

ブランド価値を創造する 日立デジタル家電のデザイン

Hitachi's Design Policy of Digital Consumer Electronics for Creating Higher Brand Values

八重沢昌弘 Masahiro Yaezawa
池田 稔 Minoru Ikeda

古井 眞樹 Masaki Furui
山本 俊 Takashi Yamamoto

村井 龍生 Tatsuo Murai



「日立ブランド」のイメージアップを担うデジタル家電製品とデザイン施策

日立グループのデジタル家電分野では、「Wood(ウー)」と「Prius(プリウス)」の各製品ブランドに対して、「グローバル(グローバルとローカルを複合した語)デザイン」、「ユニバーサルデザイン」、「統合型インターフェースデザイン」というデザイン施策によってイメージアップに貢献している。

デジタル家電において、ユーザーがデザインに期待するものは、形状や色彩だけではなく、機能そのものや使い勝手、さらにはコンセプトなど、その商品の広い範囲にまで及んでおり、選択眼は、ますます厳しくなっていくと思われる。デザインの役割は、ユーザーの「要求を満足する」だけでなく、「潜在ニーズを呼び起こす」といったことにまで広がり、このようなニーズに応えられる製品を創出することが、デザインにおける今後の課題となっている。

日立グループは、企業理念に基づいた「日立デザイン」

の指標を策定している。デジタル家電分野では、その指標を踏まえて「Cool Impact×Real Quality」というデザインコンセプトを設定し、時代とともに変化するユーザーニーズを的確にとらえた製品価値と、ブランドイメージのいっそうの向上を目指し、「グローバルデザイン(グローバルとローカルを複合した語)」、「ユニバーサルデザイン」、「統合型インターフェースデザイン」といった新しいデザインアプローチを取り入れるとともに、先行デザイン開発によって早期に製品のイメージを具現化している。

1 はじめに

ファッションや自動車、生活雑貨品に至るまで、製品によって差はあるものの、デザインへの関心は高まる傾向にある。

すでに生活必需品となっているテレビやパソコンなどのデジタル家電でも、デザインへのユーザーの関心度は高

い。現在、デザインは製品価値の重要な要素としてとらえられており、色や形などの外観の美しさだけでなく、使い勝手やコンセプトなどを含めた、幅広いとらえ方をユーザーも多い(図1参照)。

ここでは、FPD(Flat Panel Display)テレビとDVD(Digital Versatile Disc)レコーダのデザイン開発事例を通して、「日立デザイン」の現状について述べる。

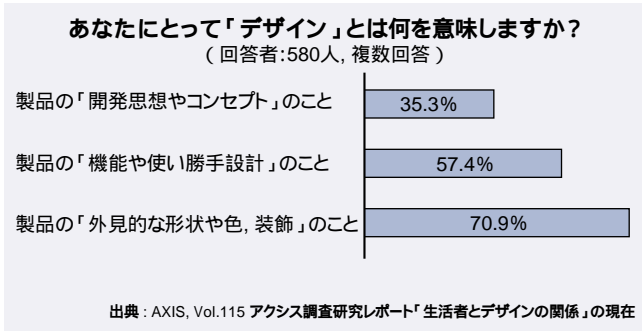


図1 ユーザーが抱くデザインの意味
ユーザーは、デザインについて、形状や色だけではなく、機能や使い勝手やコンセプトなど、製品の本質的価値を意味すると感じている。

2 デジタル家電が目指すデザイン指標と施策

2.1 デザイン指標

日立グループは、「グループの総合力をもって、よりよい社会を目指す。」という企業理念に基づいた「日立デザイン」の指標を策定している。デジタル家電分野では、さらに、「Cool Impact×Real Quality」というデザインコンセプトを設定している。これは、「出会った瞬間に人を魅了し、実際に使いたすと品質の高さを感じてもらえる」ことを意図している。外観の美しさはもとより、「使い心地」などまで含めた製品価値を創造することがデザインの役割であると考え(図2参照)。

2.2 デザイン施策

ユーザーは製品を通して企業の姿勢をとらえ、それがブランドイメージに結び付いている。したがって、製品価値の重要な要素であるデザインをどのような方向で行うかは、ブランドイメージに大きな影響を及ぼす。また、デザインを推進するうえで考慮しておかなければならない社会的な環境変化として、(1)大衆から分衆への移行、(2)

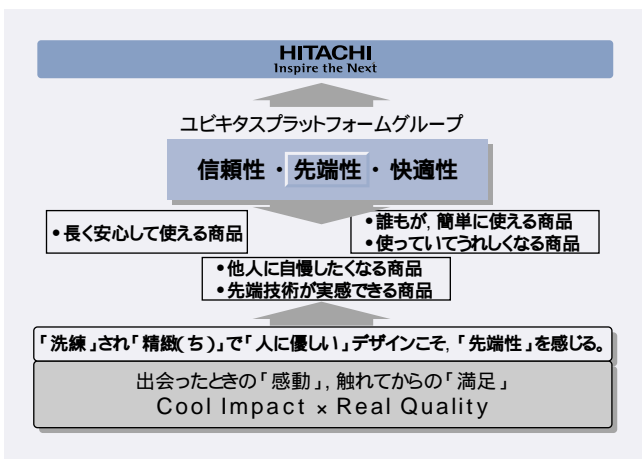


図2 デジタル家電分野のデザイン指標
デジタル家電分野では、ユビキタスプラットフォームグループのデザイン理念(信頼性, 先端性, 快適性)に加えて、「Cool Impact×Real Quality」の指標を設定し、感動と満足を提供できる製品デザインを目指している。

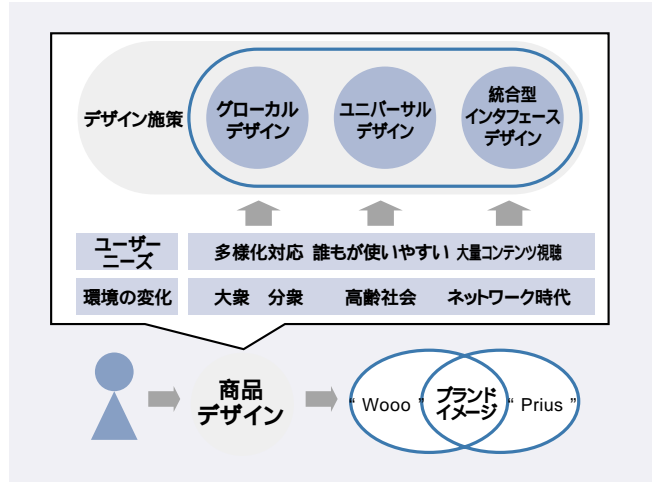


図3 デジタル家電分野のデザイン施策
ブランドイメージ向上の一端を担うデザインでは、社会のニーズに「グローバル」、「ユニバーサル」、および「統合型インタフェース」の各デザイン施策で対応している。

高齢社会、および(3)ネットワーク環境の整備があげられる。これら環境の変化に伴う市場ニーズとして、(1)多様な価値観への対応、(2)高齢者や障害者を含め、誰もが使いやすい操作、(3)大量のコンテンツをいつでもどこでも楽しめる生活といったことが考えられる。デザイン開発では、この環境変化に対応して「グローバルデザイン」、「ユニバーサルデザイン」、「統合型インタフェースデザイン」というアプローチを行い、市場ニーズに応えられるデザインを目指している(図3参照)。

3 市場ニーズとブランド価値へのアプローチ

3.1 多様化する市場に対応した「グローバルデザイン」

骨格となる基本デザインを可能なかぎり統一して、部分的にパーツの仕様を替えることにより、地域やルートの多様なニーズに応えることが、グローバルデザインの基本的な考え方である。その手法の一つとして、製品の第一



図4 グローバルデザインの概要
基本デザインに「レイヤード(階層化)デザイン」を取り入れることにより、高い外観品質と多様化するニーズへの対応を実現している。

印象を決定づける重要な要素である「色彩・素材感」に着目した「レイヤード階層化デザイン」を開発した。

ガラスやアクリルといった透明素材は、その背面処理によってさまざまに表情を変える。また、半透明な色彩を用いた塗装や印刷の表現は、製品の外観に変化に富んだ表情を与えることができる。このようなデザイン手法を用い、「深み」や「味わい」といった数値ではとらえにくいデザイン価値を製品に与えることにより、外観品質を高めると同時に、多様な製品展開を可能にした(図4参照)。

3.2 誰もが使いやすい「ユニバーサルデザイン」

最近のデジタルテレビやデジタルレコーダでは、多種多様なサービスへの対応と多機能化が進むことによる操作の難しさや、表示のわかりにくさなどが課題となっている。この解決策として、今後ますます重要になるのがユニバーサルデザインである。ユニバーサルデザインの視点には、(1)誰にでも公平に利用できる、(2)必要な情報が簡単に直感的に理解できる、(3)身体的な負担が少ないなどの考え方がある。

「ダイヤルを回す」、「ボタンを押す」といった日常的な動作を取り入れた操作や、多くの情報を一度に閲覧でき、かつ見やすさを損なわないGUI(Graphical User Interface)など、健常者だけでなく、障害者にとっての使いやすさも大きなテーマである。

したがって、創出した案が幅広いユーザーに役立つ確なものかどうか、プロトタイプを用いたユーザーによる客観評価を行うことにより、製品化へとつなげている(図5参照)。

3.3 ネットワーク時代に向けた「統合型インターフェースデザイン」

家庭内の機器がつながるホームネットワーク生活には大きな二つの課題がある。一つは、蓄積された多種大量のコンテンツの中から、欲しいコンテンツにいかにか快適



図5 ユーザーの実使用評価のためのプロトタイプ案の例
さまざまな考え方の製品案をプロトタイプ化して、高齢者や障害者を含むユーザーの使用評価を製品仕様に反映している。



図6 ネットワーク環境での直感的なインターフェース案の例
情報が収納されている「情報庫」をビジュアル化したGUI(Graphical User Interface)の検索画面を(a)に、画面操作のスピードを向上させた「マウスリモコン」を(b)にそれぞれ示す。

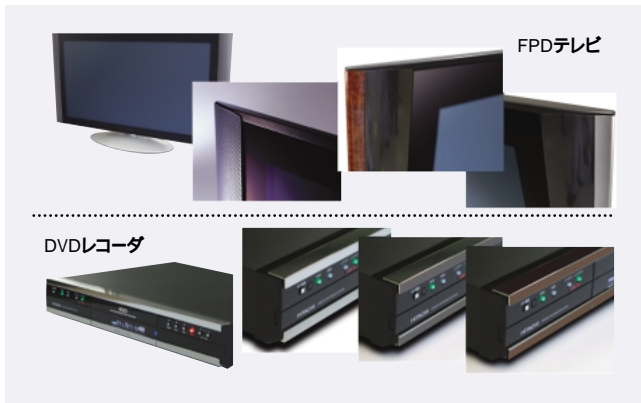
にたどり着くことができるかということであり、もう一つは、テレビやパソコン、レコーダなど、機器によって異なる操作環境をいかに混乱することなく使うことができるかである。このような課題が想定されるホームネットワーク向けのインターフェースとして、各機器の操作の共通部分(録画・選局・視聴など)を統合することにより、ストレスの少ない操作を実現し、操作の「楽しさ」を想起するインターフェースの開発に取り組んでいる。

プロトタイプには、通常のリモコン機能だけでなく、画面上の操作スピードの向上を図り、パソコンと同様にマウスで操作ができる「マウスリモコン」(図6(b)参照)を備えているものである。また、GUIの検索画面(図6(a)参照)は、蓄積されたコンテンツを「引き出し」としてイメージした「情報庫」に収納し、ユーザーが直感的にわかりやすくコンテンツを探せるようにしたものである。これらのプロトタイプでは、ユーザーが日常的に慣れ親しんだ操作感を取り入れた「直感的インターフェース」を目指している。

4 製品展開

4.1 ワールドワイド市場に対応した外観デザイン

世界市場を持つFPDテレビやDVDレコーダは、外観の仕上げや品質感への十分な配慮に加え、グローバルにも、ローカルにも対応できるデザインが課題となっている。2005年8月に発売したFPDテレビ「8000シリーズ」では、テレビの主要素であるスピーカグリル部にバリエーション機能を持たせ、外観全体には大幅な仕様変更を施すことなく、地域ごとのニーズに対応できるようにした。また、同年発売のDVDレコーダでも、外観の特徴である上下の飾り部品の仕様替えにより、各種の要求に対応することができる(図7参照)。



注:略語説明 FPD(Flat Panel Display),DVD(Digital Versatile Disc)

図7 FPDテレビとDVDレコーダのニーズ別外觀例

FPDテレビ 8000シリーズと、地上・BS(衛星放送)・110度CS(通信衛星)デジタルチューナを搭載したDVDレコーダの部品変更による効果的なバリエーション展開を示す。

4.2 幅広いユーザーに受け入れられる インタフェース

FPDテレビやDVDレコーダのインタフェース開発では、ユーザーによる実使用テストなどの結果を踏まえて仕様を策定している。録画や詳細設定などの面倒な操作をテレビ画面上で行えるようにし、選局など使用頻度の高い基本操作はリモコンに集約している。さらに、ボタンを大型化するとともに、文字とボタンの色のコントラストに大きな差をつけることによって見やすさの向上を図っている。また、高齢者や指が不自由なユーザーの操作を考慮し、リモコン本体の下部にストラップが取り付けられるようにしている。これにより、操作中に誤って手からリモコンが離れても落下しないように配慮した。

GUIについては、画面上のボタン・アイコン・文字などは、視認性を配慮して、従来に比べさらに大きく表示した。また、メニュー画面や番組表などでは、選択した表示エリアと文字サイズを同時に拡大し、さらに色を変化させることで、一目で操作状態がわかるようなデザインとしている(図8参照)。

5 おわりに

ここでは、FPDテレビとDVDレコーダの事例を通して、デジタル家電における「日立デザイン」の考え方と、活動内容について述べた。

ユーザーは、その製品がユーザー自身にどのような価値を提供してくれるのか、また、自身の生活にどのようにかかわるかを製品選択の判断基準にしている。このように、ユーザーが満足する製品価値を提供するためには、これまで以上に市場の流れを的確にとらえ、早い時点で具体的にプロトタイプ化し、検証していくことが重要である。さらに、ユーザーの潜在ニーズそのものを呼び起こ



図8 FPDテレビのリモコンとGUIの例

ボタンや文字の大型化や選択エリアの表示拡大など、ユーザーに見やすわかりやすいインタフェースを提供するFPDテレビのリモコンとGUIの例を示す。

すような製品を提案することが、デザインに課せられた今後の大きな課題と言える。

日立グループは、これからも、グループの総合力を生かした研究開発や検証を進め、市場ニーズに応える「日立デザイン」製品を提案していく考えである。

執筆者紹介



八重沢昌弘

1975年日立製作所入社、ユビキタスプラットフォームグループデザイン企画部 所属
現在、デジタル家電製品のデザイン企画に従事
E-mail:masahiro.yaezawa.uh@hitachi.com



池田 稔

1987年日立製作所入社、デザイン本部 ホームソリューションデザイン部 所属
現在、デジタル家電製品のデザイン開発に従事
E-mail:ikedas@design.hitachi.co.jp



古井 眞樹

1987年日立製作所入社、デザイン本部 ホームソリューションデザイン部 所属
現在、デジタル家電製品のユーザー インタフェース デザイン開発に従事
E-mail:m-furui@design.hitachi.co.jp



山本 俊

1986年日立製作所入社、デザイン本部 ホームソリューションデザイン部 所属
現在、デジタル家電製品のデザイン開発に従事
E-mail:t-yamamoto@design.hitachi.co.jp



村井 龍生

1989年日立製作所入社、ユビキタスプラットフォームグループデザイン企画部兼広告部 所属
現在、デジタル家電製品のデザイン企画および広告業務に従事
E-mail:tatsuo.murai.hg@hitachi.com