

# Lap102●ハチロクでクルマ文化を育てよう

太田はトヨタ86に触れてみて、クルマの挙動がどうこうということよりも、自動車業界に対する期待と同時に不安も感じたという。それはいったいどういうことなのか？  
今月はちよつと違う視点から86を考察してみることにした。



■文：太田哲也

## ハチロクは疫病神か？ それとも救世主か？ (天使と悪魔の二面性)

ソニー、パナソニック、シャープがこの春の決算で発表した赤字は合わせて1兆7千億円、大資本と確かな技術を持った大企業が、なぜこのような結果を出してしまったのだろうか。  
シャープの大西徹夫常務執行役員は、「液晶テレビなど国内販売が非常に厳しい。見通しが甘かったと認めざるを得ない」と記者会見で発表した。でも本当

に彼らが言うように「見通しが甘かった」だけなのだろうか。かつての成功体験が、次の成功を阻むことを「成功の復讐」という。最近注目を浴びている経営用語である。人も企業もかつての成功で結果を出してしまつて、その成功パターンに取り憑かれて硬直化してしまう。このような傾向は、成功している企業や人ほど認められる傾向だ。たとえば強引な地デジ変換とそれを進めるためのエコポイント、それに端を発したテレビ買換え大ブーム。大量に製品を投入し、他社との価格競争で利益を薄くしても大量に売りさばくことで収益を出す。しかし大量に売れた後に買い替え需要が育たないと過去の特需からの方向転換に失敗し大赤字となる。

家電業界とは土壌が違うといえ、自動車業界もエコカー減税補助金、そしてマスメディアを巻き込んだことで成功した「特需」に浮かれていますと足元を救われるだろう。12年3月期のトヨタは連結営業利益3556億円を計上したが、将来は必ずしも快

晴でない。暗雲は立ち込めているのだ。  
今、自動車業界では若者のクルマ離れが取りざたされている。トヨタはドラえもんCMで「若者は免許を取ろう」「リボーン」と訴え、クルマ好きを増やそうとしている。  
そんなタイミングでトヨタハチロク(86)が出現した。

3年前から行っている「太田哲也小中学校出張授業」での実感として、子どもたちみんな、クルマに対する「興味」は持っている。しかしその興味が大学生になる頃には失われてしまう。先日、息子の友人(大学生)が遊びに来た。「クルマは好きか？」と聞いてみた。  
「いや、どうですかねえ、嫌いじゃないと思いますけど」  
「クルマがカッコイイという意識は持っている？クルマはいいゾ、モテるゾ。モテたいだろ」  
「モテたいです。でも、クルマってモテますか？」  
「そりゃモテるだろ。カッコイイクルマに乗ってシヨウウインドーに映った姿はカッコイイと思っただろ。オンナにはそのカッコ良さが運転手のカッコ良さに重なって見えるもんだよ。ところ

で何乗っているの？」  
「おやじのオデッセイです」  
「そりゃ…(モテナイかも)」  
昔、中古だけど、RX-7に乗っていた時は、ただそれだけでいい思いができたか。みんな錯覚するんだよ。それもクルマの魔力なんだよね。  
クルマの魅力をアピールするのなら、単なる便利な移動の足ではなく、自分や自分のライフスタイルを表現したりできることも強調したい。もっと端的に言えば、女にモテるということを伝えたい。  
そう思っていた時に、ハチロクが登場した。予想していたより大きくて高級で値段も高いから、若者にドンピシャではないな。もう少し年齢の高い人向けだけど、まあそれはそれでいい。まずはクルマの魅力を知っている大人にやらせて、それを若者に見せて「イイなあ」と思わせる。そして中古が出回ってきたら、それを若者が買うようにし向ける、という二段階論法は有効だろう。

86は、ミニバン、エコカーの異常繁殖でクルマのかわった良さを知らなくなってしまう若者世代のハートに火をつけ、そして日本のクルマ社会の繁栄を取り戻す救世主になり得るといってもいいだろう。

86もBRZも売れに売れている。86は現在5カ月以上の納車待ち。これ自体は喜ぶべきことだが、この成功に浮かれていますと足元を救われるだろう。いろいろな問題が内包されている。まずは…  
①そもそも日本にはスポーツカーのパイが小さいのだから、今買っている人たちに行き渡ったらずに急に売れなくなるはずだ。特需からの方向転換に失敗すると赤字転落の原因となる。買い替え需要を育てることが重要だ。  
②売れなくなると言っても、とりあえず1万台くらいは世の中に出回るはず。そこで気になるのはこのクルマをトヨタもスバルも「スポーツカー」と明言している点だ。これにはトヨタとスバルのやる気が見えて頼もしい限りだが、その反面、言い切った大丈夫なのだろうか？と心配にもなる。

## まずは大人が86を買い、次に若者が中古を買う

トヨタは、86でFRを操る喜びを味わってほしいという。けど、ユーザーはそれをどこで味わうわけ？一般道じゃ危ないよ。まわりも迷惑だし…。  
トヨタは今回、クルマを売るだけでなく、いろいろなソフトも提供するようだ。それ自体は

Profile ● 太田哲也 (おおたてつや)



◀86というスポーツカーを、どうやって楽しむか。そのソフト提供も考えているトヨタの姿勢を太田は評価する。ただ、峠道を攻めることについては危険が付きまとうので、基本的には反対。サーキットなどの安全に走れる場所の提供を望む

大いに歓迎だが、「峠セレクション」として日本にある様々なワインディングを紹介していくことも考えているらしい。オイオイ、ワインディングで味わえということか?と思う。

3年前にも伊豆スカイラインで事故の瞬間を目の前で見た。レクサスSの試乗で助手席に編集担当を乗せて僕が運転し、

# いつもそばにクルマが。

「86は、クルマのかっこよさを

知らなくなってしまうた

若者世代のハートに火をつける

救世主になり得る!」

先頭を走るクルマの2台目についていた。ゆるい大きなカーブで向こうから対向車線を大型バイクがこちらに走ってきた。バイクのスピードと倒す角度から、僕は嫌な予感がしてアクセルを緩めたが、前のクルマはそのまま走っていった。バイクはこちらにはまだはみ出してきていないのでそれも当然だろう。

その後、バイクがはみ出してきた。そして僕の前のクルマに正面衝突した。ライダーはびっくりするほど跳ね上がった僕のクルマの前方に頭から落ちた。前のクルマはエアバックが開き運転手は降りることもできずにいた。子どもを抱いて後席から降りてきたお母さんの泣き叫ぶ声が忘れられない。その後聞いたところ、伊豆スカイラインはライダーが練習をするメッカだそうだった。ワインディングを走りに行くのはオススメできない。今は昔と違ってタイヤやクルマの性能が大幅に上がり、その限界速度

を知ろうと思っただらとてつもない速度になってしまう。だから練習にもならない。

ワインディングを攻めるのは、テクニクとは無関係のチキンレース(度胸試しのゲーム)である。もし1万台の86とBRZがワインディングに放たれて、FRの喜びを知ろうとし始めたら、事故が多発して社会問題になるだろう。そうなら細々と続けてきたクルマ愛好者の人たちの首を絞めることになりかねない。

メーカーには走る場所の提供をお願いしたい!

僕がメーカーに切望するのは、安全に走れる場所をもっと提供することだ。

そもそも日本において、スポーツカーのパイは小さい。これを広げなければ86の未来はない。それには欧米のような参加型のモータースポーツをエンジンイする層を増やすことが必要だと思ふ。欧米でスポーツカーが売れるのは、そうした層が少なからずいるからだ。

ところが日本は幹線道路と生活道路の区別がない道路が多い。多くのワインディングは狭く歩道と車道もなく安全スペースもない。となると安全に運転を学ぶには、実際にはサーキットに行

くしかないだろう。今、日本でサーキットを走っている人はいわゆる「マニア」だが、それを一般の人にも門戸を広げたい。

今までメーカーは高性能スポーツを作ってもそれを走らせる責任はユーザーに委ねていた。走る場の提供にはそっぽを向いてきた。こんな高性能のクルマを一体どこで走らせるんだ!と僕は思っていた。それはもうユーザーがアウトローの領域で走るしかなかった。

時速200kmも300kmも出るクルマを制限速度内では走らせられないとしたら、それはそれでストレスがあるもの。しかしそのストレスを解放しようとする、その途端にユーザーは犯罪者となってしまう。そのグレーゾーンをメーカーは見つめて見ぬふりをしてきた。

こうした点において、今回トヨタがスポーツカーと名付したことに僕は大きな評価をした。それはメーカーが今までクルマを売ってもクルマのソフトを提供してこなかったことを改めて、ソフト提供を本格的に始めるという意思の表示だと思ふからだ。単なる一車種のことだけでなく、日本のクルマ社会の未来も考えて、86の成功を大いに願う。

●「太田哲也×ホリデーオート ドライビングレッスン」を筑波サーキット コース1000で6月23日(土)に開催します。ドライビングの基本を学びながら、自分でも走ることで着実にスキルアップできます。そして参加者はBRZの体験試乗ができます。申し込み、問い合わせは事務局まで。http://www.sportsdriving.jp ☎045-948-5540