

ショーで魅せるティザーカーから量産車へ

2015 TOKYO MOTOR SHOW ティザーカー

IMPREZA 5 DOOR CONCEPT



2015年東京モーターショーで提案した5世代目インプレッサ5ドアのティザーカーは、ハッチバックスポーツのキビキビした走りを想起させるプロポーション。金属調のメタリック塗装で、DYNAMIC × SOLIDの立体形状を引き立たせている。量産車インプレッサスポーツは、ヘッドランプ廻りを除き、ほとんど変わらないデザインで登場させた。

量産車

IMPREZA SPORT



乗る人の笑顔をつくるクルマをデザインする

2015 LA MOTOR SHOW ティザーカー

IMPREZA SEDAN CONCEPT



ロサンゼルスでのショーで提案したのは5世代目インプレッサセダンのティザーカー。リヤピラーをクーペ的に流し、トランクをハイデッキ化することで、スタイリッシュでスポーティなセダンデザインを実現させた。エクステリアカラーは“ルビーレッド”。ルビーはダイヤモンドの次に堅い鉱物。SUBARUが創り出す究極なマシンデザイン。量産車のG4も、ティザーカーとほとんど変わらないデザインで登場させた。

量産車

IMPREZA G4



目次

巻頭グラビア

ショーで魅せるティザーカーから量産車へ 2

コンセプトカー「VIZIV」シリーズ 8

SUBARU デザインの根底に流れる100年の夢 石井守 19

SUBARU 100年のデザインの変遷をみる 20

第1章 **カーデザインとは何か?** 29

第2章 **カーデザインの手順** 48

第3章 **SUBARU デザインの変遷** 70

第4章 **SUBARU デザインの哲学** 92

第5章 **1980年代以降のSUBARU デザインの足跡** 107

第6章 **SUBARU デザインの現在、そして未来** 125

おわりに 御堀直嗣 142

本書刊行までの経緯 143

〈編集部より〉

- 社名表記について：本書中では、年代に関わらず、社名を現在の「SUBARU」で統一表記しています。ただし「スバル360」「スバル1000」など、「スバル」を冠した車名で一般に親しまれているクルマに関しては、カタカナ表記としました。
- 各章扉のクルマの発売年について：章扉に掲載の写真の発売年表記は、世代最初の発売年(例：4世代目フォレスター 2012年発売)としました。写真については後年の改良型の場合もあります。

SUBARU デザインの根底に流れる100年の夢

SUBARUの前身である中島飛行機が、飛行機研究所として1917年に設立されてから100余年。我々SUBARUデザインは、DYNAMIC×SOLIDのフィロソフィを掲げ、アクティブライフスタイル層の顧客の笑顔をつくるために活動していますが、そこには今も、安全思想と大空に羽ばたく夢がたくさん詰まった航空機設計のDNAが息づいています。

スバル360や、スバル1000といった戦後のクルマづくりも同じです。SUBARU車を良きパートナーとして使って下さる方々のために、時代を超えてデザインがなされ、中島飛行機からのDNAは、まったくぶれずに現代まで脈々と引き継がれているのです。

すべてのデザイン活動には意味があります。それがSUBARUのモノ造りです。

本書では過去のSUBARU車に込められた意味を解説しています。それぞれの時代に合わせて変化させること、そしてSUBARUのモノ造りとして守るべきこと、『不易と流行』も読みとっていただけたらと思います。

例えば、一目見てSUBARUのクルマだと認知できるように、フロントフェイスに独自の思想(意味)で統一デザインを施しています。ヘキサゴングリルとホークアイ(鷹の目)のヘッドランプ、その中に配したコの字のランプです。ヘキサゴンは、自然界で最も安定した形状のハニカム構造ですが、SUBARUではさらに、六連星のエンブレムに込められた、6つの会社が統合して富士重工業になりクルマづくりを始めた歴史の象徴として、6つの頂点を持つヘキサゴン形状をフロントフェイスの中央に配しています。そしてそれがブランドの象徴でもあり、SUBARUがお届けする「安心と愉しさ」の「安心」を意味しています。「愉しさ」の表現としては、ヘッドランプに想いを込めました。ホークアイは先を見通す鋭い眼力を表現し、その中にデザインされた“コの字のランプ”は、航空機のDNAである水平対向エンジンの動きがパルスになって現れるカタチです。大空を自由に駆け巡る航空機の夢が、21世紀のSUBARU車にも脈々と流れていることを意味しています。

SUBARUデザインの活動は、今後も新しい時代に合わせて進化を続けます。読者の皆さま、そしてアクティブライフスタイル層の顧客の皆さまのご期待を超える商品やデザインを創造し続けることが、SUBARUに課せられた使命です。

私は本書に、自分が子供のころに毎日ボロボロになるまで繰り返し飽きずに読んでいた図鑑のようになってほしいという思いを込めて、写真もたくさん厳選して協力いたしました。

また本書では、SUBARUデザインの温故知新を紐解き、現在の活動につなげて、分かりやすく解説を行っています。SUBARUのクルマづくりやデザイン活動の取り組みを知っていただければと思います。

株式会社SUBARU 商品企画本部 デザイン部
石井 守

SUBARU 100年のデザインの変遷をみる



1917~1945年



1954~1974年



1974~2003年



2003年7月~

SUBARUのルーツである中島飛行機が1917(大正6)年、「飛行機研究所」の名で設立されてから100年。SUBARUデザインには、航空機製造時代から受け継がれ、未来へと伝えていく「SUBARUらしさ」がある。



中島飛行機発祥の地、群馬県尾島町の民家



飛行機研究所正門(現太田市)



創始者、中島久次平

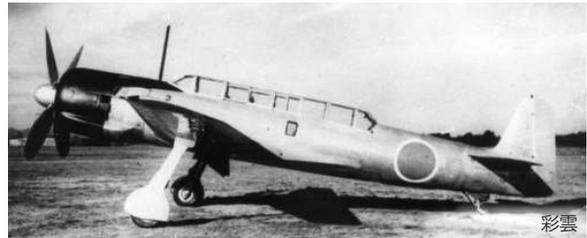
■中島飛行機時代——戦時でもパイロットの生命と安全を重視したメーカー魂

飛行機は「生命に関わる乗り物」とであると強く認識していた中島飛行機は、戦時下にあっても「パイロットの安全を確保するための最大限の努力」を貫いた。「人間第一の設計思想」は、機体のデザインにもはっきりあらわれている。

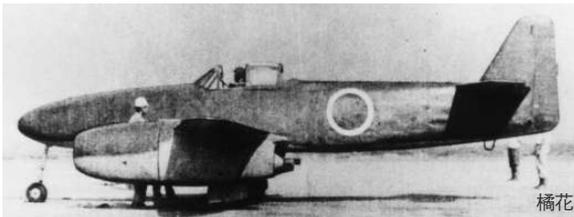
●第二次大戦中の、中島製飛行機たち



九七式戦闘機



彩雲



橘花

九七式特艦上攻撃機(左上)と日本海軍機中最速の艦上偵察機「彩雲」(上)、日本最初のジェット機である特殊攻撃機「橘花」(左)。いずれの機体も、視界の良さのためキャノピーは後方が見えるように「紡錘型」になっているなど、フランスに学んだといわれる、パイロットの命と帰還を優先した哲学が生かされている。

戦後にSUBARUがつくった飛行機たち



T1-F2



エアロスバル

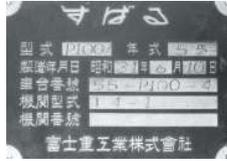
T1-F2(左)は、1958年(スバル360発売と同年)に国産ジェット機として初飛行。FA-200エアロスバル(右)は、1965年に初飛行してから66年販売し、298機が生産された。両機ともシンプルで機能的なデザインが特徴。エアロスバルは室内も広く視界も良好で、今でも乗り易い飛行機として評価されている。

■自動車メーカーとしての出発——「人を守る」理想のカタチの追求が生む獨創性

航空機メーカーから転向したSUBARUは、「乗る人を思う」ことを起点にゼロから自動車づくりをスタートし、独自のパッケージングを生み出した。



P-1試作車



すばる1500(P-1)エンジンルーム内の車名プレート(上)。「すばる」は六連星に6社の合併を重ねたネーミングであった。



すばる1500(P-1)



スバル360



初代サンバー



FF方式の試作車A-5



スバル1000



1965年東京モーターショー

SUBARUのクルマは、黎明期から個性的なデザインであった。今も引き継がれている視界の良さと、小さなパッケージング寸法の中で最大限の室内の広さを確保する航空機のDNAを感じさせ、機能性をあわせ持っている。

第1章

カーデザインとは何か？

「格好いい」クルマのカタチを生み出すもの

SUBARUの名車たち①

スバル360



初代スバル360(1958年発売)



スバルヤングSS(1968年)

1958年3月3日に発表されたSUBARUの最初の自動車。2018年に誕生から60周年を迎えた。人間中心で考えを深めたデザインと設計思想によるクルマ造りDNAは“DYNAMIC×SOLID”につながっている。航空機製造からのDNAは、モノコック構造を取り込み高次元で合理的なクルマを創造した。モノフォルムの塊感と、大胆かつ抑揚を効かせた曲面の表情により小さなパッケージにもかかわらずこれほど存在感を出しているデザインは他には無い。昭和の名車である。

クルマに夢を与えるカーデザインとは？

クルマを見て、格好いいとか悪いとか、誰もが感想を持つはずだ。しかし、何が格好よく、どうであると格好悪いのかを定義づけるのは難しい。その人の感性にかかわり、感性は育ちや地域、時代などによって影響を受ける。例えば小型車の規範といわれ評判の高いフォルクスワーゲンのゴルフは、簡素なスタイルがアメリカでは安っぽく見えるといわれ、それほど人気が高くないという声を聞く。逆に日産のレパードJフェリーは、日本での人気はいま一つだったが、アメリカでは好まれたという。

1960年代まででカーデザインは終わったという人もいる。1970年代に入ると安全性能が重視されるようになり、例えばアメリカで実施された5マイルバンパーによって、クルマのスタイルは大きく影響を受けた。5マイルバンパーとは時速5マイル(時速約8キロメートル)以下の速度で衝突した際にバンパーが衝撃を吸収し、衝突後は再び元の状態に戻ることができるフロントバンパーをいう。この武骨な5マイルバンパーが、クルマのスタイルを台無しにしたというのである。そののちも衝突安全性能を高めるため、車体骨格に安全のための構造が不可欠になり、それによってデザインに制約が生じ、自由に造形しにくくなったという声を耳にしたこともある。

ほかに、高い燃費性能が要求されるようになり、高速走行で影響を増す空気抵抗を減らすカーデザインが求められ、いずれのクルマも似たスタイルになる傾向にあるともいわれる。コンピュータ・シミュレーションにより、空気の流れを可視化できるようになったことによって、誰もが同じように空気抵抗の低減策を試行錯誤できるようになった。

もちろん、最高速への挑戦により空気抵抗を減らす取り組みは1960年代以前から行われてきた。だが、その時代は気流を見ることはできず、たとえ風洞実験をしても圧力変化から流れを想像するしかなかった。ところが、コンピュータ・シミュレーションが進化するに従い、空気の流れを画面上で見ることができるようになった。もちろんそれさえも、ある程度は想像を加えたものであるかもしれないが、目で見えるのと、見えないのとでは人間の思考も変わっ

てくる。

結論として、時代の変化と開発技術の進化、具体的にはコンピュータ・シミュレーションによる、クルマの走ることによる環境の動きや変化することの可視化もカーデザインに影響を与えることになる。

そうした中で、自動車メーカーのデザイナーたちは、安全や空気抵抗や視界のよさなどさまざまな要件を満たしながら、格好いいスタイルを追求し続けている。

あらためてカーデザインとは何か。本書では、この問いの答えを、歴代のSUBARU車をみながら探してみたい。SUBARU商品企画本部デザイン部デザイン部長兼商品開発企画部長(取材当時。2018年2月現在は商品企画本部デザイン部 部長)の石井守に話をきいた。

「例えば、船や飛行機は特別な人のもので、個人で扱うことは難しい。クルマは一般庶民が手にすることができる最大のプロダクト(製品)であり、そこには夢があり、デザインのやりがいがあります」

石井はこのように話しはじめた。

個別に移動できる手段であり、なおかつ個人が所有し利用することのできる、住宅以外で最大の買いものがクルマだということを気づかせてくれる。

「また、クルマの価格は百万円前後から上といったように高価です。さらにランニングコスト(維持管理費用)として、燃料代、整備や車検代、保険、税金、タイヤも減ったら交換するなど、購入したのちもそれ相当のお金が掛かります。食器や衣類も使っている間に洗ったり手入れをしたりしますが、クルマは維持管理のための費用がかなり高額で、そこがほかの製品と異なる点でもあります」

購入を検討する際にはクルマそのものの価値だけでなく、費用対効果を考え、より慎重に自分の懐具合と相談する商品であることが見えてくる。

「子どものころの自転車や、高校生のときのバイクと同じように、クルマを持つことで自分の行動範囲を広げられます。そして、クルマは自由にいろいろなところへ行けるワクワクするうれしさとともに、スピードの出そうな形や、タイヤが四隅に踏ん張っ



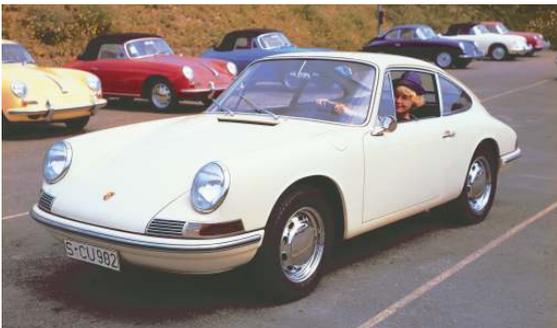
日本と欧州で、「世界のベースカー」として人気を誇るフォルクスワーゲン ゴルフ。初代は1974年に誕生。以来、写真の7代目(2012年〜)まで、時代に合わせパッケージングは大きくなって進化しているが、デザインはシンプル・モダンを初代から継承している。



日産レパードJフェリー。レパードとしては3代目で、1992年に北米専用車として日産のカリフォルニアデザインスタジオNDI(日産デザインインターナショナル)にてデザイン開発された。パーソナルな高級車として、北米ではインフィニティブランドでJ30として発売。曲線と曲面を多用したデザインはアメリカで人気を誇った。



レオーネの5マイルバンパー比較。右のモデルに装着されている5マイルバンパーは、5マイル(8 km/h)以下で衝突した際の衝撃吸収と復元、ヘッドランプなどの破損を食い止めるために、1974年モデルイヤーから適合されたアメリカの安全基準をクリアするための対応。当時は板金バンパーであったためバンパー本体がボディから大きく突出することになり、5マイルバンパー装着車のほうが格好悪くみえる形となった。



5マイルバンパーの装着でもとのデザインの良さを崩さずにうまく処理して成功した例もある。ポルシェ911である。右の写真が5マイルバンパーの2代目の930型。クラシカルな、ボディと同色の細身のバンパーだが、デザイン的には両端に衝撃吸収に見える化した黒い蛇腹をアクセントとした大型ウレタンバンパーに変更。力強い走りの表現に加え「安全感」も取り込み拡販を成功させた。



SUBARU レオーネ最終型となる3世代目。ボクシーなデザインがアメリカでは好評で、当時は日本よりアメリカで収益を獲得していた。外観デザインと共通のパネリック(平面的)なインテリアデザインは、スイッチも皆タッチ式。デジタルメーターも採用した。パートタイムAWD+水戸対向1800ターボエンジンを採用し全天候の安全走破性を獲得していた。



レオーネのシャシーとエンジンを使ってスペシャルティクーペボディを纏ったアルシオーネ。スケッチからそのまま飛び出したような独特のデザインで、コマーシャルではアバンギャルドと宣伝した。ピラーをブラックアウトし航空機のcockpitイメージを具現化。FFでありながらCd:0.29を誇る空力性能を実現。リトラクタブル式ヘッドランプや、ドアハンドルにフラップを付け、コンシールドワイパーを採用するなどにより空力性能を高めている。まさに、中島飛行機のDNAが生み出したデザイン。



SUBARU 初の2.7リットルの6気筒エンジンを載せた旗艦シップのアルシオーネVX。



インテリアもアバンギャルドで斬新なデザインであった。左右非対称の逆L字スポークを持つステアリングホイール。メーターはデジタルで、ステアリングから指を伸ばして操作するサテライトスイッチ、グリップタイプのシフトレバーなど、部品ひとつひとつでも特別なデザインであった。

「アルシオーネSVXは、3世代目レオーネの基本諸元寸法にてジウジアーロ氏にデザインを依頼したため、先方から送られてきたフルサイズのモックアップは、全幅1700ミリ以下の5ナンバーサイズでしたが美しいクルマでした。美術品を空輸するような厳重な梱包で届けられてきたことを、いまでも覚えています。

ジウジアーロ氏のオリジナルデザインは、いすゞピアッツァのような半リトラクタブルヘッドランプ、グラスキャビンで、5ナンバーサイズにもかかわらず量感的(マッシュ)で、シルバーとグレーのツートンカラーにオレンジ色のピンストライプが入った“ジウジアーロ・カラー”に塗装されていました。

SUBARUではアメリカを主な市場と想定していたので、スペシャルティカーとしてアメリカの要望を聞き、量産開発段階で車体寸法を拡大しました。とにかくジウジアーロ氏の美しいデザインを実現したいと苦労しました」

グラスキャビンを実現するため、窓ガラスを加工限界まで強くカーブさせるのだが、それだけでは技術的に無理があるため、ガラスを分割するための間仕切り(パーティション)を設けた。側面の窓ガラスの開口部は、万一クルマが横転した際にも乗員が脱出できる広さを確保した。また、特徴的なグラスキャビンからトランクリッドにつながる黒い部分の造形も実現が難しく、重量がかさんだが、熱変形しにくい、不飽和ポリエステル樹脂のSMC樹脂を採用することによって、焼き付け塗装の工程にそのまま通すことができた。原価は高くなったが、造形と見栄えを実現することに成功した。当時はバブル経済期で、スペシャルティカーという特殊なカテゴリーでもあるため、原価低減より見栄えが優先されたのだった。

「内装(インテリア)デザインについても、すべてに皮革を採用したジウジアーロ氏の前案を生かすべく、特徴的に使われていた本革バックスキンスエードをどうするか悩みました。紫外線や暑さ寒さに晒される室内環境は過酷ですから、本物のバックスキンスエードでは1年もたつとボロボロになってしまいます。そこで、当時としてはクルマの内装への採用が

初めてではないかと思われる、東レのエクセース[®]を採用しました。耐候性の面でたとえ色落ちしても目立たず、それでいてモダンな色合いなので採用したのです。それらの作業を当時カラーリングチームでわたしが担当しました。

インストールメントパネルのシボについても、本物の皮革のシボの質感を再現するため、浅草にある靴用の皮革販売会社へ行って分厚い革を購入し、それを手揉みして、革らしいシワをつくり、シリコンで型に取って、樹脂成型しました。ジウジアーロ氏の凝ったデザインを実現する過程で、内装(インテリア)デザインに対する知識や経験値がとて豊富になりました」

※東レが開発したスエード調人工皮革

ジウジアーロのおよぼした影響

ところで、なぜ巨匠といえるジウジアーロにデザインを依頼することになったのだろうか。

当時SUBARUは、日本興業銀行から招聘した田島敏弘社長の下、事業の拡大路線を敷いていた。

研究実験センターが整備され、アメリカにスバル・オートモーティブが設けられ、このSVXの開発が推進されたりと、大きな投資が実行されたのである。

「車両開発の面では、ちょうどレオーネからレガシィへ移行する時期でしたが、それまでのデザインはすべてインハウス(社内)でした。いわば井の中の蛙でしたので、SUBARUの社内にはデザイン力が不足していると評価され、初代レガシィとアルシオーネSVXのデザインは、外部のデザイン会社でもとくに有力なジウジアーロ氏に依頼することになりました。外の世界を勉強し、デザイン力の差を埋め、磨いていこうとしたのです。ジウジアーロ氏への依頼は、イタルデザインの代理人をしている日本人を通じて打診しました」

ジウジアーロに依頼した内容は、セダンとクーペを組で、ということであった。これはアメリカ市場で売れ筋の商品構成であり、セダンが初代レガシィになり、クーペはアルシオーネSVXになる構想だった。しかしレガシィは、デザインの骨格や全体のバランスをジウジアーロのデザインから学び、最終的

時代に合った比率(プロポーション)の造形を実現できたのです」

“DYNAMIC×SOLID”への布石

振り返ると2004(平成16)年に平川良夫がデザイン部長となったことで、情緒的価値の数値化によりSUBARUのデザインは一つの転換期を迎えた。

「それまでのSUBARUは、佐々木達三氏の導いた、クラフト(手づくりによる製品)によって人間の温かみのあるデザインをつくる手法を続けてきました。その後、技術者である平川部長がSUBARUのデザインを率いることになり、技術者とデザイナーとによる化学反応が起きたのだと思います。わたしはそこに強く意義を感じ、今日、“DYNAMIC×SOLID”(ダイナミック・ソリッド)のキーワードとともに、時代に適合したデザイン手法を構築できたのではないかと考えています。

もしかすると、わたしが平川部長の取り組みに感銘を受けたのは、自分自身が工学部卒で、数学的なことも学んできたからかもしれません」

デザインとテクニカルスタンダードの調和

ここで、スタジオエンジニア(技術者とデザイナーの仲介的な仕事)を務める林勝美に、SUBARUが守り続けてきた技術要件(テクニカルスタンダード)と、デザインを調和させる実例を、いくつか紹介してもらうことにする。それによって、SUBARUデザインの本質がより具体的に見えてくるだろうし、SUBARUのクルマづくりそのものの志に触れることにもなるはずだ。

林は富士重工業(現・SUBARU)に入社して間もなく、車両の運動解析を行うためのシミュレーション・プログラム作成に携わった。そこからシャシー設計、次世代プラットフォーム開発への異動を経て、パッケージング検討チームに所属する。ここでデザイン部とのかかわりがはじまった。

「空気力学的には、航空機の翼断面の形状のように空気を滑らかに流してあげることがもっともいいわけですが、クルマをその形につくることはできません。フロントグリルとフロントウィンドシールドの

ところで気流の圧力が高まり、抵抗になります。昔のSUBARUはフロントウィンドシールドが立っていたので、空気力学的にはあまりいい性能ではありませんでした。

SUBARUは先人たちが乗員を中心に考えてクルマづくりをしてきたので、運転しやすさや安全性の確保、あるいは前方、後方の良好な視界を確保するために、運転者からまっすぐ前を見たところから右へ23度以上視界が開けていることを求めてきました。そのため、市場からは、スバル車は視界がいいとの評価をいただけてきましたが、一方で、サイドビューから見たフロントピラーの位置が決まってしまうていたのです」

石井たちデザイン担当からは、フロントピラーを寝かせたほうが時流に合い、また格好いいデザインになるという話が持ち上がっていた。技術部門でも、いいデザインにするためにフロントピラーを寝かせて格好いいデザインを実現させたいと思いつつ、技術要件(テクニカルスタンダード)を守ってはいは実現が難しいことに、すでに気づいていた。

「そこで、視界をピンポイントの数値ではなく、乗員が運転中に感じているような全体的な視界のよさで判断しようという考え方に切り替えたのです。

たとえフロントピラーが寝て前方の視界が狭くなくても、フロントサイドウィンドーに三角窓を設け、ドアミラーをドアに支柱で取り付けることによって前方視界の確保と、より格好いいデザイン案との融合ができ、4世代目のインプレッサが誕生しました」

視界へのこだわり

ほかにも、SUBARUには「1メートルポール要件」という技術要件(テクニカルスタンダード)がある。クルマの全周にわたって、運転席から1メートルの高さのポールの先端を確認できなければならぬとする決まりごとだ。それは現在も継承されている。

「目的は、小さいお子さんがクルマのそばにいても、運転者が発見し、認識できるようにするためです。1メートルポールとは、5歳児の身長を想定してつくられた規格です。例えば初代フォレスターの

視界のシミュレーション

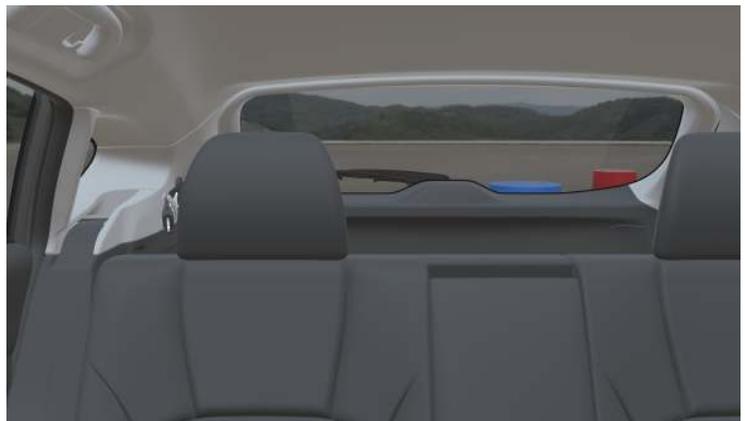


1メートルポール要件の検証。室内からの視界はエクステリアのデザインで決まってしまうが、0次安全(走る前からの安全)として、車両の前後左右の状況を直接目視できることにこだわってデザインを創りこんでいる。赤のポールは法規で定められた視界で、青で示されているのが法規に加えSUBARUが設けている社内基準。

ドライバーのアイポイントから斜め後方を直接見たときの1メートルポールの見え方。リアクォーターガラスを広くすることで、太陽光が入り明るい室内になる。



ドライバーのアイポイントから後方の直接視界。社内基準の1メートルポールもしっかり見えている。



ックスに1988(昭和63)年から追加されるスーパーチャージャーの過給機が付いたエンジン仕様車のための専用ステアリングホイールと、特別なメーターの意匠デザインを任された。

「それまでのステアリングホイールは、幾何学的で平べったいハの字型をした2スポークデザインでしたので、スポイラーで武装された挑戦的な外観(エクステリア)にふさわしくないと思いました。そこでイタリアのイタルボランテのような、スポーティで丸みのある有機的な3本スポークのデザインをしました」

本革巻きの上質な見栄えを目指し、さらにはスポーツ走行で激しくハンドルを切るときに手が滑らないような機能を考え、ステアリングホイールのグリップ内側に細い溝を設け、また親指のかかる左右のスポークにはゴルフボールの表面にあるような丸いディンプルを、滑り止めの機能だけでなくお洒落な見栄えの組み合わせでデザインした。メーターの数字が描かれた盤面には、黄色の格子とそれが浮き出るようにグレーの線で影を入れて立体的なパネルに見えるようにし、さらにはメカニカルで精悍な雰囲気を与えた。

実は3本スポークのステアリングホイールは、計画の予算には含まれておらず、新規での採用がない計画であった。それでも直属の上司の小川弘八郎と2人で粘土を使って型をつくり、石膏で反転して樹脂で仕上げ、それに本革を張り込んでディンプルを型押しするなどして、非常に短時間で試作し、レックス開発の担当部長に提案した。

「最初はステアリングを新たに起こす必要はないと言っていた担当部長ですが、渋々確認したとき顔色がガラッと変わったのです。決まった予算の中で新車開発を進めるものですが、追加予算の必要なこのデザイン案が一発で採用になった瞬間でした。

いまでもそのときの状況は鮮明に思い浮かびます。デザインで人の心が動き、自分達の思いが叶う貴重な成功体験の一つになりました。入社半年余りで、量産市販車に採用されるデザインを提案できたのは、同期入社ではわたしが最初でした。あらためて、デザインの力はすごいと思いました。

同時に新車開発プロジェクトの決定事項に対して

諦めず、わたしに3本スポークのステアリングをデザインさせ、モデル化まで一緒に推進してくれた上司に感謝の思いでいっぱいでした。将来わたしはこのような熱い志を持ったデザイン・マネージャーになりたいとも思いました。スバル360の佐々木達三氏がこだわったデザインとはクラフト、実物を手づくりすることで実感が湧いてくるとの話も、このとき現実のこととして理解できたように思います」

入社1年目にして石井は、SUBARUが伝承してきたデザインの本質に触れることになった。

やりたかったエクステリアデザイン

入社2年目となる翌1987(昭和62)年の4月に、石井は軽自動車のワンボックスであるサンバーの外観(エクステリア)デザインの担当となった。

「このときも、上司の阿部宏主査(課長)とわたしの2人だけが外観(エクステリア)のデザインチームメンバーでした。その主査が途中で身体をこわして入院してしまい、その間、デザインは入社2年目のわたし1人で作業を進めることになりました。とはいながらも、大枠の方向性が決まっていたのと、2人のベテランのモデラーが助けてくれました。それでもわからないことがあると、主査の入院している病院へ行って相談しました。ここでもデザインの方向を決めることの重要性を学びました。入社2年目でも設計者やモデラーに対して、意志を示さねばなりません。よりどころはサンバーのお客さまはどのようなデザインが欲しいのか？ 上司ならどのように考えて答えを出すだろうか？ などと考えながら作業を進めました」

新型サンバーの外観(エクステリア)デザインは従来、フロントドアの窓枠がサッシ式だったのを、新しくプレスドアに変更した。いすゞピアッツァの初代がプレスドアであった。また、サイド・ウィンドーが旧型はやや寝ていたのを、新型で垂直に立てることもした。

「サンバーのお客様がいちばん求めている価値の、スペース効率最優先のデザインを実行しました。視界についてもこだわり、フロントサイドのガラスの前寄りの部分を下へさげたデザインとし、斜め前方



(左)レックススーパーチャージャー専用の3本スポークステアリングと、(右)レックスの標準ステアリング。平坦なデザインの標準2本スポークに対し、3本スポークは抑揚をつけることで、内から張り出してくる力強さを表現し迫力を出した。グリップ部には機能性を加えるために、滑り止めの全周溝と、親指を置くところにはディンプルデザインを施した。



3本スポークを採用したインテリアは、当時のカタログでも『人に近い質感』の見出しでその特徴が書かれている。



3本スポークステアリングを採用したレックススーパーチャージャー。



サンバーの樹脂製アウター&インナーダミーモデル。当時は試作車ができる前に、デザイン部でフルサイズの樹脂モデルを制作した。この後、軽自動車の規格諸元が変わり全幅を広げる大改修を実施することになる。



クレイモデルの作成中。右に写る石井は、上司であった阿部主査が入院したため、2人のベテランモデラー、中村隆一(左端)・石川正巳(左から2人め)両氏の指導でデザインを推進した。



インテリアのモック検討。前席が石井、後席がインテリアの新井敏一担当。ドアとリヤクォーターウィンドーを下げた視界を室内から確認し、エクステリアにフィードバックさせた。

おわりに

発端は、なぜ格好いいクルマと格好悪いクルマができてくるか？にあった。その答えは、本書の中に見つけられるはずだ。

同時に取材を進めるなかで、カーデザイナーという職業の重さを痛感した。単に格好いいスタイルを描けることが資質ではなく、その絵を実物のクルマとして世に送り出すには、クルマに関するあらゆる知識と経験、さらには世界の交通事情に精通していなければ、カーデザイナーという職業は務まらないことを知った。

ランプの形を一つ実現するだけでも、最新の照明技術を知らなければそれは絵に描いた餅になってしまう。描いたランプを実現できる技術がなければならぬ。さらに、量産し製造できる生産技術が伴わなければ現物にならない。もちろん、そうして出来上がったランプの原価が車両価格に見合う金額に収まらなければ、物はできて市販車に採用されることはない。また近年のハイビームアシストのように、ランプはシステムとして機能の広がりを持つに至っている。つまり、クルマ全体の進化にも目が配られなければならない。

もう何年も前から、クルマづくりの分業が進み、専門性は深まってもクルマの全体像を思い描きながら開発することは、個々の開発者にとって難しくなっている。そうしたなかであって、カーデザイナーは、常にクルマに関するあらゆることに熟知していなければ、たった一枚のスタイル画さえ描けないのである。これほど創造的な職種は今日の自動車メーカーに多くないはずだ。

こうした現実のカーデザイナー像を、SUBARU 商品企画本部デザイン部 部長の石井守に教えられた。

この本は、三樹書房の構想にはじまり、SUBARUの多大な協力によって上梓に至った。執筆を誘ってくださった三樹書房の小林謙一社長、そしてSUBARU広報部の岡田貴浩部長の支援、また、ことに石井部長とデザイン部の方々の尽力に感謝します。

読者の皆様が、満足して戴けたら何より幸いです。

御堀直嗣

本書刊行までの経緯

私が自動車ジャーナリストの組織に所属してから20年近くが経過しましたが、その間に数多くの新車の発表会や試乗会に参加してきました。また、同時に国産・外国車合わせて200台以上の試乗も体験しています。そうしたなかで、日本の自動車は信頼性や経済性などの分野では諸外国のメーカーを間違いなくリードしていると誇らしく思う一方、近年のデザインにおいては欧州のクルマに比べて疑問を抱かせる日本車が少なくないと感じていました。

そんな折に株式会社TOO本社3階で行われた「日本カーデザイン大賞」の表彰式に参加する機会を得て、日本の自動車会社のデザイン部門の主要人物による、自社デザインのプレゼンテーションを聞くことができました。どの会社もそれぞれの考えを持って、クルマのデザインを展開されていることがよくわかる良い機会でしたが、なかでも私が最も感銘を受けたのは、SUBARUデザイン部長の石井守様による説明でした。石井様は今進めているSUBARU車のデザインについて、そしてこれからめざす方向について、自らの考えと言葉で明快に語り、私は近年のSUBARU車のデザインがなぜ変わってきたのかを理解することができたのです。

私は石井様に面談をお願いし、現在進められているSUBARUのデザインの理論や哲学について一般の方々にわかりやすく、一冊の本にまとめてみたいと提案しました。そして幸いにして石井様にも賛同していただけたので、2017年1月、こうした技術解説等の執筆における第一人者である御堀直嗣様に取材をお願いし、SUBARU広報部の岡田部長にも本書作成へのご協力を約束していただきました。御堀様による取材は順調に進み、一方写真の選択や解説は、石井様はじめSUBARUデザイン部の各セクションの方々のご協力によって進められることになり、出会いから一年後の2018年春、本書を刊行することができた次第です。

最後になりますが、取材・執筆を担当して下さった御堀直嗣様、お忙しい中で休日での取材協力と写真の選択や解説にもご協力下さった石井守様に御礼申し上げます。

また株式会社SUBARU様には常務執行役員・商品企画本部長の臺卓治様、同じく常務執行役員・技術本部長の大抜哲雄様をはじめ、広報部部長岡田貴浩様、同部主査清田勝紀様、ならびにデザイン部主幹河内敦様、スタジオエンジニア主査林勝美様、モデリング主査奥田貴士様、インテリア主査戸谷祐之様、主任坂口慶明様など、数多くの方々にご協力をお力添えをいただき、本書を完成することができました。収録写真に関しましては、フォルクスワーゲングループ ジャパン広報部様、自動車史料保存委員会からのご協力を賜りました。本書に対するご理解とご協力をありがとうございました。ここに厚く御礼申し上げます。

三樹書房 小林謙一

〈著者〉

御堀直嗣 (みほり・なおつぐ)

1955年東京生まれ。玉川大学工学部機械工学科(流体工学研究室)卒業。1978年から1979年にかけてFL500レースに参戦。1980年からのFJ1600レースでは、1981年に優勝経験がある。1984年よりフリーランスライターとなる。自動車の技術を分かりやすく解説することに定評があり、読売新聞「@CARS」にてインプレッションを担当、読売新聞夕刊では、読者からの質問の回答者も務める。現在、日本カー・オブ・ザ・イヤー選考委員。日本EVクラブ副代表。著書に『メルセデスの魂』『アウディの矜持』『ミニの至福』(いずれも河出書房新社)、『電気自動車の“なぜ”を科学する』(アーク出版)、『クルマはなぜ走るのか』『ハイブリッドカーはなぜ走るのか』(ともに日経BP社)、『マツダ スカイアクティブエンジンの開発』(三樹書房)、『軽自動車における低燃費技術の開発』(グランプリ出版)など多数。

〈写真協力・解説〉

株式会社SUBARU デザイン部

〈取材協力〉

石井守 (いしい・まもる)

1962年埼玉県生まれ。千葉大学工学部工業意匠科卒業。

1986年富士重工業株式会社入社。1991～94年アメリカCAにデザイン駐在。帰国後、3世代目レガシィのエクステリアデザイン(ワゴン、B4、アウトバック)、1997年から、2世代目インプレッサのデザイン開発リーダーを担当。

2001年～2007年先行開発主査、量産車主査。2008年デザイン部副部長。2011年商品開発企画部部長 兼務 デザイン担当部長(先行開発責任者)、2013年4月からデザイン部部長。

スバル デザイン

スバルデザイナーが貫く哲学——継承とさらなる進化

著 者 御 堀 直 嗣

発 行 者 小 林 謙 一

発 行 所 三 樹 書 房

URL <http://www.mikipress.com>

〒101-0051東京都千代田区神田神保町1-30
TEL 03(3295)5398 FAX 03(3291)4418

印刷・製本 シナノ パブリッシング プレス

©Naotsugu Mihori/MIKI PRESS 三樹書房 Printed in Japan

※本書の一部あるいは写真などを無断で複写・複製(コピー)することは、法律で認められた場合を除き、著作者及び出版社の権利の侵害になります。個人使用以外の商業印刷、映像などに使用する場合はあらかじめ小社の版權管理部に許諾を求めて下さい。
落丁・乱丁本は、お取り替え致します