

6台

試乗! 国産キャブコンのすべてが知りたい!

# AUTO CAMPER

オートキャンパー

キャンピングカー&amp;アウトドア満喫マガジン

9  
SEPTEMBER  
2013

お手軽 DIY で電気を確保

もう怖くない!

# 電気系 GURU お助けガイド

車載 非常食  
のススメ日常でも  
緊急時でも  
十分おいしい

6台

ベース  
車別

今こそ知りたい

国産キャブコンのすべて  
試乗で徹底解説 カムロード／エルフ／ハイエース／ボンゴトラック／ライトエーストラック／NV200バネット



# VEHICLE FUTURE

from 1989 to 2013  
The Latest Model: Future (2013)

## フューチャーの歴史でもある ビークルの歴史

フューチャーを語る場合、モデルそのものよりもビーグルというメーカーとしての歴史、姿勢に目を向けたほうがいいかも知れない。

創業は1981年。とはいっても以前からいろいろなモデルを作っていた。いわゆる「ワンオフ」とでもいおうか。また車内全体を生地張りにして、新しいキャンピングカーのイメージを打ち出し始めたのもビーグルである。

いろいろなモデルを製造しているうち、この生地張りに問題が発生。走行時に室内に入ってくる排出ガスなどのホコリがある決まった位置に筋状に残るのだ。それは空気の流れがもたらす現象で、車内を流れる空気の動きを十分研究した、室内架装が始まつた。

次に直面した問題は、家具の耐久性。キャンピングカーの車内の過酷な環境下では、架装した家具にゆがみや変形などが起つた。これでは長期にわたる使用を保証できない。

この問題解決には近所の材木問屋の力を借りた。ビークルの展示場横に位置する事務所の場所には、かつて材木問屋が居た。

25年目を迎えた定番バンコンが描く“未来”

# ロングセラーモデル

Long seller model

VEHICLE FUTURE  
ビークル フューチャー

## 研究

バンコンのなかで、明らかな“個性”を持っているモデルは少ない。ところが今回紹介するフューチャーには、絶対的なものが存在する。それはダイネットトリヤを区切るように設置された、アーチ部分だ。平成の時代を駆け抜けてきた定番モデルを、あらためてじっくり見てみよう。

TEXT: 鈴木康文 PHOTO: aja-co

構えていた。そこで相談して試した結果、満足のいく材料選定が可能になったのだ。

そしてビークルがこだわったのはフロア。とにかくフロアを徹底的にフラットに作ることに重点を置き、当時から接着加工による工法を確立している。

これには同社の確固たるコンセプトがある。それはボディには可能な限り手を入れないとということ。なぜなら安易にビス留めにすると、フロアを突き抜けたビスの先端がさびてしまう。このサビの発生は長期にわたって気持ちよく使用することの妨げになると考えたのだ。

さらにフロアをフラットに作り上げることで、きちんと家具を設置固定できるので、きしみ音や製造時のズレが起こりにくい。これはすなわち製品の高品質につながる。

これらのノウハウは日々蓄積され、現在作られているビーグルの全モデルに共通する「高品質」につながっている。

'89年8月、フューチャーはリースされた。1台目は濱本繁美社長自らの愛車として納車され、子供たちを連れて日本の各地へと出かけることになる。同時にフューチャーへ、ユーリー視点で得た意見のフィードバックも始まつたのだった。



人気シリーズが受け継いだ「DNA」をひもとく

Popular Series

DNA

人気シリーズが受け継いだ「DNA」をひもとく

Popular Series DNA

たっぷりとした室内容積を誇る  
スーパー長用を使用

## Exterior

エクステリア

現行のフューチャーは、ハイエースのスーパー長用をベースに架装している。これまでにない室内容積を得てますますその魅力に磨きがかかったのだ。ただ、室内容積が大きいとい

ことは、車体も大きいということを意味し、欲しいけれども駐車場の問題や運転のしやすさという点でNGになってしまうこともあるという。その意味では取り回しに優れるロングバンを

使うというのも1つの手法ではあるが、初代からハイエースベースの場合はスーパー長用を使用している。これだけの室内長があつて、初めてフューチャーとして成立するのである。



●写真上は外部のAC100V電源を車内に引き込むコネクター。ボディにはこれ以外、キャンピングカー然とした加工はされていないので、普段使いでも気負わずワゴン車として使用できる。車体のフロントとサイドに、デビューから同じデザインの英字ロゴが入る



リヤ2段ベッドベース

200系で可能になつた  
フューチャーの外観、それはあまりにも素の状態の200系ハイエース。ロゴステッカーが張られているものの、外観からキャンピングカーであることを認知するのは難しい。ボディ加工がされている場所を挙げるなら、外部コンセントを取り込むためのプラグ設置(写真・左)くらいだろうか…。

車内に入ると、そこに快適なリビングが広がっているのがわかる。200系ベースとなり、2段ベッドがリヤに設置されたことが大きな出来事であるが、居住スペースのレイアウトそのものは、初代モデルからそれほど変わつていない。

そもそも2段ベッドは1ボックスタイプのバンコンとしては早期採用されているのだが、初代の登場時にはまだなかつた。ただ家族での就寝を考えるとスペース的にもつと余裕が必要と考え、ダイネット上に設置するルーフベッドを採用していた。

ハイエースが100系から200系へと進化してリヤに移設されたのは、車体が大きくなり幅広のリヤベッドを設置するスペースの確保が可能になつたから。これを子供用のベッドとし

て活用できるのだ。このリヤベッドベースは、特徴的なA-チ形状の間仕切りというかキャビネットにカーテンを付けることで、完全にセパレートした使い方ができる。これも実用上大変便利だ。

注目すべきはセカンドシートを後ろ向きにセットし、その前に背面シートを設置したコの字ダイネット。確かに古い時代から存在する超定番スタイルだが、その使い勝手のよさはすでに実証されている。何しろスペース効率がいいので、とにかくゆったりとくつろげるのだ。

200系で車体幅が広がったことで、セカンドシート幅もワードへ組み替えるのも、初めて触れる人でも簡単にできるくらいシンプルな操作法が確立されている。こういった部分が、使いやすさの向上につながつてるのは間違いない、長く愛されるゆえんでもあります。

アーチ形状のパーテイションに埋め込まれた薄型テレビとスピーカー、それを望む位置にあるセカンドシート。そこにゆったり着座すれば、どんな場所にいても車内は快適なリビングになるはずだ。

# Interior 手間をかけて作る 高品質仕上げの内装

インテリア

室内は、伝統的に壁面はモケット張りで家具は木目調。この落ち着いた雰囲気もユーモアの心を捉えて放さない。基本的な考え方として、すべて作り付けの家具で事足りるようにする設計がされており、収納庫容量を稼ぐため、現行モデルではオーバーヘッドキャビネットの容量が大幅拡大されている。

また家具の素材そのものも吟味し、長期にわたる使用でもガタやゆがみが出ないように工夫してあるうえ、走行時に音を発しないようきっちりと固定されているのも特徴的な部分。設計思想はとてもシンプルで、使う人に気を遣わせない。

## オーディオ&テレビ



●アーチ部分仕切りには、伝統的にテレビとスピーカーが埋め込まれる。その後ろがキャビネットになる



●アーチ部分のテレビ背面にキャビネットを設けただけでなく、下部には冷蔵庫を設置し、スペースを有効活用しているのだ

## 主要諸元

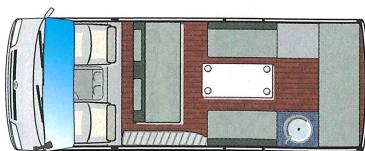
ベース車両：ハイエーススーパーロングワイドボディハイルーフキャンパー専用車シフト・駆動方式：4AT・FR全長×全幅×全高：5380×1880×2285mm乗車定員／就寝人数：9人／3+2人エンジン・総排気量：直4DOHC・2693cc最高出力：111kW (151ps)最大トルク：241Nm (24.6kgm)燃料・タンク容量：ガソリン・70l価格：440.81万円～

## 標準装備

シート下収納庫／ドーム収納ボックス／サイドオーバーヘッド収納棚／1ウェイ49ℓ冷蔵庫／カセットコンロ／6連集中スイッチ／LED室内照明／105Ahサブバッテリー／走行充電システム／ベンチレーター／遮光カーテン／シンク／外部AC電源入力／室内100Vコンセント／10ℓ給排水タンクほか

## LAYOUT

●不变の使いやすいレイアウト。キッチンやキャビネットは車両後方に配置し、ダイネットの空間を広く取っているのが特徴



ダイネット

●200系になって、天井高が一段と高いスーパーロングをベースにしているため、最大の特徴であるアーチ部分のイメージが歴代で一番映える

## CHECK POINT!

### リヤセクション



リヤスペースは、3分割のマットを使った2段ベッドにすることも可能。子供が小さいなら、これを常設ベッドにしておいてもかなり便利そう。もちろんこのマット類はすべて取り外すことができ、そのときのカーゴスペースは広大。車体右側キャビネットは、ポータブルトイレ収納に使える。

私が入社時、フューチャーはすでに販売されていた

ので、ほんとうにロングセラー

なんだと思います。たゞつと

継続していたかというとそうで

なく、100系ハイエースで

始まり、その後キャラバンベー

ス、特にE25で量産されました

が、200系ハイエースが登場

するまで少しの間、じつは途切

れています」と語るのは、ビーグルで店長を務める濱中りょうじさん。

キャラバンロングだとどうし

ても室内長が短かったという。

そのため現在は、200系ハイエース・スーパー・ロングをベースにしたモデルのみがラインナップされている。

「フューチャーの特徴として挙げられるのは、購入されるお客様の年齢層が30～60歳と幅広いところでしようか。しかもほかのモデルと比較検討することもなく、最初からフューチャーと決めてオーダーする方が多いですね」

このモデルの最大の特徴は、アーチ形状の部分。これは初代ある。また1ボックスベースのバンコンとしては、2段ベッドの採用も早かつた。「アーチ部分はクローゼットとして作られ、当時流行っていた

## 比較対象が存在しない

## 独自路線で改良を重ねる

人気シリーズが受け継いだ「DNA」をひもとく

Popular Series | DNA

## Interview

インタビュー

高い品質を追求するため、  
フロア施工だけでなく内装や家具に至るまで、  
すべて自社工場で製作されるフューチャー。  
断熱や防音にも気を配り、  
使い勝手を最優先させたからこそ  
高い人気を誇っているのだろう



Key Person

ビーグル 店長

# 濱中りょうじ

FUTURE

テレビデオ(ビデオ内蔵テレビ)が埋め込まれていました。現在はブラウン管から薄型の液晶テレビになったほか、スピーカーなども埋め込みとなり、スリムですが高さがあるためそれなりの収納力となっています。2ルーム的に使えるのも魅力で、デザイン的にも扉のイメージでアイキャッチとして機能しているといえるでしょう

収納力に関しては、200系ハイエースで課題として取り組み、固定式の上部収納庫を大型化。問題を解決した。その長い歴史においての大き



●現在ではスピーカーのマウントスペースとしての役割を担っているが、アーチ部分は最大の意匠。ブランドイメージを決定づけている



●現行型では収納力アップをねらい、トイレ収納庫として使えたりヤマト類がきれいに収納できる場所とした



●テレビがブラウン管から液晶ディスプレイになつて極端に奥行きがなくなつたが、立派な収納庫になつて利便性は向上

## 第1号車からすでにコンセプト確立

創業当時のビーグルは、おもにキャラバンとホーミーをベースにしたワンオフモデルを多く手がけ、そのなかでさまざまなタイプのレイアウトが試されていた。そんなとき、ついに現在のフューチャーにも共通するイメージが出来上がり、ハイエースをベースとしてラインアップモデルとして登場させた。

1ボックスバンコンで2ルーム的に使うという発想が今も支持され、現在のモデルでもレイアウトにそれほど大きな変更点が見られないことからも、いかに時代の先を見据えたデザインであったかがわかる。



●コンセプト確立までは、キャラバンもベースとして試された。右のオープニングを開いたフューチャーは、ラインアップとして完成したまさに第1号車で、濱本繁美社長自らがハンドルを握ったモデルそのものだ



## FUTURE

●フューチャー

1989

主要諸元 ●ベース車：100系ハイエーススーパー長（ディーゼル）  
／全長×全幅×全高：4490×1690×  
2225mm／乗車定員7人／就寝人数  
3人／発売当時価格298万円

# Model History

モデルヒストリー



1993

## FUTURE

●フューチャー

広く人気を得て  
ビーグルの顔に



2006



## 200系ハイエースとともに復活

大きな車体に合わせ、変更点もかなり出てくるだろうと思われたが、実際には元来のコンセプトどおり。キッチン下に設置されていた冷蔵庫を、アーチ型間仕切りの背面キャビネット下に設置したのも、100系時のマイナーチェンジ以降共通。ただ前後長が相当長くなつたので、リヤラゲッジスペースの余裕度は、それまでのモデルとは比較にならないほどだ。



FUTURE  
●フューチャー

2011

## 細かなMCでさらなる熟成

現在のモデルになってからすでに月日はかなり流れだが、基本的な部分はやはり変更がない。ちょっと見た目にはわかりづらいが、セカンドシートの台座が、輸入品だったものが国産のREVOシートに変更され、シートベルトへの対応がより安全性の高いものになったことが一番大きな違いだ。またこのシート台座のおかげで、ベッドメイクはさらに楽になった。



リーズナブルな298万円でも  
品質の高さを維持できた



エンジンがまだノンターボの2.8  
l ディーゼルだからとはいえ、「90  
年代初頭の広告を見ると、あまりに  
衝撃的な価格…。そのコストパ  
フォーマンスの高さはだれの目に  
も明らかで、工場をフル稼働させ  
て生産していた。