

Yamaha Motor Monthly Newsletter



The "VIKING" ROV



The "YFZ450R" ATV

Spotlight: ATVs / ROVs

All-terrain Vehicles / Recreational Off-highway Vehicles

August 15, 2013 (Issue No. 8)

あるがままの大地に親しみ、遊ぶ、働く



ATV=All-terrain Vehicle（全地形対応型車両）は、4本の低圧タイヤを装着した車体にまたがり、バーハンドルで操縦するオフロード車両です。その名が示すように、未舗装の不整地や草原、山道、砂地、ガレ場などさまざまな地形を走行できるのが特長です。また、ROV=Recreational Off-highway Vehicleは、ATVから分化した四輪オフロード車両。ATVがモーターサイクルに近い操縦系を持つのに対し、ROVは自動車と類似する操縦系とゆとりのある車体を備え、居住性を追求しています。

ヤマハ発動機は、1979年からATVの製造・販売を手がけ、現在はこの領域で年間約7万6000台を世界各地に出荷（2012年実績）しており、2015年には11万台規模まで拡大する計画です。今回は、これらATVとROVの事業と製品について紹介します。

どこへでも行ける機能を求めて ヤマハならではのチャレンジ

別名・四輪バギー（クアッド）とも呼ばれるATV。その原型は1960年代後半、アメリカで誕生しました。ビーチなどの砂地を沈まずに走れるよう、接地面積が大きい幅広・低圧のバルーンタイヤを採用し、車体を安定させるため後輪を左右2個に増やした三輪モーターサイクルです。当初はアメリカの中小メーカーがいくつか手がけただけの小さな市場でしたが、1970年に日本の大手二輪メーカーが参入すると次第に規模が拡大。やがて多数のメーカーが競合するメジャーカテゴリーへと成長していきました。

一方ヤマハは同じ頃、二輪車のオフロードモデルでアメリカのファンライディングの世界を拓きつつありました。「DT-1」（1967年）というこれまでにないスタイリッシュで高性能なモデルを開発し、大きな成功を収めていたのです。こうした実績からオフロードファンをのびのびと理解するヤマハが、そのファンライディングの世界をマルチホイールで実現しようとしたのはごく自然な発想だったと言えるでしょう。



ヤマハのATV事業は、協力会社との共同開発からスタートした。写真は1978年、伊豆大島での「YT125」の試作テスト風景

さっそくATVの開発プロジェクトが生まれ、動き出したのは1977年。後発メーカーということもあり、設計・試作段階で特許の壁に阻まれたこともありましたが、それでも開発者たちはヤマハならではの長を備えた製品に仕上げようと研究・開発を重ね、1979年、ついに最初の製品「YT125」を作り上げました。吸気孔を高い位置に伸ばして水の侵入を防ぐシュノーケル式エアクリナーや、完全密封して泥の進入を防ぐフルシールドブレイキなどの独自技術はアメリカの深い湿地や沼地でテストを繰り返した成果。同様に1982年発売の「TRI-MOTO 225DX (YTM200E)」には、スタックしてもすぐに再始動できるセルスターターや、メンテナンスが不要で耐久性に優れたシャフトドライブなど、二輪車開発で培った各種の機構がATVで初めて採用されました。

しっかり大地を踏ん張る四輪で ユーティリティとスポーツに分化

さて1980年代に入る頃、ATVはひとつの転機を迎えました。オーナーのなかに果樹園や農場、牧場を営む人たちが多かったため、トレッキング走行やハンティングを楽しむ合間に荷物の運搬や巡回などで使われるようになり、これまでとは異なる機能、性能の進化が求められるようになったのです。

最高出力よりもトルク特性に優れ、荷物をたくさん積むことができ、低速でも安定して走行できる……。そんな市場の要望に対し、ヤマハは4ストロークエンジンを搭載し、実用性の高いリバースギア、車体前後に荷物用キャリアを備えた四輪モデル「MOTO-4 YFM200」（1983年発売）で応えました。さらに1986年、カナダの山岳地帯のような高地・低温環境でも苦しめない4ストローク四輪駆動モデル「YFM350FW BIG BEAR」を発売すると、瞬く間に大ヒット。その名はレジャーから農作業まで幅広い用途をカバーするユーティリティATVの代名詞となりました。

一方、アクティブなライディングを楽しむスポーツATVは、2ストロークエンジンのメリットを追求した軽量・ハイパワーな高性能マシンと、扱いやすいオートマチック・トランスミッションを備えた子ども・ファミリー向けの2タイプに分かれて進化。1980年代後半には、アメリカやカナダでATVの一大ブームが沸き起こりました。350cc・水冷・2ストローク・並列2気筒エンジン、ダブルウィッシュボーン・フロントサスペンションなどの最新技術を満載し、さまざまなデザートレースやクロスカンントリーレースで大活躍した「YF350Z BANSHEE」（1986年）は、当時を代表する最高峰スポーツモデルです。



1986年以降、「BANSHEE」は世界中、世紀をまたにかけて販売され、ATVでも「スポーツのヤマハ」を定着させた名車のひとつ

個性派ユーティリティが全盛期を牽引 スポーツは4ストローク化でアピール

その後、ATVの年間総需要は急速に伸長。1990年代初頭の15万台が1999年に50万台、2000年代前半には100万台を突破する勢いとなりました。こうした活況の要因は、その中心を占めるアメリカの経済が長く安定的に推

移したことで、市場が北米からヨーロッパ、アジア、オセアニアまで世界各地に拡大したこと、メーカー各社が積極的なニューモデル投入を続けたことなどが挙げられます。

そのなかでヤマハは、総需要の70～80%を占めるユーティリティモデルに、二輪／四輪駆動をスイッチ操作で切替えるシステムやエンジンブレーキ効果を有効利用する自動変速機構、ATV初の電動パワーステアリングなど独自の技術を数多く投入。「BIG BEAR」「KODIAK」「GRIZZLY」シリーズの多彩なラインナップを構築しました。スポーツモデルについても、排出ガスや騒音の低減に配慮した4ストローク化



スポーツ ATV「YFZ450」シリーズは、モトクロスバイクと同じようにクローズドサーキットで活躍。ダカールラリーでは「RAPTOR」が優勝を重ねている

をいち早く推進。660cc・5バルブエンジンを搭載した「YFM660R RAPTOR」シリーズや「BANSHEE」の後継モデルとなるピュアスポーツ「YFZ450」シリーズによって40%以上のトップシェアを堅持し、スポーツのヤマハを強く印象づけました。さらに2003年には、ハンドル操作をステアリングで行う2名並列セパレートシート「RHINO」を発売。瞬く間に多くのユーザーの心を捉えて一大市場を構築しました。

また海外市場開拓事業部（OMDO）の貢献も見逃せません。潜在的なATV需要が高いにも関わらず、製品を並べて売っただけで停滞していたサウジアラビア、UAE、クウェート、カタールなど中東諸国に注目。現地代理店とともにアフターサービスの充実やライディングスクールの実施などビジネス改革に取り組み、1999年から5年間で年間出荷台数を10倍に引き上げました。こうした活動により中東では、主力モデルとなった「BANSHEE」がATVの代名詞となっているそうです。

RV市場復活のカギを握るROV ATVとの相乗効果に高まる期待

ところが、2005年にピークを迎えたATV市場は、15年間右肩上がりの伸長を続けてきた反動とリーマンショックに端を発する世界的な経済不況が重なって失速。2007年からわずか3年で総需要が半減し、ヤマハの年間出荷台数も7～8万台に留まりました。そこでヤマハは、これまで分散していたATV生産拠点を最大市場であるアメリカのYMMC（Yamaha Motor Manufacturing Corporation of America）に集中。円高の影響を抑えながら年間10万台で採算が取れるよう事業基盤を再構築するとともに、現地のユーザーニーズや使用環境の変化をスピーディ、ダイレクトに反映する企画・開発機能をさらに強化し、市場回復のチャンスをうかがってきました。

その具体的な施策が、2012年12月に策定した新中期経営計画で成長戦略の基軸に位置づけた新カテゴリー、ROV製品の投入です。



U.S.ディーラーミーティングで披露された「VIKING」。このモデルを革切りに、ヤマハは今後5年にわたって毎年ROV市場にニューモデルを投入する予定

「VIKING」（2013年8月発売）は、ヤマハのROV新製品。専用設計された四輪駆動の車体に、自動車と類似するステアリングホイールとフットペダル式のアクセル、ブレーキ、3名並列のセパレートシート、頭上を覆うロールバーなどを装備し、快適な走行性と居住性、利便性が特長です。「VIKING」のお披露目の舞台となった6月のU.S.ディーラーミーティングでは、ヤマハはこれより5年間、毎年1台のペースでROV製品をリリースすると発表し、販売網を含めた市場の期待感が高まっています。フィールドを共有するATVとの相乗効果で、市場全体の活性化が期待されているカテゴリーです。

Message from the Editor



私のすぐ後ろに座っている同僚が、ラスベガスで開催されたヤマハU.S.ディーラーミーティングに行ってきました。有名なカジノホテル、MGMグランドの威容もさることながら、詰めかけた現地ディーラーのみなさんの熱気に圧倒された様子で帰ってきました。とりわけ「VIKING」と、今後のROV新製品投入に関する発表

では、相当な盛り上がりを感じたと興奮気味に話してくれました。

ディーラーミーティング会場には人工の試乗コースも用意され、「VIKING」の乗り心地を試した人たちは、まさしく満面の笑顔。「8月の発売までお客さんを待たせるのが申し訳ないくらいだ。ほんとうに楽しみだよ」といった期待の声があちこちで聞かれたそうです。



なお、これまでニュースレターをお届けしておりました千賀（写真・右）に代わりまして、次号からは新たに齋藤真理子（左）が編集を担当させていただきます。今後ともYamaha Motor Monthly Newsletterをよろしくお願い致します。

千賀 由利子



Corporate PR Group, Public Relations & Advertising Division, Yamaha Motor Co., Ltd.
2500 Shingai, Iwata, Shizuoka, 〒438-8501 Japan
TEL. 0538-32-1145 FAX. 0538-37-4250
E-mail: saitoumar@yamaha-motor.co.jp

***Prior to any use of the article(s) and photographs contained within this newsletter, please contact me.**