

紹介

UDC 681.846.73 : 621.395.623 : 629.113

軽自動車向けカーオーディオシステム SP-3900, SB-0905

(通産省グッド・デザインの選定)

Car Audio System SP-3900, SB-0905

小林 成光⁽¹⁾ 太田 崇史⁽²⁾
Masamitsu Kobayashi Takashi Ota

要 旨

通産省グッドデザイン商品に、当社の製品が選定された。そこで本稿では通産省グッドデザイン制度と、特に従来になかったターゲットの絞り込みや、デザインが選定の大きな要因となった機種の開発背景、コンセプト、デザインなどについて紹介する。

Ministry of International Trade and Industry (MITI) of Japan established the good design product selection system ("G"-mark) in 1957 in order to spread good design products.

Products selected are totally good products, that is, not only outlook but also performance, serviceability and price are suitable.

In 1985, five of new models were selected as "G"mark products.

Here we introduce the "G"mark system briefly and an example of which design concept was the key to be selected.

(1) (2) 商品企画室

1. はじめに

通商産業省が実施しているグッドデザイン商品選定制度に昨年、当社は初めて応募し、シンセサイザーチューナ (QT-580)、電子グラフィックイコライザ (QE-580)、ステレオパワーアンプ (QM-580)、およびカセットカーステレオ (SP-3900)、フルレンジスピーカシステム (SB-0905) が選定された。そこでグッドデザイン商品選定制度について簡単に紹介するとともに、選定商品の中から特に、若いユーザをターゲットとした P-3900 と SSB-0905 について述べる。

2. グッドデザイン

2.1 グッドデザイン商品選定制度

通産省によって昭和32年から実施されており、より良いデザインを、より多くの人々に理解してもらうことを目的とした制度である。この場合の良いデザインとは単に外観だけでなく、機能、安全性、価格性、そしてアフターサービスなどの面から見ても良い商品のことであり、通産省では国民生活がより豊かになり、産業の創造的知識集約化の推進が一層図られることを期待しているという。

2.2 昭和60年度グッドデザイン商品選定概要

申請商品数4963点内、選定1390点であり、昨年度に比べそれぞれ4%、9%の増加率を示している。また申請企業数も903社中、選定410社と、それぞれ19%、18%の伸びを示し、グッドデザイン



図-1 Gマーク

Fig. 1 Gmark

(Gマーク)は消費者にも一層親しみ深いものになってきている。(図-1)

商品の選定にあたっては、まず第一次審査として形状、色彩、使用上の機能、安全性を含めた商品のデザイン性を検討し合格商品は性能検査、意匠の類似調査の第二次審査を経て、最終審査にかけられる。

以上が審査概要であるが、今回の選定商品の内カセットカーステレオ SP-3900、フルレンジスピーカ SB-0905 は特にその商品コンセプトが選定の大きな要因となった。以下にこれら二機種のコネプトおよび製品特長などについて述べる。

3. SP-3900, SB-0905の コンセプト

3.1 製品コンセプト

最近、軽自動車ブームという言葉をよく耳にする。技術とデザインの進歩によってファッションブルで性能も良く、とても昔の“軽”のイメージではない。価格も手頃なので若者にとっても、身近な自動車なのであろう。特に今は個性化の時代だと言われている。安価な自動車を購入し、いろいろなドレスアップパーツを使って自分のオリジナルの車にしたいとゆうく、そんな楽しみ方をする人も多いのではないだろうか。また女性ドライバーが多いことも軽自動車の大きな特徴である。

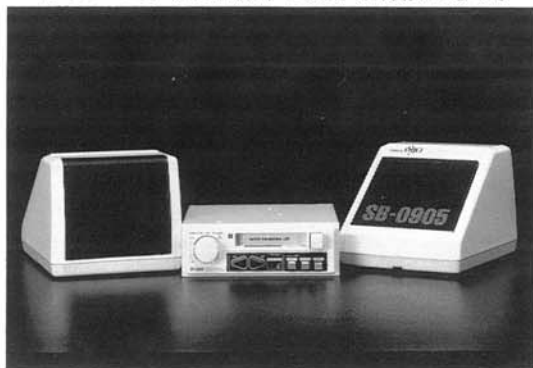


図-2 カセットカーステレオ (SP-3900) とフルレンジスピーカシステム (SB-0905)

Fig. 2 SP-3900 and SB-0905

このような時代背景を考え、我々は、軽自動車と女性ドライバを二つの大きなターゲットとして S P-3900, S B-0905の基本コンセプトとした。

(図-2)

先に述べた通り、カーオーディオ以外にも数多くのドレスアップパーツがあり、カーオーディオのみに多額の投資をする人は、減少傾向にある。そこで、できるだけ安価なシステムとすることも必要であった。

軽自動車の多くはリアトレイが無く、あったとしても強度不足の物がほとんどで、従来、スピーカの取付けは困難であった。S B-0905は軽量かつコンパクトであり、専用キットの用意によって取付けは簡便なものとなっている。

3. 2 デザイン

女性ドライバを意識したため S P-3900 のデザインはたいへん柔らかく味のあるものとした。本来、操作性を考えるならばボタン・ノブ類は柔らかく味がよかった方がよく、このことは特に女性ドライバのためとは言えないかもしれないが、機械を特に意識しない女性のほうが、受け入れ易いと思われる。結果として操作性の向上および安全性の高いものになった。

先に個性の時代だと書いたが、現実には流行や共通性は認められる。例えば自動車のボディカラーなどはホワイトが主流であり、すべてホワイト一色でまとめられたものがよく目に付く、各自動車メーカーも特別限定車としてこのような車を出している。

ホワイトは単に流行というだけでなく、基本的に日本人の好む色だと言われている。そこでリアウィンド越しに見えるスピーカ (S B-0905) も流行のホワイトとし、カセットカーステレオ (S P-3900)もカラーコーディネイトし、ホワイト系の色で統一した。ただここで懸念された車室内にあるカーステレオとボディカラーが同色もしくは

は単に、ユーザの嗜好色でよいのかということを確認するためにアンケート調査を行った。実際に自動車を運転している人にカーステレオの色について尋ねた結果、自分の好みに合う色が一番であり、車室内に合う色と答えた人は少数であった。また20代、30代、40代と、年齢の変化に従って色の嗜好が変化したことも興味深い。

色のことについてももう少し述べるなら、単体の色でなく、その組み合わせにも面白いことがある。

例えば、ボディが赤い車に白いアルミホイールという組み合わせは見かけるのだが、この逆の組み合わせはあまり見かけない。

S P-3900, S B-0905のような商品にも、もちろんいろいろな色の組み合わせが考えられるが、今回、アンケート調査で裏付けられたユーザの最も好む色を選択した。

グッドデザイン商品として選定されたこれらの製品は今の時代の一つの特徴的なニーズをうまく盛り込むことにより出来上がった製品であると考えている。

4. おわりに

今回グッドデザイン商品の選定を受けた経験から、十分検討された製品コンセプトは評価されることが立証された。グッドデザインの選定を受けることが目的でないことは当然ではあるが“良い商品”を世に送出すための大きな目安となることは確かであろう。

参考文献

- 1) 昭和60年度グッドデザイン商品選定審査概要 (財) 日本産業デザイン振興会

アンケート協力中津川テン株式会社