

年初恒例のカスタムカーショー「東京オートサロン」を見て、ことに対する太田さんは最近、日本におけるクルマを「カスタム」することに對するイメージが昔とは変わってきたように感じたという。それはいったいどういうことなのか？ クルマを楽しむ文化として成長した日本のカスタムについて考察してみた。

**力** カスタムカーの祭典「東京オートサロン」に今年も行つてきました。近年ますます大盛況だが、中でも自動車メーカーの参入が目立つた。今回はそのあたりの状況も含めて、日本のクルマカスタム文化について書きたい。

### クルマカスタムII悪、という時代は終わつた

昔は自動車メーカーから見て、カスタムは悪、自分たちが作ったクルマを改造してはダメ、純正オプションを買ひなさい…的な態度が見えた。ところが近年は多くの国産メーカーだけでなく、輸入車メーカーも参入するようになつた。サードバー、製品の品質向上および健全化も目覚しく、ようやく日本にも欧米のようなカスタム文化が付いてきたのかと思うと喜ばしいかぎりだ。

ただし国産メーカーと輸入車メーカーでは少し立ち位置が違つていた。輸入車メーカーはほぼノーマル車を展示していた。そのココロは、そもそもオートサロンに来る人はクルマを移動



■文：太田哲也

### ここ数年でカスタム文化がようやく市民権を得た

一方、国産メーカーは直球のカスタム提案が多くつた。言つても派手なショーカーではなく、販売を目的としたコンセプトカーや限定車などの展示が主体であった。

とくにトヨタやマツダ、ホンダ、スズキなどカスタムカーをモータースポーツと関連付けた提案が目立つた。

以前はミニバンをサーフィンやスキーのための移動手段&宿泊施設として、さもなくばホンダの「不夜城」のようにデート

カーとして、用途を限定してあつらえる改造提案が主体だった。素敵なライスタイルのための便利な道具として打ち出されてきた。しかしそうした「クルマが従」ではなく、「クルマが主体」に、つまりクルマが主人公でスピーディに仕立てる提案が主体になつてきた。

これはミニバンからの回帰層

つまり子育てが終わって、「さあこれからはいよいよ自分のために好きなクルマに乗るぞ」というユーザーが増えてきて、それに合わせてメーカーもターゲットを変えてきていることなのだろう。

最近はトヨタの社長自身がクルマ好きを謳つて、道具的なクルマを作り続けてきたあのトヨタがクルマの楽しさを提案してハチロクを登場させたあたりから、カスタムの仕掛け人たちとそのユーザーが市民権を得た印象だ。今や文化として世に認知され始めている。

愛好家はクルマを「道具」としてとらえず、「パートナー」と考へる。人によつては「自分自身」である。僕自身、社有車を含めて数台所有しているが、都内の移動にはほとんど使わない。一台あたりそんなに距離も走らない。道具としてよりも、愛車の性能をもつと良くして、もっと個性的に、そんなふうに自分流に仕上げることが楽しみだつたりする。

た。道具派は景気に大きく左右される。

一方、付加価値を求めるクルマ愛好家は、景気にさほど左右されずに可愛い愛車には金を使ふ。だからと言って彼らが必ずしも富裕層ということではなく、多々トマトのような日常品であれば100円と90円のものが選ぶが、愛車に金をかけるのはもつたないと思わない。趣味性の高い買い物は別腹ならぬ別財布なのである。

クルマの格好良さの  
価値観は昔も今も不变

ところで今回、NCG（ニューカー・ジェネレーション・若者にクルマ好きになつてもらう活動）メンバーの大学生たちを

連れて行つたのだが、帰る時に聞いてみると、クルマに疎い彼らでも、「クルマって楽しそうだな、乗りたいなと思った」と言つていた。親が国産車ディーラーを経営している女の子もいたのだが、ぜんぜん楽しさが違う

と、何度か話題にしてきたが、その昔、ホリデーオートに「Oh!マイ街道レーサー」という人気コーナーがあった。その話をすると編集担当は「あのヤンキー企画ですよね」と顔を曇らせる。しかし僕がその企画に心をときめかせていたのは高校生の頃で、その後コテコテのヤンキー車に乗つ取られる前の時代だ。

当時、市場に登場したばかりのアルミホイールを履き、フェンダーミラーをドアミラーに改造し、ステッカーをセンス良く貼つたりするなど、今で言うところのライトチューンが主体だった。クルマに詳しくない高校生ながら、つるしのクルマを改造する行為 자체が格好いいと思つた。いやむしろつるしのクルマは格好悪いのだと「Oh!マイ街道レーサー」に刷り込まれた。もしかしたら学ランのエリを少し高くしたりカラーを外したり開襟シャツを着るライトな不良は格好悪い、やり過ぎでも格好

悪いと感じたのと同じ感覚なのかも知れない。中でも「バス止めのオーバーフェンダー」にはとても惹かれただものだ。今回のショーアルミGTRなどのカスタムではこの「バス止めのオーバーフェンダー」が目に付いた。何故か惹かれるんだよね。それはメーラーからのお仕着せではなく、自分の立ち位置としてメーカーの上を行く喜びなのだろうか。

## ● チューニングブランドやカス



◀NATS(日本自動車大学校)の生徒がコペンをベースに、街道レーサー風にアレンジしたカスタムカーの「NATS BlackOpal Show-Spec」。タテ目のベンツルックに仕立てたアイデア作で、カスタムの楽しさを提案。

愛車を個性的に、自分流に仕上げることが楽しみな  
クルマ愛好家が増えてきたことが嬉しい！



▲ロードスターのようなもともと運転が楽しいスポーツカーでも、さらに自分流のカスタムを施すことによってよりいっそう愛着が沸いて、クルマを大切に扱おうという気持ちも芽生える。ちなみに写真はマツダが出展した「ロードスター RSレーシングコンセプト2016」で、平日は通勤や買い物が楽しめる足として仕えながらも、休日はスポーツ走行を楽しめるというカスタムの提案をしている。

生ながら、つるしのクルマを改造する行為 자체が格好いいと思つた。いやむしろつるしのクルマは格好悪いのだと「Oh!マイ街道レーサー」に刷り込まれた。もしかしたら学ランのエリを少し高くしたりカラーを外したり開襟シャツを着るライトな不良は格好悪い、やり過ぎでも格好

以前のような派手さを狙つたバカバカしいクルマ（それはそれで面白かったが…）は影を潜め、「このクルマにナンバーが付くなら乗りたいな」と思うような提案が多かつた。コンセプトカーリよりも実際に乗れるクルマが展示されていた方が嬉しい。欲しいなと思うし、そのアイデアを自分の愛車にも採り入れたい

な思つ。

今回、自分と価値観を共有できる愛好家が確実に増えていることが実感できて、そしてこの傾向は今後ますます強まっていくだろうと思えて良かった。

ホリデーオートの読者はノーマル派かな、それともカスタム派かな。もしもノーマル派だとしたら、ステッカーチューンでもよいから、自分の個性に合わせて自分好みに替えてみたらどうだろう。きっと人生の豊かさを感じるだろう。

「ようこそカスタム派へ」。