



愛されるクルマとは？
博物館が見据える未来。

1989

愛されるクルマとは？ 博物館が見据える未来。

トヨタ博物館が開館した1989年は、日本車が欧米のクルマと本当の意味で肩を並べたメモリアルな年だった。

2018年秋の〈トヨタ博物館クラシックカー・フェスティバル〉には1989年生まれの日本の名車が並び、この30年を振り返る契機となった。同時に、博物館の未来に思いを馳せてみたい。

文：村岡俊也 写真：田村孝介 (P1-15)



トヨタ博物館クラシックカー・フェスティバル (CCF)。多くの愛好家で賑わうこのイベントに参加するための一つのレギュレーションに、過去30年を経たクルマであること、というものがある。クラシックカーと呼ぶには30年は短く感じられるかもしれないが、30年という年月の間、人気を保ち続け、評価に耐えうるクルマは数少ない。毎年発表される膨大な数の新車の中から、“時代”を超えることのできたクルマ。トヨタ博物館が開館した30年前、1989年は日本車にとって特別な1年だった。ヨーロッパ、アメリカの後を追いかけて、より広く世界

に認められるクルマが生まれた年だからだ。2018年11月に行われたCCFでは、1989年を「Japanese Vintage Year」と名付け、現在までそのDNAを受け継いでいる5台の名車を展示した。スバル〈レオーネ ツーリングワゴン〉、トヨタ〈セルシオ〉、日産〈スカイライン GT-R〉、ホンダ〈NSX〉、ユーノス〈ロードスター〉。当日には、それぞれのメーカーからプレゼンターが登場し、「なぜそれぞれのクルマが今でも愛されているのか」を熱く語った。そこには時代を見通す先見の明があり、新しいジャンルを切り開いた情熱があった。

中でも〈ロードスター〉4代目の元開発主査であり、現在はロードスターアンバサダーとして活動する山本修弘さんは、美しい状態を保つ実車の前に立って「誰もが幸せになるクルマ」だと〈ロードスター〉を表現した。「1970年代に下火になってしまったライト・ウェイト・オープンというジャンルのクルマなんて、当時は売れるはずがないと言われていました。けれど勇気を持ってクルマを開発し、ファンを呼び起こすことができました。現在まで〈ロードスター〉が愛されているのは、クルマが持つ本質的な楽しさがあるからだと思うんです。エッセンシャルな

もの。それを見失わないようにしながら、お客様の期待を超えなければいけない。僕は共創と呼びますが、そのために工場の人達と一緒に作る。本当は、みんな夢中になって、“今までにないもの”をつくりたいんですよ。30年経った今でも幸いなことに、〈ロードスター〉の生産をやめるという話にはなりません。もしも、このクルマをやめてしまったら、世界中のお客様に怒られますから(笑)。本質を守りながら、自分たちの手で更新し続ける。ロードスターはマツダネスの象徴だと思っています」

カーグラフィック社の代表である加藤哲也さんは、〈ロードスター〉を含めたこの5台を「日本車のヴィンテージ」と呼び、その価値を認める重要性を説く。続いて、同じく30周年を迎えるトヨタ博物館の存在意義についても尋ねた。「私は1985年に入社をして、ずっとクルマの流れを見てきました。かつてプリミティブだったものから現在のハイテクへと変化していく時代の推移を見ることができたのは、とても幸せなことだと思っています。クルマを語る上で大事なものは、線、つまり文脈なんです。過去を知るためではなく、未来を見るためにヘリテージカーが必要なん

です。それを実践しているのが、トヨタ博物館だと思うし、日本人はもっと自分たちが作り上げてきたクルマに誇りを持っていい。それぞれの国の鮮烈に香るDNAのようなものが過去の歴史にはあって、それを継承していきたい。クリエイティビティに対する寛容度が狭くなってきているけれど、そろそろ振り子のように、斬新なものが生まれるはずで、そのヒントは過去の歴史の中にあるんです」

クルマはその誕生から常に進化を続け、時代を反映し続けていて、トヨタ博物館は、膨大な関連資料を収蔵している。年月を重



カーグラフィック社・代表の加藤哲也氏。



ロードスターアンバサダーの山本修弘氏。

ねるごとに先述の5台のような、日本車のヘリテージカーの收藏も増えている。1989年の開館から30年。館長の布垣は、次の30年における博物館の意味を考えている。「今、自動車事業は変革期で大きな節目を迎えています。トヨタ博物館に展示されている蒸気自動車のように、もしかしたら30年後にはガソリン車が過去の遺物になっているかもしれない。でも、人の価値観に訴える力がそこにはあるはずなんです。例えば2000GT。当時いかにエポックなクルマだったか、というだけでは現在まで続く人気は説明できないんです。もちろん性能だ

けを見れば、現在のクルマの方が遥かに優れている。では何がこれほど人々の感性に訴えるのか？ それを考え、掘り起こすための場所が博物館なのだと思うんです。いわば愛されるエッセンスのようなもの。現在、新しい展示“クルマ文化資料室”を準備していますが、なぜ愛されるのか、その理由を説明する試みです。文化資料によって、読み解いていく。性能とは違う評価軸のようなものを分析したいと思っています。感性に訴えかけるという意味では、本質は30年後も100年後も変わらないのかもしれませんが。博物館には時代を超えるヒントがある

と思っています」

布垣館長は、クルマだけでなく、「移動」そのものを考察する博物館になっていくだろうと語った。

トヨタ博物館が誕生した1989年は、日本車の歴史においても大きな節目となる一年だった。この30年は、連綿と続く過去の歴史に紐づけられたものであり、この先に続く礎になっていく。たとえガソリン車がなくなり自動運転が主流になっていったとしても、「愛される何か」は残っていく。そう考えると未来に想いを馳せることが楽しくなって来ないだろうか。





収蔵車紹介

Eunos Roadster

ユーノス ロードスター 諸元 全長:3970mm 全幅:1675mm 全高:1235mm ホイルベース:2265mm
エンジン:水冷直列4気筒DOHC 排気量:1597cm³ 最高出力:88/120/6500(kW/PS/min⁻¹)

ツ

シーターの小型オープンスポーツカー、いわゆるライトウェイトオープンというジャンルにおいて、〈ロードスター〉は突出した人気を誇っている。2000年に累計生産台数でギネスブックに登録され、2016年には100万台を突破。今なお、その数を伸ばし続けている。なぜ、これほど愛されるクルマとなったのかといえば、もっとも大きな要因はその出自にある。

第二次大戦後、ヨーロッパから母国に引き上げるようになったアメリカ兵たちがオースチン・ヒーレーやMG-Tシリーズなどを持ち帰ったことに端を発するライトウェ

イトオープンの人気。戦争で疲弊したイギリスの自動車会社たちは、アメリカに「小さく、軽く、安く」をモットーとしたクルマを送ることに勝機を見出していく。スプライト、それに続くトライアンフ・スピットファイアなどの出現によってムーブメントは決定的になった。しかし、アメリカにおける安全性への告発運動からイメージダウンが始まり、強化された安全性基準を満たすことが難しくなっていく。さらに大気汚染防止のための排ガス規制、いわゆる1970年のマスキー法によって小型軽量のスポーツカーという存在そのものが難しくなっていた。時代に求

められたのは、安全なボディと環境にやさしいエンジンだった。

MG-Bの退場から9年を経て、もはや需要がないと思われていた“過去のスタイル”に、マツダは敢然と挑戦する。背景には日本のバブル経済があった。日本車のレベルが世界の名車たちと肩を並べたことを示すのに、ライトウェイトオープンというジャンルは、存在しないも同然だったがゆえに、とても有効だった。

横置きFFという〈ミニ〉によってもたらされた変革は、ジウジアーロの〈ゴルフ〉によって一つの到達点を見て、世界の大量車

はFF化に向かっていった。しかし初代〈ロードスター〉の開発主査である平井敏彦の信念は、「ライトウェイトオープンはFRでなければならない」というものだった。スポーツカーとはどんなクルマなのか、という平井主査の意志が垣間見える。ほかにもフロント、リア共にサスペンションには当時の主流だったストラット式ではなく、優れた性能の一方、複雑で重く、コストの高いダブルウィッシュボーンを採用している。その理由も数字に裏打ちされた理論によるものではなく、信念という言葉に収斂されるような、感覚的なものだったという。いわば理屈を

超えた信念によって〈ロードスター〉は生み出されている。

だが、その“信念”に眠っていたライトウェイトオープン・ファンが強烈に反応した。主なターゲットは、かつてブームを作り上げた北米。1989年のデビュー以来1998年のモデルチェンジまでの間に、43万台強の生産という驚異的な実績を残し、多くのフォロワーを生み出すことになった。

1998年のモデルチェンジは、衝突安全性のためだった。基本的な設計は初代のNAから二代目となるNBへと引き継がれたが、デザインはより抑揚がつけられ、リトラ

クタブルヘッドランプは姿を消した。2005年までの間に29万台強を生産している。三代目のNCは、マツダが経営的な危機を迎えていた時期にデビューしている。開発費が削減される状況の中でも開発を諦めることなく、〈RX-8〉との部品共用という条件の元に新しいNCを作り上げ、2015年までの間におよそ23万台を生産した。

そして現在まで続く4代目ND。元開発主査の山本修弘が「人生を楽しむクルマ」と語るように、初代開発時の情熱はきちんと引き継がれ、ライトウェイトオープンというジャンルの魅力を更新し続けている。





ミニチュアカーを並べて、 人とクルマの親密さを知る。

2019年4月にオープンした“クルマ文化資料室”では、ミニチュアカーを始めとするさまざまな自動車にまつわる文化資料が展示される。時代の変遷を示すことのできる資料群がどのように展示されるのか。その意図について、準備中の会場からレポートする。

ダイキャスト(金型鋳造法)で作られたミニチュアカーを歴史の流れに沿って並べていく。3つの時代にゾーン分けされ、展示室全体の時間軸となっている。



1914年に世界で初めて作られたダイキャスト製のミニチュアカーは、T型フォードをモデルにしたものだった。



戦後、日本がアメリカの占領下にあったときに作られたミニチュアカー。「MADE IN OCCUPIED JAPAN」の文字。



錦絵の展示では拡大図に、乗り物が浮き出て見えるような仕掛けを施す。およそ60点の実物を展示する予定。



展示の計画書。親子連れが楽しんでもらえるように展示の高さを綿密に計算している。



戦後間もなくのブリキのおもちゃ。空き缶を再利用して作られている。アメリカ軍人たちの土産物にもなっていた。

「移動は文化」というテーマを掲げて、現在、準備を進めている新しい展示室“クルマ文化資料室”。

おもちゃやポスターなど、トヨタ博物館が収蔵しているクルマにまつわる多様な資料を展示し、立体的に時代を構築する試みである。

前号に引き続き、準備中の様子をレポートしたい。展示室の中央に約25mに渡って、時系列を示すように並べられるのが、ダイキャスト製法で作られたミニチュアカーである。ヨーロッパ、アメリカ、日本のモデルを時系列に並べることによってクルマがどのように発展、変化していったのかが一

目瞭然。実車では困難な展示となっている。およそ800台を並べる計画である。

ミニチュアカーの時間軸に呼応するように雑誌やカタログ、さらに切手、錦絵などが展示されていく。雑誌やカタログはデザインによって当時の空気を如実に表し、切手は自動車文化がいかにして世界に受容されているかを示す。錦絵は乗り物や吹き出しを立体的に見せるなど展示を工夫することで、当時の日本社会がどのように“乗り物”を利用していたのかを提示する。

そして、誰もが幼い頃に遊んだはずの、思わず声が出てしまうほど懐かしい気持ち

をくすぐる「おもちゃ」の展示には意外なほどの奥行きを感じるはずだ。例えば戦後間もなくの日本において作られていたブリキのおもちゃは、空き缶で作られ、おそらくは路上で売られていたであろうもの。あるいは占領下で作られていたミニカーのパッケージには「MADE IN OCCUPIED JAPAN」の文字が見える。歴史と紐付いたおもちゃは、クルマと人をより強く結びつけていた。文化資料の展示によって提示されるのは、新たな切り口によって見えてくる、新たな価値観。人とクルマの関わりを深さを示すものになるはずだ。



幼少期に出合ったおもちゃには、さまざまなものを喚起させられる。プラスチックモデルも、一つの時代を作った。



切手は、コンセプトに合わせて6~9枚ほどを一つのリーフにまとめて、一つの世界観を作っていく。



リノベーションが進む展示場、階段上からの眺め。中央にミニチュアカーが並べられる予定。

文化資料からは、人とクルマの親密さが見える。

Tail Fin (テールフィン)

1950年代アメリカの黄金時代 象徴の一例として

文：早川直樹(トヨタ博物館)

第2次世界大戦後、いち早く回復したアメリカは1950年代に空前の繁栄を謳歌し黄金期を迎えました。自動車産業も例に漏れず、1948年には戦争による停滞から脱却してビッグ・スリーもフォードを皮切りに、本格的な新型モデルを次々に投入してきました。

キャデラックとオールズモビル

年度新型モデル(1948年から生産)は、キャビンやドアを共通化していたこともあり、外観を一目で識別できるようなデザインが必要でした。

そこでGMは、新型キャデラックに「テールフィン」を与え、他モデルとのスタイルの違いが分かるように差別化を図ります。導入当初は専門家からの評価はあまり芳し

くありませんでしたが、市場では大歓迎され、その後10年余りに渡り、テールフィンが大流行しました。

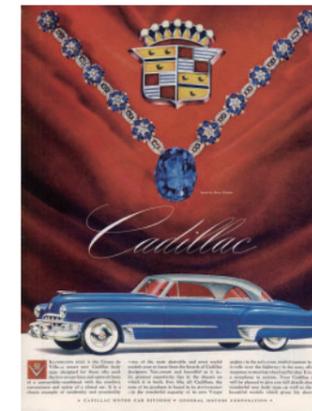
フォードやクライスラーなどGM以外のメーカーにも用いられ、特に1950年代半ば以降には、華やかさを競い合いました。1959年にテールフィンの流行は最高潮に達しました。



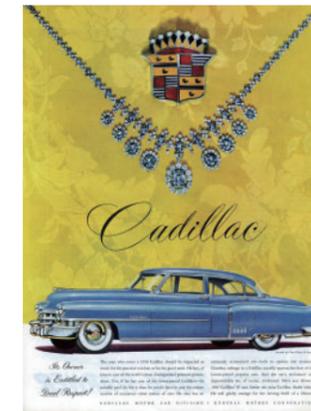
左上:1953年 GMフルライン 左下:1957年 フォード 右:1958年 クライスラー



1948 性能に裏付けられた最も美しいキャデラック



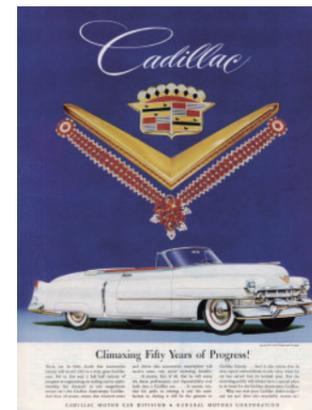
1949 美しさと性能が両立している新しいキャデラック



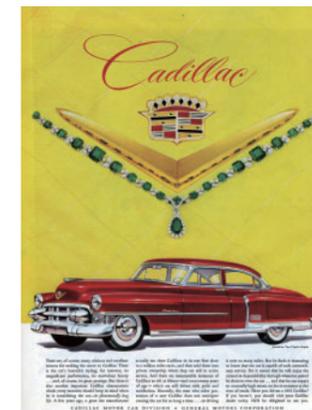
1950 趣味の良さと経済感覚を併せ持つキャデラックオーナー



1951 妥協せずお待ちください その価値のあるクルマです



1952 キャデラック50年の歴史で最高のモデルです



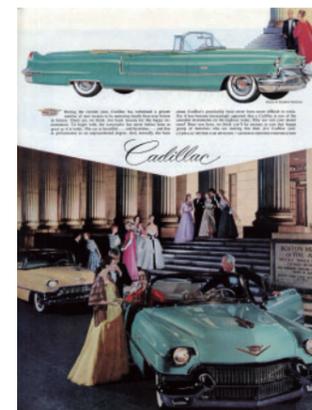
1953 趣味の良さと経済感覚を併せ持つキャデラックオーナー



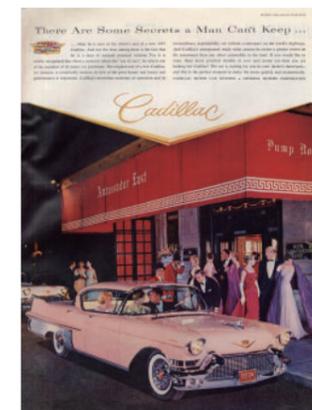
1954 キャデラックへの信頼: 何よりも大切に育てています



1955 自動車のデザインをずっと牽引しています



1956 キャデラックは豪華絢爛さと安全性を両立しています



1957 キャデラックの経済性と信頼感以外の追随を許しません



1958 自動車の壮麗さの新たな世界へ



1959 キャデラックを選ぶのに妥協は不要です

The T-Times

バックヤード収蔵車展「お客様が選んだ 裏BEST10」

2018年10月6日～2019年4月7日

日頃お客様より「あのクルマを見たい」というご要望を頂いています。今回初の試みとして、当館のバックヤード収蔵車のなかから48台を対象に、2018年2月～5月の来館者の皆様に「お客様がご覧になりたい収蔵車アンケート」を実施、992人のお客様のご協力を頂きました。そして、当館でも大人気のト

ヨタ2000GT“ボンドカー”、お客様からたびたびお問い合わせを頂くデロリアンDMC-12 やトヨタ7は勿論のことトヨタセラやトヨタMR2、意外なところではマツダ3輪トラックやトヨエースといった商用車などバラエティ豊富なクルマが人気を集め、その上位10台を展示致しました。

展示車両(アンケート人気順)

トヨタ2000GT“ボンドカー”/デロリアンDMC-12/トヨタ セラ/トヨタ MR2(初代)/トヨタ7(ターボ)/マツダ 三輪トラック CTA型/トヨタ2000GTトライアル(レプリカ)/トヨタ2000GT(後期型)/トヨタ カローラ レビン TE27型/トヨエース(初代)



寄贈車紹介



1981年9月に発売の3代目カーリーナ。「足のいいやつ」のキャッチコピーで人気を博した。車名のカーリーナは星座「竜骨座」を意味する。

トヨタカーリーナ 2000GT
[日本・1982]
鳥取県鳥取市 湯口直美様



1988年8月に発売の6代目マークII。バブル経済の中、1990年には年間販売台数でカローラを抜き、初めて首位の座についた。

トヨタマークII グランデ
[日本・1990]
富山県高岡市 立野井慎一様



1982年1月に発売の7代目にして最後の後輪駆動のコロナ。この車両は1.8リットルDOHCターボ付ユニットを搭載。

トヨタ コロナ 1800GT-TR
[日本・1983]
富山県高岡市 立野井慎一様



4連キャブレター装備の4気筒DOHCエンジンは、排気量791ccにして70PSという当時としては驚異的なパワーを発揮した。

ホンダ S800
[日本・1967]
岐阜県加茂郡 有本恵子様



Fluted radiator grilleが特徴的で、かつては皇室も使用したディムラー。このモデルはジャガー傘下で、1972年登場のジャガー-XJ12の兄弟車。

ディムラー ダブルシックス
[イギリス・1991]
京都府京都市 中島裕子様

ミュージアムレストラン 「AVIEW」、内装を一新!



トヨタ博物館のイメージカラーである赤をアクセントに、クラシックカーにも使われる木質のイスとテーブルや鉄錆をイメージした床素材など、雰囲気を一変しました。AVIEWの名のとおり景色を楽しみながらお食事して頂けるよう、窓側のテーブルは窓に向けて少し角度が開いた特注品です。

博物館は立ち止まりません

トヨタ博物館も開館30周年を迎えました。この間、私たちはお客様のお叱りやお褒めの言葉を原動力として、絶え間ない改善を積み重ねてまいりました。「久しぶりに来ましたが、前よりもっと楽しめました」、「前と展示が変わりましたね、見やすくなりました」といったお客様のお声はスタッフにとって何よりの励みになっています。

また、この30年は日本の自動車にとっても、国内生産から海外生産への転換、環境性能や安全性能の向上、つながるクルマなど、社会の要請に呼応する絶えざる進化の時代でした。

時代と共に博物館に期待されるものも変化しています。クルマが進化し続けるように、博物館も立ち止まりません。これまでの30年を支えて頂いた全ての方々への恩返しとして、進化し続ける博物館、クルマを愛する博物館であり続けます。

トヨタ博物館館長 布垣直昭





かつて男子小学生の間で大流行した“スーパーカー消しゴム”