

日産 GT-R のブランド力に関する研究

1130436 門田 啓二
高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

本研究は、「GT-R」が社会的に見てどのようなブランド力であるかを研究する。具体的に、GT-Rの開発の系譜を調査する。次に、GT-R ユーザーに対してアンケート調査などを実施し、GT-Rのブランドを研究する。その結果、速さと安定性を両立させた駆動方式、レースに裏付けされたスピードの機能ブランドと GT-R=速さというイメージ、四輪駆動を採用したことによる安定感がもたらす車と人の一体感の官能ブランドの2点により、車に速さを求める人々にとって GT-R とは特別な存在となっている。

2. 背景

現在、自動車販売の売れ筋は、低燃費、低価格車が大半を占めており、国産の大排気量のスポーツカーなどは肩身が狭くなっている。ホンダやトヨタなどはスポーツカー販売から手を引いた。本研究では、日産 GT-R に焦点を当て、なぜ嗜好性の高いスポーツカーである GT-R が今まで生き残っているのかをブランドという視点で研究する。

3. 研究方法

研究手順は、既往文献やインターネットなどから情報を入手し、1969 年-2012 年までの GT-R の自動車開発コンセプトの歴史やバージョン内容などを整理する。次に、GT-R の所有者を対象として、GT-R のイメージに関する Web 形式でのアンケート調査を実施し、その情報を統計的手法により整理する。最後に、国産車でライバル車と位置づけられるホンダ・NSX、トヨタ・スープラを対象として GT-R との価値観の違いを比較分析し、①機能ブランド②官能ブランドの2点から「GT-R」ブランドを考察する。

4. 結果

4.1 GT-R 開発の歴史に関する結果

スカイライン GT-R の始まりは、日産スカイラインはレースで勝てる高性能な自動車というイメージが広く一般化しており、3代目スカイラインに対するファンの期待が大きかった。

-第1世代-

初代スカイライン GT-R (PGC/KPGC10 型) 1969 年-1972 年

2 代目 (KPGC110 型) 1973 年

-第2世代-

3 代目 (R32 型) 1989 年-1994 年

4 代目 (R33 型) 1995 年-1998 年

5 代目 (R34 型) 1999 年-2002 年

-第3世代-

6 代目 (R35 型) 2007 年-

PGC10 型で 1969 年のレースデビューから 1971 年にマツダ・サバンナに敗れるまでに 49 連勝を成し遂げた。その後、R32 では 1991 年からシリーズが終了する 1993 年まで、一度も負けることなく、29 戦全勝した

第1世代では、純レーシングカーだった R380 に搭載していたエンジンを、市販車用に最低限の設計変更をして搭載した。また、ブレーキもドラム式が常識の中、フロントにディスク式を採用するなど当時としては比較的新しい技術が数多く盛り込まれた。

第2世代では、レース出場を前提にして専用設計された RB26DETT エンジンを搭載。また、4WD システムや、F1 マシンなどで知られるフロア下の空気の流れをスムーズにするフロント&リアディフューザーの搭載。水温、油温などクルマの状態に関する計7項目の情報が液晶モニターに表示されるマルチファクションディスプレイ搭載など、モデルチェンジのたびに進化している。

第3世代 R35 は世界最高の動力性能を出すため完全新設計された VR38DETT エンジンを搭載。走行中のあらゆる場面で前後の重量配分を最適化する独立型トランスアクスル 4WD を世界で初めて搭載するなどますます進化している。

4.2 GT-R の持イメージに関する調査結果

GT-R の持つイメージについて、自動車 SNS サイトみんなカラを使用し、GT-R オーナー (27 名 20 代 3 名, 30 代 8 名, 40 代 11 名, 50 代 3 名, 60 代 1 名) にアンケート調査を実施した。

4.2.1 GT-R という自動車についてのイメージ

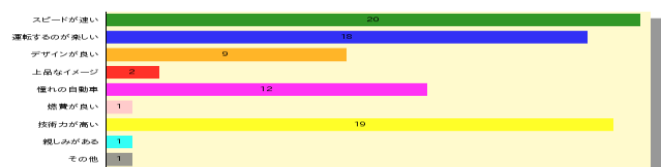


図 4.1 「GT-R」という自動車についてのイメージ

実際に GT-R を所有しているオーナーが GT-R に持つイメージはスピードが速い、技術力が高い、運転するのが楽しい、憧れの車などの意見が多かった。

4.2.2 GT-R に乗ろうと思ったきっかけ

GT-R を購入しようと思ったきっかけに対しての意見をまとめると、①技術力の高さ②コストパフォーマンスの良さ③憧れの3つに分類することができた。

4.3 日産・GT-R の優位性分析

国産車において、ライバル車として比較される日産・GT-R、ホンダ・NSX、トヨタ・スープラの3車種を、デザイン、走行性能・乗り心地、維持費・メンテナンスの3つの項目で分け、みんなのレビューでの調査・ワード検索をし、ヒット件数をグラフ化した。

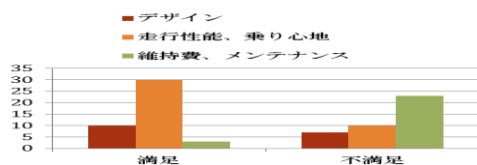


図 4.2 車種別オーナーレビュー評価 (GT-R)

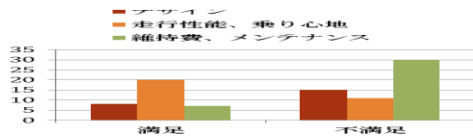


図 4.3 車種別オーナーレビュー評価 (NSX)

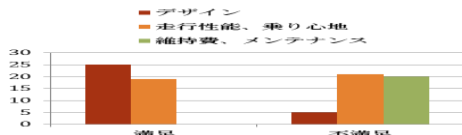


図 4.4 車種別オーナーレビュー評価 (スープラ)

3つのグラフを比べてみると、デザインが最も高く評価されていたのはスープラだった。走行性能・乗り心地においては、3車種ともスポーツカーであるため、満足評価が高かったが、その中でも GT-R の評価が一番高かった。維持費、メンテナンスでは、3車種すべて不満の値が高いという結果が出た。

5 結果と考察

「GT-R」のブランドを①機能ブランド②官能ブランド2点から考察する

① 機能ブランド

- ・速さと安定性を両立させた駆動方式

競合他車が二輪駆動であったのに対し、GT-R は四輪駆動である。その結果、発進時には鋭い加速力、高速走行時では路

面に対する強い追従性などが得られた。

- ・レースに裏付けされたスピード

GT-R はレースに勝つための自動車である。そのため、純レーシングカーのエンジンを搭載したり、レースのための専用設計のエンジンを作ったりなど、レースを基準とした新技術などが搭載された。その結果、KPGC10 型の 49 連勝、R32 の 29 連勝という結果に結びついた。

② 官能ブランド

スカイライン GT-R が残したレース結果が、GT-R=速さというイメージを生み出し、それが、「GT-R」を所有しているユーザーにとって他車と比較した優越感を生み出している。さらに、四輪駆動を採用していることにより、ユーザーにとって加速しても車体がぶれない安定感が生まれ、これが車と人の一体感を生み、乗っていて楽しい車と評価されている。

以上2点がユーザーの評判として自動車雑誌などに掲載され、GT-R のブランドイメージとして今日に至るまで定着した。

「GT-R」のブランドとは

GT-R が GT-R たる由縁は、レースに勝つという明確なコンセプトに基づいて設計された自動車であるということだ。そして、半世紀近くの歴史において、数多くのレースで勝利を飾ってきたからこそ、現在まで GT-R という自動車は残されてきた。

「GT-R」のブランドとは新しい技術を数多く搭載、進化させ日本のレース業界の先駆者として君臨し、今なお走り続けていることにある。GT-R が打ち立ててきた 49 連勝、29 連勝という記録は、GT-R=速さということが認知される十分な理由となった。車に速さを求める人々にとって GT-R とは特別な存在である。

6 今後の課題

- ・開発者側の意見を聞き、GT-R 作りに対しての技術的な先進性、ポリシー、こだわり、苦労話、メディア戦略などを明らかにする
- ・海外にも視点を向け、オーナーアンケート、レビューのまとめ、参戦レースの結果集計など行い、ポルシェやランボルギーニなどスーパーカーと呼ばれている自動車との比較をし、海外での GT-R のブランド力を明らかにする

引用文献

- [1] 株式会社竹書房 スカイライン GT-R 最強の伝説 著者 高橋一平 p 61-62,90,148,153,175-176,178,194,198