



近未来のクルマづくりを提示

環境・安全・IT技術で競う

“夢の未来カーに大きく近づいた” それを実感できるのが今回のショーの見どころだ。最近まで次世代クリーンエネルギー車だった燃料電池（FC）車が街を走り出し、ハイブリッド車も一般に普及、その技術進歩の早さに驚かされる。ITも進化しクルマが縦列駐車支援とか衝突衝撃を軽減する新技術も公開している。次世代のカーライフを豊かにするコンセプトカーが豊富に出品され、話題を集めている。



ジープブランドの世界を広げた「トレオ」



運転席が速度に応じて変化する「PM」



都市型コミューター「S-RIDE」



シンプルなフォルムに和の心を融合「KIWAMI」(極)

世界初・日本初の出展は四輪・二輪合わせて192で世界トップクラス

環境なくしてクルマの未来はない、との認識から各社ともクリーンカーやエコカーに取り組む姿勢を強めているのが目立つ。すでにFC車のリース販売を始めたトヨタが、さらに新コンセプトのFCHV「Fine-N」、ホンダもシンプルさを追求したフォルムと室内の和の心とを融合させたプレミアムセダン「KIWAMI」を出品。日産は新モデルのFCV「X-TRAIL」を披露、今年度中に限定リース販売する。軽自動車ではスズキがGMと共同開発の「MRワゴンFCV」が話題だ。ハイブリッド車の提案も多い。トヨタがスポーツとエコロジー・IT技術を融合した「CS&S」、ホンダの8人乗りミニバン「ASM」、マツダがガソリンと水素の両方を燃料とした水素ロータリーエンジンを搭載した「RX-8」の試作車。軽自動車ではダイハツの世界一の超低燃費車リトル当たり60キロも走る「UFE-II」を紹介している。

新型車では近く発売する参考出品車が数多く先行公開されているが、最新モデルではグローバル市場を意識してか3ナンバーサイズが増えているのが特徴。軽自動車は拡大規格車の二世帯車がデザインや性能アップされて勢揃いしており、スバルも「R-2」を参考出品。女性ファンから注目されそうだ。

次世代のカーライフを豊かにするコンセプトカーや遊

び心のあるアイデア車が面白い。三菱自動車が車内を飛行機のcockpitを連想させる4人乗りオープンスポーツカー「ターマックスパイダー」、トヨタブースでは運転席が速度に応じて上下に変化する1人乗り小型電気自動車「PM」が実演されていて人気だ。スズキも二輪車の楽しさと四輪車の実用性を兼ねた前後二人乗り軽自動車「S-RIDE（エスライド）」を公開、ショーでの人気によっては市販も考えたいとしている。

外国車部門ではダイムラークライスラーが東京モーターショー初公開の次世代ジープ「トレオ」を出品、都会でもアウトドアでもアクティブなライフスタイルを実現し、若い層をターゲットにしている。

二輪車部門は新技術や未来を見据えたデザインの採用、それに04年モデルが各社から出展されているので若者たちの関心を集めよう。また部品コーナーは安全性や環境をテーマに未来志向の新技術を展示しているが、中でも豊田自動織機が駐車支援システム体感コーナー、アラコの近未来シート体感コーナーが話題を集めそうだ。

いずれにしても東京モーターショーはもともと世界に向けてのクルマや新技術の情報発信基地としての伝統があるだけに今回も進化していく多彩なクルマの形が見られる。



報道公開・プレスブリーフィング会場から

「世界戦略」「環境」「革新」 をアピール

第37回東京モーターショーに出品する自動車メーカーなどが、22、23の両日、一般公開に先立って内外報道関係者に展示ブースを公開した。会場では、各社のトップによるプレスブリーフィングが行われ、今回の見どころと経営戦略などについて報道陣の前でアピールした。



世界に向け情報発信する絶好のチャンス —— 国産車各社

近く発売予定の新型モデルもお披露目

世界に向け情報発信する絶好のチャンスを逃すな……。プレスブリーフィングの各社の持ち時間は20分間。制限時間内にインパクトのある情報をどこまで発信できるかというのもトップの腕の見せどころでもある。報道公開初日の22日には約8000人の報道関係者が詰めかけたが、東京モーターショー開幕に合わせて隣接の幕張のホテルでは、日米欧の主要自動車メーカーの首脳らが一堂に顔をそろえた「グローバルミーティング」が開かれたこともあって、同行取材を兼ねて来日した外国人特派員たちの姿も多く目立った。

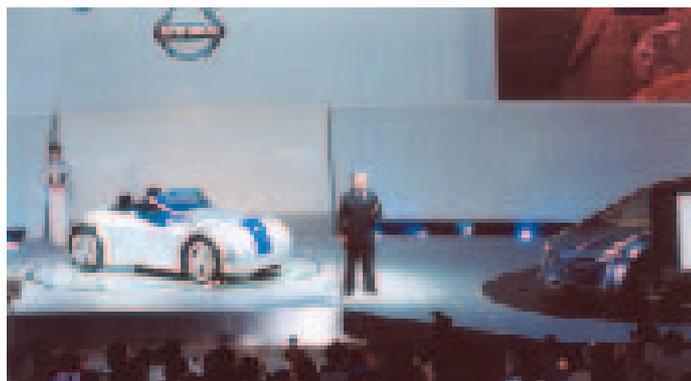
それぞれの展示ブースでは、各社のトップが相次いで、環境技術への取り組みなどを柱とした経営戦略をアピールするとともに、環境にやさしい近未来カーのコンセプトモデルなどを初公開。国内をはじめ世界市場での販売競争の激化を反映し、需要拡大を狙って近く発売予定の戦略車の新型モデルをいち早くお披露目するなど、販売促進に積極的なメーカーも多かった。

国内メーカーで最初にブリーフィングを行った日産自動車は、カルロス・ゴーン社長がユニークなスタイルのコンセプトカーの「ジクウ」に和服姿のモデルを同乗させて登場。今年は日産創業70周年と江戸開府400年が重なる年から「この車のように先進技術と伝統の技の融合をはかって、これからも可能性の限界に挑戦する」と語った。

また、トヨタ自動車の張富士夫社長は「環境への対応



「環境への取り組みが最重要」と語る張・トヨタ社長



「チャレンジスピリットを持続させる」と熱弁をふるうゴーン日産社長

なくして、自動車の未来はない」と述べ、「地球環境保全への取り組みは経営の最重点課題として位置付けている」と強調した。前回はトヨタとの共同会見だったが、今回は単独で会見したダイハツ工業の山田隆哉社長と、富士重工業の竹中恭二社長も「環境技術への取り組み」などを今回のキーワードに取り上げた。三菱自動車工業のロルフ・エクロート社長は「ダイムラー・クライスラー社と燃料電池車を共同開発中」と、環境面でのグループ力を強調した。

ホンダの福井威夫社長、マツダの井卷久一社長、スズキの津田紘社長は今年に入ってから社長に就任、プレスブリーフィングでは初のスピーチとなった。福井社長は「今回は自由な発想から生まれる革新的なコンセプトを具現化するための“自在技術”がテーマ」と語ったほか、井卷、津田の両社長も新鮮さをアピールしながら注目のコンセプトカーや新車の投入計画などを力強く語っていた。



“飛び入り”参加したF1日本GPで6位入賞を果たした佐藤琢磨選手と福井・ホンダ社長

クルマづくりの伝統と日本市場での拡販を強調 ―― 輸入車各社

提携関係ベースにグローバル戦略を披露

提携関係にある日産自動車の対面にコーナーを設けたルノーがブリーフィングで強調していたのは「ルノー、退屈へのレジスタンス」。F1マシンからコンセプトカーやお洒落な感じのデザインを活かした「メガーヌ」など主力市販車まで、現在から未来につながる流れをアピール。フォルクスワーゲン（VW）では、日本市場での輸入車ブランドシェア・トップの実績を背景にして、ベルントピシュツリーダー会長が参考出品の新型「ゴルフ」と「コンセプトR」を中心に「クルマに対する情熱」とVWデザインやテクノロジーの高さを強調した。

ゼネラルモーターズ（GM）のコーナーは、オペル、サブと共同展示だが、ロバート・ラッツ副会長が「時代の変化に迅速に対応して、他と同等ではなくトップの座を維持する」と宣言、ブリーフィングに同席したスズキ・鈴木修会長、富士重工業・竹中恭二社長を前に、「パートナーの販売ネットワークを積極的に活用する」と、日本市場に対する積極的な取り組み方針を披露し、日本国内でGM連合を印象づけた。

ワールドワイドな提携関係を構築したダイムラー・クライスラー（DC）では、メルセデス・ベンツ、クライスラー、スマートのコーナーを分けながらも、それぞれのブランドを印象づけていた。ユルゲン・フベルト代表取締役メルセデス乗用車部門最高責任者が、メルセデス・ベンツは「世界の自動車をリードする先進技術を開発し続ける」と強調した。

マツダをコーナーの一角に配置したフォード・グループの展示にはフォード、ボルボ、ジャガー、ランドローバー、アストンマーチンが並ぶ。それぞれのブリーフィングの中でフォードは、「T型フォードから100年のクルマづくり」を前面に打ち出しながらも、欧州フォードを含めた世界ネットのグループ力をアピールした。

BMWは、ヘルムート・パンケ会長が「アジア市場で5年後に15万台」を目指すことを表明し、魅力ある商品の投入など「BMWに現状維持ということはない」と宣言、現代自動車はグローバルスローガンを掲げて世界市場への展望と意欲を明らかにした。



各国の子供たちとともにフベルトDC代表取締役



GMコーナーで鈴木修スズキ会長(左)とラッツGM副会長



「クルマづくり100年」をアピールするパリー-ジョーンズ・フォード副社長

◆ 声も弾む念願のショー 車いす利用者特別見学

一般公開日には大変な混雑が予想される東京モーターショー。一般公開を前に比較的余裕のあるプレスデー2日目の23日午後、車いすを使っている人にゆっくり見てもらおうと企画したのが「東京モーターショー車いす利用者特別見学日」。この日車いす利用者が254人、付き添いの人が346人、合わせて600人が来場、モーターショーを楽しんだ。

「念願のショーをゆっくり見ることができてとても嬉しい」（栃木県鹿沼市の倉野和樹さん）。「従来の発想と違う車ばかりで驚いた」（長野県中野市・丸山和夫さん）。その声弾んでいた。

特別見学は01年の第35回で実施する準備を進めていたが、米国のテロで中止した経緯がある。今回が初の試みとなるが「是非、次回も」（神奈川県秦野市・日置好子さん）というのが来場者に共通した意見。



◆ スポンサーシップ・プログラム参加企業を紹介 — 中央モールにブースを設置 —

今回初めて導入したスポンサーシップ・プログラムに参加したオートウェブ、翼システム、ソニー・コンピュータエンタテインメントなど8社を紹介するブースが中央モールに開設されている。スポンサーシップ・プログラムは、付加価値の高い、魅力的な国際モーターショーとするために導入したもの。

ブースにはこのほか昭和シェル石油、モバイルキャスト、マイクロソフト、日本たばこ産業、それにサントリーを加えた企業名を表記するかたわらカタログやパンフレットを置いて来場者に企業をPR。新たな企業告知方法として注目を集めよう。



TOPICS

取材を楽しむ小学生記者

プレスデーの初日、一般の記者に交じって子供の記者がモーターショーの取材に。朝日小学生新聞と朝日新聞の募集に応募して選ばれた小学生5人(男子3人、女子2人)。胸に記者証をぶら下げ、カメラと取材手帳をもって展示車に乗り込んだり、質問したり、どの「記者」も積極的。そして皆「面白い。楽しい」を連発。そんな中で「安全と環境について質問しています」(江戸川区立鎌田小学校 小倉啓君)。この言葉に代表されるように一様に環境に興味を示していたのが印象的。「きょうの取材成果を学校で発表したい」(相模原市立大野小学校 渡辺美咲さん)という記者も。午後には燃料電池車の勉強もして会場を後にした。



今日のイベント

★ シンポジウム

14:00~17:30 **高齢者のための車両安全対策**
— 第4回自動車安全シンポジウム —
(国際会議場2階・201号室)

15:00~16:30 **The History of the Tokyo Motor Show**
~歴史を塗り替えた出来事に迫る~
(国際会議場2階・国際会議室)

★ フィエスタ・マリスコス

14:15~14:45 フェスティバルパーク(西休憩ゾーン)

★ トラフィック戦隊 アンゼンジャーショー

16:00~16:30 フェスティバルパーク(西休憩ゾーン)

★ クリーンエネルギー車同乗試乗会

10:30~16:30 環境体験ランド(幕張海浜公園)

10月23日のプレス来場者数 **4,300人**

プレスデー来場者数合計 **12,300人**

新しい印刷手法を使った情報活用はもう、こんなに進化している…。

▼ オンデマンド印刷に関するコンテンツ満載。最新トレンドがすぐわかります。

DocuPlaza (ドキュプラザ) <http://www.docu-plaza.com/>

Color DocuTech 60

機材協力：富士ゼロックス株式会社

用紙協力：富士ゼロックスオフィスサプライ株式会社

このニュースは「Color DocuTech 60」で、再生コート紙「eCOAT105」に出力しています。

eCOAT105

THE DOCUMENT COMPANY

FUJI XEROX