

AXIS

concepts on the horizon

2 February
2014
vol.167

Cover interview

寄藤文平

Bunpei Yorifuji



Feature

クルマは想像を加速させる!

Cars accelerate the imagination!

Listen to Japan's car industry!

A message from ifs Future Laboratory

日本のクルマ業界に届け！ ifs未来研究所からのメッセージ

100年先ではなく、10年くらい先の身近な未来を見据えて——2013年4月、伊藤忠ファッションシステムに設立された「ifs未来研究所」は、デザイナーやジャーナリストなど各メンバーの専門分野を生かして、近未来のライフスタイルを考えるシンクタンクだ。6名の所員が、東京モーターショー2013を切り口にして、未来のクルマを構想する。

Established in Itochu Fashion Systems in April 2013, ifs Future Laboratory is a think tank that utilizes the specialized fields of each of its members including designers and journalists to explore near-future lifestyles. Six members envision the future of cars based on the Tokyo Motor Show 2013.

構成・文／神吉弘邦

写真／広川智基

Composition and text by Hirokuni Kanki

Photos by Tomoki Hirokawa



写真左から、ファッションブランド「SOMARTA(ソマルタ)」ビジュアルクリエイションを手がける福井 武とクリエイティブディレクションを行う廣川玉枝、ifs未来研究所事務局を担当する編集者の澤田 忍、伊藤忠ファッションシステムでifs未来研究所を立ち上げた川島香子、IT分野で積極的な取材活動を展開する林 信行、「サカイデザインアソシエイツ」代表の酒井俊彦。多彩な一行が東京モーターショーを取材、翌日に六本木のAXISビルで座談会が収録された。

From the left, visual creator Takeshi Fukui and creative director Tamae Hirokawa of the fashion brand SOMARTA; editor Shinobu Sawada who is in charge of the secretariat at ifs Future Laboratory; Yoko Kawashima who launched ifs Future Laboratory at Itochu Fashion Systems; Nobuyuki Hayashi who is active in journalism in the IT field; and Sakai Design Associates representative Toshihiko Sakai. This group of diverse individuals visited the Tokyo Motor Show, and their round-table discussion was recorded at the AXIS Building on the following day.



個人レベルでクルマづくりに参入できる時代になると、
友達4人くらいでつくったクルマにモーターショーで人だかりができるのかも(酒井)

When the age arrives in which individuals can get together to make cars, there may be crowds of people surrounding a car made by a group of four friends or so at a motor show. (Sakai)

Listen to Japan's car industry!

—A message from ifs Future Laboratory

「軽」の制約が生んだ独創性

福井 モーターショーは提案の仕方が変わったと思います。1990年代はすごいコンセプトカーがあって、それを見てワクワクして「実際にいつ出るのかな」という話をしていたけど、そういう展示の割合が少なくなった。クルマ自体を見せることから、スマートフォンのアプリやUIも発展してきて「人がどう使うか」という見せ方に変わってきたな、と感じました。

廣川 各企業が未来を見据えて提案をし、まだ現実感がないものを見られるのが楽しいです。私はファッションデザイナーだから、いかに「人とブランドの個性を大事にするか」という視点で各メーカーを見ていました。

林 全体的に日本のメーカーを見て思ったのは、若い人に乗ってもらおうと媚を売っている感じ。そのなかで日産は媚を売りすぎず、実はちゃんと調査して効率などとは逆のベクトルながらも「クルマ好きの内輪の人たちでいちばん楽しいクルマ」を提案していた印象を受けました。

酒井 確かに、日産の「IDx」などは空力性能

は悪いと言っていたし。昔のクルマに似た懐かしいデザインを、若い人が「これがいい」と言うのは嬉しいですね。

川島 当時を知らない人もカッコいいと思えるというのは、本質的に良いということなのでしょうね。

福井 ただ、本来のコンセプトカーが掲げていた未来っぽいデザインもやっぱり見たい。ユーザーからの気持ちばかり聞いていると、デザインがとても小さなものになってしまう。

川島 本当はデザイナーはそんなにユーザーの言うことをいろいろ聞いて回るのではなく、本人がユーザー感覚を持っていればいだけなのですが、日本のカーデザイナーは置かれている立場が弱いのでしょうか。

林 結局、ジャガーなんかのほうが面白かったのは、カッコいい大人の世界を追求して、むしろ若者がそこに憧れるような像をつくっていたからですよ。

—軽自動車の人気は衰えませんか。

酒井 僕自身がホンダの「Nボックス」を買う

ことは絶対にはないだろうけど、あの情熱は買う。全部こなしているプロ意識に脱帽します。

林 今は軽のほうが出数も出る。買う人が多いほどつくる側のモチベーションも高い。「こういうふうにしてほしい」という情報も集まってくるのでしょね。デザインには「これこそ未来だ」という形を提示し、人々の関心を先導する役割と、多くの制約のなかでユーザーの課題をとことん解決し、満足度を高めていく役割の二通りがあるように思います。日本は後者が得意。

酒井 ホンダはビート後継の「S660」が、軽には見えなくてスゴかった。

福井 S660と同様、ダイハツの「コペン」をはじめ、走りを意識した2シーターの提案が以前に比べ多いと思うけど、軽自動車で2シーターを買う人はどのくらいいるんだろう。軽の税金が上がるとも言われているから、今までの軽自動車と売れ筋がちょっと変わるかもしれない。

川島 コペンの次期モデルを展示したダイハツは楽しかったですね。クルマを愛している感じが伝わってきて。

廣川 展示車両に合わせて、担当者のネクタイもグリーンとオレンジのストライプでした。

川島 そういうのは大事ですよ。彼らはクルマに夢を感じているのだと思う。

林 その余裕みたいなのところに、僕らも夢を見



カーメーカーは自分たちのクルマに自信を持って。自分たちがつくったものを自慢してほしいし、ちゃんと自分の言葉で説明してください！(川島)

I want car manufacturers to have confidence in their cars and be proud of what they make. (Kawashima)



たいな。

酒井 売れるかどうかは別として、机上の空論ではない感じ。コペンは売り方を考えればヒットすると思う。

川島 売るための場所も考えたほうがいいですね、せっかく可能性を感じるんですから。

廣川 とても可愛いし、楽しいし、わかりやすい。普段はクルマに乗らない私でも、小さいから運転できそう。外装が着せ替えられるのは、ちょっと楽しいと思いました。水玉柄もあったし。

今までにない楽しさを、特に女性は魅力に感じる人もいるのでは。ずっと愛着を持てるという意味では、スーパーエコカーかもしれない。

林 大量生産で皆が同じものを使う時代ではない。ひとりひとりが違ったものを持つことに発展したテクノロジーを生かすのは、これから大事になってきそうです。

澤田 軽だけどくべみたいなカッコ良さ、カスタマイズできる面白さ。みんな「軽」という制約があったから頑張ったんじゃないかなと思う。

廣川 でも、黄色のナンバープレートは国で変えてほしい！

澤田 黄色から黒にするだけでも全然イメージが違う。黒に黄色のナンバーってありますよね、あっちのほうがカッコいいのに。

酒井 ……あれは貨物ナンバーだよ(笑)。

廣川・澤田 えー、もったいない！

オリンピックを機に交通網は変わるか？

川島 トヨタの「JPN TAXI」は丁寧にやっている印象。日本のおもてなし、実現すると良いなと思った。まずステップが浅くて乗りやすい。車内も広くてシートが硬いから座りやすい。インテリアも変にラグジュアリーさはなくて好感が持てたんですが、外観がいかにせん良くない。

一同 (苦笑)

川島 色味は上品で綺麗なのに。「おもてなし」のタクシーにもかかわらず、何でこう、顔がいかつくなってしまうの？

酒井 そもそも最近のクルマの顔は、どうしてすべてコワモテなんだろうね。BMWはiシリーズで若干は丸くなったけれど。

—トヨタのシティコミューター「i-road」の試乗体験では、皆さん楽しそうでしたね。

酒井 とても楽しかった！ バイクは昔乗っていましたが、今は怖くて乗っていないんです。これなら勝手にバランスを取ってくれるから安心。若い人はバイクに乗ってほしいけど、僕の年代だと、安全で、昔と同じ楽しみを享受できるのは嬉しい。ふたりが乗れて、雨にも濡れない、簡単に駐車できる。このカテゴリーは増えてほしいな。

廣川 レバーもないし、ボタン操作なので簡単でした。転ばないし、楽しい。私、自動二輪の教

習所に通ったときは大変だったんですよ。S字クランクで倒れたら絶対に起こせないから(笑)。今はペーパードライバーです。

福井 バイクは冬に乗ると寒いし、雨のときにレインウェアを着るのかも悩む。転んだら怪我をするという心配が必ず出てくる。こうした乗り物は、バイクと融合していく感じですね。

川島 私はタイヤが可愛かったと思うな。

林 他のパーソナルビークルはお年寄りが荷物を運んだり、ゆっくり運転するイメージがあるけど、「i-road」はスポーティさがあるからみんな惹かれるんですね。実はスピードはそんなに出不い？

酒井 試乗では20km/hも出ていない感じだけど、傾くと楽しい。乗ってすぐ、直感で運転できる感じでした。

林 将来は「地方の高齢者がちょっと病院に行く」といった需要が絶対に増えるので、都市部よりも、意外に規制が緩い地域から普及していくと思います。

福井 イーモビリティが結構あるけど、日本のなかでインフラはどうなっているんだろう。ユーザーとして購入に至るまで不安がある。住所を入れたら近くの充電ステーションが検索できるようなアプリがあってもいいね。未来の交通網が2020年の東京オリンピックを契機に変わるという。

廣川 やっぱり専用レーンをつくってほしいで



自分は女性にしてはクルマが好きなほう。コンセプトカーを見るんだったら、
いっそ振り切っちゃったデザインのクルマが好きですね(廣川)

I'd rather see cars with outrageous design. (Hirokawa)

す。国にそうした遊び心があるといいのだけど。

林 今は道路自体に情報を持たせようという動きもありますね。道路のほうから交通情報をクルマに対して発信すれば、自然渋滞がなくなるという話もある。車間通信ができれば、より衝突が防げるという研究も進んでいます。

——自動運転の技術については、あるといいなと思いますか？

福井 僕はあまり興味がないです。自分で運転したいから全くいらないな。飲酒したいというときに、代わりをしてくれるならいいくらい。渋滞中の運転も自分で大丈夫。

酒井 でも、疲れているときもあるから、両方あるといい。

川島 自動化していくということは、将来は運転が趣味になっていくということかしら？

林 東京で可能性があるとするば、パーキングの省スペース化。自動運転だとドアのスペースを空ける必要がないから、ピタッと隣りとくっつけちゃっていい。出し入れは、鍵をピッと押せばクルマが勝手に出てくる。

廣川 私は「お願いします」という感じで嬉しい。事故さえ起こらなければ。でも、運転が好きな人には合わないんでしょうね。

林 ロボットカーは、いわば運転手がないタクシー状態。ある程度スピードを出しても事故が起きにくいという良い面もあるし、電車と

違ってドアトゥードアで移動できる。でも、クルマを所有する魅力には結びつきにくいです。

問われるのはカーメーカーの価値観

酒井 シェアリングが普及したら、カーメーカーのあり方が変わるでしょうね。シェアカーばかりになったら、クルマは公共交通機関になってしまう？

廣川 シティサイクルみたいな。この間、ジャカルタに行ったとき、広告付きのシティサイクルが街にバーッと並んでいましたが、こういうのは都会では便利なんだろうなと感じました。

林 パリやミラノは、これまでいつも地下鉄で移動していたので途中のお店や景色を見られなかった。シティサイクルが普及して人々が寄りたいたいお店に全部寄れるようになって、商売繁盛。街の風景まで変わってきています。

廣川 感情的な部分では、みんな愛車はやっぱり欲しいのかなと思う。ただ、今までみたいに「俺はこのクルマに乗ってるぜ」というクルマは減った気がします。

林 一部のメーカーは2年契約でサービスが付いてくる携帯電話的な販売モデルを考え始めていますね。アプリのようにサービスを利用することによって、月々何千円かでクルマが買えるビジネスモデルです。

酒井 そうなると、収益をどこで取るかが全く

変わっちゃうから、本当に今、大メーカーは普通にやっていたら潰れるという危機感を持ったほうがいい。例えば、僕は企業に入ってワークショップ形式で一緒に商品開発をしているのですが、彼らの言っていることは立派なんです。でも、出てくるデザインが「普通の人にはそう思わない」というものが多くて。言っているお題目と出てきたものの相関性がないのが問題。そんな勘違いを外すのが、最近の仕事になっています。

川島 デザインという1つの考えがシンプルなかたちでユーザーに伝われば理想的ですが、複雑化しているものが多いんですよね。それはクルマだけじゃなくて、服やどんなデザインにも言える。特に、複雑化しやすい大きいプロダクトほどそう。

——自分の言葉で説明してくれないメーカーがいくつかあったように思います。

川島 説明してくれた担当者が、そもそも「難しいです」と言ったのが気になりました。それではいけません、コンセプトはシンプルのほうがいいんです。

澤田 それは自社の製品を咀嚼しきれていない、腑に落ちていないということなのかしら。言葉が上滑りしていると、相手に伝わりづらいですよ。

酒井 こんな造形でよく型を抜いているなあ、



カッコいいとか、ハイテクそうとか、
視覚的にイメージが膨らむクルマが増えてもいいのでは？(福井)

It won't hurt to have more cars that expand our imagination visually. (Fukui)

という技術力の高さとクルマのカッコ良さに、本来は相関関係がないですからね。造形力はあるけど、思想的に弱い。素人にわからないコンセプトを出すのは、組織の問題なんだろうか。

——クルマ離れは肌で感じますか？

福井 いえ、自分が今のクルマに乗るようになって体感しているのが、みんなクルマに興味がないというのは嘘なんじゃないか、ということです。40年くらい前のクラシックカーなんですけど、街でよく話しかけられます。タクシーの運転手さんがわざわざブーッと停まって挨拶してきたり。小さい子も「お父さんあれ何？」なんて眺めている。やっぱり、特徴のあるデザインが「クルマって面白そうだな」と思わせるんですね。

廣川 とくどき街でクラシックカーが走っていると、年代を問わず「何だろう？」って見るし、写真を撮っている。今は魅力的なクルマが出ていないだけだと思うな。クラシックカーはその点、いろんなデザインがあるから。

酒井 代官山の蔦屋書店が、毎月第2週の日曜だったかな。早朝から店がオープンする10時くらいまでの間に「モーニングクルーズ」をやっているようです。早朝にスーパーカーがどこからともなくいっぱい現れる、都市伝説のような事態になっている。人気が出すぎて、参加を車種ごとに制限しているみたいです。

暮らしの中のクルマを一緒に考えたい

林 今のクルマの世界が面白いのは、すべてがリセットされている状態だから。スマートフォンとの単なる連係を超えて、むしろ、情報系は扱うのが大ごとになってきています。三菱の「GC-PHEV」では、まさに情報のテーブルみたいなものを搭載していましたよね。

澤田 未来のどの動きにも興味があるけれど、生活者目線で現実的なのはエネルギーの選択。どちらに社会が進むのかがわからないと、新しいクルマを買えない。次は本当にEVを買えばいいのか、水素なら水素ステーションがないとダメだし。そういうことが、もうちょっと見えてきてほしい。

福井 好きな形のクルマに乗り続けたい人も結構いるのに、ガソリンエンジンの税金が厳しくなっている。だからエンジンの換装サービスがあるといい。昔、英国のメーカーはバックヤードビルダーといって、各メーカーのものを組み合わせて独自の会社になった背景がある。EVもそういうことが起きるんじゃないですか？

酒井 すでに米国ではビンテージカーをEVに

する会社があって人気ですよ。ガワだけ昔のシボレーのEVとか。日本は厳しいけど、米国だったら部品を買ってきてちょっと頑張ればクルマをつくれる時代。今後はバッテリー供給会社のGSユアサやボッシュもクルマをつくるかもしれないし、タミヤ模型だって実車で参入してくれたりすると、楽しくなってきます。

川島 私はどうもクルマ好きの人たちが男性目線でやっている感じがどうしてもあるので、少し違うこともあるんです、という提案ができたらしいな(笑)。

福井 それなら男の子がほしいクルマをデザインした後、女の子がどんどん直していけばいい。

酒井 ああ、それはいいね！

川島 これから暮らしが変わっていくときに、変わることを変えないことがきっとあるはず。そういうことを一緒に考えながら、暮らしの中でクルマがどうなっていくか考えたらワクワクしそう。未来研はまだ活動を始めたばかりのグループで、いまだ運動のようなもの。企業にいる方々が楽しかったり、元気になったりする未来をつくっていけたらと思っていますので、ぜひ応援してください。④

Listen to Japan's car industry!

——A message from ifs Future Laboratory



仕組みやクルマのつくり方そのものがダイナミックに変わりそうな時代。
モーターショーのあり方も、自ずと変わらざるを得ないと思います(澤田)

We're in an age when the mechanisms and ways cars are made are changing dynamically, and the way motor shows are presented has to change with them. (Sawada)

Uniqueness born of restrictions on kei cars

Fukui: The way proposals are made at motor shows has changed. In the 1990s there were amazing concepts that fueled anticipation of actual production, but the ratio of such exhibits has declined. With the advancement of smartphone applications and UI, I feel the exhibit style has changed from showing the actual car to how "the user would use it."

Hirokawa: It's fun to see each manufacturer make proposals based on a future vision and behold something that's not yet realistic. Since I'm a fashion designer, I've been seeing motor shows from the perspective of "placing importance on the individuality of the user and brand."

Hayashi: My overall impression of Japanese manufacturers is that they seem to be fawning all over young people to get them to drive. Among them, I think Nissan wasn't excessive in that sense, and gave the impression they were proposing "the most exciting cars for hardcore car aficionados," even though thorough surveys suggested that direction might not be the most efficient.

Sakai: That's right. They said the aerodynamic performance of their models like IDx wasn't so good. I'm glad some young people like retro design that looks like cars in the old days.

Kawashima: If people who are unaware of those times think it's cool, then it's probably a good thing, essentially.

Fukui: But I'd also like to see the kind of futuristic design that the original concept cars used to envision. If they only listen to the sentiments of the users, the design will be very timid, I think.

Sakai: I myself would probably never buy Honda's N Box, but I'd buy their passion. Hat's off to their professionalism in trying to cover everything.

Fukui: There are more proposals for two-seaters with more emphasis on driving performance like the Honda S660 and Daihatsu Kopen compared to before, but I wonder how many people will buy two-seater kei cars? Since people are saying the kei car tax is going to rise, the line of kei cars that's selling well at present may change in the near future.

Kawashima: It was fun to see Daihatsu displaying the Kopen. It conveyed how much they love cars.

Hirokawa: It's cute, fun, and easy to understand. I don't usually drive, but I feel even I could drive it because it's small. I thought the changeable exterior was a little fun, as a polka dot pattern was also available. Women in particular, I think, will be attracted by that sort of fun, which they couldn't get before. It might also be super ecological in the sense the user might develop a long-term attachment.

Sawada: I think they made an extraordinary effort to realize the cool coupe-like appearance and the fun of customizability precisely because

of the restrictions imposed on the kei car.

Will the traffic network change in preparation for the Olympic Games?

Kawashima: I thought Toyota's JPN TAXI was designed with great care. It gave me hope Japan's slogan Omotenashi (hospitality) will be realized. Above all, it's easy to get into because the step is low. Its interior is also spacious and the seat is comfortable because it's adequately hard. The interior is nice because it's not overly luxurious, but I don't agree with the exterior at all.

All others: laughter

—Everybody here seemed to enjoy the demonstration ride on Toyota's commuter car i-road.

Sakai: It was a lot of fun. I used to ride a bike, but now I don't because I'm scared. But the i-road felt safe as it balances itself. I want young people to ride bikes, but at my age, it's fun to be able to experience the same excitement as before in a safe way. Two people can ride it, you won't get rained on, and it's easy to park. I want this category to expand.

Hayashi: Other personal vehicles project an image of an old person transporting something or driving slowly, but the i-road appeals to everybody because it looks sporty. Actually, it doesn't have much speed, right?

Sakai: The demonstration ride didn't even reach 20 km/h, I think, but it was fun when it leaned



新たなエネルギー源の登場に加え、車間通信や自動運転技術、
3Dプリンターを用いたラピッドプロトタイピングなど、
クルマを取り巻く環境は大きく変わってきている。
そういう意味でクルマをゼロからつくり直せる状態に期待したい(林)

The environment surrounding cars is changing drastically with inter-vehicular communication and autonomous driving technology, and rapid prototyping using the 3D printer, in addition to the introduction of the new power train. In that sense, I'm looking forward to when the car can be redeveloped from square one. (Hayashi)

over. I felt I could ride it right away just using my instincts.

Hayashi: As demand will definitely rise for transportation in rural areas—such as elderly people needing to go to a clinic—I think it will actually spread there where restrictions are relaxed rather than in the city.

Fukui: E-mobility is growing considerably, but what about its infrastructure in Japan? There's a certain degree of anxiety about making a purchase as a user. It would be nice to have an application that allows you to search for the nearest recharging station by inputting your address. The 2020 Olympic Games will be a good opportunity for Japan to transform its transportation network for the future.

—Do you think the autonomous driving technology will be a good thing to have?

Fukui: I'm not that interested in it.

Hayashi: If there's a potential for it in Tokyo, it would be conserving parking space. With autonomous driving, there's no need for space to open the door, so you can park them right next to each other. All you have to do to get in or out of the lot is to push a button on the key and it will come out by itself. That kind of robot car is like a taxi without the driver. It reduces accidents even at relatively high speed, and also allows door to door travel unlike the train. Having said all that, it's unlikely to be connected to the appeal of owning a car.

Listen to Japan's car industry!

—A message from ifs Future Laboratory

Manufacturers' sense of value is the key

Sakai: If car sharing increases, the direction of car manufacturers will change.

Hayashi: In Paris and Milan, I've always used the subway, so I couldn't really see the shops and scenery on the way, but now that the city cycle has become widespread, people can stop by all the shops they want, and the shops are booming. Even the scenery is changing.

Hirokawa: On an emotional level, I think everybody wants to own a car. However, I think cars that really appeal to us and make us say, "Hey, I'm driving this car!" have decreased.

Hayashi: Some manufacturers have started to consider sales models similar to cellphones that come with two-year contract services. By using the service like applications, you can eventually own the car for several thousand yen a month.

Sakai: When that happens, the point when revenue can be collected will change completely, so really big manufacturers should have a sense of crisis of going under if they carry on with business in the normal way.

Putting our heads together to think about the car in daily living

Hayashi: The world of cars is interesting today because everything is being reset. It will be a huge task to handle information related aspects when makers go beyond simple linkups with the smartphone. Mitsubishi's GC-PHEV has something like an information table mounted inside.

Sawada: I'm interested in future movements, but a more realistic concern from the viewpoint of the general consumer is the form of energy society will select. We can't buy a new car until we know in which direction society will head. Should we really buy an EV next? If society goes with the hydrogen car, we will need hydrogen stations. I hope those things will become more visible soon.

Kawashima: As our daily living changes from now on, some things will remain the same. It will be exciting to put our heads together and think about how the car will change in our daily lives. Since our "ifs Future Laboratory" has just begun, it's still like we are in training. As we hope to create a future that excites and energizes people in corporations, please cheer us on. ②