



小さな英国がニッポンにきた...

1980年代後半から1990年代、生産されるミニの大半が遠い東方の島国に送られてきた。オースチンローバー・ジャパンからローバー・ジャパン、世界のトップセラーとしてインポーターが日本国内で得た販売の実績が、世紀を超える名車「ミニ」を継続させたとしてもけっして過言ではないのである。ミニ二史上、初期の10年をエポックメイキングな黄金期とするなら、終盤の10年間は日本の多くのファンにとっての黄金期だった。氏より育ち、「小さな英国」が我が国で多った足跡をシリーズで追ってみたい。

photo & text = st.mini 編集部 streetmini
specialthanks= 森川オサム (チュリニ・インク) osamu morikawa turini inc.

森川オサム氏

スペシャルインタビュー

～みんなミニが大好きだった～

今年、2019年はミニ生誕60周年を祝うムーブメントにある。そんな折に、実際にミニが販売されていた40年間、その終焉であつてもすでに20年以上遡る話題になることに驚きを感じながらもさまざまな思いを巡らせてみると、後半の10年間となる90年代のミニを支えていたのは我が国ニッポンじゃないか：と少しばかり誇らしく感じてしまつたのである。区切りの60年だからこそ、そんな想いを諸兄弟と共有したい。本連載企画

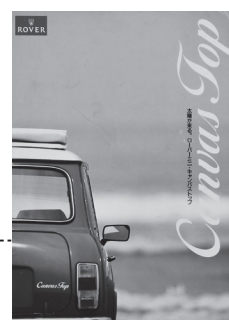
のスタートラインはそこにある。そして、その時代の証言者としての労を担っていた多くの森川オサム氏にお願いした。ポクが当時のローバー・ジャパンに入社したが、ちょうど日本のミニブームが始まって間もなくした頃、89年の末だったという森川氏。台数こそ、まだそんなに大きな数字ではなかったけれど、世間の耳目を集めて、問い合わせが増えてきた時代だ。以降、森川氏はインポーターとしての業務を担った「ローバー！

ジャパン」で販売企画のセクションに籍を置いた。まさに日々拡大していくセルスの最前線、ミニの傍らに立ち、ミニとともに歩み、ミニのマーケットを間近に眺めてきたのである。この経歴を見ていただければ、本企画のナビゲーターに適任であることに異存はないだろう。今回を皮切りに数回にわたって「ニッポンのミニの時代」を、森川氏の回顧録とともに考察してみたいと思う。

2〜3年前にミニを買ったんだ。来るときに見なかった？ たぶんモンテカルロのリミテッドかな。ライトが4つ並んでいるから。お父さんがずっと欲しくて、ついに買ったんだよ、といつてたね。ドナドナよろしくクルマ屋さん運ばれていったところも目撃しちゃったけれど、いまも楽しんで乗っているみたいですよ。生産が終わって何年？ そう……、20年も前のクルマを買って楽しめるんだから、ミニに「二件と成りの」近所さんが

関わる仕事から遠ざかって久しい氏も、思考の回路を巻き戻してくれているようだ。基本的にシンプルなものだから、クルマが分かるひとなら、パーツさえあれば直せるもんね。外国車をいじっている工場ならどこでも面倒見てくれるぞうだ。ただ今となっては意識も、情報も、お勉強も、ある程度の覚悟が必要なクルマになってしまったかな」と続ける。

「今となればもう、何の秘密もないし……。現役の頃は話せないこともたくさんあったけれど、時効でしょ。覚えていれば全部話しちゃうから」と笑う。期待したい。ではまず前半は森川氏のひととなりを紹介しておくことにしよう。やはり氏はクルマ好きである。そんなところから……。



日本国内でモディファイされたキャンパストップ。1000cc時代の終盤を彩るカスタムモデルである。岡山に多いスタイルリングだ。

「ポクはもともとエンジニアで卒業後はクルマとは全く関係のない仕事をしていたんです。ふたつばかり外資系の会社、イタリアとアメリカの企業を経てローバー・ジャパンはその次に入った。それには完全に理由があつて、学生を終えて就職する頃は本当に大昔(笑)だったから、例えばホンダに入社するとすると、ホンダのクルマしか乗れなくなってしまつたような時代だった。当時はラリーをやつていてクルマを趣味として自由に楽しみたいから、自動車のメーカーやブランドに縛られなくなつたんだよね」という。真剣にラリーやっていたから速



たというのである。なんだか出過ぎのようなストーリーなのだが、洗礼を受けたのはクルマが実にホットで濃い時代だったといえるだろう。

森川氏のラリー人生、その引き金がミニだったこと、思わず微笑んでしまう。こんなパッション、探したってそうはいないだろう。まだ続きがある。「高校3年の時にポクの前に座ったヤツが軽免許を持っていた。レースを囁いていたんだね。キャロルかなんかに乗って、船橋サーキットで走ってた。そいつにも結構毒されたんだね、目下部保雄ってヤツなんだけど……。」

を經た1997年のことだ。まあ、そのエピソードは後の記事を楽しみにしていただきたいが、まさに、真実は小説より奇なり、である。



ホワイトルーフをフィーチャーしたクラブマンシリーズの広告とプロシヤ。ドレスアップやカスタムのベース車種として人気だった。



いクルマに乗れなければ意味がない。競技のためには自動車会社に勤めるわけにはいかなかった。そして、当時はまだ日本企業は完全な週休二日制ではなかった。ラリーは週末日に開催されるので、望みは週末にお休みできること。隔週での週休二日がようやく採用され始めていた外資系の会社を選んだ理由でもある。

その後、40歳を迎えてラリー趣味もひと段落したことで、晴れて「ローバー・ジャパン」への転職となったわけだ。インポーターの名称が「ARJ」から「スチンローバー・ジャパン」から「ローバー・ジャパン」になったちょうどその時分のことである。はてさて、もうひとりのミニクエエピソードを紹介しておこう。人生の選択に大きく関わるといふ理由に大ききめり込む理由になったのが紛れもない「クラシック・ミニ」だっ

たというのである。なんだか出過ぎのようなストーリーなのだが、洗礼を受けたのはクルマが実にホットで濃い時代だったといえるだろう。

森川氏の入社直前、88年に日産がBe-1を発売ネットで見ると、ただだけではその概略は直ぐに分かると思うけれど、もう少し詳しく、ベースにカスタマイズしたモデルは、コンセプトもデザインも時代を先取

伝統の白。



Rover Japan

りするように尖っていたからバイクカーと呼ばれて瞬く間に大人気となった。「存じの方も多かる。ちなみにパオ、フイガロも同軸上に存在するクルマだ。

メディアはBe-eを解説するたびにミニに似ていると書き立てた。メーカーの連中もインタビューに応じて説明するときにミニを引き合いに出していたらしい。そこで一気にミニの知名度が高くなったのである。世間的に「ミニって何？」といった状態になり、マニアではない普通の人々の目が向いた。

「それまではマニアしか買っていなかったようなクルマが、急に有名になってしまった」わけである。ジャパン本社の中でもみんな笑いながら「最近ミニが普通の人も見てくれるようになって、Be-eのおかげだよ」と話していたからね。通常、ブランドやアイテムを知ってもらうためには、莫大な宣伝広告費を投入することになるのだけれど、日産Be-eが話題になればするほど、Be-eが宣伝すればするほど、ミニも広く知れ渡っていったんだね。そりゃ笑いも止まらないよ。

ミニは当時、価格的にはかなり高価なものだった。それでも人気が出て、さらに女性にも可愛い、をキーワードに人気が高まっていった。その状況を受けるように、ローバー・ジャパンとしても広告を作るときには女性に受けるように可愛い路線を狙い、多くの人に乗ってもらえ

るようにオートマチックトランスミッションをラインアップし、その存在を強烈に告知した。「ミニが好調になることでパジェットが増え、リサーチもよっちゃんやっていたし、広告もたくさん展開していた。そこで聞くのが、女性からステアリングが重過ぎる、ちっちゃいくせに駐車がしにくい、北の方のディーラーからは冬に困る。サイドブレーキの凍結を考えるとPレンジがないことは必ず問題になった。『雪の中でどうやって駐めるんじや』とね」

もちろん、こういったマーケットの要望は汲み取って、さまざまに対応しようと尽力を重ねていったのである。とにかく、最大に重要視したネガティブはステアリングが重いということ。この点は当時のインポーターとしては早急に解決したかった事柄だったという。「90年代の中頃を過ぎると、軽自動車に電動のパワーステアリングが付くようになったじゃないですか、あれをなんとかミニに装着しよう」と策を凝らしましたよ。そう森川氏は話す。

当時、エンジニアリングのボスにローバーグループの英国人が在籍していた。その彼を通じてパワーステアリングのパーツを本国に送って装着を検討させている。「軽自動車に付いているパワーステアリングなんだから、簡単に付けられるだろう」とってなもんである。森川氏の話によれば、英国の工場で一台中二台は試作車を作ったはずだという。

根を切り抜いてね……。このモデルのあとに味を占めて工場からはカプリオレの試作車も提示されたけど、さすがにそれは販売に至らなかったという。キヤンバストップのミニは、開口部が大きくてなかなか気持ちよく走ることができたと記憶している。

もう一点、排気量の大きいミニはジャパンとしてもラインアップに加えたかったし、かなり早い段階から1300ccモデルの生産をリクエストしていたのは確か。

「やはり、広く人気が高くなって販売台数が増えてくるにつれ、マニアじゃないユーザーが多くなってくるのは分かりますよね」となる、マニアな層であれば1000ccモデルであつてもその成り立ちや面白さに気付いて購入してくれるけれども、にわかには増えた人たちはそうはいかない。それでも輸入の台数は毎年本社にコミットしなければならぬから、新しい人たちに向かって販売を伸ばさなければならぬわけで、国産車との対抗戦となるのは必須ですよ。価格的にミニに匹敵するものとなると、パワーもあり、エアコンも効き、運転も楽で、居住性も良いクルマになる。そういったユーザーを獲得するためにはミニのパワーや快適性を少しでも向上させたいのはあたりまえですよね」。

森川氏が本国の会議でいつも話していたことは、ミニの販売価格は180万円、これで買え

る国産車はトヨタのマークIIになるんだぞ、知っているのか、ということ。英国人はにわかには信じないのだけれど、それが現実だし、そのためにも、少しでも良くしていかなければいけないと口が酸っぱくなるほど話していたらしい。その努力が90年の限定車キヤンバ・クーバーを生み、そして最終モデルのジャパン・スベックへとつながる。その経緯については、回を改めて話を伺うことにしよう。

日本市場でミニを販売するのにはちばん悩ましい問題として浮上っていたのがオートマチックトランスミッションだ。「本国からの通達で、オートマチックのギアボックス自体が製造メーカーでディスコン(生産終了)になるといわれた。これはおおいに困る。とにかく、当時からオートマチックトランスミッション車の生産は100%日本向け。英国側ではその重要さに気が付かないんじゃないかと思いましたが、で継続しなければこれだけ売ってこれと最低ロットのノルマを課してきた。女性ユーザーの拡大を狙う日本市場でオートマチックがラインアップされないのは死活問題に等しいので、販売キャンペーンはもちろん、CM戦略までも練って販売拡大に努めましたね」



小さな英国は快適です。

80年代後半、カタログやフライヤーは可愛い路線を追っていた。同時に似たような意匠でTVCMも制作されていた。



スポーツカーの証明。

実は私、ミニのオートマをやっています。
「ミニのオートマ」は、英国の自動車メーカーであるローバーが、1980年代後半に開発した初のオートマチックトランスミッション車です。当時のミニは、手動変速機が主流でしたが、ミニの人気の高まりに伴って、オートマチックトランスミッションの導入が求められました。この車は、当時のミニの中でも、最も人気のあるモデルの一つとして、多くのユーザーに愛用されました。

小さな英国は快適です。
ローバーミニ
Little Britain

Rover Japan

クーバー復活。
「90年代前半の雑誌広告がこのようなエキセントリックな作りになっていた。通しのコピーに「Little Britain」が用いられ、ミニをリスペクトしている。

Little Britain

Little Britain

「ただで最終的には、もともと重いステアリングなので負荷が大きいらしく、メーカーとしては新たに部品を作らないと機能を保証できないといった返答になってしまった」。

おそらく技術的にできないことはないのだろうけれども、何につけジャパンからのリクエストには必ず「それで何台多く売れるようになるんだ？」と英国の本社からカウスターオファーが来る。採算ペーイスに乗るのであれば対応はする、と……。まあ、企業としては極めて全うな思考なのだが、世界的なマーケットを考えれば、パワーステアリングの装備は必要なことだし、不可能ではなかったのではないだろうかと思ふ。実現できなかったことは、ことさら残念でならない。とはいえ、森川氏はそれにも理由と思われるコメントをしていた。「なぜかという、90年代半ば頃から日本はミニのナンバーワン・マーケットだったから……。ましてや、(ローバー)ジャパンからのリクエストともなれば、販売数をコミットするのは当然だ、といったスタンスでしたからね」。

現実的な販売促進として80年代から90年代にかけては、日本主導の限定車販売戦略があったという。本国では「レーシング」、「プレイム」、「チェック

ミニのオートマチックトランスミッションの初出は1965年に遡る。伝統あるユニットがなくなってしまうことも悲しいことだが、日本にとっては販売台数が落ち込んでしまいうのも大問題である。90年代はオートマチック車を存続させることとの戦いであつたことも忘れてはいけないのだろう。確かに、90年代初めにオートマチックを主題にした雑誌広告が作られていたことを覚えている。キャッチコピーは「実は私、ミニのオートマをやっています。」というものだった。オートマチックのテーマになること自体が奇異に映つたけれども、今回の説明を聞き、半世紀を経て当時のインポーターの思いに触れる気がした。

日本国内で好調に販売数を伸ばしているときに、インポーターや正規ディーラーがミニのスペシャルショップを敵対視しているといわれたものだが、現実的にはそうではなかったと森川氏は話す。

「持ちつ持たれつですよ、ディーラーとスペシャルショップは……。ディーラーだけでこれだけの台数を販売して、これほど息の長いマーケットにはならなかったでしょう。それは同様にスペシャルショップだって、ペーイスの車輛

が輸入されなかったら、これだけのマーケットの賑わいはなかったと思えますよ。インポーターとして出来ることできないこと、スペシャルショップだからこそできること。趣味の世界なので、法的に多分にグレーなところはありましたけど、日本のミニは両者で築いてきたと思つてますよ。楽しいマーケットになっていましたよね、いかがですか？」と。確かにその通りだ。インポーター、ローバー・ジャパンとしてはとにかく台数、とくに英国人の上層部は成績によって本国に帰ってからのライフが変わってしまうから、一所懸命に売っていた、と森川氏は話す。今回聞いたさまざまな事柄は、90年代の日本マーケットにおいて理想に近いミニを供給し続ける、そんなあたりまえのことを成し遂げようとして、常に戦っていたことの証になる。そういった視点でニッポンのミニヒストリーを考察してみると、また違ったユニークな解釈ができるのではないだろうか。

さて、この後もインジェクションモデルの登場や最終モデル、また多くの限定モデルについてなど、記事を進めていきたいと思ふ。ご期待いただきたい。もちろん、質問も可能。興味のある読者諸兄は、ぜひ想いを伝えて欲しいものである。



森川オサム 70歳
アマチュアプレイヤーだが、毎週セッションでステージに上がっているらしい。現在はメディアに寄稿しつつ、プランナーとして活躍。クラシック・モンテカルロには3回ほどミニでエントリーしている。

小さな英国がニッポンにきた...

森川オサム氏
スペシャルインタビュー