**レトロポップな超ベストセラー！「Vino」ってどんなスクーター？**

マンガやドラマで話題となった「ゆるキャン△」。その中で主人公の相棒として活躍し、ケナゲでかわいいセリフも印象的だった原付スクーターがヤマハの「Vino（ビーノ）」。街中でもよく走っているのを見かけるはずです。

今やスクーター界の人気者となった「Vino」ですが、人気の秘密はやはりレトロポップなルックスでしょう。現在は三代目となった「Vino」の歴史を振り返りつつ、そのデザインの魅力に迫ります。

Photo：top

Cap：

＜取材にご協力いただいたデザイナーのみなさん＞

星野茂さん（写真：中央)

（クリエイティブ本部　プロダクトデザイン部　プロダクトデザイン3グループ　主務）

初代「Vino」の立体デザイナーとして参加し、二代目ではチーフデザイナーを担当

中山ルミさん（写真：右)

（クリエイティブ本部　プロダクトデザイン部　プロダクトデザイン4グループ　主務）

2012年から二代目「Vino」のカラーリングデザインを担当

土屋さおりさん（写真：左)

（クリエイティブ本部　プロダクトデザイン部　プロダクトデザイン4グループ）

2023年の新色から現行の三代目「Vino」の新色カラーリングデザインを担当

**■1997年：PUFFY（パフィー）とともに初代「Vino」誕生**

初代の「Vino」が生まれた1997年はレーサーレプリカのようなスポーツ系バイクのブームも落ち着きはじめ、パワーやスピードよりもファッション性を重視したモデルがヒットする時代になりました。スクーターも若者に人気だったスポーツ系が減少し、レトロテイストのモデルに注目が集まるようになります。

そこで、ヤマハもこれに対応するモデルを急ピッチでスタートさせます。エンジンや車体は既存の「JOG（アプリオ）」をベースとして、ボディワークをクラシカルなデザインに変更することで初代「Vino」が誕生しました。

人気急上昇中の女性ボーカルデュオ「PUFFY（パフィー）」をCMモデルに起用し、バイク雑誌以外にもテレビやファッション雑誌などのプロモーションによって「Vino」はデビューしてすぐに人気モデルに。その後もオシャレなカラーバリエーションや限定モデルを追加して注目を集め続けました。

Photo:001

Cap：初代「Vino」

Photo:002　 Photo:003

Cap：CMモデル「PUFFY」ともにヒットし、さまざまなコラボモデルも展開

**＜一目で「Vino」とわかる特徴的なデザインはどうやって生まれた？＞**

おしゃれな古いスクーターといえばイタリアの「ベスパ」があり、これに似ているネオクラシックモデルもたくさんあります。「Vino」の場合、「ベスパ」には似ないようにハンドルをネイキッドのようにバーハンドルにして、ヘッドライトをボディにマウントする手法がとられました。

また、リアのグラブバーも今までのスクーターのような荷台にはせず、ボディに沿うような尻下がりのスタイルになっています。この太さや形状にはかなりこだわったそうです。

Photo:004　 Photo:005

Cap：初代「Vino」の特徴的なハンドルとリアのグラブバー

**■2004年：二代目「Vino」は女子高生がターゲット！**

初代のデビューから7年後の2004年、「Vino」は排出ガス規制によるエンジンの4ストローク化で二代目にフルモデルチェンジをします。エンジンが4ストローク化しても走りでライバルには負けないよう、水冷のメッキシリンダーにローラーロッカーアーム式の3バルブと凝ったものになり、当然デザインも全面新設計となりました。

二代目「Vino」は初代の面影を残しつつも、新しい時代にふさわしいレトロポップな姿となりました。ターゲットはズバリ「女子高生」で、バイクを知らなくても直感的に『かわいい！』と思えるデザインにこだわったそうです。さらにデザインに注力し、さまざまなブランドとのコラボも展開しながら初代を上回る人気モデルとなります。

Photo:006

Cap：二代目「Vino」のデザインイメージ画

Photo:007

Cap：買物に便利な前かご付の「Vino Molfe（モルフェ）」も追加された

**＜「なでしこチーム」でテコ入れ＞**

二代目の中期には、女性デザイナーの「なでしこチーム」が参加します。それまでは男性が考えていた「かわいさ」から、繊細な女性目線での「かわいさ」を実現することで、「Vino」のカラーバリエーションやグラフィックの魅力を大きくアップさせました。

Photo:008

Photo:009

Cap：女性デザイナーチームの参加によって、さらにファッション性はアップ！

**＜「しまりんビーノ」も話題に＞**

ドラマ化もされたマンガ「ゆるキャン△」がヒットすると、登場人物の女子高生「志摩リン」が乗っていた「Vino」の人気も急上昇。バイク屋さんに『リンちゃんが乗っていたバイクをください！』と買いに来る人もいたそうです。

Photo:010

Cap：マンガ「ゆるキャン△」に登場する「しまりんビーノ」

**■2018年：ホンダと手を組んで登場した三代目「Vino」**

2018年に登場した三代目「Vino」はホンダのOEM供給となりました。50ccの市場が減少する中、ライバルメーカーのホンダとヤマハが手を組んだわけですが、ビジネスとしては難しくても、それを必要としている人にこたえるのがメーカーの責任という両社の思いがあったからです。

しかし、ホンダのOEM車となっても、シンプルなアイコンとして定着していた二代目のデザインは上手に引き継がれています。まだまだ「Vino」はエントリー向けのスクーターとして人気モデルになるでしょう。

**＜時代はジェンダーレスに＞**

女性をメインのターゲットとしている「Vino」ですが、2023年モデルの新色は少し変化しています。これは、最近は男性でも赤い「Vino」に乗る人がいたり、女性でも「女子すぎないもの」を好む傾向にあるのが理由だそうです。

Photo:011

Cap：ホンダのOEM供給となった三代目「Vino」

Photo:012

Cap：2023年型の新色

**■「Vino」を作ってきたデザイナーが思う「Vinoらしさ」は？**

歴代の「Vino」に携わってきた3名のデザイナーに『世代を重ねても変わらない「Vinoらしさ」』を聞いてみました。

星野：一言でいうと「元気さ」ですね。二代目は女子高生がターゲットでしたので「かわいい」にフォーカスしましたが、それだけではなく、やはり「Vino」には「元気さ」も欲しいんです。

土屋：「元気さ」という点では、カタログのコピーに使っている「ビーノと見つける新しい毎日」のように、元気なVinoに乗ることで、ただの日常が特別なものになってくれれば！という思いがあります。

中山：この丸いボディの「かわいさ」を継承しているのが「Vino」の味なのかなと思いますね。まとめると、「元気」かつ「かわいさ」でしょうか。

Photo:013

Cap：なし

**■コミュニケーションプラザで「しまりんビーノ」を発見！**

今回うかがった「コミュニケーションプラザ」は、ヤマハ発動機とその製品を紹介する企業ミュージアム。1階には出川哲朗さんの旅番組でおなじみスイカ仕様の「e-Vino」、2階には「ゆるキャン△」の「しまりんビーノ」が展示されていました。近づくとボイス実装で『＼コンニチワ／』『＼マカセトケ／』とおしゃべりしますが、見た目と声のかわいさの破壊力はハンパじゃありませんでした！

Photo:014

Cap：なし

Photo:015

Cap：なし

「コミュニケーションプラザ」では、コンサートや企画展など、さまざまなイベントが開催されるほか、サーキットや公道を駆け抜けた懐かしい名車たちもズラリと勢ぞろいしています。バイク好きなら、ぜひ一度は足を運んでみてはいかがでしょうか？

★コミュニケーションプラザ

〒438-8501 静岡県磐田市新貝2500

入館無料

平日：9：00～17：00

毎月第2・第4土曜日と翌日曜：10:00～17:00

※11名以上で来館の際は1週間以上前に予約が必要

問い合わせ先：0538-33-2520