



特集 若者とクルマ

一般社団法人 日本自動車工業会

美しい地球を次の世代に引き継ぐために、 あなたもエコドライブしませんか。

エコドライブをご存じですか。

それは、環境を守るために、いつもの運転をちょっと工夫する、誰にでもできる簡単な運転方法。

たとえば、アクセルをゆっくり踏んだり、ブレーキを早めにゆっくり掛けたり。

ただそれだけで、CO₂の排出量が抑えられ燃費も向上します。穏やかな運転だから、安全運転にもつながります。



いつもの運転に、やさしさをプラス。 **エコドライブ10のすすめ**

7 **タイヤの空気圧から始める点検・整備**
タイヤの空気圧チェックを習慣づけましょう。

1 **ふんわりアクセル「eスタート」**
発進するときは、穏やかにアクセルを踏んで発進しましょう。

4 **エアコンの使用は適切に**
暖房のみ必要なときは、エアコンスイッチをOFFにしましょう。また、冷房が必要なときは、車内を冷やしすぎないようにしましょう。

8 **不要な荷物はおろそう**
運ぶ必要のない荷物は車からおろしましょう。スキーキャリアなどの外装品は、使用しないときには外しましょう。

2 **車間距離にゆとりをもって、
加速・減速の少ない運転**
走行中は、一定の速度で走ることが心げましょう。

5 **ムダなアイドリングはやめよう**
待ち合わせや荷物の積み下ろしなどによる駐停車の際は、アイドリングはやめましょう。^{※1}
エンジンをかけた後すぐに出発しましょう。^{※2}

9 **走行の妨げとなる駐車はやめよう**
迷惑駐車は、渋滞をもたらし、燃費を悪化させるのでやめましょう。

3 **減速時は早めにアクセルを離そう**
信号が変わるなど停止することがわかったら、早めにアクセルから足を離しましょう。
減速時はエンジンブレーキを活用しましょう。

6 **渋滞を避け、余裕をもって出発しよう**
出かける前に、渋滞・交通規制などの道路交通情報や、地図・カーナビなどを活用して、行き先やルートをあらかじめ確認し、時間に余裕をもって出発しましょう。

10 **自分の燃費を把握しよう**
自分の車の燃費を把握することを習慣にしましょう。

※1 交差点で自らエンジンを止める手動アイドリングストップは、以下の点で安全性に問題があるため注意しましょう。(自動アイドリングストップ機能搭載車は問題ありません)
・手動アイドリングストップ中に何度かブレーキを踏むとブレーキの効きが悪くなります。・慣れないと誤動作や発進遅れが生じます。またバッテリーなどの部品寿命の低下によりエンジンが再始動しない場合があります。
・エアバッグなどの安全装置や方向指示器などが作動しないため、先頭車両付近や坂道での手動アイドリングストップは避けましょう。
※2 -20℃程度の極寒冷地など特別な状況を除き、走りながら暖めるウォームアップ走行で充分です。

安全運転で楽しいドライブ!!

クルマの正しく安全な使い方については <http://www.anzen-untten.com>

JAMA 一般社団法人 日本自動車工業会
JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION, INC.

〒105-0012 東京都港区芝大門 1-1-30 日本自動車会館

CONTENTS

特集 若者とクルマ

若者に“クルマづくり”の素晴らしさを伝える 2
／愛知工業大学工学部機械学科教授 藤村 俊夫

若者のクルマへの興味・購買意欲を高める一考察 9
／株式会社三菱総合研究所戦略コンサルティング本部主席研究員 野呂 義久

連載 クルマの楽しさ、素晴らしさは 第60回

自動車部品のすべてがわかる「JAPIA Curation Center」 17
／JAMAGAZINE 編集室

記者の窓

「カーナビにひねくれる」 20
／北海道新聞社 桑折 しのぶ



表紙イラストレーション

クルマのある風景

むらかみ のりゆき
村上 紀行

東京藝術大学 美術学部

未来のクルマのカタチを想像させるような絵をかき、見る人が自由にイメージできるものを描かせていただきました。いろんなクルマがあったら愉快的気分になるでしょう。

『JAMAGAZINE』では表紙に、美術を専攻している大学生などの皆さんの作品を掲載しています。

若者に“クルマづくり”の素晴らしさを伝える

愛知工業大学 工学部機械学科教授 藤村 俊夫

1. はじめに

私は、自動車メーカーで30年間エンジン開発に従事した後、3年前より大学教員に転身した。大学では工学部機械学科に所属し、“ものづくりの楽しさ”と、“企業における現場での厳しさ”を学生に伝えたいと思っている。本特集のテーマは、若者に“クルマづくり”の素晴らしさを伝えるとなっているが、まず現在の若者のクルマ離れの要因について少し整理し、若者にクルマに興味を持たせるにはどうしたらいいか、そのうえでものづくりの大切さ、さらにはクルマづくりの素晴らしさを若者にどう伝えていくかを、若い学生に囲まれている教員の立場で紹介していきたい。

2. 若者のクルマ離れ

若者のクルマ離れに関してはいろいろな要素があると思うが、関連する論説等を見ると、クルマに興味がないわけではなく、買う余裕がないという内容のことが多い。ソニー損保保険の新成人のカーライフ意識調査においても、新成人56.7%が運転免許を保有（男性61.8%、女性51.6%。都市部42.2%、地方60.7%）し、クルマに対する興味はあるが、所有するだけの経済的余裕がないとの結果である。クルマを所有するには、免許取得費用、

購入費用、維持費、税金（消費税、自動車取得税、自動車税、軽自動車税、自動車重量税）、保険、駐車場代と、とにかくお金がかかる。バブル景気に沸く1980年代においては、若者は頑張っただけで働き衣食を節約しながらでもクルマを所有する価値を見出していた。1990年代以降デフレ時代に突入し、高額商品どころか一般消費が大きく落ち込む中では、運転を楽しむ目的で高額なクルマを購入するのは、一部のプレミアム層だけで、若者の大半はクルマを移動手段として考えるようになり、一般交通機関があればそれで十分で、むしろスマートフォンや少額の趣向品にお金を使ったほうが良いという指向になってきた。また、今の若者は、将来にむけての不安も大きく、正規従業員として仕事についていても、給料の残金はわずかで、それらは将来のための貯蓄に回している。特に、最近社会問題になっているが、学生時代に奨学金を借りている若者は、その返済に困窮し余裕などまったくなく、契約社員になると状況はさらに厳しい。

アベノミクスでデフレから脱却し、景気回復に向けた兆候が表れ始めているが、はたして景気が回復したときに、若者に余裕が生まれクルマを購入できるかということ、たぶんそう単純ではなく、賃金アップ、税制の見直し等も含め、若者の生活向上に向けた施策をアベノミクスの中で強力に推進する必要があるように思う。さらには、クルマを「移動手段」、あるいは「乗って楽しむ」のい

ずれで考えるにしても、若者がほしくなるようなクルマの開発が重要である。現在、乗って楽しめるクルマがあるかという、少なくとも高価なスポーツカーはあっても、若者の手に届く、かっこいいクーペやスポーツカーは見当たらない。彼らに余裕ができて、喉から手が出るほどほしいクルマがないのも現状のようだ。自動車メーカーが、若者に魅力を感じさせるクルマを、手ごろな価格で提供していくことも急務であると考え。

3. 多くの若者にクルマに深く興味をもたせるためには

先日、機械学科の1年生、4年生の学生それぞれ30名に、クルマへの興味の有無とその理由についてアンケートをとってみた。1年生の70%は興味あると回答し、理由は「自由に移動できる」、「乗って楽しそう」、「自分で操れる」、「スピード感」、「自分の空間が作れる(オーディオが楽しめる等)」等で、今はお金も免許もないので買えないが、乗ってワクワクするようなかっこいいクルマがあればほしいという意見がけっこうあった。一方、4年生では、興味ある学生は90%に増加し、30%がクルマを保有している。興味を持つ理由には、「メカが好き」、「レースができる」、「改造して自分の好みに変えられる」等が先の理由に加わる。クルマを保有する学生の一部は、バイトで費用を捻出し10年くらい前の中古のクーペやミニバンを改造して楽しんでおり、「昔のクルマは斬新なスタイルのものが多く、今は魅力のあるクルマがない、女の子受けするようなクルマばかりです」と不満そうに言ってくるものもある。それ以外の大半の学生は通学の便利な手段として、2BOXタイプの軽自動車に乗っているが、ほとんどが親のすねかじりである。また、興味がない理由では、「値

図1●「Honda S660 CONCEPT」



写真提供：本田技研工業

段が高く所有できそうもないから」というのが大半を占め、「危険だから」という意見もあった。興味がない学生も、手ごろな価格になれば興味を持てるということでもある。軽自動車は税金が上がるといっても、普通車に比べれば圧倒的に安く、維持費負担も少ないため、魅力ある独創的なものがでてくれば、多くの若者(一般層)の支持を受ける可能性は高い。例えば、昨年の東京モーターショーで出品されたS660 CONCEPT(図1)、コペン、あるいはすでに販売されているハスラーは学生の人気非常に高く、クルマを「足代わり」と考えている大半の学生も「乗って楽しみたい」に“Change Mind”するかもしれない。

彼ら学生の大半はクルマになんらかの興味を持っているものの、クルマの本来のおもしろみや奥深さをあまり知らないように感じる。

では、若者にどうしたらクルマを単なる移動手段のみならず、楽しむ道具としてもとらえてもらえるようになるのか考えてみたい。

日本では、地形的な要因も含め交通インフラの整備水準は欧米に比べると低い。そのため、走って楽しいクルマを作ってもそれを体感できる道路環境が十分整っていないのが実情であり、その整備水準の差は年々拡大しているとの調査報告もある。

欧州では、一般のドライバーでも日本人に比べ

運転ははるかにうまく、クルマの操作を楽しんでいる。それはおもいきり運転できる道路環境が整備されているからにはかならない。各国の市街の制限速度は日本と同等の50~60km/hであるが、郊外の制限速度はおおよそ80~100km/hと日本に比べ高い設定となっている。運転がうまいということは、クルマのポテンシャル、自分の技量もよくわかっているから、無謀な運転はしないし、車両性能への要求レベルも高い。また、欧州では乗用車の50%がディーゼルであるにもかかわらず、日本では悪いイメージしか持たれていなかった(最近ではマツダのSKY-ACTIVEが頑張っているおかげで少しは良くなったが)。ヨーロッパで1週間程度ガソリン車とディーゼル車を乗り比べれば、圧倒的にディーゼルの走りの楽しさ、素晴らしさに気づくが、これも欧州の道路環境が優れているからにはかならない。ディーゼル車を日本で広めるためには、そういう道路環境整備が必要であり、ガソリン車も含めたクルマファンを増やすためにも同じことが言える。政治、行政に先をみてしっかり対応してもらいたいと考える。

楽しさを実感する場の提供という意味では、クルマに試乗する機会を増やすことも重要である。最近は何んでもインターネットを使って、画面で現物確認もせず購入することに慣れているが、現物にふれ実際に運転してみる機会を与えると、購入意欲がわく若者も増えると思う。例えば、販売店主催でオンロード、オフロードコースを使った若者向けのイベントがあっても良い。ウイークエンドレーサーを増やす企画も良い。スポーティな小型車、軽自動車の1メーカーレースなどもおもしろい。すでにそういうイベントもあると思うが、もっと若者向けに宣伝をして興味を駆り立て、気軽に参加できるものが頻繁にあると良いと思う。

クルマのコマーシャルに関しても、走りの素晴らしさ、マニアックさを訴求するようなものがあるとおもしろいと思う。ドイツメーカーはそのあたりが非常にうまく、メカ好きの若者の心をくすぐっていることは間違いない。

次に工学系の大学で何ができるか考えてみたい。大学でエンジン、クルマに関する講座を設けることは、学生に強い興味を持たすための大きな「きっかけづくり」になる。

現在私が受け持つ授業として、1年生前期の創造セミナーでは660cc軽自動車用エンジンの分解・組み付けを行い、余った時間で、学生フォーミュラカー(詳細は後述)を前にして、構造の説明を行っている。受講学生からは「ボルトが多くてたいへんだと思ったけど、手順通りにやればうまくできたので楽しかった。エンジン、クルマにすごく興味を持った。」というような感想が多い。

2年生では熱力学の基礎と熱機関の理論を一生懸命教えるが、残念ながら彼らにとっては眠たくてしょうがない授業のようである。

3年前期の自動車工学概論では、エンジンの構造・機能、クルマの安全装置について教えている。エンジン内の燃焼メカニズム、安全装置(ABS、VSC、プリクラッシュセーフティ)の作動メカニズム等を動画を使って説明することで、おしゃべり、居眠りする学生もなく、よく聞いてくれる。

3年後期の機械工学実験では、ディーゼルエンジンを用いた電子制御実験とエンジンの熱効率を学ぶ実験を行っている。しっかり調べて、マニアックなレポートを提出する学生も多い。

私の研究室を希望してくる4年生は、先の自動車工学概論の授業を受けて、エンジン、クルマにすごく興味を持ったという者がほとんどである。

このように、彼らにとって初めてのものでも「見

せる、触れさせる、動かす」という機会を授業の中に織り込むことで、機械、エンジン、クルマに深い興味を持ってくれることを実感しているし、今後も関連した授業を増やしていきたいと思う。また、座学だけでは学生にとって生きた学問にならないことも、これらの授業を通してよくわかった。

4. 若者に伝えたい クルマづくりの素晴らしさとは

最近では、携帯端末、インターネットの普及により、部屋に居ながらにしてバーチャルの世界でさまざまなものを楽しむことができるが、満足度、本人の知識の向上、創造力の向上という観点では、現物対象の世界とはほど遠く、多くは期待できないように思える。

前章でも述べたが、大学においては、実際にモノに触れさせ、素晴らしさを体感させ、そこから興味をもたせる。さらに、対象はなんでもよいので実際に作って動かすところまでの経験をさせると、ものの見方、興味の持ち方も深くなり、将来素晴らしい技術を開発する素養を学べると思う。またその対象がクルマであれば、作って、乗って、走らせて、改造して、いろいろな楽しみ方ができるため、興味はどんどん広がり、夢も膨らむ。

私の研究室では、エンジンの熱効率改善を研究対象として、クルマ好きの総勢17人の学生と卒論、修論研究を一緒に進めている。一方、全日本学生フォーミュラ大会参加に向けた、学生フォーミュラ研究会（クラブ活動）のファカルティアドバイザーも務めており、こちらは現在総勢21名の会員がいる。ともに「見る」、「触れる」、「画く」、「作る」、「動かす」、「確認する」、「改良する」を実践させている。

全日本学生フォーミュラ大会とは、学生のもの

づくりの総合力を競い、将来の若手エンジニアの育成を目的とする、公益社団法人自動車技術会主催のイベントである。

ここで、学生フォーミュラ研究会の活動についてふれてみたい。まず、学生たち自らが作ったフォーミュラカーが、乗用車並みの速度で走れるというのは画期的なことである。4年間という短い期間で非常に密度の高い経験をし、これをやりきると大きな自信につながる。何も無いところから始めるので、トレッド、ホイールベース、ボディー構造、サスペンションアーム構造、エンジン選定、エンジン吸排気系、冷却系、潤滑系、ドライブトレイン系、燃料系すべての諸元を決め、パーツを設計、製作することになるが、適当に他大学のマシンをまねて作れるというものではない。まずは他大学のマシンをよく調べ（彼らにはベンチマーキングと教えている）、専門書を読み、ある程度理解してから企画構想検討を行い、基本コンセプトを決定したうえで、基本設計の検討を開始する。車両剛性と軽量化、サスペンションジオメトリ等を考慮し、設計段階では3D-CAD、CAEと格闘しながら部品を形にしていく。いろいろ考えることで、創造力も養えるし、ここで得た専門知識は実践に使い、頭に残る。マシンの製作には時

図2●フォーミュラマシン試運転のようす



図3●2013年 第11回全日本学生フォーミュラ大会参戦のようす



間制約があるため、計画の立案、進捗管理が重要で、リーダー中心に進めていく。メーカーに加工依頼する場合は、納期調整・フォローも重要になる。ひとつの部品を完成させるのに、学生が静岡、浜松、大阪のメーカーに部品を持ち回ったこともあったが、このような苦労も勉強になる。部品、ボディーが完成し、組み付けが完了してもまだ終わりではなく、走行させるとさまざまな問題が発生する(図2)。但し、自分たちの作ったクルマが走るレベルまで到達し、モチベーションはかなり上がっているのので、彼らは昼夜を問わず解析し、限りある時間と闘いながら改良につぐ改良を自主

的に進めていく。ここまできると本物である。クルマのことが凄く好きだからこそ没頭する。上級生は下級生に技術の伝承を行い、ここでは教えることが上級生の勉強にもなる。まさに、自動車メーカーでの開発段階におけるPDCAを、1年サイクルで回しているわけである。

昨年は新マシンを手がけて2年目にして、9月の大会で全種目の競技に参加し、目標としていた約20kmの耐久種目を完走した(図3、4)。彼らの喜びよう、笑顔を見ているとこちらもうれしくなり、彼らの苦労がようやく実を結んだことに感動したものだ。彼らが、クルマづくりを通して成長

図4●第11回 全日本学生フォーミュラ大会耐久走行完走後の記念撮影



し、たくましくなっていくのを見ていると、教員になって本当に良かったと思える。「マシン製作を通して普通の学生では決して経験できない多くのことを学び、最後に走りきってメンバー全員で最高の達成感を味わう」、これこそが私が彼らに伝えたいクルマづくりの素晴らしさである。この経験の中で彼らは専門知識のみならず、マネージメント能力、あきらめない気持ち、粘り強さ、創造力も養うことができ、社会に出ていかなる職種においても即戦力になれるものとする。無限のポテンシャルを持っている若者に、ものづくりというキーワードに興味をあおり、クルマづくりを経験させることが、将来のクルマづくりに関わる技術者の卵の育成と、心底クルマが好きな若者の増加につながると思う。

5. 学生に託す未来のクルマ

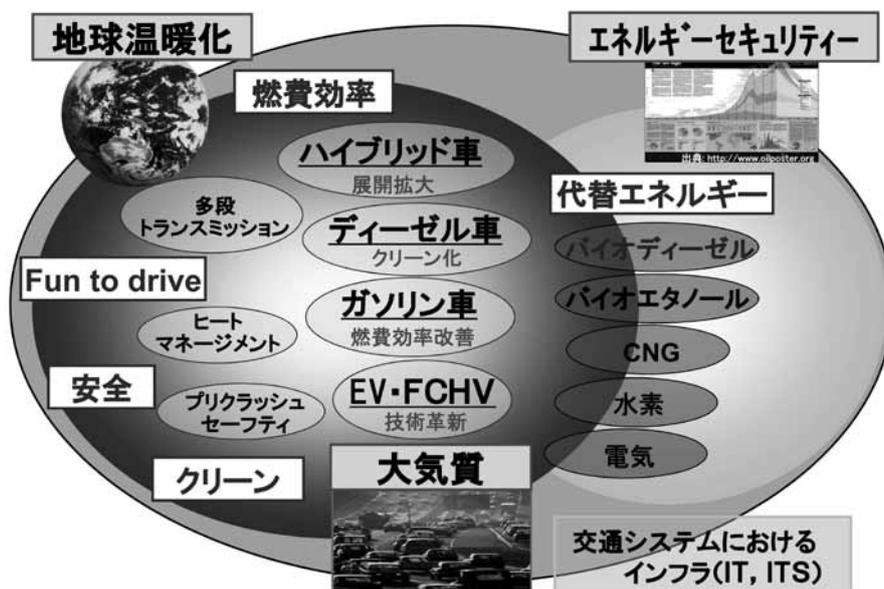
未来のクルマとはどのようなものか、少し整理してみたい。「感動を与えるクルマ」、「手軽に購入できるクルマ」、「好きなところに指示すれば連

れて行ってくれるクルマ」、「ぶつからないクルマ」、「運転が下手でもうまくサーキットを走れるクルマ」、「乗ると元気・美人になるクルマ」、「走れば走るほど大気が浄化されるクルマ」、「燃料費がかからないクルマ」、「空飛ぶクルマ」、「どんなエネルギーでも走れるクルマ」。このように、夢のようなものから実現可能なものまでさまざまなものが考えられる（一部はカーメーカーの引用）。

一方、これらを具体化するには、燃料供給インフラ、交通インフラ、各種税制・規制、バス・鉄道輸送との関係等、解決すべきさまざまな課題が関わってくる。

自動車、飛行機、船の中でプライベートでの免許保有者は自動車が圧倒的に多く、理由は言うまでもなく、免許取得、維持が比較的容易ということである。われわれにとって身近なクルマを①乗って楽しむ、②移動手段、③それぞれを兼ね備えたものと分類はできるが、いずれにしても、環境に優しい、維持費が安い、安全・安心、運転が楽、コストパフォーマンスが高い、交通弱者に優しいというような観点で、未来に向けたさらなる進

図5●クルマを取り巻く環境とこれからの技術開発



化が必要であることは間違いない。

昨今、自動運転がクローズアップされており、究極の姿は目的地を設定すればドアツードアで乗せて行ってくれるもので、クルマとIT、ITSを融合した総合技術が必要になる。インフラ協調型、自立型に分けられるようだが、現実的なところでの自動運転技術はあくまで運転支援技術（スキル、安全）という意見もあり、これまでもABS、TCS、プリクラッシュセーフティ等の支援技術が実用化されている。

次にクルマはどんなエネルギー、動力源を使っていくのか？ 自動車を取り巻く環境として、地球温暖化、エネルギーセキュリティー、大気質という問題があることは周知のことであるが、環境に優しく、安全でかつ燃料の多様化にも対応できるものが必要である。従来のディーゼルエンジン車、ガソリンエンジン車がさらなる低燃費、高出力、低排気ガスという観点で改良され、燃料多様化に対応したエタノールエンジン車、天然ガスエンジン車、水素エンジン車、HV、FCHV、EVが加わりそれぞれ進化を遂げていくことになる（図5）。

近い将来、これら多様な動力源を持ったクルマをベースとして、①乗って楽しむクルマ、②移動手段のクルマ、③それぞれを兼ね備えたクルマが発展し、そこに④運転支援技術、⑤自動運転技術が徐々に融合していくものと考えている。

ものづくり、クルマづくりを経験し、クルマが大好きな若者たちは、仕事でという観点よりもむしろ、自分の夢の実現という観点で熱意と粘り強さをもって研究開発に取り組み、素晴らしいクルマを社会に提供してくれると思う。そんな彼らに、まさにクルマ開発の原点とも言うべき、「人間の感性への刺激」にこだわったクルマづくりを託したいと考える。プライベートで保有可能な、自由

自在に操れる最高の遊び道具ができると良い。

6. まとめ

若い学生に囲まれている教員の立場で、若者に伝えたいクルマづくりの楽しさについて普段思っていることをまとめてみた。日本という国がこれからも技術立国であり続けるためには、あらゆるジャンルの先進技術を世界に先駆けて開発していく必要がある。そんな中、大学ではものづくりを基本とした教育カリキュラムを、どんどん組み入れるという動きが加速している。私が教鞭をとる愛知工業大学も、クルマ城下町の豊田市にあって、ものづくりを重要視した教育を実践している。

大学教員になって強く感じたのは、若い学生にもものづくりに触れさせる機会を増やし、構造、機能、おもしろさに興味を持たせることが極めて重要ということである。そこにクルマというものを組み入れれば、クルマづくりへの関心は非常に強いものとなり、将来自動車メーカーで、未来のクルマ開発において活躍できる人材を育成することにもつながると考える。若者にクルマに深い興味を持たせ、身近なもの、手の届くものにとらえてもらうためには、さまざまな課題に対する施策を官民学が一体となって実行する必要があると思うが、大学でできることは最大限推進し、クルマファンをこれからも増やしていきたいと思う。

（ふじむら としお）

若者のクルマへの興味・ 購買意欲を高める一考察

株式会社 三菱総合研究所 戦略コンサルティング本部 主席研究員 野呂 義久

1. はじめに

若者のクルマ離れが指摘されるようになってから久しい。確かに統計からみても、若者が免許を取らなくなった、クルマを持たなくなったという傾向はあるようだ。各種の調査会社が公表しているアンケート調査結果をみても、クルマに興味を持たなくなったという傾向を示すものが多い。マーケティング関係者や評論家など、すでにさまざまな分野で分析され、語られてきたテーマではあ

るが、今一度、事実関係を概観するところから始めたい。

2. 「クルマ離れ」は 若者だけの現象か

若者がクルマを持たなくなった傾向についてみる場合、日本自動車工業会が実施している「乗用車市場動向調査」の結果がよく使われている。ここでも、この調査結果を加工して検証してみる。

同調査では、世帯が保有する乗用車の主運転者の年齢別の構成比を時系列推移で公表している。

図1●年齢別 人口1000人当たり保有台数（推計値）：主運転者ベース



出所：日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」その他から三菱総合研究所作成

これを各年齢層の保有台数に置きなおし、さらにそれぞれの人口で割ることで、主運転者としての各年齢層の乗用車保有率を推計したものが図1である（なお、この推計は種々の仮定を置いたものであり、相対的な変化と大まかな水準を見るためのものである）。

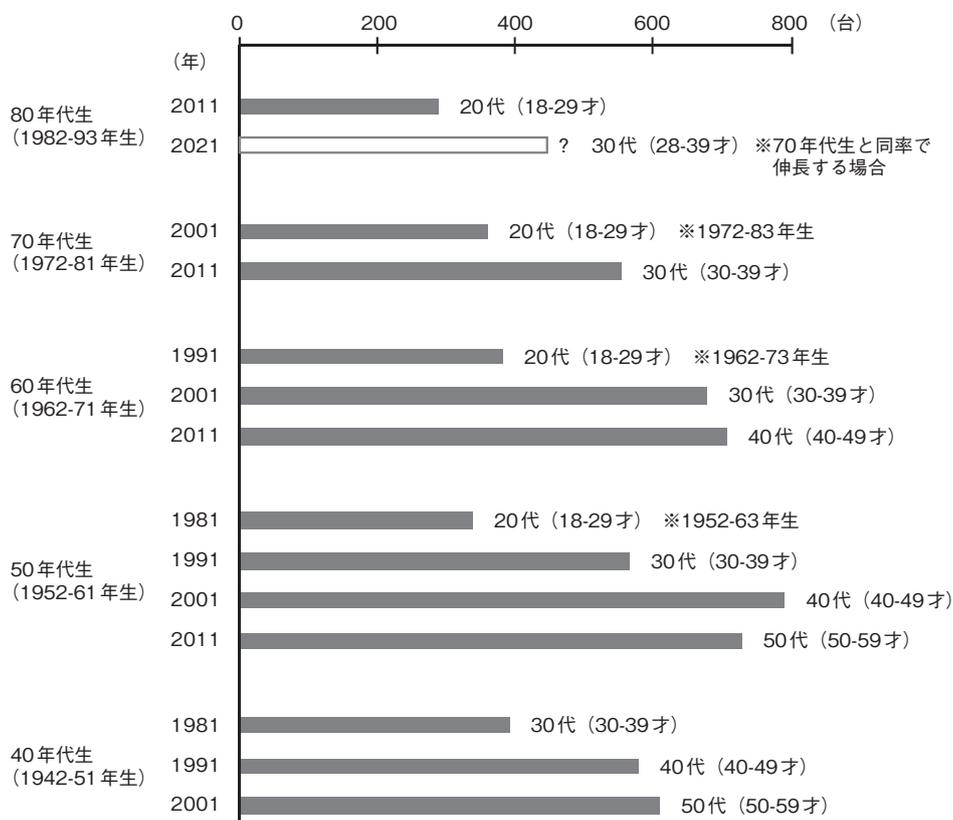
20代の保有率をみると、1991年以降、特に2001年から2011年にかけて、自動車保有率は低下しており、確かに若者のクルマ離れは進行しているようだ。しかしながら2001年以降は、30代、40代においても保有率が低下していることも同時に見て取れる。この年齢層は90年代の保有率上昇から2000年代に減少に転じており、その変わりぶりは20代よりもむしろ目を引く。この間、唯一保有率が上昇しているのは50才以上の年齢層のみである。団塊の世代、ポスト団塊の世代がこの年齢層に加わっていくことで、保有率が上昇しているの

である。従って、確かに若者のクルマ離れは生じているが、あえて同じ表現をするならば、「中高年のクルマ離れ」も始まっている、といえるかもしれない。「若者のクルマ離れ」に対する若者からの反論として「もともとクルマに興味を持っていなかったもので、離れたわけではない」といった趣旨の発言がネット上で散見されるが、実態としては30代、40代で本物のクルマ離れが進行している可能性がある。

さらに、同じデータを各コーホートごとに並べなおし、その推移をみると図2のようになる。

コーホート別にみると、現在50代の1950年代生まれのコーホートにおいて2000年代に入って保有率が低下に転じている。このコーホートは1981年に20代だった世代であり、若者がマーケティングのターゲットとしてクローズアップされ始めた世代である。このコーホートこそ最もクルマを保有

図2●コーホート別 人口1000人当たり保有台数（推計値）：主運転者ベース



出所：日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」その他から三菱総合研究所作成

し、40代になるまで保有率を高めてきた世代である。この世代が2000年代に入り一転して保有率を低下させていたことになる。

現在40代の1960年代生まれは、2000年代に入って若干保有率を高めているものの、1950年代生まれや1940年代生まれが見せたような、30代から40代にかけての伸び率よりもはるかに小幅である。このコーホートにおいても、そろそろクルマ離れの兆しが表れ始めている可能性がある。

1980年代に自動車保有母体の拡大を担ったのは団塊の世代を含む1940年代生まれ、及び戦後世代の1950年代生まれのコーホートである。そして、バブル崩壊後の1990年代に保有母体を拡大したのは1950年代生まれと、いわゆる新人類の1960年代生まれだった。これらの層が中高年となり保有率の拡大が鈍化する中、2000年代に保有母体を純増させたのは70年代生まれのいわゆるロスジェネと呼ばれるコーホートのみだったことがわかる。70年代生まれのコーホートは、2001年時点で20代になっていた世代であり、90年代後半以降の就職氷河期に直面した世代である。その上の60年代生まれや50年代生まれよりも自動車保有率は低いが、それでも20代から30代へと移行する中で、自動車保有母体の拡大を担ったことになる。

中高年の保有率上昇が飽和しつつあることは、今後の国内自動車市場を考えるうえで懸念点である。しかしながら、一方で、中高年の保有率はすでに高水準にあるのも事実である。そのような状況であるからこそ、今の20代及び30代に、今後の保有母体の拡大を期待せざるを得ないというのが今の日本の状況といえる。特に80年代生まれのコーホートが、20代から30代になる今後の10年間に、70年代生まれと同じ程度に保有率が伸長することを期待せざるを得ない。近年、若者のクルマ離れに関する議論が絶えないのは、その危惧の表れであると考えられるだろう。

3. 若者のクルマ離れに関する社会学的な視点

若者がクルマを持つ割合は確かに低下している。その要因が所得の減少など経済的な問題であることは直観的にも明らかである。以下では、改めて若者の置かれている状況について、社会学ではどのような議論がなされているかを概観し、自動車ニーズへの影響を考えたい。

「若者」という用語は、定義が曖昧な言葉であり、10代を指す場合があるし、30代前半までを含むこともある。社会学的にみた場合、「若者」とは、子どもから大人になる過渡期として位置づけられる。子どもから大人になる過渡期では、学校を卒業して就職し経済的に自立する、親元から離れる（離家）、さらには結婚し独立した家族を形成するなどの一連の出来事が起こる、と期待される。この人生の過渡期の渦中にある状況こそが若者なのである。

そして、1990年代後半から、若者の就職や離家に関わる社会状況が急速に変わりつつある。端的には、就職氷河期、非正規雇用の増大などに示されるような、特に若者にとって状況がより厳しくなる変化である。今の中高年が若かったころと比べると、状況は大きく変わっている。

もちろんこの背景には景気悪化などの比較的短期の要因もあるのだが、むしろわれわれが感覚的に感じ取っているように、経済・社会の構造的な変化による部分が大きい。単純労働の海外への移転や製造業からサービス業へのシフトなど、20年前と比べると、経済も社会も様変わりしたと改めて感じることも多い。

当然、企業が求める人材も、これに伴って変化している。より高学歴で専門性の高い社員を求める動きである。このことを背景として、全体として急速な高学歴化が進んでいる。例えば大学・短大への進学率は1990年に35%程度だったのが2010

年には60%弱まで上昇した。もちろん、親世代が豊かになり、ゆとりが生まれたことも背景にあるのだが、むしろ専門性の高い労働力を求める度合いが強まってきていることの影響が大きい。

ここで若者にとって不幸なのは、全体的な高学歴化は、希少だったかつての高学歴のような有利な立場をもたらさないという、いわば「合成の誤謬」である。山田昌弘教授をはじめとする社会学者が指摘するように、高学歴化はよりよい就職のための必要条件ではあるが、社会全体での高学歴化は就職での競争を激化させるだけであり、十分条件ではなくなる。高学歴化は必ずしも確実な人生設計を保障するものではなくなりつつある。就職氷河期でわれわれが目にしたのは、まさにこの状況なのである。経済や社会が厳しくなる中、より良い就職をするには専門性の高い教育を受ける必要があるが、教育を受けることのコストは悪化してきているし、さらには失敗する可能性すなわちリスクも増大しているのだ。

進学率の上昇は、それ自体が就職する年齢、結婚する年齢を上昇させる要因となる。加えて不確実な経済状況、リスクの増大、不透明な人生といった要素も、晩婚化や少子化の背景となる。

これらの就学期間の長期化、親との同居の長期化などは、自動車の需要にとってマイナスの影響を持つ。個々の消費者のミクロ的な観点でみると、「就職した」「就職してお金の余裕ができた」「結婚した」「子どもが生まれた」などをきっかけとして「クルマが必要になる」あるいは「ほしかったクルマを入手する」ことは多い。そのため、就職あるいは結婚して親元から離れるのが遅くなる傾向は、自動車需要を縮小させる要因となりかねない。

加えて、個々人の感じる主観的なリスクの増大も、自動車から遠ざかる理由になっているのではないだろうか。1990年代後半から「自己責任」という言葉が一般化したことが端的に示すように、経済・社会において個人が負うリスクは増大して

いる。日常のちょっとしたミスが人生に大きな影響を及ぼしかねない。先行きの不透明感は、若者に限らず中高年をも保守化させている。高額で維持費もかかり、事故の可能性もあるクルマを持つことにリスクを感じる消費者が増えているとしても不思議ではない。

グローバルな規模で経済社会の構造が変わり、リスクが増大しつつある中、ライフコースの分岐点に立つ若者はその影響を特に受けやすい。リスクを意識せざるを得ない状況が、自動車との関わりを弱めさせている、とみることができるのではないだろうか。

ただ、ここで注意しなくてはならないのは、これらの経済・社会の構造変化、個人が負うリスクの増大は、日本に限ったことではなく、世界的に、特に欧米先進国全体に共通しているということである。われわれは、得てして日本固有の特殊な要因で状況が悪化していると考えがちである。確かに歴史背景、経済構造や政策対応などの違いから影響の出方は異なる部分はあるが、直面している大きな構造要因は類似している。むしろ欧州では1970年代以降のいわゆるユーロペシズムの時代に若年失業率の上昇を経験しており、その点では日本より先行していたともいえるし、近年においても米国、欧州の金融危機は類似の影響を及ぼしている。

ここ数年、種々のメディアにおいて「米国でも若者のクルマ離れ」、「同様の動きはイギリス、イタリア、カナダ、韓国等でも」といった記事が散見され、その要因をネットや携帯電話の普及に求める論調を目にする。その真偽はともかくとして、仮に海外においてクルマ離れが発生しているとしても、日本と類似の、より大きな社会構造の変化によるものと考えれば納得できる部分もある。もちろん、公共交通機関が発達し、相対的に自動車への依存度が低い日本において特に「若者のクルマ離れ」が進行しやすいことを考えると、

クルマ離れについては日本が先行している可能性は高いのだが。

4. 若者はクルマをどのようにとらえているか

若者の置かれた状況を経済・社会の構造的な視点でみていくと、悲観的にならざるを得ない。グローバルな構造変化は現在進行形であり、今後、一層「若者のクルマ離れ」を強める可能性がある。そのような逆風の環境の中で、自動車業界、自動車メーカーにとって可能な施策とは何だろうか。

以下では、小規模ではあるが、ごく最近実施したアンケート調査結果をみつつ、そのヒントを探りたい。

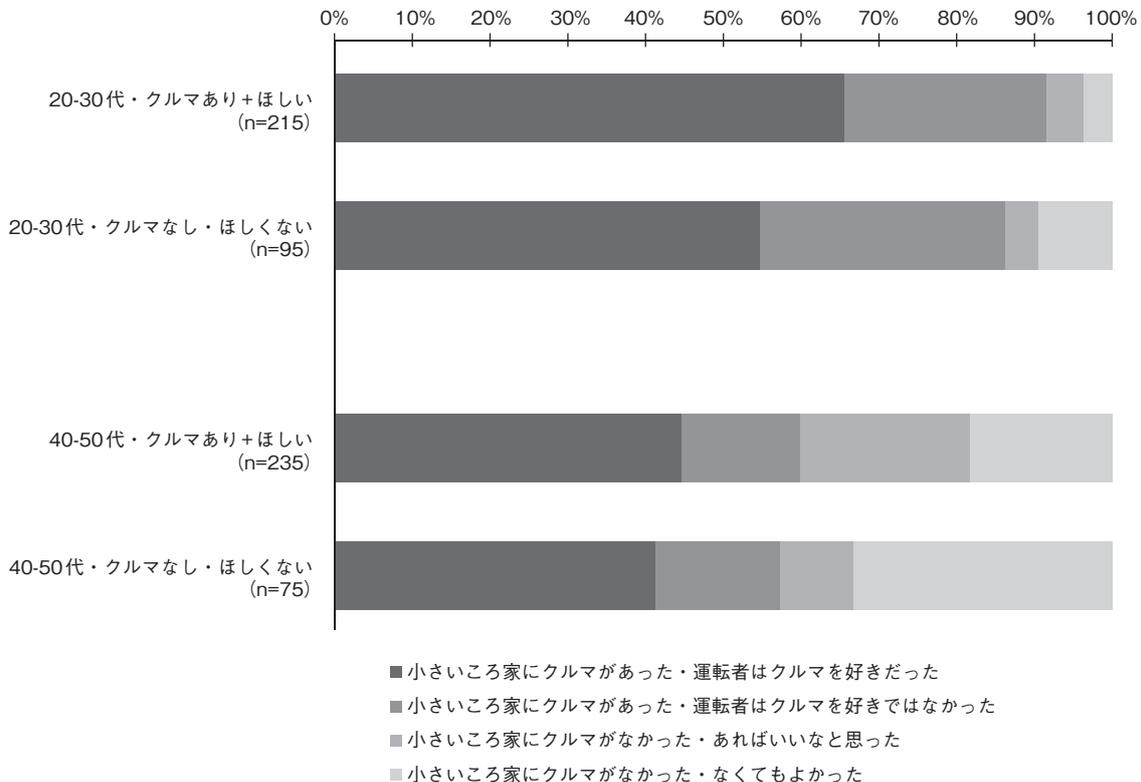
図3は、その調査結果のひとつである。まず、年代別に、「現在、自分のクルマを持っている」もしくは「自分のクルマをほしい」のグループと、「クルマを持っていない」かつ「クルマをほしくない

と思わない」のグループに分けている。そしてそれぞれについて、「小さいころ（小学生以下のころ）、家にクルマがあったか否か」、「そのクルマを運転していた家族は、クルマが好きな人だったか否か」を集計したものである。

20-30代、40-50代ともに、「小さいころ家にクルマがあった」とする回答者の方が、クルマを持っている、あるいはほしいとする割合が高いことがわかる。小さいころに家にクルマがあったという経験は、その後のクルマの保有にプラスに作用する。この点では、すでに自動車普及した状況で育った今の若者世代の方がむしろプラス要因となる。

また、20-30代では、「小さいころ、クルマを運転していた家族（ほとんどが父）は、クルマが好きだった」とする回答者の方が、クルマを保有あるいはほしいとする割合は高い。逆に「小さいころ、クルマを運転していた家族は、クルマが好き

図3●クルマの保有・購入意向状況と小さいころのクルマ保有状況（2014年調査）



出所：三菱総合研究所

ではなかった」とする回答者は、現在非保有あるいはほしくないとする割合が若干高くなる。その理由に関する自由記述回答をみると、ドライブに連れて行ってもらった思い出などがプラスに作用しているようである。このことから、20-30代においては、父親（もしくは母親）がつまらなそうにクルマを運転していたか、好んでクルマを運転していたかがその後の「クルマ離れするか否か」に影響している、と仮説的にいえるだろう。その意味では、中高年の親世代が、家族を乗せて楽しんで運転できるクルマであることが重要（だった）といえるかもしれない。

ちなみに自動車の普及状況を反映し、40-50代は小さいころクルマがなかったとする回答者の割合が高いが、現時点でクルマを持っているあるいはほしいとするグループにおいて「小さいころ、クルマがあればいいなと思った」とする割合が顕著に大きい。自動車の普及率が低かった時代、「よそもクルマがないのでなくてもよかった」とする回答はもともと多いが、それでもクルマがあればいいなと思ったか否かが、現時点でのクルマの保有あるいはほしいと思う気持ちに影響しているようだ。

今の20代が「今は家族のクルマを使っているが、自分のクルマがほしい」と言っている場合の理由をみると、「使いたいと思ったときに使える」、「その方が便利」という回答が多い。中には「趣味の道具としてクルマが必要」、「クルマが好き」、「好きなクルマに乗りたいから」、「自分のクルマがあるってだけでうれしい」といった回答も見受けられる。ちなみに30代になると「子どもの習い事の送り迎え」や「親の介護のため」といった家族の理由があげられるようになる。これに対して20代は生活の自由さ、豊かさの延長上としてクルマがほしいという傾向になるのである。

すでに20代でクルマを持っている人がクルマを持つことになったきっかけとしてあげているのは

「就職した」（就職して金銭面での余裕ができた、の意味も含まれる）や「転勤して必要になった」「結婚して引っ越したため」といった理由が多い。こういったライフステージの変化による影響が大きいことを改めて確認できる。

他方、20代でクルマを持ちたくないとする理由は、圧倒的に「維持費が高い」が多く、次いで「値段が高い」といった経済的な理由が続く。そもそも運転をしたくない理由としては、「運転が好きではない」「事故が怖い」「運転が苦手」「自信がない」が多くあげられている。経済的な理由はともかく、運転がうまくなるための支援や安全運転のコツを広め、さらには予防安全性の向上のための技術を導入することで需要を開拓する余地があるように思える。

ちなみに、「小さいころに家族が乗っていたクルマと同じタイプのクルマをほしいと思うか」との問いに対しては、75%程度が否定的である。そのクルマを運転していた家族（ほとんどが父親）がクルマを好きだった場合、同じクルマにしたいという肯定的な回答は若干増えるものの、差は小さい。また、この比率は年代別にほぼ同じである。父親と違うクルマにしたい理由としては、20代では「趣味が違う」「セダンが若者らしくない」「小さいクルマの方が運転しやすい」といった回答である。20代はミニバンや軽自動車を好む傾向があり、スポーツカーや「速いクルマ」は少数派である。決して親子関係が悪いためではないようだが、親との距離をとりつつある微妙さをうかがわせる。

先ほど、家族のクルマを借りて使う習慣のある若者が、いずれは自分のクルマをほしいと思う場合の理由をみたが、家族のクルマを使っている若者は自分のクルマをほしいと思う傾向が強めなのである。冒頭では「主運転者としての保有率」のデータをみたが、若者の中で「自分のクルマはないが、家族のクルマを借りて使っている」とい

う割合はどの程度いるだろうか。三菱総合研究所が「生活者市場予測システム (mif)」として実施している3万人規模のアンケート調査結果から、2013年時点の年齢別の自動車保有状況をみると、図4のようになる。20代は確かに自分のクルマを持っている割合は低いが、「家族と共用のクルマ」すなわち家族のどれかが持っているクルマを使っている割合をそれに加えると、割合は倍増することがわかる。

先ほどみたように、クルマに接している経験は、いずれ自分のクルマがほしいと思う要因のひとつとなる。現在20代の若者の多くが、将来的に自動車を持つようになる可能性が残されていることを示唆しているのではないだろうか。

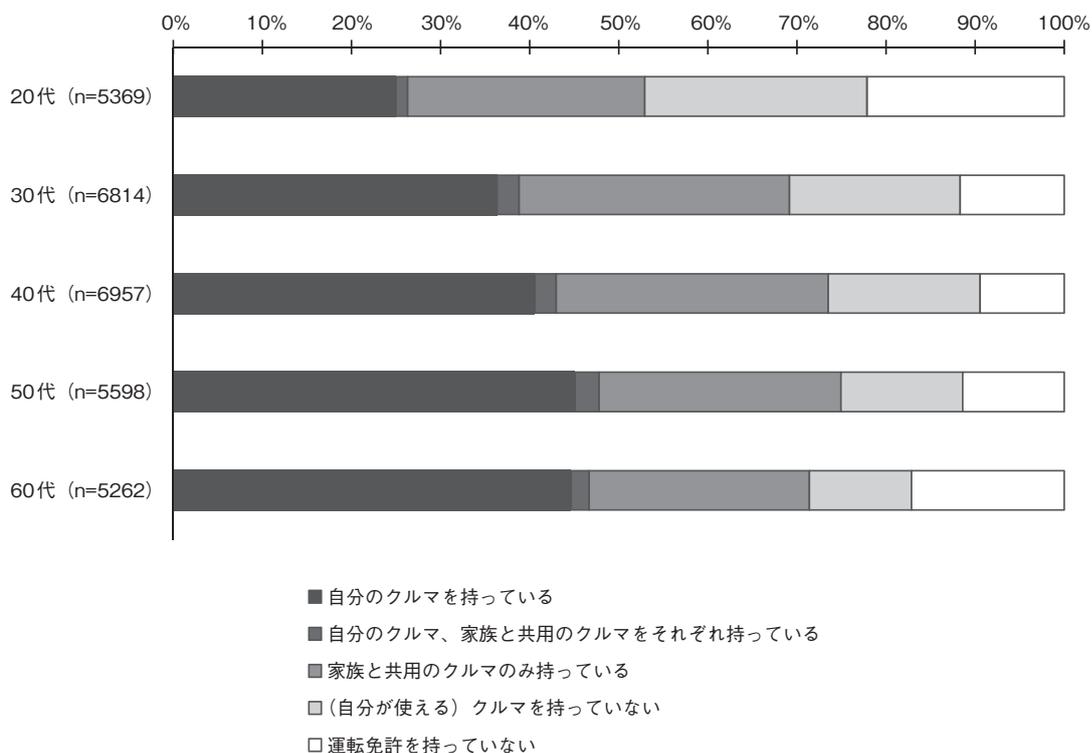
5. 自己アイデンティティの時代における自動車

社会学では「自己アイデンティティ」に関しても議論が行われている。「近代」がさらに高度化

した「ハイ・モダニティ」(高度近代)あるいは「後期モダニティ」と呼ばれる現代においては、かつての地縁や血縁などを基盤とする共同体意識は確実に弱まっている。そのため人は、自分がどのように生きていくかを自分で考え、できるだけそれにしがたって生きていくこと、日常を過ごしていくことが求められるようになっている、という議論である。

共同体の規範が強かった状態では、人がどのように育ち、成人していくかといったライフコースは、今よりも安定的で自明のものだった。日本では、終身雇用や年功序列といった仕組みを持つことにより、企業が共同体としての機能を有している、とも言われてきた。しかしながら1990年代後半から、企業の共同体としての機能も弱まりつつある。企業を含め社会全般で共同体意識が弱まる中、それぞれのライフコースを自分で設計し、自己責任で実践していくことが求められる、そのような傾向が一層強まっている。自分が何者である

図4●年齢別 自動車の保有状況 (2013年調査)



出所：三菱総合研究所「生活者市場予測システム (mif)」

か、すなわち自己アイデンティティを考え、自分で実践しなければならない。

衣服がそうであるように、昔から自動車は自己表現のための重要なアイテムである。どのようなクルマに乗っているかは、その人がどのような人かを想像するときの重要な情報である。「いつかはクラウン」が流布したセダン主流の時代に比べると、ライフスタイルが多様化した現代は、クルマに対するニーズも多様化している。依然として自動車には、自己アイデンティティの形成と実践を支援する役割が求められているはずである。

その一方で、自動車市場の成熟に伴い「自動車のコモディティ化」が議論され、危惧されてきた。自動車が単なる道具になるという状況は、裏を返すと、自己表現のアイテムではなくなりつつある、ということの意味する。自己アイデンティティがより必要になっている状況下において、かつて自己表現の重要アイテムだった自動車がコモディティ化するとしたら、自動車の何かが問題といわざるを得ない。

どのようなクルマに乗っているのかと同様に、あるいはそれ以上に「クルマに詳しい」「クルマを趣味としている」といった要素も、重要な自己表現のひとつである。その意味では、最近になって相次いでクルマに関する知識検定制度が創設されている動きは、自動車のコモディティ化を反転させるための契機となるかもしれない。例えばオートックワンの「カーソムリエ」は、「クルマ文化の伝道師」を育成すべく、学生選手権やマスターオブカーソムリエコンクールなどを開催している。また日本マイスター検定協会は、「くるまマイスター検定」を通じ、クルマに関心を持つ層の拡大をめざしている。

クルマに詳しく、語れる人が増えたならば、同時に重要なのは、語るべき物語であり、実際に物語を体現したクルマであろう。昔話ばかりでは先が続かない。

1991年のバブル崩壊以降、日本の自動車メーカーはコストダウン、車種削減による効率化に注力せざるを得ない状況が続いてきた。その過程において、「クルマ文化の持つ豊かさ」を自ら削ぎ落さざるを得なかったと言えないだろうか。「売れないことを覚悟でニッチなクルマを出すべき」といった提案は、企業の現場では絵空事になってしまうが、欧州メーカーがひとつのモデルをベースにセダン、クーペ、ワゴン、クロスオーバーなどに多種展開している状況をみると、何らか工夫の余地があるように思えてならない。

また、自動車技術の複雑化、高度化が進む中で、今のクルマがいかに先進的な技術を用いているかをわかりやすく伝える努力も不十分だったのではないか。この点でも「クリーン・ディーゼル」や「ダブル・クラッチ・トランスミッション」、「ダウンサイジング」などのわかりやすいキーワードを通じて認知を高め、クルマへの関心を集める工夫をしてきた欧州メーカーの動きは参考になるのではないかと思う。

「実際に自分で運転をするようになって、クルマの便利さ、楽しさがわかった」という若者は少なくない。また、小さいころのクルマの楽しい思い出があれば、成長した後にクルマをほしいと思う傾向もある。クルマ好きの友人がいれば、影響を受けるかもしれない。クルマはもともとおもしろく、語るべき物語に満ちたものである。触れる機会、知る機会、語る機会が増え、語るべき物語が一層増えることで、若者の間で自動車への関心が高まることを期待したい。

(のろ よしひさ)



部工会の入居する自動車部品会館（自動車部品会館 提供）

自動車部品のすべてがわかる「JAPIA Curation^{*1} Center」

[JAMAGAZINE編集室]

[第60回]

東京・港区にある自動車部品会館3階・4階では、一般社団法人日本自動車部品工業会（JAPIA／以下、部工会）の会員会社が、自動車部品、用品並びに関連商品などを展示している。この展示場を見れば、クルマの部品を知ることができる。自動車部品に関する諸課題に取り組み、わが国自動車部品工業の発展を図るとともに、自動車部品の宣伝・啓蒙に関するさまざまな事業を行っている部工会の「JAPIA Curation Center」を訪問した。

●展示コーナーの概要

従来より、自動車部品会館3階・4階では、部工会会員会社52社による個別展示を行っていた。しかし、展示されている部品が自動車のどこについているのか、どんな働きをするのか、一般人にはわかりにくい面があった。そこで部工会では、見学者増を図り自動車部品産業をもっと知ってもらうために、2012年12月17日にわかりやすい展示をまとめた「JAPIA Curation Center」をオープンさせた。



3階展示場全体写真

●各展示・DVD視聴コーナーの紹介

1.自動車部品展示コーナー

自動車部品展示コーナーでは、日本の自動車部品の技術の変遷がわかる「新旧部品比較展示」、各種部品の取り付け位置が把握できる自動車の「カットモデル展示」、二輪車の特徴的な部品の「二輪車関連部品展示」など、普段カバーに覆われて見ることのできない、数多くのクルマの部品を展示するとともに自動車部品産業の技術力を紹介して、理解してもらうことを狙いとしている。

なお、展示物は、会員会社より借用し、半年～1年間をめぐりに展示品を交代していく予定となっている。



新旧部品比較展示

■展示内容

①新旧部品比較展示

小型化、軽量化、機能複合化などの部品の進化を展示。

②カットモデル展示

市松カット^{*2}として、車両を多方面から見られるようにした車両カットモデルと、エンジンの内部構造・使用部品がわかるエンジンカットモデルを展示。また、来場者が各部品の取り付け位置を把握できるように、各社展示ブースとのリンク掲示パネルを設置。

③二輪車関連部品展示

モニター（二輪車メーカー4社より提供された動画映像）＋クリアパネル展示＋部品のサンプルを展示。



カットモデル展示

*1 Curation：情報を分類、収集整理して、共有する。 *2 市松（いちまつ）：格子模様的一种で、二色の正方形（または長方形）を交互に配したものの。



二輪車関連部品展示

2. 模倣品展示コーナー、模倣品対策ツールコーナー

近年海外で蔓延している模倣自動車部品の実態や使用の危険性、またJAPIA模倣品対策活動を広く一般にPRすることを目的に、3階展示場の一面に常設で模倣品展示コーナーを開設していた。2011年10月よりこのコーナーに、模倣品対策への有効な手段であるホログラムなどの「模倣品対策ツール」をPRすることを目的とした「模倣品対策ツールコーナー」を併設した。

両展示コーナーをきっかけとし、模倣品により自動車部品企業が被っている多大な経済的被害及び一般消費者の模倣品による健康・安全のリスクを軽減し、知的財産権の重要性を広く啓発すること、また「模倣品対策ツール」の有効性を広く周知することで、模倣品根絶の一助となればと考えている。今後も反模倣品を目的とした展示を充実していきたい考えだ。



模倣品対策ツールコーナー



DVD視聴コーナー

3. DVD視聴コーナー

DVD「映像で見る自動車部品」、「映像で見る自動車部品～先進環境対応車編～」などを視聴できるコーナーを再整備した。

●DVDの紹介

部工会は、2009年に、「映像で見る自動車部品」、2010年には、「映像で見る自動車部品～先進環境対応車編～」のDVDを製作した。この

DVDは、日本自動車工業会の会員メーカーからも多くの映像提供を受け、完成した。

学生の方に、わかりやすい内容で、自動車の基本的な仕組み、自動車部品の働き、機能を理解してもらうためにはどうしたらいいかということ考えたときに、映像を作ろう、ビジュアルに訴えかけようということがこのDVDを製作するに至った経緯だったという。

このDVDは学生向けに自動車部品産業の認知向上の活動を始めた端緒となったものでもあり、これから就職をする多くの大学生、専門学生、高校生に見てもらい自動車関連産業に少しでも興味を持ってもらえればと、各大学、専門学校、高校、図書館などに広く頒布している。

なお、このDVDは販売はしていな



上：DVD「映像で見る自動車部品」2009年日本自動車部品工業会製作
下：DVD「映像で見る自動車部品～先進環境対応車編～」2010年日本自動車部品工業会製作

いが、教育などの用途の場合には、無償で提供いただける。企業教育担当者の方々も活用を検討してみてもいかがだろうか（お問い合わせは右表）。

●自動車部品会館の役割と今後

自動車メーカーに比べ自動車部品メーカーは認知度が低いといわれている。少しでも自動車部品産業に興味を持ってもらえるような入り口としての施設がこの展示場である。

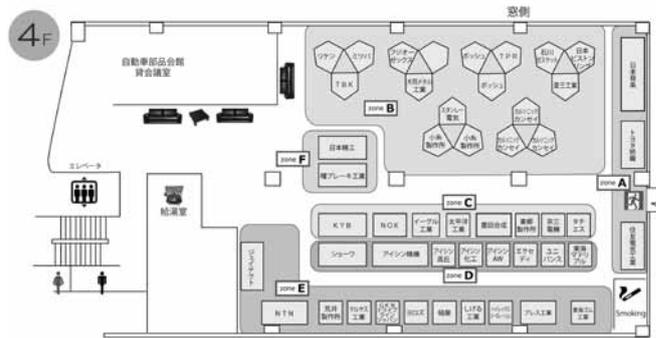
自動車部品メーカーの存在を知らない学生にも、少しでも自動車部品を知ってもらう、興味を持ってもらうようなきっかけとなるよう、自動車産業以外の業界も含めた就職合同説明会を自動車部品会館で行い、その後、この展示場を見学する機会を設けるなどの取り組みを、来年度以降行っていく予定だ。

また、子どもにも興味を持ってもらえるような展示物を充実できるように現在準備をすすめている。

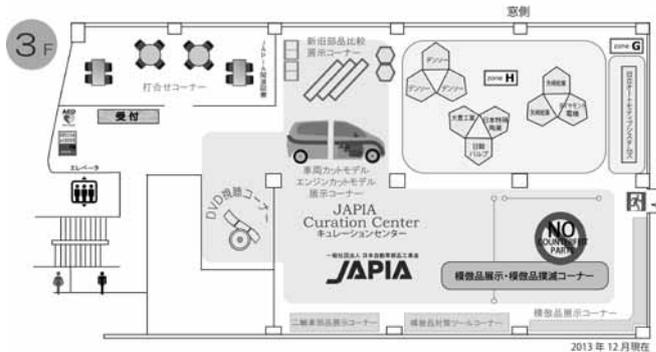
団体での見学は事前に申し込みが必要であるが、それ以外、一般の人の見学は、予約不要である。

今後も、自動車部品産業をより多くの方に知ってもらうため、わかりやすい展示コーナーのある自動車部品会館をぜひ一度見学してみてもどうか。

(JAMAGAZINE編集室)

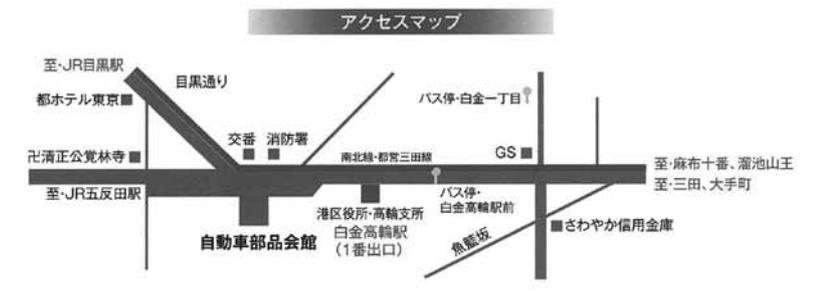


豊三工業	4F Zone B	シズメイテクト	4F Zone E	東海アサヒアル	4F Zone D	14	ボッシュ	4F Zone B
アイシン・エイ・システム	4F Zone D	しげむ工業	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	15	デンソー	4F Zone B
アイシン精工	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	16	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	17	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	18	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	19	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	20	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	21	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	22	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	23	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	24	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	25	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	26	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	27	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	28	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	29	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	30	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	31	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	32	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	33	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	34	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	35	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	36	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	37	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	38	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	39	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	40	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	41	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	42	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	43	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	44	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	45	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	46	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	47	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	48	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	49	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	50	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	51	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	52	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	53	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	54	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	55	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	56	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	57	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	58	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	59	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	60	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	61	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	62	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	63	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	64	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	65	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	66	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	67	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	68	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	69	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	70	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	71	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	72	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	73	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	74	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	75	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	76	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	77	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	78	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	79	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	80	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	81	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	82	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	83	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	84	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	85	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	86	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	87	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	88	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	89	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	90	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	91	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	92	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	93	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	94	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	95	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	96	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	97	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	98	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	99	デンソー	4F Zone B
アイシン精機	4F Zone D	システム	4F Zone E	東洋製作所	4F Zone C	100	デンソー	4F Zone B



自動車部品ショールームマップ（自動車部品会館提供）

名称：自動車部品会館
 住所：東京都港区高輪1-16-15（3階・4階）
 アクセス：地下鉄南北線・都営三田線 白金高輪駅下車1番出口より徒歩2分
 開館時間：土日祝日を除く平日 9:00～17:00（予約不要）但し団体の場合は事前申込要
 入館料：無料
 お問い合わせ先：一般社団法人日本自動車部品工業会 総務部 田中、持丸
 電話：03-3445-4212（田中） 03-3445-4214（持丸）
 URL：http://www.japia.or.jp/（一般社団法人日本自動車部品工業会）
 URL：http://www.japia-bl.co.jp/（自動車部品会館）



「カーナビにひねくれる」

桑折 しのぶ
北海道新聞社

◇いまだにカーナビを使うことに抵抗しています。理由のひとつは、地図を見るのが好きだからです。日本地図でも詳細な道路地図でも、等高線や道の曲がり具合、住宅や田畑の表示などをたどり風景を想像するのが好きです。旅をしているような気にもなります。

もうひとつの理由は、こちらが本当だと思えますが、機械操作が苦手だからです（クルマの運転は好きです）。子ども時代はビデオの録画に苦戦し、会社に入ってはパソコン操作に手間取る。スマートフォンに至っては充電したまま自宅に置きっぱなしで、夫は「何の意味もないだろ」とあきれています。完全に、時代に取り残されてしまいました。

◇マイカーを運転するときは、まず地図を開き、目的地への主な道路と交差点のメドをつけ、ハンドルを握ります。複雑な首都高の入口から、友人と初めて訪れた地方都市のギョーザ店、照明の少ない夜道をたどる夜回り先まで。これまで何度か道に迷いました。

でも、迷って探し当てた道ほど、ハンドル操作にせよブレーキを踏み緩めるタイミングにせよ、2度目に通るとき、そのクセをつかめる気がします。

「さっき通り過ぎたバス停の角を曲がれば良かったんだ」「あのコンビニはタバコが売ってたから、帰りに寄ろう」など、街並みの記憶も残ります。

◇4年前から東京に暮らし、さすがにカーナビを使わない運転にくじけつつあります。道も街並みも、生まれ育った千葉や、会社のある北海道

と違い、あまりに複雑で濃密。交通量の多さもまったく違う。地方都市であればルート上の目印になるはずのビルやコンビニは、街にあふれかえています。家族以外が同乗するときは、おとなしくカーナビに従っています。

驚いたことに、運転のプロであるタクシー運転手さんですら、カーナビで目的地を入力し、表示されたルートを確認する方が多い。個人宅へ向かうならともかく、空港など一般的な目的地へ向かうときにナビを頼られると、少し残念に思います。

もっとも客の側にすれば、目的地へのスピードを求め、余計な料金を支払うなど言語道断。ある年配の運転手さんは「想定した道と違うと怒る方もいますのでね」、そう苦笑を浮かべながら、ナビの操作を始めました。

◇自動ブレーキや車線逸脱防止など運転支援技術が進み、自動運転が夢ではなくなった時代です。クルマは今後より便利に、よりやさしい乗り物に進化するでしょう。エンジンをかけ目的地を入力すれば、何もしなくてもそこへ連れて行ってくれる究極のクルマが実用化するのは、そう遠い未来ではないと思います。技術革新に、ただただ敬意を表します。

そのうえで、至れり尽くせりの技術に甘やかされるのが少し悔しい。カーナビにしても自動ブレーキにしても、便利さに慣れきったとき、ドライバーは劣化しないでしょうか。クルマに鍛えられる場面を失わずにいたいなあ、とひねくれている今日このごろです。

(こおり しのぶ)

ホームページ Homepageのご案内

自工会インターネットホームページ [info DRIVE]

<http://www.jama.or.jp/>



●自工会会員各社のホームページアドレス

いすゞ自動車(株)	http://www.isuzu.co.jp/	富士重工業(株)	http://www.fhi.co.jp/
川崎重工業(株)	http://www.khi.co.jp/	本田技研工業(株)	http://www.honda.co.jp/
スズキ(株)	http://www.suzuki.co.jp/	マツダ(株)	http://www.mazda.co.jp/
ダイハツ工業(株)	http://www.daihatsu.co.jp/	三菱自動車工業(株)	http://www.mitsubishi-motors.co.jp/
トヨタ自動車(株)	http://www.toyota.co.jp/	三菱ふそうトラック・バス(株)	http://www.mitsubishi-fuso.com/
日産自動車(株)	http://www.nissan.co.jp/	ヤマハ発動機(株)	http://www.yamaha-motor.co.jp/
日野自動車(株)	http://www.hino.co.jp/	UDトラックス(株)	http://www.udtrucks.co.jp/

●自工会会友のホームページアドレス

日本ゼネラルモーターズ(株) <http://www.gmjapan.co.jp/>

●主な自動車関係団体のホームページアドレス

一般社団法人 日本自動車部品工業会	http://www.japia.or.jp/	一般社団法人 自動車再資源化協力機構	http://www.jarp.org/
一般社団法人 日本自動車車体工業会	http://www.jabia.or.jp/	一般社団法人 日本自動車整備振興会連合会	http://www.jaspa.or.jp/
一般社団法人 日本自動車機械器具工業会	http://www.jamta.com	一般財団法人 日本モーターサイクルスポーツ協会	http://www.mfj.or.jp/
公益社団法人 自動車技術会	http://www.jsae.or.jp/	一般社団法人 全国レンタカー協会	http://www.rentacar.or.jp/
一般財団法人 日本自動車研究所	http://www.jari.or.jp/	自動車基準認証国際化研究センター	http://www.jasic.org/
一般財団法人 日本自動車研究所 JNXセンター	http://www.jnx.ne.jp/	一般社団法人 日本中古自動車販売協会連合会	http://www.jucda.or.jp/
一般社団法人 日本自動車販売協会連合会	http://www.jada.or.jp/	公益社団法人 全日本トラック協会	http://www.jta.or.jp/
一般社団法人 全国軽自動車協会連合会	http://www.zenkeijikyo.or.jp/	一般社団法人 全国自家用自動車協会	http://www.disclo-koeki.org/02b/00479/index.html
一般社団法人 日本自動車会議所	http://www.aba-j.or.jp/	一般社団法人 日本自動車リース協会連合会	http://jalanet.jp/
一般社団法人 日本自動車連盟	http://www.jaf.or.jp	公益社団法人 日本バス協会	http://www.bus.or.jp/
日本自動車輸入組合	http://www.jaia-jp.org/	公益社団法人 全国通運連盟	http://www.t-renmei.or.jp/
一般社団法人 自動車公正取引協議会	http://www.aftc.or.jp/	一般社団法人 日本自動車タイヤ協会	http://www.jatma.or.jp/
一般社団法人 日本二輪車普及安全協会	http://www.jimpsa.or.jp/	一般財団法人 自動車用品小売業協会	http://apara.jp/
公益財団法人 日本自動車教育振興財団	http://www.jaef.or.jp/	自動車税制改革フォーラム	http://www.motorlife.jp/
公益財団法人 自動車製造物責任相談センター	http://www.adr.or.jp/		
公益財団法人 自動車リサイクル促進センター	http://www.jarc.or.jp/		

編集後記 Editor's Notes

◇今更ですが若者の乗り物離れネタです。根底にあるのはもちろんヒトとのつながりのあり方の変遷、インターネットやSNSで内輪の小さいグループや感受性の似た共感できる人たちとの頻繁なつながりを大切にする傾向、直接会いに行かなくてもつながっているという背景。また絶対数の多い権力ある存在“大人”を遠ざける傾向があって実態がわかりにくい模様。日本最大のイベントはいまや同人誌コミックマーケットで一日20万人という時代ですから。

◇別に外で遊ばなくなったわけではない！ と怒られそうだが、経済的な理由もあってクルマやバイクに乗れないのも事実であろう。紅白歌合戦よりは初音ミク、マスコミに左右されず内輪の情報を大切にしている姿勢は国境を越えて新しい価値観を生み時代を築いていく力があると確信するが、いつの時代も物理的な移動を伴う危険な冒険を冒すのは若者の特権？ われらの乗り物がもっともっと受け入れられるようになるにはどうしたら良いか、日夜アタマを悩ましている。(T.K)

JAMAGAZINE編集委員(会報分科会)

分科会長：日産自動車(株)/志水純之

分科会委員：いすゞ自動車(株)/金子恭子、川崎重工業(株)/小池田達郎、スズキ(株)/望月 英、ダイハツ工業(株)/中大路康太、トヨタ自動車(株)/三好幸子、日野自動車(株)/手塚英信、富士重工業(株)/川原麻美、本田技研工業(株)/岡田友博、マツダ(株)/矢野圭子、三菱自動車工業(株)/稲田 開、三菱ふそうトラック・バス(株)/品田善之、ヤマハ発動機(株)/鎌田陽子、UDトラックス(株)/栗橋恵都子

自工会事務局委員：大上 工・藤巻篤史・吉野紀咲・林 公子・木村真帆

JAMAGAZINE 3月号 vol.48

発行日 平成26年3月15日
発行人 一般社団法人 日本自動車工業会
発行所 一般社団法人 日本自動車工業会
東京都港区芝大門1丁目1番30号
日本自動車会館
郵便番号 105-0012
電話 03(5405)6119 (広報室直通)
印刷 こだま印刷 株式会社

©禁無断転載：一般社団法人 日本自動車工業会



JAMA

JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION, INC.

自工会インターネットホームページ「info DRIVE」URL <http://www.jama.or.jp/> 自動車図書館 TEL 03-5405-6139

