

ホンダがF1に、トヨタがWRCに、日産がル・マンにそれぞれ復帰と、このところ日本の自動車メーカーが世界のモータースポーツへ参入する流れが加速している。では、自動車メーカーにとってモータースポーツへ参入することの意義とは何なのだろうか？ 以前はマツダのワークスドライバーも務めていた太田さんならではの視点で考察する。

一 二数月で続々と、日本の自動車メーカーがモータースポーツのメジャーイベントへの参入を発表している。

ホンダがマクラーレンと手を組みエンジンサプライヤーとしてF1に復帰。トヨタもWRC(世界ラリー選手権)に復帰するが、すでにプロトタイプカーによるル・マン24時間レースを頂点とするWEC(世界耐久選手権)には2012年から参入している。さらに日産も今年からル・マンに復帰する。しかもマシンは前輪駆動だという。オレはFFは大出力車としては不利と想っているから、どんなマシンなのか興味深々だ。

モータースポーツへ参入することの意義

ここで注目したいポイントは、参戦カテゴリーが特定の量産車をベースにしたレースではなく(除くWRC)、ル・マンやF1などフォーミュラやプロトタイプカーのレースであること。改めて考えてみると、これは他の業種ではあり得ない自動車業界独特の取り組みではないか。



文：太田哲也

たとえばカップ焼きそばを作っている食品メーカーが、焼きそばとまったく違う宮廷料理などを特別に作って世界コンテストに出場するなんてことがあるだろうか。たとえば楽器メーカーが、市販品の何倍も高性能の巨大なギターかなんかを作っ

世界一を争う。そんなことはあり得ないだろう。そんなことをしてもプロダクツの販売拡大に貢献しないだろうから。量産車でレースに出るなら勝てば広告になる。ランエボとかインプレッサとかならいいばい売れるかもしれない。しかしF1やプロトは販売に直結しない。昔は走る実験室の意味合いもあったが、F1もプロトも進化し過ぎて量産車とかけ離れた。一応大義名分は量産車へのフィードバックかもしれないが、関係性は薄い。それでもメーカーがモータースポーツに大金を投

て参加する。それについて何か意味があるのだろうか？ 疑問を持つ人もいよう。その答えとして、歴史を紐解いてみよう。カールベンツが3輪自動車を作ったのが1886年、最初のレースがフランスで開催されたのが1年後の1887年のこと、ル・マンは1923年に初開催。それ以外にも非公式のイベントが自動車の発明とほぼ同時に行われていた。つまりクルマとレースは切り離せない存在なのだ。メルセデスを見てみよう。昨年はF1でチャンピオンとなった。メルセデスの製品ラインアップは、フェラーリと違ってレースが直接的に販売増につながるような車種ではない。メルセデス・ユーザーもレースにさほど関心があるとも思えない。それでもモータースポーツには積極的だ。第6回大会の1955年にはファン・マヌエル・ファンジオのドライブで優勝を果たしている。ブランドの底力とか技術力のアピール、夢とか先進性を追いかける企業姿勢を打ち出すために、ずっとや

結論、クルマって単なる移動の道具ではなく、パートナーであり、夢の部分が占める要素が大きいのだ。ところがリーマンシヨックからの不況、ミニバン、エコカーの台頭で、レースとか夢とか言いにくい雰囲気。日本中に蔓延していた(オレは言ってたけど



2017年からWRC(世界ラリー選手権)への参戦を発表したトヨタ。今年からヤリスをベースとしたWRC参戦車を開発し、実車テストを開始する

ね)。そういうことを考えると、今回の「モータースポーツ復帰現象」は実に喜ばしい。

これにはトヨタの豊田章男社

長の動向も影響を与えているだろう。自らステアリングを握り、ニブルブルクリンクも走るし、ラリーにも出る。身の危険もあ



▲7年ぶりにエンジンサプライヤーとしてF1に復帰するホンダ。ドライバーはフェルナンド・アロンソ(左)とジェンソン・バトン(右)で、開幕戦のオーストラリアGPは3月14～15日に開催

るのに大丈夫かな、と心配になるほどに精力的だ。普通の社長だったら、絶対やらせてもらえなかっただろうな。

社長のアクティブな行動が、業界内に良い影響を与えているはずだ。日本のクルマを面白くなくしてきたトヨタが(失礼ですんません)、これからはクルマを面白くしてくれる牽引役となるのかもしれない。

すぐには勝てなくても参戦を継続してほしい

日本の自動車メーカーがまたモータースポーツに参加するのは非常にうれしいが、あえて苦言を呈するならば、昔のように勝てないからつめてやめないでほしい。かつて日本のメーカーは、勝てないとすぐに諦めてやめてしまっていた。

フェラーリが世界のブランドとして君臨できているのは、勝てようが勝てまいが(勝てない時期が長かったし最近も勝てないが)、やめないでずっと続けているからだ。そもそも創業者のエンツォ・

フェラーリがアルファロメオのレーズドライバーを引退しアルファロメオ車でレースをするチームを作ったのがスクーデリアフェラーリの始まりだ。50歳の時にレース資金を捻出するため、市販車の製造を始めた。

他の自動車メーカーは宣伝のためにレースに出るが、フェラーリはレースに出る資金作りのためにクルマを作る。まったく逆のアプローチだ。どちらが共感度を得てブランド力を高められるか。どちらが夢の部分の世界に訴えられるか。そんなことをもう一度考えてみたい。

2007年、ホンダがF1から撤退する前年、アースカラーに塗って地球環境に貢献することをアピールしたが、それでいて翌年には撤退、「地球環境はどうなったの!」とオレは思ったよ。理屈や大義名分なんて掲げなくていいんだよ。これからモータースポーツ活動は自動車メーカーにとって必須の活動だ、と開き直してほしい。

販売増のためや大義名分を掲げてレースに出るのではなく、

モータースポーツに出て「夢」にチャレンジし続ける姿勢を見せてほしいし、我々メディアも勝った負けたの評価ではなく、中身に入った健闘ぶりを伝えたい。

トヨタもアウディのようにルマンをずっと続けてくれ。ルマンに貢献していれば、いつか勝たせてくれる。日本メーカーで唯一総合優勝を果たしたマツダはルマンに貢献したからこそ勝たせてもらえた側面がある。勝ち逃げの形で撤退したが(失礼ですんません)、マツダもルマンに再チャレンジしてくれ。ホンダはF1に来年以降もエンジンを提供し続けてほしい。

みんなずっと出る! 勝てなくてもいい。継続は力なり。オレは絶対に応援し続ける。負けたら意味がないなんて言う意見には耳を貸さず、続けることこそが尊いのだ。そう開き直っていただきたい。

ブランドの底力とか技術力をアピールするだけでなく、夢を追いかける企業姿勢を打ち出すために、モータースポーツへの挑戦は大きな意義がある



▲今年からWEC参戦を含めて、ルマンへの挑戦も開始する日産

■4/11(土)に太田哲也氏が校長を務める「Tetsuya OTA ENJOY&SAFETY DRIVING LESSON」が開催される。ベーシックレッスンクラスとアドバンスレッスンクラス、座学・同乗試乗プランのほか、スパタイGPも併催。教習車両にマセラティ・グランツーリスモとギブリ、アルファロメオ・4CとジュリエッタQVが登場予定。詳細はホームページまで。 ●<http://sportsdriving.jp/>