

「For All」から「TO YOU」へ： 個人に寄り添う

From “For All” to “TO YOU”: Being Close to Individual

TOYOTA トヨタ自動車株式会社
TOYOTA MOTOR CORPORATION

第17回 企業インタビュー

The 17th Interview
with a Corporation

◆インタビューアー

本間洋充

川澄未来子

— 編集委員 —

本間洋充

渡邊千穂

五十嵐崇訓

土居元紀



今回の企業インタビューは、自動車業界のみならず日本経済全体を牽引する、トヨタ自動車株式会社です。国内と海外拠点あわせて110余名のカラーデザイナーを統括する、カラー&感性デザイン部長の金丸克司氏と、同部の橋本麻美氏を訪ねました。

トヨタ自動車本社の技術本館内にあるカラー&感性デザイン部では、クルマの内外装色・マテリアル・表面処理といった従来の色彩と触感に関する開発業務に加え、車内の音・光・香りといったモビリティ体験にまつわる感性デザインの研究開発も行われています。

入社11年目の橋本氏は、これまでレクサスCT、トヨタCH-R、プリウス等を担当し、Toyota Europe Design Developmentに出向後、現在はレクサス・カラーグループで車種開発を担当されています。金丸部長には第5回アジア色彩学会（ACA 2019 Nagoya）¹⁾でも基調講演をいただき、²⁾「構造発色」を用いた画期的な自動車外板塗装²⁾等をご紹介いただきました。今回も、ジャパンモビリティショー（JMS 2025）³⁾で話題をさらったコンセプトカーの開発秘話をはじめ、クルマのデザインに関する大変興味深いお話や、カラーデザイナーとしての想いを伺うことができました。

1. JMS コンセプトカーの「狙い」

Q 早速ですが JMS 2025, 拝見して参りました。センチュリーのコンセプトカーに数十分待ちの長蛇の列ができていましたね。ショーファーカーらしからぬ斬新なクーペデザインもさることながら、目にも鮮やかなオレンジ色のボディカラーが印象的でした。

金丸:ありがとうございます。あれは「緋色 (HIRO)」と言います。太陽・鳳凰・不死鳥 (フェニックス) からの連想で、火 (緋) の色、再起の色 (フェニックスは炎となって復活することから) であり、また、すべてのエネルギーの源となる、太陽のフレアの色です。あまり詳しくは申し上げられませんが、60 層ほどの塗り重ねである色合いが出ています。量産ラインでは無理な工程でも、トヨタのトップブランドのコンセプトカーということで、やってみました。



センチュリーコンセプト

Q レクサスブランドのブースにも、個性的な車両が展示されていました。

金丸: 6 輪ワンボックス・スタイルになった LS コンセプトですね。後輪に小径ホイール 4 本という変則レイアウトを採用したことにより、車室が低床フラットになり床面積も増え、新たな車内空間を生み出しています。このクルマ、実は内装もすごく凝っているんですよ。

橋本: LS はこれまでレクサスブランドの最高級ラグジュアリー・セダンと位置づけられていましたが、今回、LS コンセプトの S はスペース、と定義づけていて、ラグジュアリー・スペース、車内空間自体の贅沢な居心地の良さをしっかりと表現したいと思いました。シート地にはウール織を使用していますが、シー

トの形状がすっきりしているので、ファブリックやその他の CMF もそれに沿って、全体にすっきり目にコーディネートしています。

Q なるほど、CMF (Color, Material, Finish) です。内装のカラーに関しては、何か工夫されたことがありますか？

橋本: 高級車って豪華で華やかなイメージがあると思うのですが、今回は車内空間全体の居心地の良さを狙って、落ち着いたナチュラルカラーにしています。シートサイドは天然木で、これは三次曲面を表現する高い曲げ技術を持つ山形県の天童木工さんで作っていただきました。ただ、おもてなし車両という側面もありますので、後部座席のゲストが目にする部分には少し華やかさを取り入れて、漆塗りで表現したりもしています。トヨタがもともと織機から始まったということもあり、シートのウール織にもこだわって、上質な毛織物産地として有名な愛知県一宮市で作っていただきました。メイド・イン・ジャパンといった部分も、しっかりアピールしていきたいと思っています。

金丸: 車室の側面のところ、気がつかれましたか？これ、竹なんですよ。レクサスでは竹をシグネチャー・マテリアルとして使っていこうと決めています。日本ならではの素材ということもありますが、各地で起きている放置竹林による竹害問題に貢献できないかと。放置せず何かに使っていくことが重要なので、レクサスはその責任の一端を担って竹を使っていけないか、というところです。



レクサス LS コンセプト

Q 今まで自動車に竹材という発想はなかったんじゃないですか？

金丸: いや、レクサスでは以前から竹に注目して、突板に竹材を使ったりはしていたんですよ。それをシグ

ネチャー・マテリアルにしようと、内装材以外にも様々なかたちで活用できないか開発中です。

橋本：先ほどのシートサイドの木材にも杉を使用しました。軟らかくてちょっと扱い難いデメリットがありますが、これも森林のメンテナンスが疎かになって土砂災害等の問題が起きている中で、しっかり循環させていかなければという想いがあるからです。「We innovate to preserve」、持続可能なマテリアルと環境に配慮したものづくり、というレクサスのサステナブル・ビジョンに基づいています。

2. 日本的な色、時間を映す色

Q トヨタの企業姿勢が伝わるお話ですね。「日本ならではの」というキーワードが出ましたが、いわゆる日本的な色について、何かお考えがありますか？

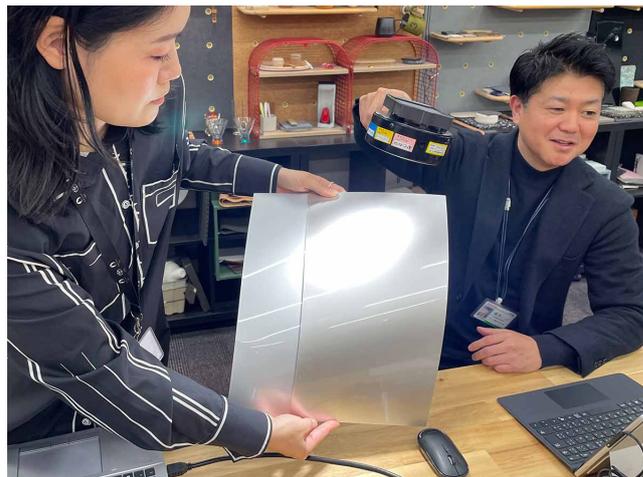
金丸：やはり日本の会社なので、日本的なイメージの色を、使えるところでは使います。特にクラウンであるとか、日本を押し出したほうが海外の方に喜ばれる車種もあって、そういう時は武器にします。ただ、敢えて日本にこだわったカラーパレットを作ろうとかいった発想はなくて、トヨタブランドはグローバルで売っていかねばならないので、日本的なものを押す車種と、もっと幅広くアピールすべき車種とがあります。一方、レクサスに関しては、ブランドの特長として日本というところをしっかりと押し出したいと思っています。ただし、直接その日本的な色を用いるのではなく、しっかりとストーリーを立てて戦略的にやるという感じですね。

Q ストーリー、ですか。

金丸：たとえばこれ、「銀影ラスター (GIN-EI LUSTER)」といって、現行のレクサスLSに採用されています。左は通常のシルバーです。

Q 肌理が違いますね。キラキラしたメタリックのフレックが見えない。

金丸：表現としてはメッキに近い質感になります。特殊な塗装技術を用いたシルバーで、月明かりが映し出す光と影のコントラストを表現しています。外板塗装だけでなく、内装の西陣織と白銀箔を刻々と表情を変える波の揺らぎに見立てて、トータルコーディネート



通常のシルバー（左）と銀影ラスター（右）

として「月の道」の情景がコンセプトになっています。夜、のんびり、浮かぶような、そんな情景。

Q そうした語りやメッセージの部分が、カラーデザインの背景にあるストーリーということですね。

金丸：そうですね。あとレクサスに関しては「TIME」ですね。「Time in Design」というデザイン思想。日本にはやっぱり四季もあって、時間の移ろいというものすごく大事にしています。

橋本：日が沈む時、昇る時、全部名前がついていますよね。昔からある地元の遺産とか職人さんの技を継承して今に繋いでいたりとか、そういうところに魅力や価値があるのかなと。日本の色そのものというよりは、そうした考え方、日本の時間の移ろいを消化し、自然と深く結びつけながら、その美しさを引き立てていきたいと思っています。さらにそこに、レクサスらしいチャレンジングな技術をいかに盛り込んでアピールできるか。

JMS 2025 のレクサス・ブースに並べられていた4台、あれも実は、若竹から竹の葉、時間をかけて成熟した深みのある竹色を表現した、一連のカラーラインナップなんです。

金丸：竹も成長する過程で色が変わっていきます。その時間のレンジを、色で表せないかっていう試みですね。



取材に応じる金丸氏（左）と本間編集委員（右）

あれ、バンブーカラーだったんですね。会場で実際に見て、見る方向で若干青味がかったりウォームだったり、表現が難しい色だなと感じましたが、それぞれが自然の光景に溶け合う、素敵な4色だと思います。「レクサスらしいチャレンジ」という言葉が出てきましたね。

金丸：ええ、レクサスは、トヨタの中ではラグジュアリーであると同時に、常にチャレンジし続けるブランドなんです。先ほどご覧いただいた銀影ラスターも、技術的にかなりの挑戦をしているんですよ。

橋本：ソニック工法と言いまして、基本はシンプルな工程ですが、何がすごいかというと2コート目に蒸着アルミを使用して、その厚みが1ミクロンなんです。通常は13ミクロンくらいになるのですが、そこを一気に1ミクロンまで持っていくことによってアルミフレークが平滑になり、しっかりと陰影ができる。ちょっと未来っぽい表現ができるようになります。アルミ素材自体も特別なものを使うことによって、よりこの表情を際立たせています。

金丸：昔からクルマの塗装って、金属質感が強ければ強いほどカッコいいというのがあると思うんですよ。レクサスではその表現を極限まで追求したいという想いがずっとあって、ただモーターショーでは出せてもなかなか製品化できない。サプライヤーさんと一緒になって、何十年もかけてようやく辿り着いた、現時点での究極の金属質感がここですね。

アルミの塊から削り出したような滑らかな質感と、表情のある陰影ですね。銀影ラスターというネーミングも素敵ですが、色名は誰が考

るんですか？

金丸：だいたいのは作った本人が提案します。それをみんなでああでもないこうでもないで、でも作った本人の元々のイメージがありますし、レクサスの場合は、最後はストーリー、語れるストーリーがあるか、みたいなところで決めることが多いですね。



レクサス LS GIN-EI LUSTER

3. カラーデザイナーの流儀

金丸さんがデザインをするうえで、フォルムとカラーとではどちらが先ですか？先に形ができて最後に色なのか、それとも同時だったりするのか。

金丸：今は昔と比べると、同時になってきています。場合によってはカラーのほうが早い場合もあります。目標の色が先にできるということじゃなくて、世界観ですね。こういうテイストにしたいっていうコンセプトがあって、そのあたりはカラーデザイナーが強いんですよ。形を見ているデザイナーたちは最初に形重視のイメージ写真をいっぱい集めるんですけど、それってカタチのスタディなんです。僕らは、ターゲットのライフスタイルだったり、その人たちが行きそうな場所だったり、いろんなことを想定してイメージ・コラージュを作って、それが結局デザイン全体としての到達目標になるわけです。カラーデザイナーが作った、色を含めたイメージのテイストがイイねってなると、じゃあそのテイストを目掛けて形も作っていかうかと。

最近の流れだとこの話題は避けて通れないかと思いますが、AIってどう使われていますか？

金丸：AIにいろいろとアイデアを出させることはありますね。自分たちが気づかない何かが出てくる時も

あるんですよね。なんですけど、よく見るとやっぱり理にかなっていないというか、本当に言葉通りのものが出てくるので、感情だとか直感、トレンドのノウハウであるとか、その辺りが全部重ならないとコーディネーションとしてはできないですよ。いろんなバリエーションのアイデアを掘りたい時のツールとしては使えるなと思います。でもやっぱり、最終的にはモノじゃないとわかんない。だからクレイモデルはずっと作り続けますよ。

今はCGの技術もすごく向上してきていて、6メートルくらいの幅のモニターがあるんですけど、クルマの実寸サイズでどんな色でも作れちゃうんです。だから、モノを作らなくてもその中で大体のジャッジはできてしまう。ターンさせてみたりだとか、実際の光景の中で走行させてみたりだとかも、CGなら意外と簡単にできてしまう。でもそれってやっぱり映像の中でのことなので、実物は全然違うんですよ。そこはこだわってやっていかないといけないなと思っています。

4. もういちど愛車になれる色

Q 橋本さんがカラーデザイナーになったきっかけと、これまでにされたお仕事で印象深かったものを教えてください。

橋本: 私、デザイナーになりたいって思ったの、小学校の時なんですよ。何かを作ったりして、それを友達にあげて喜んでもらえたりとか、そういうのがきっかけでした。あと幼馴染のお父さんがゲーム会社で有名なキャラクターのデザインに携わっていて、それでインハウス・デザインというのを知り、美術大学に進学しました。なかでもカラーデザインの道を選んだのは、世界観や個性を一番しっかり表現できる現場だと思ったからです。

これまでに印象深かった仕事として、こちらのプリウスをご紹介します。

Q 辛子色！この色好きです、街で見てもすごく気になっていました。今回のプリウスはなかなか攻めていますよね。

橋本: ありがとうございます。まさしく色名は「マスタード (MUSTARD)」。今までのプリウスはエコカーのイメージだったと思います。ハイブリッドカーが世界中に行き渡り他企業さんもやられていて、じゃあもうプリウス必要ないんじゃないみたいな話が出る中



トヨタプリウス ASH & MUSTARD

で、そうじゃなくて、お客様にファンになってもらえる、一目惚れしてもらえるクルマに変えていこうと。サイドから見ていただくとすっきりとしたフォルムになっていて、スポーツカーじゃないけどスポーティ、お客様の手が届くレンジだけどカッコいい、というところを狙っていきました。

その時、外板色をどうするかとなると、金属感を出すよりは、この綺麗なフォルムをしっかりとカラーでも表現していきたい、というのを外形デザインと私のほうで議論して、形と色とをマッチさせるということで、ソリッドライクに行きつきました。ぱっと見ソリッドでメタルは入っていないけど、ちょっとだけキラッと感を入れることによって少し陰感が出て、リヤフェンダーの張りとか丸いボリューム感をこの光の揺らぎで見せています。これをメタリックでやると、しっかり見えすぎちゃうんです。その辺りのバランスを取りながら外反射する細かい粒子を入れていくんですが、上質さみたいな部分、色味もストレートなイエローではなく少し落ち着いたところを狙っていきたくて、このマスタード色に至るまでに、サブライヤーさんとは本当に何度もやりとりをしました。

もう1色は「アッシュ (ASH)」で、こちらもスポーティではあるのですが、少し「洒落感」といいますか、光が当たるとハイライトの部分に色変化が出て、張りのあるところにサッとウォームな色味が入ってきたりするんですよね。ほんの少し青味寄りのグレーにイエロー系のマイカが入っていて、それだけだと全体にグリーン方向になってしまうので、反対色寄りの補正を入れて一番じっくりくるバランスに調整しています。マスタードは一目見てスポーティ、アッシュは所有するお洒落感を感じさせる表現を狙いました。



アッシュ (左) とマスタード (右)

Q どちらの色も素敵ですね。ペツタンコに寝た A ビラーや、重心が後ろに引っ張られたフォルムとも相まって、とてもスポーティに感じます。

金丸：社内の会議で、プリウスはコモディティ⁴⁾として社会に普及させていくべきじゃないかという議論があったのですが、デザイン部からは、プリウスはまだまだこれからもお客様の「愛車」になれる！という想いで提案をしました。どうしたら愛車になれるか、そこは、本当にクルマが好きな人たちに、もう一度ハイブリッドの走る楽しさを体験してもらいたい、そういうメッセージを込めて、スポーティな方向へ振っていったんです。

Q このカラーとデザインには、そんな熱いメッセージが込められていたんですね。最後に、日本色彩学会の会員に向けてメッセージをお願いします。

橋本：そうですね、街の中にいろいろなクルマが走っていると思うのですが、少しでも目を向けていただい

て、自分のお気に入りの色を探していただけると嬉しいな、と思います。私たちも一人でも多くの方に「やっぱりこの色いいな」って思ってもらえるよう頑張っていますので、よろしくお願いいたします。

金丸：僕もいろいろ考えたんですけど、「TO YOU」っていうスローガンがあって、誰かひとりの「あなた目掛けて」ということなんですけど、自分たちの商品が好きになっていただくには、やはり愛着を持ってもらうということがすごく大事だと思うんです。愛着を持っていただく要素として、カラーデザインって重要なんじゃないかと、そこが僕たちの誇るべきところ、プライドを持ってやっていけるところだと思いますので、学会のみなさんとも連携やネットワークを広げさせていただいて、お互いに躊躇なくいろいろな情報をシェアしながら、色のパワーっていう部分を膨らませていきたいですね。ぜひ気軽にお声掛けいただき、こういった機会にもまた参加させていただけたらと思います。

Q 本日は長時間にわたり、たくさんの貴重なお話をいただき誠にありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。

金丸・橋本：ありがとうございました。

- 1) 「Asia Color Association Conference 2019 Nagoya」2019年11月29日～12月2日 名城大学ナゴヤドーム前キャンパスにおいて開催
- 2) 商品名「Structural Blue」モルフォ蝶の青い羽から着想を得た、無色だが光を受けることにより特定の波長のみ反射強調される構造発色性顔料を使用した独自塗装
- 3) 「Japan Mobility Show 2025」2025年10月30日～11月9日 東京ビッグサイトにおいて開催
- 4) 生産者によって差別化されない日用品や汎用品



橋本 麻美氏 (左) と金丸 克司氏 (右)

取材日：2025 年 11 月 5 日

会 場：トヨタ自動車株式会社

カラー & 感性デザイン部