ロングセラー商品に学ぶ、ビジネスの勘所（第18回）

大胆な再挑戦が生み出した世界の足「スーパーカブ」

2020.05.29

配達や営業などで使う業務用バイクの定番。ショッピングや通勤など日常使いでもファンが多く、「バイクはカブに始まり、カブに終わる」という言葉もあるほど愛されているのが本田技研工業（以下、ホンダ）のバイク、スーパーカブです。



スーパーカブは1958年に発売が開始され、2017年10月には生産累計台数が1億台を突破したというバイクのロングセラーです。先進国から発展途上国まで、160を超える国々で販売され、世界の暮らしを支えています。

スーパーカブという名前の通り、ホンダはスーパーカブの前にカブという製品を発売していました。1952年に発売を開始したカブは自転車に取り付ける補助エンジンキットで、好調な滑り出しを見せたものの、次第に時代の趨勢に合わなくなり人気が落ちていきました。

その頃人気を博すようになっていたのは、フロアに足を乗せて運転するスクータータイプのバイクです。各社がスクーターを発表する中、ホンダも1954年にジュノオを発表してスクーター市場に参入します。

ジュノオは全天候型の大型スクーターで、前面にはアクリル樹脂製の大きな風よけが装備されていました。この風よけの上部を倒すと、雨よけになるという仕組みです。また、オプションとして上部にルーフが取り付けられるようになっているなど、画期的なスクーターでした。

しかし、このジュノオは成功を収めることはありませんでした。大きな理由は、運動性の悪さです。大型スクーターのジュノオは車重が170kgありましたが、その割にパワーが小さく、運動性に欠けていました。また18万5000円という価格はライバルだった三菱のシルバーピジョンやスバルのラビットといったスクーターより2～3万円高かったこともあり、ジュノオの販売は伸びず、翌1955年には生産を終了してしまいました。

ホンダは、スポーツバイクのジャンルでは1949年から製造を続けているドリームが好評を博していました。しかし、ホンダには、原点である大衆的な小型車こそ創るべきではないかという意識があったといいます。ジュノオが生産を終了してからも、ホンダの創業者である本田宗一郎は必ず再び勝負を懸けたいと考えていました。

クラッチ、エンジンなど再挑戦で掲げた高い目標… 続きを読む