

「2021年度グッドデザイン賞」を受賞
「Cómodo gear[®] i2」が「ベスト100」に選出

当社のウェアラブル冷却・加熱装置^{*1}「Cómodo gear i2 (コモドギア アイツー)」と、国内向け家庭用エアコン「nocria[®] (ノクリア)」Zシリーズ (以下、Zシリーズ) が、公益財団法人日本デザイン振興会の主催する「2021年度グッドデザイン賞」を受賞しました。

グッドデザイン賞は、デザイン性の高さに加えて、ユーザーの視点に基づいた使いやすさ、開発コンセプトや機能性、新技術の採用など、総合的な評価で選出される賞です。さらに、Cómodo gear i2 は審査委員会により特に高い評価を得た100件である「グッドデザイン・ベスト100」にも選出されました。

《審査員コメント》

(1) Cómodo gear i2

「熱中症」は、ほんの数十年前まであまり馴染みのなかった病気だが、世界的な気候変動とともに、予防対策をしなくてはならない身近なものとなってしまった。

本製品は「装着したくなるギア」を目指したとあるように、洗練された外観は、医療器具や音響機器とは一線を画しながらも、身につけたくなる形状・カラーリング・素材が非常にバランスよく構成されている。

首回りといえど、様々な形状、サイズに対応すべく、2つのサイズ展開があり、男女問わず快適な装着感を実現しているところは高く評価できる。

(2) Zシリーズ (室内機)

住空間に馴染むエアコンというテーマに対して、本体形状からノイズを減らしシンプルにするだけでなく、樹脂成型表面のテクスチャーを工夫して空間への新たな同化要素を追求している。

筐体の正面パネルで、建築空間においてなじみのある素材感を再現し、従来の樹脂成型品では出しにくかった硬質感やソリッド感も同時に表現している。

生活空間でそこにずっと在っても良い存在感・素材感を追求している点を評価しました。



**GOOD DESIGN
AWARD 2021**
グッドデザイン賞
ロゴマーク



Cómodo gear i2



Zシリーズ室内機

※1 本製品は熱中症を予防するための医療機器ではありません。

* 「nocria」「Cómodo gear」は株式会社富士通ゼネラルの登録商標です。

* グッドデザイン賞 Web サイト (公益財団法人日本デザイン振興会) <http://www.g-mark.org/>

お問い合わせ先

報道関係：広報 IR 室

www.fujitsu-general.com/jp/contact/news.html

【ご参考】

■CÓmodo gear i2

＜デザインのポイント＞

1. 作業者の姿勢や動作、着衣や装備から導き出した、装着ストレスを最小限にした人間工学に基づいたフォルム。
2. 業務用途で多く見られる重厚感を排除し、様々なシーンや用途にフィットする軽快なカラーリング。
3. 首回りの大きさや性別を問わないサイズ調整と、容易な着脱を可能としたフレキシブルな機構。

＜デザインを実現した経緯とその成果＞

身に着けることでモチベーションを上げる価値体験を目指し、5つのアプローチを行いました。

- ①「装着しなければいけない装置」から「装着したくなるギアへ」という、ユーザーが前向きな気持ちになるスポーティーなスタイル。
- ②3つの冷却点を、金属質感による本格さとシンボリックな造形で明確にすることで、ユーザーに分かりやすく伝達。
- ③性別や体型の多様性に対応するため2種類のサイズを展開。バンド機構の採用により、長さの微調整を可能とすることでフィット性を向上。
- ④屋外作業からレジャー施設まで幅広いユニフォームにマッチし、抵抗なく受け入れていただけるライトグレイを基調とした軽快なカラーリング。
- ⑤あらゆる首の動きに追従するフレキシブルパーツを配置、首を圧迫しすぎず適切なホールド感を実現。

■Zシリーズ

＜デザインのポイント＞

1. 心地よさと上質なインテリアを演出する、素焼きの陶器をモチーフとした表面質感の採用。
2. 日当たりや照明で変化する表面の繊細な陰影と、使用者の圧迫感を軽減しながら高い省エネ性を実現したフォルム。
3. 環境負荷が低く、リサイクル可能な高度な樹脂成型によるCMF。

＜デザインを実現した経緯とその成果＞

日本人がこだわりを持つ表面質感の向上を目標にデザインを行いました。日本人の暮らしに深く根ざし、潜在的に温かみや上質さを感じる陶器や土壁などの「土の質感」に着目。インテリアで好まれる「素焼きの陶器」の風合いの再現に取組みました。陶器特有の素材の不均一感を出すために微細な着色フレークを混ぜた樹脂を採用すると共に、ランダムな不均一の波文様とすることで、人工的で無機質なイメージにならないような工夫をしています。

また、フォルムはゆったりとした大きな曲面を用いることでユーザーへの圧迫感を軽減すると共に、波文様がさまざまな光源において豊かな表情が出るようにデザインしました。

塗装などの環境負荷の高い加飾を用いず、樹脂成型の工夫による慎ましく飽きの来ない上質な素材表現は居心地のよいリビング空間を実現するだけでなく、長期間ご使用いただく設備機器として必要な要件であると考えています。

■受賞者の声 ～空調機商品開発本部デザイン部長 三宅 学～

私たちは、サステナビリティとUX性^{※2}の高いHarmonized UX Design^{※3}を目指しています。

各地域に根付く様々な文化や価値観に寄り添いながら、製品が設置される空間や使用環境、ユーザーの想いと響きあう“UX性の高いデザイン”を実現します。

また、サステナブル経営^{※4}の推進に向け、製品に用いる素材や加工方法の選定、性能を高めるための工夫に加え、使うほど愛着が湧き、飽きることなく長期間ご使用いただけるデザインを心がけています。

さらに、「お客様は商品の背景にあるストーリーを買う」と言われている現代において、製品の企画やプロモーションにおいても共感をいただけるような「広義のデザイン」を行ってまいります。

私たちはこれからも、ユーザーを起点とした発想に基づき「新たな価値を生み出すデザイン」を提供してまいります。

※2 User Experience. 当社においては感性価値や体験価値と定義。

※3 製品が使用される空間や環境、ユーザーと響き合う感性価値や体験価値の高いデザイン。

※4 富士通ゼネラルは、持続可能な社会の実現への貢献を通じ事業を拡大させることを、改めて成長戦略の中核に据え、「地球との共存」「社会への貢献」「社員との共感」を3つの柱とする「サステナブル経営」を推進しています。