目　次

ビートルの歴史

第1章　ビートルの再登場……6

第2章　ビートル誕生……9

第3章　世界の国民車になる……17

第4章　アメリカでの成功……25

第5章　ニュービートル“ビートル”の復活……30

第6章　ザ・ビートル ドイツへ帰る……37

カタログ・写真でたどる　歴代ビートルの変遷

タイプ1ビートル／42

ニュービートル／137

ザ・ビートル／164

■ビートル総合年表／185

■ニュービートル年表／187

■ザ・ビートル年表／188

■タイプ1ビートルの世界生産台数／189

■タイプ1ビートルの国内輸入台数／189

■タイプ1ビートルの地域別販売台数／190

■タイプ1ビートルの国別生産期間／190

■タイプ1ビートルのドイツ国内販売価格の変遷／190

■タイプ1ビートルの変更点の変遷／191

■ニュービートル生産台数／194

■ニュービートル国内販売台数／194

■ザ・ビートル生産台数／194

■ザ・ビートル国内販売台数／194

■タイプ1ビートルの主要なエンジン別に見た進化の変遷／194

■タイプ1ビートル主要諸元／195

■ニュービートル主要諸元／196

■ザ・ビートル主要諸元／196

■参考文献／197

■編集部より■

本書に登場する車種名、会社名などの名称は、原則的に主要な参考文献となる、当時のプレスリリース、広報発表資料、関係各メーカー発行の社史などにそって表記しておりますが、参考文献の発行された年代などによって現代の表記と異なっている場合があり、編集部の判断により統一させていただきました。

スペック値は、カタログ値を最優先とし、その他各種資料を参考にして掲載しました。馬力の表記については、厳密には数値が同じではありませんが、単位のみ「ps」にして統一しています。タイプ1ビートルのカブリオレモデルは原則として「カブリオレ」と表記していますが、アメリカや日本での呼称に従ってコンバーチブルと表記している場合もあります。ニュービートルとザ・ビートルのクローズドボディー・モデルは、「クーペ」と称されることもありますが、セダンで統一しています。「フォルクスワーゲン」という名称は、慣習にしたがって「VW」の表記も使用しています。

また、本書掲載のカタログ資料の中で、カタログ所有元で記入された個人情報に配慮し、図版の一部に処理をしているものがあります。ご了承下さい。

三樹書房　編集部

ビートルの歴史

「ビートル」の歴史は長い。いわゆるタイプ1と呼ばれる空冷エンジンの初代ビートルは、1930年代に開発され、1945年から2003年まで市販モデルが生産された。2代目のニュービートルのモデルライフは1998年から2011年までで、3代目のザ・ビートルは2011年から生産が始まっている。

タイプ1ビートルと、ニュービートル以降のビートルが、だいぶ違うクルマと思う人がいても、それは当然のことで、50年以上がたっての“モデルチェンジ”だから、設計技術も、市場の状況も大きく変わっている。タイプ1の後継モデルは、元来は1974年に発表されたゴルフだったが、その四半世紀後に登場したニュービートルはゴルフをベースに誕生したので、ビートルの血筋を継いでいるといえる。

ここでは、どうして「ビートル」が再登場したのか、その背景的なことを考えることから、第1章が始まっている。とくに「ビートル」復活のきっかけとなったのは、アメリカ市場での「ビートル神話」であり、それについては、第4章でも着目している。

また、新旧ビートルをつなぐ大きなキーワードは、その丸いボディー形状にあるので、「ビートル」のその丸型のデザインについても焦点をあてるようにした。

ニュービートルはフォルクスワーゲンとしてはそれまでの常識を超えるところのある企画・開発で、新時代への転換を象徴するような興味深いモデルだった。第5章ではその誕生の経緯を追っている。

第6章では、そのある意味“フォルクスワーゲンばなれ”したニュービートルから、少し軌道修正して誕生したザ・ビートルに焦点をあてた。初代ビートルの精神と、最新フォルクスワーゲンの方針を両方体現することに挑んだのが注目点である。

とくにタイプ1ビートルについては、半世紀の間に何度も語られてきたが、今の時代の視点で「ビートル」の歴史を見ることを念頭に、本項をまとめた次第である。

もちろん「ビートル」を理解するには、タイプ1のその長い大河ドラマを追っていくことが欠かせないと思われる。第2章から4章までで、その長いストーリーを解説しているが、そもそもどうして丸いのか、といったことも、歴史をたどることで、よりおもしろく見えてくるのではないかと思う。

なお、この項の写真については、ここで掲載されていないものでも、後半のカラーページに収録されているものが多いので、参照していただければと思う。

第１章　ビートルの再登場

■アメリカでの人気によって、ビートルは2度生まれた

フォルクスワーゲン・ビートルは、特別なクルマである。その理由はあえて説明する必要もないくらいだが、ビートルの存在はクルマ好きに限らず、広く知られている。世界記録となる2150万台も生産され、しかも50年以上もつくられ続けたことで、世界中の多くの人の目にふれ、親しまれてきた。さらに「ビートル」という愛称にもなったその形が特徴的で、ほかのクルマとは違っていたことが、ビートルを特別なものにした。

ただ生産台数が多いだけなら、ビートルの先人というべき約1500万台つくられたT型フォードがある。しかしT型フォードは、見た目は同時代の他車とあまり変わらず、特徴には欠ける。旧ソ連のラーダは、台数ではビートルを凌ぐ可能性もあるといわれるが、これはイタリアから譲り受けたフィアットの型落ちモデルを長く生産し続けたもので、簡単にいえばただの旧式の自動車だった。ビートルは形を変えずに、中身の品質改良が徹底して行なわれ、世界自動車産業の最前線にあり続けた。

ビートルが、ニュービートルとしてリバイバルしたのは、アメリカでのことである。その理由は後半で詳しく見ていくけれども、フォルクスワーゲンがアメリカ市場で不振だった状況を打開するために、かつてアメリカで社会現象にもなるほど人気だったビートルに注目して、ブランド再生のためのカンフル剤として復活させたのだった。オリジナルのビートルは、アメリカで500万台が販売された。広告代理店DDB社に依頼した伝説的な広告キャンペーンは、「Think Small.」に代表される一連の広告が、なにごとも大型なことを好むアメリカ文明への警鐘にさえなり、VWは時代の先をゆく感覚の人々の支持を得た。VWの知的で良心的、ファニーで親しみやすいイメージが広く浸透してカルトカーにさえなり、なにより、安くて実用的でよく走るビートルは多くの人に愛用された。

地球上のあらゆる道を制覇したビートルは、水上へも進出。VW社の広告物でPRされたこともあり、ビートルが水に浮くという神話はよく知られている。

T型フォードには及ばないかもしれないが、ビートルも多くのアメリカ人の思い出のクルマになったのだった。そしてビートルが復活できたのは、その特徴的なデザインのためだといえる。ニュービートルの計画は、アメリカのデザインセンターのスタッフが、自発的に新時代のビートルを企画したのが始まりだった。アメリカが2度目のビートルを生ませたのである。

2度生まれたビートルはやがて、3度目を経験する。「3度目」は通常のモデルチェンジに近いが、ただそのザ・ビートル開発のとき、フォルクスワーゲンは「現代のビートル」を少し軌道修正し、よりいっそう「ビートル」の原点に立ち返ることにした。これについてはまた後半以降で詳しく見ていきたい。

1972年2月17日にビートルの1500万7034台目がラインオフし、T型フォードの歴史的な世界記録を抜くことになった。ビートルの1302シリーズがフォードを囲んでいる。

1960年代のフィアット車をプラントごと譲りうけて、1970年から旧ソ連～ロシアを中心に延々と生産され続けたラーダ。無骨なほど四角いボディーは、当時の典型的なスタイルだった。

「ビートル」の復活劇の背景には、1960年代のアメリカでの奇跡的な成功と、その後の不振というドラマチックなストーリーがあった。1998年のニュービートル誕生当時の広報写真では、アメリカ文化を象徴するアイテムを背景に使っている。

■過去のヘリテージに着目すること

ニュービートルの誕生当時、世界の自動車メーカーでは、いわゆるレトロカーがおおいに注目されており、ニュービートルもそういうムーブメントの中で誕生した。そしてアメリカを中心に大歓迎されて成功する。

レトロカーのブームは、1980年代の日本で始まったとされる。その火付け役は1987年に発売された日産のBe-1であるが、今までそういう商品化がなかった欧米諸国でおおいに注目され、とくにアメリカでは多くのレトロカーが誕生した。

当初つくられたレトロカーは、単発のものが多かった。雰囲気だけ、かつてのなんらかの古いクルマを再現しており、大ヒットしたクライスラーのPTクルーザーなどはその典型だった。それらはオリジナルがなかったり、あっても他社の製品であることも多く、着眼点が優れていれば注目される可能性もあったが、1回きりの商品でかまわないともいえた。

その後、自社製品を再現するようなクルマも目立ち始める。その先がけのひとつがニュービートルであり、だからその登場時、非常に新鮮に見えたのだった。

この流れは、とくに欧米のメーカーで、ブランドのヘリテージ重視の傾向が高まったことが背景にあるといえる。特定のモデルでも、たとえばフォード・マスタングなどは、近年では1960年代に一世を風靡した伝説的な初代モデルのデザインを再現するようになっている。高級車では昔からラジエターグリルの形状など、過去のデザインを継承しているが、とくにドイツ・メーカーはその傾向が強く、ビートルの子孫というべきポルシェ911も典型的な例である。

近年では、自社のヘリテージ・モデルを活かして、シトロエンのDSのように新たなブランドを起す例まで出ており、その最たる例としてミニがある。ミニはも

1991年にクライスラー社が大衆車として提案したコンセプトカーのネオン。丸いライト、丸いルーフがビートルを彷彿とさせる。こういったクルマがつくられる中でニュービートルは企画された。

2004年登場のフォード・マスタング。1960年代のマスタングのデザインを再現している。ちなみにニュービートルをデザインしたJ・メイズが、この頃フォードのデザインを率いていた。

1999年に発表され、市販されると大ヒットとなったクライスラーPTクルーザー。ホットロッド風に仕上げてアメリカ車好きの心をつかんだが、一代かぎりで終わった。

ともと英国メーカーのクルマだが、BMW傘下になり、ニュービートルとほぼ同じ2001年にニューミニとして再登場、今や3代目まで育っている。フィアットの500も、1950年代デビューの500をリバイバルさせて、大ヒットさせている。

この2台はビートルのケースと少し似たところがある。ミニの場合、1959年に誕生したオリジナルは、横置きエンジンの前輪駆動を採用して自動車設計に革命を起こし、最小サイズで実用セダンをつくったことに意義があった。ところがニューミニは、サイズの追求ではなく、ミニの機敏な操縦性やキャラクターを強調してつくられ、ミニのイメージを活かしながら、ミニにはなかったオープン2シーターなどのバリエーションを多数展開して、新しいブランドとして育てている。

フィアット500の場合も同じで、空冷リアエンジンの最小・最廉価設計だったのを、FFのファンカー的モデルに変えた。ミニもフィアット500も、かつてのオリジナルは、大衆車の設計で革命を起こして、歴史に名を残した。しかしそれを現代に再現するときは、設計面ではもはややるべきことはなく、愛されたクルマとしての側面に着目して商品企画がなされた。レトロカーはどの例を見ても、ファンカー的になる必然性があるようである。

ニュービートルもそのことは同じである。ビートルも、かつて1930年代に満足な大衆車がまだできなかった時代に、水準を超える性能をもつ大衆車を安くつくるという究極の難問に見事に応えたクルマであり、その結果あのような個性的なスタイリングができあがった。ビートルはなにより設計面で、空冷の水平対向エンジンをリアに積むなど、ユニークな、当時の最新の方式を完成させている。

ところがニュービートルやザ・ビートルは、たとえばビートルの後継車であるゴルフを筆頭に、現代のコンパクトカーの設計が熟成されている状況であり、やはりスペシャルティーカー的モデルであることに精力を注いでつくられている。

■ビートルの特別さ

ニュービートルがほかのレトロカーと違う特別なことは、オリジナルの初代ビートルの特別感が、まさに特別だというところにある。くわしくはこのあと歴史を見ていくことになるが、世界で2150万台生産され、開発から生産中止までの間、70年近くも世界の人々の注目を浴び続けたことがすべてを物語っている。マスタングはアメリカ人を熱狂させたし、ミニは英国やヨーロッパ、日本の人に親しまれた。しかしビートルは世界で広く親しまれた。ミニもフィアット500も自動車史に残る、人々に愛されたクルマだが、ビートルはそれらのことが桁外れだった。

1959年誕生のミニは2001年にニューミニへ進化した。ミニのキャラクターやデザインを活かしながらもニューミニは大型化し、ミニマムサイズの追求はしなくなった。

2011年誕生のザ・ビートルと、1938年に開発されたオリジナルのビートル。奥にいるクルマから大きな後光がさしているような感じである。

デザインの特徴的なことも、ビートルは際立っている。フィアット500も、同じ空冷リアエンジンでユニークだが、ビートルのデザインは、言葉は難しいが、極めつけのデザインであったと思う。ビートルは、空気抵抗を減らすために開発当時最新方式だった流線型デザインを採り入れ、なおかつスペース効率を最大限追求した。工学的に性能を純粋に追求したデザインでありながら、徹底した開発によってその造形を磨きに磨き、子どもでも簡単に覚えることができるような、えもいわれぬ味わいのある丸いボディーが完成した。ニュービートルという、デザインコンシャスのクルマが発想されたのも、ビートルの群を抜く存在感のためだったといえる。

いっぽうミニの場合は、その後の時代のクルマが皆、ミニのあとを追った設計になったので、まったく特徴的ではなくなり、日本の軽自動車などは大きさも基本の形も、ほとんどミニと同じようなときが一時あったくらいである。

ニュービートルもザ・ビートルも、フォルクスワーゲンのブランドの原点回帰として、つくられた面がある。この原点回帰についてもまた、「ビートル」の場合、特別だといえる。

ミニの場合は、新しいオーナー会社のBMWがクルマづくりを展開しており、元のミニをつくったオースチン／モーリスのブランドのことなどは、英国車ということ以外には、おそらく考える必要がない。ところがフォルクスワーゲンにとって、ビートルはまさに自社をつくり育てた母体そのものであり、ビートル＝フォルクスワーゲンといってもよい存在である。だから「ビートル」の復活は、フォルクスワーゲン社にとって極めて大事なことで、ただひとつの車種として売れればよいというものではなく、失敗が許されない車種だといえる。

フォルクスワーゲンは、ニュービートルをつくるときも、ザ・ビートルをつくるときも、ブランドの哲学、ビートルのヒストリーを注意深くふりかえったという。ビートルのどこに着目し、どうそれを解釈するかでできるクルマは変わってくるといえ、だから復活した2台はそれぞれ少し違っているともいえる。この2台を見たうえで、ビートルの歴史をふりかえると、また新たな発見があるに違いない。

第2章　ビートル誕生

■革新的設計の時代

フォルクスワーゲンが生まれたのは、自動車の進化が激しく進行していた時代だった。ガソリン自動車の大衆車が実現されるのは、少なくともヨーロッパでは第2次大戦をはさんだ時代のことで、当時はそれを実現させるべく、いろいろな設計方式が模索されていた。1959年に英国で誕生したミニは、前輪駆動方式に2ボックスボディーの組み合せで、大衆車に革命を起した。1974年に誕生したビートルの後継車ゴルフもそれを継承しており、ビートルのような丸いボディーで、エンジンをリアに積む方式は、自動車進化史のうえでは異端的だったといえる。

よく知られるように、フォルクスワーゲンとはドイツ語で「国民車」を意味する。国民車は1930年代当時のヨーロッパではまだ実現されておらず、発展途上の段階だった。自動車は、大衆に普く行き渡っていなかったのだった。しかし大西洋の向こうアメリカでは、1908年に誕生したT型フォードが、1927年までの間に、記録破りの1500万台という大量生産をなしとげて、大衆車は現実のものとなった。

ヨーロッパ各国もそれに刺激されるが、経済が豊かでないヨーロッパでは、軽量、コンパクトなクルマを実現する必要があり、家族4人が乗れて、なおかつ十分な動力性能をもつクルマを、低価格で実現するのは容易ではなかった。その要求に対してフォルクスワーゲンは、その当時の自動車設計の最新技術を、総合してまとめあげたクルマだといえる。

工業化の時代に頭角を現し、急成長していたドイツは、新技術の開発に積極的で、1920～30年代当時、ドイツやその周辺のドイツ語圏の国では、自動車に革新的な設計を採用する傾向が強まっていた。フォルクスワーゲンに採用されることになる空冷水平対向エンジン、リアエンジン・レイアウト、バックボーン式シャシーフレーム、そして流線型ボディー、などがそれである。チェコスロバキアのタトラ、オーストリアのシュタイア、ドイツのメルセデス・ベンツなどで、そういった設計を採用したクルマが市販されている。それらの中で、フォルクスワーゲンの完成度の高さは群をぬいていた。

1932年に試作されたシュコダ932。ビートルのように空冷水平対向4気筒エンジンをリアに積む。チェコスロバキア製で、ビートルと似た雰囲気があるが客室部分が四角く、流麗さには欠ける。

■ポルシェ博士による小型車開発の追求

フォルクスワーゲンを開発したポルシェ博士は、若いうちから、電気自動車の製作で頭角を現し、生まれた国、オーストリア大公の目にとまり大公を乗せて走るなど、早くも国家が一目置くエンジニアとして、経験を積んだ。その後1906年からオーストリアのアウストロ・ダイムラー社に在籍し、第1次大戦時には航空機用エンジンの設計で名を挙げたりしたのち、1923年に本家ドイツのダイムラー社で技術部長として実績を積む。ダイムラー社が1924年にベンツ社と合併すると、ポルシェはひき続き合併したメーカーの技術部長職を任命される。設計したメルセデス・レーシングカーの華々しい実績などで、自動車エンジニアとして不動の評価を築き、その名声にひかれてまだ無名だったアドルフ・ヒトラーもポ

車体後部にエンジンを積むアウトウニオン・レーシングカーの横に立つのが、フェルディナンド・ポルシェ（右から4人目）。ポルシェは1875年生まれでフォルクスワーゲン開発当時既に大ベテランだった。

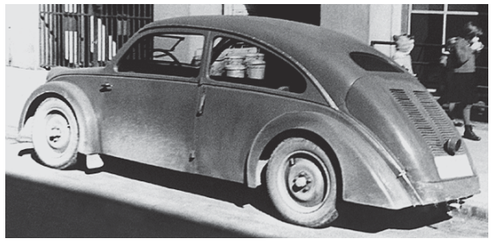
ダイムラー・ベンツで開発されたリアエンジン車「130」の試作モデル。流線型を採用しているが、車体後部が異様に長い。逆にノーズ部分がフォルクスワーゲンに比べて短い。

ルシェに一目置いていたといわれる。

ポルシェ博士は、根っからのスポーツカー好きであったが、当時の自動車設計家としては珍しいことではないが、早くから小型車の設計にも意欲を見せていた。しかしその必要性を説いても、経営陣に認められず衝突することが何度もあり、結局ダイムラー・ベンツを辞し、一時オーストリアのシュタイア社へ移籍したのち、1930年に独立し、設計事務所を開く。そこで、いろいろなメーカーから依頼をうけて設計・開発を始めることになり、いよいよフォルクスワーゲンの開発に着手することになる。

最初の依頼は、オートバイメーカーのNSUからのもので、ポルシェ設計事務所のタイプ12として開発した。次にツュンダップ社からの要請でタイプ32が開発された。それらはお蔵入りになり、3番目に手がけることになるのが、フォルクスワーゲンである。ポルシェ事務所の設計番号ではタイプ60と名付けられていた。周知のようにこの3番目の依頼者がヒトラーである。ちなみに、日本でも親しまれているタイプ1という呼び名は、戦後の

ツュンダップ社の依頼で開発されたタイプ12。これは初期の作と思われ、リアエンジンでも四角いボディーだった。流線型デザインは1930年代半ば当時、急速に進化していた。戦後のポルシェ社を率いる、ポルシェ博士の息子フェリーが横に立っている。



流線型ボディーを採用したタイプ12の一台。ただ、まだビートルのような豊かな曲面にはなっておらず、車体側面が平面的。タイプ12はツュンダップ社の要請で、リアには星型エンジンが搭載されていた。

フォルクスワーゲンが再スタートしてから、その第1号として付けられたタイプ名である。

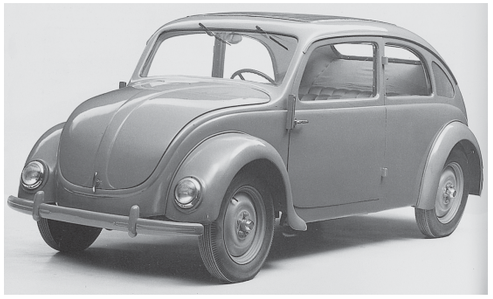
タイプ12、タイプ32は、タイプ60と基本構成は同じであり、段階を経て進化してきたものであることが、今日、目で見ても感じとれる。フォルクスワーゲンは、異端的設計ではあるものの、長い間ポルシェ博士が、試作も繰り返しながら開発、熟成してきたものであった。

そのフォルクスワーゲン流の設計方式は、さらにさかのぼることができる。ポルシェ博士は、ダイムラー・ベンツに在籍していた時から、リアエンジン方式に親しんでいたと見られている。ダイムラー社と合併したベンツ社では、合併前からリアエンジンもしくは、ミドシップエンジン方式を手がけており、レーシングカーでは既に実戦で経験済みだった。ポルシェ博士は、ベンツ社と合併してその技術に間近で触れ、在籍中にリアにエンジンを積んだ小型車を多数製作して、研究開発を進めたといわれている。ポルシェ博士が退社してからもそれは生き続け、1934年にメルセデス・ベンツはフォルクスワーゲンより早く、たいへんよく似た設計のリアエンジン車「130」を市販化している。

■国家の後押しで大規模な計画となる

ポルシェ博士がヒトラーから国民車の計画について打診されたのは、1933年のことで、ヒトラーが権力の座についてまもなくのことだった。ポルシェというドイツを代表する技術者によって開発がなされるフォルクスワーゲンが、さらにときのドイツの最高権力者、しかも独裁者が、ある意味特権を与えるような形になり、ドイツ自動車産業界にあった力、技術力や資金力などが投入される環境ができあがる。

もともとポルシェが暖め、すすめていた国民車の開発に、ヒトラーがとびついたような形であるが、ただしヒトラーも国民車というものに、以前から着目してい



NSUの依頼でつくられたタイプ32。ビートルにかなり似てきたが、まだ角張った感じが抜けきれていない。エンジンは空冷水平対向4気筒を積むようになった。

た。アメリカを席巻したT型フォードに1920年代からいたく心を奪われており、ドイツでも大衆車の大量生産が必要であると強く考えていた。T型フォードのストーリーは、この頃の世界では、誰もが瞠目していたことで、深く影響された者は多かった。

1933年に首相に就任してから、自動車を政策の重要なものと位置づけ、自動車税の低減、自動車レースの振興、アウトバーンの建設などを約束した。ヒトラーはある意味、当時のドイツ社会にあった、欲望や怨念などをすくいとるような形で登場した面があるといわれる。自動車産業は、工業化が目覚ましく進展するドイツにあって、第1次大戦後はいまひとつ立ち遅れており、もっと強化されるべき状況だったのはたしかだった。

ヒトラーによるナチス政権の政治は、独裁体制を築いたあと、極端な軍国主義や差別主義へと進み、破滅的な道をたどることになるが、フォルクスワーゲンの計画そのものは、それらとは別のところにある純粋に「国民車」として推進された計画だと見るのが自然である。もちろん、シャシーを軍用車に流用することも視野に入れられているなど完全に無関係ではなかったが、フォルクスワーゲン自体は、仮に平和が続いたらということにはなるのだろうが、本気でドイツ国民に提供するつもりでいたと考えられている。

ドイツは、科学・技術だけでなく、社会政策の面も、進歩的なところがあり、戦前のドイツでは福祉の面でも、先進的だった。フォルクスワーゲンの生産を後に管轄することになるKdFとは、「歓喜力行団」と日本では訳されたが、旅行やスポーツなどの国民の余暇活動、リクリエーションを司る組織だった。つまり、フォルクスワーゲンは当初から、福祉や余暇の分野の案件としてあったといえる。それが独裁軍事政権下であるのでは不幸だが、ある意味では国家がその普及を推進する

1970年代には、複数の特別仕様モデルがつくられた。「ジーンズ」もそのひとつで、1974年前後に約5万台つくられたとされるが、市場によって仕様は各種あった。

■終わるまでのまた長い道のり

せっかくの抜本的改変を施したマクファーソン・ストラット式モデルであったが、結局はビートルの設計の不利をすべて解決するものではなく、いちはやく1975年で生産中止になってしまう。ビートルの販売はこの頃激減し、いよいよ水冷前輪駆動モデルへの置き換えが始まっていた。

少しさかのぼると、1968年に、戦後のビートル躍進の立役者であったノルトホフ会長が急死、後任の会長は長年の課題となっていた新型車の開発に力を注ぐが、紆余曲折のあと水冷エンジンの前輪駆動車、ゴルフがその後継の中心的モデルとして1974年に投入された。

ドイツでは、末期には「ジーンズ」、「イエロー&ブラックレーサー」などのスペシャルモデルもつくられているが、最後まで生産が続いたのは旧タイプのサスペンション・モデルで、装備の簡素化が進んだ1200モデルも、実用的でシンプルな廉価モデルとして最後まで残った。元来の国民車としてふさわしい姿に戻ったわけだが、2003年までつくられるメキシコのビートルも、新しいサスペンションを導入しなかった。

ビートルは1972年にT型フォードを抜く偉大な記録を樹立するが、1974年7月にはウォルフスブルクでの生産を終了。1978年1月にはエムデンでの生産を終えてドイツ製セダンはここに34年あまりの歴史を終える。カルマン社でつくるカブリオレだけは1980年まで続いた。

ドイツでの累計生産台数は約1600万台で、この時点ではブラジルで300万台近くつくっていたが、それで大半のビートルは占められる。ドイツで生産を終えた直後の1981年5月にメキシコで2000万台目のビートルがラインオフ。メキシコではゴルフと同じラインに、ビートルのボディーが流れていた。ドイツで生産終了後も、メキシコ製ビートルはドイツはじめヨーロッパに輸出されていたが、1985年でそれも打ち切られた。先進国では空冷エンジンのビートルの役目は終わっていたが、途上国ではまだ、庶民の足として、また雇用創出の手段として、ビートルの生産は続ける価値があり、「国民車」としての役を続ける。ただし、ブラジルやメキシコでも水冷エンジンの新世代モデルが生産されるようになっていた。

そんな中でビートルの生産台数は1987年に1.7万台まで落ち込む。残っていたブラジル、ペルー、ウルグアイ、ナイジェリアでの生産が相次いで中止され、ひとつの潮時といえた。しかしブラジルでは1993年から96年まで再開され、1993年にはビートルの年産台数は一度10万台を超える。その後だいたい3〜4万台の細々としたペースでさらにメキシコで10年命脈を保つ。そして2003年7月についに累計約2153万台の生産を終えてその歴史を閉じ、その地でニュービートルという子孫へとバトンタッチされる。

1974年7月1日で、ウォルフスブルクでのビートルの生産は終了。1月に生産開始されたゴルフへと一気に世代交代される。約1200万台と、ビートル総数の半分以上がここで生産された。

メキシコ工場では、1981年5月に2000万台目のビートルをラインオフ。壇上のクルマは、それを記念する限定モデルの「シルバーバグ」。後方ではゴルフのボディーがビートルと同じラインを流れている。

第4章　アメリカでの成功

■大量消費社会の聖地での成功

ここで、時間的にはもういちどさかのぼることになるが、ビートルのアメリカでの成功がどのようなものだったのか、見ておきたい。2150万台のうち約500万台が売られたという数字がまず物語っているが、当時アメリカは今以上に世界における消費社会の圧倒的中心地、先進国であり、そのアメリカ市場を制したことによって、ビートルの成功は神話的なものになった。

ビートルがアメリカで成功した理由は、今まで見てきたように、VWが輸出志向であったことがまずある。外貨獲得型産業として発展した日本や韓国の自動車産業もそうであるが、VWも戦後、大規模な大量生産のはけ口として世界中に進出した。なかでも規模の大きい消費市場であるアメリカは当然、乗り込んでものにすべき国に違いなかった。

VWは、海外進出にあたって現地主義に徹し、現地市場の状況、ひいては国情に即して、現地生産にするかどうかなど、進出の仕方を的確に選んでいた。アメリカ市場にもそこにあうやり方で対応し、成功したといえる。

その象徴的な例として、広告代理店DDBによる有名な広告展開がある。大衆消費社会の象徴ともいえる現代的な広告産業というと、アメリカ発祥の文化のようなひとつのイメージがある。今ではドイツでも一流の広告づくりがされているが、戦後VWがスタートした時代に

この写真自体アメリカ向けの便かは定かではないが、このような形で船に満載されて、500万台のビートルが大西洋を渡った。

シカゴと思しき地で撮影されたビートル。よく見ると優雅なサンルーフ付きモデルで、ホワイトリボンタイヤを履いている。ドイツから海を越えてやってきた小さな丸いクルマが、摩天楼のそびえ立つ新世界を制覇した。

を素材に、若者が、屋根のチョップオフや、ローダウン、ハイパワーエンジンの搭載などの改造をしたのが始まりといわれるが、ビートルも1930年代の設計でしかもあのようなスタイルだから、ほっておかれるはずはなかった。シャシーそのものがたくさんあり、パーツの類いが安価に手に入りやすいことも大きかった。西海岸のカリフォルニア近辺が改造車文化の中心地で、カスタマイズされたビートルがキャルルックと呼ばれるのは周知のとおりである。

ビートルのシャシーは、ボディー上屋を外して違う車体を載せるのが容易で、FRP製のさまざまなボディーを載せた改造車が、アメリカだけでなく世界各地でつくられた。なかでもポピュラーなのはバギーで、カリフォルニアのブルース・メイヤーズが製作したメイヤーズ・マンクスが有名である。

第5章　ニュービートル“ビートル”の復活

■ビートル神話の“聖地”アメリカで生まれる

1973年にアメリカで34万台売れていたビートルは、1975年には7.8万台へと減り、ほどなくして終焉を迎えることになった。ビートルは末期にはドイツのマルク高や、設計の古さが不利になるなかでつくられ続けていた。とはいえ新世代のゴルフへの切り替えが1974年に行なわれ、アメリカでのビートルは円満に舞台を降りたといえた。VWは日本車メーカーに先駆けていち早くペンシルバニア州ウェストモアランドで1978年から現地生産を始め、新しいゴルフを生産した。

1974年に導入された四角いボディーの初代ゴルフは、アメリカでは当初ラビットの名で売られ、1978年から現地生産が始まった。

ところが、アメリカ市場で当初ラビットと名付けたこのゴルフが成功しなかった。これ以後アメリカの輸入大衆車ブランドは、いよいよ劇的に増え始めた日本車勢のひとり勝ちの状態になってしまう。ほかのヨーロッパの大衆車ブランドが撤退を強いられるなか、アメリカ市場に残り続けたVWはまだよかったといえるかもしれないが、不振は続くのだった。

転機が訪れるのは、1991年にVWグループが、南カリフォルニアのシミ・ヴァレーに、アウディとVWのデザインセンターを開設したことだった。

カリフォルニアは世界のトレンドの先を行く市場といわれるが、VWにとってヨーロッパ以外の地域では初めてとなるこのデザインセンターは、デザインだけでなく、国際市場の、とくにアメリカ市場の動向を分析し、VW車のクルマづくりに反映させる目的を秘めていた。

かつてビートルの時代、VWブランド全体で年間50万台以上売っていたのは遠い昔としても、この頃はいちだんと落ち込んで5万台を割る状況になっており、ウェストモアランド工場も閉鎖されてメキシコでの生産に切り替えられていた。この時期世界的な経済の低迷のためVWの販売は低下しており、さらにメキシコ生産の低品質問題などもあってアメリカ市場は危機的状況にあった。そこでVWはアメリカ市場での回復のために徹底して改革を行ない、その一環としてニュービートルが誕生するといえる。

そんななか、ニュービートルのアイデアを育てたのは、カリフォルニアの新設デザインセンターのトップを務めるJ・キャロル・メイズと、デザイン・スタッフの一人、フリーマン・トーマスである。2人はともに自動車デザインの名門校、カリフォルニアのアートセンター・

カリフォルニアのデザインセンター建物前で撮影されたコンセプト1。半円のアーチ型ルーフもさることながら、フロント部分の丸さも目立つ。フロントには市販型のようなエンジン冷却用エアインテークがない。

J・メイズが手がけたアウディ・アヴス。1991年東京モーターショーで展示された。アーチ状のルーフなどニュービートルに通じるものがあるが、1930年代のアウトウニオン速度記録車をイメージしており、1930年代のデザインの再現ということでもニュービートルと共通性がある。いかにもドイツ的なものが表現されている。

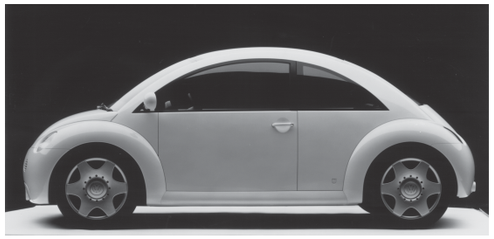
カレッジ・オブ・デザインの出身で、トーマスはヨーロッパ育ちで母はドイツ人だったが、2人ともアメリカ人であった。メイズは1955年、トーマスは1959年の生まれである。

メイズはカリフォルニアに赴任する前は、ドイツでアウディを担当していたが、センターが開設して間もなく、当時同じくアウディからカリフォルニアに来ていたペーター・シュライヤーと、VWブランドのアメリカでの惨憺たる状況について話をしたあたりから物語は始まる。そこにメイズの部下のもう一人のデザイナー、トーマスが話に加わり、やがてメイズとトーマスは、2人で独自に新しいビートルをデザインしてみようということになる。

■“ビートル”を形で伝える

なぜビートルかといえば、それはアメリカにおけるビートル神話の大きさである。センターの市場調査によると、VWのイメージが未だにビートルと結びつけて見られる状況が変わっていなかった。ちなみにドイツやほかの国では、ゴルフが成功してビートルの後を文句なく継いでいた。ゴルフは既にこの頃は3代目になって、もはやビートルはふつうに昔のクルマとして忘れられており、VW自身クルマづくりにおいて過去のビートルを意識することはなく、むしろタブー視していたともいわれる。またドイツではビートルは大衆車に徹した存在だったが、アメリカでは、カルチャーとして特別な存在になっていた。そんなことから2人は、フォルクスワーゲンの輝ける日々を蘇らせるために、ビートルを現代に再現しようと考えたのだった。

新しいビートルを造形するにあたって、単なる形だけの「レトロ」ではなく、VWブランドの再興を目的にしていることもあって、そのブランド哲学を意識しながら



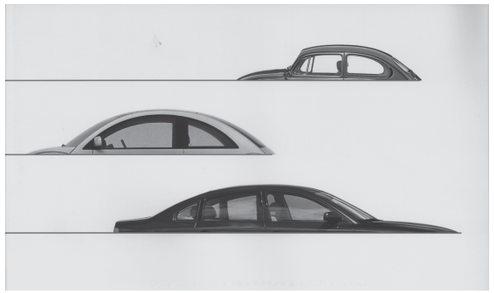
前後ホイールアーチとルーフの、3つの半円の組み合わせで成り立つコンセプト1のサイドビュー。市販型に比べて前後のオーバーハングが短く、よりコンパクトにまとまっている印象。ニュービートルは、ルーフのアーチの頂点が前席乗員の真上ぐらいにあり、スペース設計としては理想的ではない。

らデザイン作業にとりかかったという。ちなみに彼らがビートルの哲学と考えたのは、「誠実、シンプル、信頼性、独自性、楽しさ」などで、それらは市場調査の結果示されたものだったようだが、さしずめDDB時代からの“VWブランドのPR”が、市場に浸透していたかのようである。

ブランドの検証をふまえながらそれをデザインに落とし込むわけだが、デザインでそれ、つまり「ビートル」であることを伝えるのがデザイナーの仕事であり、“伝わりやすい”徹底化されたデザインができあがってくる。

ニュービートルの大きな見どころは真横から見たときのデザインで、前後フェンダーとルーフラインという3つの円でのみデザインが成り立っている。また、ボディーサイドのウィンドウ・グラフィックなどが、極端に幾何学的造形になっている。これらはビートルのデザインを現代的に解釈してみせたものだったが、「バウハウス的なデザイン」ともいえた。バウハウスとは先述のように、1920～30年代にドイツにあったデザイン学校のことで、一般的には虚飾を廃して幾何学的に整理されたようなデザインが、「バウハウス的」といわれることが

93の文字とともにフリーマン・トーマスのものと思しきサインの入った開発時のスケッチのひとつ。子ども用の木のおもちゃを模したものかとも思われるが、コンセプト1のシンプル化されたデザインをわかりやすく伝えている。



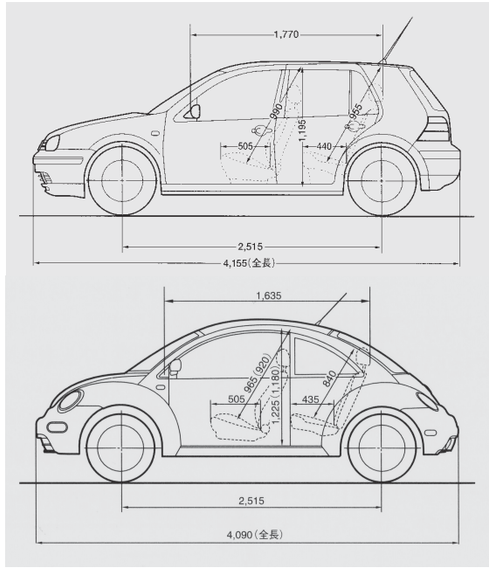
当時のVW社の広報冊子の中で、ビートル、ニュービートル、パサートを並べて、共通性が解説されていた。このパサートはニュービートルの2年前の1996年に市販され、当時は丸いルーフのセダンが流行の兆しもあったが、その後のモデルチェンジでパサートのルーフは丸くないものになった。

ニュービートルの1年前の1997年に市販された4代目ゴルフ。初代ゴルフを現代的に再現したデザインといえた。ニュービートルとは違って四角さが強調されているが、シンプルな面と線で構成されるデザインのタッチはVW車として共通性があった。

生まれた車種ともいえるが、彼はニュービートルの発表の場で、「我々はニュービートルに大きな期待をかけていますが、VWが再びビートル一車種だけのメーカーに戻るということは決してありません」と言っている。ニュービートルはVW全体にまでインパクトを与えるが、そのいっぽうで、客観的にニュービートルを見る目がVWにはあったわけだった。

ニュービートルは、メカニズムでは4代目ゴルフをベースとしており、先述のとおりスペース設計の面など、機能としての最善は目指していないが、メカとしてはビートルの後継にふさわしい、その時代の最高峰のクオリティが保証されていた。ゴルフのシャシー（プラットフォーム）は、この頃、VWグループが推進していたプラットフォーム共用化戦略のなかで、アウディA3やセアト、シュコダなどの同クラス車で共用され、年間で100万台を大きく超える大量生産をされており、ビートルのDNAを継ぐものである。ニュービートルはそのうちの一翼を担当するだけのニッチカーの存在にはなっているが、プラットフォームの台数を拡大する役を負っているから、とにかくビートルの子孫であることは間違いない。

ピエヒ会長がゴーサインを出した裏には、世界市場でメーカーとして成功を収めるためには、米国市場で成功しなければならないという考えがあり、撤退さえありうる厳しい状況の中であえてそれに挑戦する方を選んだという見方がある。かつてノルトホフ会長が、初め見向きもされなかったアメリカ市場への挑戦を続けたのと、それはまさに同じだと感じられる。オリジナル・ビートルの偉大な功績に及ばないにしても、ニュービートルはアメリカ市場において十分に役目を果たしたのだった。



ニュービートルをベースとなった4代目ゴルフと比べると、ホイールベースは同じで、全長はニュービートルのほうが短い。全高はゴルフが1455mmに対しニュービートルは1500mmあるが、乗員のヘッドルームは前席でさえもゴルフのほうが余裕があり、後席はだいぶ差がある。図で見るかぎり後席の位置はゴルフよりも前に寄っており、客室前後長はゴルフより短い。ニュービートルの全長と全高はかつてのビートルとほぼ同じだった。

第6章　ザ・ビートル
ドイツへ帰る

■「ニュービートルとはまったく違います」

2011年になると、ニュービートルは「新型」へとモデルチェンジする。そのネーミングは苦肉の策のようにも妙案にも思えるが、定冠詞のTheを付けたザ・ビートルとなった。NewよりもTheのほうが、「ビートルとして決定的」な感じをうけるが、クルマとしてもそのようなものを目指して開発されている。

ちなみにこのTheは海外では必ずしも付かない。また英語のBeetleは、本国ドイツでさえも車名になっているが、ブラジルなどはFuscaというポルトガル語での愛称を車名にしている。そのいっぽうポルトガルではBeetleが使われている。

余談だが、Beetleは日本では「かぶと虫」と訳されているが、Beetleという英語は、甲虫全般をさすので必ずしもかぶと虫とはかぎらない。世界でのビートルの愛称はいろいろあり、てんとう虫やゴキブリと呼ぶ地域もいくつかある。英語ではbugも有名だが、この場合は虫全般になるともいえる。虫以外では、カメとかカエルというあだ名も多い。

本家のドイツでは「かぶと虫」はKäfer（ケーファー）だが、このあだ名の由来は諸説あり、ドイツではほかにも流線型のクルマがマイケーファー（コガネ虫の一種）とあだ名されたことがあったし、ポルシェが言ったのだとか、ヒトラーが最初に言ったという説さえもあるが、ニューヨーク・タイムズが当時の記事のなかで「Beetle」と呼んだのが、記録に残る文献としては最初である可能性がある。

元来は「フォルクスワーゲン」がビートルの車名だったわけだが、蛇足ながらその日本語の表記もちょっと不思議で、「フォルクス」はドイツ語読みで、「ワーゲン」は英語読みといえる。

さて先代ビートル復活に際してはアメリカが大役を果たしたが、「3代目」のビートルは、ドイツ本国案件へと戻された。ザ・ビートルも6代目ゴルフをベースにしており、再び焦点はデザインということになる。ザ・ビートルは「新たなオリジナルの創出」を目標にデザインされた。

ニュービートルのあと、VWのデザイン体制は変わっていた。ピエヒが1993年から2002年まで会長を務めた後、後任会長の期間中にVWの販売が低迷し、2007年に新たにマルティン・ヴィンターコルンが40代の若さでグループの新会長に就任した。それとほぼ同時にVWグループのデザインのトップに、メイズやシュライヤーの後任でアウディ部門を統括していたイタリア人のワルター・デ・シルヴァが就任する。デ・シルヴァが来る前、VWのデザインは少し迷走しており、デ・シルヴァはブランドの顔となるVWのデザインを、新規にたてなおすことになった。

その最初の仕事が2008年導入の6代目ゴルフで、5代目が先述のオーバーデザインとも批判されたワッペングリルだったのから一転、シンプルな直線基調のデザインを採用。それは初代ゴルフをリスペクトしたものだったが、これがVWの新たなデザインになると宣言された。シンプル、モダンでスマートな初代ゴルフが、現代のVWデザインのDNAとしてふさわしいと判断したのだった。

ヴィンターコルン体制になってからのVWグループはまさに快進撃で、ストラテジー18と名付けた2018年までに世界で1位のメーカーになるという目標に向かって突き進んでいる。技術面ではいちはやく直噴と過給器の採用で排気量をダウンサイジングしたTSIエンジンや、新世代トランスミッションDSGの採用などで、世界のメーカーの先端を行くことが評価されている。デザイン面でも、実績のあるデ・シルヴァの下で、ブランドの一貫性を築くことに成功。ブランド戦略のためにデザインがいっそう重要視される21世紀の自動車づくりにふさわしく、体制が充実したといえる。ザ・ビートルも、そのVWブランドの統一デザインから外れることなく、

2003年導入の5代目ゴルフでは、ナンバープレートを挟んで上下ふたつのグリルを合わせた部分をまとめて盾型に見立てて「ワッペングリル」と称した。このワッペングリルはボンネットのプレスラインと連続した線でつながって全体で「V」字型を形成するが、それはかつてのビートルのボンネットの形状から発想されたデザインだという説明も当時なされており、ワッペングリルはVWのほかのモデルにも採用された。しかし次の6代目ゴルフからは、水平基調のデザインに全面変更されて、初代ゴルフを源流とするデザインになった。

カタログ・写真でたどる
歴代ビートルの変遷

初代のタイプ1ビートルは、1930年代にKdFワーゲンとして完成されたときにいちどカタログが刷られているが、1940年代後半から2003年の生産終了に至るまで、ドイツだけでなく世界中でカタログ冊子がつくられた。当然そのすべてを掲載することはできないが、ビートルの進化、変遷を時代順にたどれるよう、カタログ冊子、広告などをピックアップしている。

タイプ1ビートルは細かく毎年のように改変が施されており、できるだけその変化を追うようにした。ちなみに1955年以降ビートルのモデルイヤーは、毎年8月に切りかわったとされるが、本書では原則として製造した年で見るようにした。ただし「○○年モデル」、「○○年式」、「○○年型」などと書いているものは、モデルイヤーを基本としている。

また、特徴的なメカニズムがよくわかる図版や、時代の空気が伝わるような印象的なイラストや写真、コピーの入ったものを、ピックアップするようにしている。今回はとくにアメリカでのビートルのありようを伝える図版を、積極的に選んでいる。

カタログと同時に、有名なDDB社の広告作品も数点収録した。ビートルのクルマとしての歴史を追う中で広告を見ると、新鮮な見方ができるかと思う。今も伝わる「フォルクスワーゲンの哲学」がPRされているが、それはカタログでも同じように説明されていた。前半の「ビートルの歴史」で見てきたことが、広告物を見るとよく理解できるかと思う。

ビートルの成功は世界史的な現象で、いろいろな分野で関心をもたれたので、広告物を時代を追って検証することは意義があるかとも思う。さすがに世界規模で売られただけあって、とくに1960年代などは、一流クリエーターを起用してすばらしいカタログ冊子がつくられており、フォルクスワーゲンの真骨頂を感じさせる。

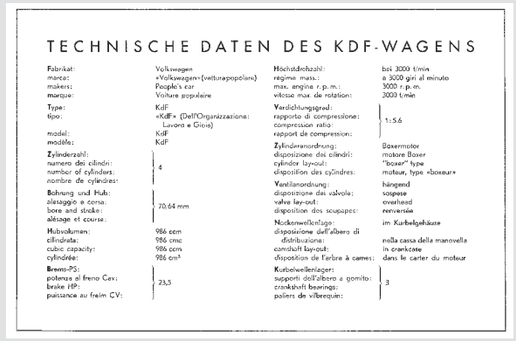
ニュービートルとザ・ビートルについては、主として日本のカタログを掲載しており、主要な限定モデルなどの変遷を追えるようにしている。実用車からファンカーへとクルマの位置づけが変わったことは、カタログのつくりからも理解できる。タイプ1ビートルのなにを受け継ぎ、現代の市場の中でどのようにそれを再解釈しているかということも、実感できるかと思う。なお日本市場の価格については、主として税込みのものを掲載している。

●タイプ1ビートル●

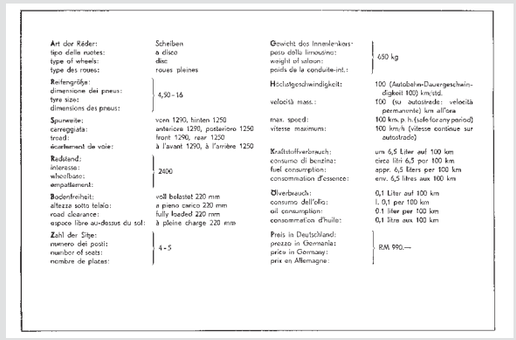
戦前のKdFワーゲンの1938年頃のカタログ。KdFワーゲンのカタログは、数10頁にもなる内容の充実したものがほかにあったが、このカタログも立派な仕立てのもの。クルマの内部構造がわかるように、裏表にカラープリントを施した4枚の透明シートを使用するなど、凝ったつくりになっている。

中をめくってまず現れるのがこの頁の上の「1」。そこから、1枚ずつ透明シートをめくると、車体の解剖が進んでいく。まずボディー外板（右頁の「1」の部分）がめくれ、次にフロントの荷室とダッシュボードとそれに乗員左半分（右頁の「3」の部分）がめくれる、という具合。この頁の「4、5」の見開きから一枚めくると、その下の「6、7」になる。透明シートは表も裏もプリントされており、表からも裏からも透視図として見られる。右の奇数頁が車体上側から、左の偶数頁が車体下側から見た絵になる。車体の構造がよくわかるし、ドイツあたりにありそうな大人にも見ごたえのある高品質の子ども用絵本、とでもいったつくりになっている。「7」のシャシーを見ると、プラットフォームのつくりなどが簡潔で、戦後の市販型と比べてまだプリミティブという印象である。ステアリングは1953年まで使われたシンプルなウォーム・ペグ式で、燃料タンクが円筒型であることも目につく。

この頁の「1」～「4」は、透明シートを重ねないで、単体で見たもの。透明シートは、「1」の裏が「2」、「3」の裏が「4」という具合で、「5」と「6」、「7」と「8」を合わせてぜんぶで4枚ある。シャシーの構造がよくわかるほか、4～5人の乗員スペースと前後に設けられた荷物スペースや、エンジンなどの機械部分が、丸いボディーに効率よく収められて、パッケージングが優れていることが、立体的なイメージで理解できる。一番下の「8」が、頁をめくって最後に現れる絵。KdFワーゲンのエンブレムをつけたホイールキャップが描かれている。


TECHNISCHE DATEN DES KDF-WAGENS

Fabrikat: marca: makers: marque:	Volkswagen «Volkswagen»(vetturapopolare) People's car Voiture populaire	Höchstdrehzahl: regime max.: max. engine r.p.m.: vitesse max. de rotation:	bei 3000 t/min a 3000 giri al minuto 3000 r.p.m. 3000 t/min
Type: tipo:	KdF «KdF» (Dell'Organizzazione: Lavoro e Gioia)	Verdichtungsgrad: rapporto di compressione: compression ratio: rapport de compression:	1:5.6
model: modèle:	KdF KdF	Zylinderanordnung: disposizione dei cilindri: cylinder lay-out: disposition des cylindres:	Boxermotor motore Boxer "boxer" type moteur, type «boxeur»
Zylinderzahl: numero dei cilindri: number of cylinders: nombre de cylindres:	4	Ventilanordnung: disposizione delle valvole: valve lay-out: disposition des soupapes:	hängend sospese overhead renversée
Bohrung und Hub: alesaggio e corsa: bore and stroke: alésage et course:	70;64 mm	Nockenwellenlage: disposizione dell'albero di distribuzione: camshaft lay-out: disposition de l'arbre à cames:	im Kurbelgehäuse nella cassa della manovella in crankcase dans le carter du moteur
Hubvolumen: cilindrata: cubic capacity: cylindrée:	986 ccm 986 cmc 986 ccm 986 cm³	Kurbelwellenlager: supporti dell'albero a gomito: crankshaft bearings: paliers de vilebrequin:	3
Brems-PS: potenza al freno Cav.: brake HP: puissance au frein CV:	23,5		



Art der Räder: tipo delle ruote: type of wheels: type des roues:	Scheiben a disco disc: roues pleines	Gewicht des Innenlenkwagens: peso della limousina: weight of saloon: poids de la conduite-int.:	650 kg
Reifengröße: dimensione dei pneus: tyre size: dimensions des pneus:	4,50 - 16	Höchstgeschwindigkeit: velocità mass.:	100 (Autobetr.-Dauergeschwindigkeit 100) km/std. 100 (su autostrada: velocità permanente) km all'ora
Spurweite: carreggiata: tread: écartement de voie:	vorn 1290, hinten 1250 anteriore 1290, posteriore 1250 front 1290, rear 1250 à l'avant 1290, à l'arrière 1250	max. speed: vitesse maximum:	100 km. p. h.(safe for any period) 100 km/h (vitesse continue sur autostrade)
Radstand: interasse: wheelbase: empattement:	2400	Kraftstoffverbrauch: consumo di benzina: fuel consumption: consommation d'essence:	um 6,5 Liter auf 100 km circa litri 6,5 per 100 km appr. 6,5 liters per 100 km env. 6,5 litres aux 100 km
Bodenfreiheit: altezza sotto telaio: road clearance: espace libre au-dessus du sol:	voll belastet 220 mm a pieno carico 220 mm fully loaded 220 mm à pleine charge 220 mm	Ölverbrauch: consumo dell'olio: oil consumption: consommation d'huile:	0,1 Liter auf 100 km l. 0,1 per 100 km 0.1 liter per 100 km 0,1 litre aux 100 km
Zahl der Sitze: numero dei posti: number of seats: nombre de places:	4 - 5	Preis in Deutschland: prezzo in Germania: price in Germany: prix en Allemagne:	RM. 990.—

前頁のカタログの、KdFワーゲンのスペック表。ドイツ語、イタリア語、英語、フランス語の4ヵ国語が併記されている。排気量は986cc、最大出力は23.5ps/3000rpm、圧縮比は5.6:1、変速機は4段、燃料タンク容量は25リッター、車重は650kg（セダンタイプ）などと書かれている。最高速は100km/hだが、アウトバーンで巡航可能とある。アウトバーン（高速道路）はフランス語部分では本来Autorouteとなるところが、当時まだ用語がなかったのか、イタリア語と同じAutostradeになっており、英語ではなぜか高速道路に相当する用語すら書かれていない。ドイツでの価格は990ライヒスマルクとなっている。一番はじめの「メーカー」の欄には、ドイツ語ではVolkswagen、英語ではPeople's carと書かれている。

1938年8月にはKdFワーゲン購入のための貯金制度が発足しており、これはその貯金制度をPRするための冊子。黒いボディーのフォルクスワーゲンの後に描かれているのがスタンプ帳。購入希望者は、スタンプを貼って購入資金を積み立てる。ドイツかオーストリア辺りのアルプスなのか、山の上までフォルクスワーゲンで遊びに行けるという、夢をふくらませるようなイラストになっている。

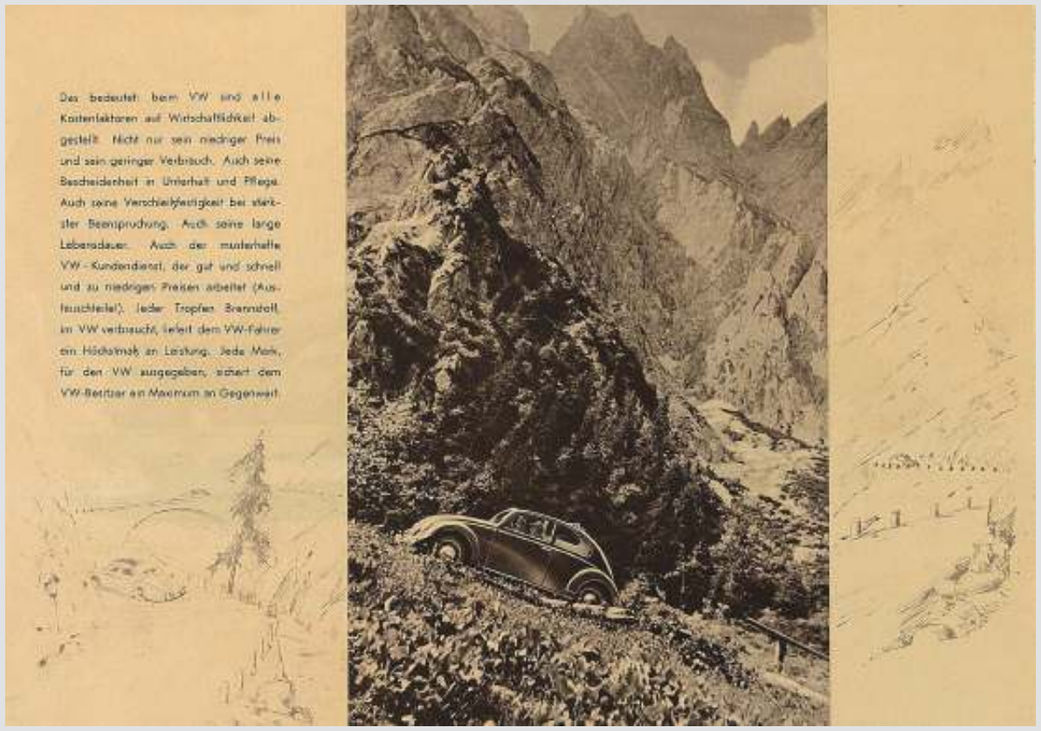
戦前のKdFワーゲンのものと思われるダッシュボードのイラスト。スイッチやペダル類がカラフルに描かれているのが目につく。戦後のフォルクスワーゲンと基本形は変わらないが、ダッシュボードの両サイドは小物入れで、蓋がなく穴が開いただけになっている。

1951年のドイツ語カタログ。戦後、フォルクスワーゲンの輸出は1947年に始まって、1949年からは英語カタログもつくられている。このカタログは、表紙には1950年に登場したトランスポーターも描かれている。巻末のスペック表を見ると、排気量は1131ccで、出力は25ps/3300rpm。

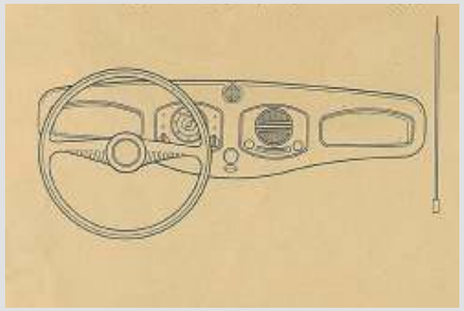
中の図版は、1950年代のフォルクスワーゲン・カタログ特有の優美なイラストがモノクロで載っているが、写真も掲載されているほか、淡いタッチで描いた美しいイラストも挿入されている。この頁では、手前の、街ゆく女性の描き込みなどが、戦後とり戻されつつあった雰囲気を伝えている。写真のビートルの右に見えるクルマは、戦前のオペルあたりと思われるもので、KdFワーゲンとほぼ同時代の設計のもの。当時のビートルがいかに斬新なデザインだったかがよくわかる。ヘッドランプ下のホーングリルが楕円ではなく丸なのが1949年から52年までの特徴。ノーズのエンブレムも見てとれる。

左がスタンダードモデルで、右がエクスポートモデル。ドイツではセダンのことをリムジーネ（リムジン = Limousine）と呼んだ。エクスポートは1949年に導入された、輸出を意識したデラックス装備のモデルで、フロントウィンドウにモールが入っている。またフロントフェンダー後方に見える換気用の五角形のベンチレーターは、この年かぎりのもので、翌年には三角窓が採用される。この年からボンネットにウォルフスブルク城が描かれた七宝焼きのエンブレムが入る。左のスタンダードモデルのサイドビューの絵は、ノーズが長くスマートに見える。

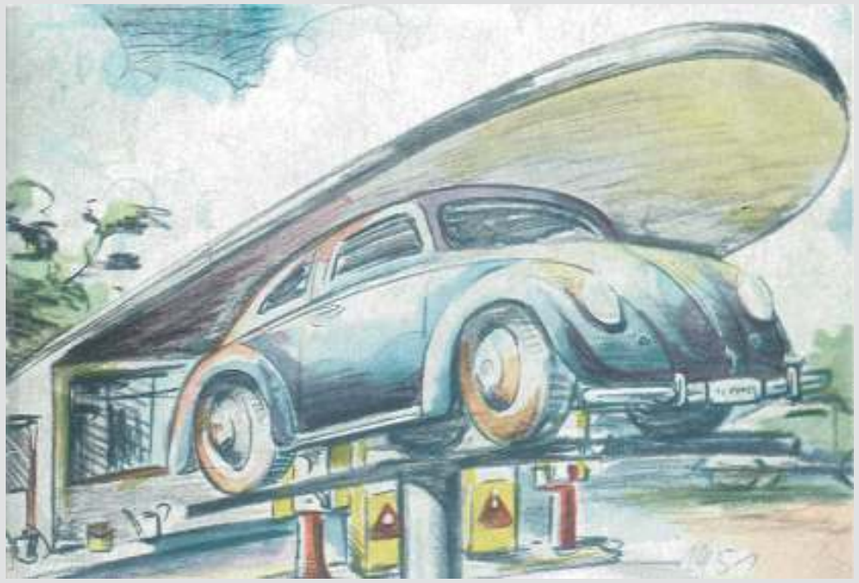
左は1950年にオプションとして導入されたキャンバスのサンルーフ付きモデル。英語版カタログでは、サンシャイン・ルーフと呼んでいることがあった。開口部が後年のものより大きく、四角い形状なのが目につく。戦前のカタログには、さらに開口部の大きいものが載っていた。右はカブリオレで、4シーターのカルマン製モデル。カブリオレはヘブミューラー社とカルマン社の製作により、1949年に導入された。



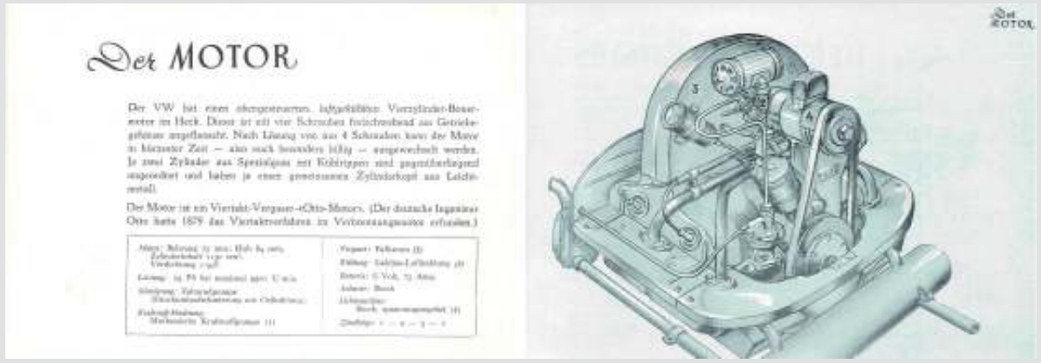
アルプスと思しき美しい急峻な山をバックに、急勾配を登るフォルクスワーゲンの写真。サンルーフ装備モデルで、レクリエーションの気持ちよさを伝える写真になっている。簡素なモノクロとはいえ、美しいカタログに仕上がっている。



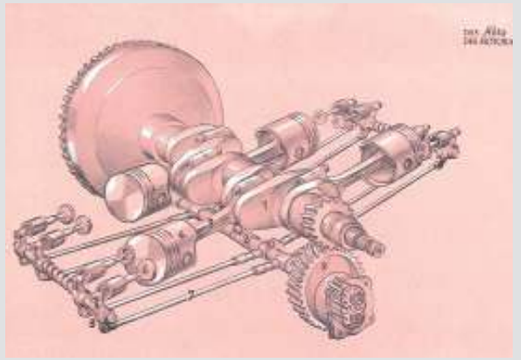
この当時のダッシュボードは戦前のKdFワーゲンと基本は変わらず、細部に装備が追加されたような趣だった。左の、コクピット全体のイラストは、ダッシュボードパネル中央付近のふたつの丸い計器のうち、左がスピードメーターで、右は時計。右のダッシュボード正面イラストでは、その部分がラジオになっている。ステアリングは戦前は3本スポークだったが、戦後、エクスポートモデルから2本スポークが採用された。

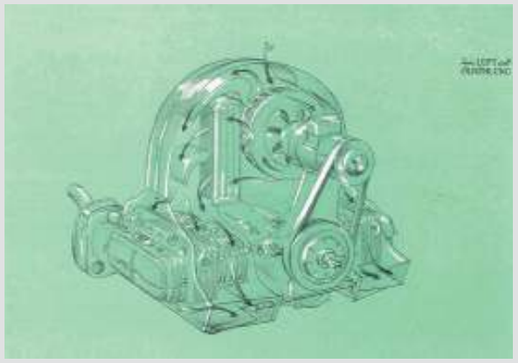


1951年のドイツ語カタログ。いかにも手描きという感じの味のあるカラーイラストのフォルクスワーゲンが表紙。背景はこの頃普及し始めたガソリンスタンドで、モダンなデザインの大きな屋根が特徴的。クルマはリフトに乗っている。

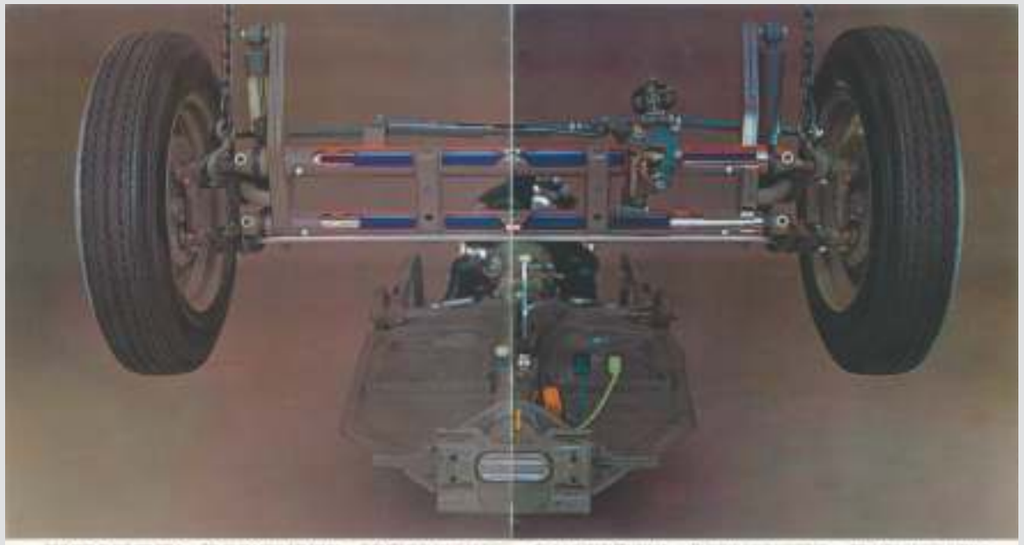


カタログの中では、イラストによってメカニズムを解説する頁が展開されている。これは冒頭に出てくるエンジンの外観図。初期の空冷水平対向4気筒エンジンの様子がわかる。シュラウドに覆われてエンジン本体は見えないが、まだ補機類が少なく、簡潔な様相。解説文では、「オットー・エンジン」の文字が見え、ドイツのエンジニアであることなどを説明している。





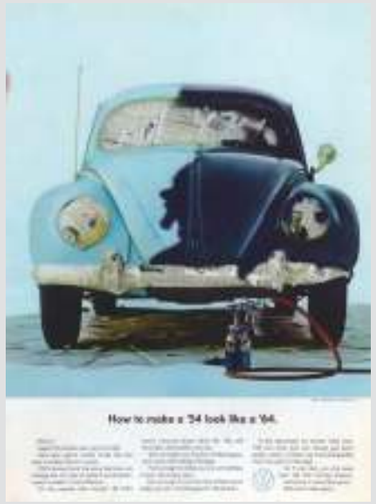
左は水平対向4気筒エンジンの内部構造。左右バンクで対向するピストンやオーバーヘッドバルブの配置などがよくわかる。クランクシャフト（1）の真下の1本のカムシャフト（2）から、長いプッシュロッド（7）を介してバルブ（5、6）を駆動する。右は空冷エンジンのシュラウド内部における風の流れを示した図で、エンジンブロック上部に立っている塔のような形状のものがオイルクーラー。



1963年のフォルクスワーゲン・オブ・アメリカで制作されたビートルのカタログ。ビートルの車体、シャシーを分解して並べた絵柄が表紙で、「なにがフォルクスワーゲンをフォルクスワーゲンたらしめているでしょうか?」とある。カタログの中では、ビートルの設計や注意深い製造工程などを紹介して、ハード面でのビートルの優れた点を語っている。ダブルトレーリングアームのフロントサスペンションのカットモデルでは、上下2対の横置きチューブの中のトーションバーが、青いリーフを重ねたものであることがわかる。3台のビートルが並んでいる写真は、生産過程での最終チェックをしているところのもので、フォルクスワーゲンが念入りに品質管理をしていることをアピールしている。とくにアメリカでのビートルの広告物では、徹底した品質管理のことを伝えることが多かった。

ここに書かれているわけではないが、ビートルのボディーは、プラットフォームにボルト留めされていて、上だけ外して付け替えることができるものだった。この頁では、ビートルのボディーの生産工程について細かく解説されている。また、デザインについても言及しており、空気抵抗が少なく、外側がコンパクトで内側が広くなるように機能を追求した結果のボディー形状であり、見栄えの面でもよくて、16年たっても未だに古びていない、などと書かれてる。

エンジンについてはカタログで最初に紹介しており、アルミやマグネシウム合金を使って航空機エンジンのように軽量で強固につくっていると言っている。重量は182ポンドという。テストコースの写真のところでは、最新のモデルがいかに改良されているか、ギアシフトやステアリングが楽であること、エンジンが40psで強力なこと、荷物室が広いことなどをはじめ、細かく列挙して書かれている。最後の頁は、カタログでたびたび出てきたセダン、サンルーフ、カブリオレの3台が置かれており、下の文章では、整備体制が充実していることを説明。650万台以上をつくってきて、どのクルマも整備が簡単で安くできるように設計されており、「そうでなければフォルクスワーゲンはフォルクスワーゲンではありませんから」と、表紙の問いに答えている。このように、徹底して解説をしたあと、最後に「合点がいったでしょうか」と結んでいる。アメリカでのDDBの広告と同じような広告内容と感じられる。



左はRoad & Track誌1963年6月号の広告。「33年の後に、彼はビートル（bug）を手に入れました」というコピーで、78歳のオーナーが、1929年型フォードA型とビートルの間に立っている。自分で修理しながら33年間フォードに乗り続けたあと、長持ちするという理由で、新車のフォルクスワーゲンを買った、などと書かれている。右は同11月号の広告で、塗装中のビートルの写真に「54年型を64年型に見せるにはどうするか」というコピーが添えられている。その答えは「塗装して下さい」であり、最新モデルでも見た目に変化がないので気にする必要がなく、かといって毎年の改良は続けられていると説明。部品交換のときは古いものが使用できるなどと続けた後、気に入ればいつまでも乗り続けて、数年ごとに吹き付け塗装すればよいですよ、としめくくっている。

1963年頃のドイツ語の広告。フォルクスワーゲンがたくさん売れる理由はこういうことだ、と言ったあとに、後姿で走り去るビートルの連続写真を並べて「VWが走る、そして走る、そして走る‥‥」とキャプションを付けている。600万台売れて、300万台がドイツ、100万台がアメリカ、200万台がそれ以外の国と書かれているが、累計生産600万台を記録したのは1963年だった。
右は独Motor Revue誌1963年春号のBOSCH（ボッシュ）の自動車部品の広告。ドイツあたりの大通りの写真を撮って、背景に絵をはめたものと思われるが、25台ほど判別できるクルマのうち、おそらく9台がビートルで、タイプ2も2台写っている。とくにフォルクスワーゲン用の部品の広告ではない。

1964年式のヤナセの総合カタログ。人がたくさん写っている左側の頁では、入念に部品をチェックする検査員342人分の給料はフォルクスワーゲン1台よりも高いと説明し、「しかも車が生産される速度よりも早く車が売れているのはフォルクスワーゲンだけです」と付け足している。右の、生産ラインの写真の頁では、ウォルフスブルク工場が日産5000台、12秒に1台のカブトムシを生産すると言い、新たに立体的になった組立工場で、各注文に従ってクルマをつくりあげることを、「まさに宇宙のランデブーを思わせる離れ技ともいうべきオートメーションの極致です」と謳っている。

左のビートルのシルエットを描いた広告は、「どれだけ長くこの線をお届けし続けることができるでしょうか？」というキャッチコピーで、下の文では「永遠に、と望んでいます。なぜなら私たちはフォルクスワーゲンの形を変えようと考えたことはないのです」と書かれている。ボディー外観を変えずに、中身の改良に投資していることなどを説明するRoad & Track誌1964年1月号の広告。右は、毎年デザインを新たにつくる必要がないフォルクスワーゲンの哲学、優位性を訴える広告。同8月号に掲載されたもの。毎年デザインを起こすのでは、品質確保の作業がたいへんであり、とくに毎年大騒ぎして新しい外観の宣伝をするのは理解できないと、アメリカで始まったいわゆる「計画的陳腐化」によるニューモデル戦略の文化に疑問を投げかけている。

これは1965年型をPRする広告。「1948年型と1965年型のフォルクスワーゲンで共通するものは、これらの4つの小さな部品だけです」とある。下の文章では、フォルクスワーゲンが見えない部分に改良を施していることを、いくつか例をあげて説明し、1965年型についても、改良点が22カ所あり、すべての窓が大きくなり、ワイパーが改良され、後席レッグルームが広くなったと解説している。

左はRoad & Track誌1964年12月号の広告。色違いのパネルは、どれも違う年代のモデルから流用したもので、「ほとんどのVWの部品は違う年代であっても交換可能で、だから部品が簡単に手に入るのです」と言っている。右の赤いボディーの広告は、同誌1965年6月号に掲載されたもので、入念な下地処理をした後、3回にわたって、焼きつけ、塗装、磨きを繰り返すということを説明している。

1965年発行のフォルクスワーゲンの1300モデルについての大判のカタログ冊子。ドイツで印刷されたもので、英語版。巻末にはカルマンギア1300も掲載されているが、本編はビートルのみの写真で構成されている。数頁にわたる文章主体の解説頁もさることながら、すばらしいカラー写真が掲載されているのがなにより、このカタログの見どころで、著名な写真家エルンスト・ハースとダン・バドニックによって撮影されている。

カタログは全体で50頁を超えるが、カラー写真の頁は、世界のいろいろな道を走るビートルの印象的なシーンが掲載されており、「世界中の136カ国で、フォルクスワーゲンはどうやって走るのか」と題されて、副題のようにその脇に小さい文字で、「走る、走る、走る、走る、走る」とある。前頁中段の砂漠や荒野を走る3点の写真は、道がないところにビートルが写っており、「フォルクスワーゲンの冒険は、道が終わったところから始まるのです」と言っている。それから、世界の雪道やハイウェイなどを走る、雄大さのある写真が続く。これらはビートルの走る能力を訴えるものでもある。

Fusca 80.

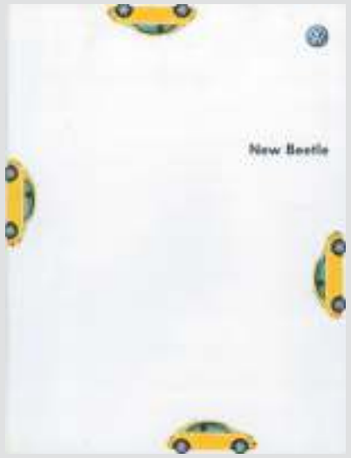
1980年モデルのブラジルと思われるカタログ。Fuscaとはブラジルでのビートルの愛称。カタログには1300と1300L、1600が掲載されている。スペックでは1300／1300Lが38（DIN）ps／4000rpm、1600が56（DIN）ps／4200rpm。サスペンションは前後とも旧タイプのトーションバー式で、ボディーも古い時代のものを基本にしながら随所を更新しており、窓は小さいままである。ステアリングはこれもドイツ本国にあったものとは異なる。ミラーはブラックのものが片側のみに付く。ボディーカラーは8色用意されている。ブラジルでは1970年代には年間で15万台から20万台以上をキープし、1980年にも約19万台を生産。最終的に1996年で生産を終了する。総販売台数は約303万台でドイツ、アメリカに次ぐが、輸出も行なったので生産台数はさらに多かった。

これは1983年8月発行のドイツ語カタログ。ビートルは1200Lとして載っている。底辺モデルたるビートルが34psなのに対し、すぐ上級のモデルであるポロは55psだった。カタログには載っていないが、車体全長はビートルが約4mに対しポロは約3.7mで、外寸はポロのほうが小さかった。

ドイツ語の1983年モデルのカタログ。フォルクスワーゲン・ラインナップの総合カタログなので、ドイツ本国で生産される水冷FFモデルが多数掲載されており、すでにその一部は2世代目になっている。ビートルは1200で、スペックは34psとなっている。

ブラジル市場のものと思しき、ビートルの1983年モデルのカタログ。ブラジル市場特有のアルコール仕様がガソリン仕様とともに紹介されている。スペックを見ると、排気量は同じ1285ccで、ガソリン仕様が46ps／4600rpm、9.1kgm／2800rpm、圧縮比6.8：1に対し、アルコール仕様は49ps／4400rpm、9.3kgm／3200rpm、圧縮比10.0：1となっている（いずれもSAE）。最高速はガソリン仕様が120km/hに対し、アルコール仕様は128km/hで、性能はアルコールのほうが上回る。ボディー外観の写真はなく内装のみだが、ダッシュボードを見ると、1303ではない従来型のもので、ただしメーター類が四角になっているのが目につく。ステアリングも、1980年カタログのものとは違う形状。表紙のビートルをモチーフにしたグラフィックデザインがハートフルな雰囲気。

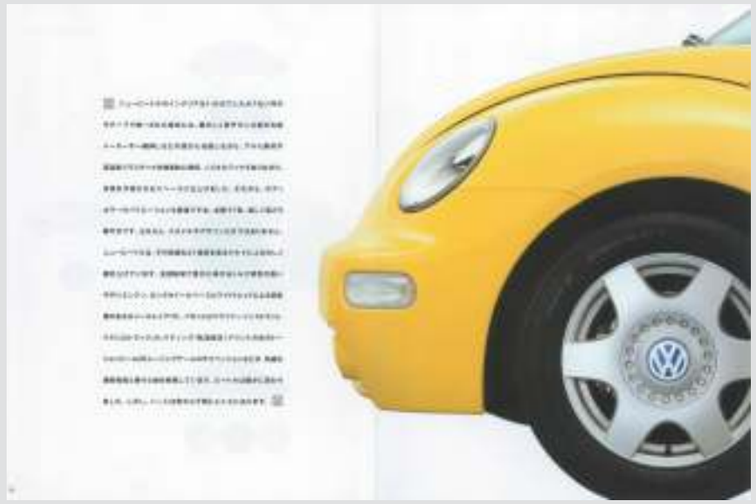
右の2点は、1985年1月発行のドイツで印刷されたドイツ語カタログ。掲載されているのは1200L。従来と大きな変更はないが、リアのエンジンフードのルーバーがなくなっているのがわかる。



日本市場で1999年に発売されてから、比較的初期のものと思われるカタログ。グレードごとのカラーバリエーションが紹介されている。表紙は、上下左右の端に沿ってクルマが置かれているというユニークなもので、デザイン的に凝っている。

中のページも表紙と同様、プレーンなデザインの紙面になっており、登場時のUSカタログと同様のものを感じさせる。各ページでは、ニュービートルのヒストリーやデザインなどを説明する文が掲載されている。

後半のページでは、内外装についてのほか、こだわりのシャシー性能、安全性、工作精度の高さなどについて説明している。文章としての文字と、車体の部分の写真だけで構成しているところに、デザインとしてのこだわりが感じられる。「ビートルは確かに変わりました。しかし、ハートは変わらず同じところにあります」とか、「その存在はオリジナルにモダンなアレンジを加えながらも、まぎれもなく永遠の「ビートル」です」などと書かれている。グレードはベーシックの「ニュービートル」と上級の「ニュービートル・プラス」の2種があり、右ハンドルと左ハンドルが用意されていた。



2003年6月にニュービートル・カブリオレが日本に導入された。希望小売価格は333万円。このカタログでは、無地をバックにしたシンプルな画面だけでなく、背景のある写真が入るようになっている。このサイドビューの写真は、後方に丸いドームの建物を配置して、カブリオレでありながら、ニュービートルの丸いルーフの特徴を暗示している。

ソフトトップの開閉は電動式で、フルオープンまでの時間は13秒。タイプ1ビートルのカブリオレと同様に、ドイツ製カブリオレらしい折り畳んだ時のボリューム感が、デザインとしてエレガントさを醸し出してもいる。この幌はタイプ1ビートル以来の伝統のカルマン社製である。内装はレザーシートが標準。カブリオレのボディーカラーは、通常モデルのセダンに比べるとパステルカラーともいえるような、さわやかで落ち着いた色が多いが、2003年末に、日本流行色協会主催の「オートカラーアウォード2004」のグランプリを受賞している。

オープン時に窓ガラスを上昇させると、2枚で構成されるガラス上辺にニュービートル特有の丸いアーチが描かれるのがまた目を引く。走行中に危険な状態を検知すると、ロールオーバーバーが0.25秒で作動し、転倒に備える。変速機はティプトロニック付きの6速ATを搭載。

2003年12月のカブリオレの英語版カタログ。印刷はドイツと書かれている。前ページの日本版カタログと同じ頃のもので、表紙をはじめ共通の写真が使われているが、はるかに多くスタイリッシュな写真が盛り込まれている。

このカタログでは、明るいシルバーという、モダンなボディーカラーがフィーチャーされている。リアビューの写真では、背景のビル群の中に、Bank of Americaの文字が読みとれる。ギアボックスは5段MTが搭載されている。

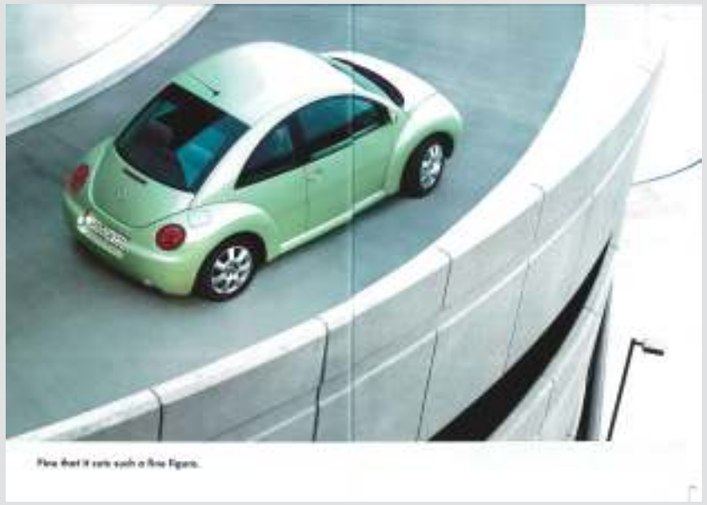
同じカタログで、巨木の森の中を行く道の傍らにたたずむ、カブリオレの写真。「なぜ森は、夜明けと夕暮れで違う香りがするのだろう?」というコピーが添えられ、オープンカーの世界を豊かに伝えている。

このカタログではカブリオレにもファブリックのシートが用意されているが、写真のレザーの内装は、前出の日本仕様とほぼ同じように見受けられる。

前ページのカブリオレと同じ2003年12月の英語版カタログ。ダッシュボードの写真のページでは、スイッチ類が機能的に使いやすく、なおかつ美的にもデザインされている、などと解説している。安全性についても、強固でよく配慮された車体構造や、エアバッグなどの安全装備類について説明している。フォルクスワーゲンにとって技術面でひとつの契機となった4代目ゴルフがベースなので、品質面では充実していた。

このカタログでは、クルマはウォルフスブルクのナンバープレートを付けている。カブリオレのカタログほどムードを重視してはいないが、このニュービートルのカタログも印象的な写真が豊富に使われている。海外仕様では、5気筒エンジンや、ディーゼルのTDIなども搭載されていた。

市販型ニュービートルはハッチバック方式が採用されたが、ふつうの2ボックスボディーのクルマに比べてあまり使い勝手のよいものではなく、このカタログでもハッチを開けた姿の写真は見あたらない。リアまわりのデザインは、コンセプト1に比べるとボリューム感があるが、ヨーロッパ仕様と思しきこのクルマでは、横長のナンバープレートが収まるよう、バンパー形状が日本仕様と異なる。



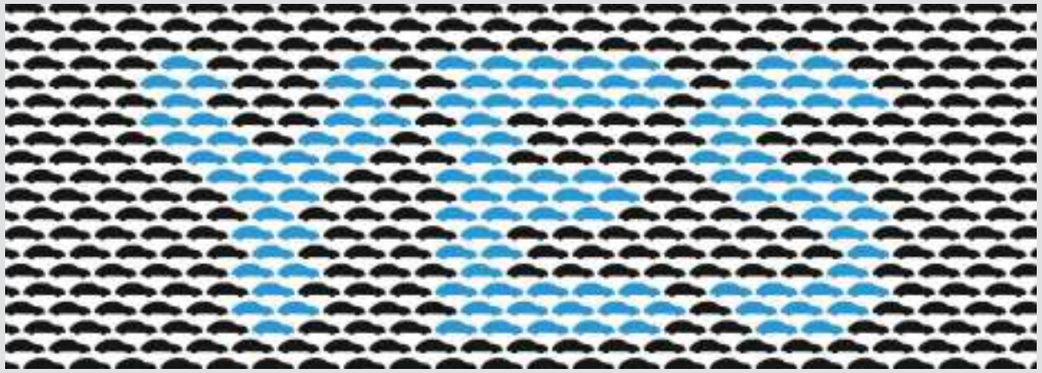
登場時のこのカタログは、各ページとも背景がすっきりした白基調で、現代的な画面であるのが目立つ。“Fun.”、“Smart.” のところでは、走りの楽しさと、環境性能に優れた高効率の技術、TSIエンジンと、DSGトランスミッションについて解説している。TSIはフォルクスワーゲン・グループが先鞭をつけた、直噴で過給機付きのダウンサイズエンジンだが、1.2リッターで通常の1.8リッター並みのトルクと説明している。2ペダルでMT車的な走りをスムースにできる7速DSGも、フォルクスワーゲンの誇る技術。ファンカー的なクルマでありながら、機構面で世界トップクラスの内容をもつのが強味といえる。そのほかのページでも、“Satisfy.”、“Reliable.”、“Delight.”、“Colorful.” など、やはりシンプルで基本的といえる形容詞によって、内装、安全装備、各種装備、カラー展開について説明している。カラー展開のところでは、ダッシュボードやドアトリム上部が、ボディと同色で、6種あるのがわかる。

ザ・ビートルは、2012年4月20日に日本で受注が開始され、6月1日に発売された。これは2012年5月付けのカタログ。前年11月発表時のカタログ以来、ザ・ビートルはこの図柄を表紙に使うことになるが、イラストの線が、当初は黒だったのが、このカタログでは淡いグレーに変わっている。

カタログ2ページ目には、おもしろいコピーとともに、4つの角度からの写真が並ぶ。いかにも広告作品らしく、センスを発揮して制作されている。

表紙のイラストで見られるように、ザ・ビートルは、ニュービートルの丸とは違って、スマートに伸びるルーフラインが外観上の大きな特徴となっている。上のカタログ2ページ目では、斜め前からがベストショット、とは言っているが、実はその前の1ページ目には、ルーフラインの特徴を伝えるこのサイドビューのシルエットの写真が大きく掲載されている。スポーティーでスマートなルーフラインであることが、うまく伝えられている。

センスに訴えるクルマのカタログらしく、デザイン作品として印象的なグラフィックデザインが、見開きページいっぱいの掲載で、いくつか挿入されている。YESの文字は、ザ・ビートルのシルエットで作られている。文字がたくさん並ぶグラフィックは、ビートルの世界各地での呼び名を集めて、デザインしたもの。



このカタログでは、いくつかある実車写真のページは、背景が淡いブルーやマルーンの絵画調にした画面で作画されている。上の画面は、すれ違った白バイの警官が思わずふりむいてザ・ビートルを見ているという、典型的な広告的表現となっている。白バイがアメリカを思わすところは、クルマの成り立ちを伝えているようにも思える。「フルスピードで好きになる。」というのも、広告コピーの模範的なもののように感じられる。

ボンネットを開けてエンジンが見えており、TSIの文字も読みとれる。ビートル特有の独立フェンダー上部に付く丸型ライトのため、このようにボンネットを開けて上方から撮った写真でも、おもしろい絵になっている。TSIエンジンは、シングルのターボチャージャーによって、1197ccから、105ps/5000rpm、17.8kgm/1500〜4100rpmを発揮する。コピーとしては、運転の楽しさがあることが強調されている。DSGトランスミッションでは、「レーシングドライバー顔負け〜」の文字も見える。

アクセサリーとしては、各種のデカール類があるほか、ホイールも5種が用意されている。そのうち18インチが2種選べる。ちなみに標準は、ベーシックなグレードの「デザイン」は16インチ、上級の「デザイン・レザー・パッケージ」は17インチ。

ほかに目につくところでは、大型で滑り止めのゴム付きペダルや、エンブレムに並べて付けるニックネームのロゴなども用意されている。ニックネームは、Beetleのほか、Bug、Käferが選択可能。

“ビートル”のカブリオレとしては3代目になるカブリオレが、2012年11月にロサンジェルス・ショーで発表され、2013年3月に日本で発売された。これはその導入時のカタログ。カブリオレ版もやはりニュービートルと比べて、幌を上げたときのルーフラインが低くフラットになった。かつてのラグスターに似たルーフラインになっているが、ザ・ビートルの場合、ノーズも低く長く見える。

カブリオレの定員は4名。美しい布をたなびかせる長い金色の髪の女性を助手席に、男性が運転するこの写真、背景はほかと同様にパステル調に作画されているが、巨大な貨物ヤードの上にかかる陸橋と見うけられる。運河らしきものが見えるほか、遠景にはビル群が立ち並ぶので、ドイツかもしくはアメリカの都市郊外かとも想像できる。カジュアルなクルマでありながら、この背景選択のセンスがおもしろい。ちなみにナンバープレートは、ドイツのウォルフスブルクであるが、日本版のこのカタログでは、左側通行で、右ハンドルになっている。ほかの写真では、背景はカブリオレらしく順当に、ヨットハーバーやプール付きの大きな庭、ビーチなどが選ばれている。

ザ・ビートルのカブリオレは、ルーフの開閉は、開くのが9.5秒、閉じるのが11秒しかかからない。50km/h以下であれば、走行中に開閉が可能。ソフトトップ以外にエクステリアで目立つのは、リアスポイラーを標準装備していること。カタログでは、高い静粛性もアピールされている。

インテリアは、ザ・ビートルと同様に、ダッシュボードからフロントドア、リアトリムまでが、ボディー同色に塗られる。シートはレザーとなる。トランクルームは容積225リッターで、ニュービートルより12%拡大しており、分割可倒式の後席を倒すと、長尺物も積める。

2013年5月に限定600台として市販されたザ・ビートル・フェンダー・エディション。ロックミュージシャンなどに支持される、ギターやアンプメーカーのFender社とのコラボレーションモデル。2011年東京モーターショーに出展されたザ・ビートル・フェンダーを市販化したもの。カタログ写真の背景は、ロックフェスティバルを思わすようなものになっており、クルマの傍らにはギターとアンプが置かれている。

特別装備として、総出力400W、10チャンネル、9スピーカーのフェンダー・サウンドシステムを搭載する。

内装はインストルメントパネルが、フェンダーのエレキギターと同様な、木目調でグラデーション仕上げの“サンバースト”にデザインされている。そのほかシートがファブリックとレザレットの黒灰2トーンになるなど、各部にこだわりの仕上げが見られる。価格は315万円。

ザ・ビートル・ターボが、日本では、2013年10月8日に発売された。これはその導入時のカタログ。ボディーは全長、全幅、全高と、通常のザ・ビートルと同じながら、リアにはかつてのポルシェ・ターボを彷彿とさせるような目立つウィングを備え、タイヤも大きめの235/45R18を履く。

そのほかの装備では、リアディフューザー、サイドスカート、クロームツインエキゾーストパネルなどを備える。内装は前席がスポーツシートになり、ステアリングホイールをはじめブラックに統一されている。ダッシュボード上の3連メーターは、油温、ストップウォッチ、ブースト計で、これはオプションで選択可能。肝心なターボ・エンジンは、このときのゴルフの現行ひとつ前に相当する6代目ゴルフGTIの2リッターTSIエンジンを搭載。通常のザ・ビートルを100ps以上も上回る211psを発し、外観にふさわしい走りを提供している。最大トルクは28.6kgmで、トランスミッションは6速DSG。

■ビートル総合年表

年	月	内容
1930	12	ポルシェ設計事務所開設
1932	—	ポルシェがツュンダップ社の依頼でタイプ12を開発
1933	—	ポルシェがNSU社の依頼でタイプ32を開発
	9	ポルシェ博士がヒトラーと国民車の件で会見
1934	1	ポルシェ博士が「ドイツ国民車に関する提案書」をドイツ政府に提出
	3	ベルリン自動車ショーでヒトラーが国民車の構想を発表
	4	ポルシェ設計事務所でフォルクスワーゲン（タイプ60）の開発が始まる
	6	ポルシェ設計事務所がRDA（ドイツ帝国自動車工業連盟）と試作車製作の契約（10ヵ月間、後に1936年3月31日まで延長）
1935	2	ベルリン自動車ショーでヒトラーが、ポルシェ博士が国民車を開発中と発表
	春	フォルクスワーゲンの最初の試作車2台の製作が始まる
	7	最初の試作車V1をRDAの委員会に見せる
	12	フォルクスワーゲンの2台目の試作車V2がこの頃までに完成
1936	2	3台の試作車V3シリーズの製作開始
	7	V3の本格的なテスト走行が開始、12月まで続く
	7	ダイムラー・ベンツ社が30台の試作車W30製作委託の契約をポルシェ事務所と締結
	8	ポルシェ博士が渡米し、大量生産方式を視察
	9	ダイムラー・ベンツ社の工場でW30の製作がスタート
1937	3	この頃、国民車事業の管轄が、RDAからDAF（ドイツ労働戦線）へと変わる
	5	ダイムラー・ベンツ社で製造されたW30が完成（30台のうち最初の1台はポルシェ邸で製作）、ナチス親衛隊を動員した累計240万km以上に達する大規模なテストが開始
	5	「ドイツ国民車準備有限会社」設立
	6	ポルシェ博士が2度目の渡米、大量生産用工作機械購入や人員募集などをする
1938	5	VW工場の起工式で試作車V303の3台を披露、ヒトラーがフォルクスワーゲンをKdFワーゲンと命名
	7	VWの工場のある町を「（ファーラースラーベン近くの）KdFワーゲン市」と命名
	8	KdFワーゲン積立貯金制度が発足
	9	「ドイツ国民車準備有限会社」が「フォルクスワーゲンヴェルクGmbH」に改組
	—	試作車VW38がポルシェのツッフェンハウゼン工場で製造される
1939	—	VW38の改良版の試作車VW39が製造され、テスト走行して改良を重ねる
	9	**ドイツがポーランドに侵攻、第2次大戦が勃発**
1945	4	アメリカ軍が「KDFワーゲン市」に到達して工場を占拠、残存部品で米軍用車両を製作
	5	**ドイツが連合国に無条件降伏**
	5	「KDFワーゲン市」が、ウォルフスブルク市に改名
	6	英国軍政部が工場（フォルクスワーゲンヴェルク）の管轄を引き継ぐ
	8	英国軍のアイヴァン・ハースト少佐が工場運営の任務に就く
	12	英国軍政部がフォルクスワーゲンの量産開始
1946	3	英国軍政部により月間1000台のフォルクスワーゲンの生産を達成
	9	英国軍政部がフォルクスワーゲンヴェルクの解体命令を4年間延期、その１ヵ月後に存続が確定的になる
1947	10	８月にポンズ・アウトモービルハンデルと輸入業者契約を結び、フォルクスワーゲンがオランダへ初めて商業的に輸出される
1948	1	英国軍政部が前年11月にハインリッヒ・ノルトホフをフォルクスワーゲンヴェルク社長に任命し、1月1日付けで就任
1949	9	英国軍政部がニーダーザクセン州にフォルクスワーゲンの運営権を委譲（州が連邦政府から委託されるという形）
	—	最初のフォルクスワーゲンがアメリカへ輸出される
	—	**ドイツ連邦共和国（西ドイツ）とドイツ民主主義共和国（東ドイツ）が成立**
	—	◎エクスポート・モデルの生産開始
	—	◎ヘブミューラー社が2人乗りカブリオレの生産開始
	—	◎カルマン社が4人乗りカブリオレの生産開始
1950	3	戦後10万台目のフォルクスワーゲンがラインオフ
	11	フェルディナンド・ポルシェ博士がフォルクスワーゲン工場を訪問、翌年1月に死去
1952	9	フォルクスワーゲン・カナダを設立
1953	1	前年ドイツから販路拡大のため持ち込まれた2台のビートルをヤナセが東京・日本橋の展示会で公開
	3	フォルクスワーゲン・ド・ブラジルを現地法人として設立
	—	◎リアウィンドウがオーバル・タイプに変更
1955	7	アメリカでフォルクスワーゲン・ユナイテッドステーツを設立
	8	100万台目のフォルクスワーゲン（ビートル）がラインオフ
	10	新たにフォルクスワーゲン・オブ・アメリカを設立。翌年1月から輸入業務開始。販売網再編や市場PRを図る
1957	12	オーストラリアに現地法人設立
1958	7	パワートレーンの生産をカッセル工場へ移転
1959	7	フォルクスワーゲン・オブ・アメリカが、DDB社に依頼して広告キャンペーンを開始
	11	ブラジルのサンベルナルド・ド・カンポのノックダウン工場が、新たに生産工場として完成
1960	8	「フォルクスワーゲンヴェルクGmbH」から、「フォルクスワーゲンヴェルクAG」へと名称変更、部分的に民営化される
	—	3ボックスセダンのフォルクスワーゲン1500（タイプ3）が発表される
1961	10	戦前のKdFワーゲン積立貯金に関する訴訟が和解

■ザ・ビートル年表

年	月	日	内容
2011	4	—	ザ・ビートルを上海、ベルリン、ニューヨークで同時発表
	9	—	北米市場にザ・ビートルを導入
	9	—	フランクフルト・ショーでザ・ビートルRコンセプトを公開
	11	—	欧州市場にザ・ビートルを導入
	11	30	東京モーターショーでザ・ビートルの日本仕様を発表
2012	1	—	デトロイトショーでEバグスターを公開
	2	—	アジア市場にザ・ビートルを導入
	4	20	日本でザ・ビートルの受注を開始
	6	1	日本でザ・ビートルを発売
	9	—	ザ・ビートルのR-Line仕様を発表
	10	—	北米のSEMAショーでチューニングカーのスーパー・ビートルを公開
	11	—	ザ・ビートル・カブリオレをロサンゼルス・オートショーで発表
2013	2	—	シカゴ・オートショーでザ・ビートルGSRを発表
	3	25	日本でザ・ビートル・カブリオレを発売
	5	23	特別限定車「ザ・ビートル・フェンダー・エディション」を発売
	10	8	日本でザ・ビートル・ターボを発売
	10	22	「ザ・ビートル・デザイン・レザーパッケージ」の一部仕様をグレードアップ
	11	13	特別限定車「ザ・ビートル・レーサー」予約受付を開始
	11	—	「ザ・ビートルで、やりたいこと、やろうプロジェクト」の一環で「The Beet 湯」を制作
	12	18	特別限定車「ザ・ビートル・カブリオレ 50's/60's/70's」を発売
2014	1	28	特別限定車「ザ・ビートル・チョコ/ミルク/ビター」を発売
	1	—	ザ・ビートル・デューン・コンセプトをデトロイト・オートショーで公開
	2	—	シカゴ・オートショーでラリークロス用のマシン、GRCビートルを公開
	4	—	i Phoneとの接続機能を持ったiビートルを上海オートショーで展示
	4	26	特別受注生産車の企画「Create Your Own "The Beetle" Project」を実施（6月30日まで）
	5	10	特別限定車「ザ・ビートル・ジャーニー」を発売
	5	—	ライプツィヒで行なわれたAMIショーで限定車のザ・ビートル・カブリオレ・カルマンを発表
	9	—	アメリカでザ・ビートルの限定車「クラシック」を発売
	9	30	特別限定車「ザ・ビートル・スペシャル・バグ」を発売
	11	11	特別限定車「ザ・ビートル・ターボ/カブリオレ・エクスクルーシブ」を受注開始
2015	1	20	特別限定車「ザ・ビートル・ブロッサム」を発売

注：日付入りの事項については、フォルクスワーゲン グループ ジャパン発行のプレスリリースをもとに、日本市場における内容を掲載している
注：車名は地域によって異なるが、ここでは原則としてザ・ビートルに統一して表記している

2011年4月18日のザ・ビートルのワールドプレミア（ベルリン会場の光景）

■タイプ1ビートルの世界生産台数

年	台数
1945	1,785
1946	10,020
1947	8,987
1948	19,244
1949	46,146
1950	81,979
1951	93,709
1952	114,348
1953	151,323
1954	202,174
1955	279,986
1956	333,190
1957	380,561
1958	451,526
1959	575,406
1960	739,443
1961	827,850
1962	877,014
1963	838,488
1964	948,370
1965	1,090,863
1966	1,080,165
1967	925,787
1968	1,186,134
1969	1,219,314
1970	1,196,099
1971	1,291,612
1972	1,220,686
1973	1,206,018
1974	791,053
1975	441,116
1976	383,277
1977	258,634
1978	271,673
1979	263,340
1980	236,177
1981	157,505
1982	138,091
1983	119,745
1984	118,138
1985	86,189
1986	46,633
1987	17,166
1988	19,008
1989	32,421
1990	84,716
1991	85,681
1992	86,613
1993	104,710
1994	95,600
1995	33,361
1996	39,722
1997	35,678
1998	36,492
1999	36,446
2000	41,260
2001	38,851
2002	24,407
2003	7,550
合計	**21,529,480**

注：Volkswagen AG 2014年調べ
注：2011年Volkswagen AG発行の「Beetle Magazine2011」など累計21,529,464台としているものもある

■タイプ1ビートルの国内輸入台数

ヤナセ モデルイヤー	タイプ１ビートル
1953	105
1954	752
1955	113
1956	243
1957	370
1958	458
1959	655
1960	781
1961	798
1962	461
1963	879
1964	1,490
1965	2,012
1966	2,016
1967	2,522
1968	2,922
1969	4,030
1970	4,707
1971	6,819
1972	7,855
1973	11,069
1974	14,260
1975	12,647
1976	5,711
1977	4,722
1978	1,413
合計	**89,810**

出典：フォルクスワーゲン グループ ジャパン提供資料

1972年2月21日にT型フォードの世界記録を更新

あとがき

たくさん生産されたから当然なのだが、1960〜70年代頃の映画を見ていると、ビートルがよく画面に出てくる。1972年公開のスティーヴ・マックイーン主演の「ゲッタウェイ」に出てきたビートルは印象的だった。この映画は斬新なバイオレンス描写で当時一世を風靡したサム・ペキンパーの監督作品なので、当然カーアクションも派手にあって、いろいろなクルマが出てくる。しかしマックイーンの映画であってもあの有名な「ブリット」のマスタングのように、かっこいいクルマをあてがわれることはなく、リアルな生活感のあるクルマばかりを使っている。マックイーン演じるドク・マッコイは、銀行強盗で盗んだ金を持って、悪党と警察に執拗に追われながら妻と２人で逃走。そのうちゴミ収集車にゴミごと飲み込まれてしまい、ゴミ集積場で吐き出されて、命からがら逃げ込んだのが、そこにころがっていたビートルのカットされたボディー後半部分で、それはまるで遊園地の観覧車の丸いゴンドラのようだった。あまりに辛辣な状況が続いて２人は別れ話を続けていたが、その場面でついに気を取り直して２人でいっしょに逃げていくことを誓い合うという設定だった。当時アメリカでは、ビートルのスクラップは多かったはずなので、ロケ現場にたまたま捨てられていたのを活用したのかもしれないが、苛烈なアクション映画の中で幸せを暗示する小道具として、実にうまくビートルを使っていると思った。

ドイツの監督ヴィム・ヴェンダースの作品では、1976年の「さすらい」と1977年の「アメリカの友人」にビートルが出てきた。「さすらい」では、１台のビートルが自殺行為のような形で突進して川にとびこみ、「アメリカの友人」では不治の病の主人公が車中で最期を迎え、ビートルはコントロールを失って海際の堤防を乗り越えてスピンして止まる。

「さすらい」を見たのは学生時代に赤坂のドイツ文化センターでの上映会でのことで、「アメリカの友人」はもう少しあとだったと思うが、狂ったように走るビートルが２度も出てきたことで、「ドイツ人にとってのビートル」のなにかが、これは表現されているんじゃかないかと思うようになった。戦前の最も不幸な時代に生まれ、戦後はイナゴの大発生のごとく大量に生産されつつ、幸福なドイツの経済成長を支え、ドイツ人の幸せを運ぶ道具として働いた、そんなビートルにためこまれたなにかアンビバレントな思いが表現されたのではないか、などと想像力がふくらませられたのだった。

「アメリカの友人」では、あきらかにビートルが映画の重要な小道具として使われており、これも暗澹たる気分になるストーリーのなかで、オーバルウィンドウの真っ赤なビートルが、貧しい家族の小さな幸せの象徴のようなものとして活用されている。

ビートルの個人的体験としては、建築デザイナーだった同級生の友人の家にあったビートルの運転をたのまれ、彼のブラウン管のマッキントッシュを２台リアシートに積んで、秋葉原に売りに行ったことがあった。彼は免許をもっていなかったのだけれど、父君は理学部の教授だったので、今にして思えば典型的なビートル・ファミリーの一例だった。

子供時代から、ビートルにまつわる印象的な体験はいろいろあったが、最も古い記憶としては、たぶん幼稚園に上がる前の頃、風呂の中でいつも、手のひらを下にして丸めて水面をすべらせて、「ワーゲン、ワーゲン」と遊んだのをよく覚えている。多くの人がそうだったかもしれないが、やはり自分にとってビートルは、特別な存在だったと思う。

ニュービートルは、タイプ１のような実用車でなくファンカーだったこともあって、登場当時、複雑に思う向きもあったと思うが、フォルクスワーゲンが大胆に改革して大きく飛躍する時期につくったクルマであり、やはり非凡な存在だったのだと、今回あらためて感じた。その後を継いだザ・ビートルは、しっかり実用性を高めたモデルになり、ニュービートルよりは少し大人になったと思ったが、夜の街でメッキホイールを履いたクルマなどを見ると、カスタムカー的な雰囲気もほどよく醸し出していて、ちょっと心が動かされる。

ビートルの存在はあまりに偉大で、そのことは本書を書き進めてゆくうちにあらためて感じた。十分に書ききれなかった部分もあり、また機会を見つけて「ビートル」にチャレンジできたらと思う。拙著『フォルクスワーゲン ゴルフ　そのルーツと変遷』（グランプリ出版）では、本書以上にビートルについて掘り下げた部分もあるので、興味があれば見ていただけたら幸いである。

編集・制作の面では、三樹書房の山田国光氏、木南ゆかり氏に多大にお世話になった。あらためてお世話になった方々に深く感謝の意を表したい。

武田 隆

編集部より

本書執筆にあたっては、フォルクスワーゲン グループ ジャパン広報部の池畑浩氏、ドロテア・ガストナー氏には、ドイツ本国Volkswagen AGの広報部門との連絡も含め多大にお世話になり、生産台数等のデータや貴重な資料や写真、カタログ資料をご提供いただきました。ヤナセ広報宣伝室 広報課の福城和也氏には、資料のご提供をいただきました。トヨタ博物館には、本書の企画に関して多大なるご理解、ご協力をいただき、カタログ資料のご提供を得ました。また、ブックガレージ（東京都中野区新井1-36-3）、自動車史料保存委員会からは当時のカタログや写真のご協力をいただきました。ここに御礼を申し上げます。

本書をご覧いただき、名称表記、性能データ、事実関係等の記述に差異等お気づきの点がございましたら、該当する資料とともに弊社編集部までご通知いただけますと幸いです。

三樹書房　編集部

武田 隆（たけだ・たかし）

1966年東京生まれ。早稲田大学第一文学部仏文科中退。出版社アルバイトなどを経て、自動車を主体にしたフリーライターとして活動。モンテカルロラリーなどの国内外モータースポーツを多く取材し、「自動車アーカイヴ・シリーズ」（二玄社）の「80年代フランス車篇」などの本文執筆も担当した。現在は世界のクルマの文明史、技術史、デザイン史を主要なテーマにしている。

著書に『水平対向エンジン車の系譜』『世界と日本のFF車の歴史』『フォルクスワーゲン ゴルフ　そのルーツと変遷』『シトロエンの一世紀　革新性の追求』（いずれもグランプリ出版）、『シトロエン2CV フランスが生んだ大衆のための実用車』（三樹書房）がある。RJC（日本自動車研究者 ジャーナリスト会議）会員。

フォルクスワーゲン ビートル

3世代にわたる歴史と文化の継承

著　者　武田　隆

発行者　小林謙一

発行所　三樹書房

URL　http://www.mikipress.com

〒101−0051 東京都千代田区神田神保町1−30
TEL 03（3295）5398　FAX 03（3291）4418

印刷・製本　シナノ パブリッシング プレス

©Takashi Takeda/MIKI PRESS　三樹書房　Printed in Japan

※ 本書の一部あるいは写真などを無断で複写・複製（コピー）することは、法律で認められた場合を除き、著作者及び出版社の権利の侵害になります。個人使用以外の商業印刷、映像などに使用する場合はあらかじめ小社の版権管理部に許諾を求めて下さい。
落丁・乱丁本は、お取り替え致します