

モーターショーもいよいよ終盤に入り、残りはあと2日。11月1日は朝から雨と浜風に見舞われたが、駆け込み客が目立ち、会場は混雑していた。今回の来場者観察中間調査によれば、全体の構成比では男性低年と同高年が増え、男性中年と女性全般がやや減少傾向が見られるという。原因は男性中年が商用車分離によるもの、また女性は不況感による“出控え”と考えられている。

## SUVとDE 存在感たっぷりの展示 ISUZU

初の商用車分離開催となり、商用車中心メーカーのプロモートも注目された。いすゞはシャシー方式に特化したSUV(スポーツ・ユーティリティ・ビークル)シリーズと、世界No.1を目指すディーゼルエンジン(DE)に焦点を当てた展示だが、そのシンプルさがむしろ存在感を際立たせていた。

「GO FARTHER 誰よりも遠くへ。」をテーマにしたブースでは、男性の若年層を中心にSUVをじっくり吟味する姿、エンジンの前で熱心にメモを取る技術関係者らが目立った。

総力を挙げて次世代のSUVを提示するコンセプトカーは「REVOLUTIONARY VEHICLE 回 KAI」と「ZXS」。コンパクトだが密度感のあるボディーに仕上げた「回 KAI」(2.5~3リッター級直噴ディーゼル)は、日本の伝統美にこだわったというデザインで圧倒する。直線と曲線を融合させた幾何学的なフォルムに、来場者からは「SF映画に出てきそう」との声もあがっていた。

一方の「ZXS」は、都会的で洗練されたSUVという全く新しい提案だ。2.7メートルのロングホイールベースには安定感があり、都市とリゾートエリアをスマートに駆け抜けるイメージを膨らませる。SUVでありながらスタイリッシュなミニバンという感じで、技術説明員によると商品化の可能性を聞く来場者が目立つという好反響だ。

このほかの参考出品車では、ピークロスをベースにした2シーターオープンの「VX-O<sub>2</sub>」に人気が集まる。また、市販車では米国工場生産している「ウィザード」シリーズに揃って搭乗してみるカップルが目立った。

ディーゼルエンジンは、すべて高压タイプの直噴(Dd型)を、小排気量から6~7リッター級まで4基展示。注目は何と言ってもいすゞのディーゼルビジネス飛躍の鍵を握る1.7リットル(4EE2-TC型=参考出品)だ。すでにGMグルー



日本の伝統美をモダンに再生したフォルムの「回 KAI」



SUVのタフさと都会的な洗練さを身につけた「ZXS」



人気を集めた  
ピークロスをベースにした  
「VX-O<sub>2</sub>」

独創的なディーゼル  
エンジン技術で  
存在感をアピール



外国人記者の目(第6回)ハイブリッドスポーツカーが洒落ている

エドワード・P・アルターマン(アメリカ)

Edward P. Alterman  
Automobile 副編集長(米国ミシガン州)  
Primedia Publication



東京モーターショーは2回目。前回と比べて多少違うのは欧州勢の力の入れ具合。前回に比べてちょっと少ないかなと感じた。それに比べて日本の出展はなかなかやるなという感じ。コンセプトカーは押しなべて良いが、特に印象に残るのがホンダのスポーツケットと、トヨタのWILL。スポーツケットはハイブリッドのスポーツカーに初めて出会ったという驚き。ハイブリッドカーなのにスポーツカーとはお洒落って感じだ。

WILLも洒落っていて、新しいユーザーという新市場を切り開いて行こうという意欲が感じられる。トヨタは商品化にあたってクロスマーケティングがよくなされていて、市場に合わせて車種がそろっているのが良く分かる。

## ブランドイメージを裏切らない

アストンマーチン

フォードブースの奥に同グループの駿馬アストンマーチン「DB7 ヴァンテージ」が見られる。V12/420ps、2+2のクーペとコンバーチブルの二種類だが、アストンマーチン・ラゴダ社の厚い歴史が伝わってくる。

圧倒的なパワーを持ちながら重厚で落ち着いたたたずまいが、どの来場者も思わず立ち止まってしまうような存在感を醸し出している。



圧倒的パワーでブランド力を誇示する「DB7 2+2 クーペ」

## 来場者の魂に訴える情熱のカタマリ

TVR

英国のスポーツカーメーカーだが、来場者にあまりその名は知られていないらしく、不思議そうな顔で立ち止まる人が多い。しかしそのデザイン、エンジン、ラインアップについて知るにつれて「この性能なら安い」という声さえ聞こえる。超軽量ボディに直列6気筒を搭載した、仕上げの美しい「タスカンスピードシックス」に、とりわけ熱い視線が注がれていた。



現行TVRの最も新しいモデル「タスカンスピードシックス」

## 新型車「3200GT」に注目

マセラティ

マークを指差しながらガールフレンドに説明している若者もあり、「伝統のトライデントマークの復活を目指した」（説明員）という目的は、ブースの人気を見る限り成功したようだ。

フェラーリの協力を得て信頼性を大幅に向上させたという「クアトロポルテ・エボルツィオーネ」も加わり、マセラティのブースには新しい好奇心が満ちていた。



マセラティ久々のニューモデル「3200GT」

## “さすが”のスタイリング

ピニンファリーナ

カーデザイナーとして日本でも有名なピニンファリーナは、馬車の時代からのボディ架装業者だ。フェラーリなどの美しいスポーツカーのデザインを手がける一方で、展示車である「メトロクーボ」のようなコンパクトで広い室内を持つシティカーを発表し続けている。その特異なスタイルとカラーリングに見入る来場者もいる。都会的なセンスあふれる自由な利用ができるハイブリッドカーである。



ハイブリッドカー「メトロクーボ」

### 本日ご来場いただきましたVIP

エストニア大使

マーク・シニソー 様

## Topics (第11回) 混雑はモーターショー並み

千葉県赤十字血液センターが開設した献血ルーム。西2ゲートのすぐそばにある。モーターショー会場初の試み。1日100人の献血を目標に23日オープン。そんなに集まるの? こんな関係者の心配をよそに1日平均110人も人が訪れる。

千葉県では1日700人の献血が必要とか。その7分の1をここで賄っている計算。車を見終わった午後がピーク。1人の医師と4人の看護婦さんがフル回転しても順番を待つ人が。ここもモーターショー並みの混雑???



### バンクなんか怖くない



バンクをしても時速80kmのスピードで、距離にして200kmも走ることができる。というタイヤが注目を集めている。パックスシステムというこのタイヤ、内部にインナーサポートという特殊な支持材を取り付けてあるところがポイント。

ブースには路面に相当する大きなローラーを組み込んだ一種の運転シミュレーターが置かれ、来場者に体験させながらその優秀性を訴えている。

西ホールのミシュランのコーナー。このタイヤを使うことによってこれまでとは違った車の設計ができる。このタイヤを使ったコンセプトカーが日産やマツダ、ピニンファリーナのブースに展示されているが、確かに変わったという感じ。

1日の入場者数

94,800人

入場者数累計 1,132,800人