

日本自動車工業会 広報誌

jama

Japan Automobile Manufacturers Association

夏

JAMA Vol.60
SUMMER 2026

自工会会見

水素トラック普及へ具体的基準を提示、
完成車の共同物流でも連携強化

今さら聞けない ▶ クルマができるまで その企画から生産まで解説！

世界に挑んだ日系自動車メーカーの情熱に触れる！ ▶ トヨタ博物館で企画展開催





- 1 富士スピードウェイで開催されたモータースポーツファン向けのイベント
- 2 2026年1月にいすゞプラザで開かれた来場者累計50万人突破セレモニー
- 3 カワサキワールドに展示されている四つ足の動物の形をしたマシン「CORLEO(コルレオ)」
- 4 車ができる過程でカーデザインのアイデアを描いたスケッチ(三菱自動車工業)
- 5 「人とくるまのテクノロジー展2026」で展示されたスバルのストロングハイブリッドシステム

CONTENTS

- 03 大阪/東京
モーターサイクルショー2026
ユニークな若者向け施策!主催者に聞く
- 05 大規模な旧車イベント、2月・4月開催!
懐かしい名車が勢ぞろい、ファン魅了
- 07 モータースポーツシーズン開幕!
魅力伝えるファンイベント開催!
- 09 【今さら聞けない】
クルマができるまで その企画から生産まで解説!
- 11 「人とくるまのテクノロジー展2026」
横浜で電動化や交通安全へ先進技術アピール!
- 14 ミュージアムの歩き方 ①いすゞプラザ
- 17 ミュージアムの歩き方 ②カワサキワールド
- 20 自工会会見 水素トラック普及へ具体的基準を
提示、完成車の共同物流でも連携強化
- 22 世界に挑んだ日系自動車メーカーの情熱に触れる!
トヨタ博物館で企画展開催
- 24 編集後記 想像する力が、未来を走らせる

JAMAGAZINEは
自工会WEBサイトからも
ご覧いただけます

JAMAGAZINE電子版
[https://www.jama.or.jp/
library/jamagazine/index.
html](https://www.jama.or.jp/library/jamagazine/index.html)

JAMAブログ
<https://blog.jama.or.jp/>

大阪東京 モーター サイクルショー2026

ユニークな若者向け施策！主催者に聞く



一般社団法人「日本二輪車普及安全協会」(以下:日本二普協)が主催する国内最大級の二輪車イベント「東京モーターサイクルショー2026」(自工会など後援)が3月27~29日、東京ビッグサイト(東京都江東区)で開催され、3日間で約11万9000人が来場しました。日本二普協は、3月20~22日にインテックス大阪(大阪市住之江区)で開かれた「大阪モーターサイクルショー2026」(約7万6000人来場)も主催。両会場ともに、前年を超える入場者数となりました。日本二普協は二輪車ユーザーがより安全、安心、快適で楽しいバイクライフを過ごせる社会を目指し、二輪車を取り巻く利用環境の改善、向上のために活動しています。

「モーターサイクルショーでは今回、若年層に対するアプローチを積極的に図り、人気スマホアプリゲーム「モンスターストライク」(以下:モンスター)とのコラボレーションに取り組みました。コラボ限定グッズとしてイラストを配したTシャツ付き入場券を発売。会場内を回遊してグッズがもらえる目的で実施したクイズラリーでは、アクリルジオラマスタンドやキャンバスボードなどをプレゼント。ファンからも人気を集めていました。今回は日本二普協の高橋亮専務理事にインタビューさせていただき、イベント誘客やバイクユーザー拡大などに向けた施策について伺いました。

「一両イベントともに来場者数が前回は上回り、各出展ブースは盛り上がった様子でした。

「かなり盛況でうれしく思います。大阪では開催が3連休ということあり、家族連れが非常に目立ちました。大阪、東京ともに既存ライダーはもとより、若年層の方々を中心に来場促進を図りました。前回は、お子さまを持つ40代の来場が落ち込み、その底上げを図ろうと考えました。ライフサイクルの中でバイクを購入できるタイミングで、バイクライフをぜひ楽しんでいただきたい。そのような思いも込め、大阪会場では『仮面ライダーガヴ』、東京会場では伝説のポケモン『Honda コライドン』に協力いただき、ファミリー層にもフォーカスしながら来場を促す試みを進めました」

「若年層のバイクユーザー拡大に向け、今回はMIXIの協力を得て、モンスターとのコラボを打ち出しました。

「前回は若い女性層の来場が目立ちましたが、二輪免許を取得する年齢層から注目を集めるように動いており、ちょうど縁あって10~20代を中心に幅広い若者に人気を持つ『モンスター』とコラボしました。特に人気のオリジナルTシャツは、大阪・東京バージョンをそれぞれ製作し、人気のキャラクターということで、若年層の方々だけでなく、バイク愛好家の方々もモーターサイクルショーの記念に購入いただいたようで、売れ行きが好調でした」



インタビューに答える高橋専務理事(東京モーターサイクルショー会場)

プロフィール

高橋亮(たかはしりょう) 1988年本田技研工業入社。経営企画部などを経て、2023年から二輪事業統括部事業企画部部長。25年6月から現職。1965年6月生まれ、60歳。神奈川県出身。



「モンスター」のイラストをあしらったコラボフォトブース①



「モンスター」のイラストをあしらったコラボフォトブース②



ヤマハブース(東京モーターサイクルショー会場)



スズキブース(東京モーターサイクルショー会場)



日本二普協もブース構え安全運転を訴求(東京モーターサイクルショー会場)

一自工会によると、二輪車購入層の平均年齢は50代半ばです。二輪車市場ではここ最近、過去にバイクに乗り、中高年になって再度バイクに乗る「リターンライダー」、もブームになっています。

「男性のリターンライダーが増えていますが、女性のバイクユーザーも増加傾向にあります。子育てが一段落した後の時間の使い方、趣味という点で、例えばご主人がバイクに乗っていて一緒に乗ってみようとか、お子さまも含めて家族でバイクを楽しんでいることから、自分も免許を取って楽しんでみようという動きもあります」

一バイクの乗りやすさ、使い勝手の良さなどにユーザーが魅力を感じているのでしょうか。

「もちろん、二輪車の機動力など日常の移動手段としての利便性に魅力を感じている方もいる一方、一般的に現代の女性はアクティブで、いろいろな趣味の中から一つの選択肢としてバイクを選ぶという傾向が見られるようになってきました。日本二普協が、警視庁や各道府県警の協力を得て実施している初心者向け体験型安全運転講習会「Basic Riding Lesson」にも多くの40~50代の女性に受講いただいています。

そうした点も含め、日本二普協は「二輪車と社会の調和」、「二輪車産業の振興」を掲げており、文化として二輪車産業が成長していくためには、持続的にバイクライフを安

全に楽しんでいただくことが重要です。まずは、二輪車の免許を取得いただき、新たに自身の使用用途に応じたモデルを選択、二輪車の魅力を楽しみながら、末長く安全に乗っていただく環境を整えなければなりません」

一メーカー各社も安全技術面やデザイン面などでさまざまな趣向を凝らしたバイクを展示、発売しています。

「バイクは時代、時代でトレンドが変化しており、最近では、各社「ネオレトロ」というカテゴリーのモデルが多く投入されています。「ネオレトロ」は、懐古的なデザインを基調としながらも、先進の安全・環境技術を搭載しているモデルで、メーカーも販売会社もしっかりと商品のバリエーションを拡充しているほか、商品のPRに積極的にSNSを活用し、楽しみ方にまでつなげています」

一本田技研工業から昨年6月、日本二普協専務理事に就任されました。協会の活動として重視していくことを教えてください。

「ホンダでは宣伝・販売促進の部署が長く、四輪車にも携わりましたが、それ以外はほとんど二輪車畑を歩きました。入社後最初の配属は、二輪車の営業、販売促進活動を行う販売代理店でした。アルゼンチンやタイの現地法人への海外駐在も経験しまし

た。日本二普協では、広報活動をはじめ動画での情報発信を強化し、二輪車ユーザーにしっかり訴求できるようにしていくことが大事です。ただイベント体験者数は限られており、やはり限界があります。最大の目的は、事故防止など交通安全啓発をユーザーの皆さんに理解いただき、周知していくことにあります。協会としては「JAPAN RIDERS CAFÉ」などイベント等も通じて、安全意識の啓発や運転マナー向上などについて、どのように効果的に、また効率的に情報発信していくか、きっちり計画して実行していく考えです」

大阪、東京モーターサイクルショーともに、中高年の男性ファンに加え、家族連れや若年層も続々と会場に足を運んでいました。業界関係者は「二輪車市場の拡大を図るためにも、幅広い層の来場者にその魅力を訴求する好機になった」と説明しています。

両会場では、車両メーカーや販売会社などに加え、パーツやウエア、アクセサリなどを取り扱う企業もブースを出展。ライダーファッションやヘルメット、胸部プロテクターなどで、安全機能等を施した商品も注目を浴びていました。



カワサキブース(東京モーターサイクルショー会場)



大阪モーターサイクルショーのエンタランス



ホンダブース(大阪モーターサイクルショー会場)

大規模な旧車イベント、2月・4月開催！

懐かしい名車が勢ぞろい、ファン魅了

クルマファンが毎年、大勢訪れる旧車の大規模イベント「Nostalgic 2days(ノスタルジックツーデイズ)」と「AUTOMOBILE COUNCIL (オートモビルカウシル) 2026」が2月と4月、開催されました。懐かしい憧れのモデル、現代の車両にはない個性的なデザインなど「クルマ文化に触れられる場」として、イベントは初日からそれぞれ家族連れや若者ら幅広い年齢層が来場しました。

大型連休がスタートする4月29日は「昭和の日」。昭和時代に人気を博した旧車が一堂に会する、「日本最大級のクラシックモーターショー」といわれるイベントについて紹介します。



▲カローラ110デラックス

Nostalgic 2days

2月21～22日にパシフィコ横浜（横浜市西区）で開催されたノスタルジックツーデイズの各ブースでは、自動車メーカー、ディーラー、自動車整備学校などに加え、旧車を専門に取り扱う販売店も出展。復元されたクルマや部品も数多く展示され、レストアの技術をアピールする出展者も目立ちました。今年17回目、2日間の来場者は約4万5千人でした。

今回のイメージカーはトヨタ自動車の「カローラ110デラックス」。カローラは1966年誕生し、日本にモータリゼーションをもたらした大衆車で、今年は生誕60周年記念です。GAZOO Racingブースには、部品を復刻して販売、供給する「GRヘリテージパーツ」を使用してレストアを施した「スプリンタートレノ」「カローラレビン」なども並び、部品業界関係者がブース担当者と話し合う場面も見られました。



▲ノスタルジックツーデイズ入場口



▲スプリンタートレノ



▲カローラレビン

日産自動車グループの日産モータースポーツ&カスタマイズは、「フェアレディZ (S30)」「GT-R (R34) Z-tune」などを展示。自動車整備士を育成している日産・自動車大学校は「サニー スカイライン」を手掛け、サニーに通称ハコスカのフロントパーツを組み合わせました。



サニー スカイライン▶



▲フェアレディZ(S30)



▲GT-R (R34) Z-tune

このほか、マツダから1967年に登場し、世界初の2ローター・ロータリーエンジンを搭載したスポーツカー「コスモスポーツ」、いすゞ自動車が自社生産し、1960～80年代に販売していた個性的なデザインの小型車「117クーベ」なども披露。50代の来場者は「社会人なりたてで新車を買って乗っている人が多かった車種に目がいきます」と当時を振り返っていました。



▲コスモスポーツ



▲117クーベ

AUTOMOBILE COUNCIL

オートモビルカウンスルは4月10~12日、幕張メッセ（千葉市美浜区）で開催されました。今年11回目で、テーマは「クルマととも恋をしよう。」。3日間の来場数は約4万人でした。ヘリテージカーから最新モデルまで、名車の姿は過去から現在、未来へと続く自動車文化の流れそのものでしょう。

トヨタ自動車は、スポーツカーの歩み、を表現。「2000GT」「パブリカスポーツ」に加え、レストアされた「スポーツ800」を展示。パブリカスポーツは1962年、全日本自動車ショー（現ジャパンモビリティショー）に出展されたプロトタイプで、航空機技術を使ってトヨタが最初に開発したスポーツカー。隣のGAZOO Racingブースでも、「GRヘリテージパーツ」を組み付けた「スプリタートレノ」「スープラ」などを並べました。



▲パブリカスポーツ



▲2000GT(右)とスポーツ800

ホンダは、1980年代に「ブルドッグ」の愛称で人気を集めた「シティターボII」などを出展。旧型モデル向けに一部パーツを複製して供給するヘリテージサービス「ホンダ・ヘリテージワークス」で手掛けた初代スポーツカー「NSX」も置かれ、真っ赤なボディカラーに注目が集まっていた。



▲シティターボII



▲NSX



▲オートモビルカウンスル会場

三菱自動車ブースでは、四輪駆動の走破性と乗用車並みの快適性を両立し、1980年代に画期的な存在だった「パジェロ」の歴史をたどる形で、初代・2代目モデル、コンセプトカー「パジェロI」などを展示。当時を懐かしむ旧車ファンの姿が数多く見られました。



▲初代パジェロ(左)と2代目パジェロ



▲パジェロI(右)

両イベントでは、ヘリテージカーから最新モデル、コンセプトカーまで、多彩な車両が集結。クルマファンは普段出会う機会がない往年の名車に魅了され、カメラやスマホを向けて撮影している様子でした。会場からは「各ブランドの世界観とともに、自動車文化の魅力が広く発信されました」（業界関係者）との声が聞かれました。

モータースポーツシーズン開幕!

魅力伝えるファンイベント開催!

今年も3月以降、モータースポーツシーズンが幕を開け、各地で関連ファンイベントが相次いで開催されています。今回は3月と4月にそれぞれ行われた「JAFモータースポーツジャパン2026 in 横浜」(自工会など後援)と「モーターファンフェスタ2026 in 富士スピードウェイ」をご紹介します。

両イベントともに好天に恵まれ、モータースポーツファンの家族連れから若者まで幅広い年齢層が駆け付けました。豊富なコンテンツも用意され、スポーツカーやレース・ラリーカー、カスタムカー、新型モデルなどさまざまなクルマを見て、聞いて、触って、楽しめる機会が用意されていました。

JAFモータースポーツジャパン

3月20~21日に山下ふ頭(横浜市中区)で開催されたJAFモータースポーツジャパンには、自動車メーカーやカー用品店、**日本自動車連盟(JAF)**などがブースを出展。2日間で約5万3千人が来場しました。モータースポーツジャパンは2006年からスタートしている「日本最大級」のモータースポーツイベントです。2021年からJAFが主催者となり、新たなモータースポーツの魅力をお届けしています。

ダイハツ工業は、過去にレース・ラリーに参戦した軽自動車の「ミライース tuned by D-SPORT Racing」や「コペン GR SPORT」などを展示し、ファンの関心を集めていました。

本田技研工業は、世界最高峰の四輪自動車レース、**フォーミュラ・ワン(F1)**に今年5年ぶりに参戦、英国のアストンマーティンにパワーユニットを供給しており、それを搭載したF1マシンなどを出展。**日産自動車**は自動車レースの中で唯一、電気自動車(EV)で競う**フォーミュラE**のマシンを展示しており、両マシンは来場者から熱視線を浴びていました。

往年のラリーカーの姿が見られるのも、JAFモータースポーツジャパンの魅力のひとつです。**WRC(世界ラリー選手権)**に参戦、ロータリーエンジンを搭載した**マツダ**の「RX-7 evo グループB」が多くの来場者に囲まれていました。わずか7台しか製造さ

れていないと言われる希少な名車です。

WRCで知られる**トヨタ自動車**の「ヤリスWRC」、**スーパーGT**に参戦している**SUBARU**の「SUBARU BRZ GT300」なども注目を集めていました。

また、**三菱自動車**は、「デリカD:5」や「トライトン」に乗車して最大傾斜45度の急登坂走行や、20度の斜面を横切るキャンパー走行、ローラーを滑りやすい路面に見立て四輪制御「トラクションコントロール」などを体感できる「4WD登坂キット体験イベント」を実施。

この他にも、子どもたちがタイヤ交換など自動車整備を学べる「キッズ&ファミリーゾーン」などにも家族連れが列をつくっていました。



▼JAFモータースポーツジャパン入場口



▼ダイハツ「コペン GR SPORT」



▼日産フォーミュラEマシン



▼トヨタ「ヤリスWRC」



▼4WD登坂キット体験イベント



▼ダイハツ「ミライース tuned by D-SPORT Racing」



▼ホンダF1マシン



▼マツダ「RX-7 evo グループB」



▼スバル「SUBARU BRZ GT300」



▼タイヤ交換





▲レーシングコース



▲イベント会場近くの富士山

モーターファンフェスタ

今年で開催10周年を迎えたモーターファンフェスタは4月19日、富士山を望む富士スピードウェイ（静岡県小山町）で開催され、過去最多となる約3万6千人の来場者でにぎわいました。試乗から展示までクルマを体感・体験できるイベントとして、自動車メーカー、クルマ関連パーツショップなどが出展しました。

来場者はピットで、自身の趣味嗜好に合ったクルマを見つけてはカメラやスマホを向けて撮影。サーキット場ではレーシングカーやチューニングカーなど名車が走行する迫力を間近で感じようと、大勢がコース観客席を陣取り、大いに盛り上がりました。

富士スピードウェイには、入場ゲートを通り、全国各地からマイカーで駆け付ける人も目立ち、いくつもある巨大駐車場は来場車両で埋め尽くされました。駐車場からは徒歩で各バス停まで歩き、広大な敷地の中は場内シャトルバスで移動します。

パドック会場では、各社の新型車も多数お披露目。5月発売の軽自動車をベースとしたホンダのEV「スーパーワン」がカラフルに複数並んだほか、本格的な四輪駆動車として根強い人気を持つスズキの5ドアモデル「ジムニー ノマド」、鮮やかなボディカラーのマツダの新型SUV「CX-5」などが注目を集めました。

レース・ラリーに参戦し、高性能モデルを展開する自動車メーカー直系ブランドの「GAZOO Racing」や「NISMO」などが手掛けたスポーツカーもクルマファンの目を引いていました。

「新型車試乗会」や「乗り比べ試乗会」は今年も実施され、多数のクルマファンが参加して盛況でした。国内外の最新モデルを集め、軽自動車からスポーツカー、SUVなどモーターファンフェスタの名物イベントとして、憧れの1台を自身でハンドルを握って運転できます。

自身が気になる2台を往路と復路で乗り比べられる試乗会も「比較試乗できるまたとないチャンスで、並んで待ってでも乗ってみたい」と受け付け近くで笑顔を見せる60代の男性もいました。

両会場では、レースカー、スポーツカーを中心に多種多様な車両が集結。イベントを通じ、モータースポーツの魅力を多くの方々に伝え、さらにファンを増やすことを目指します。イベント関係者は「自動車業界を挙げて、モータースポーツ開催会場に足を運んでもらうきっかけをつくり、モータースポーツ全体を盛り上げることに取り組んでいます」と強調しています。



▼ホンダ「スーパーワン」



▼マツダ「CX-5」



▼用品を装着したスズキ「ジムニー ノマド」



▼GAZOO Racing車両



▼NMC (NISMO、AUTECH) モデル



▼試乗会

【今さら聞けない】クルマができるまで その企画から生産まで解説!



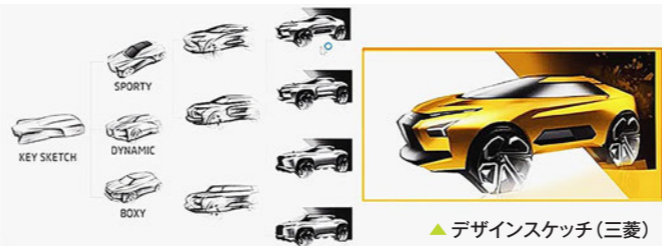
新しいクルマは、企画、設計などさまざまな開発段階を経て、製造工程へ進みます。1台のクルマには約3万個に上る部品を使用しており、メーカーの生産ラインで効率的に組み立てられます。完成車両は厳しい検査を経て出荷され、販売店などへ輸送されていきます。今回は「クルマができるまで」の過程について、分かりやすく解説します。



クルマの開発は通常、実際に工場で製造を始める3~4年前から取り組みます。最近ではモデルサイクル(モデルチェンジの時期)が長くなる傾向にあります。ユーザーにクルマが届く数年前からスタートし、顧客の要望や事業環境の変化などを勘案しながら新しいクルマを企画します。



企画がまとまれば、アイデアをイラストなどでスケッチしていきます。カーデザイナーは何百~何千枚ものスケッチを描き、アイデアを数案に絞り込みます。その後、アイデアを3Dデジタル映像化や粘土によって実物大などで立体化する「クレイモデル」として1案に絞り込み、最終デザインに仕上げます。



設計



決定デザインをベースに、外装・内装から細かい部品まで、コンピューターを用いてデータを作成します。「走る・曲がる・止まる」というクルマに必要な基本性能も設計します。コンピューター上のデータを基に、各部品を作り、組み立て、試作車を完成させます。完成した試作車は厳しいテストを繰り返し実施し、車両を細かく評価します。

試作



試作車は、高速道路や滑りやすい道などで安定して「走る」か、思い通りに「曲がる」か、思ったところで「止まる」か、ぶつかっても「安全」かなど、細かいテストを繰り返します。さらにクルマは世界各地で使われるため、それぞれの道路条件や気象条件などを再現した環境でテストしたり、実際に各地の現地でテストしたりします。テストで得られた結果を踏まえ、試作車の設計を見直し、改良し、再びテストを実施。テストを何回も繰り返して、より良いクルマづくりを目指します。





▲生産(織装)工程(日産)

クルマの製造は、主に「プレス」「溶接」「塗装」「組み立て」「検査」の5工程があります。

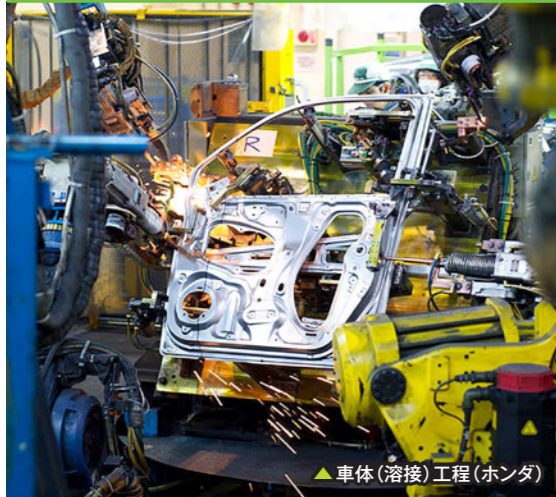
① プレス



▲プレス工程(シートメタル)(ホンダ)

プレスは、長い鉄板を切り、圧力をかけ、車体やドアなどクルマを構成する部品を作る工程です。車体に使われる鉄板コイルは、製鉄会社から長い1枚板がロール状に巻かれた状態で工場に運ばれてきます。鉄板を専用カッターで必要な長さに切り出し、プレス機で圧力をかけて曲げるなどしてドア、ボンネット、天井など立体的なボディ部品に次々に成形します。

② 溶接



▲車体(溶接)工程(ホンダ)

溶接は、プレス工程で作られた各種部品を電気やレーザー光線の熱で溶かしてつなぎ合わせ、クルマの骨格の形にし、車両の骨格を作り上げます。電気を流すことで発生する熱を利用し、鉄板と鉄板を付けていきます。

③ 塗装

塗装は、溶接された車体を洗浄し、環境に優しい水性塗料を使って自動で塗装します。金属部分のサビを防ぎ、クルマをきれいに仕上げるため、ホコリや油など汚れを取った後、下塗り、中塗り、上塗り、最後に美しいツヤを出すクリアと4回塗り重ねられます。



▲塗装工程(日産)

④ 組み立て



▲組立工程(日野)

▲組立工程(スズキ)

組み立ては、塗装されたボディに多くの部品を安全に配慮しながら組み付けます。工場では一定の速度で動くコンベアの上に車体を乗せる流れ作業で、多くの作業者の手で部品を正確に取り付けていきます。

インストルメントパネル、ガラス、バンパーなどを車内外に取り付けた後、エンジンを下側から取り付けます。重くて大きなエンジンなどの作業は専用ロボットにも手伝ってもらいます。次いでシート、ドアなど主要部品が組み付けられれば、車体が完成します。

⑤ 検査



▲検査工程(ホンダ)

▲検査工程(ホンダ)

検査では、部品の取り付け終了後、1台のクルマの外装・内装で数千項目に上る厳しいチェックを行い、全ての項目に合格したクルマだけがユーザーに届けられます。走行テストでは、ドラムと呼ばれる筒の上でクルマを走らせ、エンジン、メーター、ブレーキなどを検査。光を照らしたり、手で触ったりして傷やヘコミがないか、品質を十分に確認します。



▲船積(トヨタ)



▲船積(トヨタ)



▲陸送(トヨタ)

完成したクルマは、工場から車両運送専用トラック「キャリアカー」に乗せて出荷されます。その後、販売店や港に運ばれ、最終的に注文いただいたユーザーへ届けられます。

横浜で電動化や交通安全へ 先進技術アピール!

「人とくるまの テクノロジー展 2026」

自動車技術会は5月27～29日、次世代モビリティを支える最新技術展示会「人とくるまのテクノロジー展2026 YOKOHAMA」（自工会など協賛）をパシフィコ横浜（横浜市西区）で開催し、3日間で約8万人が来場しました。自動車メーカーや部品メーカーなど過去最多の約600社が出展、電動化や知能化に加え、交通安全に向けたさまざまな取り組みや先進技術などをアピールしました。



いすゞ自動車・UDトラックス

いすゞ自動車とUDトラックスはグループ共同ブースを設営。いすゞの電気自動車（EV/BEV）ピックアップトラック「D-MAX EV」を出展し、電動化による環境負荷低減や商用利用に求められる実用性を提案していました。

2026年型の大型トラック、UD「クオン」/いすゞ「ギガ」の一部に搭載されている最新パワートレイン「GH11エンジン」、12段自動変速のトランスミッション「ESCOT-VII」も展示。燃費性能や走行性能、ドライバーの快適性向上に貢献するパワートレイン技術を紹介しました。



スズキ

スズキは、二酸化炭素（CO₂）回収装置を搭載した軽トラック「CARBON CAPTURE CARRY」などを出展。走行時に車両から排出されるCO₂を回収する装置を使い、回収したCO₂をハウス栽培の農作物の成長促進に活用することを目指しています。



電動車いす開発の知見を生かした多目的電動台車「MITRA」も、来場者の注目を集めました。農業などに活用できる「ロボットの足」で、段差や不整地などの屋外環境でも安定して走行可能。「パートナー企業のロボティクス技術と組み合わせることで、さまざまな現場への実装」(担当者)を検討しています。

ほかにも、船外機で実用化した耐熱アルマイト(陽極酸化処理技術)も出展しました。



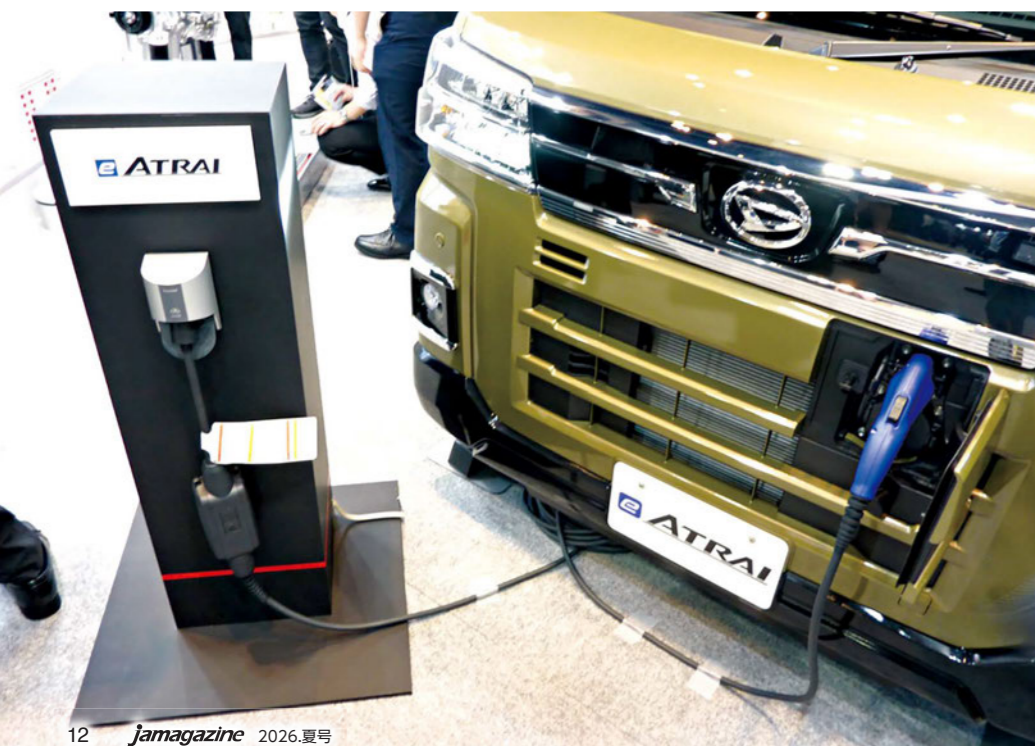
SUBARU

スバルは、「クロストレック」や「フォレスター」に搭載されるストロングハイブリッドシステム「S:HEV」を展示。排気量2.5リットルの水平対向4気筒エンジンと四輪駆動システムに、駆動用と発電用の2つのモーターなどを組み合わせています。システムを実際に間近に見ながら、担当者から説明を受ける来場者が目立ちました。

ブースは、廃棄物の抑制・再利用を考慮した部材で構築されており、使用電力もバイオマス発電の電力を活用、環境に配慮していました。

ダイハツ工業

ダイハツ工業は、カーボンニュートラル(CN)社会の実現に向け、今年2月に発売したダイハツ初の量産BEVの「e-アトレー」やダイハツ独自のシリーズハイブリッドシステムを軽量化・小型化した軽自動車用「e-SMART HYBRID」、ハイブリッド技術に応用した「直流主体のマイクログリッドシステム」などの多様な電動化技術を展示しました。「e-アトレー」は、ベース車(ガソリン車)の広さや利便性を維持しながら、クラストップの航続距離(257km)と優れた静粛性や力強い走りを実現しています。



トヨタ自動車

トヨタ自動車は、新世代THS(トヨタハイブリッドシステム)を搭載した新型「RAV4 PHEV」などを出展。電力ロスを低減するSiC(炭化ケイ素)半導体を採用するなどしてエネルギー効率を高め、モーターのみでの航続距離を前モデルの95キロメートルから151キロメートルに伸ばしています。



「交通事故ゼロ実現に向けたトヨタの思い」もパネル展示などでアピール。衝突安全や予防安全など技術開発の歴史を説明するとともに、ヒト・クルマ・インフラの三位一体の取り組みが必要と訴えました。

日産自動車

日産自動車は、長期ビジョン「モビリティの知能化で、毎日を新たな体験に」の下、次世代運転支援技術「ProPILOT」(プロパイロット)搭載の試作車を開発するなど、新たな移動価値の創出に取り組んでいます。同車は英ウェーブ・テクノロジーズの生成AIを使った画像認識技術と日産の自動運転技術を組み合わせ、市街地でも車両の加減速やハンドル操作などをサポートします。

モーター、インバーター、減速機の3つの部品を一体化したEV用の電動パワートレイン「3-in-1」と、大型化したセルを高密度に搭載した大容量バッテリーも披露。3-in-1はシリーズハイブリッドの「e-POWER」(イーパワー)用の電動ユニットと主要部品を共有し、コストを低減。バッテリーは凹凸が少ないフラットなフロアを実現させています。





日野自動車

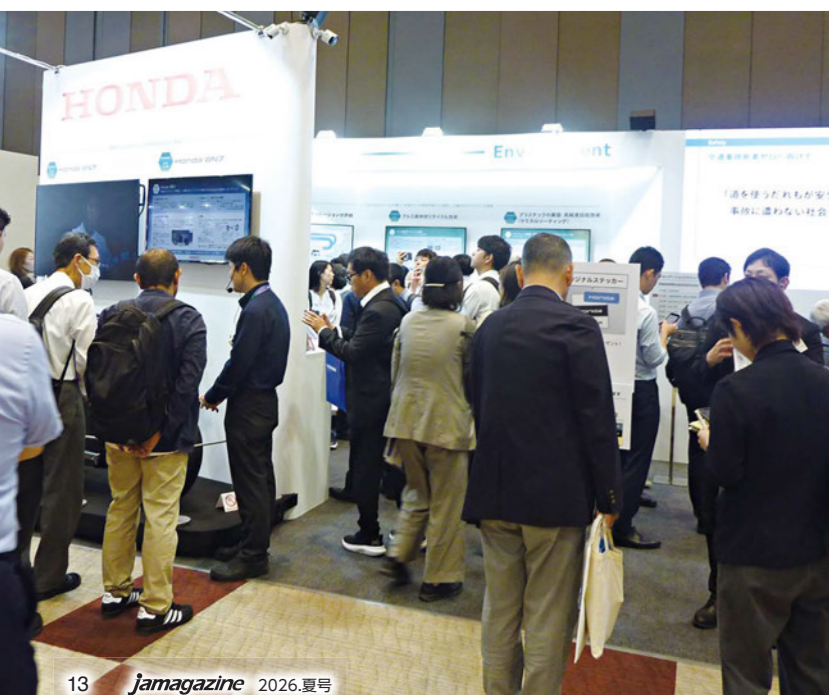
日野自動車は、6月発売の小型電気トラック(EVトラック)「日野デュロZ EV」の最新モデル、大型トラック用の12段変速トランスミッション「M112」のカットモデルなどを展示しました。

普通免許で運転できる日野デュロZ EVは、①ドライバー不足の解消、②超低床・ウォークスルー構造による作業負担の軽減、③静粛性を生かした住宅地での配送、などラストワンマイル物流が抱える課題解決に貢献します。今回の改良では、航続距離が1充電当たり184キロメートルと従来比で20%以上向上しています。

本田技研工業

ホンダは、軽自動車をベースとした登録車として開発、5月に発売された新型EV「Super-ONE」(スーパーワン)などを出展。米ボーズと共同開発したサウンドシステムから車内に響く擬似エンジン音も楽しめ、1充電当たりの航続距離は274キロメートルです。

EVを楽しむには、安心して簡単に利用できる充電インフラが不可欠です。充電ネットワークサービス「Honda Charge」(ホンダチャージ)は日常の買い物や食事の合間に充電できる環境整備を進めており、自宅でもEVと住宅をつなぐ「Honda V2H Stand」も展示されました。ホンダは「家庭内でのエネルギー活用の幅を広げる技術」を提案し、熱心に見学する来場者の姿が見られました。



マツダ

マツダは、CNやデジタルトランスフォーメーション(DX)などに関する取り組みを紹介。次世代車に対応する施工として、燃費や出力の向上に寄与する遮熱コーティング、窓を曇らせない防曇コーティングなど高耐久な技術をアピールしました。

ブースには、9年ぶりに全面改良して発売したばかりの主力SUV「CX-5」も展示。世界販売の4分の1を占める基幹車種で、スタイリッシュな外観デザインを持ち、音声認識機能や大型ディスプレイなども採用しています。



三菱自動車

三菱自動車は、四輪制御技術「Super-All Wheel Control(S-AWC)」と、1月に大幅改良して販売を開始した「デリカD:5」を紹介しました。S-AWCは、4輪それぞれの駆動力と制動力を常時最適に制御することで、雪道や未舗装路などの悪路における圧倒的な安定性と、ドライバーの意図通りに違和感なく曲がれる優れた操縦性を両立する車両運動統合制御システムです。「デリカD:5」をはじめ、「アウトランダーPHEV」や「トライトン」などに搭載されています。

展示ブースでは「デリカD:5」のカットモデルを展示し、ブーススタッフによる解説を聞くことができたほか、開発者による技術プレゼンテーションも行われました。



ミュージアムの 1 いすゞプラザ 歩き方

自動車メーカーには、社の歴史や技術、最新の製品などを紹介するミュージアムがあるのをご存じでしょうか。各社が工夫を凝らした個性的な施設について、担当者がみどころを熱く語るシリーズをスタートします。第1回は「いすゞプラザ」を訪ねました。

※紹介する展示やイベントは取材当時のものになります。



いすゞプラザは、いすゞ自動車藤沢工場（神奈川県藤沢市）に隣接しています。工場の総敷地面積は約102万平方メートルで、全景は空からでないと思えないほど広大です。一方、いすゞプラザの敷地面積は5000平方メートル弱です。小田急電鉄と相模鉄道、横浜市営地下鉄の3路線が交差する湘南台駅（藤沢市）の東口にいすゞプラザの送迎バスが1時間に2本発着しており、10分ほどでプラザに到着します。



エントランスから「いすゞのくるまづくり」エリアへ

真っ白でシンプルながらモダンなデザインで、大型車も展示可能な巨大な建物です。3階建てのうち展示スペースは1、2階で、エントランスではいすゞ自動車が最初

に製造したトラック「ウズレーCP型」が出迎えてくれます。同社の前身である東京石川島造船所が1924（大正13）年、英ウズレー社と提携して国産化した1.5トン積みのトラックで、昭和初期の日本で成長し始めた国産車産業のパイオニア的な役割を果たしたと言われています。

まずは2階の「いすゞのくるまづくり」エリアから。このエリアは、「くるまを体験する」コーナーがたくさんあり、ゲーム性の高い展示物が並んでいます。

「ドライブシミュレーター」は大型トラックの運転を体験できるゲームで、安全運転やエコドライブの観点から運転後にS～Dのランク付けがされます。乗用車と違って高い位置から見た視界は新鮮で、免許を持っている大人でもなかなかうまく操作（運転）できません。大型車の運転の難しさとドライバーの運転技術の高さを実感することができます。

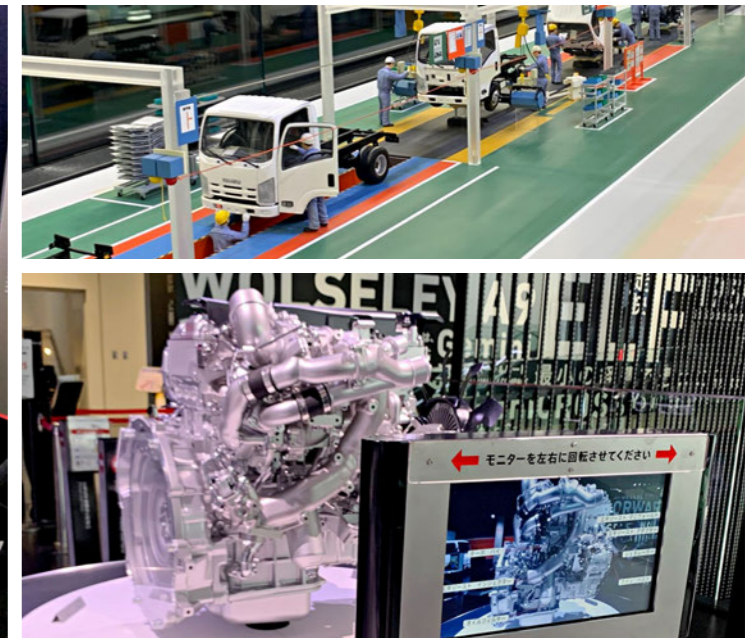
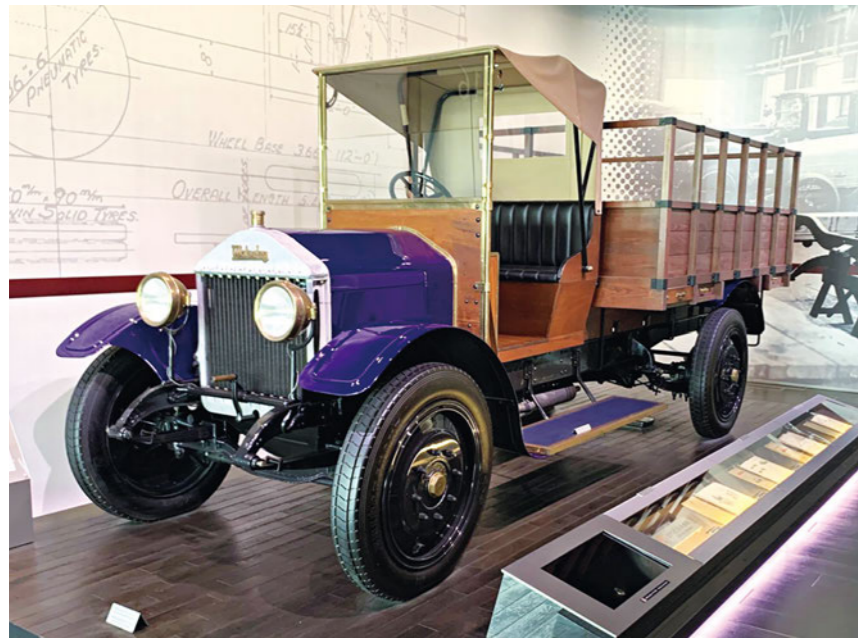
また、「整備士にチャレンジ」ゲームでは、大型車の整備の基本を学ぶことができま

す。タイヤの溝の深さや空気圧が正常かどうかを実際にチェックし、クイズに答えることで安全点検の必要性を示すゲームで、正常値と実物の差を実感できるようになっています。子どもたちは、擦り減ったタイヤや空気圧の足りないタイヤは整備が必要であることを学びます。

塗装体験コーナーでは、スプレーガンを用いたトラック塗装工程を体験できます。まんべんなく塗装するのはなかなか難しく、1カ所に集中すると塗料が垂れたりムラになったりするリアルなゲームです。

実物の20分の1で作られたトラック製造過程を紹介する模型は、実に精密にできています。実際の工場の製造ラインをリアルに再現し、大人も子どもも目を見張る出来栄です。

ディーゼルエンジンの模型は、モニターを左右に動かすと画像上でエンジンが透視され、内部をみることができ、エンジンの仕組みや、数えきれない数の部品によって一つのエンジンが作られていることに驚かされる展示です。





「いすゞの歴史」エリア

続いて、同じ2階の「いすゞの歴史」エリアへ移動します。

最初に出会うのは、昭和初期に乗合バスとして活躍した1932年製の「スミダM型バス」です。「スミダ」は、いすゞ自動車の前身である東京石川島造船所が、純国産車の製造に踏み出した際に名付けた車名で、隅田川のほとりにあった工場から生まれる国産車の発展への願いが込められています。関東大震災からの復興期、自動車の重要性が高まる中で、「スミダ」は国産車の成長をけん引する存在でした。

「いすゞの歴史」エリアには他に、小型トラック「エルフ」の初代（1959年製）や、戦後に独自開発した乗用車の第1号であり、日本初のディーゼル乗用車でもある「ベレル」（1964年製）が並んでいます。また、北米に販売拠点がなかったいすゞ自動車とゼネラルモーターズ（GM社）と提携してアメリカで販売した「シボレーLUV」（1972年製）も展示されています。これは、国内で販売していた「ファスター」の輸出仕様車でした。

あざやかな黄色でスタイリッシュなセダンは「ジェミニ」（1974年製）。GM社と協力して開発した世界最初のグローバルカーで、車名は英語で「ふたご」を意味し、両社の協力の証しとして名付けられたそうです。

他にも、1937年にいすゞ自動車が生産する前からの年表があり、その長い歴史をいすゞが製造した商用車と乗用車などのミニチュア展示で知ることができます。

期間限定の企画展でひときり目を引いたのが、アツシ・ディ・フィオーリ（1979年製）。市販化された「ピアツァ」のプロトタイプモデルです。世界的に有名なイタルデザイン社のジウジアーロ氏のデザインで、ボンネットにはサインが書かれていました。

「『運ぶ』を支える」いすゞエリア

1階に移動すると100以上の国や地域で働くトラックやバスなどが展示されています。

目を引くのは、大型トラックの「ギガ」です。すぐれた省燃費性能や先進の安全機

能、快適な運転環境を備え、輸送の効率化と車両の安定稼働を追求した、いすゞの技術の集大成ともいえる存在です。運転席に座り、地上2メートルを超える高さからの視界を体感できます。

同じエリアには、2025年10～11月に東京ビッグサイト（東京都江東区）で開かれた「JAPAN MOBILITY SHOW 2025」で世界初公開された次世代燃料電池（FC）路線バス「エルガFCV」が展示されています。充填した水素と空気中の酸素とを化学反応させ、これによって充電した電力でモーターを動かす仕組みの燃料電池自動車です。子どもたちからは押すと「ピンポン」と鳴る降車ボタンも人気を集めていました。

また、「SKW ^{さんか}3 ^{ぶん}1/2トントラック」が展示されていました。おもに陸上自衛隊で使われている防衛専用車両で、災害時には被災地で人や物資の輸送などで活躍します。荷台には木製のベンチが設置され、運転席は装飾を排した重厚なつくりです。



2つの役割を持ついすゞプラザ

いすゞプラザは、「企業ミュージアム」と「コミュニティ施設」の2つの顔を持っています。施設の成り立ちや目的について、企業市民活動推進グループのグループリーダー、藤本美愛さんに聞きました。

情報・ブランド発信と交流拠点の場

いすゞプラザは、いすゞ自動車の創立80周年記念事業の一環として企画され、2017年4月に開館しました。「部長クラスから若手までのプロジェクトチームが発足し、どのような施設にするかを企画しました。いすゞ自動車の歴史を伝えるだけでなく、地元・藤沢市に貢献する、地域の交流拠点にするというコンセプトが作られました」。



その結果、いすゞプラザ開設の狙いは、①地域交流拠点になる、②いすゞのものづくりと歴史を紹介する、③商用車の役割を知ってもらう、という3つに整理されました。

実際にいすゞプラザは、歴史の紹介や貴重な車両の展示、商用車の役割や開発から製造・販売までの工程を体験できるだけでなく、ものづくりワークショップなどを開催して地域住民と交流するコミュニティエリアを設けています。

コロナ禍の影響でやむなく入場を制限した時期もありましたが、2026年1月には来場者累計50万人を達成しました。これを記念して「いすゞプラザ来館者50万人突破記念セレモニー」が開かれ、横浜市から訪れた4人家族に記念品が贈られました。

藤本さんは現在の来場者数について、「毎月、約5000~6000人が訪れています。また、近隣小学校の社会科見学は直近の1年で約100校にのぼります。」と話しています。



ものづくり体験ワークショップ

地域の交流拠点としてのいすゞプラザでは、独創的なものづくり体験ワークショップが開かれています。その内容について藤本さんは、「クルマをつくる技術を、子どもだけでなく大人にも楽しみながら知ってもらえるようなワークショップです」と紹介します。

例えば、『クレイモデル教室』では、新しいクルマを作る時に、デザイナーが描いたイラストを基に特殊な粘土(クレイ)を使って実物大の模型を作る『クレイモデラー』の仕事を、実際に使われているクレイで自由に好きな作品を作ってもらうことで体験することができます。大人も童心に帰って一緒に楽しめそうです。

また『鋳物(いもの)教室』では、金属を型に流し込んで作る「鋳物」の技術を体験することができます。藤本さんは「トラックやバスの主要なエンジン部品は、この鋳物技術で作られています。実際に金属を溶かして成形する、貴重な体験ができます」と紹介します。

この他にも、神奈川フィルハーモニー管弦楽団によるミニコンサートや、交通安全をテーマにしたイベントなど、地域への貢献を意識した催しが行われています。

いすゞ自動車が描く「運ぶ」の進化

自動車メーカーとしての未来像は、「いすゞ自動車がクルマを売るということは、世界の物流を支えるソリューションを提供することです。これまでは『運ぶを支える』ことに取り組んできましたが、これからは『運ぶを創造する』メーカーになっていきます。例えば従来から提供しているディーゼル車に加えて電気自動車、燃料電池車、天然ガス車など多様な選択肢を提供することによってカーボンニュートラルに取り組んでいます」と話します。



いすゞプラザの1階に最先端の商用車であるエルガFCVを展示しているのも、そんな思いが込められているのでしょう。

「JAPAN MOBILITY SHOW 2025」にコンセプトカーとして展示した「VCC (Vertical Core Cycle Concept)」についても、「商用車の未来を示した一つの提案で、次世代の『運ぶ』の概念を示しています」と目を輝かせました。

ミュージアムの 2 カワサキワールド 歩き方

自動車メーカーが社の歴史や技術、最新の製品などを展示する博物館(ミュージアム)を紹介するシリーズ。第2回は「カワサキワールド」です。川崎重工グループ創立の地、神戸市を訪ねました。

※紹介する展示やイベントは取材当時のものになります。

120年を超える歴史を持つ川崎重工グループの企業ミュージアム「カワサキワールド」は、目の前に神戸の海が広がる同市中央区波止場町の神戸海洋博物館内に併設されています。同館の屋根は白いスペースフレーム構造で、大海原を進む帆船の帆をイメージしています。すぐとなりには観光スポットの神戸ポートタワーがそびえ立ち、海の向こうには同グループの造船所(神戸工場)も遠望できます。

川崎重工の歴史を紹介

エントランスを通過してカワサキワールドに入ると、創業者紹介コーナーがあります。1878年、近代的造船業に関心を持っていた川崎正蔵が東京の築地に川崎築地造船

所を開設した創業時から、1896年に松方幸次郎が初代社長に就任し、神戸に株式会社川崎造船所が誕生。造船業に始まり鉄道車両や製鉄事業など多角的に事業を拡大した川崎重工の歴史が紹介されています。

日本の産業を振り返る貴重な記録写真

続く歴史コーナーには多くの写真と模型が展示されており、造船業から総合重工業企業へと成長していった川崎重工グループの歴史を知ることができます。年代順に並ぶ写真はまさに日本の重工業の貴重な記録で、産業の発展そのものを振り返る空間となります。国産初の産業用ロボットやジェットスキーの初期モデルなど、同グ

ループが開発した製品の実物も展示されています。

モーターサイクルギャラリーの多彩な展示

川崎重工グループの陸、海、空の多様な製品を紹介する映像が流れる約14メートルの曲面ワイドスクリーンを抜けて、お待ちかねのモーターサイクルギャラリーに進みます。ここでは、日本を代表するモーターサイクルブランド「Kawasaki」の歴代名車に出会うことができます。

ギャラリーでは2027年3月28日まで、モーターサイクル事業70周年特別展示「70 Years of Good Times」の第5弾が開催されています。テーマは「不屈のライムグリーン」





で、これまでのレースの活動をマシンとともに紹介しています。

カワサキを象徴するライムグリーンは、1960年代に米国のレースでレーサーマシンの車体色に使われたことから始まります。欧米では「不吉な色」とされていることから、採用された当初は、「運も離れて勝利など不可能」などと言われていたそうです。ところがカワサキは勝利をおさめ続け、「グリーン・モンスター」として畏敬されるまでになりました。その後ライムグリーンはカワサキのイメージカラーとして定着し、市販車モデルにも導入されていきます。

展示では、KR1000(1982年)、KR350(同)、Ninja ZX-7RR(2001年参戦車両)など歴代のマシンが出迎えてくれます。展示マシンはまさに「カワサキが歩んだ挑戦の軌跡」といえます。

カワサキが手掛ける多彩なモビリティ…

モーターサイクルギャラリーのエリアを抜けると、新幹線の車両が目に入ります。実物の大きさに圧倒されつつ、川崎重工グループが製造していたことにも驚かされます。運転席や客車両に入ることもでき、子どもたちに人気です。

2025年の大阪・関西万博で展示した未来のモビリティコーナーに進むと、四つ足の動物の形をしたマシン「CORLEO(コルレオ)」が目に入ります。道路やレールがない場所を移動できるコンセプトで、未来を描いた映画が浮かんできます。

また、客席が部屋の形をした箱になっており、それ自体がモビリティとなって列車や

船、飛行機に部屋ごと組み込むことができる「ALICE SYSTEM(アリスシステム)」を体験することができます。いずれも、人が持つ「移動本能」を刺激し、満たすために生まれたコンセプトモデルといえます。

そして、KV-107II型ヘリコプターの実物の大きさにも目を奪われます。客室内部や操縦室に入ることができます。フライトシミュレーターは神戸空港での離発着を体験でき、パイロット気分を味わうこともできます。

このほか、ロボットの動きや油圧機器の仕組みを学ぶことができる体験コーナー「コロコロファクトリー」や川崎重工の製品や技術をイラストや動画で紹介するコーナー「テクノラボ」など、子どもにも理解できるよう工夫された展示が印象的です。





学びと体験が広がる場所

川崎重工グループのテクノロジーを「見て」「触れて」楽しく体験できる、がコンセプトのカワサキワールド。その成り立ちや狙いを、カワサキワールドのゼネラルマネージャー、西尾知明さんとカワサキモーターズ営業本部マーケティング部の山村歩美さんに語っていただきました。

コンシューマープロダクトを提供する唯一の重工業

神戸海洋博物館は1987年、神戸港の開港120周年記念事業として建設され、カワサキワールドは川崎重工業が創立110年を迎えた2006年に作られました。

総合重工業メーカーでコンシューマープロダクトを提供していることがカワサキの特徴で、幅広い製品をみなさんに身近に見て、触って、楽しんでいただくための施設がカワサキワールドです。

社会科見学の子どもや海外旅行者が来場

来場者については、コロナ禍もありましたが年平均約20万人です。2006年から累計し、2025年12月に400万人を突破しました。家族連れが多く、小・中・高校生の社会科見学のニーズもあります。遠足や修学旅行で神戸を訪れた中学生や養護学校の生徒もいらっやいます。



モーターサイクルエリアには高校生の来場が多く、大人ではツーリングライダーが立ち寄るスポットにもなっています。インドの旅行ツアー客など海外からの来場者もあります。英国から旅行に来たという50代の男性は「(カワサキの)バルカンの1500ccと2000ccに乗ってポーランドまで走った」と話していました。

カワサキモーターズの歴史を展示

現在開催しているモーターサイクル事業70周年特別展示「70 Years of Good Times」は、企画展の最終章で第5弾です。カワサキファンに愛されるライムグリーンをテーマに、これまでレースで活躍したモーターサイクルを展示しています。

2023年9月から始まったこの企画展では、カワサキモーターズのビジネスの歩みを振り返ってきました。

第1、2弾は米国市場に参入した転換期の展示でした。オフロード四輪車「ミュール」の初代モデルも展示しました。

第3弾は欧州市場の紹介で、時速300キロをたたき出したZZRを展示しました。第4弾は、1980年代の日本でのバイクブームに焦点を当てました。当時の名車をずらりと展示し、来場者に喜ばれました。

第4弾までが世界と日本の市場をテーマにしたのに対し、現在展示している第5弾はレース活動を振り返る内容となっており、カワサキのレースの歴史に触れていただ

きたいと思います。

魅力的な未来のモビリティ

アリスシステムは、すべての人がストレスなく安心して移動できる新しいモビリティです。自宅にキャンピングがやってきて駅や飛行場のほか、船着き場で船に乗ってキャンピングごと移動できます。

したがって、お年寄りや子どもも好きなところへ旅ができます。陸、海、空の移動を一貫して手掛ける川崎重工グループならではのシステムです。

コルレオは、モーターサイクルとロボットの両技術の結集です。タイヤの付いた乗り物では入れないようなところに入れるモビリティで、乗る楽しさを新しい形で表現しています。「カワサキ」という事業展開だからこそできる展示といえます。

地域貢献も積極的

国内外で事業展開する企業としては、地域社会への貢献は必要なことです。神戸の子どもたちへの教育貢献として、「水素社会のサバイバル」という冊子を作って配布しています。2025年11月には施設があるメリケンパークでミニ鉄道車両のイベントも実施しました。

また、初代社長の松方幸次郎が1910年代から20年代にかけて欧州で収集した美術コレクションがあり、浮世絵コレクションは東京国立博物館、西洋美術コレクションの一部は国立西洋美術館に所蔵されています。



自工会会見

水素トラック普及へ 具体的基準を提示、 完成車の共同物流でも 連携強化



正副会長7人が登壇

自工会(会長 佐藤恒治=トヨタ自動車副会長)は5月21日、日本自動車会館(東京都港区)で記者会見を開き、エネルギー安全保障に向けた水素トラックの普及や国内物流を軸とした共同運送による効率化を目指して連携する方針を表明しました。

エネルギー安全保障に関しては、水素トラックの普及台数などの具体的な基準を掲げ、共同物流では各自動車メーカーが連携して効率的な完成車物流の仕組みの構築を目指します。国際競争が激化する中、日本の自動車産業の競争力維持、強化に向けた取り組みを加速させます。

自工会では、産業を取り巻く環境が厳しさを増す中、最優先で取り組むべき課題として重要資源・部品の安全保障など「新7つの課題」を掲げています。佐藤は「自動車産業では、安定したサプライチェーン(供給網)を確保し、多様化するエネルギーに対するソリューションを準備することが重要になります」と述べ、自工会として協調領域を精査、拡大していく考えを示しました。

具体的なプロジェクトは「幹線輸送での水素トラックの普及」「共同物流実装に向けた標準プラットフォーム構築」「産業の魅力向上に向けたカレンダー変更」の3つ。

マルチパスウェイの社会実装の分野では、エネルギー安全保障や産業競争力の強化といった観点から、官民連携で進める「水素大動脈構想」に沿って、国内での水素利用量拡大をモビリティ領域で先導する方針

幹線輸送での水素トラック普及

1. なぜいま「水素」に取り組むのか

自工会が「水素」に取り組む大義	
①エネルギー安全保障	・多様化するエネルギー環境に合わせて多様な選択肢を準備する
②産業競争力の確保	・日本が優位性を持つ3つの水素関連技術(次ページ参照)などを海外展開することで国際的な産業競争力の強化
③脱炭素・GX (マルチパスウェイ)	・最終的にはPOVまで含めて水素活用を普及させることで、モビリティにおける脱炭素(マルチパスウェイ)を実現

です。今後10年間で水素大型トラックを1,500台、水素ステーションを現状から30基の増設、水素価格を1kg当たり1,000円とする基準を示しました。

サプライチェーン全体での競争力向上としては、共同物流実装に向けて、自動車メーカー間の連携を強化します。ドライバー不足や災害時の物流確保といった社会課題も背景に、各社の物流データからシミュレーションを実施し、今夏をめどに物流効率化の効果を可視化させます。まずは完成車物流における「帰り便(逆物流)」の活用を進め、28年末をめどに体系的な仕組みを構築し、同様の取り組みを用品や補修品物流にも広げていきます。

人財基盤の強化の一環としては、「自動車産業カレンダー」の見直しにも着手します。27

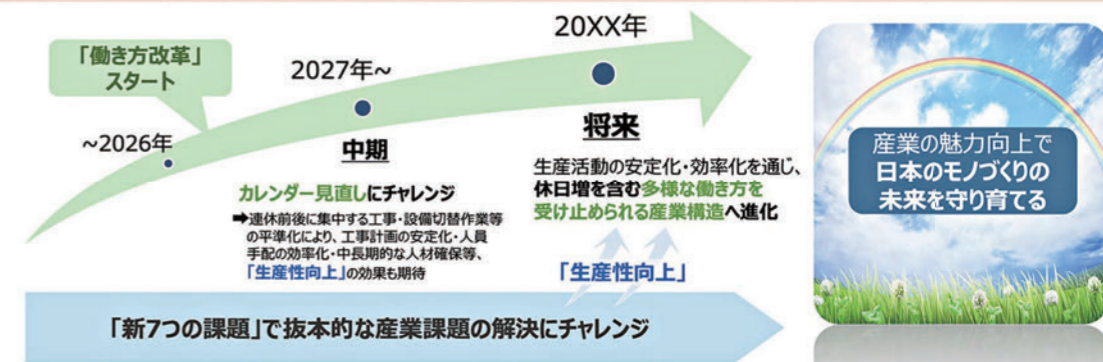
2026.5.21

産業の魅力向上に向けたカレンダー変更

2026.5.21

自動車産業の魅力向上に向けて (将来に渡り “選ばれる” 産業へ)

- 「新7つの課題」への取り組みによる 抜本的な産業課題の解決と併せて、業界一体となった「働き方改革」を推進することで、産業全体で「生産性向上」を実現したい
 - その第一歩として、2027年度より、祝日が稼働となっている自動車カレンダーを見直し、「GW連休の平日を稼働日に変更」、「ハッピーマンデー(例 1/10,9/20)の休日化」を実施
- 結果として、休日増を含む多様な働き方を受け止められる、魅力ある産業構造へと進化したい



年度から、祝日で稼働日となっているハッピーマンデーを休日とし、5月の大型連休の平日を稼働日に変更する方針です。実施は各社の状況に応じて段階的に進められる見通しです。

「Japan Mobility Show Bizweek 2026」は10月13~16日、幕張メッセ(千葉市美浜区)で開催されます。「あなたが動けば世界が動く」をテーマに、スタートアップ企業との連携を図り、「新7つの課題」を軸に多面的に議論する場とします。

佐藤は、足元の中東情勢緊迫化に伴うサプライチェーンへの影響について、「全体としての(材料)供給は見通しが立っています」としつつも「パイプライン全体で目詰まりを起こさないような丁寧な対応が必要です」と話しました。



会長 佐藤恒治 (トヨタ自動車副会長)

副会長 三部敏宏 (本田技研工業社長)

副会長 設楽元文 (ヤマハ発動機社長)

副会長 鈴木俊宏 (スズキ社長)

記者会見の主な質疑応答は次の通りです。

——共同物流の取り組みの狙いは

副会長 三部敏宏 (本田技研工業社長) 「(完成車物流の場合) 行きは新車が載っていますが、帰りは7割ぐらいが空で帰ってきます。業界を挙げて物流を改善する余地は十分あります。まずは完成車物流からですが、その次は補修部品。中古車や輸入車を含めてやるためには、データのプラットフォームが必要になります。データを共有化すると、例えば『どこでどれぐらい車を作っているか』が分かっ てしまいます。そういう課題はあるものの、それを乗り越えてやっていきたいです。2028年末ぐらいをめどにシステムを構築したいと思っています」

——水素活用拡大に向けてインセンティブの仕組みは

佐藤 「今も水素価格そのものについては支援があります。(補助による普及は) サステナブルではないという理解の下、今回のスキームはこれまで十数年にわたって取り組んできたノウハウから、水素事業として成立する『原単位』をつくっていきます。ステーション一基当たりで年間約250トンの水素使用量があり、そこで経済合理性が見えてきます。例えばインフラ設置に関する基準や品質管理基準に対するルールについては、現実を見ながら緩和していくことを行政と連携してやっています」

——自動車カレンダーについては各メーカーが一斉に進めるのでしょうか

副会長 鈴木俊宏 (スズキ社長) 「自動車産業は自動車メーカーを頂点にいろいろな取引先がありますが、自動車メーカーがまず歩



副会長 山口真宏 (トヨタ自動車社長)

副会長 イヴァン・エスピノーサ (日産自動車社長)

調を合わせないと、一律に展開できません。強制するのではなく、生産効率や人材確保も含めて準備が整ったところからやっていくことになります。家族と一緒に過ごそうと思っても、カレンダーが自動車業界だけ違うので、それを何とか解消できないかという声が高まっています。まずゴールデンウィークが大きく違います。これは自動車業界の事情で、大型連休を使って設備を新設したり入れ替えたりしてきました。時代の変化とともに分散できる技術もできています」

——高市政権が掲げる「戦略17分野」にモビリティが入っていませんが

佐藤 「モビリティは非常に裾野の広い産業であり、掲げられている17分野すべてにモビリティが関わっていくべきで、その余地があると思っています。17分野すべてに対して出口戦略をしっかりと担っていくべき産業だと理解しています。高市政権のスピードにしっかりと対応できるよう産業としての覚悟を示し、出口戦略を一つひとつ示していきたいと思っています」

——「新7つの課題」についてどのように取り組みを進めていくのでしょうか

副会長 イヴァン・エスピノーサ (日産自動車社長) 「私はまだ新しいメンバーですが、トピックの取り上げ方、進め方は非常にオープンです。ゴールに向けてしっかりと足並みをそろえて進めています。本日も目標・目的について話し合う機会があり、これから業界として何を達成したいのか、強い日本を支えるために何をやっていきたいのかを明確にしているところです。これが自工会の原則であり、同じアプローチをそれぞれの活動、個々の活動にも反映しています。このスピード感、オープンな姿勢に感銘を受けています」

——水素について掲げた基準をどのように達成しますか

佐藤 「水素エネルギーで経済合理性のあるビジネスモデルをしっかりとつくるということです。実はモビリティ領域の水素使用量は他の産業から見ると小さく、課題は投資の予見性を高めることと、使用量を増やして水素価格を下げることです。モビリティがまず先頭、いわゆる『ファーストペンギン』となって『水素はエネルギーとして有用』という産業基盤をつくります。でも量は大きくないので、発電とか鉄鋼とか水素使用量が見込める産業にどうやってバトンを渡していくかでしょう。自工会として取り組みを他産業にしっかりと発信しながら国のグランドデザインの中で今後、水素の使用量をどうやってすべてのセクターで広げていくか、この大きなマップを同時に描いていくことが大事です」

——中東情勢の緊迫化に伴う自動車産業の影響は

三部 「直ちに重大な支障が生じるような状況ではありません。政府による原油調達、石油備蓄の放出によって、まずは緊急のリスクは防がれました。ナフサ由来の化学製品と潤滑油は不足懸念もあるが、政府から十分な量を確保されているという発表もあり、自工会としてはサプライチェーン(供給網)での目詰まりや供給の停滞、偏りが起きないように、引き続き政府と関係業界含めてコミュニケーションを取りながら対応に当たっていきたくと思っています。一方、影響が出ているのがホルムズ海峡の閉鎖によって、一部メーカーで中東向けの車両の生産が減産していること。政府と連携しながら必要に応じて各社と正確な情報を発信していきます」

【中継】日本自動車工業会記者会見 (5/21)
<https://www.youtube.com/live/Pu1-V684Nqo?si=Tc39dd6tQkyzY5vg>



——世界に挑んだ

日系自動車メーカーの情熱に触れる!

トヨタ博物館で企画展開催

80~90年代、若者たちの話題の中心はクルマとバイクでした。日本の自動車メーカーは、走りて世界の頂点に立つべく技術の挑戦を続けていました。若者の情熱、技術者の製品にかける想い、それぞれが呼応し、大きな熱狂を生み出していました。

愛 知県長久手市のトヨタ博物館では、当時の技術者たちに焦点を当てた企画展「熱狂を生む技術者たち'80-'90年代日本のクルマとオートバイ」が開催されています。

転換期を迎えた自動車業界が、次の100年を見据えるために紡がれた“温故知新”の本企画展は、国内メーカー8社の協力により、トヨタ博物館初となる本格的な二輪・四輪同時展示として実現しました。

トヨタ自動車社会貢献部博物館グループの鳥居十和樹プロフェッショナル・パートナーは、今回の企画展について、技術者たちが「世界に挑戦する」という情熱を持ってモノづくりを進めていた80~90年代を、改めて見つめ直したいという思いからスタートしたと語ります。

企画展の入り口では、深くバンクしたヤマハ「RZV500R」とマツダ「サバンナRX-7」が来場者を出迎えます。ワインディングを競うように走る迫力ある展示は、本企画展のハイライトのひとつです。

このダイナミックな展示は、単に車両を提供するだけでなく、スタンドの製作やマネ

キンの服装、姿勢や視線にまでこだわった各社ミュージアムの協力によって実現したといいます。

各社の協力で生まれたものは、展示の工夫に留まりません。モノクロを基調とした展示空間に浮かび上がる言葉の数々は、当時の技術者の方々へのインタビューや、各社の担当者との対話、後述する「物語」などから、80~90年代の開発部門の空気を表すものとして特に抜き出されたキーワードです。

四輪の展示車両は、日本車がその経済性や耐久品質だけでなく、走行性能や技術でも世界最高水準を目指したこの時代の象徴的なハイパフォーマンスモデルが7台そろい踏み。

同館初の本格的な展示となる二輪は、海外のレースで大活躍したマシンの市販モデルに加え、「Ninja」や「KATANA」といったペットネームを冠し海外で人気を博した車種など、世界での日本車の地位を不動のものとした大型バイクを中心に12台が展示されています。

今回の企画展に合わせて開催された講演会「榊原館長が聴く!」では、日産「スカイ

ライン(R33/R34型)」開発責任者の渡邊衛三氏が、開発当時の想いを語りました。

「80年代後半に会社の商品ラインナップの方向性に危機感を持った設計のエンジニアが発起人となり、ボトムアップで『90年までにハンドリング性能世界一を達成する』と役員に提案して始まったのが『プロジェクト901(P901活動)』です」と当時の開発背景を振り返ります。「P901活動が体現された車種として、欧州向けが『プリメーラ(P10型)』、北米向けが『フェアレディZ(Z32型、現地名:300ZX)』、国内向けが『スカイライン(R32型)』といえます。」

では何をもって『世界一』とするかについては、検討を重ねた結果、「世界一過酷なサーキット」といわれる独ニユルブルクリンク北コースでの周回タイムを目標値として設定することに。

R32型スカイラインの実験主担を経て、R33型の商品主管を任された渡邊氏。開発にあたり、「最大のライバル」に据えたのは世界中のどのクルマでもなく、グループAレースで29連勝を記録した先代のR32型そのものだったといいます。

R33型スカイラインGT-R開発当時、社内には「R32のGT-Rは10年に一度出る



▲トヨタ自動車社会貢献部博物館グループの鳥居十和樹プロフェッショナル・パートナー





▲スカイライン(R33/R34型)開発責任者の渡邊衛三氏

か出来ないかの名車なのだから、次期型はしばらく必要のないのではないか」という声もあったといいます。しかし渡邊氏は、2代目GT-R(KPGC110型)からR32型誕生までに16年もの空白期間が存在したことに触れ、「ここで途絶えたら、また同じ苦勞を繰り返すことになる」と感じたことから、次の世代へ技術を繋いでいかなければならないという強い思いがあったと語りました。

また、R32型よりも車両サイズと重量が増加したR33型には、「大きくなって走らなくなった」というイメージも付きまわっていました。そうした声に対し、渡邊氏は「エンジニアを舐めるな、という意地があった」と振り返ります。

その思いのもと開発されたR33型GT-Rは、ニュルブルクリンク北コースで先代の記録を21秒更新する7分59秒を記録しました。この記録は、自らの技術や商品、そして会社に対する誇りに裏打ちされた「技術者の意地」と言えるでしょう。

展示では、「第2世代GT-R」の集大成となるR34型



GT-R V-Spec IIが展示されています。このほかにも時代を象徴する名車たちが、当時の技術者たちの開発にける想いを伝えています。一方、「物語」と銘打たれたリーフレットには、車両提供を行った各社ミュージアム担当者が本企画展のために書き下ろした展示車両の開発エピソードが収録され、情熱を込めて人が創ったものであることを実感できるようになっています。

今回のトークショーに続き、6月6日(土)には、マツダ「ロードスター(ND型)」開発責任者を務めた山本修弘氏の登壇も予定されています。

7月12日まで開催される本企画展。珠玉の名車たちはもちろん、開発シーンの記録写真とキーワードで整えられたモノクロ基調の展示空間、そして各社担当者が当時の開発部門を振り返り執筆した「物語」リーフレットを通じて、80~90年代の技術者たちの熱量に触れてみてはいかがでしょうか。


[世界に挑んだ日系自動車メーカーの情熱に触れる!トヨタ博物館で企画展開催](https://www.youtube.com/watch?v=Aj3fr1UXd1c)
<https://www.youtube.com/watch?v=Aj3fr1UXd1c>



編集後記

想像する力が、未来を走らせる

初夏の陽気が感じられる頃となりました。

小学生の頃、総合の授業で「未来にあったらいいなと思うもの」を考え、空を自由に移動できるクルマを描いたことを、ふと思い出しました。当時は映画の中の世界のように、どこか現実味のないものを感じていた記憶があります。

世の中には、「本当に実現するのだろうか」と思うようなことも少なくありませんが、技術の進展によって、かつては想像の中にあっただものが少しずつ現実に近づいていることを実感します。あの頃のように、「こんな乗り物があったら」と思い描くときの胸が高鳴る気持ちは、今も変わらないように感じます。

こうした思いは、JAMAブログの企画『ミュージアムの歩き方』で各社の施設取材する中でも、印象的な場面として心に残りました。過去の名車や技術の積み重ねに触れることで、現在のモビリティ、そしてその先の未来へとつながっていることを改めて実感します。

本号にも登場するALICE SYSTEMについては、施設で実際に見学した際、その先進性に驚くとともに、「自分が生きているうちに完成してほしい!」と思わずにはいられませんでした。

月の土地を買うことが話題になったこともありましたが、将来は空に浮かぶ駅などが生まれ、「土地代」ならぬ「空間代」が発生する時代が来るのだろうか、少し楽しい想像をしてしまいました。こうした想像をしていると、都市開発などで用いられる空中権(空間地上権)の考え方が、将来はより身近なものになっていくのかもしれないとも感じました。

いつの時代も、「ありえない」「不可能だ」と言われてしまうようなことに本気で挑戦する人たちがいるからこそ、私たちは今の便利な社会の中で暮らせているのだと、改めて感じました。

モビリティの可能性が広がる中、本誌がその一端を感じていただくきっかけとなれば幸いです。

(写真は、次号掲載予定のスズキ歴史館での取材の様子です。お楽しみに!)

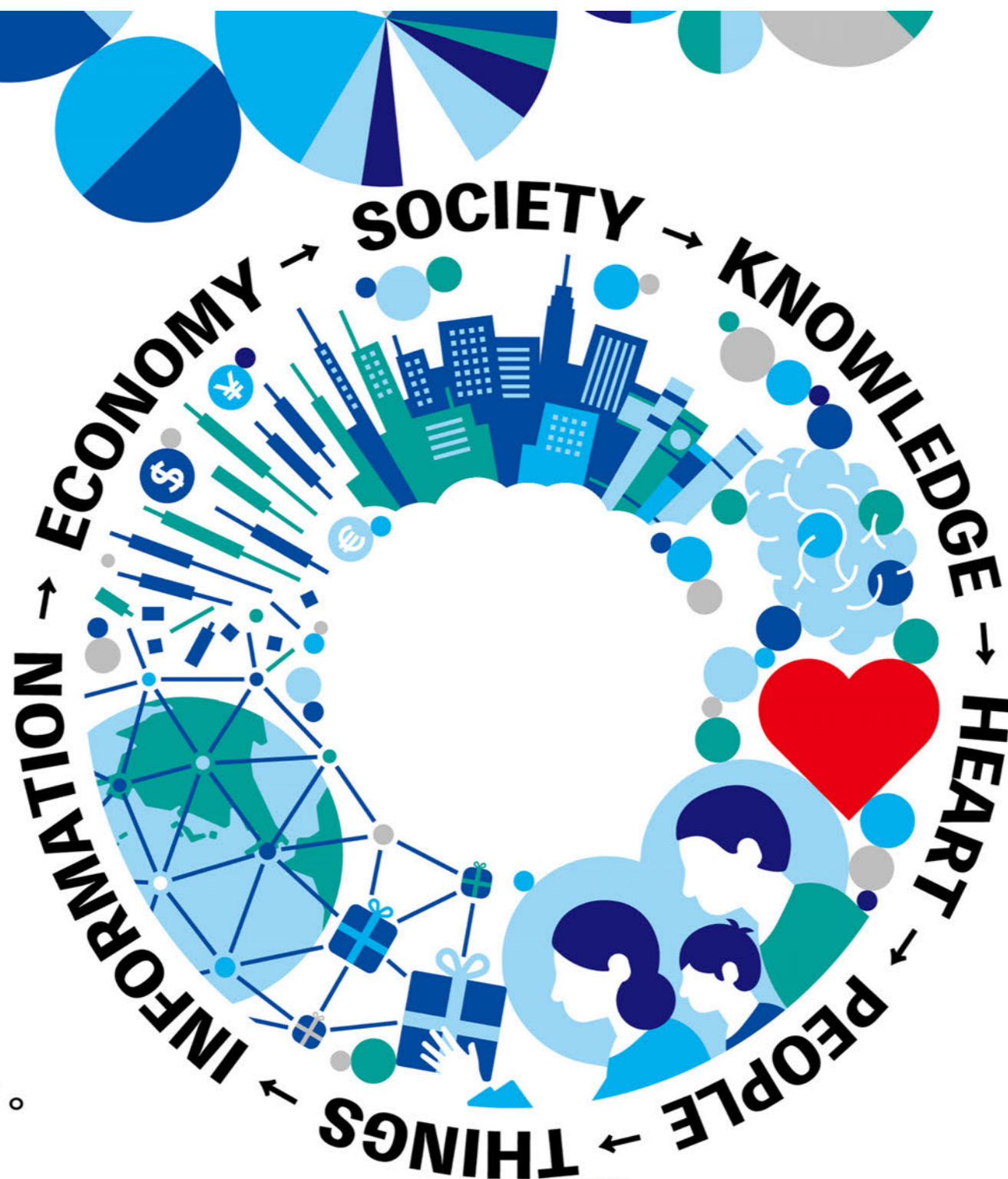
(R.T.)



知が動けば、心が動く。
心が動けば、人が動く。
そうして経済が、
社会が動きだす。

一つひとつの連鎖で
絶えずかたちを
変えているこの世界。
それを突き動かすのは、
期待であり、意思であり、
挑戦だと思う。

さあ、動こう。つながろう。
ワクワクする方へ、
未来を動かしていこう。



あなたが
動けば、
世界が
動く。

Your move
moves
the world.

jamagazine

Japan Mobility Show
Bizweek 2026

10.13 Tue - 10.16 Fri