

info DRIVE ジャママガジン

Jamagazine

Japan Automobile Manufacturers Association

JAMA vol.51
2017
[May]

5月号

巻頭インタビュー

日置

和夫

「モータースポーツのすそ野を広げる」

NPO法人 日本モータースポーツ推進機構 理事長

特集

バス車両と運行システム展

写真特集

モータースポーツジャパン2017



世界を、ここから動かそう。

BEYOND THE MOTOR

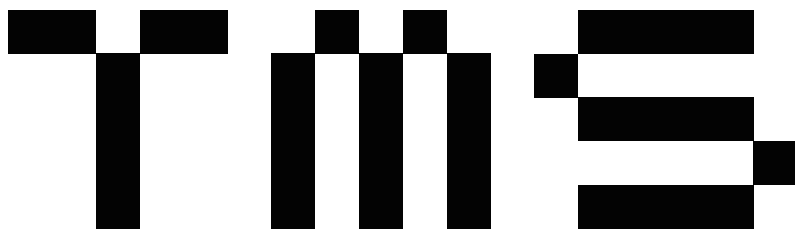
TMS

TOKYO MOTOR SHOW 2017

世界を、ここから動かそう。

クルマの進化は、これからどこへ向かうのだろう。その答えは、きっとひとつではない。もしかしたらそう遠くない未来、クルマという概念は今とはまるで違うものになるのかもしれない。けれど、思い出そう。クルマの本質とは何かを。それは人を動かすものだ。ココロを動かすものだ。私たちの可能性をひろげ、自由にするものだ。クルマが変われば、人やモノだけでなくもっと多くのものを動かせる。社会を前進させ、境界を超えて世界をもっと自由にできる。だからこそ東京モーターショーは、クルマという枠を超えて生まれ変わろうと思う。世界最先端のナレッジがぶつかりあい、新たなイノベーションやビジネスを生み出すイベントへと進化する。時代とともに成長しながらモビリティ産業の次のミッションを指し示す。さあ、回転数を上げよう。あらゆる境界を超えて、クルマの未来を拡張していく冒険のはじまりだ。

BEYOND THE MOTOR



TOKYO MOTOR SHOW 2017



第45回東京モーターショー2017

会期：2017/10/27(金)-11/5(日) 会場：東京ビッグサイト www.tokyo-motorshow.com JAMA



JAMAGAZINE 2017年 5月号

発行日 平成29年5月29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



02

巻頭インタビュー

NPO法人 日本モータースポーツ推進機構 理事長 日置 和夫氏

「モータースポーツの
すそ野を広げる」

08

写真特集

モーター
スポーツジャパン
2017

14

東京モーターショー概要リリース

16

特集

バス車両と運行システム展

22

日本自動車工業会 平成29年度事業計画

23

自工会役員名簿

23

経済産業省からのお知らせ
～工業統計調査～

24

記者の窓

「旅と車」 日刊工業新聞社 下氏 香菜子

1 NPO法人 日本モータースポーツ推進機構 理事長 日置 和夫氏
 2 モータースポーツジャパン2017フェスティバル インお台場
 3 4 バス車両と運行システム展
 5 6 モータースポーツジャパン2017フェスティバル インお台場



NPO法人 日本モータースポーツ推進機構
理事長

日置 和夫氏に聞く

モータースポーツのすそ野を広げる

2006年から東京・お台場でモータースポーツジャパンを開催する。コアなファンだけでなく家族連れでも楽しめるイベントとして定着し、今年は来場者も増加した。モータースポーツはクルマ好きを増やすうえで重要な要素であり、日本のモータリゼーションの発展にも大きく関係する。そのためにも草の根のファンを開拓することが重要であり、さまざまな機会をとらえて一般ユーザーはもちろん子どもたちがモータースポーツに触れる機会を提供していくことが役割と語る。

「日本におけるモータースポーツの動きをどう見えていますか」

盛

り上がった時期とそうではない時期の波があります。モータースポーツジャパンを例に取りますと、始めたのは2006年なのですが、当時はまだトヨタさんもF1をやられていましたので、動員数が13万人を超えており、非常に盛んでした。その前は1990年代に二つの大きなピークがあつて、いったんちよつと落ち込んでまた盛り返してという状況です。最近ではスーパーGTがトヨタ、ホンダ、日産の三つともえの戦いで、動員数も少しずつではありますが増えるとともに、ある程度安定してきています。

「クルマ好きを増やす観点からもモータースポーツの底辺を拡大していくことが重要になってきています」

日

本のモータースポーツの主催者側も、最近では単に自動車レースだけではなく付随するプログラムを組み込んだりして、いろいろな方に来ていただけるような施策を織り込んでいます。特に子どもさんが来ら



れると当然家族も来られるわけですから、家族で来て楽しめるプログラムも少しずつ増えています。そこを一生懸命やるようになって、わずかでありませうけれども関心をもつ人が増えてきているのは確かです。

底辺の拡大については、自動車メーカーさんの強力なサポートがないとなかなか難しい面もありますが、ワンメイクレースなどに力を入れてくれてます。モータースポーツはヒラミッドの構造になっており、上はF1などのスポーツカー選手権があり、日本ではスーパーフォーミュラやGTがトップ。その下のベースのところがしっかりと、(ヒラミッドの)三角形が大きくなりません。これは欧米の各メーカーも昔から熱心です。

日本では2000年代前半にそういう草の根活動のところがちよつと弱くなってきたこともありですが、ここ3~4年は力を入れてきています。日本の自動車レース界はアジアのリーダーシップを取っていかないといけない立場にありますので、そこを頑張っていたきたいし、実際にJAFさんを含めてご理

解いただいているいろいろな企画が打たれてきています。

—その中で課題があるとすれば何でしょうか

残 念なことに日本はテレビ放映が非常に少ないのです。地上波で昔ほど放映がありません。欧米は有料チャンネルを含め、モータースポーツの映像が日常的に見られる環境にあるのですが、日本だけがそうでないのが残念です。そこが伴ってくればもつと人気になると思います。

—そうした状況下で日本モータースポーツ推進機構が果たす役割は

最 初は任意団体で始めたのですが、各メーカーさんからお預かりした大きな額のお金を回していかないとけませんので、2年後にNPO法人を立ち上げて現在に至っています。基本的にモータースポーツの発展に貢献することが設立の目的ですが、小さな組織なので、あれもこれもというわけにはいきません。年1回のモータース

ポーツジャパンが最大のイベントです。

モータースポーツの文化という観点からの活動も行っており、3年前からわれわれが事務局的な役割を担う形で往年のレーサーたちが集う「ゴルドスタードライバークラブ」を立ち上げました。またモータースポーツ顕彰碑をつくり、3月11日に富士スピードウェイの西ゲートの所で除幕式を行いました。16メートルくらいのコメントで、これまでモータースポーツを支えてくれた方々を顕彰するものです。





聞く 日置 和夫氏に NPO法人 日本モータースポーツ推進機構 理事長

かつては若者の多くがモータースポーツに興味や憧れを抱いていました

わ れわれの時代、モータースポーツ

は憧れでした。スマホなど他に遊ぶものがない時代ですから、選択肢としてモータースポーツは優先順位が高いところにあつたわけです。今の若い人たちはいろいろな遊びがあり、加えて自動車が普及したことで生活の道具としてしか見ない人も増えていきます。そういう時代ですから、自動車を使った競技というのはピンとこないのかもしれない。

だからこそモータースポーツジャパンのような身近なイベントに意味があるのです。お手本はイギリスのグッドウッドフェスティバルです。そこに親子3代、おじいさんが自分の息子とその孫と一緒に参加する。そういう家族連れが大勢来ているのはいいなと思います。私もイギリスに5年ほどおり、なんとか日本でも実現したいと思いジャーナリストの有志などが立

ち上げました。とにかく都会のと真ん中でやることに意義があります。それは自動車、特にモータースポーツにあまり関心のない方にかに知っていたかどうかを考えてのことです。

—2006年から開催していますが、この間の変化は感じますか

モータースポーツジャパンというより、もっと長い歴史で見ると、世の中全体にモータースポーツへの関心が昔ほどではないと思います。われわれの時代は車がなかなか買えない時代ですから憧れるわけです。今は産まれた時にもう車があり、家電商品と同じように道具という感覚に近くなっている面もあります。

若者を含めて、今はそういう高級車やスポーツカーにあこがれるという機会やきっかけがだんだん少なくなってきたと思います。それをいかに広げることが大切です。モータースポーツジャパンも、最初は当然モータースポーツだけが中心で立ち上げたわけですが、実行委員会というシステムを取っており各メー

カーさんと話し合いながらいろいろな試みを行っています。今はA会場、B会場、C会場と3つに増えてきて、その中のB会場では同乗試乗会を開催しています。これは各メーカーさんから今一番魅力的な車を出していただいて、多くの人に乗ってもらっています。とにかく触れていただき、車がどれほど楽しいかを感じてもらえればと考えています。

—若者がクルマに関心を示さなくなると、自動車業界で働くとする人も減ります。そういう意味では、若者を惹きつけるモータースポーツへの期待は大きいものがあります

この12年間のモータースポーツジャパンを見ていても、子どもたちは目を輝かせてお父さんの手を引っ張っている。いろいろ楽しんでいきます。それが小学校高学年、中学、高校に入っていくとだんだん興味がなくなっていくようです。モータースポーツも大切なキーワードですが、他にも自動車の同乗試乗や、車にはこんなに素晴らしい歴史があることを知って貰うた



めに会場にクラシックカーを並べたりしています。またラリー車を模した、家用車にデカールをいっぱい張ったものをそろえたりするなど、多面的に自動車は楽しいものだということを知っていただき、少しでも興味を持ってもらえればと取り組んでいます。

—実際にモータースポーツジャパンを見ると、若者や家族連れも楽しんでいるように見えます

ラリーは山の中が多く、レース場も都心から遠い。そこに行くには時間がかかるし、入場料も含めてお金も必要になります。ですからよほど好きな人以外はなかなか行かなくなってしまう。モータースポーツは敷居が高くなってしまうのですが、それをいかに下げか。気軽に楽しめるものもあり、そこにクルマの面白さがあることを知ってもらいたい。それをモータースポーツジャパンの会場から発信し続けていきたいと思っています。

—そういう意味では先ほど言った草の根というか、モーター

スポーツのファンをもっと増やしたいところですね
草の根のさらに下

のとこで、もっと好きになってももらえればと思います。われわれの、自動車があこがれだった時代は大学の自動車部がそれこそ1学年で何十人も部員がいました。活動も多岐にわたっていました。今の自動車部は昔の体育会系と異なりジムカーナ（自動車を用いて舗装路面で行われるスラローム競技の一種）などが中心で、いわゆる同好会的な要素になってきてしまっています。これもクルマ好きが減っているからでしょう。

自動車技術会主催の学生フォーミュラは学生が企画から設計製作、資金調達の営業もやり、最終的に各課題での評価が大学対抗になっており非常に活性化してきています。ただその輪がどのぐらい広がるかという点、意外と部員としての学生の確保で悩んでいるような大学もあるようです。



—今回のモータースポーツジャパンでは自動車大学校も出展していました

× —カー系の自動車大学校のほか東京工科自動車大学校も出展されています。大変な時代になってきていますので、知ってもらうためのイベントとして積極的にブースを構えていただいています。その中で学生さんが生懸命考えて、今回もペーパークラフトをやったり、小さなテンパータイヤを子どもが



NPO法人 日本モータースポーツ推進機構
理事長 日置 和夫氏に

聞く

タイヤ交換できるようなものをつくったりするなど、いろいろな工夫されています。

自動車大学のほか、サーキットも参加が増えています。自動車メーカーさんだけではなく学校あり、サーキットありということですね。モータースポーツジャンルの場をいろいろな形の発信基地として活用してもらえばと思いますし、なんといっても東京のこの都心の中でやるのですから一番効果があります。資金面で難しいのですが、本当は地方でも同様なイベントをやりたいという希望はあります。

— 今回のモータースポーツジャンルのパンを振り返って改めて感想をお聞かせください

お かげさまで12万人以上の来場者があり、これは過去3番目に高い水準です。一時は9万人台に落ちたり、去年は天候の関係で2日目が中止せざるを得なかったりしましたが、今年はおかげさまで盛り返すことができました。また出展者に会場を使い方をだんだん理解いただけるようになり、それぞれのブースでいろいろな仕掛けをし

て、クルマのファンだけではなく子どもさんが遊べるものが増えてきました。それが活性化につながっていると思います。

— 家族で楽しめるようになってきた

お 台場地区にシヨッピングで来られた方もふらりと寄れる。入場無料で、とにかくモータースポーツに関心のない人にも気軽に来てもらえることを意識しています。本当は有料にした方が運営は楽なのですが、そこは協賛されている皆さんにも理解してもらっています。

— 底辺を拡大することは重要だと思えますが、一方でモータースポーツは敷居が高いというか、特別なものという意識も一般

ユーザの中にあるように思えます

欧 米やヨーロッパは特に、草の根でそもそもモーター

スポーツに関心のある人が多いのです。二ワトリと卵なのでしょうけれども、モータースポーツをやるのがマーケティングに繋がりがやすい側面はあると思います。一方で日本は、別世界のようになつており、だからこそ、もつと気軽に参加できるようにしないとダメです。レースをやるヘルメットやスーツなどの装備品はお金がかかります。そこでヘルメットも何も要らないイベント(オートテスト)などでとにかく触れていただくことが大切です。ただ、場所がなかなか確保できないのが課題になっています。

— 二輪についてはいかがでしょうか

わ れわれの世代がプランクを経て二輪に乗る、いわゆるリターンライダーが増えています。レースの方も草の根レースで比較的高年齢の方が興味をもってくれています。それから車についてはやはりリク

リックカーなどの古い車のイベントが各自自治体とタイアップしながら増えてきています。こうした機会を積み上げていくことが大切です。

— ドライバースクールも増えてきました

お カートがあつてフォーミュラーに上がっていくのがあるのですが、カート自体にお金がかかるわけですから、大変です。昔のように自分で中古車を買ってきてちよこちよこやって、結果が出れば拾ってもらえるという世界ではだんだんなくなつてきているのは確かです。



「モータースポーツの魅力を若者に伝える、あるいはクルマのファンづくりについてはいかがでしょうか」

白 自動車業界もモータースポーツのコンテンツの使い方、発信の仕方面で知恵を絞っていく必要があります。自動車レースでいえば、例えばEVなど先進技術の要素を少しずつ取り入れていかなければいけないと思います。FIAのフォーミラEの世界選手権をEV先進国でやらないのは日本だけです。実現すれば媒体も取り上げるでしょうし、都会の真ん中でやれば誰でも見ることができそうです。いわゆる街頭レースです。そ

ういうことができるようになれば、シチュエーションも変わってくるのではないかと思います。70年代、ぐらいまではモーター

スポーツは、いわゆる走る実験室的要素がまだあったわけですから。そこでブラッシュアップして製品につなげると。今もないことはないのですが、いわゆるマーケティングのほうの要素が強いんです。そこで開発したエネルギー回生技術などを部分的には使いますけれども、車としては昔のような走る実験室ではないのは確かです。とはいえモータースポーツを使って人材育成もあるし、社員のモチベーションの材料にもなるわけです。ですから当然お客さまに対する影響力も出てくると、良い方向に作用すると思います。そこに販売会社を巻き込んでいくと全体が活性化してきます。

モータースポーツは1年でシーズン中に自分で設計したものの結果がすぐ出る、ですから技術屋にとつてはすごく訓練になるのです。そういう意味ではモータースポーツはとにかく継続しないとダメです。そのノウハウだけではなくてブランド

イメージの定着であるならば、継続しなければもったいない。

モータースポーツのすそ野を広げるためには、ユーザーにとつても敷居が高いものではなく、もう少し身近に楽しめてもつと触れる機会があることが大切です。その啓蒙をするためにモータースポーツジャパンを始めて、少しずつお役に立っているかなと思います。

「今年には東京モーターショーが開催されます。期待することはありますか？」

東 京モーターショー自体もだんだん変わってきていますよね。燃費、安全、EVなどの先進技術も重要ですが、いろいろな意味でもっとモータースポーツを発信する機会になるといいと思います。子どもたちに夢を伝えることも大切ではないでしょうか。お客様が普段お乗りになっているのはSUVやワンボックスが多いと思いますが、モータースポーツに関してちよつと腕試ししたい人もいるでしょうし、レンタルでやるような考え方があってもいいと思います。

profile

NPO法人 日本モータースポーツ推進機構 理事長



ひ おき かず お
日置 和夫

1969年日産自動車入社、エンジン設計に関わった折、日本グランプリ向けV12エンジンの開発にも参加。90年ニッサン モータースポーツ国際ショナル出向・技術部担当部長、92

年同社取締役。95年ニッサン モータースポーツ ヨーロッパ出向・社長、2000年COOオフィス グローバルモータースポーツ プログラムディレクター。07年よりNPO法人 日本モータースポーツ推進機構・理事長に就任し、メーカーの枠を超えて日本のモータースポーツ文化の発展と継承に従事している。

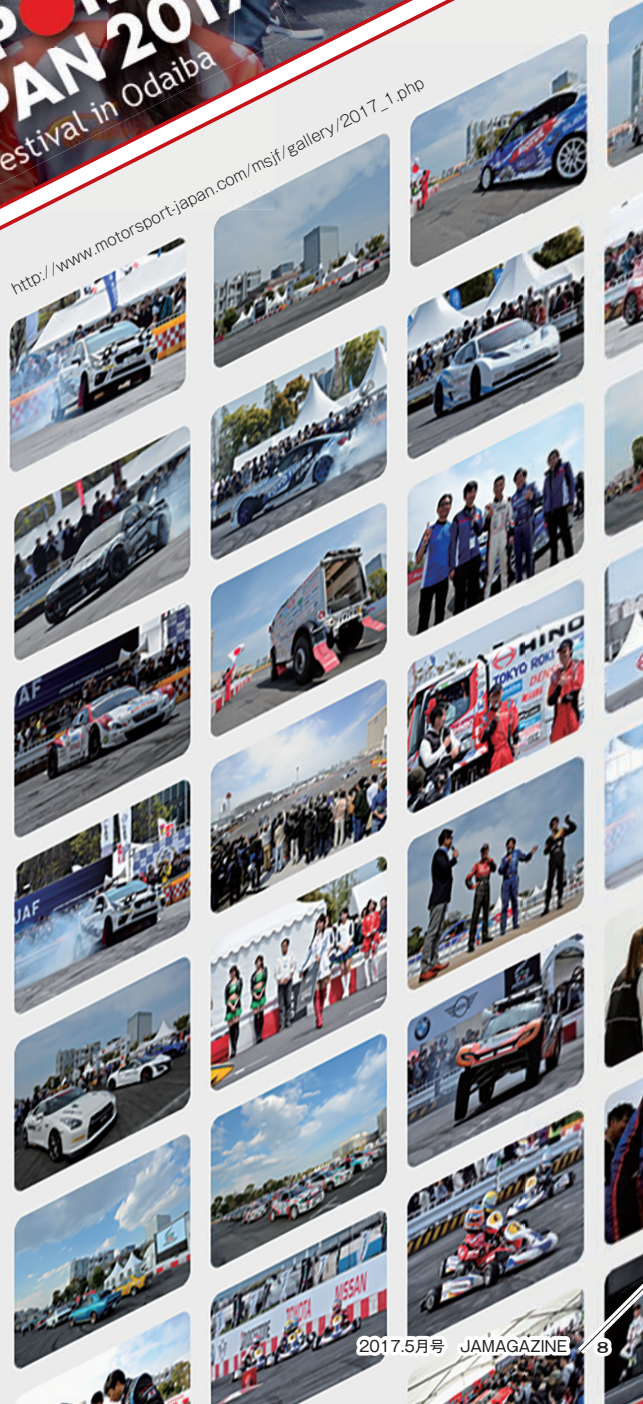


日本モータースポーツ推進機構が主催する「モータースポーツジャパン2017フェスティバル イン お台場」が、4月15～16日に東京・お台場で開催された。来場者が12万人を超え、歴代では3番目の動員になった。昨年は強風により日曜日の開催が中止だったが、今年は天候にも恵まれ、穏やかな日差しの下での開催となった。レース好きだけでなく、ショッピングを楽しんでいた若者や家族連れ姿も多く見ることができた。

国内メーカーからはトヨタ、日産、ホンダ、SUBARU、マツダ、三菱、スズキ、日野などが出展。モータースポーツへの取り組みなどを紹介した。また、輸入車メーカーや自動車大学校、用品関連メーカーからも提案に注力したほか、様々な企画も行われた。



http://www.motorsport-japan.com/msjf/gallery/2017_1.php



トヨタ自動車



→スポンサー
コメント

ガズレーシングカンパニー
GR統括部 GRマーケティング室

このブースの目玉はFIA世界ラリー選手権(WRC)やFIA世界耐久選手権(WEC)で活躍している競技車両や、テストカーを展示したことです。WRCに18年ぶりに参戦して好成績をおさめていることもあり、注目を集めました。市販のスポーツ車も展示し、さまざまな種類のスポーツモデルを一度に見られることが、ブースの特徴となりました。ブースに来た方は、元から自動車が好きなら、このようなイベントに初めて

トヨタ自動車は、FIAラリー選手権(WRC)の参戦に向けて開発した「ヤリス(ヴィッツ)」ベースのテストカーや、全日本ラリー仕様の「ヴィッツ」を始めとするレースカー8台を展示した。また、「86(ハチロク)」やコンプリートカー「G's(ジーズ)」シリーズの「プリウスα」といった市販モデルも出品し、トヨタのモータースポーツへの取り組みをアピールした。レクサスブランドでは発売したばかりの「LC」をベースに開発したスーパーGT向けのテストカーや、「RC-F」の競技車両を出展し、注目を集めていた。普段は遠目にしか見ることができないレースカーを間近で体感できるとあって、ブースでは車両を様々な角度から撮影したり、一緒に記念撮影したりする参加者の姿が目立った。また、レースカーとともに設置したドライビングシミュレーターの前には多くの参加者が列をつくり、運転体験を楽しんでいた。

小林曾温 プロフェッショナルパートナー

来た方に分けられると思います。ですが、どちらの方からも、とても良い反応をもらうことが出来たのは、非常にありがたいことです。特に、初めて来た方には、今日のイベントをきっかけに、ぜひサーキットや他の自動車イベントにも来場して頂ければと考えています。直接、モータースポーツとは結びつきませんが、今年行われる東京モーターショーにも足を運んで頂けると嬉しいですよ。

日産自動車



→スポンサー
コメント

日本マーケティング本部
ブランド&メディア戦略部

笹森 洋子氏

日産自動車は、「GT-R」や「ノートeパワー」のニスモバージョンなどを出展した。「GT-R」との記念撮影を企画するなど、来場者と自動車に触れ合う機会を多くつくった。また、整備などを通じて少しでも車を身近に感じてもらうために、ドライバーが来場者の目の前でタイヤ交換を行うイベントも実施した。特に人気が高かったのは、ドライバーとの交流イベントだ。一般の来場者にとって、ドライバーの生の声を聞く貴重な時間となったため、ファンにとっては至福の体験となった。「スカイライン」の過去の名車と現行モデルを並べて展示し、その魅力を余すところなく伝えていた。車両とともに展示したスカイラインの年表も、これまでの歴史を知らない人にとっては興味深いものだったようだ。また、リーフを実際に充電している姿も実際に見たことのない人にとっては面白い光景だった様子。多くの人が見入っていた。

今年には当社の「スカイライン」の生誕60周年が大きな話題になっています。ブースではそれを記念して、旧型と最新モデルを比較展示しました。スカイラインの歴史も見られるように、初代から現在のスカイラインまでを、写真をつけた年表で紹介しました。また、電気自動車「リーフ」や「ノートeパワー」などエコカーのスポーツバージョンも含め、幅広いスポーツ車を展示しました。来場者は、もともと熱心なファン

と、面白い物のついでに立ち寄ってくださった方がいたと思います。ファンの皆さんにはSUPER GTのドライバーのサイン会が好評でした。彼らのサインを欲しい人がとても多く、すぐに定員に達してしまいました。ドライバーによるトークショーも、たくさんの方が詰めかけました。展示スペースを見てクルマに興味を示してくださる方もたくさんいて、多くの方から好意的な反応をいただくことが出来ました。



本田技研工業



今回のイベントで注目してほしかったところは、バイクや車に自由に触ったり乗ったりできる体験型の展示です。去年よりも多く導入しました。なかでもバイクにまたがり、コーナリングの姿勢で記念撮影ができるコーナーは、あまりできない体験のひとつなので、多くの方に楽しんでもらえたと感じています。

また、実際に活躍したF1マシンに乗ることができたこともポイントだったと思います。普段は決して触ることので

ホンダは、ブース全体を通して体験型の展示に力を注いだ。例えば四輪車のコクピット体験ではレース車両に乗るまでの緊張感のある雰囲気を演出してモータースポーツへの興味を喚起した。また、二輪車のスポーツモデルにまたがる体験ができるスペースを設け、子供にも間口を広げた。車そのものの楽しさとともに、家族で楽しめるような工夫も数多く盛り込んでいた。実際に親子で乗車体験をした人たちは笑顔で楽しんでいたことが印象的だった。ブース内で特に人気があったのは、マクラーレンホンダ「MP4-31」のコクピット体験だ。F1世界選手権にも出場した車種で、多くの来場者が長蛇の列をなしていた。また、超高級スポーツカーの「NSX」も展示、ファンの注目を集めた。バイクも多数展示し、ブース前では20分ほどのバイクショーも実施した。ライダーが大技を決めるたびに集まった多くの観客が惜しみない拍手を送っていた。

きないF1マシンのタイヤに触れることができるのも、こうした展示ならではの。コクピットへの搭乗体験もできるので、多くの方がF1により親しみを感じてくれると考えています。

実際今回の取り組みで、ブースに足を運んでくれる方は増え、滞在してくれる時間も長くなったと思います。特に、小さい子どもを連れての方が多かったことには驚きました。皆さん、楽しそうな顔だったのでホットとしました。

ブース者コメント

モータースポーツジャパン
ホンダ ブース運営責任者

龍相 博文氏



マツダ



今回はモータースポーツに絞って情報発信をしました。また、マツダが大切にしているブランドコンセプト「Be a Driver」の精神も体感してもらおうために、参加型モータースポーツを1つのテーマにしました。今年から全世界統一のレース「グローバルMX-5カップ プシヤパン」が開始したので、それに注目してもらいたい気持ちがありました。

体験型のプログラムを用意しただけに、子供連れのご家族にたくさん来場

2017年からアメリカ発の「GLOBAL MX-5 CUP」を日本でも開始したマツダ。モータースポーツジャパン・フェスティバルの自社ブースでは、全世界統一仕様車によるレースの日本開催を記念した「グローバルMX-5カップカー」のほか、パーティーレースで使用する「ロードスターNR-A」を展示した。ロードスターは“人馬一体”の走りコンセプトにするマツダ車のなかでも特に熱狂的なファンが多いモデルだ。会場では競技車両を食い入るようにつめる来場者が多かった。また、ブース内では体験型企画としてVR（バーチャルリアリティ）を活用したコーナーを設置した。マツダがブランドのテーマに位置づける「Be a Driver」のコンセプトに沿って、2種類のプログラムを用意。仮想空間のなかで運転したり、競技車両のなかから見る360度の景色を提供したりしていた。

後も続けていければと考えています。

モータースポーツはレースに参加している人だけのものではありません。スポーツ車を見る楽しさ、触れる楽しさも伝える場として、こうしたイベントを今

してもらえました。マツダの取り組みを知ってもらう非常に良い機会になったと思います。これを機に少しでも多くのユーザーに、マツダ車やマツダのモータースポーツ活動を身近に感じてもらうなら幸いです。

ブース者コメント

グローバル販売&マーケティング本部
ブランド戦略部 主幹

上村 昭一氏

SUBARU



ブース担当者
コメント

ブース担当者
栗原 健蔵氏

スバルが最も大切にしている「安心と楽しさ」を提供することを大前提にしました。「ものづくりを通して笑顔をつくること」というコンセプトも、ブースで紹介できればと考えて設置しました。展示品や企画に関しては、全日本ラリー選手権に参戦した「SUBARU WRX STI」や、ドライバーの新井敏弘選手、勝田範彦選手に注目が集まりました。今回の開催は天候にも恵まれて、家族連れの姿を多く見かけました。また、ブ

4月1日に「富士重工業」から社名を変更したスバルは、今回が新体制で初の大規模イベントとなった。出展したのは2017全日本ラリー選手権に参戦した「SUBARU WRX STI」。さらに昨年に引き続き「WRX STI」でニュルブルクリンク24時間耐久レースに参戦する「BRZ GT300」や「レヴォーグSport—STI Performance」、「インプレッサ G4 STI Performance」などを出展した。スバルはここ数年、国内では自動ブレーキ「アイサイト」のイメージとともに、ファンを女性やシニアにも拡大している。ただ、スポーツモデルを数多く展示した今回のイベントは「元祖スバリスト」も元気になった。ブースでは、プロドライバーのトークショーやフォトセッションを開催したため、多くの来場者がドライバーや競技車両との触れ合いを楽しんでいた。

ロドライバーとのトークショーやフォトセッションを豊富に用意し、来場者と交流するイベントも実施しました。多くの人の楽しむ姿を見て嬉しくなりました。4月に社名を変更しましたが、スバルの名称は昔からお客様にはなじみ深いものだったのか、あまり大きな影響はなかったと思います。このイベントを通じて、モータースポーツに親しみや興味を持って頂けたら嬉しいですね。

三菱自動車



ブース担当者
コメント

ブース担当者
藤吉 裕介氏

日本初公開の小型SUV「エクリプス クロス」の高いデザイン性を前面に押し出した展示を心がけました。来場した多くの方が「かっこいい」「欲しい」と思い、非常に興味をもつてくださったようで、実際に購入したいという声も出ていました。展示コーナーには20代半ばから、40代の男性が多く来場し、盛況でした。試乗コーナーではプロドライバーの運転が体験できるとあって、ファンも大勢駆けつけてくれました。また、ファミ

三菱自動車はジュネーブモーターショーで世界初公開した新型小型SUV「エクリプス クロス」(海外仕様車)を日本で初めて展示し、高いデザイン性から多くの注目を集めた。また同ブース脇で開かれた「三菱自動車4WD体感試乗会」では、プロドライバーが運転する「デリカD:5」や「パジェロ」に同乗試乗し、未舗装路や悪路のキャンバー走行体験や、最大傾斜角45度を登坂する体験を実施し、4WDの性能をアピールした。エクリプスクロスは、三菱自が国内販売で巻き返しを図るため、17年度後半の市場投入を計画している新型車だ。モータースポーツジャパンで、自動車メーカーが新型車を初披露するのは珍しいだけに、注目モデルが多い会場のなかでも、ひと際目立っていた。また、三菱車の売りでもある4WDの体験試乗は、やはり、どのイベントでも人気だ。数多くの来場者が三菱車の力強さを楽しんでいた。

日本初公開の小型SUV「エクリプス クロス」の高いデザイン性を前面に押し出した展示を心がけました。来場した多くの方が「かっこいい」「欲しい」と思い、非常に興味をもつてくださったようで、実際に購入したいという声も出ていました。展示コーナーには20代半ばから、40代の男性が多く来場し、盛況でした。試乗コーナーではプロドライバーの運転が体験できるとあって、ファンも大勢駆けつけてくれました。また、ファミ

スズキ



ブース担当者 小林 大祐氏

ブースコメント 四輪車

四輪車部門では新型車を展示するだけでなく、実際にプロドライバーとの同乗試乗や、点検の仕方などを紹介しました。土日開催だったので、親子の来場者も非常に多かったと感じています。また、若者の来場者も徐々に増えているようにも思います。モータースポーツの会場は都会から遠い所にあり、レースを見に行く機会は限られています。こうしたイベントを通じ、モータースポーツに慣れ親しんでもらえればと思います。

スズキは昨年12月に発売した「スイフト」や、今年2月発売の「ワゴンR」を展示した。二輪車では、MotoGP2017でアンドレア・イアンノーネ選手が使用する「GSX-RR」の同型モデルや国内未発売の「GSX-R1000R ABS」、若者が購入しやすい価格設定の「GSX250R」を出展した。二輪好きとともに、バイクに興味があるが、手を出せないと嘆く若者にも積極的にアピールした。スイフトは、スズキの登録車のなかでも走りに定評のあるモデルだ。新型は新開発のプラットフォームなどを採用し、欧州車さながらの乗り味を実現した。新型「ワゴンR」も利便性や快適性を向上しながら、走りを損なわない仕上がりとなっている。ブースでは、レベルアップした新型の仕上がり確かめるユーザーが数多く見られた。もちろん、二輪車の競技車両には、憧れのモデルを間近にして喜ぶファンの姿があった。

ブース担当者 木下 博之氏

ブースコメント 二輪車

このイベントはモータースポーツの普及活動が目的です。モータースポーツ感謝祭と捉え、ブース設営に取り組みました。また国内で販売されていない「GSXR1000R ABS」を展示し、多くの人に見てもらえました。実際にバイクにまたがることもできたので、親しみを持ってマシンに触れてもらえたと感じています。若者も来場しているので、比較的手軽に買い求められる「GSX250R」もアピールしました。

日野自動車



ブース担当者 諏訪 寛道氏

ブースコメント ブース担当者

今年は2014年ダカールラリーに参戦したトラックの展示だけでなく、小型トラック「デュトロハイブリッド」を初めて展示しました。CMを見てくれた方には興味を持ってもらえたと感じています。このイベントは都心に近いお台場で実施し、ショッピング後に気軽に立ち寄れるイベントのため、去年より若い人、子連れ、ファミリー層など幅広い人であふれていたように感じています。特設走行エリアで「レンジャー」の走行を間近で楽しんでもらい、トラックにあまりなじみのない来場者にも魅力が伝えられたと思います。

日野自動車は、2014年に開催された「ダカールラリー2014」に実際に使われた競技車両の「レンジャー」と、CMで訴求している「デュトロハイブリッド」を展示した。小型トラックの展示は初めて。CMのイメージを、実物を通してアピールした。また15年から今年で3回目の展示となった「レンジャー」は抽選で選ばれた来場客が「ダカールラリー2017」に出場した菅原照仁氏とともに同乗し、運転を体験する貴重な機会を楽しんだ。「ヒノニトン」のキャッチコピーがお茶の間に定着したデュトロハイブリッドだが、普段、乗用車を使っているユーザーが実物をじっくりと見る機会は少ない。会場では多くの来場者が足を止め、ヒノニトンの頼もしさを実感していた。ダカールラリーは日野がブランドの認知度向上に役立てるために実施している側面もある。レンジャーの同乗試乗は、来場者に強い印象をあたえた様子だった。

ブース担当者 岡田 実穂氏

ブースコメント ブース担当者

目玉となったのはダカールラリーのトラックの展示です。今年も、当日抽選で選ばれた3人限定で「レンジャー」に同乗試乗できる機会を設けました。普段は触ったり、乗ったりする機会が少ないトラックですが、実際に触れる機会を提供することで、少しでも興味を持って頂けたようなので嬉しいです。

総論

「モータースポーツジャパン 2017フェスティバル インお台場」では、若いカップルや家族連れの姿が多くみられた。入場が無料かつ、都心からのアクセスが良いお台場での実施により、近くでショッピングを楽しんでいる人が気軽に足を運ぶことができたためだ。そのため、今年は2日間の来場者数は、歴代で3番目に多い12万1664人が集まった。

若者のレース離れが叫ばれる昨今、多くのメーカーでは子供に向けた取り組みを多く行っていた。各展示ブースを見てもらった車を展示するだけでなく、実際にレースで使われた自動車を展示。また、VR(仮想現実)を活用しドライバー気分を味わうことができるコーナーを設け、レースをより身近に感じてもらうための取り組みが多かった。イベントは昨年と同じく、「コアティブゾーン」「エクスペリエンスゾーン」「カルチャー&レジェンドゾーン」の3つのエリアに区切り、多彩なイベントを用



意した。

「アクティブゾーン」では、内外の様々なメーカーによるブースが集結した。輸入車メーカーからBMW、メルセデスベンツ、アウディが出展。自社のグッズの販売や、展示車両と記念写真が撮れるブースなど、ファンに向けた訴求が多いように感じられた。

タイヤメーカーからは、ブリヂストンや東洋ゴム、ヨコハマタイヤ、ミシュランが参加した。「こうした場所ですらにまずに興味を持ってもらい、最終的にタイヤにも関心を持ってほしい」(メーカー担当)として、ノベルティの配布や体験型ブースの設置などに努めていた。自動車大学校も、ブースで自動車の面白さをアピールしていた。

特設走行エリアでは「J SPORTS杯 SUPER GT Pit Stop Contest」「J SPORTS杯 全日本RAALLYお台場SUPER SS」「autospot杯 メーカー対抗お台場KARTグランプリ」の3つのコンペティションを開催した。「一般のレース会場よりも狭い場所だか

ら、普段より臨場感のある走りが見られる」(メーカー担当)と話すように、自動車と同じ目線で繰り広げられる走りに観客は釘付けに。グリッドウォークでは、サーキット内に入ることができ、憧れのマシンとの近さに驚く人も多く見られた。

「エクスペリエンスゾーン」では、プロの自動車ジャーナリストと共に国内外の新型車に試乗できる「ふれあい試乗」を実施した。さらに、初の試みとして「U-18運転予備校」を実施した。免許を持たない中高生に事前講習を行い、特設コースの中で実際の自動車を低速で操作できるというもの。運転の楽しさを早くからアピールすることを目的としており、参加者は緊張の面持ちながらも楽しそうに運転する姿が印象的だった。

毎年様々なレトロカーを展示する「カルチャー&レジェンドゾーン」では、今年もトヨタをテーマにコーナーを作成した。歴代レーシングカーの展示に加え、当時活躍したドライバーがゲストとして登場するなど、古くからのファンには垂涎の内容となっていた。

開催要綱

1. 名称 第45回東京モーターショー2017 [The 45th Tokyo Motor Show 2017]
2. 主催 一般社団法人 日本自動車工業会 (JAMA)
3. 共催 一般社団法人 日本自動車部品工業会 (JAPIA)
一般社団法人 日本自動車車体工業会 (JABIA)
一般社団法人 日本自動車機械器具工業会 (JAMTA)
日本自動車輸入組合 (JAIA)
4. 総裁 瑤子女王殿下
5. 会長 西川 廣人 (一般社団法人 日本自動車工業会 会長)
6. 会期 2017年 (平成29年) 10月27日 (金) ~11月5日 (日)

開場時間 (1) プレスデー	10月25日 (水)	8時00分~18時00分
	10月26日 (木)	8時00分~13時00分
(2) 特別招待日/障がい者手帳をお持ちの方の特別見学日	10月26日 (木)	13時30分~18時00分
(3) オフィシャルデー (開会式等招待者)	10月27日 (金)	9時00分~18時00分
(4) プレビューデー	10月27日 (金)	12時30分~18時00分
(5) 一般公開日	10月28日 (土)~11月5日 (日)	月~土曜日 (祝日含む) 10時00分~20時00分
	日曜日	10時00分~18時00分

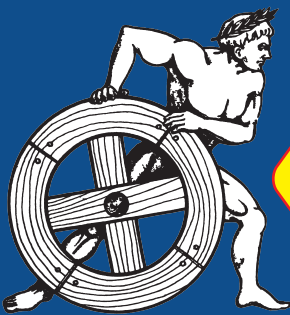
(開催時間は止むを得ない場合は変更し、時には入場を制限することがあります)
7. 入場料 (消費税込)

障がい者手帳をお持ちの方の特別見学日	無料 (事前登録制)
プレビューデー	3,500円 (枚数限定/小学生以下無料: 保護者同伴)
一般公開日	
一般	1,800円 (前売1,600円、日曜除く16時00分以降 (当日会場売) 900円)
高校生	600円 (前売 500円、日曜除く16時00分以降 (当日会場売) 300円)
中学生以下	無料

障がい者手帳をお持ちの方 (要手帳提示) 本人及び付添者1名 (車いす利用者の場合2名まで) 無料
8. 会場 東京ビッグサイト
9. 後援 外務省、経済産業省、国土交通省、環境省、東京都、千葉県
国際自動車工業連合会 (OICA)、日本貿易振興機構 (JETRO)
10. 協賛 板硝子協会、自動車技術会、石油連盟、全国軽自動車協会連合会、全日本交通安全協会、全日本トラック協会、電子情報技術産業協会、電池工業会、特殊鋼倶楽部、日本アルミニウム協会、日本ゴム工業会、日本自動車会議所、日本自動車教育振興財団、日本自動車研究所、日本自動車整備振興会連合会、日本自動車タイヤ協会、日本自動車販売協会連合会、日本自動車連盟、日本照明工業会、日本損害保険協会、日本鉄鋼連盟、日本電機工業会、日本塗料工業会、日本バス協会、日本ばね工業会、日本ファインセラミックス協会、日本プラスチック工業連盟、日本ベアリング工業会、日本モーターサイクルスポーツ協会、日本陸用内燃機関協会

(五十音順)

OICA : Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles



第45回東京モーターショー2017

出展者の決定と主催者テーマ展示 「TOKYO CONNECTED LAB 2017」

一般社団法人 日本自動車工業会(会長:西川 廣人)は、2017年10月27日(金)から11月5日(日)までの10日間(一般公開は10月28日(土)から)、第45回東京モーターショー2017を「世界を、ここから動かそう。BEYOND THE MOTOR」をテーマに、東京ビッグサイト(江東区・有明)で開催します。

📌 全ての国内メーカー14社15ブランド、 海外メーカー13社19ブランド(乗用車・商用車・二輪車)が出展

乗用車、商用車、二輪車、カロッツェリア、車体、部品・機械器具、自動車関連サービスを含む総合ショーとして、世界10ヶ国から150社・団体の出展者が東京ビッグサイトに集結します。乗用車ではボルボ・カー、二輪車ではハーレーダビッドソンが復帰するほか、スウェーデンの商用車メーカー、スカニアが初出展します。また、会場である東京ビッグサイトは、東7/8ホールが増設されたことにより、前回を超える展示面積規模での開催となります。

📌 主催者テーマ展示 “TOKYO CONNECTED LAB 2017” を新たに開催

新たな東京モーターショーのシンボルイベントとして、主催者テーマ展示「TOKYO CONNECTED LAB 2017」を開催致します。将来のモビリティ社会がもたらす新しい価値や社会とのつながりを解りやすく、お客様視点で体験いただく参加型の3つのプログラムをご用意します。

約300人が一度に体験できる大きなドーム型映像空間(360度映像)で、自動運転・カーシェアリング・パーソナルモビリティ・スマートロジスティクス等、2020年のメガシティ東京とさらにその先のモビリティ社会を俯瞰体験いただく「インタラクティブ展示」を実施します。スマホアプリアンケートによる来場者の声も反映し、ダイナミックな映像で体験いただきます。

二つ目のプログラム「VR展示」では、約30人が同じバーチャル空間で試乗体験できるネットワーク型VRシステムを採用し、自動運転、車車・路車・歩車間通信、モビリティサービス等、様々なコネクティッド・テクノロジーを通してクルマの快適さや安全性等をゲーム感覚で体感していただきます。

そして、もう一つのプログラムとして「トークイベント」を開催します。クルマ業界に加え、様々な業界・分野のビジネスリーダーやトレンドリーダーと来場者が将来のモビリティ社会の広がりや可能性について語り合う場を創出します。同時にWeb上でトークイベントを番組配信し、未来テクノロジーの情報発信を行います。

📌 試乗体験プログラムの拡充

これまで東京モーターショー会場内で実施していた参加・体験型の試乗会を、今回は近隣の臨海副都心エリアにおいて大幅に拡充して実施します。東京モーターショー開催期間中に、様々なモビリティや乗用車・商用車・二輪車の試乗体験など、これまで以上に多くの試乗プログラムをご用意します。

📌 来場者の混雑緩和や利便性向上を目指す諸施策を実施

東7/8ホール増設に合わせ混雑緩和策として、導線を見直し、通路幅の拡張を行います。また、東西展示棟間に加え、臨海副都心エリアも含めたシャトルバス運行を実施し、来場者目線でのサービス向上を目指します。

集中
展示

バス車両と運行システム展

バスの運行に不可欠な設備やシステムを紹介する専門展示会「バス車両と運行システム展」(日本能率協会主催)が4月19日から21日までの3日間、幕張メッセ(千葉市美浜区)で開かれた。今年で2回目の開催で、8社・団体が、バスの安全運行やバス会社の経営に必要な設備・システムを紹介するため出展した。さらに、バスの安全運行をテーマとした講演会も開かれた。同時開催の「駅と空港の設備機器展」のエリアでも、バスに関係する製品紹介を行う企業が複数出展しており、会場にはバス運行会社や自治体、システム開発会社などの関係者が訪れ、熱心に出展者に質問したり展示製品を見学したりしていた。

2017年4月19~21日
千葉・幕張メッセ

駅と空港の施設・設備・システム・サービスに関する専門展示会

第2回 駅と空港の設備機器展 Station & Airport Terminal Expo 2017



工房



株式会社工房 営業部次長 丹賀 浩太郎氏

ブース
担当者
コメント

「バスの運行に対する法令が年々厳しくなっている中、運行会社に求められる運行管理も厳しくなっていると感じています。今までは(運行ダイヤや人員配置表、労務管理表など)手書きや既存のパソコンソフトで何とかやってきましたが、専用システム化が年々進んできており、『何とかやっている』では許されなくなってきました。

当社は30年にわたって日本中のバス会社に怒られながら、試行錯誤しながらシステム開発を続けてきました。その過程で得たノウハウが当社の商品に生かされています。運行会社の経営安定に寄与し、バス業界の発展に寄与し、安全安心を確保し、願わくば当社の利益につながればいいと思っています」

工房(埼玉県川口市)は1979年、事務機器の商社として札幌で創業した。バス関連のシステムを開発・販売したのは1988年。取引先のバス会社からの依頼がきっかけで、貸切バス運行システムを作ったことが最初。その後シ

ステム開発を主力とする会社に生まれ変わった。本展には、ダイヤの作成や運転手の休憩取得の時間タイミング、労務管理などが簡単にできるバスダイヤ編成支援システム「新時ダイヤ」(導入バス会社60社超)、登録会員数520万人を誇り、ネットやコンビニでチケットを購入できる高速バス定期観光バス予約ネットシステム「発車オーライネット」(同135社)、運転手の勤務情報、未収金情報、バスのスケジュール管理など予約運行管理・請求などの総合的なシステム「新・発車オーライ 貸切モジュール」(同約200社)を中心としたバスに関する各種システムを出展した。



東京海洋大学大学院渡邊豊研究室 教授 渡邊 豊氏

ブース
担当者
コメント

「制限速度を守って走行しても横転事故が起きてしまうことがあります。しかし、原因が分からないからといって事故に巻き込まれて犠牲になった人は、たまったものではありません。事故を起こしたドライバーが一家離散に追い込まれた例も聞きます。このような事故は、被害者、加害者とも不幸になってしまいます。

『私たちが研究している技術で事故を防ぎたい』という使命が、重心検知の研究を続けている理由です。システムは今年から、協力会社を通じて販売しており、すでに30台の販売が決まっています。今後発展していく自動運転にも、重心検知技術は絶対に必要になります」

東京海洋大学大学院渡邊豊研究室(東京都江東区)は、大型車の横転事故の防止につながる重心検知システムを出展した。

渡邊教授は学生時代から、海上物流の分野で貨物を積んだ船舶の転覆を防ぐためのバランス保持について研究していた。港湾などでの調査を進めるうち、船舶から移し替えたコンテナを積んだトラックやトレーラーが横転する事故が頻発していることを知り、船舶での研究を生かせるのではと考え、20年ほど前から大型貨物車の横転防止について研究を重ねてきた。

自動車の重心は、車の幅や長さ、積んでいるコンテナの荷物の量、片寄りなどで変化する。開発したシステムは、船舶の重心位置から揺れの大きさや性質を予想するシステムを応用。走行中の車体の揺れから重心を測定し、横転限界速度や荷崩れの情報を運転手にモニターと警告音で伝達し、事前に横転を防止する。貨物車だけでなく、人を乗せるバスにも応用できる。



株式会社ナビタイムジャパン
交通コンサルティング事業・交通コンサルタント

ブース
担当者
コメント

永森 枝里子氏
「当社が開発したバスロケーションシステムを通じて、バスを利用する人がより便利に利用できるようになり、その結果、バスに乗るお客様が増えてバス事業者の収益向上につながることを期待しています。当社は、交通に関する数々のデータを収集・分析しており、データからさまざまなことを伺い知ることができます。当社の分析部門はまだ知られていないことが多いのですが、分析技術を通じて社会に貢献していきたいと考えています」

ナビゲーションサイトアプリの開発運営や交通コンサルティング事業などが強かったが、そこで収集した膨大なデータを活用したBtoB商品を出展した。

「バスロケーションシステム」は、スマートフォン端末を活用してリアルタイムにバスの運行情報や混雑度を把握できるバス事業者向けサービス。「バス交通活性化ソリューション」も初めて出展した。

バス事業者の時刻表データなどを活用したコンサルティングサービス。バス乗継ぎ利便性の評価やバス路線の需要喚起などの分析結果を、パネルを使って例示した。

その他、バス事業者向けデジタルサイネージ向けコンテンツ制作やアプリケーショ開発についても紹介した。

ニチボウ



ブース担当者コメント

株式会社ニチボウ 特殊装置課特機グループ 金子 康信氏

「市販の消火器では、出火の際に運転手が消火作業を人の手でしなければいけません。消火効率が悪く、消火に手間取るだけではなく、運転手や乗客の身に危険が及んでしまいます。自動で安全に素早く消火できるシステムは、バス会社の防災対策に必ず役立ちます。

当社の消火システムは「自動消火」なので、人的被害を防ぐことができます。電源不要・省スペース・簡単工事で車体の火の回りを素早く防ぎます。車体は数千円もする高価な物ですので、ボヤの段階で自動的に消すことができれば、全焼して新たな車両を導入するなどといった無用なコストをかけることにはなりません」

ニチボウ(東京都品川区)は、事務機器の消防防災の設備工事やコンサルタントを行っている。建築物の防災事業で培ったノウハウや技術を生かそうと、バスや鉄道車両などの乗り物に搭載する消火装置の取り扱いを2008年に始めた。バスでは、北海道以外のJRバス各社や東急バス、京成バスなどの車両に搭載され、バス向け消火装置のシェアはほぼ100%という。

本展には、その消火装置を出展した。最大の特長は電源不要。圧力がかかっているポリエチレン製の検知チューブが燃えて穴が開くことで火災を検知し、穴からスプリングラーの8千分の1という細くなった消火剤の水滴「ウォーターミスト」を自動放出する。ミストは少量のため、車内の電子機器などへの影響を最小限に抑える。

バス車両への設置は、後部やトイレと座席の間など、省スペースに収まる。大がかりな工事は不要で、コストも40万~45万円程度で済むという。

バイタルリード



ブース担当者コメント

株式会社バイタルリード 情報システム部情報システム課長補佐 高尾 モナ氏

「地方ではICカードがあまり普及しておらず、小さなバス会社では、今でも運転手が小銭を手で数えているような方法をとっています。乗客や運行本数も少なく、都会の大きなバス会社のような大がかりなシステムを導入する必要はなく、コストにも耐えられません。

当社のバス車載機システムは導入した事業者が自由にアレンジでき、導入コストも低いため、地方の小さな路線バス会社やコミュニティーバス運行会社などに有効活用していただけます。現在まで島根県内のバス13台に導入済みですが、今後は、中国地方を中心とした他県のバス会社や自治体にも売り込みたいと思っています」

地方の中小バス会社は、都会の会社とは違い、大がかりな運行システムの導入の必要性は薄い。そのため、バイタルリード(島根県出雲市)は3年前、低いコストで簡単導入できるバス車載機システム「馬須田のるぞう」を開発し、本展でも展示した。

最大の特長が低コストの初期投資と機器更新。車内表示には液晶ディスプレイを利用。行き先のほか、料金表や広告も1台で済む。車内の降車ボタンを押すと「つぎとまります」の表示が出て、車内アナウンスが流れる。

「コンテンツの更新も簡単だ。音声アナウンスはマイクで録音したものを保存して指定の場所に入れるだけ。子どもの声を流すと記念にもなり、乗客にも喜ばれる。地元企業、店舗の広告やイベント、観光案内も簡単にディスプレイに流すことができる。

最新型は乗降カウンターの機能を付加し、停留所ごとに乗降数を自動でカウントすることができる。



ブース
担当者
コメント

バンプレコーダー株式会社 取締役 佐藤 憲司氏

「既存の汎用品であるスマートフォンをそのまま車のダッシュボードなどに装着するだけで、走行中の車体の跳ね上がりや沈みを検知することによって路面状況を把握できます。固定方法は、平置き・縦置き・横置きのどれでも大丈夫です。スマホを装着する車両も、乗用車のような小型車からバスのような大型車まで対応しています。

『手軽・迅速・安価』三拍子そろった道路維持管理サービスです。特に計測費用の安さは魅力だと思います。バス会社はもちろん、タクシー会社や調査会社などでも利用していただけます」

振動情報位置情報解析事業を行うバンプレコーダー（東京都北区）は、スマートフォンを車両に搭載するだけで、道路上の状態を簡単に計測できるサービスを紹介した。

このサービスでは、凸凹の度合いを測り、乗り心地の良い悪いを調べることや、決まった区間の路面のひび割れの状態、段差の高さなどを把握することができる。

このような手法は、自動車のサスペンションの影響で、車種や走行速度の違いによって計測結果が大きくばらつくといった難点があった。

同社では、計測中に得た加速度データから、使用したサスペンションの硬さを自動的に推定し、タイヤの中心位置での上下動を算出することで、車種や走行速度が違っていても安定した結果を得る技術を開発した。このため、手軽な計測と正確な精度の両立が実現したという。

リアルタイムに近い速さで結果が判明、さらに、地図による平坦な道路とそうでない道路の表示といった分かりやすい表示にもなっている。



ブース
担当者
コメント

株式会社マネジメントシステム 見えバス事業部
西野 智子氏

「社長の親が『バスに乗りにくい』と言ったことが開発のきっかけになりました。アプリの開発を通して地域貢献を果たしていきたいと思っています。『見えバス』は一般の人の利便性向上だけではなく、バス会社のグラフ化やダイヤ編成作業にお役に立てると思っています。守谷市の導入事例は路線バスとコミュニティバスですが、幼稚園や病院の送迎バスへの導入も期待されています。今後は近隣の埼玉、千葉県や都内のバス会社、自治体などへの売り込みを図ってまいります」

マネジメントシステム（茨城県ひたちなか市）は、同県守谷市が路線バスとコミュニティバス全36台に導入した多機能付きバスロケーションシステム「見えバス」を出展した。

ワンクリック（ワンタッチ）でパソコンやスマホ画面に地図が表示され、複数のバス事業者が運行するバスの状況がリアルタイムで表示される。画面では、停留所の位置や運行状況（遅れなど）、バス路線（運行経路）が一目で分かるよう色分けなどで工夫されている。運行状況が分かる地図だけではなく、観光情報やイベント情報などを発信する機能もあり、同社では地域活性化にも貢献できるとしている。

同社では、路線バス会社やコミュニティバスを運行する自治体などに加え、幼稚園の送迎バスへの導入も働きかけている。バスの現在地を表示するだけでなく、園からの「帰るコール」配信や保護者とのコミュニケーションツールとしての利用もでき、子どもの安心安全にも役立つ。



バス担当者コメント

レシップ株式会社 営業本部バス営業部長 北野 元昭氏

「当社の輸送機器事業のうち、公共交通の事業は柱になっています。公共交通に少しでも寄与することで、社会的な役割を果たし、社会貢献につなげたいと願っています。当社は『快適な日常の実現へ』を経営理念として、日々の製品作りに努めてまいりました。バス関連商品は、振動や車内の温度変化など過酷な状況下にさらされています。当社の商品は、そのような状況でも品質を確保しています。また、近年のインバウンド観光の盛り上がりを受け、外国人にも分かりやすいように、多言語による表示やイラストを入れた表示などができる行先表示器も多数そろえています」

レシップ(岐阜県本巣市)は1948年、屋外広告ネオンの変圧器を製造販売する会社として創立した。1951年に変圧器の技術を生かし、バス用蛍光灯の開発に成功したことが、バス事業への進出につながった。今では、バス用船舶・トラック用の蛍光灯やバスの運賃箱、降車信号装置(降車ボタン)など各種輸送機器を取り扱っている。

本展には、バス用LED(発光ダイオード)行先表示器、同車内表示器(デジタルサイネージ)、ICカード処理機能付き運賃箱といった最新のバス関連製品を出展した。同社のLED行先表示器と自動運賃収受システムはシェアナンバーワンという。

同社は、路線バスは市民の身近な足で、なくてはならないものという認識に基づき、これからも最新の技術を活用したバス関連製品を作り続けていくとしている。

講演会レポート

『WILLER EXPRESS』の運行を支えるIoT技術



WILLER EXPRESS JAPAN株式会社 代表取締役

平山 幸司氏

当社は車内タブレットを昨年9月に導入しました。今ま

ではペーパーで顧客情報の管理をしていました。乗務員が書いて乗客の名前をチェックしていました。それをタブレットでやることにしたのです。そうすると手仕事時間が

出発の20分前までに短縮できました。お客様も直前まで予約できません。機会損失も減り、売り上げも月2千万円くらい上がっています。

運転士には眠気検知器を取り付けています。(感知したら)首に取付けたセンサーを振動させて運転士に自覚させる仕組みです。運行管理者のもとでアラートが鳴り、データも取れるので、本人に終了点呼時に伝えることができず。眠気状態の推移、時間帯などをグラフで見ることができ、路線や個人の傾向も見えてきます。データをいかに有効に使うか研究を進めているところです。例えば、峠を越えたところではっとしてア

ラートが飛んでくるケースが多くみられます。経路も鳴る場所がほぼ決まっています。その場所のすぐ前で休憩を入れる、点呼時に声をかけるなどの対策をしています。

また、ウエザーニュースと提携して道路上のピンポイントの天気情報を把握しています。最大72時間前の天気から対応をしています。経路上の天気予測をすることによって運行の可否を含めて情報を管理しています。

今年度方針は「安全機器の活用拡大」「最適な予防整備」「IP無線の導入」「運転士のより一層の健康増進」です。

乗務員個々のデータを見ます(乗務員分析)。これまでは「夜は弱いです」などといった自己申告でしたが、眠気検知器導入でリアルに「夜強い」「昼夜変わらない」「夜ダメ」などと、乗務員の特性がいろいろ分かりました。運行管理者は「この乗務員に何を聞くべきか」といった深く詳しい点呼ができるようになりました。

経路分析も進めます。「どこで休憩を入れるか」など分かりやすくするため、「便」この経路をマスタ化

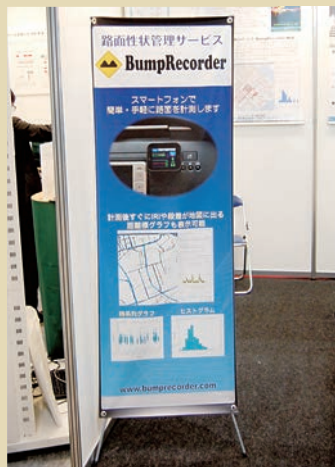


し、区間ごとの距離や経過時間などを分類・分析します。さらに「どこで疲れるのか」などが目で分かるハザードマップを作成します。

整備についても、「何万キロで何を交換」といった整備基準がありますが、システムでのデータベータ化をやっていきます。現在の整備基準では、整備士は人間なので見落としの可能性もあります。事前にアラートを出して「何年何月導入の車両はこうなる」などのデータベータ化を進めていきます。データをしっかりと管理し、データベース化することで、整備士誰でも均等に整備ができるようにします。

IP無線の導入も進めず。携帯電話は（走行中使用不可、複数人でのやり取り不可、コスト高など）トラブルが多いです。IP無線は内容を残すことができます。

健康増進プロジェクトを推進します。（健康度で分けた）4ランクのうち、高リスクの人をいかに中リスク、低リスクに落とすかが課題。これまでの健康診断と保健指導に加え、出勤時バイタルデータを取得し、分析することで高次元の健康管理を行います。IoTを活用することで、しっかりとしたマネジメントをしていきます。



2 バスの安全運行と運行管理

講演会レポート



大原記念労働科学研究所 常務理事・所長 酒井 一博氏

現在、バスドライバーは深刻な人手不足状況にあります。低料金でお客様を安全に運ぶ重要な仕事ですが、運転しているのは生身の人間です。働いている人が高齢化し、新車の事故が増えています。過労や健康起因で正常な運転ができなくなってきました。

さらに、（旅行者や下請けの存在など）複雑な業界の構造と商取引慣行が事故につながったケースもあつたのではないのでしょうか。

これまでの安全対策は、人系（ソフト）のアプローチで成功してきましたが、最近限界が見えてきました。

た。今後は、（運転者の）異変をハード（技術）の力でも発見していく必要があります。予兆の発見技術を高めることによる、表情、生体反応、車の挙動（ふらつきや速度ムラ）などの検知が挙げられます。

「安全に車を止める技術を車に積み込めないか」ということが大きな流れになっています。事故は減っていますが、やるべきことはまだまだ残っています。ドライバーは生身の人間ですので、眠くなるかもしれないし信号を見落とすかもしれません。

業界には安全運転を支援する装置を積極的に取り込む動きがあります。貸切バスには映像記録型ドライブレコーダー設置が義務化され、デジタル式運行記録計の義務化を求める声も多くなってきました。

います。

これまでは、運行管理や健康管理など人（ドライバー）を対象にした管理で、つまり人に頼った安全確保でした。今ではメーカーの方たちによる優れた技術開発が進んでいます。国のスケジュールをみても自動運転の方向に行っています。「人に頼った」から「車（技術）に頼った」安全確保という大きな流れになっています。私たちの研究所は、人に頼った対策と車・技術に頼った対策をつなぐ接着剤になりたいと思っています。

自動運転の二丁目は高まっています。高齢者が運転する時の安全性を高めるために、自動運転技術をサポートしていくこと、自動運転は興味深いし社会に必要。安全は厄介な課題ですが、いろいろな人のビジネスチャンスにもなっています。オールジャパンでの取り組みが必要でしょう。

日本自動車工業会 平成29年度事業計画

自動車産業は、広範な関連産業を持ち、我が国の経済好循環や雇用創出に大きく貢献する基幹産業であり、日本経済の更なる成長と未来社会の創造に向けて、果たすべき役割は非常に大きい。

自動車産業が将来に向けて健全に発展し、今後もわが国の経済に貢献していくためには、研究開発・製造拠点など、ものづくり基盤を国内に維持していくことが望ましい。そのために「安全・快適で持続可能なモビリティ社会の創造」、「国内市場の活性化」、「事業環境の改善」の3点を事業の柱とし、以下の事業を中心に積極的に展開する。

安全・快適で持続可能なモビリティ社会の創造

自動運転の推進

- ・より安全・快適で持続可能なモビリティ社会の実現と、国際競争力の維持・向上に資する自動運転技術の導入・普及に対し、社会的なコンセンサスを得ながら積極的に推進していく。
- ・我が国において少子高齢化、地方の過疎化が進む中、自動運転は、自由な移動や高効率な物流といった社会的な課題を解消する有力な手段としても期待されている。より高度な自動運転の実現に向けては、現時点とは大きく異なる社会システムが必要になる。今後、道路インフラ、使われ方を含め、ハード・ソフト両面において、高度自動運転を可能とする法的整備や交通環境整備が不可欠であり、自動車業界としても産官学の取組みに協力していく。

より安全な交通社会の実現

- ・より安全な自動車を世に送り出していくことは、自動車業界の大きな使命である。クルマ、バイク、歩行者、自転車など「道」を使うすべての交通参加者にとっての安全・快適な交通社会の実現を目指し、自動運転技術をはじめとする先進安全技術の普及や交通安全啓発への取組みや、道路環境改善に向けた提言活動を積極的に推進していく。

次世代自動車の普及

- ・環境対策も自動車業界が取り組むべき重要課題である。昨年11月に地球温暖化対策の新たな国際的枠組みである「パリ協定」が発効した。自動車業界としても、日本政府が掲げる温室効果ガス排出量削減目標の達成に向け取り組んでいく。
- ・特に次世代自動車の開発・普及の推進は、国際的に自動車の電動化が進む中、日本が有する環境技術の優位性を今後も維持・発展させ、環境に配慮した持続可能なモビリティ社会の実現のために大変重要である。
- ・また、政府に対し、充電・水素インフラの整備など車両普及のための支援を求めていく。

国内市場の活性化

東京モーターショー

- ・東京モーターショーのグローバルな地位向上を目指し、2019年のショーを2020年の東京オリンピック・パラリンピックに繋げていくためにも、本年のショーは重要な位置づけであり、2020年を予感させるものとする。
- ・またクルマ低関心層へ強くアピールする場とし、クルマ・バイクファンの増加、国内市場活性化を図る。

東京オリンピック・パラリンピックへの業界対応

- ・東京オリンピック・パラリンピックは、世界の注目が東京に集まる中で、日本の技術力を大いにアピールし、世界で最も安全、快適、便利で、さらには環境に配慮した「世界一のモビリティ社会」を示す好機である。
- ・日本の自動車産業がどのようなモビリティ社会を示せるのか検討していく。

自動車関係諸税の簡素化・負担軽減

- ・国内市場を活性化するためには、お客様が自動車を購入・保有しやすい環境の整備、購入・保有にかかる税負担の軽減が不可欠である。本年度は自動車税制抜本見直し（負担軽減・税体系簡素化・インセンティブ再構築）を具現化させるためのスタートの年と位置付け、関係各所と連携して活動していく。

事業環境の改善

国際基準調和、国際標準化の推進

- ・自動車産業のグローバル化が進展する中、基準の国際調和及び認証の相互承認は、設計仕様の統一や部品の共通化を通じて、開発・認証・生産コスト低減、手続きの効率化が期待される。このため、新興国などへの国際基準認証調和活動を推進していく。
- ・また、昨今の国際競争の激化に伴い、自動車の国際標準の分野においても日本がリードしていく必要があり、経営視点で協調可能な領域を見出し、標準化戦略を推進していく。

EPA/FTAの推進

- ・グローバルに活動する日本の自動車産業にとって、自由貿易の推進、経済連携協定を通じた自由で公正なビジネス環境の整備が不可欠となる。業界にとって意義のある各国・各地域とのEPA/FTA（自由貿易協定）の発効に向けて引き続き政府に協力していく。

適正取引の推進

- ・自動車業界として「適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」を実践し、適正取引の推進に継続的に取り組むことにより、サプライチェーン全体への経済効果の波及を図り、基幹産業として日本経済の発展に一層協力していく。

一般社団法人 日本自動車工業会 役員名簿 (平成29年5月22日現在)

会長	西川 廣人	日産自動車株式会社	代表取締役社長 最高経営責任者	(非常勤)
副会長	豊田 章男	トヨタ自動車株式会社	代表取締役社長	()
〃	八郷 隆弘	本田技研工業株式会社	代表取締役社長 社長執行役員	()
〃	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)
専務理事	和迩 健二			()
理事	細井 行	いすゞ自動車株式会社	取締役会長	(非常勤)
〃	片山 正則	〃	代表取締役社長	()
〃	原山 保人	スズキ株式会社	代表取締役副会長	()
〃	鈴木 俊宏	〃	代表取締役社長	()
〃	吉永 泰之	株式会社SUBARU	代表取締役社長	()
〃	近藤 潤	〃	代表取締役副社長	()
〃	三井 正則	ダイハツ工業株式会社	代表取締役社長	()
〃	横山 裕行	〃	代表取締役副社長	()
〃	早川 茂	トヨタ自動車株式会社	取締役副会長	()
〃	○伊勢 清貴	〃	専務役員	()
〃	佐藤 康彦	〃	専務役員	()
〃	坂本 秀行	日産自動車株式会社	取締役 副社長	()
〃	松元 史明	〃	取締役 副社長	()
〃	川口 均	〃	専務執行役員 チーフサステナビリティオフィサー	()
〃	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	()
〃	倉石 誠司	本田技研工業株式会社	代表取締役 副社長執行役員	()
〃	松井 直人	〃	執行役員	()
〃	寺谷 公良	〃	執行役員	()
〃	金井 誠太	マツダ株式会社	代表取締役会長	()
〃	古賀 亮	〃	専務執行役員	()
〃	山下 光彦	三菱自動車工業株式会社	取締役 副社長執行役員	()
〃	白地 浩三	〃	取締役 副社長執行役員	()
〃	松永 和夫	三菱ふそうトラック・バス株式会社	代表取締役会長	()
〃	マーク・リストセーヤ	〃	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 社長執行役員	()
〃	木村 隆昭	〃	代表取締役 副社長執行役員	()
〃	ヨアキム・ローゼンバーグ	UDトラックス株式会社	代表取締役会長	()
〃	村上 吉弘	〃	代表取締役社長	()
理事・事務局長	矢野 義博			(常勤)
監事	今津 英敏	日産自動車株式会社	常勤監査役	(非常勤)
〃	中津川 昌樹	トヨタ自動車株式会社	常勤監査役	()
〃	杉山 雅洋	早稲田大学	名誉教授	()

◎印：新任

経済産業省からのお知らせ



工業統計調査
皆様のご回答をお願いします。

平成29年
調査期日
6月1日
調査期日が
変わりました
経済産業省・都道府県・市区町村
http://www.mei.go.jp

製造事業所の皆様へ

経済産業省

経済産業省では、工業統計調査を平成29年6月1日現在で実施します。本調査は、製造業を営む事業所を対象に、1年間の生産活動に伴う製造品の出荷額、原材料使用額などを調査し、製造業の実態を明らかにすることを目的としています。

本調査は、国の重要な統計調査であり、調査結果は国や地方公共団体の行政施策の重要な基礎資料として使われるほか、大学や民間の研究機関等においても広く利用されています。

調査をお願いする製造事業所には、本年5月中旬から6月にかけて、調査票を統計調査員が持ってお伺いするか、または国から直接郵送でお届けいたしますので、お忙しい時期とは存じますが、調査にご理解いただきますようよろしくお願いいたします。

なお、皆様からご提出いただく調査票については、統計法に基づき調査内容の秘密は保護されますので、正確なご記入をお願いします。



日刊工業新聞社

しもうじかなこ
下氏 香菜子

旅と車……………

① ゴールデンウィークが終わりました。今年は最大9連休取得できるとあって旅行に出かけた方も多いかと思います。テレビのニュースでは帰省ラッシュ、Uターンラッシュにより高速道路が渋滞している映像を何度も見ました。映像を見ているうちに車をめぐるとさまざまな記憶がよみがえってきました。

② まず最初に思い出したのが幼少期の夏の帰省。当時住んでいた東京・江戸川区の自宅から、父の故郷である岡山県倉敷市まで車で帰省していました。当時乗っていたのは日産自動車のセダン「サニー」です。

③ 東京から岡山までおよそ約700キロメートル。新幹線を使えばよかったのかもしれませんが、新幹線利用の場合、父、母、弟、私の家族4人で旅費が数万円にのぼります。親からは「節約のために車を利用する」と聞かされていました。倉敷市へは夜に出発し、途中サービスエリアで仮眠をとり翌日午前中に到着するスケジュールでした。ドライバーだった父はかなり大変だったと察します。


④ 一方、私と弟は車で長距離移動が楽しくて仕方ありませんでした。後部座席にエアークッションを設置して足を伸ばせるようにし、ポテトチップスやチョコレートなどお菓子をつまみながら、はしゃいでいました。途中のサービスエリアの店で、普段あまり目にする事のないご当地メニューを買って食べるのも好きでした。

⑤ 特に印象に残っているのが首都高速道路で車の

窓から見える東京タワーやビルの上に設置された電飾看板です。看板に描かれたメーカーのロゴやキャラクターが電球によって色とりどりにキラキラと派手に輝くのを見て胸が熱くなったのを覚えています。

⑥ その後、両親が高齢になったこともあり家族そろって車で長距離移動することはなくなりました。大学生になってからは友人あるいは一人で遠出することが多くなり、その際は夜行バスを利用していました。理由はやはり他の移動手段にくらべて安いからで、利用した区間は新宿一名古屋間、新宿-大阪間などさまざま。

⑦ 夜行バスにもさまざまな種類があり女性専用車だったり、仕切りがあって個室のように使えたりと個性があるのが興味深いです。私がよく利用したバスは座席が狭くて窮屈でしたが、ポータブルオーディオで深夜ラジオを聴きながら到着後の予定を考えるなど比較的快適に過ごしていました。

⑧ 振り返れば旅に向かう際のワクワク感や、旅先からの帰り道に、非日常から現実に戻る寂しさのそばにはいつも車の存在がありました。昨年4月から車業界の担当になり、従来は車に乗る側ばかりにいましたが、ドライバーの視点に立つことが増えました。これまで安全に目的地まで運転してくれたドライバーの方に感謝したいです。また、旅を安全に楽しむためにドライバーの安全運転を支える運転支援技術がより高度化し、普及して欲しいと思います。…………… 



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、
フ〜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!

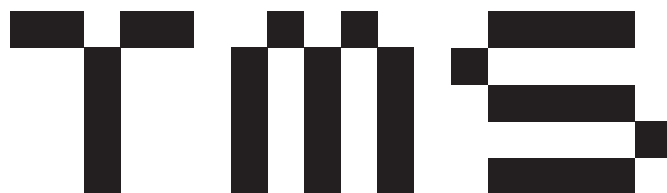
安全運転で楽しいドライブ!!

クルマの正しく安全な使い方については <http://www.anzen-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

世界を、ここから動かそう。

BEYOND THE MOTOR



TOKYO MOTOR SHOW 2017

10.27~11.5 東京ビッグサイト