◀年明けのアメリカでの発売を控え、2台で行なわれたアメリカでの実走テスト。手前中央に座るのが実験を取りまとめた植村だ（69年11月）

んなこんなで、違反は大目に見てくれたんです（苦笑）」

結局、振動をなくすため、タンク容量を減らしたままデフの位置を元に戻して対処したという。

メーター配置にドア・ヒンジなど、新技術の投入

他にもZには様々な新技術が投入されている。難波がかつて日本航空のパイロットとの懇親会で得た、メーターの視認性とレイアウトに関するヒントが、SP311に続いてより洗練されたカタチで採用されているのだ。Zのインテリアを担当したのは千葉 陶。彫りの深い立体的なデザインで、スポーツカーらしいインパネを見事に完成させている。

最後に苦戦したのがファストバックの幅一杯に広がる跳ね上げ式のハッチドアのヒンジだ。これは通常アームとスプリングで構成されるが、収納スペースを確保するため、当時としては革新的なガス・スプリングを採用している。開発したのは厚木自動車部品（現・ユニシア・ジェックス）。職人肌のアイデアマンとして、様々な特許を持つ宮手は言う。

「よくやってくれましたよ。とにかく部品メーカーもいいものを作ろうと、必死で取り組んでくれました。ウチなんか最後はZ開発のためと言えば、どんな無理難題でも通るような雰囲気でした（笑）」

かくてZの開発は、艱難辛苦を乗り越えて最終局面を迎える。

●誕生、そして市場デビュー

アメリカ、日本で大ヒット 70年代、エポックの幕開け

秋の発表を控えて69年に入ると、アメリカの片山から矢のような催促が入ったという。クリスマスセールに間に合わせるために、10月までにクルマを送れというのだ。

だが、実際には国内で69年10月、アメリカは翌70年3月まで発売を待たねばならなかった。その時、片山は月間2000台売れると確信していた。松尾は最大3000台までを想定していた。植村と宮手は2000台売れてほしいと願っていた。そして難波は、〝片山さんが言うなら売れるだろうが、1500台くらいではないか〟と思っていたという。

ところが、販売が始まると誰も想像しないことが起こった。静かだったのは最初の1年目だけで、2年目以降は猛烈に売れ、ついに月間6000台にも達したのだ。片山は言う。

「Zはポルシェの半額の3600ドルで売り出されました。ところが爆発的な人気となり、完全な売り手市場になったのです。そしてディーラーの中にはオプションパーツをつけて1万ドルの値段までつけるところが現れました。それでも売れました」

なぜこれほど熱狂的に迎えられたのか!? アメリカのZカークラブ会長である〝マッド・マイク〟テーラーは当時を振り返って証言する。

「240Zはスタイルがよくて値段が安く、高性能で信頼性があった。当時はZの他にそんなクルマなんてなかった。しかもディーラーのアフターサービスも申し分なかった」

日本での評判も抜群だった。Z登場の翌年にDSCC（ダットサン・スポーツクラブofジャパン）を設立した大浦 誠は興味深い指摘をする。

「私は69年にさっそく買いました。あれはちょうどセブンイレブンができたばかりの頃で、時代が変わり始めた時でした。そこにカッコよくて乗りやすいスポーツカーが登場した訳ですよ。初代Zはビジネスマンタイルでキメて、アタッシュケースを持って颯爽と乗り込むイメージがピッタリのクルマでした。まさに時代の変化を象徴するクルマでした」

「まさに時代の変化を象徴するクルマだった」

DSCC会長
大浦 誠

▲1948年生まれ。69年に21歳の若さでジャパンダットサンサービスを設立、翌70年にZマニアの集まりであるダットサンスポーツカークラブ・オブ・ジャパンを立ちあげた。クラブは現在全国7支部・会員数1350に及ぶ

スポーツカー史上に比類なき金字塔を打ち立てる

こうしてZは誰も予想しない驚愕の成功を収める。アメリカでは日産車の扱いを望むディーラーが爆発的に増え、片山は心ならずも断りを入れなければならなかった。生産が間に合わないため、ディーラー契約を結んでも配車できない可能性があったのだ。その後、初代Zは9年間の間に世界累計で54万台が売れた。

そして日産車体はZのために新たなラインを作ることになった。それまで日産車体のラインは人力でクルマを移動させていたのがオートメーション化されたのだ。こうして設備は近代化し、日産車体はそれまでの車体メーカーから自動車メーカーへと脱皮することになる。

それだけの投資をしても、ありあまるほどの利益が転がり込んできたという。宮手は言う。

「ウチだけではなく、部品メーカーにも膨大な利益がありました。ウチの場合、利益の大半はZから得たものでした。子供でも知っているZを作っている会社ということで、リクルート効果もバツグンでした。そのためウチでは会社案内の表紙にZをの写真を使ったほどです」

その後、宮手は退職するまで、すべてのZにかかわることになる。

当然、親会社である日産にも莫大な利益をもたらしたことは間違いない。後に松尾はこう証言する。

「ドアも座席もブルーバードの半分（2座席2ドアの意味）しかないのに値段はブルよりはるかに高かった。だから十分儲かったはずです」

こうしてZはかかわったすべての人々に特大の恩恵をもたらすことになる。そしてZはただ格好だけのクルマではないことを、世界の前に証明することになる——。

（文中敬称略・次号に続く）

「240Zの高い人気は今も当時と変わらない。いや、それよりスゴイかも!?」

アメリカZ Car Club会長
“マッド・マイク”テイラー

「僕は79年に購入した71年式の240Zに乗っている。それまではスポーツカーを持ったこともなかったし、エンスーでもなかった。ただ、運転そのものが好きで、メカニックの友人が240Zを勧めてくれたんだ。初めて運転席に座ってみた時にビックリしたね。身長193cmの僕が足を楽に伸ばせたし、しかも体重100kgの身体でも楽に座れた。MTは初めてだったけど、すぐに買った。時間が経つにつれて、僕はZのハンドリング、スタイリング、そしてメンテナンスの簡単さに惚れた。パーツも簡単に手に入るしね。《中略》240Zの高い人気は今も当時と変わらない。いや、それよりスゴイかも。スタンドで給油していると、しょっちゅう話しかけられる。“家族を持つ前は僕もZに乗っていた”とか“Zは懐かしいね”とかね。一番の理由はやはりあのスタイリングだね。若い人も僕のZに興味を示すことにも驚くよ。(談)」