

世代を繋ぐ、クラウンの輝き。



世代を繋ぐ、クラウンの輝き。

初代クラウンの周りを子どもたちが走り回っている。

アメリカ車の影響を色濃く残すボディ・デザインと鮮やかな赤は、
今も寂れることなく、むしろ強く子どもたちを惹き付ける。

現代まで続く〈クラウン〉の系譜には、それぞれの時代の空気が宿っているからか。
〈クラウン60周年記念展〉が2015年春から夏にかけて開催された。

クラウン60周年記念展 2015年4月25日～7月5日

1st(1955): 1952年に開発がスタートし、1955年にクラウンRS型とタクシー向け専用車両マスターRR型が同時に発表されたが、翌年にはマスターは打ち切れられ、クラウン一本の生産となった。

「いつかはクラウン」というコピーは、1983年に発表された7代目から使用されたものだが、それ以前のクラウンにも当てはまるほどの、強いインパクトを持っている。「いつかはクラウン」。常に時代の少し先を走る、誰もが憧れるクルマ。〈クラウン60周年記念展〉は、その言葉に込められていた思いを懐かしく呼び起こすものだった。

初代から順番にクラウンを熱心に見ていた男性が、5代目の前で足を止めた。話を聞いてみると、かつて若かりし頃に5代目、それから7代目に乗っていたことがあるという。「精一杯の背伸びをして手に入れたんだよ(笑)。もう40年近く前の話だけど、今でも覚えているよね、クルマに乗っていた時の感覚を」。そう言って、70代の男性は目を細めた。クルマが呼び起こすのは、運転していた時の感覚だけではない。クルマを所有すること、クルマで走ることに付随する思い出も一緒に浮かんでいたのだろう。

4代目の通称“クジラ”をさまざまな角度

から写真に撮っていた若い男性は、香港から来たというデザイナーだった。スピンドルシェイプの流線型に見せられ、ディテールを切り取るように写真に収めている。開いたトランクの中にある後方に向けて座るシートに驚いていた。当時、先鋭的だったクルマは、今見ても新しい発見がある。

初代クラウンの前で定点観察をしていると、今までの展示に比べて家族連れが多いことに気づく。3世代家族が記念写真を撮っているのを見たことがある最後の世代。遠い記憶を探りながら、孫に向かって昔の話をしている。クラウンは、分かりやすい形で世代を繋いでくれる。祖父が好きだったクルマを、孫が見て「カッコいい!」と喜んでいる。

1955年に発表された初代クラウンから、2003年に発表された12代目クラウンまでが一堂に並べられた〈クラウン60周年記念展〉。「継承と革新」というテーマが貫くクラウンという車種には、「当時の最先端の技術

を投入する」という“革新”の精神こそが“継承”されていることが伝わってくる。いつの時代も高い理想が追求されていたからこそ、「いつかはクラウン」という憧れを生み出し、今でもこうして世代を超えたファンが生まれているのだろう。ただし、踏み込んだ先進的なデザインの後には、揺り戻しのように少し落ち着いた外観に戻っている。その繰り返しのによって少しずつ進化し、革新性と大衆のニーズとの中間地点を探りながら、クラウンは育っていった。その試行錯誤の成果として歴代のクルマを眺めることは、まさしく“時代”へと思いを馳せることに等しい。それぞれのクラウンが走っていた時代が、背景に透けて見えるように立ち上がる。例えば自分が生まれていない時代であったとしても、クラウンを眺めることで、時代を想像することさえできる。

クラウンは、時代の鏡。いつもほんの少し先の未来を体現していたから、憧れの対象だったのだろう。



2nd(1962):

1962年にフルモデルチェンジ。より低く長くという当時の世界的傾向に沿って、アメリカン・コンパクトなデザインに。64年にはV型8気筒エンジンの「クラウン・エイト」を発売。



3rd(1967):

首都高速環状線、東名高速などインフラの整備が進む中で、「高速長距離」がモデルチェンジのテーマだった。床面を低く設定できるペリメーターフレームが採用されている。



4th(1971):

スピンドルシェイプと呼ばれる、丸みを帯びた紡錘形のスタイリングを採用。当時はオーバーヒートなどから不評も多かったが、現在まで「クジラ」という愛称で親しまれている。



5th(1974):

「美しい日本のクラウン」がデザインのテーマ。1970年代の排ガス規制をクリアして、発表された。2600cc車の最上級グレードには「Royal Saloon」の称号が初めて冠された。



6th(1979):

設計の基本テーマが「新しい時代を開く伝統の最高級車」。省資源、安全性など次世代のクルマを提案すべく、ボディの軽量化や電子制御が、積極的に取り入れられた車種である。

続いているからこそ、振り返ることができる。

ク ラウン1955年の誕生から、これまでの足跡をたどる企画展「クラウン60周年記念展～継承と革新～」が開催された。期間中、数多くの来場者が訪れたが、その中に14代目クラウンを手掛けた山本卓の姿があった。現在、山本はグローバルでレクサスを牽引する立場だが、それまではエンジニアとしていくつかのクラウンに携わってきた。一方、トヨタ博物館館長の布垣直昭は、以前はレクサスおよびトヨタのデザイン戦略を担当。二人にクラウンへの思いを語ってもらった。

山本 都合、三代(11代、12代、14代)のクラウンに携わってきたからではありませんが、特別な存在であるのは間違いないです。会社にとってだけでなく、自分にとっても。若い頃は高嶺の花で、とても手の届かない、そんな存在でした。「いつかはクラウン」と言うやつですよ。自分も偉くなったらいつかは乗りたい! そう思っていましたね(笑)。はじめてクラウンを認識したのは、父親が乗っていた6代目の頃だったでしょうか、当時も立派なクルマだったのを覚えています。
布垣 我々は誕生から60年の節目に今回の企画展を実施しています。選ぶのは難しいと思いますが、歴代モデルの中で挙げるとすれば、どの代のクラウンに思い入れがおありでしょうか。
山本 初代はもちろんのこと、前衛的だった4代目、「いつかはクラウン」の7代目、そして歴代で最も売れた8代目でしょうか。4代目はあまりにも先取りし過ぎたが故に販売面では苦戦を強いられたモデルですが、今見ても色褪せていない。



「若い頃は、いつかはクラウンを買いたいと思っていましたね」と山本。

布垣 今でこそ“クジラ”の愛称で親しまれており、ファンの多いモデルですが、4代目というのは野心作だったと思います。スピンドルシェイプと呼ばれる曲線基調のスタイリングは、ディテールまで徹底しており、当時としては珍しい一体型カラードバンパーとするなど、それこそ衝撃的だったはず。しかし、高級感を望むお客様にとっては期待と違っていたのかもしれない。そうした反省は織り込みながらも、一方ではお客様はコンサバでは満足されず、歴代のクラウンは常に新しい技術を取り入れてきましたし、デザインは今でも斬新すぎるぐらいのアイデアから開発を始めていると思います。
山本 このカタチにしても高速性能を意識したものだったでしょうし、EFI(電子燃料噴射装置)をはじめ、2600ccのエンジン、MTを5速にしたのもこの代からでした。デザインだけではなく多くの面で新しかったことは間違いないです。が、セールス的には厳しく振るわなかった。この4代目で得た教訓は、“少しだけ先を行く”と言うものです。それは今日でも変わらないと思います。クラウンというクルマは、常にお客様の声を聞き続けてきたモデルでもあったんです。それが顕著に表れたのが5代目で、直線的なデザインは8代目まで変わることはありませんでした。これによりシェアも回復し、販売面でも順調に推移し続けます。1990年の後期モデルでは歴代過去最高となる販売台数(23万9858台)を記録。その時(8代目の後期型)も若干角を丸くはしたものの、中身はキープコンセプトでした。
布垣 歴代モデルを振り返ればステーションワゴンだけでなく、バリエーションは多彩

でした。2ドアのハードトップモデルや、2代目と3代目には前席から後ろを荷台にしたピックアップもあります。また、1960年代から70年代というのは北米でもステーションワゴンはブームでしたから、(2代目で採用された)フラットデッキスタイルというも含め、その影響はあったのかもしれない。後にス

テーションワゴンの需要というのはSUVへとカタチを変えて流れて行きますので、おのずとクラウンからはそうしたラインアップも姿を消して行くことになります。
山本 2代目で言えば、直列6気筒エンジンのほかにクラウン初のV8エンジンを搭載したモデル(クラウン・エイト1964年)がありましたね。国内販売がメインではあっても、北米にはV8エンジンのクルマが数多くありましたから、意識していたのかもしれません。トヨタにとってはシンボルですからね、そのポジションを守ろうとするので、必然的に新しいものを取り入れていくことになるんです。現在、普及率の高いカーナビもトヨタではクラウンが最初ですし、VSC(横滑り防止装置)装備もこのクルマからになります。エアバッグやABSと言った安全装備が搭載されるのも早かったと思いますよ。
布垣 新しいものを取り入れるのと同時に、後のトレンドを生み出していたクルマだったと思います。例えば車体色のホワイトの普及率の高さの背景には、スーパーホワイトという真っ白なボディ色の技術的な実現があり、80年代のクラウンでもいち早く取り入れました。最近のボディ色ではクラウンのピンクが話題になりましたね。
山本 社長の「これまでのイメージを覆したい」という思いを汲んで試みた色です。当初、実際に販売するかは未定でしたが、期間限定で販売しました。奇抜に見える色ですが、歴代のクラウンの内装色には、銀座の高級クラブにあるようなド派手な色もあったんですよ(笑)。7代目のクリスタルピラーなども、私からしたら派手に見えますし、今、こうして実車を目の当たりにすると、どうやって作ったんだろう、と感心させられます。でも、私がクラウンを担当した時は、色やカタチ、最新の装備と並んで、頭の中では言葉探しをしていましたね。イメージし易い適した言葉がないと人には伝わらないですから。14代目では『掻敷かいしき』という言葉テーマに掲げています。日本料理で用いられるもので、盛りつけの際に下に敷いたり添えたりする木の葉などのことです。美しさや味を損なわず、料理よりも前には出ない。季節の先取りをするが、先に行き過ぎはしない。まさに「クラウン」と重なる言葉です。



山本 卓

トヨタ自動車常務役員、Lexus International Executive Vice President。12代目ゼロクラウン(180系)では主査、14代目(210系)ではチーフエンジニアを務めている。

布垣直昭

トヨタ博物館館長。トヨタ自動車グローバルデザイン統括部主査として、レクサスおよびトヨタのデザイン戦略を担当。デザイン統括部長を経て現在に至る。



クラシックカーと幸福な熱気。



長久手の会場である愛・地球博記念公園には、100台のクラシックカーが全国から集まり、それを愛でるために2万人近くが集まり、“クルマ談義”を楽しんでいた。

第26回トヨタ博物館クラシックカー・フェスティバルには、およそ100台の名車の数々が並べられその美しい姿を写真に収めようと、多くのファンが訪れた。クルマに乗る者も、それを眺める者も、幸福な熱気に包まれたイベントとなった。



ある年数を超えると、クルマに人格が宿る。

第26回を迎えた〈クラシックカー・フェスティバル〉では、トヨタ博物館に収蔵されている貴重な5台が走行を披露した。白洲次郎が愛したという〈ブガッティ タイプ35B〉や、〈ベントレー4 1/2リットル〉などの戦前のレーシングカーに並んだのは、2年近くレストアが施されていた〈フランクリン シリーズ9〉。新明工業の顧問を務め、このレストアを担当した石川寛さんは、クラシックカーを生き返らす喜びをこう語った。「100年前によくぞここまで、という技術力がネジやボルトの一本にまで宿っている。100年経っても使えるネジなんて、今のクルマ

マに使われているかね？ このフランクリンは、きちんとネジが、ゆるむんだよ(笑)」100年経ったクルマのネジが、腐食することなく現代でもきちんと使える。それだけでクラシックカーのロマンを伝えるには十分ではないだろうか。「きっと技術バカがこのクルマを作ったんだよ」と嬉しそうに笑う石川さん。レストアは、当時の技術者対話するような時間だったという。

フランクリンを始め、まさしく“博物館に仕舞われてあるクルマ”がゆっくりと動いている姿を見せると、それだけで歓声が上がる。まだクルマが高嶺の花だった牧歌的な

時代に思いを馳せるだけでなく、エレガントな佇まいそのものに惹かれるのかもしれない。〈ブガッティ タイプ35B〉も〈アルファロメオ6C 1750 グランスポルト〉も、スポーツカーとしての片鱗を見せつつ、会場をゆっくりと走った。

集まった100台ものクルマたちは、ほとんどが自走して会場までやってきている。クルマの年代は違えども、時代の風雪に耐えながらも生き残り、きちんと自分で走ることのできるクルマには会場に集う全員が敬意を持っているように感じられた。クラシックカーはやはり“趣味”を超えた存在なのだ。



新明工業の石川さんは、フランクリンをレストアしながら、その考え抜かれた構造に幾度も感心したと言う。クルマとしての性能を担保するために、あらゆる箇所に工夫が為されている。レストアのために“解剖”しなければ分からなかった、当時の技術者の思想。一般のオーナーたちにも共通するであろう、“時代を超えたやり取り”こそ、クラシックカーのひとつの醍醐味であるはずだ。



レストアを担当した石川さんが、〈フランクリン〉を指して、「これはもう娘のような存在だからねえ」と微笑んだ。きっとそれぞれのオーナーにも、その気持ちがわかるだろう。手をかけて、少しずつ育て上げ、人生を共にする。これほど贅沢な“遊び”は、ほかにないかもしれない。

クルマは時代を超えて渡される。幸運にも引き継がれた名車には、きっと人格が宿るのだろう。だからこそ、機械であるクルマを“愛す”ことができるのだ。

第26回クラシックカー・フェスティバルは5月24日に行われた。会場は愛・地球博記念公園(モリコロパーク)。

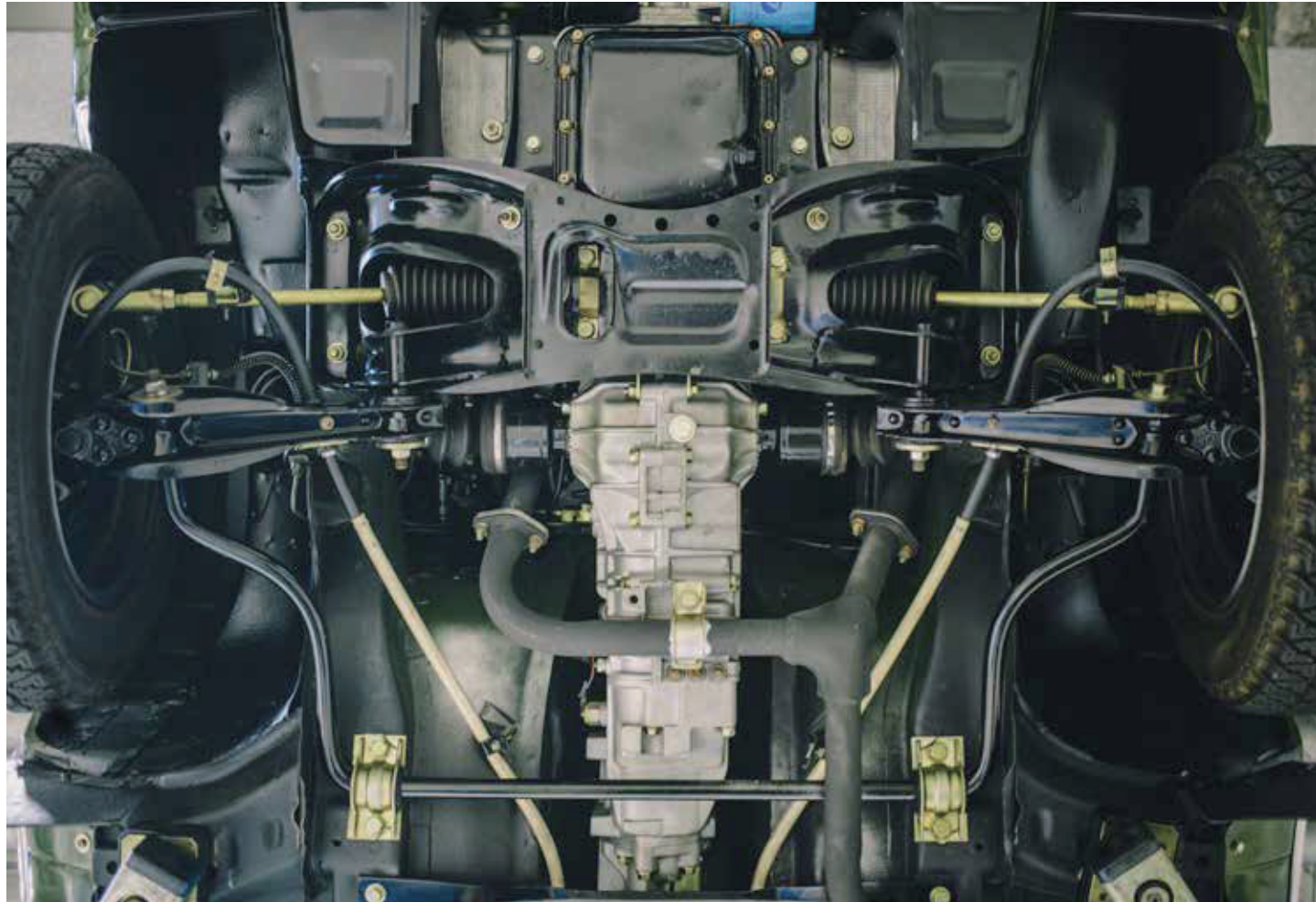




収蔵車紹介

SUBARU LEONE

全長×全幅×全高:4040×1500×1450mm ホールベース:2455mm 車両重量:905kg
エンジン:水平対向4気筒 水冷4サイクルOHV 1361cc 最高出力:77ps/6400rpm トルク:10.5kg・m/3600rpm



か

つてクルマが誕生した19世紀当時、あらゆる道路は、当然ながらいわば悪路だった。そのためにすべてのクルマがオフロードで走ることを前提にされていた。クルマを大衆にまで敷衍させたあのT型フォードでさえ、アフターマーケットで四輪駆動に改造するキットが売られていたほど。クルマの進化と共にアスファルトやコンクリートで舗装され、道が良くなっていく過程で、クルマは乗用車とクロスカンントリーへと機能が分化していった。その隙間を埋めたのが、スバルの「レオーネ」。乗用車に四輪駆動という概念を持ち込み、一般に普及さ

せたのは、間違いなくこのクルマの功績である。1972年の発売だった。東北電力が、宮城スバルに「雪の中でも作業ができるクルマ」として四輪駆動車を依頼したのがその端緒だった。雪が降る中での送電線の作業に、東北電力は当時、ランドクルーザーやレンジローバーなどの、クロスカンントリーに向けたいわゆるヘビードューティなクルマを使っていた。しかし幌タイプだったので寒さをしのぐために、金属のボディを自作して囲っていたという。その囲いの重さによって、雪道でスタックするなどの問題が頻発し、それが宮城スバルへの

“発注”の契機となった。東北電力内には、車両開発チームが存在していて、クルマの構造をかなり詳しく理解していたという。どのメーカーに声をかけるかを考えた際に、スバルがもっともポテンシャルが高いと判断した理由は、水平対向エンジンでクランクシャフトが真っすぐ後ろを向いているから。ミッションもリアから出力を取ることができるだろうと、そこまで想像していた。

相談された宮城スバルは、すぐに試作品を製作する。FF1000をベースに、当時業務提携をしていた日産のブルーバード510のリアサスペンションを取り付ける。フロアの



上をプロペラシャフトが通る、荒い改造ではあったものの、走りは満足いくものだったという。その試作品を富士重工業の開発チームに見せて、実際に製品化することが決まった。量産化に際しても、ブルーバード510のリアサスペンションをそのまま使い、開発費を抑えるという工夫も為されていた。現代から眺めるメルクマールのな立ち位置からは想像できないが、当時のクルマ雑誌を検証しても、モーターショーで発表したという記事は見られても、安価で大衆的な四輪駆動車「レオーネ」を大々的なニュースとして取り上げている雑誌は発見できない。

やはり、雪国のニーズに需要を見出していたのだろう。商用車の枠内での発表だったという理由もあるかもしれないが、本当にいい機能、クルマであったとしても、実際に人が便利だと認識して売りに上げに反映されるまでには時間が必要だったのだろう。各新聞社にモニター車を配るなど、販促に力を入れ、セダンのモデルを市場へと投入した辺りから、この安価な四輪駆動車は、爆発的な人気を呼んだ。現在のSUVの席卷への道筋を生み出した、時代の先鞭をつけたクルマだった。

戦後、欧米をキャッチアップすべく国産車

は革新を続けていたが、1970年代になると世界的に評価されるクルマが誕生している。「レオーネ」は、その代表例と言えるだろう。雪道だけでなく過酷な環境に対応するポテンシャルは、サファリラリーでも実証されている。クラス優勝を果たしたのは、かのオーディのクアトロよりも10年も前の話だった。オリジナルカラーである淡く上品なグリーンを纏ったこのレオーネのバンは現在、富士重工業よりトヨタ博物館へと借り受けているものになる。スバルビジターセンターには、スバルFF-1 1300Gをベースとしたスバル1300G 4WDバンが保管されている。

1930年代 アメリカ自動車業界の変貌

トヨタ博物館所蔵資料から読み取る時代の気分

トヨタ博物館2階南側展示スペースの壁面には、1933年「シカゴ万博」と1939年「ニューヨーク万博」のポスターが拡大されて描かれている。この二つの万国博覧会に象徴される1930年代は、大恐慌から第2次世界大戦への道を進んだ厳しい期間でもある。その一方でアメリカ自動車業界にとって、多くのイノベーションを実現させ大戦後の1950～1960年代

の黄金期を迎える基盤を整えた時代と捉えることができる。また1930年代は、「流線形」の時代でもあった。自動車もその例外ではなく世界中の自動車が流線形の洗礼を受けていったのである。今回は流線型スタイルの自動車がいち早く大量生産されたアメリカを舞台に、1930年代の自動車と自動車産業の変貌の一端を雑誌やポスターなどトヨタ博物

館所蔵資料と共に見ていきたい。

1920年代半ば、いち早く自動車のスタイルの重要さに着目したのはGMであった。当時ハリウッド・スターの間で圧倒的な人気を誇ったコーチワーカー（特注ボディのデザイナー）であるハリー・アール（Harley Earl）をキャデラック事業部に招き新型車のスタイリングを依頼した。彼が手がけた1927年3月発表の新型車「ラ・サール」は大ヒットし、アメリカ初の「大量生産されたスタイルカー」となったのである。その成功を確認し、GMトップのスローンは新しい組織「アートアンドカラーセクション」（Art and Color Section）を設立し、アールに託した。またGMは、シボレーをエントリーモデルとして「次はビュイック、いつかはキャデラック」といったフルラインでモデルを揃え、トップメーカーの地位を固めていった。

自動車のスタイルが直線を基調とした

箱型があたりまえであった時代、1933年5月から始まったシカゴ万博には当時最先端の流線型スタイルを纏った数々のプロトタイプ・モデルが出展された。翌1934年にはクライスラーが量産車として初めての流線型モデル「エアフロー」を発表。しかし、エアフローのスタイルは時代の先を行過ぎていた感もあり市場では評価されず、ビジネスとして成功とは言い難かった。

ヘンリーフォードの長男エドセル・フォードは、エアフローの事例からも学んでマーケティング重視のスタイリング戦略を導入、工芸/建築/ファッションの一大モードであったアール・デコ様式も取り入れた「リンカーン・ゼファー」を1936年に発売した。狙いはビタリと当たりゼファーは大ヒット、流線形スタイルの自動車が市場に浸透していく先駆けとなったのである。

またGMも流線型を巧みに取り入れ、時代に遅れることなく先に行過ぎることもな

く、多様なスタイルの量産車を市場に送り出す一方、ドリームカー「ビュイックY-Job」（1938）で最先端イメージを醸し出しながら、市場を先導しシェアを獲得していった。大恐慌の最も厳しい時代でも損失を出すことなく1930年代を通してGMは黒字経営を継続。その期間の利益の90%以上を配当にまわしながらも、リーディングカンパニーとしての基盤を更に強固なものにしていった。ハリー・アールの率いるスタイリングの新組織は、GMの躍進に大きな貢献をしたのである。

ニューヨーク万博が開催された1939年には、博覧会の展示場のみならず街じゅうの道路や駐車場に流線型の自動車が満ち溢れていた。それらの自動車には当時の最先端技術の数々が搭載されていた。トヨ

タ博物館展示車両のリンカーン・ゼファー（1937）、キャデラック・シリーズ60スペシャル（1938）は流線型スタイルの代表格である。

大恐慌と第2次世界大戦に挟まれた1930年代、アメリカの自動車業界は厳しい市場環境の中で企業存続をかけたイノベーションを成功させた。その範囲はスタイルから性能/装備、更に企業経営/組織に至るまで多岐に渡るものであった。現在の自動車産業の基盤の多くはこの時代に形成されたものであるともいえよう。（文化学芸グループ：早川）

〈主な参考文献〉

「GMとともに」(1967) A.P.スローンJr.著、ダイヤモンド社
「The Automobile in America」(1978) S.W. Sears American Heritage Publishing Co. Inc.
「La Salle」(1986) R.C. Ackesson, Bookman Dan Inc.
「America at the Wheel(1893-1993)」(1993) Automotive News
「The Saturday Evening Post」(1933/1934)



シカゴ万国博覧会ポスターと
デューセンバーグ・モデルJ(1929)



1933年シカゴ万博パンフレット各種。「進歩の世紀」をテーマとして、シカゴ市制100周年を記念、より良い未来を求めて開催された。



GMは、シボレーからキャデラックまでフルラインアップを誇示。フィッシャーボディが車体供給を担当し、GM発展に大きく貢献した。



モービル石油の広告に登場する車や、シボレーやダッジの広告からも、1930年代前半の車のスタイルは直線基調の箱型が主流であることがわかる。



1:エアフロー(1934)カタログ 2:ラ・サール(1927)カタログ 3:ビュイックY-Job(1938)模型 4:リンカーン・ゼファー(1936)ブックカタログ



ニューヨーク万博ポスターとリンカーン・ゼファー(1937/右)、キャデラック・シリーズ60スペシャル(1938/左)。



1930年代にはカーラジオや自動変速機をはじめとし、様々な新装備/新技術が実用化されていった。写真は当時のカーラジオの雑誌広告。



1939年ニューヨーク万博パンフレット各種。「明日の世界」がテーマ。GMは1960年代未来社会を予測した「FUTURAMA」を展示、人気を博した。開催中に第2次大戦が勃発、次回開催まで約20年の空白期間を余儀なくされた。



1939年のLIFE誌に掲載されたシェル石油の広告。路上は流線型の自動車で埋め尽くされている。石油と自動車の二つの巨大産業は、運命共同体として“Give and Take”の関係を築いていく。

The T-Times

企画展「はたらく自動車」

第9回となった「はたらく自動車」には、初出展のアスファルトフィニッシャとコンパインをはじめとする6台を出展、今年も多くの家族連れで賑わいました。あこがれのパトカーに乗車したり、簡易制服で記念写真を撮ってもらったり、車両実演に歓声をあげたり、幅広い年齢層のお子さんがそれぞれに楽しみ学ぶ様子が見られました。ご協力頂いた関係各機関/各社に深く感謝致します。

(開催期間:2015年7月18日～11月8日)



52年ぶりの再会 Honda Collection Hall 企画展への協力

1962年の全日本自動車ショーに出展されたあと失われていたパブリカスポーツとホンダスポーツ360が各社で復元されたのを機に、Honda Collection Hall企画展「52年ぶりの再会～よみがえる幻の国産スポーツカー～」が開催され、トヨタ博物館もパブリカスポーツ復元車両や資料を提供しました。今後も自動車文化の発展継承に向けて外部との連携を強化してまいります。

(開催期間:2014年12月12日～2015年4月8日)



トヨタ スポーツ800 生誕50周年を祝う会

全国から約百台のスポーツ800とオーナーが集結、場内パレード、開発者トークショーなどが実施されました。主催は「トヨタスポーツ800生誕50周年協議会」。この翌日にはMEGA WEBで東京大会が開催されました。(開催日:2015年5月9日)

トヨタ博物館の少し大きなマイナーチェンジ

「皆様とともに自動車の歴史を学び 人と車の豊かな未来のために博物館をつくりました」

この1989年トヨタ博物館設立時の趣旨を現在の視点で再考し、2016年より、いよいよ常設展の大幅な改装にも着手します。

その背景にあるのは、皆様にいっそう車の歴史・文化に親んでいただけるよう、時代の流れの中で世界と日本の自動車産業が絡み合いながら進化してきたさまを、よりわかりやすく伝えていきたいという願いです。

第1段階として2016年1月より、本館の各フロアと新館に分かれて展示

されていた自動車黎明期から1950年代に至る展示内容を本館2階に集約します。これまで日本車と外国車が別々に紹介されていたものを、時代を追って比較しながら歴史を一望できるようになります。

この先も段階的に展示の改装充実を進め、最終的には本館の2階、3階を通して歴史をスルーでご覧いただけるようにすると



配置図を用いて検討中の浜田学芸員

共に、一部新たな車両の追加など内容も充実してまいります。

さらに、車まつわる貴重な史料やポスターなど、当館が収蔵してきた様々な分野の貴重なコレクションを、文化展示エリアとして新館2階に新設してご紹介していく計画です。車文化の博物館として、これまで以上に様々な視点で車をご覧いただけるようになるものと思います。

また、新館1階のカフェも、ブック・カフェとして新装オープンの予定です。博物館をゆったりくつろいで楽しんでいただける事と思います。

当館は諸活動を通じて、より多くの皆様に楽しんでいただきながら、豊かな自動車文化を育んでまいりたいと願っております。これからもよろしくお願いいたします。

トヨタ博物館 館長 布垣直昭

来館者 600万人達成

2015年8月20日、開館316か月目にして累計来館者数が600万人に達しました。長年にわたる皆様のご支援に心より御礼申し上げます。記念すべき600万人目の来館者となった豊田市在住のご家族には、館長より記念品と年間パスポートを贈呈しました。

寄贈車紹介



トヨタ コロナ セダン 1983年・日本 和泉 様

今号の表紙は、クラウンに輝く歴代エンブレムを並べたものです。



Classic Car Festival

2015 トヨタ博物館
クラシックカー・フェスティバル
in 神宮外苑

2015年11月28日(土) 10:00-15:30 明治神宮外苑 聖徳記念絵画館前 入場料無料[雨天決行]

