

## 巻頭インタビュー 自由貿易の推進に向けて

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



# #51

JAMAGAZINE 2月号

発行日 平成29年2月24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  
〒105-0012 東京都港区芝大門1丁目1番30号 日本自動車会館  
広報室・電話番号 03(5405)6119  
©禁無断転載：一般社団法人 日本自動車工業会

## JAMAGAZINE 51 CONTENTS

### 巻頭インタビュー

慶應義塾大学  
総合政策学部教授

**渡邊頼純**氏 「自由貿易の  
推進に向けて」 ..... 2

### 特集

「CES2017紹介」 ..... 8

**東京オートサロン2017** ..... 12

### インタビュー

東京オートサロン 事務局

**坂井正治** 事務局長 ..... 12

国産車メーカー紹介 ..... 14

輸入車インポーター/  
カスタム車メーカー紹介 ..... 18

### 記者の窓

時事通信社 佐々木宏 「台湾を知っていますか」 ..... 19

国交省からのお知らせ  
**平成29年度「道路ふれあい月間」  
推進標語を募集します** ..... 20



- 1 自由貿易イメージ
- 2 渡邊頼純氏
- 3 CES2017
- 4,5 東京オートサロン2017
- 6 東京オートサロン2017  
テープカット
- 7 東京オートサロン  
事務局長・坂井正治氏

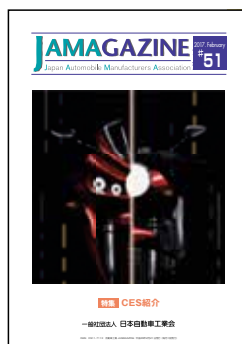
### 表紙イラストレーション

**岡田 夏樹**

東京藝術大学 美術学部 デザイン学科 2学年

私自身バイクに乗っており、普段から感じるバイクに対する格好良さをイメージし近代的なバイクとレトロなバイクの対比を表現しました。

「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。





## 慶應義塾大学総合政策学部

# 教授・渡邊頼純わた なべ より ずみ氏に聞く

世界では昨年、英国の欧州連合（EU）からの離脱決定や米大統領選でのトランプ氏の勝利など、事前の予測を覆す出来事が相次いだ。自由貿易をめぐる動向に注目が集まる中、GATT（関税貿易一般協定）事務局経済問題担当官や外務省参与などを歴任し、国内外において自由貿易を積極的に推進しておられる慶應義塾大学の渡邊頼純教授に、最新情勢や今後の見通し、さらに自動車業界への助言について率直なお話をお伺いした。

（インタビュー日 2017年1月30日）

一昨年は、英国の欧州連合からの離脱決定、またトランプ氏の大統領当選などが世界中で大きな話題となりました。

**ま**ったく考えられない結末が多かったですね。これからもまだまだ理解しがたい結果が多く出そうな気がします。英国のEUからの離脱（BREXIT）決定と米国の新大

統領は、世界経済にとって大きな不確実性と考えています。これ以上の不確実性はめったにないと思っています。

一最近のトランプ大統領の発言や動向についてどう思いますか。

**と**くに自動車に焦点が当たってきたのが心配ですね。貿易赤

字の上位国のうち、中国と日本とメキシコ、さらにはドイツも挙げ、とくに日本に関してはまたも自動車を取り上げています。これからどういう状況になるのか、注意してみてください必要があります。

米国の通商政策が今後どうなるかはまだよく分かりませんが、ハッキリしていることは、複数国間の合意



という形の取り決めはトランプ大統領の頭にはなさそうだということです。全ての交渉は米国と特定相手国の2国間でやっていく。つまり、複数国が集まる地域での自由貿易ではなく、2国間の貿易収支の帳尻合わせに主眼を置きます。米国の物品に開かれるマーケットに対しては応分の対応をする。米国が大きな貿易赤字を持っているのはどこおかしいと考えているのではないのでしょうか。

—過去の歴史を振り返っても、類似した状況がありましたね。

**ユ** ニラテラリズム（単独行動主義、または一国行動主義）などと言われますが、過去に1980年代にも見られました。86年9月から始まったGATT（関税貿易一般協定）ウルグアイラウンドの前の状態に

戻ってしまう可能性すらあり得ます。日本のメディアでは「米国は日本とのEPA（経済連携協定）、またはFTA（自由貿易協定）」と言っていますが、トランプ大統領は「トレードディール」としか言っていません。取引（ディール）を通じて貿易のバランスを図ろうとしているのが自然だと思います。とりわけ貿易不均衡の中核となるのは自動車、とまたしても挙げられてしまいました。

—日本は、また日本の自動車業界はどう対応すべきと考えますか。

**日** 米貿易摩擦が問題となった1980年代からこれまでの30年あまり、日米間の貿易構造は大幅に変化し、不均衡は改善しました。米国内の日系自動車工場では、自動車の現地生産台数も増え、それに比例

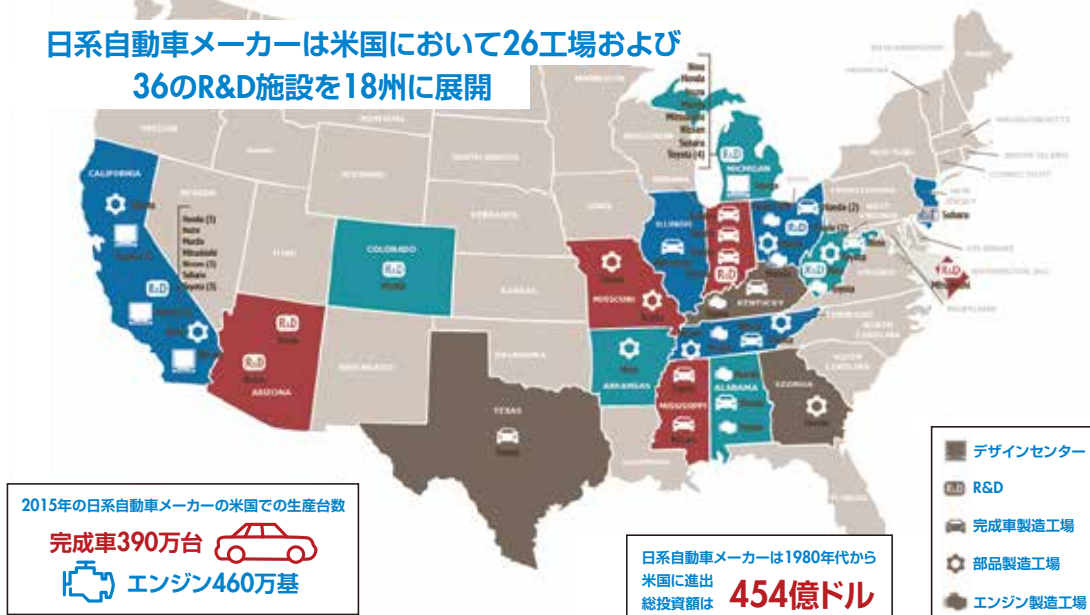
して販売拠点も増えています。今や385万台の日本ブランド車が米国で作られ、製造・販売などを合わせて150万人の雇用を生み、米国での投資額も比例して増加しているのです。こうした事実関係を、大統領にも側近にも示し、日系自動車メーカーが米国経済に貢献していることを再認識してもらうしかないでしょう。つまり日米の自動車貿易の実態はかなり成熟度を増しています。そこをよく、安倍総理からトランプ大統領に説明してもらう必要があります。

—多くのそういった客観的なデータがあるので、そこを理解してもらうのがまずは重要ということですね。

**は** い。日米の自動車貿易を繰々説明するとともに、日本側としてはきちんとした準備をしていく

## 日系自動車メーカーによる米国内の経済活動

日系自動車メーカーは米国において26工場および  
36のR&D施設を18州に展開



必要があります。マイク・ペンス副大統領は、実情をある程度わかっています。ただしUSTR（米国通商代表部）に就任予定のロバート・ライトハイザー氏は過去、日米の鉄鋼摩擦で日本に鉄鋼製品の輸出自粛を認めさせた人で、ロングスタンディング・プロテクションリスト（一貫した保護主義者）とも言われています。対中強硬派であると同時に、リベリオンリスト（日本異質論などを唱える修正主義者）の傾向を持った対日強硬派でもあります。かつてのウェンディ・カトラー氏（元USTR次席代表代行、東アジア担当）のような、日本をよく理解していて、日本の神経を逆なでしない人ではありません。事実関係を疎かにし、大衆受けを狙った扇動をする可能性はあります。

昨年12月中旬にワシントン、デトロイト、アトランタをまわりました。

デトロイトでは米自動車メーカーのチーフエコノミストに会いました。彼は「世界中で米国の自動車が売れているのに、なぜ日本だけ売れていないのか」「日本も為替操作国だ」と言うわけです。私は「日本とドイツ間の自動車貿易はドイツ側の黒字ですし、日本市場では欧州メーカーの伸びが顕著です。おかしいでしょ？」と言いましたが、「ドルに対してだけ（為替）操作している」と切り返すのです。ほとんど言い掛かりに近いですね。今後も日本にも、為替操作国という濡れ衣を着せてくる可能性があります。大いに警戒すべき点です。80年代前半、ライトハイザー氏と同じ頃にUSTRにいたクライド・プレストビッツ氏は「日本はオープンエコミーだが、クローズド・オープンエコミー」と言っています。今も日本に対して辛口のロビイストです。その証拠に

「日本では韓国・現代車が走っていない」と言うのです。これはなかなか微妙に説得力があります。

—米国が問題視する貿易赤字については、どのようにお考えですか。

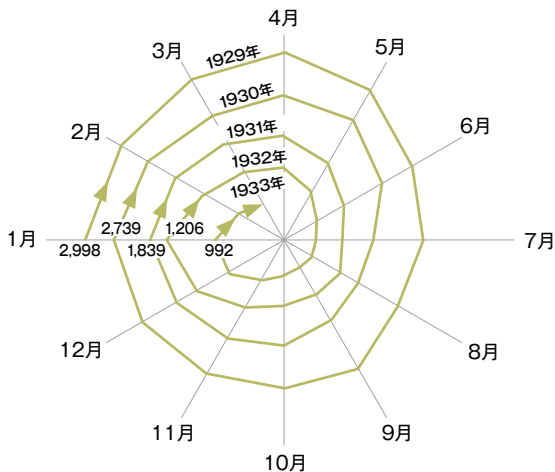
人口や経済力も含め米国のマーケットは大きいですが、それ以上に国民の過剰消費が目立ちます。米国は政府も赤字ですが、国民の家計も概ね赤字です。人々は借金をしてでも欲しいモノを買うという体質があるのだと思います。ですから、いわゆる消費性向がどんどん高まり、その過剰消費の積み重ねで、全体で見たときに輸出を輸入が上回ってしまう傾向があります。

話を自動車に絞ってみると、日本の自動車の価格競争力や、価格以外の競争力も関係してきます。日本車は米国で圧倒的な評価を得ています。日本のハイブリッド車に乗ると

というのは一種のステータスシンボルになっている面があります。地球環境に関心があり環境性能にお金を払える、それなりに高い教育を受けている人たち、そして財力のある人たちは、ハイブリッド車のような先進的なエコカーにアペタイト（食指、欲求）を感じています。もっと以前は、安全性能が高いイメージのある北欧ブランドがそういう存在でした。安全にお金を払えることがステータスでした。映画を見ている、セレブがロデオドライブを日本車で走っているシーンを見せたりします。だいたい、米国のなかで日本車のプレステージが確立しているのだと思います。ですから日本車に、メキシコ製であれ、日本製であれ国境調整税をかけてしまうと、結局は米国の消費者の首を絞めることになってしまうわけです。

**一戦前は英仏などとブロック経済を推進しましたが、戦後の米国は自由経済のリーダーを務めています。**

1929年1月～33年3月における世界貿易の螺旋状の収縮  
(75カ国の総輸入、月額、100万旧米金ドル)



(出所)「大不況下の世界 1929-1939」C.P.キンドルバーガー著、石崎昭彦・木村一朗訳 (東京大学出版会、1982年)

**た**しかに米国は、第2次世界大戦が終わってから、自由で多角的で無差別な貿易体制の、中心的な役割を演じてきました。日本もその恩恵を受けて、現在の貿易立国の地位を謳歌できたのです。欧米主要国を軸に立ち上がったGATTという自由で開放的な貿易体制があったからこそ、ここまで発展できたわけです。1930年代、保護主義が起きたときに世界経済がどうなったかという、29年の大恐慌の後、30年から世界経済が縮小していききました。原因のひとつは経済のブロック化にあ

ります。アメリカを中心としたドル圏、英国のポンド圏、フランス圏、ドイツ圏、そして日本など一列強が各国を経済圏に取り込んで、ブロック間同士では貿易が起こらなくなりしました。そして、その時にどういう手を打ったかという、ブロック外の製品に高関税を課しました。大恐慌後に米国ではスムート・ホーリー関税法 (30年6月成立) ができ、さらに為替の切り下げなど各国が保護主義に走ったため、世界経済が縮小しました。このような状況から第二次世界大戦に突入していくわけですが、そのような失敗を戦後は繰り返さないという反省から44年7月にブレトン・ウッズ会議



が招集され、IMF (国際通貨基金) と世界銀行が創設されるわけです (連合国内閣金融会議で決まり、45年に国際金融機構が発効。IMFなどができ、金本位制による固定相場制が採用された)。こうして戦後の国際経済の秩序が作られました。その中から出てきたのがGATTでもあります。

**一経済指標の変動も激しくなっていますね。**

**今**はトランプ政権への期待で株価やドル相場が上振れしています。トランプ大統領は財政支出を伴うインフラ整備も実施し、企業への大型減税もするといっていますが、こういう政策は、かつてのように財政赤字、経常収支の赤字の“双子の赤字”を生む結果になりかねません。今は、ある種のユーフォリア (幸福感) に包まれて株価が高止ま

りしていますが、これからどうなっていくかは分かりません。

—NAFTA（北米自由貿易協定）についてはどのようにお考えですか。

**N**AFTAの見直しはどのように進むのかはまだ分かりませんが、心配なのは、モノの動きの自由化、それに伴う人も含めた自由化を止められてしまうことです。こうなると、NAFTAそのものの解体になりかねません。モノ、サービス、投資、人の移動の自由を謳うシナリオが崩れてしまう可能性があります。

—そうすると、日本企業もメキシコ経済にも影響は大きいですね。

**ま**ず、メキシコへの打撃。日墨EPAが大筋合意に達した2004年、メキシコは世界で13位ぐらいの自動車生産台数でしたが、わずか10数年でブラジルを超えて7位にまで浮上しました。当時の日系企業進出数は330社でしたが、NAFTAや日墨EPAによって、現在は1千社に達し、大きな産業集積も数カ所あります。そして、今やGDP（国内総生産）でも世界15位にまで成長しています。NAFTAの見直しは、それがもし関税を賦課する形のものであれば、自動車・同部品産業にとって非常に大きなインパクトがあります。他の域内産業にもデメリットは多いでしょう。

—メキシコ政府の対応にも注目が集まりますね。

**私**自身、日墨EPA交渉に首席交渉官として加わりましたが、メキシコも名うての交渉上手であり、譲れないラインは明確にあります。米国がNAFTAを離脱するとトラ

ンプ大統領が言ったときに、ポール・ライアン米下院議長（共和党）やペンズ米副大統領、ミッチ・マコーネル上院院内総務（共和党）がどういう反応をするでしょうか？米墨会談も流れました。そんなことになれば、米国内で「歴史的な間違いを犯した」という声が出始める。そういう状況を作ってトランプ大統領を追い込んでいくしかないでしょう。

—EUのスタンスは。

**E**Uはおそらく、欧州委員会を中心に自由貿易擁護という圧力をかけてくるでしょう。ただし、今年オランダ、フランス、ドイツで国政選挙や大統領選挙があり、EUの自由貿易に逆風が吹く可能性はあります。欧州委、ドイツがどこまで頑張れるかでしょう。欧州にはBREXITの問題もくすぶっています。ただ、英国の離脱は決して保護主義というわけではなく、英メイ首相もトランプ大統領の通商政策とは一線を画すでしょう。

—中国はどう動きますか。

**2**つの可能性があります。パックス・アメリカーナ（アメリカの覇権）がなくなったので、中国がパックス・チャイナを標榜しリーダーシップを拡張するとの見方。それはそれで結構だと思います。中国の貿易立国ぶりは目を見張るものがあります。中国が自由貿易を主張するのは大変結構です。問題は米国に成り代わって、そのコストをどれだけ引き受ける用意があるか。今のところはアドバルーンを上げただけに過ぎません。自由貿易体制の維持にはコストが伴います。自らのマーケットをオープンにするコストです。中国

は旧体質の国営企業の構造改革、鉄鋼の過剰輸出問題などを抑制するためにも政治的コストが必要になります。ダンピング輸出をコントロールし、失業を輸出するようなことはしない、そのような心構えが必要です。一つ懸念があるとすれば、TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）が成立しなくなることで、中国が仰ぎ見るべき通商モデルがなくなってしまったことです。中国の一部では「RCEP（東アジア地域包括経済連携協定）とTPPは補完的」と言い出していました。中国の一部の進んだ人々は、TPPと中国国内の構造改革をにらみ、RCEPで追いかけていくつもりでした。その意味合いが薄れ、中国自身が質の高いFTAを志向する誘因が弱くなってしまう可能性があります。日本はRCEPや日中韓FTAを推進して行くべきです。日本はTPPのルールをしっかりと念頭において、TPPで合意したルールをRCEPでできるだけ実現していくことが重要でしょう。

—TPPの復活は。

**あ**りえます。米国がいつの日にか、翻意してTPPが必要だと言いつか。可能性はゼロではありません。その時に備え、TPPはいつでも発効できるようにしておくことです。そして残る10カ国にもTPPの早期発効を働きかけ続けることです。また、そのためにも、「TPPマイナス1」、11カ国で、2016年2月に署名されたTPPを発効させる必要があります。マーケットアクセスなどのルールには一切触らず、発効要件だけ変えて、TPP11のプロトコル（議定書）を作り、暫定発効のための議定書という形で、発効要件を変更し、他の





わたなべ よりずみ  
**渡邊 頼純**

慶應義塾大学総合政策学部教授。上智大学大学院国際関係論専攻博士課程単位取得満期退学。在ジュネーブ国際機関日本政府代表部、GATT事務局、欧州連合日本政府代表部、外務省経済局参事官、外務省参与などを経て2005年より現職。

ルールを触らないのがいいでしょう。戦後のGATTも48年に発効しました。ITO（国際貿易機構）ができるまでの暫定的取り決めとして発効したのです。従ってGATTは米国議会の批准を必要としませんでした。

—中南米諸国はどう動きますか。

**チ**リ、メキシコ、ペルーの中南米各国は先行きにナーバスになっているようです。日本のもう一つの通商戦略は、メキシコ、コロンビア、ペルー、チリによる太平洋同盟との包括的経済連携協定を交渉するという手があります。彼らは極めて自由貿易にオープンな国ですから、こういった国々をうまく取り込むことが重要でしょう。また、日本はこのうちの3カ国と既にEPAを結

んでおり、コロンビアとも交渉中です。過去に日-ASEAN（東南アジア諸国連合）でもそうでしたが、各国とFTAを結んだ上で地域間の協定につなげるのです。もうひとつは、日-メルコスール（南米南部共同市場）。ブラジル自身はFTAをひとつも持っていません。アルゼンチンのマウリシオ・マクリ新大統領はマーケットフレンドリーで、より市場原理を重視した改革派というのがウリです。日-アルゼンチン、日-ブラジル、日-メルコスールになるかもしれませんが、このあたりの国々とのFTAをそろそろ考えなければなりません。それから言うまでもないですが、日-EUのEPAを何とかして早期にまとめることです。こういう風に日本が様々なFTAを牽引

すれば、トランプ政権へのデモンストレーションにもなるでしょう。

—日本の自動車産業はどうすべきですか。

**日**本は、部品産業も含め、過去30年間やってきたことに自信を持って欲しいと思います。常に米国、EUの両方を見据え、貿易摩擦を回避するためのメカニズムと生産ネットワークを作りながら、バリューチェーンを構築してきました。こうした実績をまず、冷静にアピールすることが大事でしょう。これまで培ってきた生産ネットワークの強みなどに自信を持って、米国の無理難題に渡り合っていくという気概を持つことが大切ではないでしょうか。



年初に米国ネバダ州ラスベガスで開催された「CES2017」。その年のトレンドを占う最新の製品や技術を発表する展示会として、毎年電機メーカーなどが多数参加しているが、今年は日産自動車が初めて、ホンダが10年ぶりに出展するなど、自動車業界での位置づけも高まっている。自動車技術と電機・IT（情報技術）を融合することで車の新たな価値を創造しようとする業界の潮流を表している。

自動運転やコネクテッドカーなど、次世代技術の開発を巡り、自動車産業の構造が変化しつつある。今年のショーは、転換期にある業界の姿を象徴するかのように、自動車メーカーとサプライヤーがIT企業との提携を相次ぎ発表し、自動運転の早期実用化に向けた異業種との開発にも積極的な姿勢を表した。将来技術に対する大手自動車メーカー各社の考えや取り組みもコンセプトカーを通じて示した。

CES特集

## 異業種の出展ブース

自動車の知能化に伴い、脚光を浴びるIT（情報技術）企業。これまで家電向けなどをメインに手がけてきた企業も自動運転やコネクテッドカーといった新たな分野で商機を見出し、自動車業界に相次ぎ参入している。「CES 2017」では車載向け製品を多く出展したほか、自動車メーカーとの提携も発表した。自動車の将来技術を実現する上で重要な存在として、業界での位置づけが高まっている。

大量の情報を高速で処理する半導体は自動運転の実現には不可欠である。車載向けで特に会場の注目を集めたのがNVIDIA（エヌビディア）だ。

「この小さなコンピューターが将来の自動運転の核となる」—同ショーで開かれた基調講演にジェンソン・ファン社長兼CEOが登場し、車載用AIスーパーコンピューター「エグゼビア」の最新の活用例として人工知能（AI）で車両とドライバーを監視する「AI CO-パイロット」を発表した。



高度な画像処理技術を生かし、車両に搭載したセンサーで周辺環境を把握することに加え、車内のカメラで運転者の目線や顔の向きを捉えるほか、口の動きを読み取り、言語認識にも対応する。ドライバーの指示と車両外部の情報とを照らし合わせながら安全な自動運転への



切り替えを実現できる。

同社は、これまでデジタル家電向け製品をメインに手がけてきたが、AIのディープラーニングとGPU（グラフィックス・プロセッシング・ユニット）の高い演算能力を組み合わせることで自動運転に求められる高度な判断力を実現す



るプラットフォームを開発。今年のCESの会場では、新たに独アウディとAIを搭載した自動運転車の開発に向けた提携を発表したほか、独ダイムラーとも手を組みディープラーニングを採用した車両を共同開発し、1年以内の製品化を目指す計画を明らかにするなど、着実に業界で

の存在感が高まっている。

一方、クアルコムが買収を決めた車載向け半導体でトップシェアを占めるNXPセミコンダクターズも自動運転関連の製品を紹介した。自動運転用車載コンピューター「ブルーボックス」は、レーザーレーダーやカメラなど、各種セン

サーで検知した情報を処理し、制御の指示を出す。「処理性能や耐熱性、省エネ化といった自動車への適合性に優れる」(ブース説明員)と自信を見せる。

コネクテッドカーの本格的な普及を見据え、乗員と車両をつなぐHMI(ヒューマン・マシン・インターフェース)に関連する技術の提案も目立った。ニュアンス・コミュニケーションズは、道路案内サービスと音声認識技術の関係に着目。新開発したナビゲーションアプリ「ドラゴンドライブ」では

言語理解と協調型AIを組み合わせ、AIがクラウドにアクセスして車両情報を把握すると同時に、ドライバーとの対話で分析した個人の嗜好を反映させたルートを提示する。ドライバーの操作の手間を省くだけでなく、より利便性の高いサービスも提供できる。



## トヨタ自動車



トヨタ自動車は、人工知能(AI)を搭載したコンセプトカー「トヨタ コンセプト・アイ」を出展した。最新のAI技術を活用してドライバーの感情を理解し、ユーザーの嗜好や気分に沿った会話を車両から語りかける。同時に、運転者の表情などから覚醒状態を分析し、安全に自動運転への切り替えも出来るようにする。

同コンセプトカーの全長は4430mm、全幅が1830mm、全高が1475mmの4人乗り車両で、ゼロエミッションのパワートレインを想定している。ドライバーと車の新たな関係の構築に向け、時に車両が運転を支援するというトヨタ

の自動運転に対する考え方「モビリティチームメートコンセプト」を具現化した。

車が人に働きかけ、新たな体験を提供することを目的とする。AIにより運転者の感情認識や嗜好性の蓄積といった複合技術を確立。ドライバーの表情や動作、覚醒度などをデータ化することや、会話履歴などからドライバーの性格を推定する。

AIの感情認識力と自動運転を組み合わせることで安全運転にもつなげる。運転者の疲労度に応じて、ライトやシートを使って自律神経を刺激。同時にドライバーの心身状態を把握する

ことで、危険時には自動運転モードに切り替わる。

ブース内では、同車両のcockpitのデモンストレーションを行った。会話相手としてインパネ中央部に配置した丸い物体が周辺状況や音声に反応して動く。目的地までのルート案内や警告といった各種情報を視覚や触覚を通じて乗員に知らせるなど、新たな運転感覚を体感できる。



## 本田技研工業

本田は、AIやビッグデータ、ロボティクス技術を活用した製品や技術を発表した。

世界初公開した小型電気自動車(EV)のコンセプトカー「ニューヴィー」は、AI技術「感情エンジンHANA」を搭載し、ドライバーの表情や声の調子からストレス状況を判断して安全運転のサポートを行う。ライフスタイルや嗜好を学習して、状況に応じた選択肢を提案するなど、ドライバーとモビリティの自然なコミュニケーションを実現する。

二輪車の実験車「Honda Riding Assist」も世界で初公開した。Honda独自のバランス

制御技術を二輪車に応用し、バイク自体がバランスを保つことで低速走行時や停止時のふらつき、取り回しの際の転倒リスクを軽減する。

プレスカンファレンスで本田技術研究所の松本宜之社長は「新たな価値の創造に向け、これまで以上に様々な企業とオープンイノベーションを通じて戦略的な提携を図る」と幅広い業種との共同開発にも積極的な姿勢を見せた。

会場では、イスラエルのベンチャーと共同開発している音声制御技術を紹介した。光学的に顔の振動を読み取り音声認識精度を向上さ



せる技術で、騒音環境下でも車へのボイスコマンドの伝達を確実にし、ドライバーが運転に集中できる環境を整える。

ディスプレイ技術を手がける米LEIAと取り組む3D(三次元)表示に対応した車載用ディスプレイも公開した。どの角度から見ても自然に見えるよう自動調整される画面で、ナビゲーションや交通情報の表示など、多様な情報表示に活用できるという。



## 日産自動車



今回CESに初出展した日産自動車は自動運転や電動化技術など、次世代技術を中心に紹介した。基調講演にはカルロス・ゴーン社長が登場し、ディー・エヌ・エーとの提携や自動運転車の早期実用化に向けた技術「シームレス・オートノマス・モビリティ(SAM)」など、自動運転の開発戦略を明らかにした。

SAMは、米国航空宇宙局(NASA)の技術をベースに開発したもので、自動運転車が道路工事などの不測の状況に直面した際に、人工知能(AI)の意思決定を人間がサポートすることで「よりスムーズな自動運転が可能になる」

(カルロス・ゴーン社長)という。

AIの発展を人為的にサポートし、走行を積み重ねることで認識・判断精度の向上を図る。完全自動運転の実現に向けた将来的な課題への解決策として導入することで自動運転車の実用化時期を飛躍的に早めることができる。会場では、日産ブースとシリコンバレーの拠点をつなぎ、SAMが現実社会でどのように機能するかをデモンストレーションを交えて紹介した。

ブース内では、車両展示を通じて同社の先進技術に対する取り組みを紹介した。電気自



動車(EV)の「リーフ」をベースとした自動運転技術の実験車両のほか、EVスポーツカー「ニッサン ブレードライダー」や安全装備を充実させた多目的スポーツ車(SUV)「ムラーノ」を展示し、自動運転や電動化技術の開発に対する姿勢をアピールした。

## 海外メーカー



今年は日系だけでなく海外の自動車メーカーも多数出展した。自動運転や電動化技術など、将来技術に対する各社の最新の取り組みをIT(情報技術)を活用しながら紹介した。

フィアット・クライスラー・オートモービルズ(FCA)は、電気自動車(EV)のコンセプトカー「クライスラー・ポータル」を世界初公開した。

蓄電容量約100kWhのリチウムイオン電池を搭載し、一回のフル充電で250マイル(約402km)を走行することができる。自動運転「レ

ベル3」に対応する機能も備え、カメラやレーダーなどのセンサーを多数搭載して高速道路での自動走行を可能にする。

インフォテインメント技術など、ITを活用した機能も充実させた。車載パネルを使うことで、スマートフォンやタブレットなどのデバイスの写真や音楽を車内で共有でき、快適性や利便性向上を図る。

独フォルクスワーゲン(VW)は、EVのコンセプトカー「I.D.」を公開し、来場者の注目を集め

た。EV向けの専用車台「モジュラー・エレクトリック・ドライブキット(MEB)」を採用したことで、電池の搭載量と室内空間を広く確保することが可能になる。展示場に設置したコックピットでVR(仮想現実)ヘッドセットを装着することで、ユーザーの視覚や聴覚に働きかけ、新たなモビリティの姿を体感できるようにした。

韓国の現代自動車は、ハイブリッド車(HV)「IONIQ」をベースに自動運転技術を搭載したコンセプトカーを紹介し、会場周辺でテスト走行を実施した。ブースでは、自動運転車を模したカットモデルを設け、VRシミュレーションを活用することで、来場者に無人運転車での移動の様子を体験してもらった。

<http://www.tokyoautosalon.jp/2017/>

# TOKYO AUTO SALON 2017

カスタムカーの祭典「東京オートサロン2017」が2017年1月13日から3日間、幕張メッセ（千葉県美浜区）で開催された。35回目の開催となる今回は、過去最多の458社が出展、約850台が展示された。来場者数はほぼ前年並みの32万4400人を確保し、盛況だった。個性的な車両やパーツの展示に加え、カスタムカーの同乗試乗や国家戦略特区を活用した先進運転支援技術のデモ走行など、体感型の新規イベントを盛り込んだ。自動車メーカーは、最新のカスタムカーやモータースポーツ参戦車両などを展示し、それぞれに車の楽しさをアピールした。



東京オートサロン事務局  
事務局長

さかい まさはる  
坂井 正治さん



## —今年の東京オートサロンの出展傾向について

**坂井** 「出展車両の幅が広がってきました。従来は折々のトレンドに合わせて、チューニングカーやミニバンなどの主流がありましたね。最近は1970年代～現在までの幅広いレンジの中で、様々な車が一緒になっています。これは、趣味の車の幅が拡大している証で、ミニバンやハイブリッド車（HV）、軽といった売れ筋車以外の、

レトロな車にも乗ってみようよという、車文化の世代の広がりを感じます。これだけいろいろなジャンルの方々に集まって頂ければ、このショーは面白くなります。35年間継続してきて良かったと思います」

## —近年、自動車メーカーの出展が増加しています

**坂井** 「約30万人以上という、ショーの来場者数をいかに活用す

るかということでしょう。国内自動車メーカーの最近のトレンドとして、モータースポーツを発表する場として活用されています。カスタムカー業界にとって、ベース車両を作っている国内メーカーの出展が増えるのはウェルカムです。例えば以前、トヨタが『86』を発売しました。売れないとされていたスポーツカーを徐々に『えいやっ』と。このヒットが無ければ、カスタム業界の現状は全く違っていたはず。ヒットすれば、

ちゃんとカスタムできます。メーカーがこういう車を積極的に作って一緒にやろうと言って前のめりに出てきてくれるのは歓迎です」

### —カスタムカーの今後のトレンドについて

**坂井** 「車のカスタマイズは多様化が進んでいます。例えば、『純正っぽくレストアしよう』とかもしくは『自由にいじろう』とか、車の改造のやり方や方向性が何でもありになりつつあり、ユーザーもそれを許容しています。メーカー出展ブースの車も昔に比べればかなり過激になっていますが、一般ユーザーからすると、普通に購入できる車として抵抗感が無くなってきています。昔は、性能一直線だったり、滅茶苦茶過激で目立つものだったりしたところが、ちょっとした様々なアイデアで個性的なカスタムが増えています。東京オートサロンとしては、合法的な車か、公道を走れない競技専用車かを明確に表記してもらうことで、来場客に間違った情報を与えないように心掛けています。今後ですが、これから出てくる車の性格が変わってくることで、カスタマイズのトレンドはもう一回変わるでしょう。今はSUVが中心ですが、次は自動運転やカーコネクトなど新しい機能をいろいろ搭載した車が出てくることで、改造のトレンドが変わってくると思います。例えばテスラのような、未来

的な車が出てくると面白いですね。機能の変化がトレンドを変えます」

### —海外からのショーに対する反応について

**坂井** 「海外からの来場は増加傾向にあります。個人、法人、ツアーを問わず、中国や東南アジアからが多いですね。観たい、買いたい両方で。出展希望も多いですが、東京オートサロンはB to Bだけではなく『ショーである』ことを理解してもらう必要があると思います。私たちは、パスを発行して商談を後押ししています。例えば中国でも、スーパーカーに乗っているだけではもはやあまり目立たなくなってきていて、『ショーカーのように本国の自分の車を同様に改造してほしい』といったニーズがあります。日本のカスタム技術とそのパフォーマンスも含めて文化として認めてくれているのは、欧米や中国よりも東南アジアの方が多いと思います。日本車の現地生産に慣れている上に、ファッションやコミックなどのカルチャーで日本をリスペクトしてくれていることもあるでしょう」

### —今後の東京オートサロンの方向性、東京モーターショーとの関係性について

**坂井** 「オートサロンについては、とにかく継続を重視します。無理

に時代に抗うのではなく、時代の変遷に合わせてきちんとトレンドをつかみ、次の世代につなげたいですね。また、車の売買をもっと今後活性化させていきたいです。オートサロンは元来、売買が原点なので、観るだけではなく買えるんだという認知を高めていきます。東京モーターショーとの連携については、モーターショー開催翌年のオートサロンでトレンドを引っ張る流れは定着しつつあります。今年は、モーターショー開催直前の10月にお台場で『2017 AUTO SALON LIVE TOKYO』というイベントの開催を検討しています。カスタムカーの走りに乗って、見て、体感できるようなモノを考えています」

### —最後に、車ファンを増やすには。

**坂井** 「自動車メーカーには、『こんな車あったらいいな』という車を出してほしいですね。日本車以外ではどんどん出てきている気がします。この部分を海外メーカーに持って行っていかれてしまって、日本が車のトレンドリーダーから脱落してしまうとしたら残念ですからね。従来は技術オリエントだった気はしますが、今の若年層には性能差よりも格好良さやフィーリング、斬新な機能等が重要じゃないでしょうか。また車のインターフェースも変えたらどうでしょうか。そうしたら、きっと車ファンは増えるんじゃないでしょうか？」

# JAMAGAZINE 東京オートサロン2017



## トヨタ自動車

トヨタ自動車はトヨタ・ガズー・レーシング (TGR) のブースに「ヴィッツ」「アクア」をベースにしたコンセプト車を出展した。FIA世界ラリー選手権 (WRC) に参戦する「ヤリス WRC」やレクサス「RC F」をベースにした最新のGT3カーを披露し、モータースポーツ活動で培った技術と市販車とのつながりをアピールした。



メーカー  
コメント

モータースポーツマーケティング部  
部長  
北澤 重久氏

「耐久レースやラリーといった厳しい世界で培った技術や技能を市販車に生かせるようになってきた。これまでは「G's」(ジーズ)、「GRMN」といった形で市販車に反映してきたが、もっと色々な車に広げていけるようになる。オートサロンを通じ、トヨタ車は走りもいいことを来場者に伝えたい。車には先端技術という魅力もある。東京モーターショーでは車がこれから先、こうやって楽しくなっていくという姿を見せていけると思う」



メーカー  
コメント

モータースポーツマーケティング部  
TGR企画室 マーケティング1グループ  
畠 和也氏

「もっといい車づくり」の背景にモータースポーツがあるということを感じてもらいたい。今回はレクサスRC FのGT3カーと18年ぶりに参戦するWRCを出展の目玉に据えた。WRCの世界を体感してもらうための運転シミュレーターも設けた。トヨタを応援してもらい、トヨタを好きになってもらいたい」

## 本田技研工業

本田は、四輪車、二輪車、モータースポーツ競技車両を多数出展。目玉車は、今夏に日本で約6年ぶりに販売を復活させる新型「シビック」シリーズの3モデル(ハッチバック、セダン、タイプR)のプロトタイプモデル。日本初公開だけに話題を集めた。また、昨年8月に発売した価格が2千万円を超える「NSX」のコクピット体験では、多くの来場者が詰めかけ、待ち時間は連日40~50分待ちの状態が続く人気ぶりだった。



メーカー  
コメント

日本本部  
営業企画部商品ブランド室  
青木 聡主幹

「東京オートサロンではカスタマイズやスポーツなどの分野に特化し、若者からファミリー層まで、クルマ好きの多くの層に発信できる絶好の場として捉えている。本田はもともとスポーツの分野で存在感を示してきたメーカー。今回のショーではブースのデザインを一新し、メインブースの中央には新型シビック3モデルを配置することで、日本での初お披露目とした。日本で久々に復活するシビックだが、スポーティなデザインで東京オートサロンでのお披露目がふさわしいと考えた。また、カスタマイズの分野でも、本田の純正アクセサリブランドである『モデュール』のコンセプトカーを配置。プロダクトカーメーカーの我々としては、幅広い層のお客様との貴重な接点づくりの場として、今後も魅力ある展示を目指していく」







## JAMAGAZINE 東京オートサロン 2017

自工会・モーターショー特別委員会委員長の中村史郎氏（日産自動車 専務執行役員、左から2人目）もオープニングセレモニーのテープカットに参加した。

### メーカー コメント

グローバルバージョン&アクセサリ事業本部  
バージョン&アクセサリ企画開発部  
安カ川 祥主担

「顧客は日産に対して、スポーツカーや運転して楽しい車への期待値が高い。東京オートサロンではこれまでアクセサリ装着車とオーテックバージョン、ニスモと同じ割合で展示していたが、今回は6~7割をニスモとすることで、日産のスポーツイメージをアピールした。ニスモ仕様は一部の販売店にも展示しているものの、敷居は高い。オートサロンでは気軽に触れることができる」

「オートサロンの出展内容は毎回ゼロから企画を考えている。今年度は東京モーターショーが開催されていないので、モーターショーの役割も担っている」



## 日産自動車

日産自動車は、オーテックジャパン、ニッサン・モータースポーツ・インターナショナル（ニスモ）と合同で出展した。今回はニスモのスポーツイメージを前面に打ち出したブースを展開。スポーツイメージを牽引する「GT-R」をはじめ、「ノートe-パワーニスモ」などを展示した。コンセプトカーでは「スカイライン」と「セレナ」をベースとした「プレミアム・スポーツ・コンセプト」を参考出品した。

### メーカー コメント

デザイン本部  
ブランドスタイル統括部  
田中 秀昭主幹

「マツダデザインでは情熱を込めて作ったクルマを“作品”と呼び、その作品を入れる器であるブースにもこだわっている。我々はクルマがもつ美しさ、マシンが持つ高揚感を大切にしている、今回は作品を美しく見せるメインブースとは別に、クルマ好きのお客様が心躍るような『ガレージゾーン』を初めて設けた」

### メーカー コメント

国内営業本部  
ブランド推進部  
島村 肇主幹

「来場者と会話して実感するのは「趣味としてクルマの話を出来る環境が減っているんだな」ということ。そうした中で、クルマの話をお客様としたいと思っている弊社としても絶好の機会と考えている。東京モーターショーと比較してお客様との距離も近く、開発者のトークショーも気軽に行うことができる。また、お客様との接点がより深まるように、説明スタッフも開発やカスタマイズなど各分野で詳しい人材を配備している」



## マツダ

マツダは、小型スポーツカー「ロードスター」に限定色の「クラシックレッド」を新たに設定し、2月28日までの期間限定販売を発表した。初代ロードスターを1989年に世界初公開した際のメインカラーを復刻したものの、「クルマを愛してやまないファンが一度は夢見るガレージ」をメインブースとは別に設けて、同車などを取りそろえた。また昨年12月に発売した「ロードスターRF」と今年2月に発売予定の新型「CX-5」、およびこれらのカスタマイズモデルなども展示した。



# JAMAGAZINE 東京オートサロン2017



## 富士重工業

富士重工業は、「BRZ」と「WRX S4」をベースとした最上級グレード「STIスポーツ」仕様のコンセプトモデルを参考出品。「レヴォーグ」と「インプレッサ G4」に走行性能を向上するカスタマイズ部品を装着した「STIパフォーマンス」も展示した。独ニユルブルクリンクの耐久レースや「スーパーGT」参戦車両を展示するとともに、2017年度のモータースポーツ参戦体制も発表した。



メーカー  
コメント

スバルテクニカインターナショナル  
平川 良夫社長

「水平対向エンジンと、強靱でしなやかなボディーやシャーシが醸し出す「安心と愉しさ」は、モータースポーツでも変わらない。お客さまと約束した安心と愉しさを実証すべくモータースポーツに取り組んでいく」

メーカー  
コメント

スバル国内営業本部  
マーケティング推進部  
中村 亜人担当部長兼宣伝課長

「スバルが大切にしている機能は「安全と走り」。安全は「アイサイト」を中心に裾野を広げてきた。さらにブランドに厚みを持たせるためにオートサロンでは走りのイメージを訴求している。以前はカスタマイズカーが中心であったが、前回からはSTI、モータースポーツを前面に打ち出し手ごたえを感じている。モーターショーはブランドのヴィジョンを示す場。一方、オートサロンはモータースポーツを軸に「安心と愉しさ」を訴求する場と使い分けている」



## スズキ

スズキは、モトGPのイメージを取り入れた「スイフト レーサーRS」や、二輪のオフロードレースの世界観を表現した「イグニス モトクロススタイル」でスポーツイメージを訴求した。「スペースカスタムZ プレミアム」では、メタリックブレークを用いた専用ボディーカラーやクロコダイル柄のホワイトレザーで迫力や高級感を演出したカスタマイズを提案した。



メーカー  
コメント

国内営業本部 国内営業企画部  
宣伝・販促課  
西山 和範係長

「コンセプトカーはベース車の特徴を強調したカスタマイズで、購入後の楽しみ方のイメージを広げてもらうことを狙いとした。2015年にモトGPに復活したこともあり、前回から二輪と四輪のコラボレーションを実施している。二輪と四輪にはそれぞれのファンがいる。スズキは両方展開するブランドということを訴求してファンを広げたい」

メーカー  
コメント

四輪商品・原価企画本部  
四輪デザイン部 エクステリア課  
宮澤 貴司課長代理

「東京モーターショーのコンセプトカーは未来を示唆するデザインを取り入れている。一方、東京オートサロンは量産車がベースであり、ユーザー自身の延長線上として近い将来を見ている。来場者層に大きな差は感じない。オートサロンも女性やファミリーも来場するなど、10年前に比べて幅が広がっている」





**JAMAGAZINE**  
東京オートサロン  
2017

**メーカーコメント**  
国内営業部 販促企画室 販促推進グループ長  
**加野 晴也氏**

「出展を通じて日野の知名度を上げたい。トラックに興味を持ってもらい、ドライバー不足やメカニック不足の解消にもつなげられればいいと考えている。トラックは社会に貢献しているが、残念ながらあまり良いイメージがない。トラックのイメージアップが出来たらと思っている。デュトロのカーゴはボディカラーで軽快さを表現し、女性ドライバーにも親しんでもらえるような内装にした。ダンプは力強さとやさしさの両立をボディカラーで表現した。ブースは物を運ぶという物流のイメージをLEDの光の移動で表現し、トラックが生活に密着していることを伝えた。オートサロンはトラックを身近に感じてもらうことに重点を置いている。東京モーターショーでは広く社会に日野を知ってもらい、これからの日野を見てもらうことで企業イメージをアピールする」



**日野自動車**

日野自動車はたくましさ信頼、働く意欲と都市の活気をボディカラーで表現した「プロフィア」、軽快さや力強さを表現した「デュトロ」のダンプ・カーゴのカスタマイズ車をそれぞれ出展した。ブースは「クール・トランスポートーション」（運ぶをクールに）をコンセプトに、物流のイメージをLEDの光の移動で表現した。

**メーカーコメント**  
デザイン部 第1デザイン室ECDスタジオ  
**芝垣 登志男課長**

「ダイハツにおける東京オートサロンの位置づけは営業部門が主体の販促イベント。開発部門としては、お客様ニーズを現場からの声を通じて（将来の）主要装備やパーツの可能性を探っていききたい」「ダイハツが昔から持つクルマの個性を4つの世界観に分類したのは、ダイハツらしさを見つめ直す動きの中で、もう一度そのダイハツらしさを東京オートサロンで奮い立たせてみようと思いたったもの」

「お客様に近い立場でいたいとするダイハツの社風から、カスタマイズについても高額なものではなく、小額で可能な『手に届くアイドル』のようなものを提案したい。今回あえて例年以上の台数をコンセプトカーとして出展したのは、お客様の声しだいでは規格仕様にしたいの想いも強いこともある。お客様とキャッチボールしながら楽しみながら育てていければと思う」



**ダイハツ工業**

ダイハツ工業は、これまで世に出してきたダイハツらしい個性的な車両の特長を4つの世界観に分類し、軽乗用車「ムーヴキャンバス」や小型乗用車「トール」など計11台のコンセプトカーで出展。スポーツラインアップの世界観を模した「スポルザ」カテゴリーでは、往年のホットハッチ「シャレード・デトマツ」や「TR-XX」の要素を現代仕様として復活させた。

Volkswagen

V-Class

Mercedes-AMG GT 3

JAMAGAZINE

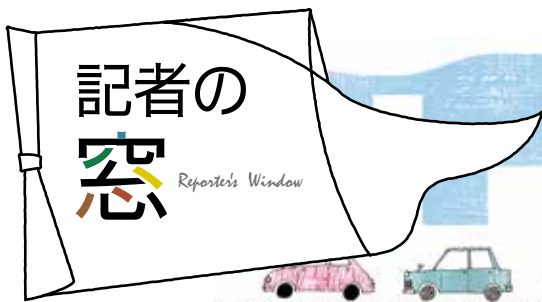
東京オートサロン2017

輸入車インポーター



カスタム車メーカー





時事通信社

ささき ひろし  
佐々木 宏

## 台湾を知っていますか .....

⊕ 台湾と言えば何を思い浮かべますか。初の女性総統になった蔡英文氏が就任前のトランプ米大統領と行った電話会談や、郭台銘氏率いる鴻海（ホンハイ）精密工業のシャープ買収、東日本大震災の被災地に200億円もの義援金を寄せてくれたことも記憶に新しい。

⊕ 2008年から5年間、特派員として台湾で勤務した。赴任した8月中旬、現地はちょうど日本のお盆のような「中元節」の時期で、支局のあるオフィス街では、果物や菓子などの供え物を満載した机が並び、線香が煙を立てている。ただでさえうだるような炎天下。体感気温は優に40℃を超えていたはずだ。「こんな時期に何で火を燃やすんだろう」。不思議に思いながら歩くのが精一杯だった。濃厚な線香の臭いを伴った強烈な暑さが私の台湾の原風景となった。

⊕ 大学で中国語を専攻していたこともあり、台湾については多少知っていたつもりだった。旅行で訪れたこともある。しかし赴任して初めて、台湾のことを全くと言ってよいほど知らなかったことに気付いた。それまでの私は、台湾に対してほとんど無視に近い態度だったと、深く反省させられることになった。

⊕ 良く知られていることだが、台湾人には親日家が多い。しかも、ただの親日ではなく、日本を深く知っている。歴史、文化、地理、アニメやドラマといったサブカルチャー。日本が植民地統治していた素地はあるが、私よりも日本のことに詳しいとさえ思える

台湾人と少なからず出会うにつけ、その知日ぶりに驚き、自分の台湾に対する無知を恥じた。

⊕ 日本政府観光局によると、16年の訪日外国人2403万9000人のうち、台湾人は416万7400人。台湾の人口は約2300万人だから、ざっと6人に1人が日本を訪れた計算になる。逆に、台湾を訪れた日本人は前年比16.5%増えたとは言え、約190万人にすぎない。日台の非対称性は往来の数字からも明らかだ。

⊕ 親日・知日だけではない。80年代後半から一気に進んだ民主化により、昨年の選挙では3度目の政権交代を果たし、初の女性総統も誕生した。立法院（国会）では同性婚の合法化に向けた審議も進められるなど、スピード感ある社会の変化も台湾の魅力だ。一方で、台湾総統が次期米大統領と電話で話したことが「異例」と報道されたことから分かるように、台湾は長い間、国際社会から阻害されてきた。

⊕ 台湾は人口も少なく、市場としての魅力には欠けるかもしれないが、現地生産を含む日本車の国別シェアはダントツで首位だし、日系の飲食店も増加の一途だ。日本がかつて50年間植民地として治めた台湾は、歴史的にも地理的にも最も大事な隣国の一つであるのは言うまでもない。地域の大国である日本をこれほどまで慕ってくれる隣人もそうはいまい。台湾は奥深い。台湾を知ることで、新たな日本を発見する機会にもなるはずだ。



平成29年度

「道路ふれあい月間」  
推進標語を募集します!!

国土交通省では、毎年8月を「道路ふれあい月間」として、道路の正しい利用や道路愛護活動の推進に努めています。この一環として、平成29年度「道路ふれあい月間」推進標語を広く一般から募集します。

道路は、国民の日常生活や経済活動に欠くことのできない重要な公共施設ですが、あまりにも身近な存在であるため、その重要性が見過ごされがちです。

そこで、この推進標語の募集を通じて、道路の役割や重要性を改めて認識していただくことを目的としています。詳しい募集要領は以下のとおりです。

多くの方々からのたくさんのご応募をお待ちしております。

募集要領	
テーマ	道路は、生活の向上と経済の発展に欠くことのできない国民共有の、つまりあなたの財産です。みんなが道路と親しみ、ふれあい、常に広く、美しく、安全に、共に楽しく利用し、次世代に受け継いでいきましょう。
応募資格	小学生以上の方から応募できます。
応募方法 (一人何作品でも応募可能)	<b>はがきによる応募の場合</b> はがきに、標語と必要事項〔氏名、フリガナ、住所、電話番号、性別、年齢、応募部門の別〕及びアンケート(何を見て応募したのか(回答は任意です))を記載のうえ、郵送してください。 <b>送付先: 〒100-8918 東京都千代田区霞が関2-1-3 国土交通省道路局道路交通管理課 標語担当あて</b>
	<b>電子メールによる応募の場合</b> 1. メール本文に、標語と必要事項〔氏名とフリガナ、住所、電話番号、性別、年齢、応募部門の別〕及びアンケート(何を見て応募したのか(回答は任意です))を記載のうえ、 <a href="mailto:fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp">fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp</a> に送信してください。※上記アドレスからの受信ができるように設定してください。 2. 電子メールに応募様式を添付して応募することもできます。国土交通省ホームページの応募様式に記入の上、電子メールに添付して、 <a href="mailto:fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp">fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp</a> に送信してください。 ※Microsoft Office Excel97以降のソフトが使用できる環境にあること。※その他のファイル(Word、一太郎など)でも受け付けます。
	<b>小学校・中学校単位での応募の場合(学年・クラス単位含む)</b> 1. 小学生・中学生については、学校単位での応募が可能です。学校単位で作品をとりまとめるうえ、封書にて郵送してください。 2. 電子メールに応募様式を添付して応募することもできます。国土交通省ホームページの応募様式に記入の上、電子メールに添付して、 <a href="mailto:fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp">fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp</a> に送信してください。 ※上記アドレスからの受信ができるように設定してください。※Microsoft Office Excel97以降のソフトが使用できる環境にあること。※その他のファイル(Word、一太郎など)でも受け付けます。
応募期間	平成29年3月31日(金)まで(当日必着)
発表方法	入賞作品は決定次第、ご本人に直接通知するとともに、国土交通省ホームページ等で発表します。
使用方法	入賞作品は、「道路ふれあい月間」の推進に幅広く活用させていただきます。
応募部門	小学生の部、中学生の部、一般の部(高校生以上)
賞	〔小学生の部〕最優秀賞1作品、優秀賞2作品      〔中学生の部〕最優秀賞1作品、優秀賞2作品 〔一般の部(高校生以上)〕最優秀賞1作品、優秀賞2作品
表彰	賞状及び楯を贈呈します。
その他	●応募作品の返却は致しません。 ●入賞作品の著作権は主催者に帰属します。 ●本募集で取得した個人情報は、入賞の作品の連絡・発表、表彰式のご案内にのみ使用し、それ以外の目的に使用することはありません。
ホームページ	<a href="http://www.mlit.go.jp/report/press/road01_hh_000793.html">http://www.mlit.go.jp/report/press/road01_hh_000793.html</a>
問い合わせ先	国土交通省道路局道路交通管理課 総務係 (代表) 03-5253-8111 (内線) 37423 (mail) <a href="mailto:fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp">fureaigekkan-h2x5@mlit.go.jp</a>

- 平成28年度推進標語
- 最優秀賞 (小学生の部) 「友だちと げんきいっぱい 歩こうよ」
  - 最優秀賞 (中学生の部) 「道きれい そんな所は 人きれい」
  - 最優秀賞 (一般の部) 「ありがとう 生きる力を くれる道」

## JAMAGAZINE2月号 #51

発行日 平成29年2月24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

〒105-0012 東京都港区芝大門1丁目1番30号 日本自動車会館

広報室・電話番号 03(5405)6119

©禁無断転載：一般社団法人 日本自動車工業会

平成29年4月から販売開始

# ラグビーワールドカップ 特別仕様ナンバープレート



ロゴ付きナンバー

図柄入りナンバー(寄付金付き)



## ラグビーワールドカップ 2019™ 日本開催

事前申込期間

平成29年2月13日(月)から

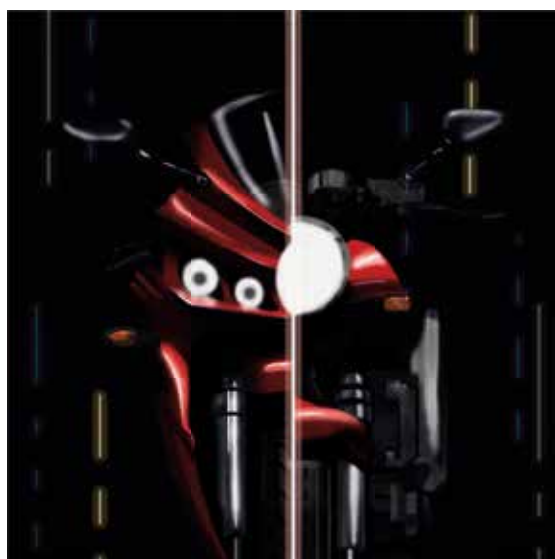
販売期間

平成29年4月3日(月)から

全国販売 期間限定

- 1▶ご自分でWEB申込み  
<http://www.graphic-number.jp>
  - 2▶お近くのディーラー・整備工場に相談
- 新車でも、使用している車でも、取付け可能**  
使用している車のナンバーは、今の番号が変わらずに交換可能。
- 寄付金は大会の支援に**  
図柄入りの寄付金は、開催会場への輸送力増強等の事業に充てられます。





# 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

