

スーパーカブは、なぜ売れる

目次

序章 一億台突破…5

第一章 最初の一台…21

誰がスーパーカブをつくったのか／原点はポンポン／敗戦が生み出したコンシューマー・ビジネス／強力な経営体制の確立／4ストロークへの挑戦／バイクモーターの傑作カブF型／スーパーカブ伝説はじまる／未経験の技術開発に挑む／ようやく定まった開発要件／「困らなきやダメ」究極の哲学／タイヤとレッグシールド／ふたりで決めた車名

第二章 立体商標登録…77

独特なフォルム「神社仏閣デザイン」／バウハウスを学んだデザイナー／神社仏閣デザインとバウハウスの融合

第三章 日本からアメリカへ……………97

庶民のパーソナルモビリティ／月に三万台売れると断言した勝負師／海外展開の第一歩はアメリカ／ブームを巻き起こしたキャンペーン／大規模投資「命が縮む思いの毎日」

第四章 ヨーロッパ、そしてアジアへ……………125

立ちはだかる保護貿易主義の壁／未知なる巨大マーケット・東南アジア／マレーシアの独自性と典型性／限界をこえたタイでの悪戦苦闘

第五章 スーパーカブ・パラダイス……………153

ベトナムの記憶／戦火のサイゴンでスーパーカブを売る／すぐれた耐久性が生んだベトナムの神話／エンバーゴの終焉とドイモイ政策／スーパーカブ・パラダイスの限界／ホンダ・ベトナムのデフォルト／一億台突破の要となったインドネシア

第六章 **ふたつの最前線 南米と中国**……………199

製造拠点が集中するもうひとつの地域／日本の裏側で起こった独自の進化／ふたつの異なる市場をもつペルー／一歩後退二歩前進するアルゼンチン／中国とホンダとスーパーカブ／世界のスーパーカブ工場のこれから

第七章 **ふたたび日本のスーパーカブ**……………235

スーパーカブの気働き／日本仕様のめざすもの／スーパーカブが直面する日本の現実

あとがき……………252

脚注……………254

序章 一億台突破

「第二の自然」 庶民のモビリティ

日本で暮らす人びとは、毎日スーパーカブを見ている。

町でも村でも、早朝の静かな道を新聞配達のスーパークブが走りまわり、人びとが一日の活動を開始する頃には通勤や通学の足になり、昼間は郵便配達の赤いスーパークブをあちこちで目にし、商店の配達や飲食店の出前もスーパークブで、それは個人の家や商店や信用金庫などの軒先に置かれている。この小さなオートバイは人びとの手軽なモビリティとして町や村の道路を走り、交通が過密ではない村落では高齢者がのんびりと乗っている姿を見るのも、めずらしい風景ではない。

あまりにも見慣れた風景として、人びとが暮らす空間にスーパークブが多様に存在しているので、多くの人たちは気にもとめない。ために一日の外出時間で、何台のスーパークブを目撃するか数えてみるといい。その台数に驚くはずだが、意識して数えなければわからないほどスーパークブは日本の日常の風景に溶け込んでしまっている。それは哲学者の「第二の自然」という言葉で表現するにふさわしい、庶民のモータリゼーションの常態だ。

そのスーパークブ・シリーズが、五九年間をかけて生産累計一億台を突破したと、製造者の本田技研工業株式会社（以下ホンダ）が発表^{※1}したのは、二〇一七年の一〇月であった。

この一億台という数字が、オートバイというジャンルをこえて、原動機（エンジンと電気モーター）で動くモビリティの生産累計における世界最高記録であったことから、日本のマスメディアや

経済誌はこぞってニュースにとりあげた。

「ものづくりの国ニッポン」という工業立国の薄れゆくイメージが、いまだに健在であるとの希望的観測をもたらす心地よいニュースであったからだ。そしてまた産業プロダクツやそのマーケティングに敏感にならざるをえないビジネスパーソンにとっては、驚異的な成功を実現したスーパーカブを、再発見して分析評価することができたからである。日本で生まれた原動機で動く低価格帯にあるモビリティ、すなわち大衆商品のスーパーカブが、半世紀以上も世界各地で生産を継続し一億台に達したことは、工業立国の理想的現実に見えた。また、日本で暮らす人びとがスーパーカブを毎日のように見て知っていると、という親近感も、大きなニュースバリューであった。

スーパーカブは一九五八年（昭和三十三年）に日本で新発売され、またたく間に爆発的なヒット商品になった。ホンダはすぐさま、この小さなオートバイをおしたてて海外市場へと本格的に進出した。その結果、スーパーカブを好む世界各国各地域に根をはやして現地化し、五九年間の長きにわたって生産を続け、その累計が一億台をこえたのであった。

今日までスーパーカブは、商品コンセプトと、基本のメカニズム・レイアウトと、造形のシルエットを、ひとつも変更していないが、海外現地化のために商品名と仕様の変更をおこなっている中で、生産累計一億台を達成したのは「スーパーカブ」ではなく「スーパーカブ・シリーズ」とホンダは総称している。そのうえで、みずから世界最高記録と謳うたわず、世界一を認定する「ギネス世界記録」にも申請していない。コンシューマーを惑わすような手前味噌を嫌う。

ホンダは日本でスーパーカブを生産する熊本製作所の全従業員が出席する、生産累計一億台を宣

する大々的な記念式典を開き、取材を希望するメディアに公開した。

だが、それらのメディア記事を読んでいくうちに、一億台という数字が、宙に浮いているように思えてくるのだった。この一億台の正体を、分析評価し、位置づける記事がなかったからだ。

一機種シリーズの一億台という数字が、おびただしく巨大な数字であることは印象的にわかるが、その巨大な数字が意味するグローバル化したスーパーカブの世界的実相を、容易に把握できなかつたのである。一億台がいかに巨大な数字なのか、どれほどのおびただしい大量生産の途中結果なのか、立体的に見えてこなかった。

それは無理からぬことであつて、記事を書いた記者たちも、さぞや困つたことであらう。

比較可能な数字がないので、手っ取り早く短い言葉で相対的に分析評価することが困難なのである。一機種シリーズで生産累計が一〇〇〇万台をこえているオートバイやスクーターは複数あるし、なかには一億台へ到達しそうな勢いをもっているオートバイもある。大量生産されてはいないが六〇年以上にわたつて、商品コンセプトと、基本のメカニズム・レイアウトと、造形のシルエットを変えていないオートバイだってある。

しかし、それらのモビリティの存在をあきらかにしても、スーパーカブの一億台がピンとこない。なぜ、一億台を達成できたのが、わからないからである。

ましてやスーパーカブの今日的な状況を分析評価するとなれば、二〇一八年で発売六〇周年にあたる歴史的な時間軸をもつて、世界各国各地域で多様化したスーパーカブの常態を展開して見せることしか方法がない。それは鳥の目でスーパーカブ・シリーズの生産累計一億台を見るのではな

く、虫の目で見なければならぬ丹念な作業になる。

なぜならば、スーパーカブは徹底的な大衆工業製品であつて、すなわち庶民の乗り物だからである。圧倒的多数の庶民は、国や地域や民族によつて、その多様さは半端ではなく、したがつてそのモビリティを語るときに、広く細かくやわらかな目が必要になる。圧倒的少数の支配階級における貴族的なモビリティであるロールス・ロイスを語るほどの、わかりやすい単純な話にはならないからであつた。ロールス・ロイスを買おうと考えたことが一度もないので、その値段はきつと数千万円で、もしかすると都内にマンション一部屋を買えるぐらいの値段かもしれないと書いておけばいいのだろうが、スーパーカブのいちばん安い五〇ccモデルの日本でのメーカー希望小売価格は、二〇一八年秋の時点で消費税抜本体価格二万五〇〇〇円である。五〇ccのスクーターとともに最低価格帯にあり、世界各国各地域においても同様のポジションにある。

つまりスーパーカブ・シリーズの生産累計一億台の実相をあきらかにするには、この小さなオートバイがいかにして生まれたか、世界各国各地域でどのように庶民生活に根をおろしているかを、虫の目でスケッチすることでしか可能にならない。

そのようなスーパーカブが日本で誕生し、世界へと拡大していったことは、きわめて興味深い現代史のひとつコマである。工業製品である小さなオートバイが、世界各国各地域での庶民のモビリティになつていった六〇年間の現代史だ。

しかも、近未来においてモビリティの原動機は電気モーターに置き換えられていくだろうと考えられ、それはすでに推進され実現されているにもかかわらず、スーパーカブは依然としてガソリン

エンジンで走るモビリティとして製造が続き市場を拡大しているという不可思議である。

こうした現実をふまえて社会学的にスーパーカブを社会現象としてとらえ、分析評価し実相をあきらかにして、庶民のモビリティであるスーパーカブについて考察するのが、本書のテーマである。そのテーマをまずは提示できたので、いましばらくは一億台という数字について引き続き考えていきたいと思う。

歴史的名車との共通点

スーパーカブ・シリーズが原動機で動くモビリティの生産累計世界一を記録したということは、その記録を保持していた原動機で動くモビリティがあつたわけで、初代チャンピオンは累計一五〇〇万台以上を生産したフォード・モデルT[※]だった。

生産累計は「一五〇〇万七〇三三台から一五七五万四二九二台までいくつかの数字がある」という歴史的名車だが、一九〇八年（明治四一年）から一九二七年（昭和二年）にかけて一九年間で達成した一五〇〇万台なので、この当時においてはべらぼうな数字なのだろうが、そもそも時代が古すぎて、現代のスーパーカブとは比較にならないところがある。

アメリカ経済は一九二九年の世界恐慌まで、いちじるしい成長を続けていたが、今日のように第三世界の国ぐにに中産階級が出現していないから、世界規模の広範囲なマーケットがあつたわけではない。つまりモーターゼーションという言葉の現実にはアメリカにしか存在していない時代だった

スーパーカブは、なぜ売れる

中部博・著

発 行：集英社インターナショナル（発売 集英社）

定 価：1,500円（本体）＋税

発売日：2018年12月14日

ISBN：978-4-7976-7367-8 C0095

ウェブでのご予約・ご注文は [こちらにどうぞ！](#)