

# ヒットビジネス開発秘話漫画 プロジェクトファイル⑨

## 夢のパソコンを 実現させた デザイナーたち

富士通  
FMV-BIBLO RSシリーズ

従来ない新概念パソコン開発を夢見、縦型ノートパソコンを発売した富士通のスタッフたち。まずは3年前、そのスタイルを思考したデザイナーたちの奮闘を追ってみた。



取材・構成 / G.B. 作画 / 大須賀友一

2003年5月24日  
富士通FMV-BIBLO  
RSシリーズが  
全国の量販店に  
一斉に並んだ



入江亨や川野幸一ら富士通デザイン部の  
スタッフはこの日を感慨深く  
迎えていた

RSシリーズは  
彼らが3年以上夢見ていた  
パソコンだったからだ

彼らはどのようにして  
夢を実現させたのだろうか

2000年初夏  
富士通デザインセンター  
プロダクトデザイン部

総合デザインセンター  
プロダクトデザイン部  
川野幸一

総合デザインセンター  
プロダクトデザイン部  
デザインディレクター  
入江 亨

次世代の  
ノートパソコンの  
デザインは  
どうなると思う

最近  
自宅用のパソコンに  
A4ノートを購入する  
人が増えているですよ

デスクトップよりも  
コンパクトなのが  
その理由です...

僕は省スペースの  
ことを考えると  
縦型という  
選択肢があると思  
うんですよ

けれども  
ノートパソコンで  
使えないときは  
意外と場所を  
とりますよね

これが現在の  
ノート型の弱点  
だと思います

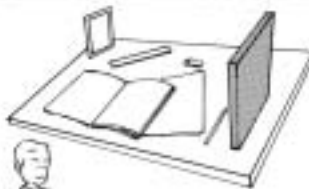
ノートパソコンを縦型にすると  
使わないときは立てて  
置けるので机の上で場所をとらない

インテリア感覚で使える  
充電できるスタンド式にセレクトすれば  
いつでもフル充電で使える  
といった多くの魅力が  
加えられるとわかった

省スペースで...  
ノートなので持ち運びに便利

いつでも  
フル充電で使える

その結果 彼らの手元には  
さまざまなタイプの縦型ノートパソコンの  
スケッチが残ることになった





## マンガを10倍理解するための豆知識

ノートパソコン市場の拡大  
パソコン、デジタル関連の大  
手調査機関のBCNのレポート  
によると2001年初頭から、ノート  
パソコンとデスクトップの販売台  
数構成が逆転。2003年4月現  
在で、その差はさらに広がって  
いる。ノートパソコン69.2%に対し、  
デスクトップ30.8%と2倍以上の  
差が付いている。

ノートパソコンの中でも約7割  
はA4型オールインワンタイプを  
選んでいる。ハードディスクや  
CPU、ドライブなどのスペックが  
デスクトップと遜色なく、自宅用  
のメインパソコンとしての使用に  
十分に耐え、プラス携帯性もあ  
る点が支持のポイントだ。

液晶一体型市場  
昨年のパソコン市場そのものは  
低迷していた。その中、ソニーのバ  
イオWがヒット。液晶一体型デスク  
トップといふ新市場を開拓。その後、  
富士通のFMV-DESKPOWER

Lシリーズもスーパーファイン液  
晶の魅力などでヒットを飛ばし、  
液晶一体型市場が定着した。

超小型のバイオWもスマッ  
シュヒットしており、昨年から、なに  
かしら際立った特徴のあるパソ  
コンがヒットする傾向にある。嗜  
好の多様化にマッチした个性的  
な製品が、パソコンの新市場を  
掘り起こしている。

新コンセプト  
バイオWとFMV-BIBLO RS  
はサイズの違いはあるが似たよ  
うな形をしている。ともに省ス  
ペースと新しさを開発コンセプトに  
掲げた影響か？

しかしサイズの違いが、両者  
が何の進化形として開発された  
のかを物語っている。バイオW  
はデスクトップであり、RSはノート。  
ノートを基にした分、携帯用ハン  
ドルやワイヤレスキーボードなど、  
RSはよりレイアウトフリーなパソ  
コンを志向している。

