

ここ数年、「ダウンサイジング」がクルマ界のトレンドだ。ボディサイズの小型化だけでなく、エンジンの排気量ダウンなど、世界的にその流れが加速している。では、ダウンサイジングを太田さんはどう捉えているのか？これまでの流れを振り返りつつ、考察してみた。

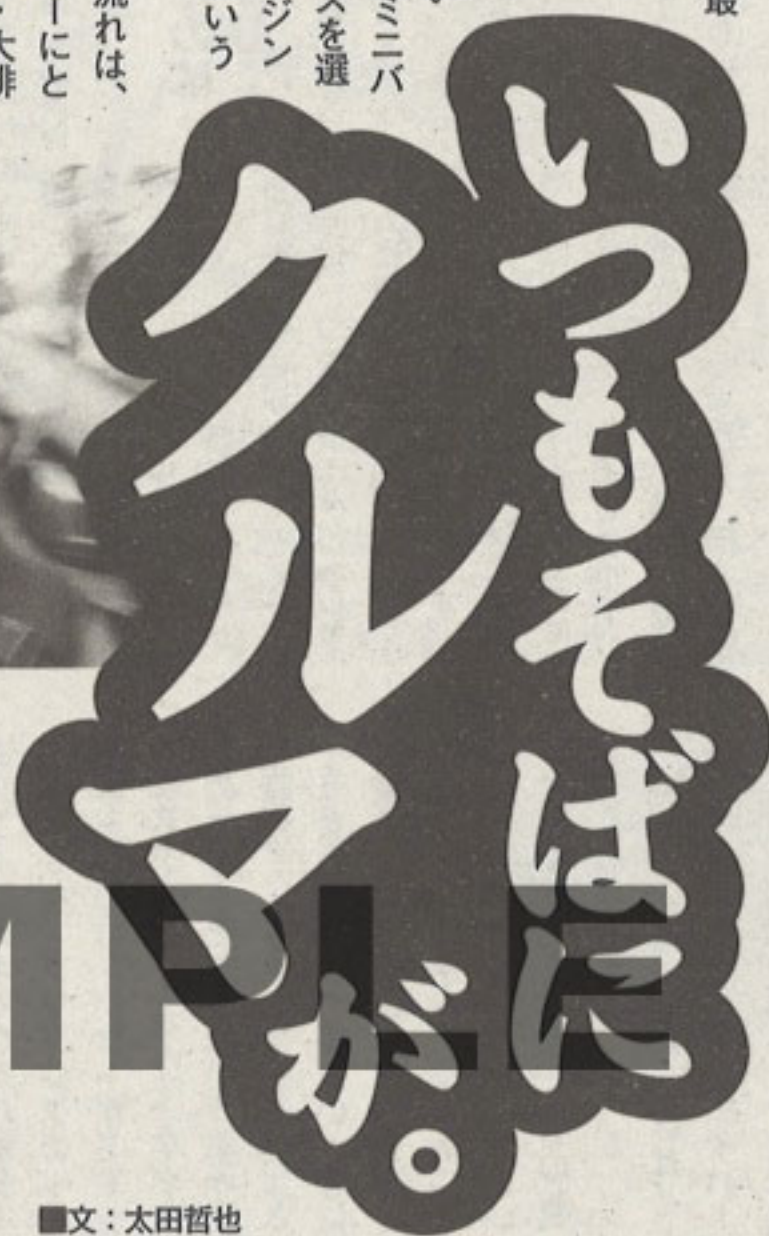
## 7 人乗りミニバンで最小クラスのトヨタ・シエンタが売れに売れて、1カ月の予約受注がなんと4万9000台もいったそう。もともとは広いスペースを欲するはずのミニバンユーザーが、最小サイズを選ぶとなると、ダウンサイジングはここまで来たか...という感じだ。

ダウンサイジングの流れは、ミニバンやコンパクトカーにとどまらない。本来は大型・大排気量であればこそ価値が高まるはずの高級車やSUV、スポーツカーに至るまで、ダウンサイジング化が浸透し始めている。今回はこうした世の中の価値観の変化について考えてみたい。

## ダウンサイジングの流れが止まらない。

〈エンジンのダウンサイジング〉

そもそもダウンサイジング化は、エンジンの小排気量化からスタートした。火付け役はフォルクスワーゲン（VW）で、それまでNA2Lだったゴルフを1・4Lエンジンにした。当初は1・4LとはいえターボS



■文：太田哲也



／Cだったので、低回転からの実用トルクはある。だが、それにしていくらなんでも1・4Lではイメージとしていかに

しよぼくて、ユーザーに受け入れられるのだろうか？と疑問を抱いたものだ。しかし、あれよあれよという間に1・2L・1・4Lが欧州小型車を中心に普及し、今や大型のVWパサートやシャランでさえ1・4Lを搭載する。実際に乗ってみて移動の足としてはこれで十分だと思っ。実用車だけでなく高級車にもダウンサイジングが浸透し始めている。今までV8やV6を積んでいた大型サルのジャガーXJでさえ2Lで4気筒（！）。大型高級車に4気筒とは英断だが、今やメルセデスもレクサス、クラウンなども軒並み2L4気

筒を搭載し、これが世界の潮流になりつつある。時代の流れは速い。

〈ボディのダウンサイジング〉

エンジンの小排気量化に加えてボディも小型になりだした。たとえばSUVではBMW X5よりX3、マツダCX-5よりCX-3の方が人気となっている。SUVは元来大柄がゆえ、他車との差別化が効いて「威張れる」という価値で、小型SUVは存在自体が本末転倒だと思っのだが、なのにもダウンサイジング！

この流れはスポーツカーも例外ではない。直近の極例として、メルセデスAMG GTもSLSから全長を80cm詰めてコンパクトになった。

オレ自身、今年になってアルファ4Cを手にし、いたく満足をしているのだが、その大きな要素は「小型・軽量」である。2007年に登場したアルファ8C（V8）にはまったく触手が動かされなかったのに、1750ccの小排気量、カーボンバスタブ採用による1100kgの軽量コンパクトには魅かれた。

たまに通勤にも使うけど軽いから燃費がよくなる良くて嬉しい。その昔はやっぱりV12やV8はステータスで憧れだったが、所有しているフェラーリ360モデナ（V8）はもう手放そう。4Cの燃費に慣れてしまった乗る機会がめっきり減ったからだ。

オレ自身、知らず知らずダウンサイジングの価値観が浸透してきているのだから。変わったと言えばロードスターも新型で小さくなった。初代からモデルチェンジのたびに大きくなっていったが、今回はサイズも重量も排気量も下げた。NA1・5Lだが、実際乗ってみるとけっこう力があって、これはこれでいいなと思っ。

こうした、小排気量だが加速が強いクルマが登場できたのは、第一義的には技術の進歩であるが、背景として時代の価値の変化もあるだろう。いくらトルクが出て性能が上がったとしても、今ほどダウンサイジングの価値が浸透していない時代だったら、NA1・5Lじゃあしよぼく見えたらあろう。

もちろん大型車や大排気量車の所有は、見栄を張るために必要不可欠なケースもある。とくに経営者などがあまり貧相なクルマに乗っていると、「会社経営がうまくいってないんじゃない

ル・マン、全日本GT選手権などで活躍し、「日本一のフェラーリ嫌い」の異名を持つ。多重事故から社会復帰までを綴った『クラッシュ』『リバーズ』は映画化となりベストセラー。現在は、自動車評論家として、また「モータースポーツ」をキーワードにさまざまな活動を行う。

●公式URL <http://www.keep-on-racing.com>, <http://www.tezzo.jp>, <http://www.sportsdriving.jp/>

か」と思われる心配はある。でも、そうした他人の目を気にしなければならぬケースを除けば、つまり単に自分の気持ちだけの問題であれば、見栄を張るのを

やめてしまえば楽になれる。つまり見た目やスペック至上主義から実用性重視となってきた。ユーザーが成熟してきたということもあるのだろう。

## ダウンサイジングの中でもキラリ！が必要

当コラムの編集担当でもあるカトー編集長は前述のシエンタを初めて見たとき「アチャク、こんなに小さいのにこんなに派手では、売れないだろう」と思ったらしい。でも4万9000台、「ドッグイヤー」という言葉があるけど、その道のプロでさえ予想を外すくらいクルマを取り巻く価値の変化が速い、ということなのだ。

では、太田はどう思ったかというところ、渋谷の街でラテン系デザインで蛍光イエローのシエンタの看板を見た時、ナイキとかアディダスとかアシックスのスニーカーを連想した。最近、スニーカーは今までの常識とはかけ離れたデザインやカラーが続々と登場している。オレも靴は好きでよく買うが、迷った拳句オーソドックスなものを選んでしまいい、履いていてワクワクしないことがある。

一方、斬新過ぎると思ったデザインが意外と履いているうち

にしっくり来ることもある。スニーカーを替えると、生活が変わる。ましてクルマなら……。

サイズで見栄を張るつもりはなく、そこは同じクラスでありつつ、でもその中で個性はキラリと光らせたい。そんな価値観がユーザーの中に広がってきた。ちよつと昔、「これからクルマは二極化する」とオレは予想した。移動のための道具とクルマ愛好者が好むクルマとは別モノになるんじゃないかと考えたのだ。でも、そうでもなかったようだ。

● ●  
そもそも日本人は大きいクルマを好まない国民性のようだ。中国や北米では「もし資金の制約がなかったら何が欲しいか」という質問に対して、「大型セダンやSUV」と答える人が多い。日本人は「それでも小型車」と答える人が多い。だからと言って、日本人は人と同じクルマにした

いと考えると結論付けたら、それは違う。人と大きく外れたくないけれど、違う個性は欲しいのだ。これからはどんどんダウンサイ



▲トヨタの最小ミニバン「シエンタ」は、ミニバンは大きい方がよいという考えを覆し、必要最小限のパッケージングがウケて大ヒットを飛ばしている

インジグが広がって小型車層が増えるだろうが、実用車や普及車であっても単なる移動の道具的無機質車ではなく、個性豊かなキャラクターとファッション性を兼ね備えなければ売れなくなることだろう。

カトーもオレも見誤ったのは、シエンタに乗る人はあまりクルマに関心がない人だからオーソドックスで目立たないデザインを好む……と勘違いしていたことだ。とくに新しいデザインのスニーカーを履くヤングファミリーは、クルマに対してでもキラリが立ったスタイリングを求めている。今後、個性化がダウンサイジングの潮流とともにさらに進むと予想する。

自動車ユーザーが成熟してきたおかげで、見た目やスペック至上主義から実用性重視となり、小さくてもイイモノを選ぶ目ができってきた。

▲新型(ND)ロードスターは、先代よりもサイズをコンパクトにしながら(全長4020→3915mm)、排気量も小さく(2.0ℓ→1.5ℓ)するなど、ダウンサイジングの潮流を象徴している