

JAMAGAZINE

Japan Automobile Manufacturers Association

2015. April

#

49



特集 日本(ニッポン)の軽自動車・その新しい魅力

一般社団法人 日本自動車工業会



時間に縛られない自由さが
クルマの心地よさ。

寄り道は
クルマならではの
旅の楽しみ！

思わぬところで、
えっ、スゴイ！って感動や、
なにコレ？っていう驚きや、
ワ～っ！っていう楽しみに会える。

素敵なワクワクを
たくさんみつけよう！

さあクルマで、
Let's YORI-MICHI Drive!

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-unten.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 日本(ニッポン)の軽自動車・その新しい魅力

進化を続ける日本(ニッポン)の軽自動車 2
／モータージャーナリスト 小関 和夫

軽自動車のユーザーと市場環境、その変化[市場レポート] 11
／監修：一般社団法人 日本自動車工業会 軽自動車調査分科会
株式会社ジェイ・エム・アール生活総合研究所 ビジネスディベロップメント・マネージャー 合田 英了

連載 クルマの楽しさ、素晴らしさとは 第67回

子どもたちにクルマの素晴らしさを——「車育 Cars and Dreams」 22
／JAMAGAZINE編集室

記者の窓

「巧妙な仕組み」 25
／西日本新聞社 重川 英介

Topics

- 「第6回 国際自動車通信技術展」開催 26
- 「第13回国際オートアフターマーケット EXPO2015」開催
- 2015年度(平成27年度)自動車国内需要見通し
- 一般社団法人 日本自動車工業会 役員名簿
- 理系女子応援イベント「Drive for the Future -あなたの想いを走らせる仕事-」開催
- 『世界自動車統計年報(World Motor Vehicle Statistics)』の発行について
- あなたとバイクの感動のストーリー(BIKE LOVE STORY) 受賞作紹介
特別賞「赤い旧車と夏休み」 仙田 和之さん



表紙イラストレーション

クルマのある風景

とよだ あきら
豊田 陽

日本大学芸術学部デザイン学科1年

幼稚園のお絵描きの時間に「将来なりた
いもの」として友達がクルマを描いてい
た。クルマにはなれないだろうと心の中
で思っていたが、自由、そして未来を感
じる絵ってそういうことだったんだな。

『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。

進化を続ける日本(ニッポン)の軽自動車

モータージャーナリスト 小関 和夫

はじめに

2014年11月に発表となった、2015年次RJCカーオブザイヤーにおいて、RJC特別賞に「日本(ニッポン)の軽自動車」が選出された。「軽自動車」がこれまで成し遂げてきた目覚ましい進化と、日本のモータリゼーションの中で果たしている役割について、個々の銘柄と車種の別を超えて評価されたものである。また2014年の車名別新車販売台数では、上位10車種中に軽自動車7車種がランクインするなど、自動車業界、市場における軽自動車の重要性は一層高まっている。本誌2009年2月号では、軽自動車の誕生からの歴史を振り返ったが、本稿では2009年以降の軽自動車の発展の経緯、スタイルや機能などの進化を取り上げる。

1. 軽自動車の発展(2009年以降)

1) ボンバンから商用 & 乗用車の多様化へ

軽自動車がヒットしたのは物品税がかからなく価格が安くできた商用車ボンネット型バン時代であったが、その後は消費税制度が実施され、多くが5ナンバー車になったが、商用車も税金が安いために需要があり、現在に至るまでラインナップされてきている。税金面での変化は2009年度税制改正による環境対応車普及促進税制=エコカー減税実施であった。定められた基準燃費値を上回る

環境対応車に対して「重量税と取得税の特別処置として補助金による減税処置」がスタート、各社が新技術の新型適合車を開発、販売台数を拡大してきた。

軽乗用車の開発も、主たるターゲットは通勤及び買物層を含んだ「女性」にあるとして、2009年8月にミラココアが登場。ダイハツの女性社員による「ココかわプロジェクト」による、お出かけが楽しくなるモダンなスタイルが与えられ、発売1ヵ月で予想の3倍、受注9,000台に達した。

10月の第41回東京モーターショーは「燃費競争時代」に突入したことを示唆。ダイハツはEco、Life、Funを表現、特に「e:S」=Energy Saving=イースは車重700kgに抑え30km/lの低燃費化をアピール。ショーでホンダは新型アクティトラックを10年ぶりのフルモデルチェンジ。バン系と共用ベースだった軸距を短くして軽トラNo.1の最少回転半径3.6mを実現。また衝突安全性もフレームも側面また正面衝突衝撃吸収構造とし安全性向



ダイハツ ミラココア

上。ボディ外板表面錆保証を1年から3年に、外板穴あき錆も軽トラ最長の5年とし、以降各社の新型軽トラックがホンダに習うこととなる。2011年9月にはトヨタ初の軽乗用車ピクシススペースが、ダイハツムーブコンテのOEM供給を受けて発売に入り、同時期トラックやバン型もラインナップされたが、当初の供給量は限定られPRなどは控えられた。2012年にはダイハツ軽乗用車の97%がエコカー減税&補助金の対象車になった。これを受け2012年の年間軽自動車新車販売台数で、ミラが21万8,295台を記録し第1位に。2012年末にホンダがNシリーズの第3弾の新型乗用車N-ONEを発売。1967年にベストセラー軽となったN360をモチーフにして、タイヤを四隅に配した台形フォルムを採用したのが特徴。

2013年1月から三菱ミニキャブ・ミーブトラック“電トラ”を発売、宅配便のバン型で試験して発売に踏み切ったもので、環境汚染がないことから農業用にも最適と考えられ、農業新聞にも試乗記が掲載され雪道なども走行した。4月に軽キャブバン初のエコカー減税車として、スズキエブリイバン2WD3AT車が50%減税車として登場、商業車にもエコカー時代が到来することとなった。5月には三菱・日産協業の「デイズ及びeK」オフライン式がNMKV（日産三菱ケイピークル）水島工場で実施された。デイズは6月発売1ヵ月で目標の4倍、30,000台を受注した。8月にはスズキ新型キャリイが登場、R06Aエンジン搭載による

50kgの軽量化で2WD5MT車18.6km/ℓとクラストップの低燃費を実現。10月の東京モーターショーにおいて各社が新型車を揃え、軽人気を象徴していた。ダイハツは新感覚・オープンスポーツとしてコペンをはじめ、スーパースペースモデルDECADECAなど展示。またスズキは軽ワゴン+SUVを融合させた新ジャンルの新型ハスラーを展示、軽自動車の新しい市場を開拓すると発表。ホンダは市販予定車N-WGNに加え、軽オープンスポーツS660コンセプトを公開して話題を呼んだ。年末登場のN-WGNは新しいベーシックをめざし安心感、本物感、存在感を持ち大人4人がゆったり乗れ、特にリアシートスライド量200mmという室内空間が特徴。そしてホンダNシリーズがグッドデザイン受賞、N-BOXシリーズが2013年1月～12月の販売台数23万4,994台を記録、軽4輪新車販売台数No.1に。この年の軽は乗用車が1970年以来過去最高の168万台、軽トラックも前年比を上回った。

2014年になると三菱eKスペースにアウターハンドルのスイッチを押すだけで自動開閉できる「ワンタッチ電動スライドドア」採用、また日産デイズのリアシートスライド量も260mmとしてクラス最長を誇ることとなった。ホンダはローダウンモデルN-BOX SLASHを追加してモデルを多様化し、多彩なカスタムラインナップで登場させた。N-BOXよりルーフを100mm低く、ルーフラインを絞り、ウインドーラインは上げるというク



ダイハツ ミライース



三菱 ミニキャブ・ミーブトラック

ーペフォルムがデザイン上の特徴。5種のカスタムスタイルを採用して若者向けとした。秋にはハイゼットが15年ぶり新型に、全国の軽トラックユーザーを訪ね開発に反映、ドア開度拡大などで快適さ向上、軽トラック初のフロントパネル樹脂化で塗装剥がれによる錆を防止するなどした。

2) 共用プラットフォーム化

軽自動車における多彩なバリエーションは、顧客ニーズに応えるために必要不可欠な要素であるが、工場での生産稼働率からすると、共用プラットフォーム方式が最も効率の良い手法となっている。かつて存在した2ドアシャーシは姿を消して4ドア主体になり、室内の大きさがセールスポイントに結びつくため軸距が長く、エンジン位置がより前方になる。燃費のために軽量でなくてはならず、加えて衝突実験での成績も公表されてしまうだけに、各社の設計陣は鎬ぎを削って新車開発に取り組んでいる。

各社ともに高年式のプラットフォームをベースにして通常のセダンからハイトワゴンやトールワゴンなど4種類以上のモデルを生み出している。特にホンダのN-BOXはボディを製造工程から見直し、フロアパネルにサイドとルーフ部を溶接+ボルト結合したインナーフレームに、外皮ボディを貼付けの二重構造を国内初採用、高強度と10%軽量化を実現し軽乗用車最大級の空間を作り出した。三菱eK及び日産デイズも高張力鋼板採用率

を大幅に拡大、同様に10%の軽量化を実現して登場となった。

2. 軽自動車の進化

1) スタイルの変化：トール&ハイトワゴンの発展

ハイトワゴンの類は立体駐車場に入らないことで分類されるモデルをいい、当初の表現であったトールワゴンは全高1,550mm以上のワゴンRやムーヴなどであった。しかしモデル拡大化でタントやパレット、スペーシアなどのハイトワゴン（全高1,700mm以上）も誕生、その変遷を追ってみることにしよう。スズキワゴンRが2003～2009年の車名別新車新規届出台数において7年連続第1位を達成、2010年11月には累計350万台達成、2012年のグッドデザイン・ロングライフデザイン賞を受賞、「軽自動車枠の中で背が高く独立したボンネットフードの基本パッケージを打ち立てた。」と評価。

その後は各社からトールワゴンタイプのラインナップが続く。2012年6月にマツダのフレアワゴンがスズキパレットのOEM供給を受け発売。同年末にダイハツムーヴがe:S=イーステクノロジー第2弾を搭載。燃料噴射+CVT変速制御も最適化などでクラストップの29km/ℓを達成。加えて車速9km/hで以下エンジン停止、20km/h以下で



ホンダ N-BOX



マツダ フレアワゴン

前方4m以内に障害物があると緊急ブレーキ作動の衝突回避支援「スマートアシスト」を軽初採用。発売1ヵ月で21,000台受注、スマートアシスト率も6割に及び、ユーザーが新機構を購入動機にしていることを示した。

2013年春に三菱・日産トールワゴンの新型「eK及びデイズ」を公表、高品質デザイン、快適な室内空間、優れた燃費性能を「高いレベル」で実現。MIVECエンジン+副変速機付CVT+軽量化で軽ハイトワゴントップの29.2km/ℓを達成。6月発売で特に販売拠点の多い日産の伸びが目立った。

2013年初春にスズキがパレットに替わるスペーシアを発売。軸距2,425mm新プラットフォーム+90kg軽量化でクラス最軽量840kg。エンジンはチェーン細幅化で摩擦係数低減、ラジエーター改良で放熱効果向上、2WDは振り子式エンジンマウントにより振動を低減化、2WD車クラストップの29km/ℓ達成。

2013年末にダイハツのタント&タントカスタムがグッドデザイン金賞受賞。特に助手席側にピラーを持たないミラクルオープンドアを2007年から採用して乗降性と室内空間の拡大による使い勝手の良さが評価された。同時期に日本カーオブザイヤー=COTYも軽自動車の動向に着目、対象モデルとして新たにスモールモビリティ部門賞を加えるに至り、スズキの新型車スペーシアおよびマツダのフレアワゴンが受賞。2014年初春に三菱新型車eKスペース、日産の新型車デイズルークス



日産 デイズ

が誕生した。eKシリーズ第2弾のハイトワゴンの新型で、快適+便利+安心がキーワード。クラストップの室内高1,400mm+室内長2,235mmを強調。三菱は家族と子どもが楽しく、優しくサポートする33の思いやり機能をアピール。2014年末にダイハツがムーヴをフルモデルチェンジ。「次世代ベストスマール」を見指し開発、低燃費と低価格を実現。従来比20kg軽量化の高剛性Dモノコックボディ、細部まで見直したDサスペンション、軽初のパワーモード切替ステアリングスイッチDアシスト採用で、ワンタッチでエンジンとCVTを制御するパワーモードに切り替わるシステムを採用。さらに軽初の後方2~3m先の障害物検知の後発進制御機能をスマートアシストに追加。一部にLEDヘッドランプを標準装備して省電力に貢献させた。こうした新型モデル投入でダイハツの軽は3年連続で前年比実績を上回る国内向け生産を記録した。

2) 走行性能：燃費の向上

軽自動車のセールスポイントは、維持費がかからないこと。税金、保険の他にユーザーが気にするのが燃費であろう。特に2009年以降はエコカー減税による購入費の削減、使い始めてのガソリン代などの支出である。燃費の少ないモデルが経済的であるため、各社が低燃費車を送り出しているが、ここではベーシックなセダン系の動きを追ってみた。

2009年末、スズキはVVTのNA及びターボエンジンの全車に対して改良を加え、主要車にCVT車を設定して、メーター内に走行時の燃費量が表示されるエコドライブインジケーターを組み込むなどして省エネに対応させた。2011年秋にはダイハツミライースがエンジン圧縮比アップ、チェーン幅を細め、ピストンリング低張化、オイルシールなどの摩擦を低減化、減速時のエコ発電制御+電子スロットル+CVT協調制御、変速ギアなど

を見直し、ガソリン車トップ燃費30km/ℓ、従来比40%の燃費向上を達成させ発売。1年で16万台を販売するに至った。

これを受け2011年末にスズキのアルトエコが新世代エンジン+新アイドリングストップ+新副変速CVT、車高も15cm下げ大型バンパー採用で空気抵抗を下げ、車体20kg軽量化によりガソリン車トップの30.2km/ℓを達成。

2013年には発電機を制御させて回生電力を得る方式が出現、特にスズキのエネチャージは高効率のリチウムイオンバッテリーで電気の充電を素早くして発電機の負担を軽減、アルトエコの場合、2WDが33km/ℓ、4WDが30.4km/ℓのガソリン車No.1の低燃費を達成。しかし夏にはダイハツがミライースをマイナーチェンジし、ガソリン2WD車トップの33.4km/ℓを達成、4WDも30.4km/ℓに。これまでのe:S=イーステクノロジーを進化させクルドi-EGRで排出ガス温度を低減し燃焼効率向上、低フリクションロスチェーン採用で摩擦低減、CVTの制御最適化、エコIDLE&エコ発電制御を進化。外装もエアロコーナーなどの採用で空力性能を向上。

だが年末にアルトエコのさらなる改良がされガソリン車No.1の35km/ℓで登場。エンジンは11から11.2へ高圧縮化、エンジンオイル+ポンプ変更で摩擦抵抗軽減、CVTの最適化などによるもので燃費競争が激化してゆく。2014年になり夏にダイハツミライースがさらに進化、エンジンの高圧



スズキ 新型アルト

縮化11.3から12.2+ノッキング防止策、デュアルインジェクションによる熱効率向上、エコ発電制御の改良でガソリン車トップの35.2km/ℓを達成。対して年末にスズキの新型アルトが登場、軸距2,460mmの新プラットフォーム採用+徹底的軽量化を実施で60kgの軽量化を達成。パワートレインやCVTを最適化してガソリン車No.1の37km/ℓを達成。変速機も5AGS=オートギアシフト車、5MT車など幅広いバリエーションを揃えたのである。

3) 安全性能：先進装備の搭載

軽自動車にとっての安全性は購入動機の重要要素であろう。寸法が小さいからこそその強靱なプラットフォーム及びボディ構造は、各社の新車設計に当然のこととなってきた。そして実際に購入してみても使いやすさも買い替え需要を大きくしておりTVCMで各社がアピールする要素となっている。

2010年秋のダイハツムーブカスタムRS2WDに、全車速対応のレーダークルーズコントロールを採用、高速道路などでの走行もストレスなく運転負担を軽減することが可能になった。

2013年末のホンダN-WGNでは、安全性に配慮して急ブレーキ時に自動的にハザードランプが点滅のESS（エマージェンシーストップシグナル）、車両挙動安定化制御VSA、タイプ別に30km/h以下での前方車両衝突回避CBAS（シティブレーキアクティブシステム）、側面衝突に対応させた前席サイドカーテンエアバッグなどの新機能を装備して登場、人気アップに貢献。

またバックカメラは駐車のための時間を短く、ストレス軽減のため普及をみせたが、日産デイズに装備された「アラウンドビューモニター」は、通常のリアビューカメラ1基に対し、前後左右の4基ものカメラを装備、あたかも上から見下ろした映像を映し出すため、安心して後退でき、使い勝

手もよく受注増のきっかけとなっている。スズキはワゴンRにレーダーブレーキサポート=衝突被害軽減ブレーキエマージェンシーストップシグナル、誤発進抑制機能、電子スタビリティプログラム=ESPを組み合わせたものをオプション設定。年末発表の新型車ハスラー4WD車には、急坂の下りでブレーキ操作なしに7km/hで降坂のヒルディセントコントロールや、空転した片車のブレーキ制御を高め、グリップ側の車輪に駆動力を集中させるグリップコントロールで発進をサポートできるシステムなど、軽初の走りの新機構を盛り込んで人気獲得。

2014年末にはデイズ及びデイズルークスに衝突回避エマージェンシーブレーキ、踏み間違い衝突防止アシスト、横すべり防止VDC(ビークルダイナミクスコントロール)姿勢制御装置搭載のVセレクション+Safety IIを追加。同様に三菱ekシリーズにも前方衝突回避ブレーキe-assist車が設定された。同時期のワゴンRスティングレーには、軽初の後退時左右確認サポート機能、自動俯瞰機能バックアイカメラなどをオプション設定、安全機能を増やして先進性をアピールした。

3. いま、軽自動車の魅力とは

1) 投入される新技術

RJCにおける「日本(ニッポン)の軽自動車」特別賞受賞の要因は、近年の軽自動車の人気が小型乗用車を上回る人気で販売も下降することなく推移してきたことにあって過言でないであろう。特に技術開発面において各社の新製品群が、年間を通じ「ガソリン車トップの燃費」の表現で推移してきたことも注目すべき事実であり、たゆまぬエンジン開発、たゆまぬ軽量化のたまものといえる。

燃費向上のための策は各社が持てる時代性の技

術力をいかに発揮してきているわけだが、そのポイントはエンジンの高効率化=高圧縮化にあるとされており、以下のような人気モデルの足跡をたどってみることで理解できよう。

2010年秋にダイハツが新型ムーヴのKFエンジンに第二世代「i-EGR」「樹脂製電子スロットルボディ+CVT協調制御」+メカニカルロス低減化、車体軽量化によりガソリン車トップ燃費27km/ℓを達成。

2011年にスズキ新型MRワゴンが、新開発R06A型エンジン+副変速付CVTで25.5km/ℓ、しかし燃費トップでなく2ヵ月後にアイドリングストップを搭載、ガソリン車トップの27km/ℓを達成。2012年初秋に新型ワゴンRがトールワゴンNo.1の2WD車28.8km/ℓの低燃費で登場。「スズキグリーンテクノロジー」を公言。「エネチャージ」「新アイドリングストップ」「エコクール」などの新技術採用。全車CVTだったが要望で年末に5MT車を追加、2WD車は25.6km/ℓ、4WD車は24km/ℓでCVTの燃費の良さを証明することとなった。

2013年スズキワゴンRは30km/ℓ。2014年初夏に登場の三菱eKワゴンが、減速時のエネルギーをニッケル水素電池に蓄える方式でクラストップの30km/ℓに。このためスズキは2014年に新機構SエネチャージをワゴンRに採用して32.4km/ℓに到達しトップに。専用リチウムイオンバッテリーを組み合わせ、減速時には電力を蓄え、加速時にISGがモーターアシストしてエンジンの負担を軽減するもので、加速性を落とさず燃料消費を行う方式であった。

・高圧縮化に対しナトリウム入りバルブ採用

ホンダNシリーズ搭載、新開発S07Aエンジンは、1960年代T360やS600以来のDOHCを採用、F1や二輪車で培った可変バルブVTCを採用、さらにN-WGNになると新機能を満載、低抵抗カム

チェーン&同クランク支持に加え、軽初のツインインジェクション+11.8へ高圧縮化、レース技術の排気側を中空バルブとし内部にナトリウムを封入してノッキング対策、新EGRにN-WGN専用の軽量コンパクトハイギアードCVTとアイドリングストップ改善により29.2km/ℓの低燃費に、N系が他社製品に並ぶ燃費値となった。

・走行性能を楽しめるCVT+変速機能

燃費をかせぐために、CVTやMT変速に副変速機を組み合わせる手法が採用されることが多いが、2012年7月発売以降の、ホンダN-BOX+の上級モデルに、7速モードのステアリングスポーク部にパドルシフト機能付CVTが組み込まれ、F1レーサー感覚が味わえるようになった。

・MTベースのAT及び副変速

2013年末ハイゼットトラックに、高速走行用ハイ、通常ギア比はローで動く副変速機を装備したエコパック装着車を設定、軽キャブトラックトップの21km/ℓを達成。対して2014年夏、スズキのキャリイに5MTベースながらノークラッチのオートギアシフト=AGS搭載車を設定。クラッチ&シフト操作を電動油圧式アクチュエーターで自動化、2WD19.4km/ℓ、4WD19.2km/ℓを達成。この5速AGSはアルトやエブリイにも拡大採用されている。

2) 魅力的な商品アピール

・TVCMがもたらす購入動機

他業種の出稿量が減っているのか、TVCMの軽自動車の登場が2009年以降、目立つようになってきた。特にホンダN-BOXは、発売1ヵ月で2万7,000台を受注する人気を得た。有名タレントを使わずに、Nの言葉をキャッチフレーズに「ニッポンの乗物」を強調して人目を引いている。

スズキも長らく有名タレントを使わなかった

が、近年では有名タレントを商用車にまで起用、アルトラパンショコラでは、ケーキ店の甘いマスクのタレントからのプレゼントをインテリアカラーと合わせるなどして若年女性用に特化。ハスラーでは1980年代に人気の「Dr. スランプ アラレちゃん」を起用、当時少年だった40歳以上をターゲットにユニークなCMを展開した。

ダイハツのミラココアも女性向けに開発されたクルマで、同社の女性社員がアレンジ。加えて販売店のショールームでのサービスが若い女性や子どもを持つ主婦向けのサービスを展開していることがTV放映され、それを受けて「お客様の感性に合ったクルマづくり」をキーワードに、全15色のボディカラー、9通りの内装色など160通りのバリエーションを展開。かつ地域限定車も設定、顧客の「選ぶ楽しさ」をさらに上げた。TVCMではムーブの新機能を「トリセツ」アンドロイドが説明して注目を集め、またトールワゴンのウェイクでは自転車、ゴルフバッグ、キャンプ用品など積載能力をおもしろく表現して話題になっている。

また日産のデイズはアラウンドモニターを、スバルのステラはトマール猿人のレーザーレーダーなどのアシスト機能を、有名タレントのTVCMでアピールして拡販に寄与する格好となっている。

・普通車にない個性的モデルが生み出せる軽

2014年初夏、ダイハツのオープンスポーツ、新型コペン発売、感動の走行性能、自分らしさを表



スバル ステラ



ダイハツ コペン

現できるクルマを実現。車体はモノコックのD-Frameで安全性確保、ボディは13の樹脂パーツで構成されたボルト締めパネル脱着式Dress-Formation採用、燃料タンクの樹脂製として軽量化に貢献。年末には上級グレード「Robe S」を加えた。デザイン的にも個性にあふれカーマニアにも満足できる内容で、多様化の最たるモデル例ともいえる。

3) バリエティ豊かな車種の登場

・ほしいクルマ、続々と出現

2013年12月、スズキは東京モーターショーで公開したハスラーを発売。アウトドアやレジャー好きをターゲットに、15インチタイヤと高い地上高による個性的デザインも特徴。2014年秋にグッドデザイン賞受賞、続いて日本自動車殿堂カーオブザイヤーを受賞、「軽の新ジャンル創生、低燃費技術、クラスを超えたスポーツ&利便性」が受賞理由。RJCカーオブザイヤーも受賞、さらに日本



スズキ ハスラー

流行色協会のオートカラー賞で軽初のグランプリ獲得、「スタイリングと色のイメージが、若い世代から年とった世代に受け入れられる」と評価。

2014年秋、ダイハツのウェイクが登場、「もっと軽にできる」として「視界の良さ」「荷室の広さ」に着目したもの。2013年モーターショーのDECADECAの量産版といえ、45ものシーンを想定して開発したモデル。全高1,835mmで室内高も軽トップの1,455mm。走りに関してもタント比全高85mm増に対し、重心は10mm高に抑えるため、ルーフ板厚など重心より上の部品を軽量化して完成、使い方を説明したTVCMも話題になり人気も上位を占めている。

またCMをしていなかったトヨタも2015年になりスモールカーに含めて「ご存知ですか？ トヨタにも軽あります」というバナー広告をネットで開始して注目を集めるようになった。

・福祉車両も各社が設定

2012年夏、ホンダがキャンピングカーショーにフラットシートアレンジのNコンセプト3を具現化したN-BOX+を発売、後部を斜めの床にアルミスロープをオプションとし、車椅子や自転車やミニバイクを積載可能にするなど、さまざまな使用ができる工夫がされて登場。翌月に車椅子仕様も追加するなどした。それまでの後部を改造した福祉車両の形態のため、ホンダのN系では福祉車両を設定せず、N-BOX+の車椅子仕様が、その役割



トヨタ ピクシス エボック

を持つようになった。

各社が設定している福祉車両もスロープタイプにおいてはN-BOX+車椅子仕様に順じた価格140万円台に。また助手席回転タイプや助手席回転昇降タイプもスロープタイプに揃える価格設定とベース車+40万円台など存在するが従来よりも価格的に求めやすくなった。



スズキ アルトターボRS

おわりに：軽自動車の未来

軽自動車は2009年から今日における6年間で、デザインや機構面で大きな進化をとげたといえよう。特に乗る、走る、停まる、積む、駐車する、などのメカニズムは小型自動車以上の内容が凝縮されたものになった。そうした意味で、さらなる軽自動車の未来の姿は、さらなる発展が期待できる。

各種の安全装置の完備で、将来的には目的地を示せば自動的に案内してくれたりハイウェイクルーザーも可能かもしれない。そこまで飛躍しなくても都市間移動用のカーシェアリングビークルとしても最適、この分野は一部地域では電気自動車で実施されているが、軽の低燃費化によって有効な手段になるだろう。またシティコミューターの提案はここ数年のモーターショーでも提示されているが、完全なキュービックボックス形態や、逆に1人乗りや前後2人乗りのコンパクト軽も可能で、出現すればはやるかもしれない。

より現実的に考えるなら、軽で培った技術での海外向けエコ小型車の可能性もあり得る。これまでの軽が現地生産された例も少なくないが、さらなる進化がみられている軽の海外での可能性は充分にあると考えてよいであろう。またスタイリッシュな軽が揃えば、昨今の若者のクルマ離れを防ぐ手段になろう。マニア達をターゲットに14年ぶりに復活を果たしたアルトのターボモデルRSや、



ホンダ S660

軽初の6速MTおよび7速CVTパドルシフトを持つホンダS660が発売開始されるなど、若者の気を引きつけるようなニューモデルの可能性についても期待できよう。

(おぜき かずお)

軽自動車のユーザーと市場環境、その変化 【市場レポート】

監修：一般社団法人 日本自動車工業会 軽自動車調査分科会

株式会社ジェイ・エム・アール生活総合研究所

ビジネス・ディベロップメント・マネージャー 合田 英了

1. 拡大する軽自動車市場と背景

1) 成熟市場下で伸び続ける軽自動車

軽自動車の保有台数が年々増加している。軽自動車の保有台数は2014年3月末で2,909万台、普通乗用車を含めた全自動車の保有台数に占めるシェアは37.9%である。10年前（2004年3月末）と比べると、普通乗用車の保有台数が5,195万台から

4,761万台へと▲8%減少する中で、軽自動車の保有台数は2,226万台から2,909万台へと1.3倍に増え、軽自動車のシェアは30.0%から8ポイントも増えた（国土交通省調べ）。保有台数の内訳をみると、軽乗用車が2,023万台、軽貨物車が886万台である。軽乗用車が継続的に増加する一方、軽貨物車は減少傾向にある。近年の軽自動車の保有台数の拡大は、軽乗用車がけん引している。

図1●軽自動車の保有台数と販売台数

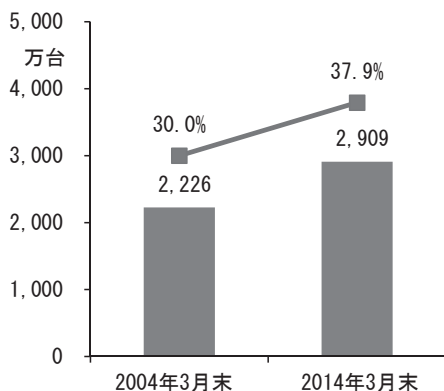
	保有台数				軽自動車比率
	全自動車	軽全体	軽乗用	軽貨物	
2004年3月末	7,421	2,226	1,266	960	30.0%
2014年3月末	7,670	2,909	2,023	886	37.9%

出所：国土交通省

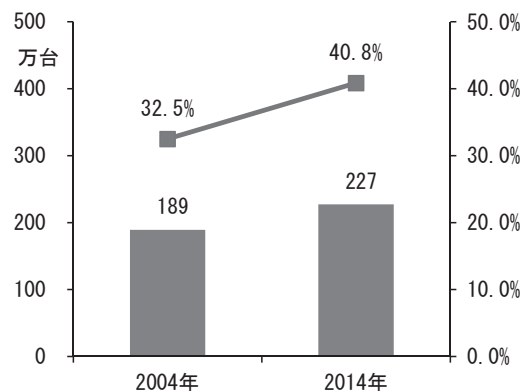
	販売台数				軽自動車比率
	全自動車	軽全体	軽乗用	軽貨物	
2004年	582	189	137	52	32.5%
2014年	556	227	184	43	40.8%

出所：全国軽自動車協会連合会

【軽自動車の保有台数と軽自動車比率】



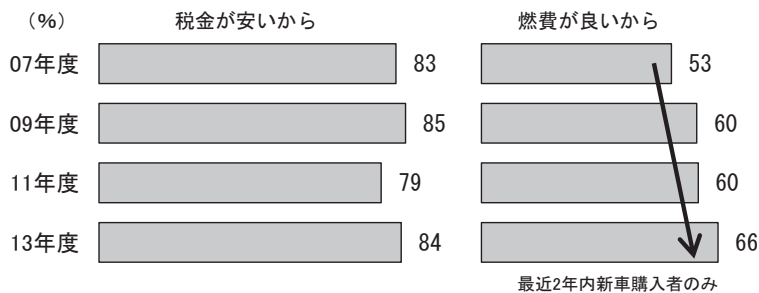
【軽自動車の販売台数と軽自動車比率】



一方、軽自動車の販売台数は2006年以降、減少傾向にあったが、エコカー補助金や相次ぐ新型車投入等を背景に反転し、2011年以降、4年連続で前年を上回る実績をあげ、2014年は227万台になった。全自動車に占めるシェアは40.8%であり、

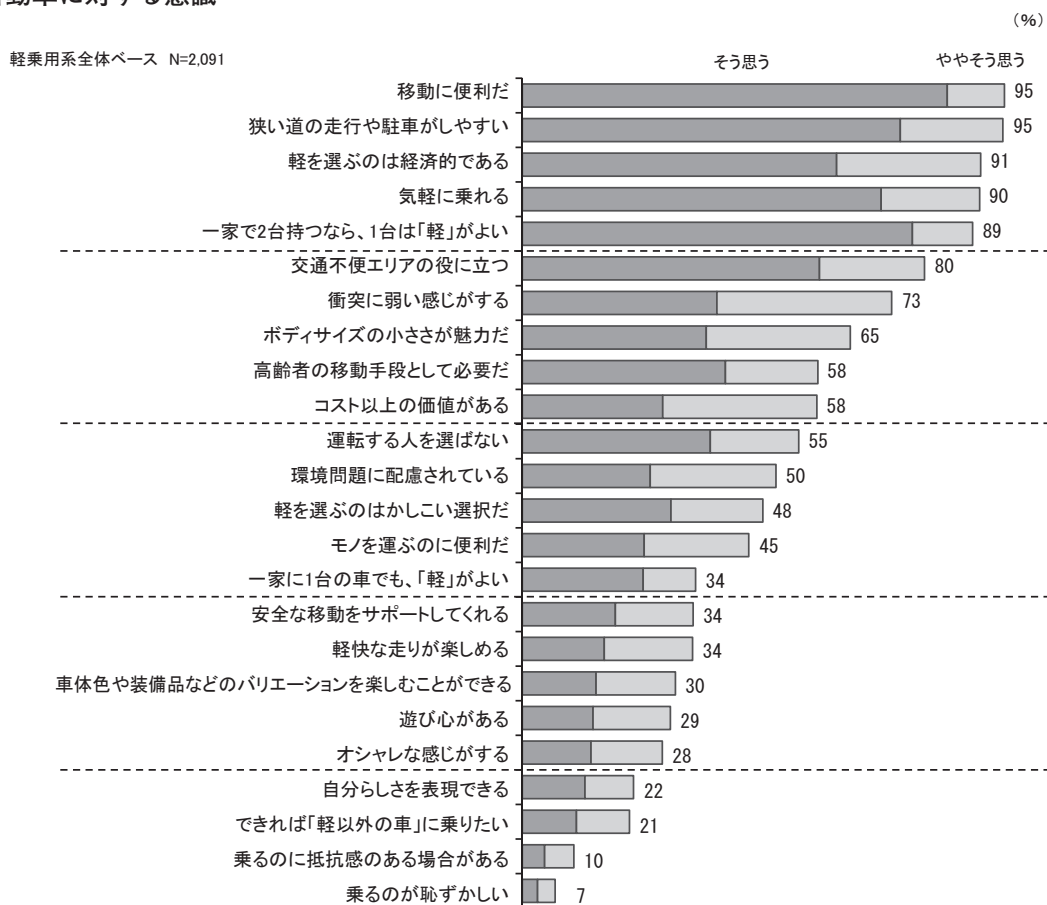
10年前と比べて8ポイントの増加である。内訳をみると、軽乗用車が184万台、軽貨物車が43万台である。昨年と比べると、軽乗用車が108.8%と大幅に増加する一方、軽貨物車が102.6%と微増である（全国軽自動車協会連合会調べ）。

図2●軽自動車を選んだ理由（税制、経済性等）



出所：一般社団法人 日本自動車工業会「2013年度軽自動車使用実態調査」

図3●軽自動車に対する意識



出所：一般社団法人 日本自動車工業会「2013年度軽自動車使用実態調査」

普通乗用車の販売台数が伸び悩む中、軽自動車の販売台数が増え、全自動車に占めるシェアが4割に達し、なおも拡大を続けている。成熟する国内自動車市場で、驚異的な成長を果たしているのが軽自動車である。

2) 軽自動車が増えた5つの要因

国内で軽自動車市場が拡大した要因は5つある。

第1に、「維持費の安さ」がある。最近2年以内に軽自動車を新車で購入した人に、軽自動車を選んだ理由を「経済面」と「車使用面」とに分けて聞くと、「経済面」が72%と圧倒的に多い。経済面の内訳をみると、「税金の安さ」が84%、「燃費の良さ」が66%、「車検費用の安さ」が40%となっている。07年度と比べると13年度は、燃費の良さをあげる人が13%増加、車検費用の安さをあげる人が8%増加している。税制上のメリットだけでなく、燃費等の改善努力も軽自動車ユーザーの拡大に寄与していると言える。

第2に、「日常的な使いやすさ」がある。軽自動

車ユーザーに、軽自動車の魅力を聞くと、「移動に便利」95%、「狭い道の走行や駐車しやすい」95%、「気軽に乗れる」90%のように、日本の道路事情にあった利便性が魅力としてあげられている。逆に、軽自動車は「恥ずかしい」、「抵抗感がある」といったネガティブな意識は1割以下にとどまっている。さらに、軽自動車の評価をみると、軽自動車ユーザーは「日常的に使いやすいサイズ」や、「運転のしやすさ」をあげる人が多い。逆に、普通乗用車ユーザーは、軽自動車の安全性に関してネガティブなイメージを持つ人が多いが、近年、衝突被害軽減ブレーキ等の新規デバイスの搭載により、徐々にではあるが緩和に向かっていると考えられる。

第3は、「ダウンサイジング層の増加」である。「維持費の安さ」や、「日常的な使いやすさ」を背景に、普通乗用車から軽自動車への代替えが増えていることである。現在の軽自動車ユーザーのうち「ダウンサイジング層(普通・小型車からの代替層)」は26%を占める。過去と比べると、拡大傾向にや

図4●ダウンサイズの実態

【購入形態】

(%)	新規	増車	軽から代替	普通・小型車から代替
07年度	6	27	48	19
09年度	7	12	51	29
11年度	9	7	52	32
13年度	7	8	60	26

最近2年内新車購入者のみ

【ダウンサイジング層の年代】

(%)	20代	30代	40代	50代	60代以上
軽自動車 全体	10	20	19	21	31

(%)	20代	30代	40代	50代	60代以上
ダウンサイジング層	4	17	17	23	40

最近7年内新車購入者のみ

【軽自動車へダウンサイジングしたきっかけ】

結婚	<ul style="list-style-type: none"> 結婚して、妻が「運転できる」軽自動車に集約 家族を持つことにより、維持費の安い軽自動車へ
子どもの誕生	<ul style="list-style-type: none"> 子どもが生まれ、趣味のスポーツカーから実用的なクルマに 子どもにお金をかけられるように、維持費の安い軽自動車へ
子どもの成長	<ul style="list-style-type: none"> 子どもの送迎や行事など、妻の使用が増加。軽自動車の利用意向が高まる 教育費、生活費にお金がかかるようになり、クルマへの出費を控える 子どもが中学生以上になると、家族全員で乗ることが減り、乗車定員が少ない軽自動車で十分に レジャーでの遠出が減り、自動車の主用途は買い物などの街乗りへ。駐車がラクで、狭い道に最適で、燃費の良い軽自動車を選択
家族の減少	<ul style="list-style-type: none"> 子どもが結婚して独立し、運転者・同乗者が減る 自身や妻など、限られた人しか乗らなくなるので、小さいクルマ=軽自動車が最適に
自身の高齢化や引退	<ul style="list-style-type: none"> 歳を重ねてクルマに対する関心や見栄が低下。クルマを使ったレジャーも減少。どんなクルマに乗っても同じと感じる 特に60歳以上は今後の生活も考えて、燃費が良く維持費が安くすむ軽自動車を視野に入れる

ライフステージの節目によるダウンサイズ

や落ち着きがみられるが、依然として大きい。ダウンサイジング層は、「60代以上」の高齢者が4割を占める一方、幅広い年齢層にわたっている。インタビュー調査の結果、ダウンサイジングは、結婚や子どもの成長、引退等の人生のさまざまな節目で、起きていることが確認できている。

第4は、「軽自動車を必要とする層の拡がり」である。後述するように、軽自動車はさまざまなユーザーの生活を下支えし、社会的な役割を果たしてきたことがある。軽自動車を必要とする層として、代表的な3つの層を挙げることができる。ひとつは、女性である。女性は、車がないと生活上困る人が男性より多く8割にのぼる。女性は日常の買い物や、通勤、家族の送迎などで車の使用頻度が高いものの、運転に苦手意識を持つ人が多い。軽自動車は、運転が苦手でも日常使える車として、子育て中や働く女性の移動を支えている。2つは、高齢者である。高齢者も、女性と同様に車がないと困る人が多い。買い物を中心に、郵便局や銀行・役所、病院や介護・福祉施設への足として、軽自動車が使われている。70代を迎えても、免許を持って車の運転を続けたい意識は強い。軽自動車は経済面だけでなく、移動手段として適切な大きさである点が支持されている。3つは、交通が不便な地方居住者である。軽自動車は、人口が少ない地域、人口密度の低い地域で特に普及している。都市規模の小さい地域ほど公共交通機関が不便な状態にあり、普段の生活を支えるものとして軽自動車が活用されている。

第5に、「軽自動車をポジティブに捉える世代への登場」がある。若者は、軽自動車の経済性を評価する一方、選択肢の広さ、遊び心、軽快な走りなど、上の年代に比べて、軽自動車にさまざまな魅力を感じており、若者のエントリー車のひとつとして使われている。

このように軽自動車が拡大した背景をみると、税金や燃費等の維持費の安さにみられるようにコ

スト要因が大きいですが、それだけではない。働く女性の通勤や家族の送迎、高齢者の買い物や通院、公共交通機関が不便な地方の移動を支えており、社会的に必要な車として存在感を高めていることも大きい。さらに最近では、家計の経済的な要因だけでなく、ライフステージのさまざまな節目で軽自動車にダウンサイズする人が増えてきたことや、軽自動車にさまざまな魅力を感じる若い世代の登場により、コストだけではない魅力も感じられている。負担感の少ないコストで、社会的にも、個人的にも価値が大きいクルマとして受け入れられてきたことが、軽自動車が拡大してきた背景と捉えることができる。

3) 変わる用途、高価格化する軽自動車

拡大する軽自動車市場では、女性や高齢者、若者に加え、ファミリー層の参入等、ユーザーの多層化が進み、使い方や買い方にもさまざまな変化がみられるようになってきている。近年の変化として注目されるのは、使用頻度の増加、購入時車両価格の上昇、前保有車使用年数の長期化である。

第1に、使用頻度の増加である。使用頻度は、「ほとんど毎日」が年々高まっており、2013年度は76%となった。用途は、「買い物」を中心に「通勤・通学」「レジャー」「送迎」に幅広く使われている。近年の変化をみると、「レジャー」で使われる機会が増えている。軽自動車をレジャー用途で乗るユーザーは、軽乗用車で30%から42%、軽キャブバンで16%から25%に増えている。背景にはトール型等の商品ラインナップが増え、ファミリーのレジャーで使われる機会が増えてきていることが考えられる。第2は、購入時車両価格の上昇である。軽自動車の新車購入者の購入価格を時系列でみると、「121~140万円」「141万円以上」の割合が増加傾向にある。軽自動車の中でもさまざまな選択肢が増え、購入時にお金をかける人が増えている。購入者の平均価格は124万円で以前よりも高価格

化が進んでいる。第3は、使用年数の長期化である。前保有車の平均使用年数は8.4年となっており、07年度の調査では7年であったのに比べると、年々長くなっている。

軽自動車は、日常生活の中で、より頻繁に使われるようになり、購入に際してはお金をかけて購入し、長く乗る人が増加している。軽自動車が選択される背景に経済性が大きく影響している点はこれまでと同様であり、維持費の安さが軽自動車の魅力として高まっている一方、購入価格が上昇し使用期間が長期化していることから、多少高くても、より良いものを買って、維持費を抑えて、

長く乗り続けたい意識が働いていると考えられる。

2. 軽自動車を必要とする層と用途

1) 働く女性や子育て期の女性の生活行動を支える軽自動車

女性は軽自動車ユーザーの6割を占め、幅広い年齢の女性が軽自動車を利用している。軽自動車は、男性より女性、なかでも働く女性や子育て期の女性にとって生活上ないと困る存在として捉え

図5●軽自動車の利用用途（軽乗用系）

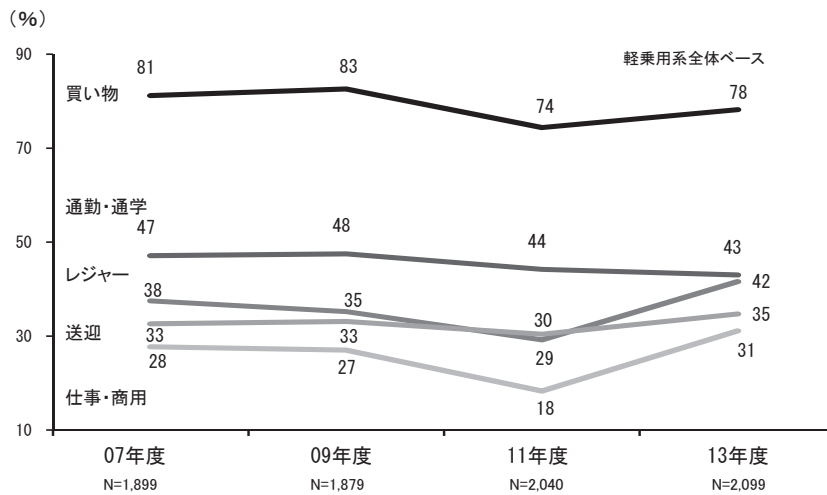
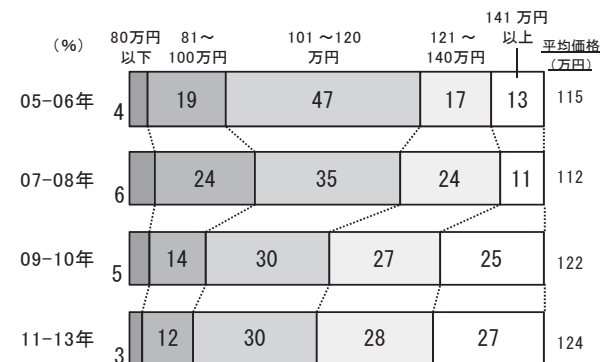


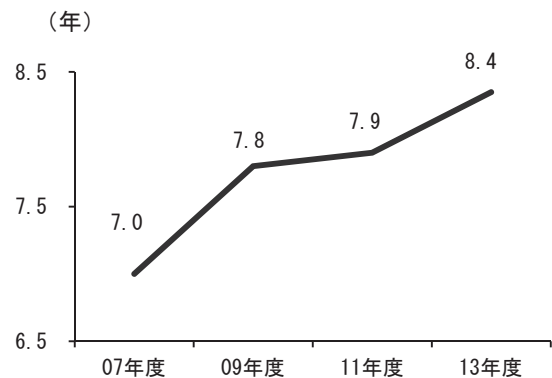
図6●軽自動車の購入価格（軽乗用系）



※ 2013年度の結果を購入年別に集計して算出。

出所：一般社団法人 日本自動車工業会
「2013年度軽自動車使用実態調査」

図7●前保有車の平均使用年数



出所：一般社団法人 日本自動車工業会
「2013年度軽自動車使用実態調査」

られている。具体的には、軽自動車の女性ユーザーは車がないと生活上困ると答える人の割合が83%、運転が苦手である割合が48%となっており、男性ユーザーや、同じ女性の普通乗用車のユーザーと比べて、車の必要性や、運転に対する苦手意識が高い。軽自動車は、女性ユーザーに「運転のしやすさ」「スタイル・外観」が評価されている一方、女性は運転への苦手意識があり、「小回り」「駐車場のしやすさ」「狭い道での運転」の評価が高いのが特徴である。

軽自動車の利用機会をみると、「ほとんど毎日」車を利用する人が約半数である。特に子育て女性では56%と、全体と比べて高い。利用用途では、子育て女性で「食品・日用品などの日常の買い物」が93%、夫婦のみ女性で「通勤・通学」が54%となっており全体平均と比べて高い。

軽自動車は、働く女性や子育て期の女性を中心に、ほぼ毎日のように利用され、買い物や家族の送迎・通勤等の多場面で使われている。軽自動車

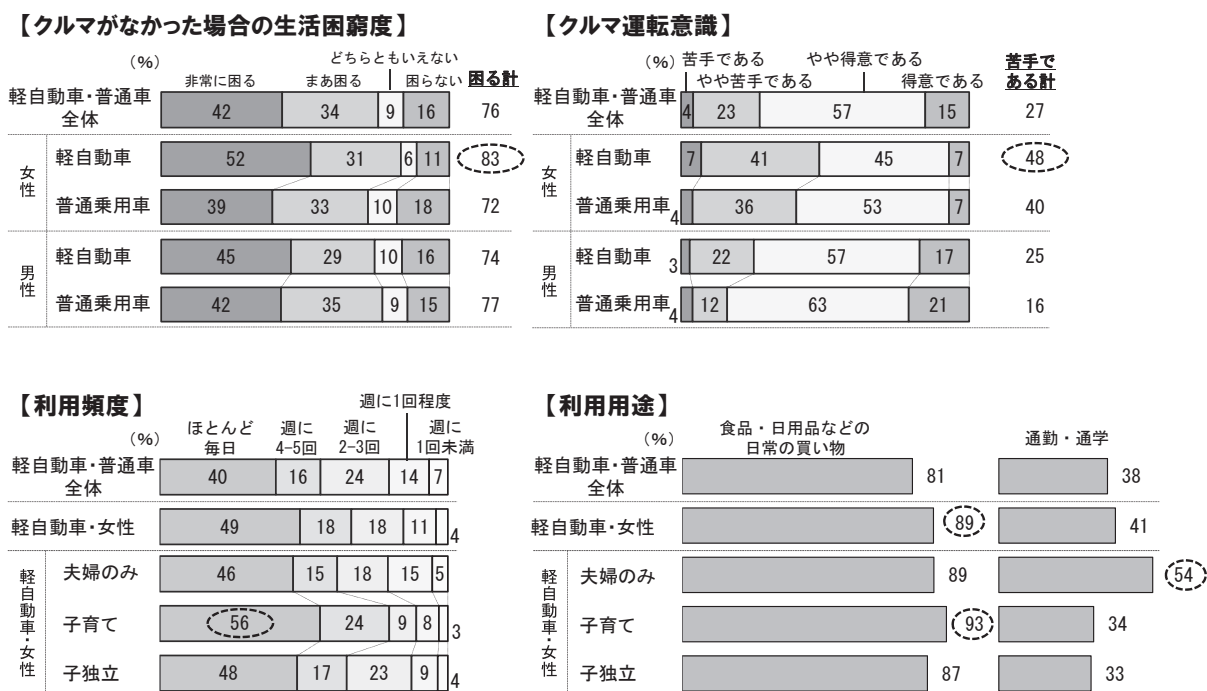
が、女性のさまざまな生活行動を支えていることが窺える。

2) 高齢者の生活行動、健康を支える 軽自動車

高齢者は軽自動車のユーザーの3割を占める。収入が少なく、移動手段をほぼ車に依存しているのが特徴である。軽自動車の60代以上のユーザーは、世帯年収「400万円未満」が60%と多く、中央値も361万円と全体と比べて低い。車がなかった場合に困る割合は、軽自動車の60代以上のユーザーでは74%にのぼる。女性と同様に車がないと困る人が多い。

軽自動車の利用機会をみると「日常の買い物」が多く、全体との差をみると「郵便局や銀行、役所などへの足」が多い。普通車に対しては「乗車人数が少ないので大きな車は適さない」とみており、軽自動車が日常の移動手段として適切な大きさである点が評価されている。

図8●女性と軽自動車



出所：一般社団法人 日本自動車工業会 「2013年度軽自動車使用実態調査」

今後の買い替え車種をみると、60代以上でほとんど全員の人に、軽自動車への買い替え意向がある。高齢者の77%に車の買い替え意向があり、そのうち9割以上の人軽自動車の購入を検討している。軽自動車の高齢者ユーザーは、認知機能検査(75歳以上のドライバーを対象に免許更新時に行われる記憶力や判断力の検査)を受けても免許を更新して車に乗り続ける意向も強い。

軽自動車は、頻度は高くないが、高齢者の買い物、郵便局や銀行、通院の足、通勤に使われている。今後、病院や介護・福祉施設への通院・送迎等が増え、健康のために欠かせない移動手段になっていくと考えられる。軽自動車は、60代後半以降の高齢者の日常生活を支えていることが窺える。

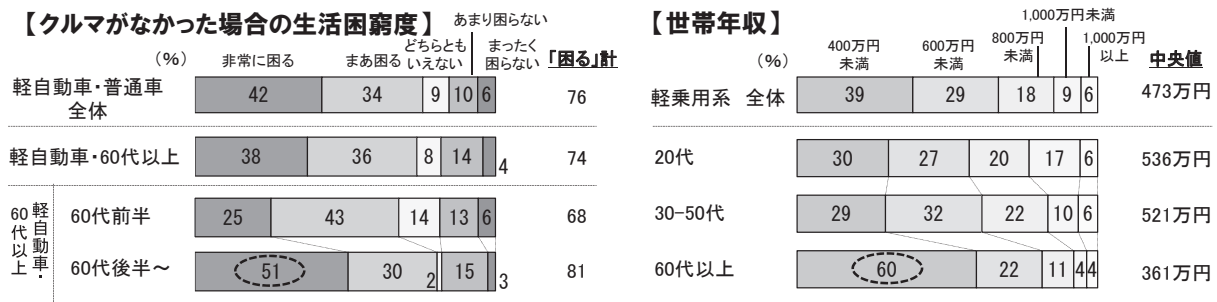
3) エントリー車に軽自動車を選択し、その後も軽自動車に乗り続ける若者

近年注目できるのが、普通乗用車だけでなく軽自動車も、若者のエントリー車として使われていることである。若者(20~30代)は、軽自動車ユーザーの3割を占める。軽自動車は、主に年収がまだ少ない若者や運転の苦手意識がある若者に使われている。

軽自動車の利用機会をみると、若者には、ほぼ毎日のように利用され買い物を中心に、通勤・近場での買い物や遊び・デートに使われている。普通乗用車の若者と比べると、軽自動車は、「旅行」や「レジャースポット」での利用が少ないが、「通勤・通学」や「仕事」、「コンビニエンスストアへの買い物」、「近場のアミューズメント店への足」、「デート」での利用が多い。

今後の購入意向をみると、軽自動車の若者ユー

図9●高齢者と軽自動車



【利用用途、普通車買い替えによる不都合点】

区分	年齢	利用用途 (%)						普通車買い替えによる不都合点 (%)			
		食品・日用品など、スーパー等への日常の買い物	アウトレット、複合ショッピングセンターなど郊外型店でのショッピング	日帰り旅行	中心市街地などへのショッピング	病院や介護・福祉施設への通院・送迎	郵便局や銀行 役所などへの足	乗車人数が少ないので大きなクルマは適さない	クルマが大きいところでも気軽に行けず、日常の足として使えなくなる	行動範囲が広がらないので、大きいクルマは適さない	荷物はあまり載せないで大きいクルマは適さない
軽自動車・普通車全体		81	51	44	43	41	40	20	19	19	15
軽自動車	20代以下	86	49	29	41	37	42	15	6	9	8
	30-50代	82	40	29	30	37	41	18	19	17	13
	60代以上	81	38	22	27	42	50	25	24	26	23

【今後の買い替え車種】



出所：一般社団法人 日本自動車工業会「2013年度軽自動車使用実態調査」

ザーは、軽自動車である程度の満足を得ており、7割が継続購入する。普通車買い替えによる不都合点を見ると、全体と比べて「生活費が圧迫される」「趣味や貯蓄などの余裕がなくなる」といった経済的な理由が20代、30代で高い。軽自動車に対する意識をみると、「コスト以上の価値がある」、「車体色や装備品等のバリエーションを楽しむことができる」、「遊び心がある」、「軽快な走りが楽しめる」等は若い年代ほど高く、こうした点を背景に若者ユーザーに軽自動車が支持されていることが窺える。軽自動車の若者ユーザー（独身）は、軽自動車に対して多様な魅力を感じており、軽自動車をポジティブに捉えている。

生活を支えるものとして軽自動車が活用されている。

具体的にみてみると、軽自動車普及状況を、100世帯当たりの普及台数で見ると全国平均で51.8台（平成25年3月時点）である。軽自動車の普及率が高いトップ10をみると、佐賀県、鳥取県、島根県、山形県、長野県、福井県、沖縄県、新潟県、山梨県、宮崎県等で、軽自動車普及率が100世帯当たり90台を超えている。

さらに軽自動車の地域別の分布状況を見ると、保有台数の92%が「人口100万人未満の市及び郡部」となっている。この地域が占める人口の構成比が77%であることを踏まえると高い比率と言える。軽自動車は、比較的都市規模の小さい地域で保有されている。

3. 軽自動車が必要な地域

1) 軽自動車の普及率が高い県

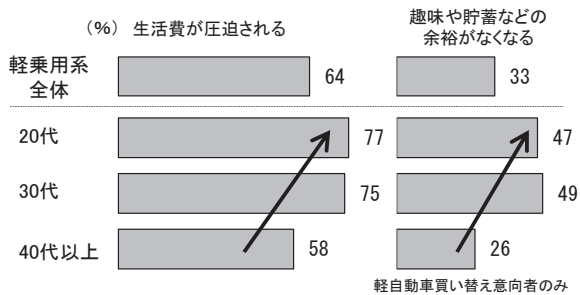
軽自動車は、人口が少ない地域、人口密度の低い地域で特に普及している。都市規模の小さい地域ほど公共交通機関が不便な状態にあり、普段の

2) 交通不便な地域で活躍する軽自動車

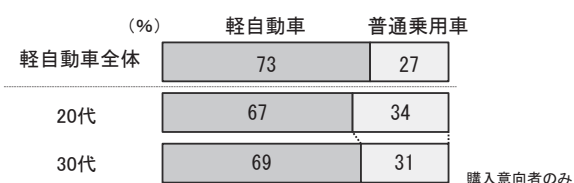
都市規模が小さい地域では、公共交通機関が不便な状態にあり、「人口密度350~1,500人/km²未満」「350人/km²未満」の地域では「不便」だと感じる人が過半数を占める。自宅・事業所周辺の

図10●若年層と軽自動車

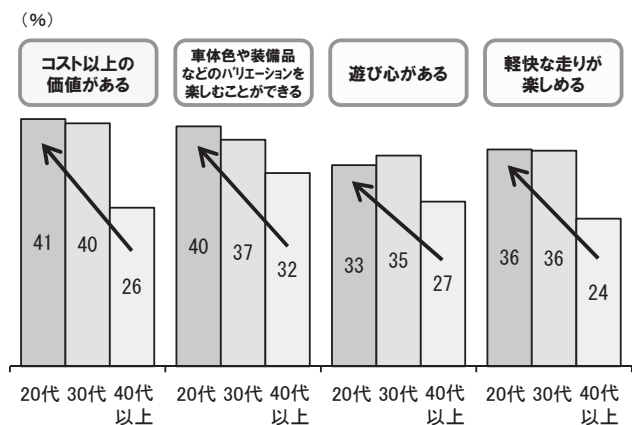
【普通車買い替えによる不都合点】



【今後の購入意向車】



【軽自動車に対する意識】



出所：一般社団法人 日本自動車工業会「2013年度軽自動車使用実態調査」

公共交通機関の利便性を聞くと「非常に便利」「まあ便利」の計は軽乗用車ユーザー全体では40%である。都市規模別にみると、100万人以上の市では「便利」計が68%に対し、「人口密度350人/km²未満」では31%と、都市規模が小さい地域ほど、公共交通機関が不便だと感じられている。

公共交通機関が不便な状態をひも解くと、都市規模が小さい地域ほど、車を使わない場合に「郵便局や銀行などの金融機関」「病院・医院」「幼稚園・保育園」へ「公共交通手段では行けない」が

高い。地域のアクセス手段としての自動車が重要であることが窺える。「通勤・通学」や「食品の買い物」での交通手段としての自動車の利用は、特に都市規模の小さい地域で高く、日常の足として車が活用されているようすが窺える。

都市規模の小さい地域での軽自動車の利用機会をみると、「ほとんど毎日」の比率が高く、月間平均走行距離も長い。用途はいずれの地域でも「買物」が約8割を占め、主な用途になっている。都市規模の小さい地域では、自動車は生活必需品と

図11●地方居住者と軽自動車

【人口規模別の軽自動車保有台数構成比】

人口構成比	100万人以上の市	30~100万人未満の市	10~30万人未満の市	10万人未満の市及び郡部	100万人未満の市及び郡部 計
軽自動車全体	8	20	26	46	92
軽種別					
軽自動車	8	22	27	43	92
軽ボンネットバン	10	21	27	42	90
軽キャブバン	13	21	25	41	87
軽トラック	5	14	22	59	95

出所：【軽自動車保有台数】(一社)全国軽自動車協会連合会(平成25年3月時点)【人口】平成22年推計人口

【自宅/事業所周辺の公共交通機関の利便性】

軽乗用系 全体	(%) 非常に便利	まあ便利	どちらともいえない	やや不便	非常に不便	「便利」計
軽乗用系 全体	11	29	12	26	22	40
100万人以上の市	27	41	10	15	7	68
人口密度1,500人/km ² 以上	13	42	12	24	8	56
人口密度350~1,500人/km ²	9	26	12	32	22	35
人口密度350人/km ² 未満	8	23	14	22	33	31

【自動車は、この地域で暮らすための生活必需品に近いもの】

軽乗用系 全体	(%)
軽乗用系 全体	75
100万人以上の市	46
人口密度1,500人/km ² 以上	63
人口密度350~1,500人/km ²	81
人口密度350人/km ² 未満	82

【軽自動車がなくなった場合の困窮度】

軽乗用系 全体	(%) 非常に困る	それほどでもないが困る	「非常に困る」2013-2011 差
軽乗用系 全体	63	24	6
100万人以上の市	53	34	10
人口密度1,500人/km ² 以上	60	28	14
人口密度350~1,500人/km ²	66	22	9
人口密度350人/km ² 未満	63	24	1

【軽より大きいクルマに替えざるを得ない場合に困ること】

軽乗用系 全体	(%) 生活費が圧迫される	2013-2011 差
軽乗用系 全体	61	7
100万人以上の市	55	9
人口密度1,500人/km ² 以上	60	14
人口密度350~1,500人/km ²	61	8
人口密度350人/km ² 未満	63	5

出所：一般社団法人日本自動車工業会「2013年度軽自動車使用実態調査」

なっている。さらに、軽自動車がなくなった場合に「生活費が圧迫される」比率が高く、軽自動車は生活にも経済的にもなくてはならない存在となっている。

都市規模によって、ユーザー層に違いがみられる。都市規模の大きい地域では、軽自動車のユーザーは男性、30～40代、世帯年収の比較的高い層のユーザーが多く、都市規模の小さい地域ほど、女性ユーザーが多い傾向がある。世帯保有車台数は、都市規模の大きい地域で「1台」、小さい地域で「3台以上」が多い。都市規模の大きい地域で「複数の運転者で使い分け」、小さい地域で「専用車」として使われている。

3) 地方だけではない軽自動車が必要な地域

過去の調査では、公共交通機関の不便さ等により、都市規模の小さい地域ほど、軽自動車の必要性が高い傾向が明らかとなっていた。しかし2013

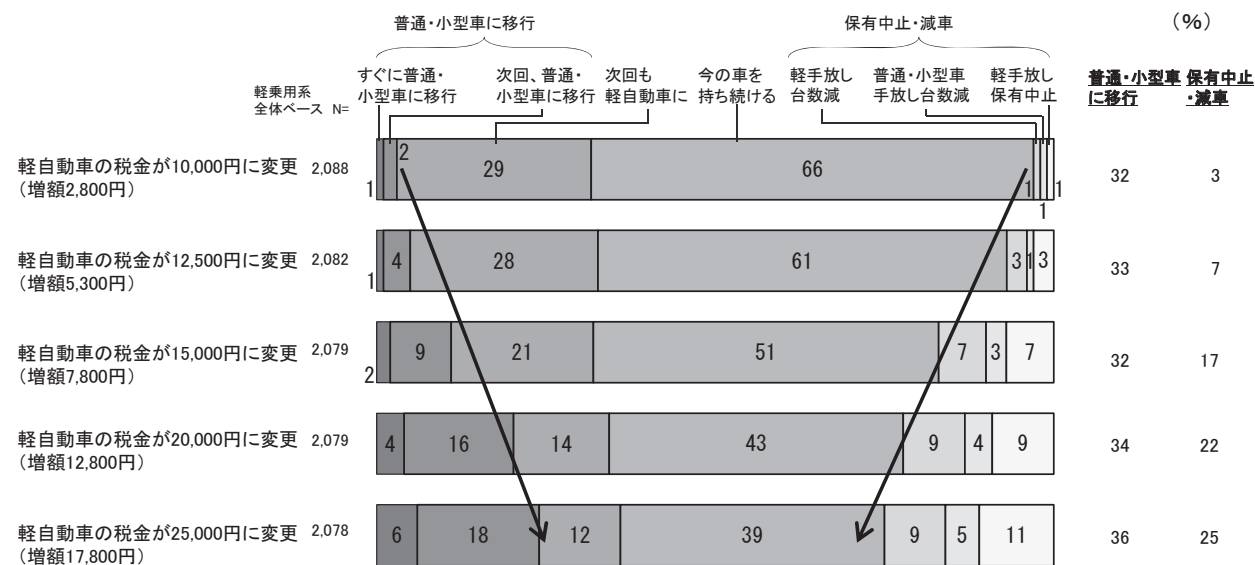
年度の調査の結果、都市規模の大きい地域でも、軽自動車の必要性の高まりが確認され、いずれの地域においても、軽自動車がないと「非常に困る」が過半数を占めるようになった。背景には、都市規模の大きい地域における、軽自動車使用頻度の高まりや、維持費負担感の高まりがあると考えられる。

4. 軽自動車市場の行方

軽自動車は、税制メリットを背景に、女性や高齢者、地方の生活を支える足として普及してきた背景があるが、近年は燃費性能の向上、新型車の投入によるさまざまな選択肢の拡大、新規デバイスの搭載による安全性の向上が進み、ユーザーの多層化、高価格化、若者のエントリーカー、ファミリーのレジャーとして、用途が広がっている。

図12●軽自動車税増税による保有動向変化

普通乗用車・小型乗用車の税額は現行のままとし、現状の軽自動車の軽自動車税（軽乗用車：7,200円、軽商用車：4,000円）が以下のように増額された場合の車の保有動向の変化について質問した結果
 ※小型乗用車の自動車税 1,000cc以下：29,500円、1,500cc以下：34,500円



出所：一般社団法人 日本自動車工業会「2013年度軽自動車使用実態調査」

コスト要因だけでなく、軽自動車ならではの魅力が積極的に評価され始めていることが窺える。

増え続ける軽自動車だが、今後は軽自動車税の増税等により、大きな影響を受けることが予測される。2015年4月以降の新車購入者に対して、乗用車は7,200円から10,800円、貨物車は4,000円から5,000円(ともに自家用)の増税となる(課税は2016年度支払い分から)。さらに2016年4月以降は、車齢13年超の保有者には20%の重課となり、乗用車は12,900円、貨物車は6,000円となる。2013年度の調査結果から、その影響度を予想すると、現在の軽自動車の「取得税」「重量税」「軽自動車税」のそれぞれについて、4~5割のユーザーが負担を感じている中で、今後、軽自動車の税金が10,000円を超えると、軽自動車から普通乗用車に移る人が32%出てくる。さらに13,000円になると、自動車の保有を中止、減少する人が7%出てくる。軽自動車の税金を増やすことは、軽自動車の需要減少にとどまらず、自動車の保有台数をも減少させることが懸念される。

(ごうだ えいりょう)

【2013年度軽自動車使用実態調査 調査概要】

全国訪問留置調査

調査対象：自家用軽自動車を保有する世帯及び事業所

総回収数：3,030サンプル(軽乗用車1,696s、軽ボンバン407s、軽キャブバン411s、軽トラック516s)

調査時期：2013年5月10日~6月9日

調査手法：訪問留置調査

WEB調査

調査対象：男女20-79歳男女個人、免許保有者、軽自動車及び普通乗用車を主運転車として所有されている方 等

総回収数：960サンプル(軽自動車640s、普通自動車320s)

調査時期：2013年9月23日~9月30日

調査手法：WEB調査(インターネット調査)

インタビュー調査

調査対象：関東一都三県在住、免許保有者、家庭に最近5年以内に購入した軽自動車あり 等

総回収数：18サンプル(ダウンサイジング層6s、軽自動車を積極的に選択した男性層6s、軽自動車を積極的に選択した女性層6s)

調査時期：2013年10月9日~10月12日

調査手法：インタビュー調査(FGI)

クルマの 楽しさ、 素晴らしさ とは

連載



親子そろって、いろいろなクルマを見て、楽しめるイベントだ

子どもたちにクルマの素晴らしさを——「車育 Cars and Dreams」

[JAMAGAZINE 編集室]

[第67回]

2015年3月29日（日）、神奈川県・大磯ロングビーチにおいて、「車育 湘南 Cars and Dreams」というイベントが開催された。クルマが集まるファンミーティング的イベントは多いが、このイベントの趣旨は「子どもたちにクルマの素晴らしさを伝える」ことだという。イベントタイトルにもある「車育」という言葉の意味について、主催者に聞いた。

●湘南に700台のクルマが集結

イベント当日、会場である大磯ロングビーチの駐車場は、朝から多くのクルマが続々と集まっていた。朝9時のイベント開始時刻にはすでに、400台近くのクルマが集結していた。四輪車もあれば二輪車もある。スポーツタイプ、軽自動車、トラックやキャンピングカーなどの大型車など、サイズもさまざま。またいわゆる旧車、スーパーカー、レーシングカーのほか、軍用車両や痛車など、とにかく多彩なジャンルのクルマが、一堂に集まっていた。参加台数は最終的に、約700台にも達した。

このイベントを開催したのは、車育舎（しゃいくしゃ）というボランティア団体だ。同団体では2013年からこれまで、愛知県や長野県で「Cars and Dreams」を合計4回、開催してきた。「気軽に参加できるイベント」というコンセプトで、とにかくいろいろなクルマを展示して、見て、楽しんでもらいたいという趣旨だという。展

示車両については、クルマが自慢の一般オーナーたちを募集して、その種類を問わず、愛車を展示してもらう方式をとっている。入場料や出展料などは無料であり、クルマを見る側も、見せる側も、気軽に参加してもらおう、というイベントをめざしているとのことである。

会場にはイベント開始直後から、多くのクルマたちと、こちらも多くの来場客が詰めかけていた。天気の良い日曜日ということもあって、親子連れ、家族連れの来場客が目立った。



夢中で写真を撮る子どもたち

●見て、触って、クルマを感じる

会場にはいろいろな種類のクルマが、所せましと並んでいる。子どもたちは、夢中になってクルマをながめたり、近寄ったりしていた。ボンネットを開放しているクルマの前では、幼い男の子がお父さんに「エンジン、すごいよ」と、うれしそうに話しかけていた。

カメラを片手に、クルマの写真を次から次へと撮影していたのは、6歳の男の子。ご両親に話を伺うと、これまで2,000枚近く撮影しているという。相当なカメラマンぶりだ。また別のご家族は、お父さんがクルマ関係の仕事をされており、親子揃って昔か



親子揃ってクルマに熱中

らクルマが大好きだったとのこと。小学校1年生の息子さんの好きなクルマは「ステップワゴン。でもスーパーカーみたいな、カッコいいクルマも好きだよ」ということだった。

おじいさんとお父さん、お子さん2人の、三世代で来場のご家族もみられた。3歳の息子さんは、現在はミニカー集めに夢中で、中でもショベルカーが大好き。おじいさんは以前クルマ関連のお仕事をされていたそうで、展示されていた旧車を前にして、「ほら、見てごらん。すごい昔のクルマだよ。ちゃんと走るんだね」と、お孫さんと楽しそうに話されていた。お父さんいわく「自分も息子もクルマ好きなので、親子孫三世代で同じ趣味というのうれしいですね。ただ、娘はそうでもないというので、ちょっと寂しいですけど」とのこと。

何組かのご家族にお話を伺うと、こうしたクルマのイベントは初めて、という方が多かった。今回のように、家族で気軽に参加できるクルマのイベントはあまりないので、他にも機会があれば参加したい、という声がよく聞かれた。

会場では、クルマの展示のほか、プリウスPHVなどを展示した「エコミッション」コーナー、スーパーカーの体験乗車会、子ども写真教室、ミニ四駆サーキットなどの特別企画も設けられ、たくさんの家族連れで賑わいを見せていた。

●「車育」という理念

今回のイベントを主催した、車育



親子孫、三世代の来場客も

舎代表の中戸 修（なかと おさむ）さんに、このイベントや会の理念などについて、お話を伺った。

—中戸さんは、昔からクルマがお好きだったのですか。

「子どものころからです。自分が小学生のころに、スーパーカー・ブームがありました。自分の少年時代（小学校～高校）であった1970～80年代は、もっとクルマに夢を感じて、楽しかった記憶があります。自分は以前に、クルマの販売に関する仕事（セールス・マーケティング）をしていたことがありますが、そのときも、クルマの魅力を若い世代に伝えていきたいと思いながら、仕事をしていました」
—車育舎という団体は、2013年1月から活動を始められたとのことですが、何かきっかけのようなものはあったのでしょうか。

「特別な経緯やきっかけはありません。自分の中で温めていたコンセプトを、実行する時期が来たと思ったので始めた、という感じです。

活動を始めたのは、勤務先の異動で見知らぬ土地に移ったことで、ゼロからスタートしましたので、すべてが初体験で時間も相当かかりました。ですが、活動を通じてネットワークも自然と広がっていったので、楽しんでやっていました」

—車育舎が掲げる「車育」というのは、どのような理念なのでしょう。

「車育舎のコンセプトである『クルマと乗り物の素晴らしさを世界中の子どもたちに伝え夢を育てていくこと』



エコカーやクルーザーも展示

です。子どもたちがクルマ好きになって、夢のある未来が実現できるよう、活動しています。

子どもたちにフォーカスしたイベントは、自動車メーカー等も行っていますが、メーカーやジャンルを問わずさまざまなクルマに生で触れることが、クルマの魅力を伝える方法としていいのではと考え、それで夢も育みたいというビジョンを持つに至りました。このイベント『Cars and Dreams』は、これまで4回開催しましたが、それ以外では、スーパーカーのオーナーさんと一緒に児童養護施設を訪問して“出張ミニ車育イベント”などもやりました」
—この活動を通じて、良かったと思ったことや、苦労した点などはありますか。

「車育の考えに賛同していただけた方々がたくさんいらっしゃり、新たな出会いができたことが一番かと思っています。苦労は特に感じていませんが、イベント当日の天気予報が気になることくらいでしょうか（笑）」

●「Cars and Dreams」に込めた思い

—「Cars and Dreams」についてお聞きします。今回で5回目ということですが、盛り上がりはいかがでしたか。

「今回、展示車台数約700台、一般来場者含め約3,000人が来られまして、過去最高のイベントになりました。家族連れの一般来場者に多く来ていただいたようで、うれしかったですね」
—今回のイベントで、新たに挑戦した企画などはありましたか。

「企画としては、スーパーカーの体



いわゆる旧車も多く展示されていた



やっぱりスーパーカーも人気

験試乗会や、ドローンでの空撮などを行いました。体験試乗会は以前より台数を増やすなど、規模を大きくしました。また、神奈川県霊柩自動車協会さんのサポートで、通常あまり近くで見ることがない霊柩車を展示しました。ただ珍しいということだけでなく、日本の「宮型」という霊柩車は、クルマ文化的にも価値があると思っており、特別展示しました。また地元との結びつきも大事にしたいと思い、地元の商工会様のサポートのもと、地元グルメのお店にも出店いただきました」

——中戸さんがこの「Cars and Dreams」で、子どもたちに感じてほしいことは何でしょう。

「キーワードで言えば生での“体験”です。インターネットや雑誌などで、2D（平面）のクルマは見るができますが、生でしかさまざまなタイプのクルマを一度に見る機会はそうそうありません。ただ見るだけでも十分だと思っていますが、写真を撮ったり、体験走行したり、排気ガスの匂い、走行音など、いろいろな角度からクルマの魅力をライブで感じる＝体験することが、車育イベントの基本コンセプトにもなりました」

——イベントでの、生で触れるという体験が、子どもたちに伝えたい「クルマの素晴らしさ」に通じるということですね。

「活動を始めたころは、特にイベントをメインでやるという考えはなかったのですが、回を重ねることに、イベ



会場いっぱいクルマが集まった

ントの意義や重要性が、意味あるものになってきていると実感しています」——今後の開催の予定や、やってみたい企画などはありますか。

「今後も継続して開催していきます。今回の湘南でも、来年の同じ時期に開催を予定しています。目標は全国各地での開催、夢は世界各地での開催です。『クルマの素晴らしさを子どもたちに伝える』というコンセプトは、世界中で通用すると思っています。

音楽やダンスといったカルチャーとのコラボレーションなど、企画のアイディアはたくさんあります。運営に関わるいろいろな人に、アイデアを持ち寄ってもらい、企画を考えたいと思っています」

●子どもたちに伝えたいことは

——この「Cars and Dreams」や、そのほかのイベント、車育舎の活動を通して、中戸さんが子どもたちに伝えたいこと、感じてほしいこととは、どんなことでしょうか。

「具体的な“何か”ではなく、とにかくクルマの素晴らしさを、なんでもいいから感じてほしいと思っています。イベントでは、気軽に楽しめる雰囲気づくりもそうですが、参加している大人たちも当然楽しむ、といった点にも、運営上気を配っています。

子どもたちに伝えたいことはシンプルです。“クルマは楽しいよ”ということですよ」

——今回のようなイベントでは、クルマが大好きな子どもが多いと思いま



参加ドライバーに挨拶する、代表の中戸さん

すが、中には「それほど好きではない」という子どももいると思います。そういった点についてはどうお考えですか。

「確かに、親に連れてこられて退屈そうにしている子どももいます。興味がないなら、当然ですよ。自分の息子は小学校4年生ですが、クルマにはまったく興味がなく、ゲームに夢中です。これが現実ですが、自分は悲観などしていません。子どもでも大人でも、自分の好きなものに興味がいくことは自然です。

ですが、クルマの魅力が色あせている、ということはないと思っています。今は、子どもの興味はゲームの方が上というだけです。クルマにはいろいろな楽しさがあります。それを伝えるために自分たちにできることは、まだまだたくさんあるので、今後もそれを実行していきたいと思っています」

会の代表である中戸さんが、当日は運営スタッフの一員として、会場の入り口で入退場車の交通整理を担当されていた。参加車両のドライバー一人ひとりに対して、「今日はありがとう」「また参加してください」と、息子さんと一緒に挨拶していたのが印象的だった。

●「車育舎」ウェブサイト

URL : <http://www.shaiku.jp/>

(JAMAGAZINE編集室)

巧妙な仕組み



重川 英介
西日本新聞社

◇8年前に新車で買った「メード・イン・九州」の白い軽自動車に乗っている。後部がカブトムシの背中のように丸っこくなっているのが可愛らしく、好きだ。この掲載誌の性質上、メーカー名は控える。

◇4月から、新車で購入した軽自動車について、毎年自治体に納める税金が従来の7,200円から10,800円に引き上げられる。実に1.5倍。順調に売り上げを伸ばす軽自動車に、財源確保に懸命な政府が目をつけたようだ。普通自動車との税の格差が長年の懸案だったとはいえ、愛用者にとって1万円の大台はズシリと響く。

◇首都圏に暮らしている方々には想像しにくいかもしれないが、地方では、公共のバスや鉄道が不採算のため廃線になることが多い。家族の人数分だけ車を所有する家は少なくない。私の前任地の熊本県水俣市も、そうした地域の典型だった。民間の路線バスは撤退。鉄道では地元自治体が出資する第三セクターが頑張っているが、料金は高い。15分ほど乗車して隣の町まで行くのに500円もする。首都圏で500円も払えばかなり遠くに行けるだろう。山間部の取材先宅に伺うと、いつも家の前の広い庭に4~5台の軽自動車止まっていた。維持費の安い軽自動車は庶民の足。地方では圧倒的な人気を誇って

いるのだ。

◇いったん引き上げられた税金が下がることは考えにくい。「よし、できるだけ長く、いまの車に乗ってやろう」。そんなことを考えていたのだが、来年4月以降、新車登録から13年が経過した車には重加算税が課せられるようになる方向だ。

◇「新型車に比べ、省エネで劣る旧型車は多くのガスを排出する。地球環境には優しくない」。そんな理屈から、環境に負荷を与えている分を税金で支払う仕組みが考案されたと聞く。そう言われるとなかなか反論するのは難しいが、古いものを大切に乗り続けることの美德とは相反するようにも感じる。

◇だがこれは、メーカーにとっては悪い話ではないようだ。軽自動車税の引き上げには賛同しづらくても、旧型車に重加算税を課す仕組みができれば、新車購入へと誘導しやすくなるからだ。一方、消費者の立場からすると、新車への買い替えを迫る大きな波に飲み込まれていくような印象を覚える。そう感じるのは私だけではない。

◇実に巧妙な仕組みである。

(しげかわ えいすけ)

「第6回 国際自動車通信技術展」開催

自動車と通信技術の融合で新しいビジネスをめざし、自動車・IT 関連業界などの情報交流の場を創出するコンベンション「第6回 国際自動車通信技術展」（略称：ATTT）が、2015年3月11日（水）から13日（金）の3日間、東京ビッグサイトで開催された。会場には自動車メーカーのほか、通信会社やナビゲーションアプリメーカーなどが出展。カーテレマティクスを利用した、安全や運行管理に関連する製品やサービスを展示・紹介していた。

トヨタブースでは、ITS を利用した協調型運転支援システム、ビッグデータを活用した交通情報など、通信技術を利用した安全に関するシステムが紹介されていた。また同社のテレマティクスサービス「T-Connect」に関しては、カーナビに機能をプラスするアプリケーション「Apps」や、カーナビとスマホアプリの連動、ロボット音声対話サービス「エージェント」などを紹介。また屋外会場では、車体周辺をドライバー視点で見渡すことができる「シースルービュー」機能を、実車で確認できる体験会を行った。

富士重工業は、屋外コースにおいて、同社の「アイサイト（ver.3）」のプリクラッシュブレーキ体感試乗を行った。参加者はアイサイト搭載の車両に同乗して、コース上の停止車両に見立てたボードに向かって走行。ボードに接近しても、衝突せずに停止する自動ブレーキシステムのようなすを体験していた。

本田技研ブースでは、Wi-Fi 通信を活用したリアルタイム通信システム「V2X」が展示・公開された。V2X では、クルマ同士、クルマと社会インフラ、専用のスマートフォンアプリを利用した歩行者との通信によって、交通の情報を把握でき、余裕を持ったドライビングが可能になる。また災害発生時に携帯電話の回線がダウンした場合でも、Wi-Fi 通信で避難情報などの情報伝達が可能となる。屋外試乗コーナーでは V2X の体験試乗会が開かれ、バイクや電動カートを設置したコースを走行して、Wi-Fi 通信による安全運転支援のデモを行った。また同社で取り組んでいる、災害発生時のフローティングカーデータ活用など、防災・減災への取り組みも紹介されていた。

マツダは、同社のコネクティビティシステム「マツダコネクト」を、来場者に体験してもらおう試乗会を行った。この体験試乗は、操作感やドライビングポジションを、



トヨタブース



富士重工業の体験試乗会



本田技研ブース

実際に試乗して体感してもらい、さらに展示ブースで詳細な説明を受けられるというもの。実際の視認性や操作のしやすさを、乗車・体験してもらったうえで、機能の特徴や安全性への配慮などを説明することで、参加者の理解や共感を呼んでいた。

また11日には、ITやモビリティの融合による優れた商品、サービスなどに対して贈られる ATTT アワードの表彰式が行われ、最優秀賞にはテスラモーターズの「MODEL S」が選ばれた。また今回から、自動車のIT化やテレマティクスの進展に貢献した個人に贈られる「特別功労賞」が新設された。同賞には、ホンダでテレマティクスサービスなどに携わってきた、今井武氏が選出された。



マツダブース

「第13回 国際オートアフターマーケット EXPO2015」開催

「第13回 国際オートアフターマーケット EXPO2015」(略称：IAAE2015)が、2015年3月11日(水)から13日(金)の3日間、東京ビッグサイトで開催された。自動車の売買・整備・メンテナンスなど、アフターマーケットに関する展示やセミナーなどが開かれ、業界の最新情報や動向などを発信するとともに、メーカー同士の交流・商談の場を提供した。会場には、整備・修理、塗装、保険など、自動車アフターマーケットに関連する国内外約200の企業・団体がブースを出展。内装・外装用部品、保険や営業サービス事業、整備工場向けのITソリューションなど、さまざまな製品やサービスが紹介されていた。特に車体整備や修理に関しては、ドアやガラスの実物を使用した補修・研磨の実演展示や、実際の車両をリフトに乗せて修理作業をデモ展示するなど、おもしろい展示も見られ、来場客の注目を集めていた。

会場の一角では、塗料メーカー各社による、環境対応型塗料の塗装実演デモンストレーションが実施された。多くの来場客が訪れ、実物の車体パーツを使用した塗装作業が進められるようすを見学していた。塗料メーカーでは、一般には作業に時間がかかるとされている水性塗料を使用しながらも、溶剤タイプの塗料と同等の時間で、塗装が可能である点をアピールしていた。また最終日の13日には、車体整備事業者のチームが実際の事故車両の修理作業計画を策定して発表する、第2回車体整備評価会が開催され、自動車整備の技術や情報に関する交流が行われた。



整備・修理作業のデモ展示



塗装作業の実演のようす

2015年度（平成27年度）自動車国内需要見通し

2015年3月19日

I. 四輪車

1. 四輪車総需要の動向

- 1) 2014年度の四輪車総需要は5,275千台・前年度比92.7%と見込まれる。
内訳は、登録車が3,105千台・前年度比90.5%、軽四輪車が2,170千台・前年度比95.9%。年度前半の消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減により、前年水準を下回った。
- 2) 2015年度については、景気の緩やかな回復が見込まれるものの、軽自動車税増税に伴い2014年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減等により、四輪車総需要は4,992千台・前年度比94.6%と見込まれる。
内訳は、登録車が3,092千台・前年度比99.6%、軽四輪車が1,900千台・前年度比87.6%。

2. 普通・小型四輪乗用車

- 1) 2014年度の普通・小型四輪乗用車需要は2,700千台・前年度比89.5%と見込まれる。
消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減により、前年度を下回ると見込まれる。
- 2) 2015年度については、景気の緩やかな回復が見込まれ、2,700千台・前年度比100.0%と前年並みの水準が見込まれる。

3. 軽四輪乗用車

- 1) 2014年度の軽四輪乗用車需要は1,760千台・前年度比96.6%と見込まれる。
2014年度後半にかけて軽自動車税増税を控えた駆け込み需要が見込まれるものの、2013年度の後半に発生した消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動減により、前年度を下回ると見込まれる。
- 2) 2015年度については、軽自動車税増税に伴い、2014年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減等により、1,500千台・前年度比85.2%と前年度を下回るものと見込まれる。

4. 普通トラック

- 1) 2014年度の普通トラック需要は、161千台・前年度比104.6%と見込まれる。
消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減があるものの、底固い代替需要や、経済対策による公共投資の下支えにより、前年度を上回ると見込まれる。
うち大中型トラック需要は86千台・前年度比107.2%。
- 2) 2015年度については、緩やかな景気回復が見込まれるものの、経済対策による公共投資の下支えが徐々に減衰することにより、全体では、154千台・前年度比95.7%と前年度を下回るものと見込まれる。
うち大中型トラック需要は83千台・前年度比96.5%。

5. 小型四輪トラック

- 1) 2014年度の小型四輪トラック需要は、233千台・前年度比93.6%と見込まれる。
景気の回復が見込まれるものの、消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減により、前年度を下回ると見込まれる。
- 2) 2015年度については、底固い代替需要が需要を下支えすると予想されるものの、主要ユーザーである小規模商店の減少や、輸送需要減少等の構造的要因の継続により、227千台・前年度比97.4%になるものと見込まれる。

6. 軽四輪トラック

- 1) 2014年度の軽四輪トラック需要は、410千台・前年度比93.0%と見込まれる。
消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減に加えて、小規模商店や農家世帯の減少などの構造的要因の継続により、前年度を下回ると見込まれる。
- 2) 2015年度については、主要ユーザーである小規模商店や農家世帯の減少などの構造的要因の継続により、400千台・前年度比97.6%になるものと見込まれる。

7. 大型バス

- 1) 2014年度の大型バス需要は、堅調な観光需要による下支えが見込まれるものの、消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要や、輸送需要減少などの構造的要因の継続により、4.1千台・前年度比92.3%と見込まれる。
- 2) 2015年度については、堅調な観光需要による下支えが見込まれるものの、輸送需要減少等の構造的要因の継続により、4.0千台・前年度比97.6%になるものと見込まれる。

8. 小型バス

- 1) 2014年度の小型バス需要は、消費税率引き上げに伴い、2013年度の後半に発生した駆け込み需要の反動減に加えて、輸送需要の減少などの構造的要因の継続により、6.9千台・前年度比94.1%と見込まれる。
- 2) 2015年度については、輸送需要の減少などの構造的要因の継続により、6.9千台・前年度比100.0%になるものと見込まれる。

II. 二輪車

1. 二輪車総需要の動向

国内の二輪車市場は、2006年以降都市部での駐車場問題や排出ガス規制対応による車両価格の上昇・モデル数の減少などにより急激に縮小した。2010年以降は消費者ニーズを捉えた新商品の投入などで需要の減少は下げ止まりの傾向にある。

このような背景のもと

- 1) 2014年度の二輪車国内総需要は、435千台・前年度比91.0%となった。
- 2) 2015年度については、軽自動車税率引き上げの実施が延期されたこともあり、全体的には需要は堅調に推移することが見込まれる。小型二輪車に関しては、前年度をやや下回るものの、他の排気量帯では、前年度を上回り、国内総需要は440千台・前年度比101.1%と見込まれる。

2. 原付第一種

- 1) 2014年度の原付第一種の需要は、220千台・前年度比89.7%となった。
これは、各社ニューモデルを投入したものの、若年人口の減少など構造的要因に加えて消費税率引上げによる長引く購買意欲の低下の影響で前年度を下回るものと見込まれる。
- 2) 2015年度については、依然として利用環境面での厳しさがあるものの、前年度に各社ラインアップが拡充したことから、226千台・前年度比102.7%と見込まれる。

3. 原付第二種

- 1) 2014年度の原付第二種の需要は、92千台・前年度比89.4%となった。
これは、前年度に投入した各社ニューモデルの反動減に加えて、消費税率引上げによる購買意欲の低下もあり、前年度を下回るものと見込まれる。
- 2) 2015年度については、近年ラインアップが拡充し、需要は昨年と同水準に推移することが予測され、92千台・前年度比100.0%と見込まれる。

4. 軽二輪車

- 1) 2014年度の軽二輪車の需要は、53千台・前年度比90.0%となった。
これは、前年度に投入したコンパクトタイプのスクーターモデルの反動に加えて、消費税率引上げによる購買意欲の低下もあり、前年度を下回るものと見込まれる。
- 2) 2015年度については、スポーツタイプのモデルラインアップ増加とコンパクトタイプのスクーターモデルの底堅い需要により、54千台・前年度比101.9%と見込まれる。

5. 小型二輪車

- 1) 2014年度の小型二輪車の需要は、70千台・前年度比98.4%となった。
これは、各社ニューモデルを投入したものの、消費税率引上げによる長引く購買意欲の低下の影響で前年度を下回るものと見込まれる。
- 2) 2015年度については、前年度に各社が投入したニューモデル効果が一巡すると予測されるため、68千台・前年度比97.1%と見込まれる。

一般社団法人 日本自動車工業会 役員名簿

2015年3月19日

会 長	池 史 彦	本田技研工業株式会社	代表取締役会長	(非常勤)
副 会 長	志 賀 俊 之	日産自動車株式会社	代表取締役 副会長	(〃)
〃	豊 田 章 男	トヨタ自動車株式会社	代表取締役社長	(〃)
〃	相 川 哲 郎	三菱自動車工業株式会社	代表取締役社長兼COO	(〃)
〃	小 飼 雅 道	マツダ株式会社	代表取締役社長	(〃)
副会長・専務理事	永 塚 誠 一			(常 勤)
常務理事	内 藤 政 彦			(〃)
理 事	細 井 行 行	いすゞ自動車株式会社	代表取締役社長	(非常勤)
〃	片 山 正 則	〃	取締役副社長	(〃)
〃	鈴 木 修	スズキ株式会社	代表取締役会長兼社長	(〃)
〃	原 山 保 人	〃	代表取締役副社長	(〃)
〃	伊 奈 功 一	ダイハツ工業株式会社	代表取締役会長	(〃)
〃	三 井 正 則	〃	代表取締役社長	(〃)
〃	加 藤 光 久	トヨタ自動車株式会社	代表取締役副社長	(〃)
〃	前 川 眞 基	〃	代表取締役副社長	(〃)
〃	早 川 茂	〃	専務役員	(〃)
〃	西 川 廣 人	日産自動車株式会社	代表取締役 C C O	(〃)
〃	山 下 光 彦	〃	取締役上級技術顧問	(〃)
〃	川 口 均	〃	専務執行役員	(〃)
〃	市 川 正 和	日野自動車株式会社	代表取締役会長	(〃)
〃	市 橋 保 彦	〃	代表取締役社長	(〃)
〃	吉 永 泰 之	富士重工業株式会社	代表取締役社長	(〃)
〃	近 藤 潤	〃	代表取締役副社長	(〃)
〃	伊 東 孝 紳	本田技研工業株式会社	代表取締役 社長執行役員	(〃)
〃	峯 川 尚	〃	専務執行役員	(〃)
〃	吉 田 正 弘	〃	取締役常務執行役員	(〃)
〃	金 井 誠 太	マツダ株式会社	代表取締役会長	(〃)
〃	光 田 稔	〃	常務執行役員	(〃)
〃	益 子 修	三菱自動車工業株式会社	代表取締役会長兼 C E O	(〃)
〃	中 尾 龍 吾	〃	代表取締役副社長	(〃)
〃	鈴 木 孝 男	三菱ふそうトラック・バス株式会社	取締役会長	(〃)
〃	アルバート・キルヒマン	〃	代表取締役社長	(〃)
〃	柳 弘 之	ヤマハ発動機株式会社	代表取締役社長執行役員	(〃)
〃	木 村 隆 昭	〃	代表取締役 副社長執行役員	(〃)
〃	坂 上 優 介	UDトラック株式会社	取締役会長	(〃)
〃	○村 上 吉 弘	〃	代表取締役社長	(〃)
理事・事務局長	大 上 工			(常 勤)
監 事	山 下 雅 也	本田技研工業株式会社	常勤監査役	(非常勤)
〃	今 津 英 敏	日産自動車株式会社	常勤監査役	(〃)
〃	杉 山 雅 洋	早稲田大学	名誉教授	(〃)

○印：新任

理系女子応援イベント「Drive for the Future -あなたの想いを走らせる仕事-」開催

一般社団法人日本自動車工業会（以下自工会、会長：池 史彦）は、「めざせ！未来のエンジニア～理系女子・男子応援プロジェクト～」を展開し、若者の理系への進学や職業意識醸成に向けたサポートを行うとともに、女性活躍促進に関する取り組みを推進している。このプロジェクトの一環として、自工会および株式会社マイナビ キャリアデザイン推進課の主催によるイベント「Drive for the Future -あなたの想いを走らせる仕事-」が、2015年3月28日（土）、東京都千代田区のパレスサイドビル内・マイナビルームで開催された。同イベントは、女子中学生・女子高校生・女子大学生を対象として、自動車メーカーで働く女性のキャリアをイメージしてもらうことに加え、理系学問と仕事との繋がりを知ってもらい、進路選択の幅を広げることを目的としている。

当日は、「私の仕事紹介」「女性のキャリア」「私の学生時代と仕事内容」というテーマ別にレクチャールームが設けられ、自動車メーカーの女性技術者による、講義やパネルディスカッションが行われた。講師として登壇した女性技術者は、自分が学生時代に勉強したことや、自動車メーカーを志した経緯、現在の仕事の内容などを説明。大学の学部を決定した際のポイントや、これまで勉強してきたことが今の仕事にどう役立っているか、といった経験談を語った。また、「理系女子」としての働き方、家庭と仕事の両立といった、働く女性としての考え方や体験も語られ、参加した学生たちは、真剣な面持ちで話を聞いていた。会場の一角には、講義とは別にカフェスタイルの「フリートーク女子会ルーム」が設置され、女性技術者と自由に会話を行うことができた。学生たちは、より身近で明るい雰囲気の中で、講義の詳細や進路相談などの話が弾んでいた。

なお同イベントは、今年度は関東地区および関西地区において、年2回の開催が検討されている。



女性技術者によるパネルディスカッション



講義を聴くときはみんな真剣



自由な雰囲気では話が弾む、フリートークルーム

『世界自動車統計年報（World Motor Vehicle Statistics）』の発行について

2015年4月6日

一般社団法人 日本自動車工業会は、このほど、世界の自動車統計データ集『世界自動車統計年報（World Motor Vehicle Statistics）第14集 2015』を発刊しました。

内容は、「四輪車」「二輪車」別に、世界各国（主要国中心）と日本の生産／販売（新車登録）／輸出／輸入／保有状況などのデータを、日本文・英文併記で収録しており、「四輪車」については、各国自工会等のご協力をいただき、メーカー別をはじめ、車種・車名・気筒容積・大きさ（トラック）別などの個別データも掲載しております。

<頒布方法>

頒価は1部2,000円で、自動車図書館（港区芝大門1-1-30 日本自動車会館1F）で、販売しております。

また、郵送（または宅配便）でのご購入は、氏名・送付先・資料名・部数をご記入のうえ、自工会・総務統括部企画調査宛てにFAX（03-5405-6136）にてお申し込みください。送料は資料代とともにご請求させていただきます。

*詳しくは、自工会・総務統括部企画調査（TEL：03-5405-6128）まで、お問い合わせください。

あなたとバイクの感動のストーリー (BIKE LOVE STORY) 受賞作紹介



一般社団法人 日本自動車工業会 (以下、自工会) は、バイクの楽しさ、有用性、人生との関わり合いなど二輪車の素晴らしさを広く知って頂くことで、社会に愛される二輪車の構築を目指しており、その一環として2014年9月にバイクにまつわる感動のストーリーを募集しました。(応募総数171作品) 本誌では、受賞4作品を毎月1作品ずつ紹介させていただきます。その他受賞作は自工会HP (<http://www.jama.or.jp/motorcycle/bls/2014/>) で読むことができます。

特別賞 作品タイトル 「赤い旧車と夏休み」

仙田 和之 さん

バイク乗りである二つ上の兄から、「楽しいから」という理由で半ば強制的にバイクの免許を取るようになった。普通免許は持っていたが原付きスクーターにも乗ったことがなかった僕には、兄の「楽しい」という言葉にあまり信ぴょう性を感じなかった。しかし、申し込みをすませ、いざ教習車に乗った瞬間、兄の言葉の意味は否応なく体全体で感じとれた。

バイクの免許を取ってから、人生初のバイク選びをした。アメリカン、フルカウル、それはそれはいろんな車種をインターネットで見て、その都度好みが変わっていたのを覚えている。そんな時に、ようやく見つけた一台は、いよいよ見積もりを出そうかなというところで、他の人に売られてしまった。非常に悔しく落ち込んだ。見かねた兄は僕にある一台を進めてきた。紹介されたURLを開いて見てみると、某オークションサイトにつながった。そこに表示された車両は1974年式の2スト125ccであるYAMAHA A-7。2スト、旧車、オークション経由という初心者殺し3点セットの代物で、初バイクという観点から見ればあまりにもかけ離れたバイクであることは初心者の僕でも分かった。

だがしかし、前オーナーが少しカスタムしてあり、カフェレーサー風のスタイルになっていた。見たことなかった形ではあったが一目惚れした。車両が届いてからは案の定修理の連続だった。知識はネットでかき集め、時に旧車乗りの兄に聞きながら、地道に自分の力で修理していった。まともに走るようになったのは購入してから、2ヶ月弱経った頃だった。初めて走った道は。今思うと近場を散歩した程度だったが、当時の自分にとってみれば、バイクと共に走った道は河川敷、住宅街、市街地全てが新鮮だった。それこそどこにでも行けるような気がした。

気付いてみれば大学は夏休みになっていた。僕は無謀にも修理したばかりのバイクで実家がある福島県に帰省する計画を企てた。ツーリングマップルを買い、ルートを決める。片道100kmも走った事がないのに、下道だけで片道400km近く走るといふ計画。今考えてもぞっとする。当然、両親には反対された。兄はノリノリだった。

帰省当日、バイパスを走るトラックに怯えながらも、何とか富山県に入った。富山県に入ってしばらく経った頃、信号待ちで止まるとガソリンの臭いがすることに気がついた。下をのぞき込むとガソリンがポタポタたれていた。問題がわからなかった僕は、急いで兄に電話をかけた。聞いてみるとキャブレターがオーバーフローしている可能性があるとのこと。応急処置として、キャブの下部(フロート室)を叩くとニードルジェットに挟まったゴミが取れて、解決するかもしれないと聞いて車載工具でカンカンカンと打った。そこからだましまし乗って数キロ移動したが、とうとうどうしようも無い状態になってしまい石川県の自宅に帰ることを決意した。

一週間前に親から強制的に入らされたJAFのロードサービスを使った。しかしJAFのレッカー移動距離は15km。近くにバイク屋さんは無く、石川県の自宅までとしても距離は全然足りない。取り敢えず15kmめいっぱい使って自宅方面に行くようにJAFの運転手さんをお願いした。5km以上は1kmごとに料金が発生してしまい、自宅まで行くと結構な金額になってしまう。当時は教習料金、バイク代、修理費用と学生にとっては金銭的に辛い状況で、15kmで留めてしまいました。

レッカー移動を終えた僕は、どうしようも無いので2日掛けて徒歩で自宅まで行くことを決意しました。体力に自身があつたからか、結構あっさり決断した。しばらくバイクを押して歩くと、陽も落ち始め段々家が減っていき、田んぼや木が多くなってきた。時間も時間だし、そろそろどこかで宿泊しなきゃと少し焦っていると、観光会社のお店を発見。近くの宿泊施設を紹介してもらおうと寄りました。事情を説明し、かえってきた答えは、近くには宿泊できる場所は無いという残念な知らせ。不幸中の幸いで近くにバイク屋さんがあるらしく、電話をかけさせてもらえることになった。電話で状況を説明すると症状を実際に見てみたいと言われたので、観光会社の場所を説明した。通話

を終えてバイク屋さんを待っている間、会社の方々は僕にお茶を出してくれたり、見ず知らずの僕を一晩泊めてあげようかなどと提案してくれたり優しくしてくれました。本当にありがたかく、涙をこらえることに必死で、少し素っ気ない返事になっていた事を覚えています。

バイク屋さんが到着し、その場で簡単に症状を見てもらった。結果はキャブの中のパーツを交換しないと直らないと言われた。キャブはネットで丸々一個購入して到着待ちであることを説明すると、パーツが来るまではどうしようもないので、バイクを石川県の自宅まで運んでやると言われた。自分では手に負えない状況と、辺りも薄暗くなっていたので、バイク屋さんのご好意を頂戴することにした。

観光会社の方々にお礼をして、軽トラックの助手席に座り自宅を目指す。少し走ったところで僕はレッカー料金の問題に気がつく。大変失礼ではあるが、その時の僕は「凄い金額を請求されたらどうしよう…」などと思っていたため、怖くてなかなか料金の話を切り出せなかった。勇気を振り絞って料金のことを尋ねると、「こればかりはしょうが無いからなあ～お金はいらないよ」と言われた。あっけにとられた後で、言葉を理解した僕は、今度ばかりはこらえきれず涙が溢れた。何とか普通の声でお礼を言って泣くのを我慢しようとするが、肩がひくついていたのでバイク屋さんにはバレバレだったと思う。バイク屋さんは察してか、それから何も言わず車を走らせていた。

自宅付近の道についてバイクを軽トラから下ろす。後日お礼をしたいという事を伝え、バイク屋さんの住所等を聞いた。お金はいらないと言われたが、それでは自分の気持ちが収まらなかったため、5000円札を半ば押し付け気味に渡した。自宅までの帰り道、バイクを押し歩きながら僕は再び泣いた。自宅についた事を親に電話してまた泣いた。

帰省中にバイク屋さんにお礼の品物を送り、帰省を終えて石川県の自宅に戻ると直ぐにバイクを修理した。それからトラブル知らずで秋シーズン、真冬の寒い日も乗った。そうこうしているうちに春休みを迎えた。しばし東京に用事があり、春休みに入って早々高速バスで東京に向かった。そこで、やはり旅行会社とバイク屋さんに直接会ってお礼を言いたいと考えた僕は、東京土産をもって修理したバイクで会いに行くことに決めた。

東京から帰った一週間後、おみやげを持ってツーリングの準備をした。始めにお世話になった旅行会社にお邪魔した。扉を開いて「以前お世話になった者で…」と全て言い終える前に、会社の人は思い出してくれた。お礼を言ってお菓子を渡した。帰りに記念にと写真を一緒に撮った。次に石川県の自宅まで送ってくれたバイク屋さんにお邪魔した。こちらは「こんにちは」と挨拶しただけで、気づいてくれた。自宅兼販売店の一室でお茶を頂き雑談した。大学生ということを言うと、「親御さんも心配するから、事故らんようにな～就活もがんばりや」と言ってくれた。僕はその言葉を受けて「就職が決まったらまた改めてお礼しにきます。その時はもっとちゃんとした形でお礼します!」と約束した。

初めて買ったバイクを直し、自分なりのカスタムもした。このバイクのおかげで技術面で多くのことを学んだ。古い車体のため興味をひくのか、他のライダーとバイク談義をする機会も多い。レストアの苦労話やカスタムの話で直ぐに仲良くなる。その度に面白い話が聞けたり、新しい知識やアドバイスをくれたりしてくれる。このバイクのおかげで、初めて会う人と話すのも抵抗がなくなり、共通の趣味を持つ人とはこんなにも、早く打ち解け合うことが出来るのかと感動したことを覚えている。

今回の富山県のエピソードで、僕は人の暖かさを痛いほど痛感した。この体験からツーリングに行くときは車載工具に加えて、修理工具を少しバックに入れて持っていくようにしている。その理由は、自分が乗るバイクが古く、ある程度のトラブルに対処するためというのもあるが、何よりかつての自分が経験したように、道端で困っているライダーを助けられたら良いなと考えているからだ。自分が助けられた経験は幸運でごく稀な例かも知れない。しかし、自分でも誰かのピンチを救う手助けになればそれは素敵な事だと考えている。一度白山のほうにツーリングに行った時 YB-1 が歩道に止まっていたので、声をかけるとクラッチワイヤーが切れたらしく、応急処置としてバースプレーとガムテープで直したところ、大変感謝された。クラッチワイヤーの応急処置はこの時初めて行ったが新たな技術が身についた瞬間でもあった。このように助けた経験は相手にも、自分にもプラスの経験になると思っています。

最後に、まだまだ初心者ライダーで運転技術も低いですが、これから何十年とバイクと共に歩んでいきたいので、安全運転の意識はいつまでも忘れないようにしたいです。

今日も少しの工具をバッグに詰めて君と走る。

P.S

現在2台目のバイクに73年式の初期型 RD250を買いました。もちろん不動車で(苦笑い)。ほぼ全ての箇所をセルフレストアして今では元気に走るようになってます。

自動車図書館の沿革と利用案内

日本自動車工業会がある日本自動車会館の1階には自動車関連の資料が収蔵してある図書館があります。前身は自動車工業振興会図書館で、昭和45年に開設という伝統のある図書館です。約13,000冊の図書を所蔵しており、どなたでもご利用いただけます。会館にお越しの際は、ぜひ自動車図書館にお寄りください。

所蔵資料など

自動車産業と車両に関する資料を中心に、幅広く所蔵しています。また雑誌のバックナンバーもご覧いただけます。その他、交通安全やモーターショーの記録を綴ったビデオの視聴や貸出しも行ってあります。

◇図書の分類◇ 総記（自動車、自動車工業、関連工業、産業・資源、白書）、交通（都市・交通、運輸、道路、新交通システム、交通事故）、歴史（自動車工業史、自動車会社史、自動車人伝記、交通・運輸史、関連工業史、車両史、自動車博物館、その他）、年鑑（自動車、その他）、技術（自動車工学、構造・整備、カーデザイン、安全・公害、その他）、統計（自動車、交通・運輸、産業・資源、動向調査、その他）、経営（自動車工業、ディーラー、部品工業、その他）、型録（乗用車、商業車、二輪車、諸元・形式、その他）、競技（解説一般、スポーツカー、スピード記録、その他）、事典（用語・一般、人名・企業、法律、その他）、時事（新聞縮刷版、編年史）、ショー（規定、報道記事、その他）

ご利用について

受付でお名前をご記入いただければ、どなたでもご利用いただけます。筆記用具・ノート以外はお持込みできませんので、備え付けのロッカーへお預けください。図書館は開架式ですので、資料は自由にお手に取っていただけます。閲覧席が16席設けてありますので、ゆっくりとご覧ください。



開館時間 : 平日 午前 9 : 30 ~ 午後 5 : 00

休館日 : 土・日・祝日、年末年始

コピー料金 : モノクロ 1 枚 10 円 カラー 1 枚 50 円

貸出 : 貸出はビデオのみになります。図書は貸出しておりません。

フォトサービス : 1970 年までの国産車のモノクロ写真を、プリント版にてお受けしております。

●お問い合わせ : 一般社団法人 日本自動車工業会 自動車図書館 TEL 03-5405-6139

〒105-0012 東京都港区芝大門 1 - 1 - 30 日本自動車会館 1 階 (地図参照)

・ JR 線 浜松町駅北口 徒歩 8 分

・ 地下鉄 都営三田線 御成門駅 出口 A 2 または A 3 徒歩 3 分

都営浅草線・大江戸線 大門駅 出口 A 4 徒歩 4 分

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://global.yamaha-motor.com/jp/
日野自動車(株)	http://www.hino.co.jp/	UDトラック(株)	http://www.udtrucks.co.jp/

●自工会会友のホームページアドレス

ゼネラルモーターズ・ジャパン(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/	一般社団法人 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.zenkeijikyoo.or.jp/	一般社団法人 全国自家用自動車協会	http://www.disclo-koeki.org/O2b/O0479/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://jаланet.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.jmpsa.or.jp/	一般社団法人 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

◇一足早く春を感じたいと思い立ち、電車で揺られ、日本三名園のひとつ、偕楽園の「梅まつり」に行った。ちょうど見ごろに当たったようで、自慢の梅林には紅白の色彩やかな花が咲き乱れ、私の目を存分に楽しませてくれた。

◇偕楽園駅へ戻ると、そこには懐かしのボンネットバスの姿が。聞けば「梅まつり」の期間中、ここを起点に周辺の見どころを巡回するバスとのこと。しかも無料。レトロな乗り物が好きな私にとって、乗らない手はない。

◇いざ発車。ワイルドなエンジン音が心地いい。しかしほどなく渋滞にはまってしまった。どうやら周辺駐車場が満車で、その待機車

の列が車線を塞いでいるようだ。

◇5分経っても10分経っても全然進まず。団体客を乗せた他の観光バスは、路上で乗客を降ろす始末。結局、渋滞の先頭である駐車場入口を通過したのは乗車して1時間ほど経過したところ。その距離たったの1km。お客さんも運転手さんも、この渋滞にはうんざりといったようす。

◇「梅まつり」は年に1度の大会イベント。渋滞が起りにくい方策として、私はパークアンドライドの活用をご提案したい。車でのアクセスが快適になれば、来場者もさらに増え、より魅力あるイベントになるのでは。(Y)

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)/森 卓也、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)/柳澤昌詩、

富士重工業(株)/川勝貴之、本田技研工業(株)/阿部友香、マツダ(株)/寺島倫子、

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(株)/栗橋恵都子

自工会事務局委員：大上 工・古川博一・岡田 徹・林 公子・木村真帆

JAMAGAZINE4月号 vol.49

発行日 平成27年4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

©禁断転載：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を心がけましょう。

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発進しましょう。^{*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



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

