

Tokyo Motor Show News



No.29

2004年4月15日発行

JAMA

東京モーターショーニュース

発行所 社団法人日本自動車工業会 モーターショー統括部

〒105-0012 東京都港区芝大門1丁目1番30号 日本自動車会館16F・17F

Publisher: Tokyo Motor Show Department, Japan Automobile Manufacturers Association, Inc.

16F, 17F Nihon Jidosha Kaikan, 1-1-30 Shiba Daimon, Minato-ku, Tokyo 105-0012, JAPAN

TEL 03-5405-6127 FAX 03-5405-6136 Web SITE www.tokyo-motorshow.com

第38回東京モーターショー —働くくるまと福祉車両— (2004年) 開催概要

第38回東京モーターショー—働くくるまと福祉車両— (2004年) は、今秋11月2日(火)から7日(日)までの6日間、千葉市・幕張メッセで開催いたします(一般公開は11月3日(水・祝)から)。

今回は、名称も従来の「商用車」から「働くくるまと福祉車両」と改称し、人々の暮らしを支えるくるまをビジネスユーザーにも来場者にも見て、触れ、体感していただける新しい東京モーターショーを提案いたします。

特に、トレードデーの新設(11月2日午後)、専門シンポジウムの開催、商談コーナーの設置等によりビジネスユーザー向けの機能強化をはかる一方、一般来場者に対しては様々な特別企画を通して、物流の将来や業界の最新情報を身近なものとして体験していただける場を提供いたします。

11月2日(火)は、午前がプレスデー、午後は特別招待日となりますが、トレードデーを兼ねることにより、ビジネスユーザーがゲートで当日登録していただければ、無料で入場できるようにいたします。また、昨年の東京モーターショーで好評だった小学生以下の入場料無料化、高校生の半額化を継続し、会場内にはプライオリティシートを引き続き設置するほか洒落たカフェも設けるなど、従来以上にお客様に対するホスピタリティの向上を目指します。

昨年の第37回東京モーターショー—乗用車・二輪車— (2003年) で初めて導入したスポンサーシップ・プログラムを継続し、その原資をもとに、お客様参加・体験型の様々な特別企画を実施いたします。

現在、トラック店舗の食とショッピングゾーン(仮称トラックマルシェ)、働くくるまの同乗試乗会、屋外多目的ステージでの各種エンターテイメント、福祉車両と周辺機器の展示と体験コーナー(仮称ウェルフェアパーク)の設置などを予定しております。来場者数目標は、前回の第36回東京モーターショー—商用車— (2002年) の実績21万1千人を上回る23万5千人としました。

今後、最新情報を東京モーターショーWebサイトに随時発信してまいりますので、ご期待ください。



▲第36回東京モーターショー—商用車— (2002年) での展示風景
The 36th Tokyo Motor Show -Commercial Vehicles-(2002) Special Exhibit

Outline of the 38th Tokyo Motor Show — Commercial & Barrier-free Vehicles — (2004)

The 38th Tokyo Motor Show—Commercial & Barrier-free Vehicles— (2004) will be held for six days from Tuesday, November 2 through Sunday, November 7 at the Makuhari Messe, Chiba City. Public exhibition will begin on Wednesday, November 3 (public holiday).

The name of the show has been changed this year from "commercial vehicles" to "commercial and barrier-free vehicles" to underscore the new orientation of Tokyo Motor Show that encourages all visitors, general users and business users alike, to see, touch and experience the vehicles that support people and their lives.

Among the new innovations in the works are a "Trade Day" (afternoon of November 2), expert-level symposiums and business negotiation corners to improve business services. For general users, the show will feature special events that give hands-on looks at the future of distribution and the latest advances in the automotive industry.

Tuesday, November 2 will have a "Press day" in the morning followed by a Special Guest Day in the afternoon. It will also serve as the "Trade Day" where business users are admitted free-of-charge by registering at the gates. Like last year, the Tokyo Motor Show will continue to improve its visitor hospitality. Retaining well-received innovations from the previous show, admission will be free-of-charge for elementary school students and under, and high school students will be admitted for half price. Likewise, "priority seats" will be available in the halls, and there will be fashionable cafes set up to provide for a bit of relaxation while viewing the show.

The sponsorship program that was first introduced for the "37th Tokyo Motor Show—Passenger Cars and Motorcycles" last year will continue this year, and the funding that it provides will be used for special hands-on, audience-participation events.

Also planned for this year are: "Truck Marche," (name tentative) a restaurant and shopping zone that uses trucks as storefronts; commercial vehicle test rides; entertainment programs on the outdoor multipurpose stage; and "Welfare Park," (name tentative) a hands-on exhibit of barrier-free vehicles and related equipment. The show targets a total of 235,000 visitors, somewhat higher than the 211,000 visitors recorded for the "36th Tokyo Motor Show—Commercial Vehicles—(2002)"

We will be updating information on the Tokyo Motor Show web site as it becomes available.

第38回東京モーターショー—働くくるまと福祉車両— (2004年)

会 期: 平成16年11月2日(火)～11月7日(日)

(1) 報道関係者招待日: 11月2日(火) 9:00～18:00

(2) 特別招待日: 11月2日(火) 12:00～18:00

(3) 一般公開日: 11月3日(水・祝)～11月7日(日) 10:00～18:00

場 所: 千葉市・幕張メッセ (日本コンベンションセンター)

入場料: 一般: 1,000円(前売800円)、中学・高校生: 500円(前売400円)、小学生以下: 無料

The 38th Tokyo Motor Show - Commercial & Barrier-free Vehicles - (2004)

Dates: Tuesday, November 2–Sunday, November 7, 2004

(1) Press Day: Tuesday, November 2, 9:00–18:00

(2) Special Guest Day: Tuesday, November 2, 12:00–18:00

(3) General Public Days: Wednesday, November 3 (public holiday)–Sunday, November 7, 10:00–18:00

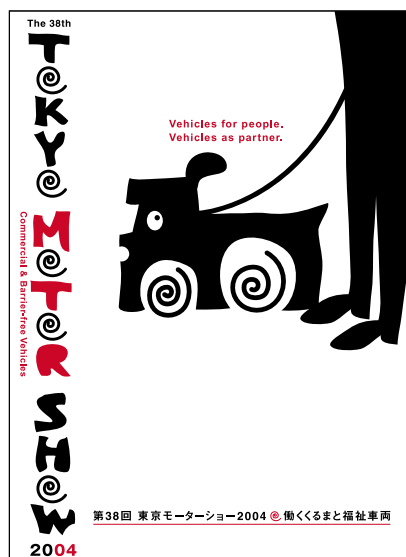
Location: Makuhari Messe (Nippon Convention Center), Makuhari, Chiba City

Admission Fees: 1,000 yen (advance tickets: 800 yen) for adults; 500 yen (advance tickets: 400 yen) for junior high and high school students and free for elementary and under

ショーテーマとロゴマークについて

今回のショーテーマは、“Vehicles for people. Vehicles as partner.”で、“くるまは、人々の暮らしを、産業を、社会を支え、明日に運ぶ。それは誰にも限らない豊かさ、そして夢と自由を与えてくれる。いまくるまは、自然や環境、そして誰にも優しく、私たちの信頼できるパートナーとして、未来を創る。”というメッセージを込めています。

ポスターデザインは、くるまが人と並んで進んでいこうとする意思と、新しい技術を生み出すベースにあるやさしいまなざしを、トラックを擬人化したイラストレーションにより表現しました。その愛らしい表情を通して、多くの人の目をひきつけ、働くくるまと福祉車両が人にとってなくてはならないパートナーであり、身近なものであることを視覚的に訴求しました。



Show theme and logo mark

The theme for this year's show is: "Vehicles for people. Vehicles as partner." It embodies the message, "Motor vehicles support and push forward our life, business and community, thereby making unlimited amounts of richness, hope and freedom available to everyone. Motor vehicles are leading us to a brighter future as our partner dependable and friendly to nature, environment and people."

The poster uses a personified truck to express the idea that vehicles and people will progress together. The kindly look on the truck's face is an expression of the base from which new technologies are born. This is a lovable character that will attract attention and visually express the idea that commercial and barrier-free vehicles are indispensable partners in our day-to-day lives.

スポンサーシップ・プログラム

自工会は、昨年の第37回東京モーターショーから本格的に取り組んだ「スポンサーシップ・プログラム」を今秋開催の第38回東京モーターショー「働くくるまと福祉車両」(2004年)においても継続して導入すると2月19日(木)に発表しました。現在、(株)博報堂を通じて2月下旬より募集活動を展開しています。

第37回東京モーターショーでは「お客様参加・体験型」をコンセプトにクリーンエネルギー車同乗試乗会や交通安全を啓発するアンゼンジャーショーなど多数の特別企画を実施し好評を博しました。これらの特別企画を実施するにあたり、その原資を確保するために採用したのが「スポンサーシップ・プログラム」です。第38回東京モーターショーにおいても「お客様参加・体験型」のコンセプトを踏襲し、様々なテーマの「シンポジウム」や「働くくるまと二輪車コーナー」(仮称)、福祉車両と周辺機器を体験できる「ウェルフェアパーク」(仮称)、屋外の「多目的ステージ」でのエンターテインメントなどの特別企画を実施する予定です。

同プログラムの対象は国内外の四輪車・二輪車メーカーを除き、東京モーターショーの伝統と品位に相応しい企業としています。スポンサー企業にはスポンサーシップ・フィーに応じて場内やショーパンフレット、東京モーターショーWebサイトに広告スペースを提供するほか、会場での専用ブース設置の権利やスポンサー企業名の露出など幅広い特典を供与します。

【スポンサーシップ・プログラムに関するお問い合わせ】

東京モーターショースポンサーシップ事務局
〒108-8088 東京都港区芝浦3-4-1 グランパークタワー (株)博報堂内
TEL : 03-5446-8950 FAX : 03-5446-8797
Eメール tmsmail.box@hakuodo.co.jp

Sponsorship Program will be retained

JAMA introduced a new "Sponsorship Program" for the first time during the last year's 37th Tokyo Motor Show. On Thursday, February 19, it announced that the Sponsorship Program would be retained for the 38th Tokyo Motor Show—Commercial & Barrier-free Vehicles—(2004). Hakuodo Inc. serves as the contact for the Sponsorship Program and began recruiting activities from the end of February onwards.

The 37th Tokyo Motor Show was widely praised for its "audience participation, hands-on" concept and its wide range of special events, including the Environmental Vehicles Test Ride and the "Anzenger" show, an entertainment promoting traffic safety. The funding for these special events came from the "Sponsorship Program." The 38th Tokyo Motor Show will also be an "audience participation, hands-on" show, with a variety of symposiums, a special exhibit of "working vehicles and motorcycles" (name tentative), a "Welfare Park" (name tentative) with hands-on displays of barrier-free vehicles and peripheral equipment, an outdoor "multipurpose stage" for entertainment, and a wealth of other special events in the planning.

The sponsorship program is open to organizations that are suited to the tradition and dignity of the Tokyo Motor Show except Japanese and foreign automobile and motorcycle manufacturers. Sponsors will receive advertising space in the exhibition site, in show pamphlets and on the Tokyo Motor Show web site commensurate with their sponsorship fees. They will also receive a wide range of benefits, including the right to set up their own booths at the show and other opportunities for name exposure.

For details regarding the Sponsorship Program, please contact:

Tokyo Motor Show Sponsorship Secretariat
c/o Hakuodo Inc.
Granpark Tower, 3-4-1 Shibaura, Minato-ku, Tokyo 108-8088 JAPAN
Tel: +81-3-5446-8950 fax: +81-3-5446-8797
E-mail: tmsmail.box@hakuodo.co.jp



▲昨年第37回ショーでの会場内広告スペースとスポンサー専用ブース。
Advertising space in the hall and sponsor booths at the 37th Tokyo Motor Show.



▲特別企画の一つとして小学生が参加したシンポジウムも開催された。
One of the special events was a symposium that elementary school students participated in.

第28回ボローニャモーターショー

会 期 報道関係者招待日：2003年12月4日(木)～5日(金) 2日間
※5日(金)はトレードデーも兼ねる
一般公開日：2003年12月6日(土)～14日(日) 9日間



▲メインゲート
Main Gate

イタリアにおけるOICA公認のモーターショーはトリノでしたが、2001年以降海外出品者が集まらず、開催されていません。そのような状況下、イタリア北部の交通の要衝で毎年開催されている本ショーは、事実上「イタリアを代表する乗用車ショー」であると言えます。

会場であるBologna Fiereは、ボローニャ中央駅からタクシーで約5分、ボローニャ空港より約9kmに位置しています。またボローニャ中央駅からはシャトルバスが運行されており、アクセスは良好です。展示場は大小約20ものホールに分かれている事もあり、ショーとしての一体感がありませんでした。また各ホールは細長い構成になっており、展示し難いように思われます。また屋内外共通して言えるのが、東京モーターショーなどに比べ清掃スタッフが少なく、ゴミの収集が不十分なことでした。

入場料は22ユーロ(約3,000円)ですが、イタリアで映画を見るのに9ユーロ(約1,200円)しか掛からない事から割高感があります。来場者は圧倒的に若年層の「クルマ好き」で占められていました。

出品者数は19カ国約300社、出品メーカー(ブランド)はトヨタ、日産、ホンダ、スバル、三菱、マツダ、いすゞの日本勢や、アルファロメオ、フィアット、フェラーリ、マセラティ、ランボルギーニ、ランチアのイタリア勢等が独自ブースを構える中、カロツェリアの代名詞とも言うべきピニンファリーナも独自ブースを構えていました。

屋外会場には、様々なレースを行うレース場や、トヨタ、日産、ホンダ(2輪)、フィアット、ランドローバー等ブランド別のトライアルゾーンがあり、人気を呼んでいました。



▲会場内レース場
Racing Track at the Show

なお総来場者数は、主催者発表で1,280,780人。屋外会場に程良く来場者が分散していた為か、屋内展示ホール内は休日でもゆったりと視察する事が出来ました。

The 28th Bologna Motor Show

Dates: Press Day: Thursday, December 4– Friday, December 5, 2003
(5th was also Trade Day)
Public Show Days: Saturday, December 6 to Sunday, December 14, 2003 (9 days)



▲ピニンファリーナブース
Pininfarina Booth

Italy's OICA-sanctioned motor show took place in Turin, but it has not been held since 2001 because of a scarce number of foreign exhibitors. That makes the Bologna show, which is held at a major transportation hub for the Italian North, the *de facto* "Italian passenger car show."

The site, Bologna Fiere, is about 5 minutes by taxi from the city's Central train station and about 9 km from the airport. There is a shuttle bus from Bologna Central to improve access even more.

The exhibition is split up into 20 or so halls of various sizes, which robs the show of any feeling of unity or integration. The halls themselves are long and narrow, and therefore, one would think, difficult to exhibit in. If there is one unifying factor among the halls and outside areas, it would have to be the amount of uncollected garbage. The cleaning staffs seemed much less compared to the Tokyo Motor Show and other shows.

Admission, at 22 euros (approximately 3,000 yen), is fairly pricey when you consider that a movie ticket in Italy is only about 9 euros (approximately 1,200 yen). Not surprisingly, most of the visitors were young car enthusiasts.

Approximately 300 companies from 19 countries exhibited. Japanese exhibitors (brands) included Toyota, Nissan, Honda, Subaru, Mitsubishi, Mazda and Isuzu; Italian exhibitors included Alfa Romeo, Fiat, Ferrari, Maserati, Lamborghini and Lancia. Among them, Pininfarina, a name virtually synonymous with "carrozzeria," also had its own booth.

The racetrack was one of the most popular outside venues, and a number of races were indeed held. Also popular was the trial zone by brand, which featured cars from Toyota, Nissan, Honda (motorcycles), Fiat and Land Rover, among others.



▲フィアットトライアルゾーン
Fiat Trial Zone

The organizer placed the total number of visitors at 1,280,780. Even on the holidays, it was very easy to walk around and view the indoor exhibits, perhaps because the show did a good job of dividing visitors between the indoor and outdoor areas.

第74回ジュネーブモーターショー

会 期 報道関係者招待日：2004年3月2日(火)～3日(水)2日間
一般公開日：2004年3月4日(木)～14日(日)11日間
会 場 パレクスポ (Palexpo)・ホール1～7およびコンファレンスセンター・ルームC
開場時間 平日 10：00～21：00、土・日 8：00～18：00
入 場 料 大人：12スイスフラン(17:00～は9スイスフラン)
小人(6～16歳)：7スイスフラン
団体(20名以上)：7スイスフラン
全日通し券：70スイスフラン <1スイスフラン：約90円>
出 品 数 出品国：30カ国、出品者：262社、ブランド数：924
ワールドプレミア：56(うちコンセプトカー18)
ヨーロッパプレミア：29(うちコンセプトカー8)
スイスプレミア：54(うちコンセプトカー5)
<※プレミアとは、初披露のこと>
展示場面積 114,000m²
(2003年ホール6が新設されたため、21,000m²増床した。)
入 場 者 729,629人(前回比103.7%)

The 74th Geneva International Motor Show

Dates: Press Day: Tuesday and Wednesday March 2-3, 2004
(2 days)
Public Show Days: Thursday, March 4 through Sunday, March 14, 2004 (11 days)
Venue: Palexpo Halls 1-7 and Conference Center Room C
Hours: Weekdays: 10:00–21:00; Saturdays and Sundays: 8:00–18:00
Admission: Adults: 12 SFr. (9 SFr. after 17:00)
Children (6-16): 7 SFr.
Groups (20 or more): 7 SFr.
Season Ticket: 70 SFr. (1 SFr. equals approximately 90 yen)
Exhibitors: Countries: 30; Exhibitors: 262; Brands: 924
World premieres: 56 (of which, 18 concept cars)
European premieres: 29 (of which, 8 concept cars)
Swiss premieres: 54 (of which, 5 concept cars)
Floor Space: Exhibition covered 114,000 m²
(21,000m² added with the completion of Hall 6 in 2003)
Visitor target: 729,629 (103.7% v.s. PY)



▲ ララーキ車(モロッコ)を覗き込む報道関係者
Press looking into Lalaki (Morocco)

ジュネーブショー全景
Exhibitors in the halls ▶



ザガート車(イタリア)とモデル
▼ Zagato (Italy) and the model



まず、会場に足を踏み入れると、ホール1～6までは一直線に連なった建物構造で非常に見通しが良く、初めて訪れた来場者にも判りやすいレイアウトとなっており、世界を駆け巡るメディアの評価が高い理由が実感できます。天井はフラットで高さもさほどありませんが、社名のみ大きく記されたシンプルな吊り下げサインが、一層の整然さをもたらしています。

会場の共通通路幅は、東京ショー会場の半分の約4.5mですが、一般公開初日の混み具合を体験しても、充分快適でした。しかし、床高は約15cmの段差があるためバリアフリーへの配慮が薄く、ホール内の随所に赤い灰皿スタンドが設置され、喫煙にも極めて寛容でした。

ショーに彩りを添えるコンパニオンの姿は、ちらほら見受けられますが、車両の説明は行わずあくまでも写真撮影用のモデルです。

各社の小間位置は毎年ほとんど変わらず、企業グループ別の共同・隣接展示となっています。ホール1・2は、VWグループとGMグループが大半を占め、ホール4は、ルノー・日産グループ、ホンダ、スズキ、ダイハツ、トヨタの日本メーカーが多く出品し、ホール5は、フォードグループ、フィアットグループが、ホール6には三菱、プジョー、BMW、ダイムラークライスラー、シトロエン、ヒュンダイなどが展示されていました。

また、特別企画は『歴代レーシングカー』の展示のみで、ショー全体がひたすら“クルマを見せる”ことに注力しており、東京ショーがエンターテインメントを増やしていく傾向とは、趣きを異にしています。ジュネーブショーの特徴は、大手と中小メーカーが出品国・ブランドを問わず、フェアでバランス良く同一フロアに展示することに表れていますが、まとまりのある洗練されたショーという印象を強く持ちました。また、来場者向けに詳細な展示車両情報などを満載したカラー刷りのガイドブック(100頁もの)を無料配布していました。次回ショーは100周年に当たるため、ジュネーブショーがどのような企画で迎えてくれるか、今から楽しみです。

The first impression one gets upon entering the exhibition is that it is very easy to understand how everything is laid out, even if you have never been there before, because Halls 1-6 are set out in a straight line, allowing visitors to take in the entire exhibition at a glance. That is probably one of the reasons why the Geneva Show is given such high marks in the world media. The ceiling is flat and not particularly high. There are simple signs hanged, bearing the exhibitor's name, but this too gives a feeling of neatness and organization.

Common aisles are about 4.5 m wide, which is half the size of the Tokyo Show's, but more than sufficient to be able to navigate in comfort even through the first public day crowds. It was, however, a bit surprising to see the 15 cm step up to the exhibition floor, an indication that barrier-free concerns have not really been taken into account, and the red ashtray stands scattered throughout the halls, an indication that the show is very tolerant of smoking. Some models were on hand to give the exhibits color, but they were there merely for photographs and did not explain the vehicles.

Exhibitors' booth locations change very little from year to year, with the show putting members of the same corporate group in common or adjacent booths. Halls 1 and 2 were dominated by the VW and GM Groups; Hall 4 had mostly Japanese firms: Renault-Nissan Group, Honda, Suzuki, Daihatsu and Toyota. In Hall 5 were the Ford Group and Fiat Group. Hall 6 contained Mitsubishi, Peugeot, BMW, Daimler-Chrysler, Citroën and Hyundai. The only special event was an exhibit of "Historical Racing Cars." The Geneva Show focuses on "showing cars," in contrast to the Tokyo Show's tendency to go for more entertainment. The Geneva Show is also distinguished by the fact that exhibitors are all on the same floor, located in a fair and balanced fashion regardless of their size, country or brand. And in spite of this, the show still achieves a very refined, cohesive image. At the show site, a free color guidebook (100 pages) with details on the exhibited vehicles was available to all visitors. The next show will mark Geneva's centennial. We look forward to seeing how the Geneva show will celebrate this milestone.