

カスタムは愛だ!

モータージャーナリスト、レーシングドライバー、そしてチューナーと多方面で活躍する太田哲也が、世の中に自らのオピニオンを直球で発信し世相を斬る「俺の話を聞け」。

第13回のテーマは、太田哲也が考えるクルマのカスタムとその可能性。人はなぜクルマをカスタムするのか? 自らカスタムブランドを主宰する太田哲也が持論を発信する。

TEXT●太田哲也(Tetsuya Ota)

PHOTO●服部真哉(Shinya Hattori) / ATO

太田哲也の オレの話を聞け

カスタムの醍醐味

カスタムカーの祭典・東京オートサロンの入場者数が20万人を超えたそうだ。全体的に派手なショーモデルの出展は少なくなり、一方で販売目的のカスタムカーやデモカーの出展が多くなった印象を受けた。日本にもカスタムというビジネスが根付いてきたと感じる。

読者の中には「カスタム」と聞いて、まったく興味がない人もいるかもしれない。クルマ好きであっても、カスタムする人と全くしない人に二分されるだろう。例えばモータージャーナリストでさえ愛車をカスタムしている人をあまり見かけない。

じゃあオレはどうかといえ、完全なるカスタム推進派だ。もちろん法規にのっとったうえでのチューニングが前提だが、カスタムこそがクルマ好きの醍醐味だと思っている。

フェラーリなどでは昔はカスタムする人はごくわずかだった。でもG ENROQ編集担当Kは「ここ10年くらいでチューニングをする人が増えてきた感じがする」と言う。おそらく生産量が増えてきたことで、例えばF355やF360など、純正のままだと普通すぎる、仲間内で目立たない、そんなケースが増えてきたからではないか。そうなると人と違うもの、もっと性能や個性を、となるのが人情だろう。

オレの場合は、乗っているうちに「こことあそこをこうしたらさらにもっとよくなるはずだ」、そんなアイデアが沸いてくる。わかっているのに直さないのは、ストレスだ。だからカスタムに向かうのだ。

だが自分のためだけにワンオフで作るとなると、コストがべらぼうに高くなる。それなら、数年前にチューニングブランドを立ち上げた。数を作ればコストが下げられる。そ



「オレは素朴なクルマ好きだ!」

う思ったのが出発点だった。そのくらいカスタムにはまっている。それを踏まえて、今回は太田哲也流カスタム推進論を展開しよう。

オレがカスタム容認派となった発端は、レーサー現役時代の経験だ。フェラーリF40やF355をベースにしたGTレース用マシンの開発に携わる過程で、戦闘力を上げるため、重いドアや外板をカーボン化し、ストローク不足改善のためのサスペンションの構造変更、ボディ剛性不足

部分の補強、ブレーキ配分の見直しなど、走る要素を高めるために手を入れた。フェラーリとは言え、改造してさらによくなる部分はたくさんあるということを知った。

フェラーリに限らず「つるし」のクルマに乗るということは、メーカーが造ったものをリスベクトして100%受け入れるということだろう。でも手を入れればもっとよくなることとがわかったとき、それでも我慢してつるしで乗るとしたら、そのブランドを見上げて崇め奉るような立ち位置をとることにはしなないか。自分の感性の方がメーカーのテスト



クルマ愛好家は、作り手の意思を尊重しながら自分なりの個性を愛車に投影し、自分だけの使いやすさも求める。今や「カスタム」という言葉にネガな意識はないのが、大盛況が続く理由だろう。

トドライバーよりも上回っているはずだという自負がある。それを証明したい気持ちもある。

だからといって作り手の価値観をぶっ壊す気はない。基本的には作り手の考えに共感したからこそ愛車に選んだのだ。でももし作り手にもっと時間があったなら、もっとコストがかけられたら、あるいはもっと狭いユーザーのことだけを考えることが許されたなら、きつとこう造っていたらうね君たちは……。と思う箇所を手に入れる。そんなカスタムのあり方が理想だと考えている。

作り手の考えを否定したり、あるいは誇張したりするつもりはまったくない。

GT-Rと86の手法の違い

さらに個性の問題もあるだろう。同じ服を着ている人にパーティイカ何かであったらばつが悪いものだ。たとえ高級ブランドでもそうだろう。そう言う意味では、日産GT-Rがカスタムを一切認めない方針を採ったのは賢くなかったと思う。メーカーはユーザーに対して社外製だとホイールを変えることさえ許さず、つるしで乗ることを強いた。だいたい金持ちほど他人と同じは嫌だという



人の数だけ個性があるように、カスタムの方向性も無限に存在する。特に太田哲也がオートサロン会場で注目したのは、自由な発想をカタチにした中日本自動車短期大学や日本自動車大学の展示。『若者の感性はストレートで、クルマ造りを楽しんでいることがわかる』と評し、学生や先生たちと意見を交換していた。



マの基本構造は自動車メーカーが造り、ユーザー各人の嗜好に合わせた個性化はアフターメーカーが行うという流れにな

気持ちがあるのに、GT-Rを買ったらみーんな同じ。カスタムを否定してしまったことでコスバがとて高いのに、ユーザーにそっぽを向かれてしまった。本来は、もっと人気が続いていたはずだ

それに対してトヨタ86は、チューナーに広く門戸を開放した。チューナーたちが自分たちの資金で宣伝してくれる。86は御輿に乗って祭りあげられてもいい。それがブランド成功への道筋だろう。

クルマに限らず、最近では家電であっても個性の時代だ。白物家電と言うが最近ではカラフルな製品も目につく。今後はスポーツカーに限らずクルマ愛好家が選ぶクルマは、ますます個性化が求められるようになるだろう。例えば「新生コペンのポテンシャルアップにはアフターパーツメーカーの協力が必要」とメーカーの開発者が言っている。未来ではクルマ



白らが主宰するカスタムブランド「TEZZO」は様々な車種に対応する。中でもフィアット500はアルファロメオと共に得意とする車種。自然と500を対象にカスタムを施した展示に足が向き、そのチューニング内容を確かめていた。また、オプティカルチューンの基本とも言えるホイールは新作が多く、チェックにも余念が無い。

っていかかもしれない。そんなこともありえると考えている。

あらゆる人馬一体感が大事

操作系に関して、例えばどうもしっくりいかない部分は自分にフィットさせたいと思う。ドラポジが合わなければ、ペダルやシートを替えるという選択肢もある。

機能面に関して自分と合わないフィードバックは修正したい。例えばスロットルコントロール。最近ではスロットルの開閉も電気信号で行われるようになり、昔のようにワイヤーでつながっていない。それによって、スロットルの開閉の程度も作り手が任意に作りこめるようになった。この弊害として、アクセルペダルの踏みはじめで、故意に出だしを鈍くして燃費数値を上げようとしているクルマが多くなった。オレはこれが嫌いだ。踏んでもすぐに出なくて、もつと踏むと、ガバッと出てしまう。燃費走行したいときは自分で微妙に調整するから、リニアにしておけば、と思う。そこでスロットルコントロールが必要となる。

さらにECUチューンを駆使すれば、加速性を高めた上で燃費もドライバビリティもよくするセッティングが可能となる。電子制御に頼りず



ぎると接地感が弱まってしまいがち。最近では燃費やコストの関係で、自動車メーカーはサスペンションを簡略化する傾向もある。それを改善して走り心地のバランスをもっと高め、ついでにもう少し車高を下げ、となると車高調の出番だ。

機能だけでなく美的感覚でもそう。例えばハンドルやフロアマットやシートブーツなどを内装色や自分の好みの色に合わせるなどしたほうが楽しい。

一度、踏み込むと面白くて止まらなくなる。それがカスタムの世界だ。

ワクワクを取り戻す効用

カスタム最大の効用はワクワク度の回復だろう。クルマを所有する場合、もつともワクワクするのは購入時。そこをピークとして、どんなにどんびしゃなクルマを買ったとしても、年月とともに必ずワクワク度が下がって、下がってきたところからクルマを買うのかとなるはずだ。

でもカスタムすると、例えばステッカーや小さなパーツを変えただけであってもワクワクが戻る。マフラーや車高調、エアロパーツなど大物を変えれば、新車

カスタムは愛！なのだ

カスタムするとクルマがパートナーになる。冷たい評論家の立場から離れる。だって作っているのは自分なのだ。自分は開発者の一員なのだ。パーツの効果を感じたくてクルマの挙動を気にするようになるから、テストドライバーのように感性

時よりもワクワクのピークが上回ることもある。だからカスタムを新車購入時にすべてやるのもいいが、少しずつ投入して、それがどんな効果を上げたか、または上げなかったかを感じながら進化させるのもいい。釣った魚にエサはやらないのでは、そうやってエサを与えて見栄えがよくなると、クルマに対する愛情が強まってくる。

も高まる。さらに大事なクルマを傷つけたくないから、飛び石も避けるようになる。運転に注意を払うので事故を起こさなくなる。機械の操作が丁寧になるので、故障も減る。愛情を持つようになると、タイヤの空気圧チェックやオイル交換、洗車・磨きなどもするようになる。するとクルマが喜んでくれる。

クルマのメカニズムにも詳しく入り、エンジニアやメカニックの領域に入って、機械と人間とのコミュニケーションを深く味わえる。クルマには作り手の魂が入っている。長生きしてくれよな、という気持ちになるはずだ。

そして結果的に買い替え頻度が減る……かも。そうなればカスタムにかけた元も取れるだろう。ああ、カスタム万歳！

太田哲也流“モノづくり哲学”三箇条

- 効果がわかる**
「ユーザーの声に耳を貸すことは大事だ。しかしそれをそのまま製品化したのではだめで、ファッションブランドもそうだが、新しい提案やオリジナリティが必要だ。売ればいいというのではなく、ある程度の冒険が必要だということ。出してから売れるのは、ユーザーの声にどんびしゃの製品を出したからだろう。それもいいけどもっと理想的なのは、受け入れられるまでに時間が多少かかるけど、じわじわ売れる方だと考えている。だからと言って10年先は行き過ぎで、二歩先くらいが理想かな。」
- ユーザーの二歩先をいく**
「ユーザーの声に耳を貸すことは大事だ。しかしそれをそのまま製品化したのではだめで、ファッションブランドもそうだが、新しい提案やオリジナリティが必要だ。売ればいいというのではなく、ある程度の冒険が必要だということ。出してから売れるのは、ユーザーの声にどんびしゃの製品を出したからだろう。それもいいけどもっと理想的なのは、受け入れられるまでに時間が多少かかるけど、じわじわ売れる方だと考えている。だからと言って10年先は行き過ぎで、二歩先くらいが理想かな。」
- 車種別専用設計に勝るものなし**
「パーツってブランド名ではなく作り手がきちんとテストしてメイクアンドトライで時間をかけて個体に合わせたかだと思っている。だから車種別専用設計に汎用品が勝ることは絶対にない。ブランドとは、中途半端なところで製品化しない、構成パーツは一緒でもやるところまではきちんとやっている。そんなユーザーとの約束だと思ふ。一番よいのは、自分が乗ったクルマでチューニングを行うことだ。オレだったらこうしたい。それがいつも原点だ。だから金があればすぐにデモカーを買い入れていく。昨年は4台買ったが、今年も何を買おうか考えている。」



Tetsuya OTA 出光 ENJOY&SAFETY DRIVING LESSON 袖ヶ浦フォレストレースウェイにて 3/1開催!

合言葉は、「正しい運転を、楽しく学ぶ!」。injured ZERO を掲げて開催している、本誌でも恒例の太田哲也氏が校長を務めるドライビングスクールが、3/1に開催される。最新車両のテストドライブや、プロドライバーの同乗走行、また家族も楽しめる企画など盛りだくさんな内容で、GENROO 読者からも好評だ。お問い合わせやお申込はTetsuya OTA スポーツドライビングスクール事務局まで。http://www.sportsdriving.jp