



■文：太田哲也

2009年はリーマンショック、2011年は東日本大震災と、前2回の東京モーターショーは時期的にも厳しいものがあり、出展内容も寂しい感じだったが、今回は元気が戻ってきた。今回、太田はホンダとマツダのブースに立ち寄り、今後のスポーツカー&ブランド戦略について聞いてみた。

「復活」という言葉が好きだ。英語だと「reviver」だろうが、日本語の「復活」の方が回復度が高い印象を受ける。

ジャーナリストではなく、クルマ愛好家として今回のモーターショーの会場を見た時、「復活」の文字が浮かんだ。クルマ愛好家に明るい未来を期待させる内容だったと思う。

リーマンショック以降の数年間、モーターショーは「エコエコ大合唱」の印象だった。ミニバン、もしくはエコカーばかり。環境やライフスタイルは大事なことだが、夢やワクワク感はなかった。しかし今回、内外メーカーのプレス・カンファレンスを聞いていると、「私はカーガイ（クルマ愛好家）なんです」「楽しいクルマを作りたい、ワクワクしなければ意味がない」。そんなフレーズが目立った。「走る歓び」「モータースポーツ」を前面に押し出した展示も多かった。

近年、「若者のクルマ離れ」が

いつもそばにクルマが。

取りざたされ、ひいては社会の活力減退が問題となってきた。その危機を何とか回復させようという力が、働きはじめたのだろう。僕自身、NHKから「脱・若者のクルマ離れか？東モ」というようなテーマでコメントを求められたが、NHKがそんな特集を行うこと自体、業界だけでなく社会の期待が広がってきている証左だろう。

とくに僕が注目したのは、ホンダとマツダだ。それは近年、スポーツカーやモータースポーツを敬遠していた2社が、復活の狼煙を上げようとしていると感じたからだ。

ホンダNSX&S660でスポーツ魂が復活する

ホンダは僕らの世代にとって「脱・若者のクルマ離れか？東モ」というようなテーマでコメントを求められたが、NHKがそんな特集を行うこと自体、業界だけでなく社会の期待が広がってきている証左だろう。

とくに僕が注目したのは、ホンダとマツダだ。それは近年、スポーツカーやモータースポーツを敬遠していた2社が、復活の狼煙を上げようとしていると感じたからだ。

と「S660コンセプト」の二台だ。スポーツカーの復活にホンダスピリットを感じた。

S660コンセプトのデザイナーに話を聞いた。「軽の規格に合わせて最近のホンダデザインの流れを盛り込んだらこのデザインになりました。でもビートに似ていると言われるのは光栄です。小さなスポーツカーも必要だと思ったのです」

広報担当に聞いた。

太田「リーマンショックの時に伊東社長がスポーツカーや楽しいクルマの開発を中止しましたよね。いつ開発を再開したのですか？」

広報「実は研究開発は続けていました。リーマン後、経済的にも社会的にもスポーツカーを出せる環境になかったけど、前回EVスターというコンセプトカーを出したら反響がよかったので、プロジェクトが本格的に始まりました。温めてきたものをこのタイミングならいけるのじゃないか。国内専用モデルですが、社会に元気が出るように、一生懸命です。長く愛されるクルマにしたいので…」



▲マツダは「Be a driver」というテーマを打ち出し、「退屈なクルマは作らない」と宣言。今回はそのあたりの背景をスポーツブランド戦略を統括する毛籠常務執行役員にお話をうかがった

マツダが「Be a driver」というテーマを打ち出し、「退屈なクルマは作らない」と宣言。今回はそのあたりの背景をスポーツブランド戦略を統括する毛籠常務執行役員にお話をうかがった

マツダは「Be a driver」というテーマを打ち出し、「退屈なクルマは作らない」と宣言。今回はそのあたりの背景をスポーツブランド戦略を統括する毛籠常務執行役員にお話をうかがった

マツダは「Be a driver」というテーマを打ち出し、「退屈なクルマは作らない」と宣言。今回はそのあたりの背景をスポーツブランド戦略を統括する毛籠常務執行役員にお話をうかがった



◀ホンダはNSXとコンセプトを共有する。ホンダはNSXとコンセプトを共有する。ホンダはNSXとコンセプトを共有する。

熱い思いは何となく伝わってきませんが、それがどの製品のどの部分に押し込まれているのかよく分からない印象です。今後のマツダのスポーツブランド戦略を教えてください」

毛籠氏「ル・マン参戦をやめてからなかなか「スポーツイメージ」を打ち出した展開ができませんでした。しかしスカイアクティブの拡充とともに、「走る歓び」を印象付けるイメージ戦略が効果を上げてきたと思います。

実はこの前787Bをレスト

アしてル・マンを（エキシビジョンで）走らせた時に自分も出向いたんですが、そこでヨーロッパのレーサーたちが、「よかつたよ、また帰って来いよ」と言ってくれて、みんなでサインしてくれて、マツダが愛されていることを感じました。ル・マンで優勝したことの偉大さも感じました。今後はスカイアクティブ・ディーゼルエンジンを利用したル・マン参戦も視野に入れていきたいと考えてます」

太田「今の時代はモータースポーツは頂点だけでなく、底辺の活動も大事だと思えます。愛車でサーキットを楽しむユーザー層も大事に考えてほしいです」

毛籠氏「それについては社内から少しずつ始めようと考えています」

● ●

何はともあれ、ホンダもマツダも楽しさとかスポーツとかそういう熱い思いを打ち出してきたことはよかった。エコエコ大合唱のクルマ好き暗黒時代の先にいつかこの時代が来ると思っていたが、思いのほか早く来た。これはやはり自動車メーカーの

努力で環境性能が一定のレベルまで来たからこそ、今度は楽しさや夢を語り始めることができたといいことだろう。エコロジックは当然として、その上でヨーロッパ車のように走る楽しさを付け加えてほしい。

ワクワクするクルマを 継続して作ってほしい

ホンダに関して、二台のスポーツカーを出したのはよかった。とくに小型スポーツは意義が高い。ただし、ステージに置いてあるS660は格好よかったけど、黄色いナンバーを付けた姿を想像すると、イメージが……。ビートの時代はともかく、今の時期にTPPでアメリカから軽自動車優遇撤廃圧力がある状態で、軽のスポーツカーってどうなの？ 本来の小型の国民車構想的な趣旨から逸脱しているところしりを受けないか。軽歓迎論者からきつい反対意見があるのは承知だが、どうせなら登録車として出したらいいのでは。マツダがモータースポーツ参戦も考え出したのは素直に嬉しい。しかしそういう空中戦の話

ではなくもっと足元を見て、ユーザーが愛車で楽しめる土壌づくりを進めてほしい。

なぜヨーロッパ車には実用車であってもワクワクしたクルマやホットモデルが多いかというと、そういうクルマを望むユーザーがいることだ。ところが日本はあまりにも「燃費命」にメーカーやマスメディアが誘導してしまったことで、若者のクルマ離れを助長してしまった。

ホットモデルもモータースポーツも、一発出して景気が悪くなったらまた引込めるのではなく、「ワクワクするクルマ」のファンが定着し、スポーツ仕様やスポーツカーがビジネスとして回っていきけるようになることが理想だ。そうした底辺があつてこそそのトップレース参戦であるべきだと思う。20年前に断腸の思いで休止した意義をもう一度考えてみてほしい。787Bのル・マン優勝に関して言えば、当時ドライバーとして787Bのステアリングを握っていた僕にすれば、受け取り方が違う。

の人たちが、マツダのロータリーに最後のチャンスを与えた。その一年の猶予で、最後の最後の一年で、マツダは優勝を果たすことができたのである。

マツダのチャレンジ精神を高く評価してくれたからこそ、優勝のチャンスをプレゼントしてくれたのだ。そういう風にヨーロッパから日本メーカーが受け入れられたことこそがマツダの誇りだと僕は思っている。なぜなら今なお日本車で唯一の優勝メーカーなのだから。

そしてそれがロータリーという他の会社が諦めたエンジンをモノにしたマツダのDNAだとも思っている。継続は力なり。結果ではなく過程が大事なのだ。

● ●

各メーカーは利益を大幅に上げているが、情勢が変わればまた下がるだろう。その時になってまた「ワクワク」を捨てるのではなく、そんな時期にも「ワクワク車」作り続けられるビジネス体制を構築してほしい。

極端なスポーツカーでなくいいのだ。例えばマツダスピード・アクセラとかフィット・タイプRとかそういうものを出品して、それがビジネスとして成り立ちずっと作り続けられる体制作りを、このタイミングでこ

「景気に左右されずに ワクワクするクルマを 継続的に作ってほしい」