

N CONCEPT

【 N360ストーリー 】

マイカーブームの主演を演じたN360。

■ あこがれだった「マイカー」

1960年代は日本のモータリゼーションが急速に発達した時代です。1963年の名神高速を皮切りに高速道路の開通が相次ぐと、クルマは豊かさの象徴である「新・三種の神器(カラーテレビ、クーラー、カー)」のひとつに数えられ、「マイカー」という言葉も生まれました。しかし、そのころの乗用車普及台数は軽自動車を含めても300万台に足らず^{※1}。10世帯に1台程度^{※2}にすぎず、ほとんどの日本人にとって「家族でドライブ」など夢のまた夢でした。

■ 非常識なチャレンジ

そんな中、Hondaは「誰でも気軽に買えて、しかも高性能なクルマが必要だ」と考えていました。当時の軽自動車は居住性もスピードも十分とは言えず、少なからず我慢を強いられます。本格化するモータリゼーションに対応するには、長距離移動でも快適な室内スペース、運転にゆとりを与える動力性能、そして、高速道路を走るうえでの高い安全性が必要になると見据えていました。それを廉価で提供することがN360の開発コンセプトです。当時のクルマづくりでは「非常識」と一蹴されるようなコンセプトですが、「可能性があるなら、まずはやってみよう」という社風に後押しされ、1966年初頭、N360の量産開発が正式にスタートします。F1メキシコグランプリで初優勝した直後のこと。たとえ非常識でも恐れずにチャレンジすれば実を結ぶことを、Hondaは知っていました。

■ 広さと速さ

広い室内のためにFFの採用が必然的に決まりました。エンジンルームをできるだけ小さくするとともに、フロアパネルを深く落として居住性を向上。出力は、当時の軽自動車のほとんどが20PS程度であったところ30PS以上を目標としました。さらに、当時としては先進的なモノコック構造の採用、プレス部品的大型化による点数削減など、既存概念にとらわれないアイデアで開発を進みます。そして、大人4人がゆったりと乗れる居住性と小型乗用車並みの走行性能を兼ね備えた、コンセプトどおりの高性能軽自動車を完成させたのです。

■ マイカーブームの主演

1967年3月、N360が発売されると、5月には5,570台の販売を記録し、早くも軽乗用車月間販売台数のトップを獲得します^{※3}。いち早く共感してくれたのは若者でした。HondaのロゴにS500やF1のスポーティーイメージを重ね合わせ、ハッチバックスタイルにあたらしさを見だし、人生最初の「マイカー」に選んでくださいました。以後、N360は連続43ヶ月にわたって販売台数トップ^{※4}を走り続け、たくさんの人々に、はじめての「クルマがある生活」をもたらしたのです。



N360発表当時のリーフレット(1966年)

※1 1966年自動車保有台数 約288万台(軽四・三輪車を含む乗用車)。社団法人 日本自動車工業会資料より

※2 1966年乗用車保有率。社団法人 日本自動車工業会資料より

※3 Honda調べ

※4 軽四輪乗用車 Honda調べ