

紹介

UDC 681.84:621.396.62

bio D シリーズのデザイン

—大阪デザインセンターによるグッドデザイン商品選定—

Design of **bio D** Series小林 成光⁽¹⁾ 矢野 公男⁽²⁾
Masamitsu Kobayashi Kimio Yano

要 旨

昨年秋発売のQD-550をはじめとする**bio D**シリーズは、財団法人大阪デザインセンターのグッドデザイン商品に選定され、また音と光、オンステージの商品コンセプトによって若者にタイムリーに受け入れられている。本稿ではこの**bio D**シリーズの商品コンセプトと大阪デザインセンターについて紹介する。

bio D series (QD-550 and others) was given the good design award by Osaka Design Center November 1984.

Its concept of on-stage sound and illumination well matches what young people wants to have.

This literature gives the design concept of the **bio D** series and introduce the Osaka Design Center briefly.

(1), (2) 商品企画室

1. **bjō** Dシリーズの商品コンセプト

1.1 DINサイズとターゲットユーザ

市場ではコンポ商品の高級化移向が顕在化し、音質はもとより、デザイン、車両への装着性（ジャストフィット感）などの高度化を求めている。そうした動向の中で、乗用車シェアに於いてはほぼ40%を占めるトヨタ車全車種のオーディオ装着スペースがDINサイズへ移行し、また、他の車両メーカーに於いても同様の指向を徐々に強めている。さらには米国のアフターマーケットでもDINサイズは主流となっており、輸出比率の高い日本車がDINサイズへの指向を更に強めることは明らかである。

一方、コンポ商品のターゲットユーザである若年層がコンポを購入する際にどのような観点から検討を行っているかを当社に於けるユーザアンケート調査から見ると、若年層はデザイン、車両へのジャストフィットに特に強い関心を示している。DINサイズを採用することは、それら若年

層のニーズに対し、大きさを生かした見栄えのよさ、操作性を十分考慮に入れることの出来るデザイン、車両のオーディオスペースへのジャストフィット感などに対応出来、非常に有利であり、また販売台数の増加にもつながるものである。以上より我々はデザインで若者の心をつかんでいるDINサイズ商品の必要性を充分に感じ今回の企画とした。

1.2 デザインコンセプト

（音を見て、音に触れ、音を聴く）

最近の若者の生活にはAV感覚、デジタル感覚が溶け込んでおり、車の中でも、ビジュアル製品を楽しむものと考えられる。今回のQD-550をはじめとする**bjō** Dシリーズに於いては、黒とシルバーの面対比による明確なハイコントラストデザインを基調に、全ての回転操作を排除し、それらを極力ソフトタッチの電子操作に置き換えることにより、デジタル感覚を満足させるフラットパネルデザインとしている。（図-1および表紙裏の写真参照）

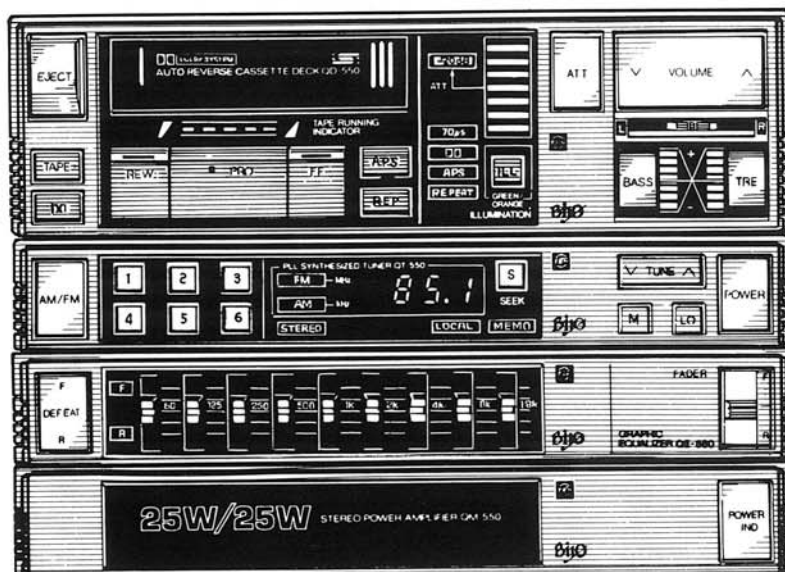


図-1 **bjō** Dシリーズ（QD-550）の外観図

Fig. 1 **bjō** D series (QD-550).

また車の照明とのコンビネーションを考え、また見る楽しみを高めるために2色に色変わりするイルミネーション機能を取り入れた。このイルミネーションは、セットの動作、非動作によっても自動的に切換わる。

視認性、操作性の向上の為に殆どどの操作ノブには照明を取り入れ、希望のノブの位置がすぐに確認出来、更にそれらの動作は集中ディスプレイにて表示する様にしている。使用頻度によるノブの色、形状の使い分けも積極的に取り入れ（図-2）、特にボリューム等の緑色の面照明は、操作性向上とイルミネーションの見栄えのマッチングに特に配慮した結果である。

以上、bjd D シリーズは音を見、音に触れ、良い音質で聞けることをテーマにデザインしており、これらのコンセプトによる商品作りが今回、大阪デザインセンターよりグッドデザイン商品として評価されたものである。次に同センターについてご紹介する。

2. 大阪デザインセンターについて

2.1 大阪デザインセンターの動向

よく知られている通産省のグッドデザイン制度、いわゆるGマーク制度は1959年より全国的なものとして確立、実施されている。それに関連し、東京に(財)日本産業デザイン振興会、金沢に石川県デザイン振興会が設立され、大阪には1960年10月大阪府、大阪市、大阪商工会議所によって(財)大阪デザインセンター（以下ODCと略す）が設立された。ODCは一般的消費者、産業界、デザイナーを対象にグッドデザイン商品の選定、展示をはじめ、デザイン研修教育、デザイン情報、

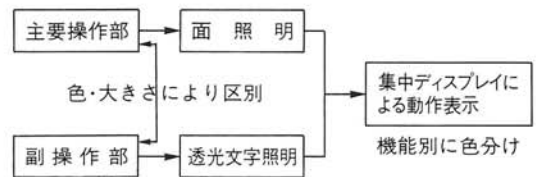


図-2 操作と表示の説明図

Fig. 2 Operations and display.

普及活動など、各種事業を通じてデザインの啓発と斯界の発展に寄与することを目的としている。

2.2 グッドデザイン商品選定について

ODCのメイン活動は、グッドデザイン商品の選定である。ODCでは、生産、流通、消費のそれぞれの面でよい商品が創られ、扱われ、使われるための指針として、雑貨・クラフト・パッケージデザイン、工業デザイン、住環境デザインの3部門に分け、デザイン専門家、学識経験者によって構成された審査委員会がグッドデザイン商品を審査選定している。選定された商品に対しては、選定証明書が交付され、さらには選定証紙の貼付やセンターマーク（図-3）を使用することにより、販売促進活動に利用できる。また選定された商品はODC内にある常設展示場に展示され、さらにはグッドデザイン展等により広く一般消費者に紹介される。



図-3 大阪デザインセンターのグッドデザインマーク

Fig. 3 Good design mark of Osaka Design Center.