

社会がクルマを要請し、
クルマが文化を築いていく。

トヨタ博物館
TOYOTA AUTOMOBILE MUSEUM



社会がクルマを要請し、 クルマが文化を築いていく。

今までに国内外別々に並べられていたクルマを、時系列に並べる展示リニューアル。見えてくるのは、社会がいかに求め、その答えとしてどんなクルマが作られていったのか。前号の展示紹介に続き、今号では1930年代から50年代まで、社会とクルマの関わりについて紹介する。

文:村岡俊也 写真:田村孝介

クルマは、常に社会と結びついていく。社会で史実に残るような事象が起こると、それに呼応して進化や競争が生まれ、新たなクルマが作られていった。トヨタ博物館では、2019年の開館30周年に向けて段階的なリニューアルを行い、社会と結びついたクルマの歴史を、国内外の車種を問わず並べることで明示している。

例えば、日本の自動車産業がいかにして発展を遂げたのか。その契機は1923年、関東大震災だった。公共交通機関が壊滅的な被害を受け、そのために電車の代わりに重宝されたのが、アメリカから輸入されたT型フォードをベースとしたバスだった。「円太郎バス」と呼ばれたそのバスは、まだ瓦礫の残る街の中を機能的に動き回り、復興を支える手助けとなった。その便利さによって、一部の特権階級のいわば“玩具”だったクルマが、大衆の足となって浸透していく。T型フォードが日本にもたら

したものは、1900年代のアメリカでの役割と同じ、クルマの大衆化だった。フォードとシボレーは、日本に市場があると見ると、すぐに工場を作り生産を始める。結果、日本市場の9割近くを2社が占めることになる。一方で日本車は、この2社が作る大型車と競合しない小型車を生産することで活路を見出していく。例えば、ダットサン。1920年代から30年代へと紡がれていった日本で初めての量産車と言えるかもしれない。

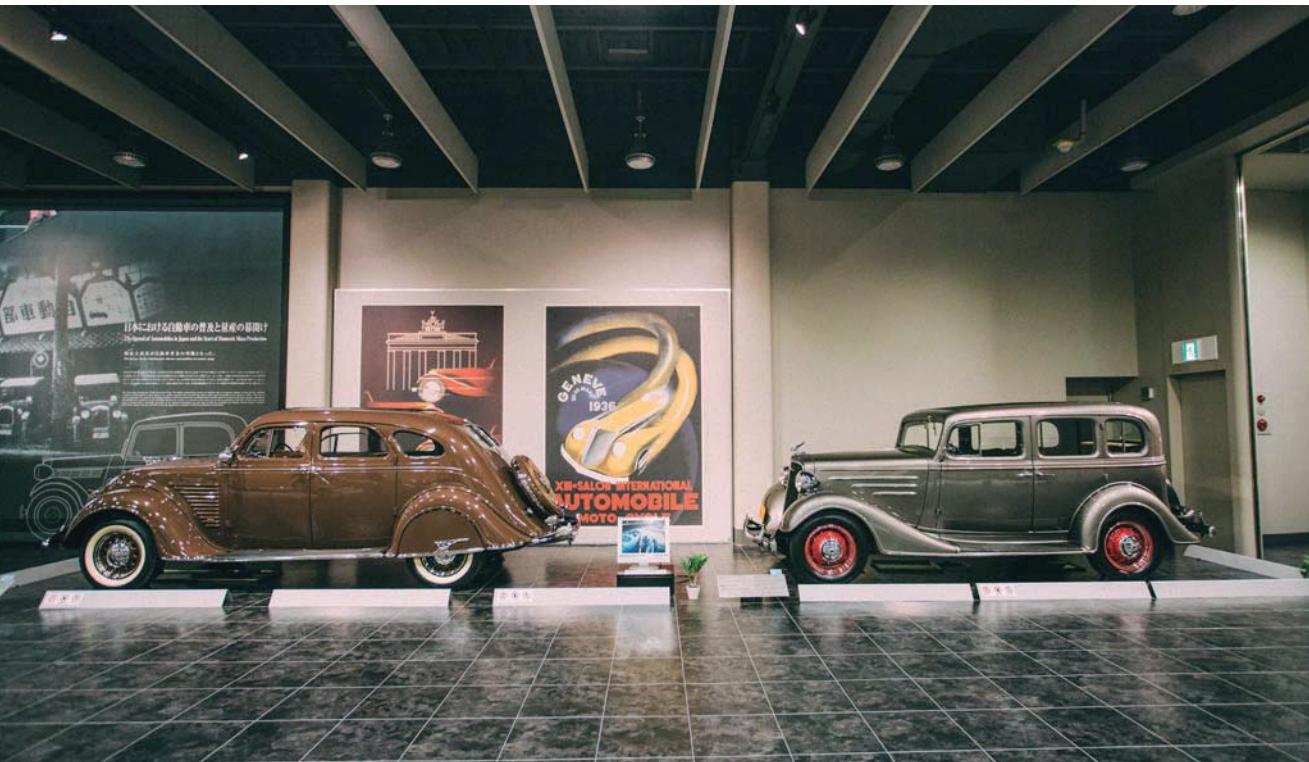
日本政府は、寡占状態の市場を開拓すべく、国産自動車メーカーの育成に乗り出していく。そこで発展していったのが、ダットサンつまり日産自動車であり、豊田自動織機つまりトヨタだった。

「流線型時代の到来」と題した展示ゾーンでは、関東大震災後、活躍した「円太郎バス」の模型と並んで、1932年製のダットサン11、そして1936年製のトヨタAA型など

が展示されている。ここでは社会的な側面から見た進化と同時に、デザインがいかにして相互に影響を与えていったかもわかるよう、展示車が選ばれている。なぜならば、デザインの流行も常に社会からの影響を受けるからだ。

続くゾーンのテーマは「さまざまな自動車文化の競演」。世界大恐慌からの復興によって社会が豊かさを取り戻していくと、その反映としてランチアやブガッティなどの欧米車は、機能性の追求だけでなく美しさという観点からも進化していった。

クルマは常に社会と共にあって、それは現在まで脈々と繋がっている。なぜ現在のクルマがこの形をしていて、どうしてこういった機能を持つようになったのか？ 時代を遡ることで見えてくるのは、クルマというカルチャーの奥深さだけでなく、社会がなぜクルマを必要としたのか。当時の人々の暮らしのものではないだろうか。



美しい流線型は、
技術とスタイルの融合。

1930年代になると構造の変化や空力技術の導入などによって、クルマの形は滑らかな流線型になっていく。それは単に合理性によるものではなく同時にスタイルとして確立されていったもの。デソートエアフローに端を発する量産車の流線型化。トヨタ初めての生産型乗用車であるAA型も、その流れを取り入れていた。

個性が花開き、
国民性を体现するクルマ。

国民性の違いがクルマにはっきりと反映されるようになったのも、世界恐慌後の1930年代かもしれない。伝統的な趣きを残すイギリス車に対して、イタリア車はカロツェリアによる華麗なデザインを用い、フランス車は耽美的とも言えるほど。ファンタムIII、ドラージュ、パッカードなどの“美しい”クルマが残されている。





戦争の後に訪れた “カラフル”な進化。

第二次世界大戦中、参戦国では乗用車の生産が事実上禁止され、全てが軍需品の生産に充てられていた。戦後、遊休化した兵器産業や航空機を作っていた技術者たちが参入し、新しい概念をクルマに持ち込んで行った。再び明るい時代を迎えたことを祝うように、明るい色を採用するクルマが多くなったことも時代の証左と言える。



海を渡って広がった スポーツカーブーム。



第二次世界対戦でヨーロッパに駐留したアメリカ人たちが、帰国後に持ち帰ったのが、スポーツカーだった。コンパクトでスタイリッシュなクルマがアメリカへと輸出されるようになり、同時にアメリカでも独自のスポーツカーの生産が始まる。平和の訪れとともに、新しいクルマ文化が始まっていた。





車種や世代を超えて クルマの文化を繋ぐ集い。

文:村岡俊也 写真:田村孝介

2016年7月、“オープンエアモータリング”というテーマでファンミーティング「TAM Meet 2016」が開催された。主催はCG CLUB中部支部。『CAR GRAPHIC』の後援によって開催されたこのミーティングには、さすがの名車がラインナップ。真夏の強い日差しの下にオープンカーやガ

ラスルーフの美しいボディが並んだ。

自身も〈TOYOTA SPORTS 800〉、通称・ヨタハチに乗って

やってきた中部支部長の杉山清一郎さんは、クルマが人生を豊かにしてくれると語った。

「子どもの頃に、初めて旧車を見たときの、あの知らない世界を開けたような独特的の感動。それは会社や学校など、日常の生活では得られないものです。大人になつて、その愉しみをこうして分かち合うことがクルマという文化を繋ぎ、支えていくことになると思うんです。私もヨタハチを次の世代に渡すために預かっている感覚なんです。あと50年は乗ろうと

思って直しますから(笑)」

杉山さんはコスチュームまでパッчリと決め、全身で率先してイベントを楽しんでいた。また『CAR GRAPHIC』の加藤哲也代表取締役社長は、車種も年代もバラバラのクルマが集まるに意義があるという。

「それは、トヨタ博物館の考え方とも共通ですよね。自社ブランドだけでなく、文化的に大切だと思われるクルマを収

藏している。ありがたいことにCG CLUBは、自然発生的に始まった読者組織なんです。恐らく世界的にも例がない。自動車文化を支えるという同じ哲学の下、活動できるのはとても光栄なことです。クラシックカーというと海外のクルマを見てしまいがちですが、日本にも多くの名車が

ある。こうして一堂に会すとそのことにも気づかれますね」

200台を超える名車が揃ったイベントでは、自慢の愛車を前に、それぞれの思いを熱く語るオーナーたちの笑顔が見えた。その姿は、ほとんど子どものようで、世代も社会的地位も関係ない。



**1953**

シボレー コルベット
ヨーロッパ車に対抗してつくられたアメリカ最初の量産型スポーツカーは、ヘッドライトに飛び石による破損防止のために格子状のワイヤーが張られていた。

**1958**

トヨペット クラウンRS-L型

現地法人米国トヨタを立ち上げて、アメリカ市場に最初に送り込んだクルマ。そのため、ヘッドライトもアメリカの規格に合わせてシールドビームを採用している。

**1961**

三菱500 AII型
電球を交換する事を想定したセミシールドのヘッドライトを採用。完全密閉する事はできない。徹底した合理主義で、このクラスでは格安の39万円で売り出された。

**1961**

マツダ R360 クーペKRBB型

軽自動車という枠の中で、まるでスポーツカーのようなスタイルを確立すべく、ヘッドライト周辺のデザインもいかに表情をつけるか苦心した跡が見て取れる。

1961

パブリカ UP10型
国民車構想に合わせてトヨタが作り上げたのは、実にシンプルで飾りっ気のないクルマ。当然、フロントの顔も質素。ヘッドライトの周りも実にすっきりしている。

**1963**

トヨペット クラウン RS41型

高級車市場を開拓したクラウン。1962年に2代目へとモデルチェンジされ、居住性などが大幅に向上了。ヘッドライトには「SEALD BEAM」の文字が刻まれているのが確認できるだろうか。

**1964**

プリンス グロリア スーパー-6 41型

日産自動車との合併前のプリンス自動車工業。内側の2灯はハイビーム、外側の2灯はロービームと分けられていた。国内では初のオーバーヘッド・カムシャフトを採用した6気筒エンジン搭載車。

**1964**

ホンダ S500 AS280型

ホンダが二輪から四輪乗用車の分野へ進出したときのクルマが、これ。ライトウェイトスポーツ分野では驚異的なパフォーマンスだった。ヘッドライトには、ガラスカバーが採用されていた。



パートで見るクルマの進化(第2回)

ヘッドライト^②

アメリカにおいて1940年から1983年まで実施されていたシールドビーム規制は、限られた形状により世界のクルマのデザインを似たものにしたと言われている。枠の中でデザイナーが何を考えたのか。ヘッドライトに注視すると、興味深く見えてくる。

文:村岡俊也 写真:田村孝介

**1965**

トヨタ スポーツ800 UP15型

通称・ヨタハチ。大衆のためのスポーツカーは、空気力学を重視したスタイル。シールドビームをいかにボディに美しく溶け込ませるかの工夫が見て取れる。

**1967**

トヨタ センチュリー VG20型

ヨーロッパで出現し始めた専用形状のセミシールドビームをいち早く採用していたセンチュリー。ヨウ素ランプ(沃素ガス封入電球)を導入している。

**1969**

マツダ コスモスポーツ L10B型

低く流れるような美しいスタイリング。ヘッドライトもその一部に見事に取り込まれ、後部まで流れていくボディラインの起点ともなっている。

**1984**

マツダ ファミリア BD型

第1回日本カーオブザイヤーの受賞車。国内や欧州向けモデルは専用の角型二灯式。米国向けにはトリムで囲まれた角型シールドビームが装着された。

1981

トヨタ ソアラ 2.8GT

トヨタ初の高級スペシャルティ・カー。国内専用モデルのためヘッドライトも専用の角型四灯式のものを採用している。

**1988**

トヨタ 2000GT MF10型

米国のヘッドライト最低地上高規制への適合のためトラクタブル方式を採用。普段は格納されているヘッドライトが点灯時にポップアップする。

**2009**

レクサス LFA (プロトタイプ)

カーボン製モノコックシャシーに切り込みが入ったような鋭い目が特徴的なスポーツカー。HIDヘッドライトが採用された。

**2011**

トヨタ FCV-R

世界初の量産型水素燃料電池車として2014年に発売されたMIRAIのコンセプトモデルはLEDヘッドライトを採用。LEDはヘッドライトのデザインを大きく変えていく。



収蔵車紹介

SAAB 92

全長×全幅×全高:3950×1620×1450mm ホイールベース:2470mm
エンジン:水冷直列2気筒2サイクル764cm³ 最高出力:25hp(19kW)/3800min⁻¹





2 017年、スウェーデンの名車ブランド〈サーブ(SAAB)〉は惜しまれながらも70年の歴史を終える。その美しいフォルムと北欧らしい先進的な方法論に根強いファンの多かったブランド。その歴史の始まりが、今回の収蔵車紹介で取り上げる〈サーブ 92〉。美しいグリーンのクルマだった。

〈Svenska Aeroplan AB〉というスウェーデン軍のための軍用機を作る航空機会社が、第二次世界大戦後の会社経営の一つの方策として選んだのが、培った技術とエンジニアを投入できる自動車産業だっ

た。頭文字を取って〈SAAB〉。92001と92002という二つのプロトタイプを経て、1949年8月に正式発表されたのが、同社初の乗用車92だった。90、91は飛行機につけられたナンバーだった。92は、すぐに人気に火がついたわけではなく、1950年末までに生産されたのはわずかに700台だけだったという。

飛行機メーカーが作ったクルマだと一瞥してわかるほど、その姿は空力を意識している。滑らかに風が抜けていくような流線型と飛行機の翼を思わせるボリュームのあるボディデザイン。その美しい姿を

手がけたのは、スウェーデンを代表するインダストリアルデザイナーとして知られているシクステン・セゾン。カメラの名機、ハッセルブラッドの最初のモデルをデザインした人物でもある。

さらには軽量なモノコックボディを採用するなど、随所に飛行機メーカー「らしさ」が現れている。初期の92はすべて濃いグリーンの塗装だったが、これは第二次大戦時のミリタリー用の塗料が余っていたためとも言われている。タイヤの泥除け部分、SAABの社名の下に描かれているのは、飛行機をモチーフとしたマークだった。

“形”だけではない。当時の大衆車としては、先進的な機能を投入したモデルでもあった。水冷2サイクル2気筒764cm³の前輪駆動。空力を活かすために2サイクルエンジンを横向きに搭載して、最高速度は105km/hと当時としてはハイレベルな数字を記録している。飛行機製造から新たに参入し、クルマを作るということに対する凝り固まった常識が無かったために実現できたのかもしれない。当時はまだ珍しかった風洞試験を導入し、空気抵抗の係数はわずか0.32という2000年代の乗用車と比べても遜色がないほどの出

来だった。当時の一般的なクルマは、0.5程度だったと言われている。やはり、機能はそのデザインに表現されるのだろう。床下がフラットなのは、雪のことを考えているから。雪の上を滑る事ができるようにという、北欧らしい思想も具現化されている。

生産開始から4年後の1953年には92Bへとマイナーチェンジされ、トランクのスペースが広くなっている。もともとスウェーデンの国民車として開発された車らしく、使い勝手を追求する進化を果たしている。一方で発売2週間後には、ヘッドエンジニアが国内のラリーに出場し、クラ

ス2位の成績を上げたという記録も残されている。1956年末の生産終了までの総生産台数は20,128台に達した。

92の基本設計は、1955年に平行して発売されることになった93、さらには1960年にスタートし1980年まで販売された96へと引き継がれていく。サーブというブランドが、どんな哲学を持ってクルマを作っていたのか。間違いなく92に、その源がある。

当館収蔵車両は、スウェーデンのサーブ博物館館長(当時)のご尽力により、日本GMより寄贈されたものである。

快適・パワフル・カラフルに、そしてスタイリッシュに

文:早川直樹(文化芸芸グループ)

20世紀の初めには自動車をはじめ、電気／映画／電話／ラジオ放送など新しい産業が興り、人々は豊かになり生活水準も上がりていった。自動車への要求レベルも向上し、移動手段のみではなく、快適性やスタイルの良さなどを求めるように市場が熟成してきたのが1920年代であった。

1921年のエセックスコーチ発売により量産モデルにおいてもクローズドボディの人気が高まる端緒が開かれた。この状況に着目し、クローズドモデルに重点を置く戦略を実行していったのが、ローン率いるGMである。圧倒的な強さを謳歌していたT型フォードに対する再度の挑戦であった。

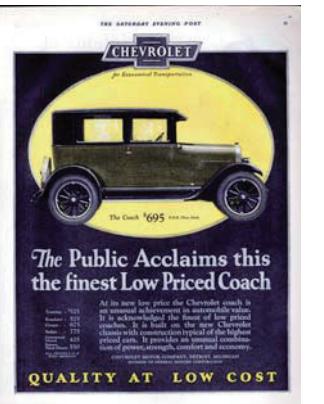
1920年代終盤には、クローズドボディが生産の8割を超える存在となった。1927年にT型フォードが生産を終了している。1929年からの大恐慌の厳しい時代を乗り越え、快適でスタイリッシュな自動車がコンクリートで舗装された大都会の道路を往来する1930年代を迎える。



"The Literary Digest"
1 July 1922

クローズドボディへの扉を量産車に開いたエセックスコーチ

1921年に発売のエセックスコーチは、\$1,495とエセックスシリーズのオープンタイプに対し、従来は2倍近くあった価格差を2割程度の価格差に縮め好評を博した。価格差は縮小を続け、エセックスは量産車でオープンからクローズドへの市場変化の流れを作っていた。



"THE SATURDAY EVENING POST"
25 Aug 1925

クローズドボディに舵をきったGMのチャレンジ

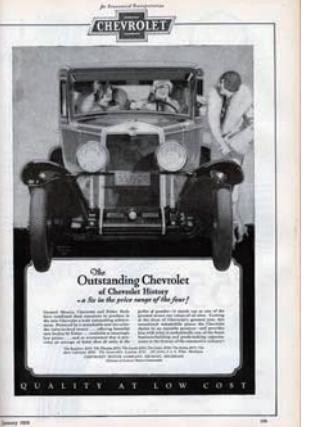
1920年代半ばには圧倒的な強さを誇っていたT型フォードに対抗するため、GMはクローズドタイプに重点を置く方針を採択した。1925年発売のシボレーK型はクローズドボディに適するよう設計され、走行は安定しスピードも速く快適な室内空間を提供し人気を博した。



"THE SATURDAY EVENING POST"
8 Dec 1928

全米の注目を集めたフォードの新型モデル

市場変化に適応できなかったT型フォードは1927年に生産終了。しかし、フォードが新しく出す新型車はアメリカ中の関心を集めた。新モデル「A型フォード」へ発表直後から注文が殺到。A型フォードは好評を博し1929年から2年間に渡りベストセラーモデルの座を奪還した。



"THE SATURDAY EVENING POST"
25 Jan 1929

GMの深慮遠謀と主導権奪取

GMはフォードの新型車が「4気筒エンジン」を搭載していくことを予見し、既に開発が完了していたシボレー用の「直列6気筒エンジン」を温存。A型フォードの4気筒搭載を確かめるとすかさず、シボレーに「6気筒」追加し首位を奪い返した。主導権は着実にGMに移っていました。



(右ページ)

"THE SATURDAY EVENING POST" 25 January 1936

スタイリッシュな自動車が快走した1930年代

“Republic Steel”というオハイオ州の製鉄会社の企業広告から。

1920年代の流れを継承し1930年代には、快適なクローズドタイプの自動車がカラフルな外板色をまとい、舗装の行き届いた道路を所狭しと走り回っている。ニューヨーク5番街の日常である。当時の大都会の空気とともに、自動車産業は製鉄をはじめ石油、タイヤ、道路関連など、多岐に渡る産業が関わっている基幹産業であることを連想できる。

第27回クラシックカー・フェスティバル(CCF)



名鉄バス「トヨタ博物館前」停留所登場。

従来の名鉄バス「長久手車庫」停留所の名称を、2016年度より「トヨタ博物館前」に改称頂きました。来館者の方々にとって、最寄バス停が分かり易くなったことによる利便性の向上が期待されます。また、バス車体の行先表示装置への「トヨタ博物館前」の表示や車内アナウンス、バス路線図に当館が登場することにより、名鉄バス沿線住民の方々への認知度の向上の効果も期待されます。



本年より参加車両展示スペースを約2倍に拡張。これにより参加車両枠を昨年比5割拡大し、当時は141台が集合。恒例の公道パレード、当館収蔵車両やオーナー車両による場内走行披露(Classic Car Circuit)、「Classic Car Studio」による場内の実況放送や参加オーナーへのインタビューなど、多彩なプログラムを実施しました。また、参加車両展示スペースにも余裕が生まれ、オーナーや来場者の方々がクルマを囲んで歓談したり、家族連れが寛いだり、これまで以上にゆったりと過ごして頂けたと思います。来場者も約1万8千名を記録しました。(2016年5月29日 愛・地球博記念公園にて開催)

はたらく自動車、今年も開催。



10回目となる夏の恒例人気企画展。本年より会場を新館2階南側に移して開催。以前の細長くカーブした空間から正方形に近い空間となり、6台の展示車が一望でできる開放感あふれる会場は、見通しが効くこともあり、子供連れ来場者に大変好評です。また今年は展示車両全て乗り込み可能とし、お子さんだけでなく大人の方々も楽しんでいる様子が多く見受けられました。また、ベビーカー置き場も新設し、利便性向上にも配慮しました。(2016年7月16日～11月27日)

メガウェブ企画展 「トヨタWRC参戦の系譜」を 共同開催。

2017年のWRC再挑戦を控え、国際ラリーへのトヨタ車参戦の歴史を、初代クラウンや歴代セリカをはじめとし、希少なプロトタイプ車両も交えて展示しました。公開前日のメディア事前取材会には21社が参加し、公開最初の週末の来場者は前年比2割の増加を記録しました。(2016年6月24日～9月4日 メガウェブ(東京お台場)にて開催)



寄贈車紹介
フランシスコ教皇猊下が2015年にボリビアを訪問された際、現地トヨタ代理店(TOYOSA S.A.)がランドクルーザー70を改造し用意した車両。



パパモビル 寄贈者(社) TOYOSA S.A.(ボリビア)

日本にもっとクルマ文化を

最近クラシックカーエベントに加えて新車のイベントにも当館のヒストリックカー出展のご要望を頂いたり、日本にもっとクルマ文化を…というお声を聞く機会が増えている気がします。

その背景のひとつに、身近な日本車の中にも50周年60周年といった節目の年を迎える車種が増えてきた事があげられます。それと共に、多くのクルマが現われては消えていく中で、例え新しいクルマであっても、使い捨てられていくものとは一線を引いたクルマに対しての愛着といったものが人々の心の中で大きくなっているのかもしれません。

また、当館のクラシックカー・フェスティバルの東京での開催も、初回の2007年から今年で10周年を迎える事ができました。これまでの多くのご支援に感謝すると共に、一層の発展を願い、今年からは会場の内外でクルマ文化の発信に力を入れて参ります。

そして、いよいよ2017年1月には本館3階の展示改装が完成し、「モノ語る博物館」を目指した2年越しの展示リニューアルのひとまずの完成形をご覧頂く事ができるようになります。

日本のクルマ文化の益々の発展に向け、今後とも努力を続けてまいります。どうぞご期待ください。

トヨタ博物館長 布垣直昭



