクトし、取り込むことで可能となる。

しかし、「多用途性」については、解決手段を軽量でコンパクトなボデーで実現する、としたが、そこにはデザインをする上での葛藤があった。なぜなら、先代、先々代によって受け継がれてきたように、ユーザにとっては大きくて立派なサイズ感と、プロポーションこそが Gold Wing の特徴となっていたからだ。まさにその特徴が Gold Wing の代名詞、「King of Motorcycle」を体現しているのであった。そのため、軽量コンパクトにすることで、Gold Wing らしさを失ってしまうのではないか、という懸念を抱いたのだ。

その懸念を払拭するためには、ボデーサイズをコンパクトにしながらも、風格や威厳を感じさせる堂々としたプロポーションに重きを置くスタイリングとし、Gold Wing らしさを表現することとした。

### 3.2. デザインコンセプトモデルの検討

具体的なスタイリングのディレクションを決めるにあたり、まずはデザインコンセプトモデル (Advanced Design 1: AD1) を作成することとなった。デザインコンセプトを、確実に製品デザインに反映することを目的とし、これまでの開発ではおこなうことのなかったアプローチである。その後、課題検証モデル (Advanced Design 2: AD2) を経て量産型モデルと、3 段階の過程を踏むが、モデル作成過程詳細については、「2018 Gold Wing のスタイリングデザイン—クレイモデル—」編<sup>(2)</sup>にて述べる。

AD1 のモデルの制作にあたり、日本、アメリカ双方の研究所のデザイナーが協力し、数多くのスケッチが描かれた。その中から、Fig. 4 に示す A 案と B 案が最終候補として選定された。



Proposal A



Proposal B

Fig. 4 Two proposed styling concepts

両案共、「先進性」と「多用途性」の要求にこたえる、モダンで軽量コンパクトなパッケージ、かつ、存在感とステータスを感じるスタイリングを意識したものであった。また、水平対向6気筒エンジンを強調し、エンジン周辺は極力機能部品を表に見せることで機能美を表現した。それは、過剰なインテグレート感を排除し、一つ一つのパーツエレメントを大切にしながらモータサイクルらしさを表現しようというものであった。

A案は、先代 (Fig. 5) のデザインヘリテージを継承し、ミドルカウル上部からパニアケース下部へつながる、後方に向かって下方に傾斜した後傾キャラクタラインと、歴代 Gold Wing の水平対向エンジンが生み出す伝統の水平基調、水平線ラインを特徴としている。それらが生み出す堂々としたたずまいのプロポーションによって、安定感を感じさせるというダイレクションを持ったデザインである (Fig. 6)。

B案は、A案と同様の後傾キャラクタラインを持つ一方で、ロアカウル下端からリヤトランクボックス下端やパニアケース下端につながる、いわば前傾キャラクタラインも併せ持つことを特徴としている。それにより、スポーティさを感じさせるダイレクションを表現したデザインである (Fig. 7)。

### 3.3. デザインダイレクションの決定とデザインコンセプトモデルの制作

A案、B案共に、次期 Gold Wing のデザインダイレクションとして、ポテンシャルを感じさせる仕上がりであった。両者の間での大きな違いは、歴代 Gold Wing デザインのヘリテージである水平線ラインを継承しているか否かであった。継承されてきたスタイリングでのヘリテージを捨て、新しいデザインを適用することは、大きなモデルチェンジの際にしばしば見られる手法である。しかし、果たしてそのデザインから生まれた車両を Gold Wing と呼べるのかという疑問は、Gold Wing の名前を捨てるか否か、



Fig. 5 Character lines of former Gold Wing



Fig. 6 Character lines of proposal A



Fig. 7 Character lines of proposal B

という重大な決断をも示唆していた。

Gold Wing の持つブランドイメージ、お客さまの期待、先進性の表現など、さまざまな検討を経て、最終的には、歴代の Gold Wing が継承してきた水平ラインを継承した、A 案のスタイリングダイレクションが採用となった。

そして、A 案をベースにしたモックアップモデルを制作し、チームが定めたデザイン上の想いを、余すことなく形にした AD1 が完成した (Fig. 8)。



Fig. 8 Mockup model representing selected design concept

#### 4. 量産型モデルの制作

##### 4.1. King から Premium へ、プレミアム性の共有

AD1 の完成により、「先進性」と「多用途性」を表現したスタイリングのダイレクションは決定した。また、本モデルの開発コンセプトとして、これまで長きにわたって Gold Wing に対して掲げてきた「King of Motorcycle」に代わり、「The Honda Premium Tourer 二人の感動にいつその輝きと充実を」が定められた<sup>(1)</sup>。

それを受け、量産型デザインモデルの開発に携わるデザインチームメンバー全員で、開発コンセプトの核となる

Premium という言葉についての共通認識を形成することから手を付けた。

広い意味での製品、としてのプレミアム性なのか、モータサイクルにおけるプレミアム性なのか、Gold Wing に特化したプレミアム性なのかについて、それぞれのレベルを視野に入れながら議論を重ねた。その答えのヒントは、開発コンセプトの後半、「二人の感動にいつその輝きと充実を」にあった。それは、車両そのものにプレミアム性を持たせることよりも、Gold Wing と過ごすライフスタイルそのものにプレミアム性を見出すという考え方であった。

ここで見出したプレミアム性の解釈に沿って、共通のイメージを持ちやすくするために、ひとつのシナリオを作成した。それは Gold Wing に乗ったセンスの良い大人の夫婦が、ブランドショップが並ぶ高級リゾート地の街角に乗りつけるというシーンである。街中を歩くためにジャケットを着替え、馴染みのレストランで食事やお茶を楽しむ。ちょっとした買い物も、大きなトランクがあるから安心できる。そのような、今までのロングツーリング主体のユーザーとは違う、「多用途性」を象徴したシナリオだ。その想いをスケッチにしたものを Fig. 9 に示す。

その風景に溶け込む大人の余裕に、周囲の人があこがれを抱くようなクオリティのデザインを目指すこととした。このシナリオに込めた想いは、各パーツのデザインを進める上で、共通したイメージの拠り所として活かされた。

##### 4.2. 量産型モデル具現化のためのデザインキーワードとスタイリングテーマの設定

AD1 制作時に掲げた「先進性」と「多用途性」、開発コンセプトより導いた Premium を解釈したシナリオ、これらを量産型モデルにおいて具現化していくために必要なデザインキーワードとして、以下の四つを定めた。

- (1) 軽量コンパクト
- (2) モータサイクルらしさ
- (3) 先進性
- (4) 上質さ



Fig. 9 Conceptual photos of active pair with the Gold Wing

そして、それらデザインキーワードで我々が最も重視したのが(1)軽量コンパクトである。その実現のため、新たなスタイリングテーマとして、「Styling with Refined Sharpness and Tension 洗練された鋭さと緊張感」を定めた。

あらためてスタイリングテーマを明確にすることで、それぞれのデザイナーの個性やセンスを活かしながらも、全員の想いを束ねることができる。本テーマに基づいて作成した、量産型モデル向けのスタイリングスケッチをFig. 10に示す。また、上記に定めたデザインキーワードに沿って、具体的な想いや実施した内容について以下に述べていく。



Fig. 10 Drawings for designing production type model

#### 4.3. デザインキーワードの具現化

##### 4.3.1. 軽量コンパクト, Styling with refined sharpness and tension 洗練された鋭さと緊張感, の実現

我々が、次世代のユーザーとして注目している、Generation X世代の人々に向けて訴求したい重要なポイントとして、その使い道を制限しない「多用途性」がある。その実現のためのキーとなるのが、軽量コンパクトである。

4.1. 節に記したシナリオでイメージしたような、市街地を俊敏に走ることや、スポーティなワインディング走行に心ときめかせることもでき (Fig. 11)、そして、本来持っているツアラのポテンシャルを活かして、週末にゆったりとしたペースで快適なタンデム走行を楽しむこともできる (Fig. 12)。そういった、広い守備範囲を持った多用途性が求められるのである。

実際の造形において意識したのは、単なる表面的な形状表現で、軽量コンパクトを見せるのではなく、軽量コンパクトを成立させる内面の力強さやテンションが、形状を通じて感じられるようなデザインとすることであった。すなわち、勝つためにストイックに鍛え上げたトップアスリートやボクサの身体をイメージし、そのイメージが外観を通



Fig. 11 Driving on winding roads



Fig. 12 Touring in tandem riding

じて感じられるようにしたいと考えた。

一切のぜい肉を削ぎ落とし、究極まで砥ぎ澄まされ、凝縮された肉体の美しさと、戦いに挑む直前の張りつめた緊張感のイメージである (Fig. 13)。

#### 4.3.2. モータサイクルらしさの表現

初代 Gold Wing は、カウルもトランクも装備しない、ネイキッドタイプのモータサイクルであった (Fig. 14)。振動の少ないエンジン特性や低い重心が、ツアラとして求められる特性に合致したことから、長距離ツアラのユーザ層からも支持された。その後 Gold Wing は、大陸横断のような



Fig. 13 Styling theme



Fig. 14 1975 Gold Wing (first generation)



Fig. 15 Horizontally-opposed six-cylinder engine and its design composing "Mechanical Line"

ロングツアーも可能とする二輪車として、さらなる熟成、進化を遂げていった。これらの変遷の中で、Gold Wing の特徴の一つである大型フェアリングのデザインは、モデルチェンジごとに車両全体にわたるインテグレートなデザインとする傾向が進んだ。そのため、当初剥き出しだったメカニカルパーツは、フェアリングやカバー類の内側に収まっていった。さらに各部デザインのインテグレート化が進むと、部品同士の合わせ構造や、パネルとその周辺の処理は、四輪車の内装にも通じるデザインとなっていった。

そこで、Gold Wing スタイリングデザインにおける伝統的キャラクタラインの一つである、前後水平に伸びる水平ゾンタルラインに、Mechanical Line と改めて名前を付けた。水平対向 6 気筒のエンジンを中心に、エキゾーストパイプなどの機能部品を積極的に見せていくデザインとし、メカニカルパーツを強調した (Fig. 15)。

これによって、車体デザイン全体が一体感を持ち、すっきりとまとまっていく一方で、メカニカルパーツが見えていた頃のモータサイクルらしさは徐々に失われていった。今回の Gold Wing の開発では、フットワークの良い、モータサイクルらしさを色濃く出したかったため、デザインのインテグレート化が過剰にならぬよう留意した。

面の表現においても、車両上側ボデー周りの躍動感のある面処理とは対照的に、エンジン周りの面には静的な表情の造形を施した。これらの面を通じて、精巧に造形された機械が発する、独特の美しさを表現しようと試みた<sup>(3)</sup>。それにより、動的な表現を施した車体上側ボデー周りとは、静的な表現を施したエンジン周りの間に、強いコントラストを意図的に与えるデザインとした。

さらに、モータサイクルらしさを表現するためのデザインは、外観的に見える部分に対してだけではなく、カバーなどで覆われる内部のメカニカルパーツに対しても施された。新しく採用されたダブルウィッシュボーン式フロントサスペンションの構成パーツ (Fig. 16) や、リヤスイングアーム、トランスミッションカバーなどである。

以上の例で示したような、機能部品をデザインする上で意識したのは、それぞれの部品が持つ意味や役割を、その形状から感じとれることだった。目指したのは、機能とデザインを高い次元で融合させた、統合的な機能美によるモータサイクルらしさの表現であった。

### 4.3.3. 先進性の表現

Gold Wing は、モデルチェンジごとに、その時代における最先端技術を取り入れてきた。今回の Gold Wing のスタイリングにおいても、「先進性の表現」としてのシャープな外観を、よりいっそうクールに見せる演出を施した。

車両上側のボデー周りに対し、エッジを効かせたシャープなラインと、それらラインをつなげる強い張りを持った面表現によって、若さと軽快さを感じさせる形状とした。特にフロントフェアリングに対しては、その先鋭的で躍動感溢れるイメージをいっそう強めるために、ノーズをスラントさせ、風を切り裂いて前に進んでいく、という印象を与えるような造形をおこなった。

また、車両の顔とも言えるヘッドライトには、見る人の視線をひきつける、最新の車両用灯体技術である多眼式 LED を採用した (Fig. 17) <sup>(4)</sup>。

そして、常にライダーの視界に入るコックピット部分では、先進的な雰囲気醸しつつ、多くの情報を瞬時に感じ取れ、操作しやすいデザインを心がけた。さらに、二輪車では世界初の採用となる Apple CarPlay (Apple CarPlay は、Apple Inc. の商標です) の搭載により (Fig. 18)、時代に即した最新のテクノロジーを充実させ、新しい時代を生きる人たちを魅了する装備としている。

### 4.3.4. 上質さの表現 —おもてなしの演出—

完成車における上質さの表現は、極上の乗り心地を実現する足廻り <sup>(5)</sup> と、シルキーで低振動な水平対向 6 気筒パ

ワーユニット <sup>(6)</sup> および、スムーズな第 3 世代 Dual Clutch Transmission (DCT) <sup>(7)</sup> の組合せによって実現された。

外観デザインにおいても、上質さの表現をするために、お客様に対するおもてなしの気持ちをそれぞれの部品に込めていくことを考えた。

例えばカラーリングにおいては、今回の Gold Wing 専用 2 色の新色を開発した。高い彩度と深い陰影を持つレッドとブラウンのキャンディーカラーは、見た瞬間に人の心を突き動かす、劇的な印象の色とした (Fig. 19) <sup>(8)</sup>。

また、スピードメータやタコメータには、デジタル式ではなくあえてアナログ式を採用した。そして、針や目盛盤に繊細な意匠を施し (Fig. 20)、高級腕時計のような上質感を表現した。メータの夜間照明においても、針先から金属調リングに落とし込む光の演出など、その豪華さを楽しめる工夫が施された。

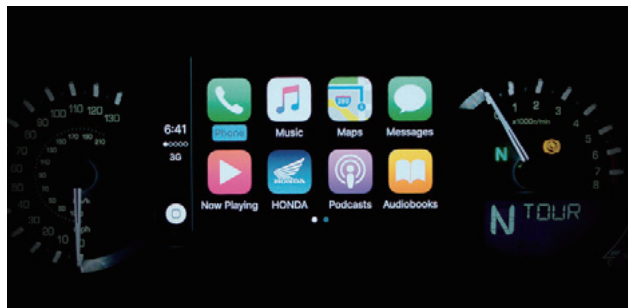


Fig. 18 Apple CarPlay



Fig. 16 Double wishbone type front suspension



Fig. 17 Multi LED configured headlight adopting latest lighting technology for vehicles



CANDY ARDENT RED



PEARL STALLION BROWN

Fig. 19 Newly designed two colors specifically for developed Gold Wing

さらに、スイッチ、ダイヤル、十字キーなど、操作者が直接触れて感じるデバイスについては、設計、テスト部門と協力し、しっとりとした感触を実現させるために、最も適した度合いのダンパ効果を付与した。それにより、操作時に指先に伝わる感触を通じて、上質さを感じとれるようにした (Fig. 21)。

また、ライダーが長時間座るシートについても、その質感と触感に拘り、専用のシボパターンを持つ表皮を開発した (Fig. 22)。それにより、単なる外観デザインにとどまらず、より高いレベルの上質感の実現を目指した<sup>(8)</sup>。

そして、エンブレムのデザインは、歴代 Gold Wing が継承してきた、想像上の動物である翼を持った獅子をモチーフとし、繊細かつ気品溢れる仕上げとした (Fig. 23)。このエンブレムにより、Gold Wing のフラッグシップとしての誇りと、Gold Wing を所有する喜びの表象となればとの想いを込めた。

#### 4.4. 量産型モデルの完成

Fig. 24 に量産型車両を示す。2018 Gold Wing の開発にあたり、我々は AD1 のスタイリングダイレクションから、量産型に向けた新たなスタイリングテーマを定めた。

開発コンセプトに掲げられたプレミアム性を、イラスト化することで共有し、イメージの拠り所とした。

軽量コンパクト、先進性、モータサイクルらしさ、および上質さというデザインキーワードを定め、スタイリングテーマである「Styling with refined sharpness and tension 洗練された鋭さと緊張感」の実現を目指してきた。



Fig. 22 Texture of seat devised with high ingenuity



Fig. 20 Analog type tachometer



Fig. 23 Vehicle emblem

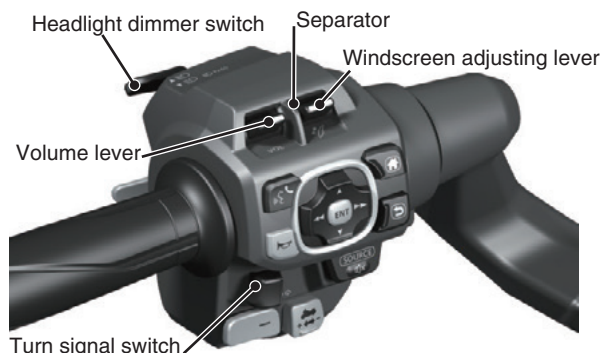


Fig. 21 Handle switch design that makes fine quality feelings through operations



The Gold Wing Tour DCT Airbag (2018)

Fig. 24 Production model of 2018 Gold Wing Tour

Generation X 世代を視野に入れ、これまで踏襲されてきた Gold Wing らしさを活かしつつも、若さを感じさせるスタイリングを実現した。

ーカラーリングー, Honda R&D Technical Review, Vol.31 No.1, p.18-27

## 5. まとめ

「先進性」, 「多用途性」実現のために、コンパクトな車体としながらも、ホリゾンタルラインを基調としたヘリテイジを守り、堂々としたプロポーションを表現した。そして歴代の Gold Wing に恥ずることのない、風格、威厳、上質さを備えた上で、大きく若返りを果たしたモデルとなった。

それにより、開発コンセプトである「The Honda Premium Tourer」を体現したスタイリングデザインを完成させることができた。

今回の開発を通して、デザイナーがその意匠に関与した部品は、大小合わせて 200 点を超えている。本 Gold Wing のデザインは、それぞれのデザインプロセスを担当するデザイナーたちの、強い想いと技によって作り上げられた集大成となっている。

長きにわたり築き上げてきた Gold Wing ブランドを、これからも後世につなげてゆくこと、世界中のお客様に愛され続けることに貢献できるデザインであることを、デザインを担当したものとして心から願っている。

## 参考文献

- (1) 会田樹穂子, 中西豊: 2018 Gold Wing の開発, Honda R&D Technical Review, Vol.30 No.2, p.1-14
- (2) 岩田秀和: 2018 Gold Wing のスタイリングデザイナー・クレイモデラー, Honda R&D Technical Review, Vol.31 No.1, p.11-17
- (3) 澤邊昭博: 2018 Gold Wing のスタイリングデザイナー・パワーユニット, Honda R&D Technical Review, Vol.31 No.1, p.28-33
- (4) 栗城大亮: 2018 Gold Wing のスタイリングデザイナー・ライティングシステム, Honda R&D Technical Review, Vol.31 No.1, p.34-39
- (5) 榎原直樹, 三代純平: 2018 Gold Wing 用ダブルウィッシュボーン式フロントサスペンションの開発, Honda R&D Technical Review, Vol.30 No.2, p.44-49
- (6) 横田洋, 野島悟, 園田豊, 大崎裕介, 紺谷昌弘, 山崎覚: 2018 Gold Wing 用水平対向 6 気筒パワーユニットの開発, Honda R&D Technical Review, Vol.30 No.2, p.15-28
- (7) 平山琢, 横川幸生, 藤本靖司: 2018 Gold Wing 用 7 速 DCT の開発, Honda R&D Technical Review, Vol.30 No.2, p.29-35
- (8) 桂川碧: 2018 Gold Wing のスタイリングデザイン

### ■ 著 者 ■



佐藤 靖博



脇田 展孝