

Title	日本のカーデザインの50年 : 商品作りとデザインの推移
Author(s)	沼田, 明
Citation	デザイン理論. 1998, 37, p. 98-99
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53295
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

日本のカーデザインの50年 — 商品作りとデザインの推移 —

沼田 明 / マツダ株式会社

〔はじめに〕

前回の発表（'92年）において「乗用車のデザインの特質とその歴史的・社会的背景」について欧米車の変遷を追いながら考察したものを紹介した。今回は我が国においても非常に身近な製品に成長した自動車と既に成熟期に入ったといわれる我が国の自動車産業の歴史を追いながら、現在の自動車の持っている特質や問題点を整理し、それらがデザインとどう関わっているかを述べてみたい。

戦後我が国で乗用車の生産が再開されて50年が経過し、新しい世紀を目前にしている時点で今までの経緯を振り返ってみることは今後デザイナーが目指すべき方向を考える上で参考になるものと思う。

〔各時代の商品作りとデザインの概況〕

- ・'50年代：日本の自動車工業が本格的に動きだした時代。初期の乗用車は欧州車のライセンス生産が主力。中期には純国産の本格的な乗用車も誕生。'55年に通産省が国民車構想を発表。商用ニーズの高まりのもと各種軽自動車が発売された。主要な自動車メーカーではデザインのグループが組織化されている。
- ・'60年代：我が国のモータリゼーションが一気に加速した時代で大衆車が次々に登場。軽乗用車も多様化。マイカーの夢を実現する努力がなされ“デラックス仕様”が販売の武器に。イタリア・デザインへの関心が高まった時代。後半にはスポーティ・カーが多数登場。空力に関心が持たれるようになった。

- ・'70年代：輸出にも力が入られるようになり、自動車産業の資本自由化も実施された。そのため国際的に通用する車を目指して努力がなされた。従って米国の安全基準への対応もこの時代の大きな課題でありデザインにも影響。大手メーカーは米国にデザイン拠点を布石。石油危機後は省燃費の車が追求され空力デザインが主流になった。
 - ・'80年代：更なる多様化が進んだ時代。ハイソサイアティ・カーと言われる車やRVが次々登場。パイクカー（少量限定生産車）も登場。貿易摩擦問題で輸出は頭打ち。更に後半は円高のため輸出は大幅に減少し海外生産へシフト。一方輸入車は増加。生産のロボット化が急速に進んだ。各社欧州にデザイン拠点を布石。
 - ・'90年代：国内での生産は急激に下降。国産車の販売不振の状況下で輸入車は伸びた。バブル崩壊後も順調に推移したのはRVである（前半は四駆タイプが主流。中期以降はスペース・ユティリティ・タイプが主流に）。エコロジーの問題は避けて通れないレベルのものとなりデザインにも影響。我が国においても安全が真摯に考えられるようになった。
- * '50-'60年代では2大メーカー以外はデザイン組織も未熟で社外のデザイナーに業務を委託するケースも多かった。
- 〔例〕 佐々木達三（スバル 360）
小杉 二郎（マツダR360他）
- '60年代にはイタリアへの委託が目立った（ミケロッチィ、ベルトーネ等）。

[車のデザインと関わりのある各種要因]

新しい自動車を企画しデザインを考える際市場関係情報を入手し分析を行う。例えば

- ・現商品の評価と販売動向
- ・ユーザー・ニーズの分析。他社の動向
- ・販売チャネル政策, 販売店の要望等

これらの情報は必須のものであるが、この他考慮すべき要件は他の工業製品に比べれば遥かに多い。それは車の特質「動く」ということに起因していることが多く、安全性と信頼性は非常に重要なファクターであり法規上も色々と規定されている。

車の商品企画とデザインに関わりのある各種要因には次の様なものがある。

A 社会・経済的要因

- 1, 法規・規制: 車両保安基準, 税制, 免許制度, 環境規制等。
- 2, インフラストラクチャー: 道路状況, 駐車空間, フェリー料金等。
- 3, 景気・紛争: 景気動向, 貿易摩擦, 戦争等。
- 4, 資源・環境問題: 省エネ問題, エコロジー問題 (リサイクル等) 他
- 5, 価値観とライフスタイル: 国民性, 地域性, 流行, カーアクセサリ等

B 技術的要因

- 1, 自動車関係技術: 新機構・新装備, 生産技術, 空力, 開口部の方式等。
- 2, 他分野の技術革新: 電気・情報関係, 材料関係 (ガラス, 塗料等) 他。

C レジャー・文化・その他

- 1, スポーツ・レジャー: キャンプ, ゴルフ, モーター・スポーツ等。
- 2, 芸術・文化: 美術・工芸 (含・デザイン技法), ファッション, 建築等
- 3, CI・その他: CI, 工業所有権等。

これらの諸条件は複合しているケースも多いが、色々と吟味し具体的に方向や目標値を示したものが商品及びデザインの企画書と言える。

[現時点の課題と将来の展望]

現在各社とも急激な変化の時代に対応し、激しい競争に生き残るため色々と合理化に取り組んでいる。代表的な課題としては次のようなものがあり、それらがデザインにも影響を与える。

- ・開発期間の短縮。
- ・コスト削減。

* これらに対応する具体策としてプラットフォームの共通化等を推進している

- ・エコロジーの課題への対応。
- ・情報化の進展への対応。
- ・国際的なグローバル化への対応。

これから先の量産車のデザインについて言えば、少なくとも数十年の間にはドラスティックな変化はないと考える。何故ならば

- ・車はインフラストラクチャーや法律との関わりが強いがこれらのものは変化するのに時間がかかる (現在地球上には既に6・7億台の車が存在している)。
- ・車は基本的にはミニマム空間志向であり遊び的な空間はすくない。

特に操縦機器のデザインについては緩やかな変化でなければ混乱を生じ危険に繋がる。

又、外郭形状で見れば殆どの形状が現在既に存在している。

従ってこれからの数十年間は機能の進化とディーテールのリファインをベースとした静かな進歩が予想される。