

大阪電気通信大学

総合情報学部 デジタルゲーム学科

卒業研究論文

# 「若者のクルマ離れ」と 自動車産業の将来性

2021. 1. 31

マーケティング・マネジメント&キャリア開発 研究室

HW17A022 内山 魁人

## 【目次】

はじめに	4
第1章 日本における自動車産業の歴史	4
1-1 日本での自動車の息吹	4
1-2 第二次世界大戦と自動車産業の復興	5
1-3 躍進する自動車産業	6
1-4 バブル崩壊とその余波	8
第2章 「若者のクルマ離れ」の背景とその解決	9
2-1 「若者のクルマ離れ」の現状分析	9
2-2 自動車の必要性	10
2-3 道路交通法の変化	11
2-4 若者のライフスタイルの変化	12
2-5 経済状況と若者の気質変化	13
2-6 自動車価格の値上がり	15
1) スポーツカーの価格推移	15
2) 大衆車の価格推移	17
3) 軽自動車の価格推移	18

2-7 若者のニーズ	20
1)収入とローンの問題	21
2)税金の問題	21
3)デザインと値段の問題	22
<b>第3章 自動車産業の未来</b>	<b>22</b>
3-1 自動車のコモディティ化	22
3-2 自動車とコンピュータの結合	24
<b>おわりに</b>	<b>24</b>
参考文献	26

はじめに

「若者のクルマ離れ」と言った言葉を聞いたことがあるだろうか。これは、戦後から現代にかけて成長を遂げてきた自動車産業で扱われる、社会問題にもなっている現象である。筆者はこの言葉を知ってはいたが、気に留めたことはなかった。しかし、筆者の進路が自動車販売業界に決まってから、「若者のクルマ離れ」という言葉がどこか私の中で引っかかるようになったのである。このことから、本論文では近年の自動車業界における「若者のクルマ離れ」について研究を行うこととする。

自動車産業といえば、日本を代表する巨大な市場で、日本に自動車を持ち込まれてから現代に至るまで様々な発展を遂げ、その時代のニーズにあった進化をしてきた。老若男女、さまざまな顧客がターゲットとなるこの自動車市場だが、やはり企業がメインのターゲットとしたいのは若者であろう。お金はあるが、その場の1台限りになるかもしれない年配の客よりも、これから2台3台と自社の車を買ってもらえる可能性のある若者をターゲットにした方が、企業にとって長い利益がもたらされるからである。

そんな若者が車を買わない、車に興味がないといった現象が起こっている。これが「若者のクルマ離れ」であり、若者に車を買ってほしい企業と、車に興味・関心がない若者の間でギャップが生じているのである。

ここでは、現代に至るまで発展、進化してきた自動車産業の歴史を調べ、「若者のクルマ離れ」の背景と現状、企業と消費者の車への向き合いについて考察し、これからの自動車産業の未来について研究していく。

## 第1章 日本における自動車産業発展の歴史

### 1-1 日本での自動車の息吹

海外で1885～1886年、現在の自動車技術の基礎となったガソリン車が誕生する。日本では、1898年(明治31年)に初めて、海外から自動車を持ち込まれたのだが、その後日本でも自動車製造の試みが始まっていった。1904年(明治37年)には岡山市で電機工場を営んでいた山羽虎夫が、国産車第一号とされる山羽式蒸気自動車を完成させたのである。この車は乗合自動車(バス)としての使用を目的に造られたが、ソリッドタイヤがリムから外れるというトラブルに悩まされ続け、倉庫に放置されるままとなり、乗合自動車の計画は実現せずに終わった。

1907年(明治40年)、純国産初のガソリン車で、また国産で初めて実用化されたガソリン自動車が誕生した。有栖川宮威仁親王殿下が、自動車の輸入・修理を行うオートモービ

ル商会を設立した吉田真太郎と機械技術者の内山駒之助に要請し、10台ほどのガソリン車自動車が作られた。

その後、明治時代末期から大正時代にかけて、自動車の国産化が数多く試みられたが、当時の日本の工業技術は、まだ未熟であったため、国産化は成功しなかった。このような試みのなかで、のちの自動車工業の確立に少なからず影響を及ぼしたのが、1911年に日本初の国産自動車メーカーとして設立され、のちの日産自動車やいすゞ自動車の前身となった快進社と、1912年に設立され日本初の本格的な自動車生産を行った白楊社であった。しかし、欧米との技術の差はまだ埋めがたいものがあった。GMとフォードが国内でノックダウン生産を始めると、市場は寡占状態となり、改進社、白楊社ともに解散してしまうのである。快進社は1930年代(昭和)に入り、1932年(昭和7年)に設立された、のちの日産自動車となるダットサン商会に引き継がれ、翌1933年(昭和8年)にはトヨタ自動車の前身となる豊田自動組織製作所自動車部が設立、解散した白楊社の主要メンバーは豊田自動組織製作所自動車部に入社し、現在の日産自動車とトヨタ自動車が誕生した。

ダットサン商会、豊田自動組織製作所自動車部ともにトヨタAA型やダットサン14型などの意欲的な国産乗用車生産を試みたが、当時の日本車はトラックが中心であったのと、第二次世界大戦に向けて軍需用トラックの製造が開始されたため、乗用車の開発は中断を余儀なくされた。

## 1-2 第二次世界大戦と自動車産業の復興

第二次世界大戦に敗戦した日本は占領下におかれ、様々な産業活動は制限を受けることになった。自動車産業はゼロどころかマイナスからのスタートとなり、生産設備などに大きなダメージをうけたのはともかく、当初はGHQから乗用車の生産を禁止されていたのだ。しかし、戦中に軍需と強い関係のあった産業に対して厳しい監視が入っていたにもかかわらず、自動車産業は戦後復興に早く着手されたのだ。

対戦による戦災で、日本の船舶、自動車、鉄道などの輸送機関は壊滅状態に追い込まれた。自動車産業の復興が早急に行われたことの理由の一つは、鉄道の復旧に時間がかかりすぎることである。そのため、国民生活のために生活物資を輸送する手段の一つとして、自動車への期待が高まったのであった。もう一つの理由としては、自動車産業は戦前、戦中期から軍需目的で政府による保護育成が行われていたことにある。そのため、生産設備や生産技術に多少の備蓄があったのである。この時期をターニングポイントに、鉄道機関も次第に復興し、発達していくことになるのだが、自動車中心の輸送社会へと転換していくことになったのである。

1949年には、GHQによる自動車制限が解除され、戦後の日本の本格的な自動車生産は、海外の車両のノックダウン生産といった形で始まった。ノックダウン生産とは、海外で生産された主要部品を輸入して、組み立て・販売する手法のことである。日野自動車はルノー(フランス)、いすゞ自動車はヒルマン(イギリス)、日産自動車はオースチン(イギリス)と提携し、欧米の最新の自動車生産の技術を学んでいったのであった。そんな中、トヨタ自動車は独自の路線をとり、純国産乗用車にこだわって開発を進めた。そして、1955年にトヨベツト・クラウンを発表したのである。

ヨーロッパでは小型車が普及し、自動車産業黄金期を迎えたアメリカでは大排気量のエンジンを搭載した大型車が人気を博していたが、日本では独自の路線での進化を遂げ、軽自動車のジャンルが発展していった。1950年代半ばから日本は高度経済成長期に入り、1955年(昭和30年)には通商産業省が"国民車構想"を発表。"国民車構想"とは、一般市民に対して国が自家用乗用車を所有することを推進する自家用車生産計画のことで、ある一定の要件を満たす自動車の開発に成功すれば、国がその製造と販売を支援するといった内容である。実際には、要求される目標が高すぎて実現できず、構想そのものは不発に終わってしまった。しかし、このことをきっかけに各メーカーが開発競争を繰り広げ、乗用車の国産技術とモータリゼーションを急速に進歩させたのである。1964年(昭和39年)に東京オリンピック、1970年(昭和45年)には大阪万博が開催されるなどの影響から、さらに特需が続き、日本のGNP(現在のGDP)は世界2位にまで到達する。このころから、消費者たちは豪華で大きな車を求めるようになっていき、トヨタはのちの国民車ともいえる初代カローラを1966年(昭和41年)に発売したのだ。カローラは1968年~2001年の33年間、国内販売台数1位を維持し続けたベストセラーカーとなるほどの人気の高い車種であり、これに対抗するかのよう日産からもサニーが発売。トヨタ vs 日産の構図で販売競争が激しさを増していくのであった。

### 1-3 躍進する自動車産業

しかし、1970年代に入ると、自動車を取り巻く環境は一変してしまう。自動車の保有者人口が年々増加するとともに交通事故死亡者が増加し、1970年(昭和43年)には交通事故で年間死亡者が市場最悪の1万6765人となり、交通渋滞等の問題も次々と発生していったのだ。また、自動車の排気ガスによる環境汚染が大きな社会問題として取り上げられ、大気汚染防止法(日本)や、マスキー法(アメリカ)が制定された。マスキー法は大気汚染防止法よりも厳しい基準が定められており、欧米の自動車メーカーは達成が不可能としてこれに激しい拒否反応を示したため、廃案となってしまったが、これをきっかけに各自動車メーカーは自動車開発において排気ガス対策を余儀なくされたのであった。そして1973

年(昭和 48 年)にはオイルショックが起こり、ガソリンの価格が暴騰してしまう。これにより自動車の低燃費化が求められるようになったのだが、ここで世界をリードする技術を示したのが日本車だったのである。肥大化したアメリカ車に比べて、圧倒的な燃費を誇る日本の小型車は、アメリカ市場で次第に販売台数を伸ばしていき、さらにはホンダが規制に適合する CVCC エンジンを開発、発表し世界に衝撃を与えるまで至った。その後も日本製の自動車は、アメリカ市場で順調に販売数を伸ばし、1980 年(昭和 55 年)には、日本の自動車生産台数が世界ナンバー1 となり、アメリカとの間に貿易摩擦を引き起こすようになったのだ。

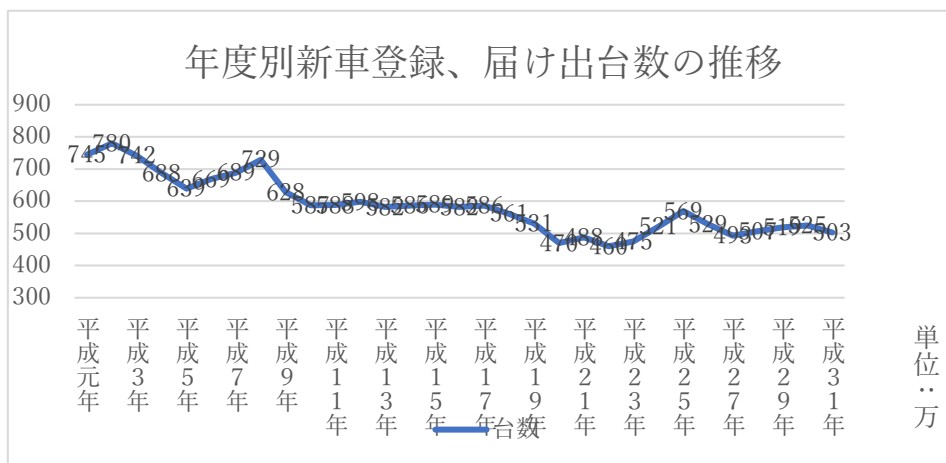
そして日本はバブル景気に突入し、さらに日本車の快進撃は続いた。トヨタのセルシオ、日産のスカイライン GT-R、ユーノス ロードスターなどの名車が次々とデビューし、日本車の名声を確固たるものとしたのだ。また、アメリカ市場に日本のプレミアムブランドとして、トヨタの「レクサス」や日産の「インフィニティ」などのブランドを設立したのであった。当時はハイソカーブームがおこり、高価で高級な車が飛ぶように売れていた時期でもあった。ハイソカーとは、ハイソサエティを意味する"ハイソ"、訳すと「上流階級」となるいわゆるセレブカーのことである。実際には上流階級の人たちが乗っていた超高級車といったわけではなく、あくまでもベースは国産車であるため、上流階級"風"といった表現が正解である。このブームの火付け役として活躍したのが、1986 年(昭和 61 年)に登場したトヨタの 2 代目アソラであり、初代からハイソカーとして注目されていたのだ。モデル末期でも人気があっただけに 2 代目の基本デザインは初代を踏襲しており、TEMS やエレクトロマルチビジョンモニターなど、電子制御を採用しつつ、電子制御のエアサスも世界初で採用するなど、バブル時代の盛り上がりとともに人気はうなぎのぼりであったのだ。他にも様々なハイソカーが登場し、人気を博したが、中でも大ヒットと呼べるほどの人気を見せたのが日産の初代シーマである。"シーマ現象"と呼ばれるほどの爆発的なヒットを飛ばし、1988 年(昭和 63 年)の流行語にもなったほどである。ハイソカーブームの凄いところは、車そのものを楽しむのではなく、デートや異性との交友のために利用する男子大学生の消費者が多かったことである。これはデートカーブームと同じようにも思えるが、ハイソカーが先鞭をつけたといえなくはない程度で、全くの別物というのがまたバブル期のすごいところである。そして 1990 年には、日本車初のスパースポーツカーであるホンダ NSX が登場した。これはオールアルミのモノコックボディに 3 リッター V6 エンジンを搭載したモデルで、高性能と、大きなトランクを備えて AT も選べるという実用性を兼ね備えていたのだ。それは、世界のスポーツカーメーカーを震撼させるのに十分な品質と、完成度の高さを見せつけたのである。

### 1-4 バブル崩壊とその余波

このように華々しい発展を遂げた日本の自動車産業であったが、バブル崩壊がもたらした大不況とともに、衰退することになる。「失われた10年」と言われるバブル崩壊は、当然ながら経済を衰退させ、それにより個人消費を大きく減少させる。こうなってしまうと自動車を購入しようとする意欲は失われ、日本の新車登録台数は1990年(平成2年)の7,803,062台をピークに、現代に至るまで減少の一途を辿っている。自動車業界におけるバブル経済の残した負の遺産は、絶頂とも言える好景気から続く日本全国の総中流意識がもたらした、豪華さや贅沢の追求にあったと考えられる。第二次世界大戦後の自動車産業は経済の成長とともに急激に発展していったが、そこではメーカー間における過剰な競争が繰り広げられ、豪華な自動車が次々と生み出されていったとともに、消費者もそれを当たり前のようにしてきたのだ。過剰な競争によって生み出された、高価格で贅を尽くした装備、卓越した走行性能をもったバブル期の自動車は、潤沢な開発費用がかけられたうえに、高価な素材がふんだんに使われていた。初代トヨタセルシオ、日産スカイラインGT-R、ホンダNSXなど、世界の自動車史に名を残す一方で、いきすぎた贅沢からなかなか脱却できなかったといった点が、バブル崩壊後の日本の自動車産業が低迷していったと言えるのだ。

バブル崩壊後、低迷していた新車登録台数だが1994年(平成6年)から、3年にわたって前年比からプラスを続け、わずかではあるが持ち直しの兆しを見せていた。しかし、1997年(平成9年)に消費税率が3%から5%に引き上げられたのをきっかけに、日本の消費全般が冷え込み、新車市場も再び減少に転じてしまうのであった。(図①参照)

(図①)



(出展：石川県自動車販売店協会)

それ以降は、ほぼほぼ横ばいで推移してきた新車登録台数だが、2006年(平成18年)ごろから再び減少に転じ、2008年(平成20年)に起こったリーマンショックを受け、過去最低記録の470万台を記録してしまうのだが、2010年(平成22年)からのエコカー補助金制度の



効果もあって、再び増加傾向へと転じる。2012年(平成24年)には二度目のエコカー補助金制度が実施され、当時の軽自動車人気も相まって大幅な増加を見せた。その後は、新型ハイブリッド車の発売や自動車税増税などの出来事があり、ほぼ横ばいの推移を見せている。

## 第2章 「若者のクルマ離れ」の背景とその解決

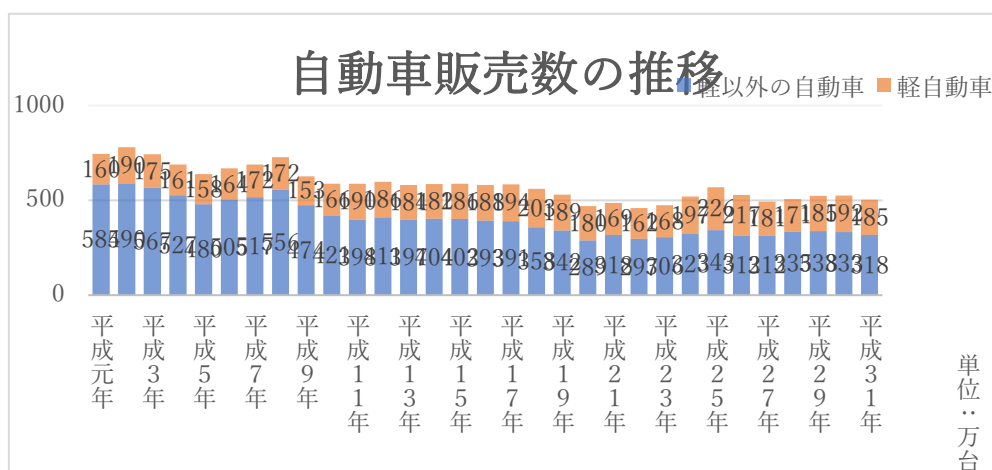
### 2-1 「若者のクルマ離れ」の現状

第1章では、日本に自動車を持ち込まれてから現代までの歴史を追い、衰退に至るまでの過程をまとめ記した。次に、本論でもある「若者のクルマ離れ」に焦点を当てて分析していこうと思う。

筆者は、政府が統計を取る「車離れの若者」として定義されている18歳～29歳に該当し、主観として本論における過去から未来、現在を語るができないため、30代後半の諸先輩方に話を伺い、主観情報の補足を行なった。

第1章でも少し触れたが、現在30代後半以前の時代には、車といえば異性との交友におけるツールであり、ステータスそのものであった。その中でも主たる車種としては、ハイソカーやスポーツカーの名前が挙がる。RT-7を筆頭に、180X、ハチロク、エボ、GT-Rと、ミニバンや軽自動車が主流の現代では考えられないのである。それがいつのまにか、「若者のクルマ離れ」という言い方が定着してしまっているようになった。具体的な年数はわからないが、先輩方によると20～30年ほど前からそう言われるようになったらしい。そこで、自動車市場の推移を調べてみることにした。(図②参照)

(図②)



(出展: 一般社団法人日本自動車販売協会連合会)

図②から読み取れることは、最高販売台数の平成2年から平成31年にかけて、総販売台数が激減していることが挙げられるが、平成2年から平成31年にかけての軽自動車の販売推移はほとんど変わらないということである。このことから、単に車離れしている、といった

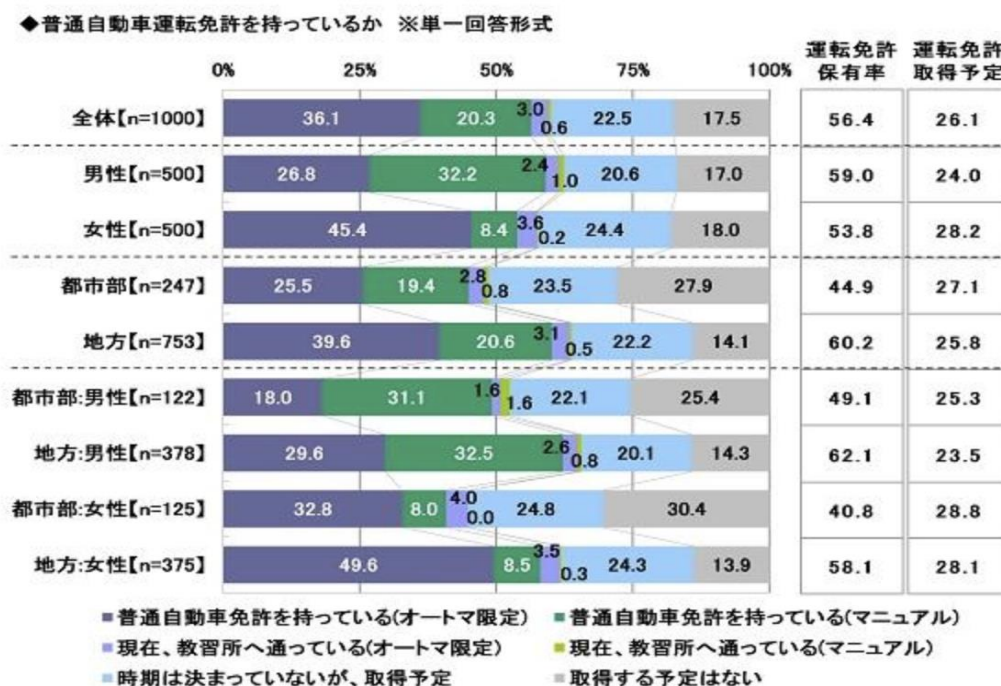
わけではなく、スポーツカーやステータスとして購入されていた自動車が購入されなくなったのでは、と推察することができる。

## 2-2 自動車の必要性

次に、実際に若者は本当に自動車に対する興味がないのか、それとも、興味はあるもののみただ単に買わないだけなのか。これをデータで見てみることにした。

自動車保険大手のソニー損保が毎年実施している「2020 年度 新成人のカーライフ意識調査(有効回答 1000 人)」によると、新成人の 56.4%が普通自動車運転免許を取得済みで、マイカー所有率は 14.8%であることがわかる。AT 車限定が 36%で、MT 車可の普通運転免許が 20.3%といった内訳である。また、教習所に現在通っている人(AT 車限定 3%、MT 車可の普通運転免許 0.6%)や、いずれ免許を取得しようとしている人(22.5%)を含めると、約 82.5%の人が運転免許を取得する計算になる(図③参照)。

(図③)

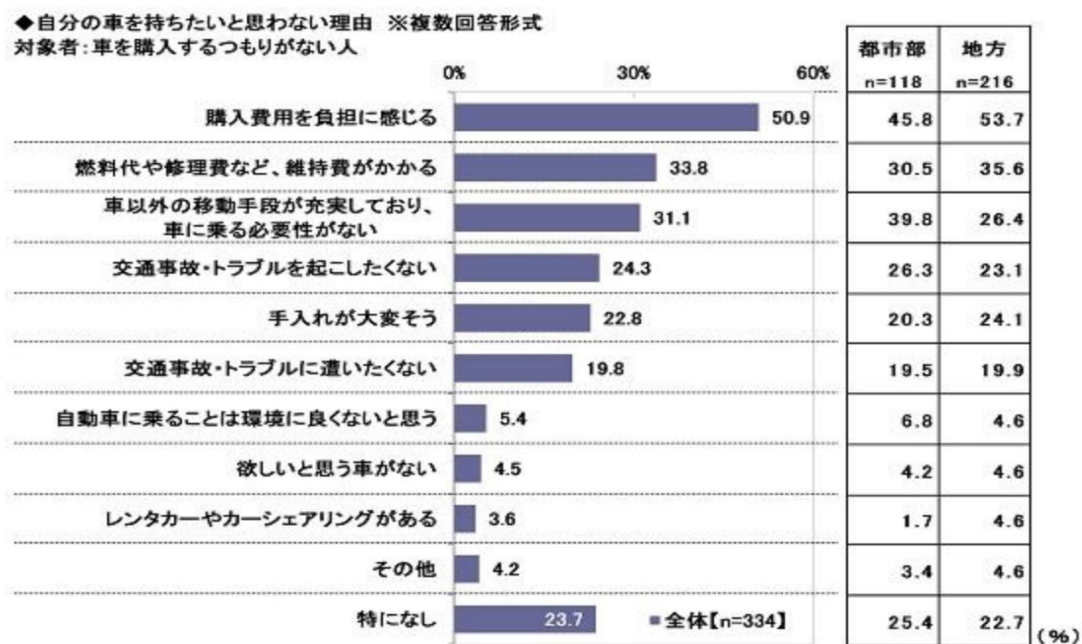


(出展：ソニー損保「2020 年新成人のカーライフ意識調査」)

しかし、内閣府が発表する「主要耐久消費財等の普及・保有状況」によると、運転免許保有者のうちの自動車保有率は、29 歳以下は 57.5%となっている。これは、30 代の 77.6%、40 代の 79.8%と比べると低い水準であることがわかる。前出の「2020 年度 新成人のカーライフ

「意識調査」によると、自動車を所有しない理由のトップは、「購入費用を負担に感じる」(50.9%)や「燃料代や修理費など維持費がかかる」(33.8%)など経済的な問題が上位にランクインする結果となっている。しかし、気なるのが「移動手段が充実しているので、クルマに乗る必要性がない」(31.1%)という部分である(図④参照)。

(図④)



(出展：ソニー損保「2020年新成人のカーライフ意識調査」)

これの背景として、昔と比べて公共交通機関が急速に発達し、移動に困らないといった現実的問題がある。これは都心であればあるほど顕著で、都市部では5分以内に1本のペースで電車が来るほどである。最近では都心と郊外を結ぶ鉄道が開通したこともあり、都会と地方の交通格差も小さくなってきているのである。これは暗に、「日常の必要性以外の部分で自動車が魅力的に感じられない」といった側面もあることが考えられる。

### 2-3 道路交通法の変化

現在中高年の方々が言うには、自分でエンジン等をカスタムすることも自動車を楽しむ上で欠かせない要素になるらしい。当時は道路交通法の違反種別と罰則金等が少なく、現代に比べて自動車に乗る際の自由度が全くと言っていいほど違ったというのである。

道路交通法が施行されたのは1960年(昭和35年)のことである。これまでも交通ルールが改正されてはいたが、高度経済成長を経て人と自動車の数が爆発的に増えてしまった結果、「交通戦争」という言葉が生まれるほど交通事故が増加してしまったのである。それ

を受けて、1985年(昭和60年)には高速道路でのシートベルト着用が義務化され、1986年(昭和61年)には一般道での運転席、助手席でのシートベルト着用が義務化されるのである。さらには1992年(平成4年)、一般道での自動車の法廷最高速度が一律60km/hとなるのである。そして、若い自動車乗りに人気を誇った漫画、「頭文字D(しげの秀一、週刊ヤングマガジン、講談社、1995年)」に登場する山道の多くが夜間の走行禁止や道路に凸凹を作られ、高速での走行ができないようになってしまうのである。それから道路交通法は時間が経つごとに厳しくなっていく、2000年(平成12年)にはチャイルドシートの使用が義務化され、2002年(平成14年)には飲酒運転に対する取り締まりが強化される。2004年(平成16年)には走行中の携帯電話の操作に対する罰則や騒音運転等に対する罰則が強化される。2006年(平成18年)には違反駐車に対する罰則が強化され、それ以外にも現在に至るまで様々なルールが追加され続けているのだ。つまり何が言いたいかというと、自動車をカスタマイズし、望むままのスピードやエンジン音が出せなくなった、自動車に関する自由度がかなり失われ、昔に比べて窮屈になってしまったということである。もちろん交通事故を無くすために、道路交通法を改正していくのは大賛成だが、自動車の楽しみ方の一つが昔と比べほぼ失われているということは、「若者のクルマ離れ」と関係があると考えてもいいのではないだろうか。

#### 2-4 若者のライフスタイルの変化

また、バブル期の頃と比べ、若者のライフスタイルが大きく変化したことも「若者のクルマ離れ」の原因の一つではないかと考えられる。主にインターネットやスマートフォンの普及が、若者に多大な影響を与えたのである。当時の娯楽は現代と比べると非常に少なく、旅行やジャー、それこそドライブ等が休日の過ごし方として定着していたようだ。さらに当時は好景気で、若者が自分の自動車を所有し、それにお金をかける余裕があった。そうすると、自動車いじりが趣味になる若者が多かったことが想像できる。これに比べると、現代の若者の生活には、上述したインターネットをはじめ、スマートフォンやゲーム等の娯楽が過剰とも思えるほどに溢れているのである。特にスマートフォンは、若年層の間で保有率が高く、自動車に比べると出費も少なくて済み、容易に情報収集や友人との連絡を取れるなどコミュニケーションツールとしての利便性が高い。コミュニケーションツールとしてスマートフォンを利用し、SNSなどで遠く離れた人とも連絡が取れるようになったことや、通信販売の発達により自宅にいながらも気軽にウィンドウショッピングが楽しめるようになったことも、若者がインドア嗜好になった原因なのである。とりまとめると、「若者の趣味が多様化し、経済的な面から自動車は趣味として嗜まれなくなった」ということである。これを解決するには、再び「趣味としてのクルマ」を現代で流行させねばならない。例えば、ビ

デオゲーム等で顔のパーツや髪型、背丈、足の長さや細さなどを自分の好きなように設定し、アバター(ゲーム内での自分の分身のようなもの)を作るように、自動車も数あるパーツからオーダーし、世界に一台だけの自分の自動車を作れるようにするのはどうだろうか。専用のサーキットなんかもメーカーが用意し、レース大会を開いたりするのだ。自分だけの自動車をお披露目する機会になるし、友達と一緒に大会に参加したりすれば、間違いなく最高の休日になるであろう。そこから新しくコミュニケーションに輪が広がる…なんてことも考えられる。ただし、安全面や、そもそも細かいパーツをオーダーするのだから、経済的に苦しい若者の手に届くような圧倒的な低価格を実現するのは不可能であろう。万が一事故などを起こした際のパーツも再オーダーするとなると、非現実的であると言える。一学生としての意見ということで大目に見て欲しいが、しかし「クルマの楽しさ」にのみ焦点を当てて考えれば、あながち間違った路線ではないのではないだろうか。

## 2-5 経済状況と若者の気質変化

日本社会のターニングポイントは一般的に 1991 年のバブル経済崩壊であることは、前章でも明らかにしことであるが、これを境に新卒者の就職環境が一気に悪化し、就職氷河期が到来した。この煽りを直に受けたのが団塊ジュニア世代(一般的に 1971 年～1974 年生まれを指す)だった。しかし、あまり知られていないが真のターニングポイントは 1997 年～1998 年であるように思う。当時日本人の平均給与は 1997 年の 467 万円をピークに 2010 年は 412 万円に、実に 1997 年の 88%ほどにまで減少している。なお、1997 年は 4 月に消費税が 3%から 5%に増加した年でもあり、駆け込み需要とその反動で景気が荒れた 1 年だったが、さらには 11 月に拓銀や山一証券の経営破綻が起きた年でもある。それまで日本経済を下支えしてきた「護送船団方式」が瓦解し、グローバル経済の荒波に呑まれ始めた歴史的転換点でもあったのである。ここで、性別・年代別に給与変化を見ると、とりわけ若い男性が過酷な状況にあるかがわかる。(図⑤参照)

(図⑤) 平均給与の推移(1997 年→2018 年)

(万円)

		19歳以下	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40-44歳	45-49歳	50-54歳	55-59歳
1997年	男性	191	307	413	513	589	645	695	737	702
	女性	131	258	311	307	291	286	275	283	237
	合計	160	282	373	450	499	520	537	568	404
2018年	男性	162	284	404	470	528	581	635	682	686
	女性	114	249	326	315	314	319	313	322	298
	合計	137	267	370	410	448	476	502	529	520

(出展：国税庁統計情報 1.平均給与)

こうして見ると、1997年以降の日本経済不振のしわ寄せを給与面で一手に引き受けたのが30～34歳男性であり、それゆえにある種の諦観もしくは萎縮からなのか、「ガツガツしない」草食的な性格になったと考えられる。経済的余裕を失っている若者男子が、お金のかかるモノやコトに対する欲求を失っているのは、ごく自然な現象なのである。特に自動車は買うのも、維持管理するのも、利用するのにも相当のお金がかかる。それゆえに、子供の頃は「いつか格好いい車にのりたい」と憧れていても、やがて大人になって自動車に興味がなくなってしまっても仕方がないことなのである。そして、もっと本質的に捉えるならば、若者の草食化の根本的な原因として、経済的に豊かだが同時に衰退期でもある今日の日本の時代環境こそが原因と考えられる。

社会心理学や行動経済学では、「経済的に豊かであるほど、ギャンブルに対して魅力を感じにくくなる」という見解が散見される。これは道徳的な理由ではなく、あくまで合理的な理由である。ギャンブルには必ずリターンとリスクが一定の確率(しかも収益期待値は常にマイナス)で並存しているが、そのリターンへの評価は経済的余裕が大きいほど低く感じられがちになるのだ。例えば、1000円で応募券を買って運が良ければ1万円戻ってくるギャンブルを想定したとする。豊かな人にとっては「たった1万円」だが、貧しい人には「貴重な1万円」であるから、同じ1万円でも経済的レベルによってそのありがたさが異なるのは当然のことである。従って、運がよければ1万円というこのギャンブルのリターンに対する評価は総じて「貧しい人>豊かな人」となり、豊かであるほどギャンブルに魅力を感じにくくなるという合理的な理屈である。

まず、現代の若者を理解するには「今の若者はかつてないほど豊か」といった認識を持つ必要がある。筆者を含め、現代の若者はバブル経済のような好景気を知らないとはいえ、両親と両祖父母の計6人の財布を意味する「シックスポケット」を一身に受けて成長してきた。現代の若者は、携帯音楽プレイヤーや携帯電話だろうが、ファッションやアクセサリーだろうが、欲しいすべてをたいてい所持している。つまり、現代の若者は非常に豊かであるが故に、ギャンブルに魅力を感じないのは当然の帰結なのである。もちろん、



ここでいうギャンブルとは、競馬・競輪やマーじゃんだけを指すのではなく、リターンとリスクが併存する行為全てのことを意味する。「挑戦」や「勝負」とも言い換えることができる。簡単に言うと、現代の若者は、「挑戦」や「勝負」に以前の若者より魅力を感じておらず、むしろ失敗・敗退するリスクを意識して忌避したいと考えているのである。このように、「成功しない危険性があるなら、挑戦・勝負はしない」というのは現代の若者気質を語る上で不可欠な要素だと言えるのである。これが、俗にいう「最近の若者は～」といったスラングであり、中高年からは「積極性がない」「内向的」だと言われる要因なのである。その手の批判は、我々若者にとって全くといっていいほど響かず、「時代が違う」の一言で片付けられてしまう。むしろ、将来のためにできるだけ貯蓄して、人生のリスクを可能な限りに下げようとするのは、豊かすぎる社会に生まれ育ってきたが故の必然なのである。

## 2-6 自動車価格の値上がり

昔と比べて若年層の経済面での負担が大きくなっていることがわかったところで、次に自動車の価格そのものを比較していく。自動車産業絶頂期に人気だった車種を数種ピックアップし、現代の最新モデルと比べてみて、違いを明らかにしていく。まず結論から言うと、昔と比べて現在の自動車の値段はかなり値上がりしている。特にそれを感じさせるのはやはりスポーツカーであろう。

### 1) スポーツカーの価格推移

例えば、1989年に発売された初代マツダロードスターでは、1.6Lエンジンを搭載して発売時点におけるベーシックグレードの価格が170万円であった。それにパワーステアリング、パワーウィンドウ、14インチアルミホイールなどを加えたスペシャルパッケージが185万円である。1998年に発売された2代目は、1.6Lエンジンのベーシックグレードが運転席、助手席エアバッグなどを標準装備して177万円。それにパワーステアリング、アルミホイール、トルセンLSDなどを備えたスペシャルパッケージは196万円である。1.8LエンジンのRSは、ビルシュタイン製ショックアブソーバー、フロントサスペンションタワーバーなどを装着して229万5000円であった。初代に比べると、1.8Lエンジンを搭載するRSなどが加わり価格帯を上側に広げている。2005年に発売された3代目は、エンジン排気量を2Lに拡大した。価格はベーシックグレードが4輪ABS運転席、助手席エアバッグなどを標準装備して220万円。RSはビルシュタイン製ショックアブソーバー、トルセンLSD、フロントサスペンションタワーバーなどを備えて250万円である。そして4代目の現行型は、直列4気筒1.5Lエンジンを搭載するベーシックなSが260万1500円、最上級モデルのRSは333万4100円に達するのである。次に、フェアレディZの価

格を見ていく。1989年に発売された日産フェアレディZ(4代目)は、2シーターボディにV型6気筒3L自然呼気エンジンを搭載する300ZXが345万円。上級モデルの3Lツインターボを積む300ZXツインターボは395万円であった。2002年に登場した5代目は、2シーター仕様のみで、エンジンもV型6気筒3.5L自然呼気エンジンに統一された。価格はバージョンSが330万円、最上級のバージョンSTでも360万円と、4代目に比べて割安だったのである。そして6代目の現行型は、バージョンSの現行価格が484万8000円、バージョンSTは519万8600円と、かなり価格が上昇しているのである。

ロードスターとフェアレディZの価格推移を見ると、先代型から現行型にかけて大幅に高まっているのが分かる。ロードスターは、先行型が2005年に発売された時の主要価格帯は220万~250万円だが、現在は260万~333万円である。フェアレディZも、先代型が2002年に発売された時は330万~360万円だったが、今は480万~520万円と、先代型と比べて約150万円も価格が上昇しているのである。さらに日産GT-Rは、2007年に発売された時の価格は777万円であったが、現在は最も安価なピュアエディションでも1082万8400円と、改良を繰り返しながら300万円以上も値上げされているのである。これらの価格推移を見ると、特に2000年代以降の値上げ率が大きい。比率に換算すると、スポーツカーの価格は過去10~15年の間に1.2~1.4倍に高まっている。では、なぜスポーツカーの価格はこんなにも上昇してしまったのであろうか。

#### (1)各種機能の充実

スポーツカーが値上げされた一番の理由は、安全面を中心に各種の機能や装備が充実したことである。ロードスターRSの場合、先代型が発売された時は、サイドエアバッグや横滑り防止装置がオプション設定だったが、新型はこれらを標準装着している。さらに歩行者も検知できる衝突被害軽減ブレーキ、ドライバーの死角に入る後方の並走車両などを検知して知らせるブラインドスポットモニタリング、左右各12ブロックのLEDを自動的に点消灯して、ハイビームを保ちながら相手車両の眩惑を抑えるアダプティブLEDヘッドライトなども標準装着しているのである。快適装備では、さまざまな情報を表示できて、SDカードをセットすればカーナビ画面としても使える7インチWVGAセンターディスプレイ、アルカンターラ&ナッパレザーのシート表皮などが備わる。フェアレディZも、カーナビを標準装着するなど装備を充実させた。このほか各車種ともに排出ガスのクリーン化など環境技術を採用しており、これらのコストも価格を押し上げたのである。

#### (2)消費増税の影響

過去に比べて消費税が上がっている影響も大きく、1989年に実施された時の税率は3%だったが、1997年に5%、2014年に8%、2019年には10%まで高まっている。税額の表示方法も変化していて、当初の価格表示は消費税を含まない本体代のみだったが、2004年



4月以降は消費税を含む総額表示方式に変更されたのである。例えば、フェアレディZの場合、2002年に先代型が登場した時の表示価格には、消費税が含まれていない。現在は10%を含むから、価格の受け取り方も異なるのである。先代フェアレディZバージョンSの価格は税抜表示で330万円だったが、これに現在の消費税10%加えたと仮定すれば363万円となる。現代のバージョンSは484万8800円とさらに高価であるが、消費税の影響も小さくはない。

### (3) 売れ行きの低迷

スポーツカーの価格が高まった背景には実はもっと根本的な原因があって、以前に比べて売れ行きが全般的に下がり、量産効果に基づくコスト低減を図りにくくなった事情もある。例えばロードスターの世界生産台数は、1990年には9万5640台であった。それが2000年代に入ると、SUVの高人気も影響して、年間生産台数が2~4万台に下がった。生産累計90万台を2011年に達成しながら、100万台に到達したのは2016年である。最盛期には1年間に10万台近くを生産したが、2011年以降は約5年を要した。それでもロードスターは現行型になって人気を少し盛り返し、1年間に海外を含めて約3万台を売るが、独自のプラットフォームやパーツを多く使うこともあって、この台数ではコスト低減を図るのは難しい。その結果、スポーツカーはロードスターに限らずフルモデルチェンジの周期が全般的に長く、古さが一層目立ち売れ行きも下がる、といった悪循環に陥るのである。そこで重要になってくるのがマイナーチェンジである。頻繁に改良を行えば商品力が維持され、前期型のユーザーが中期型に乗り換え、さらに後期型を購入することもあり得るのである。

## 2) 大衆車の価格推移

では次に、一般的な乗用車の価格推移として発売以来54年もの間、国産車のトップセラーの一角を維持し、1968年から2001年、2003年から2008年、そして2019年の国内普通車で新車登録台数1位にもなった、「国民車」と称されるトヨタ カローラを見ていきたいと思う。

1966年に発売された初代カローラの販売の中心となったグレードは1100DXで、その価格は49万5000円である。筆者からすると、この時点で安すぎて驚いたが、当時の国税庁調査による平均年収は54万円であったため、カローラはほぼ年収1年分となり高価な存在だったのである。しかし時代は高度経済成長末期で、平均収入が右肩上がりの時代である。カローラが初めて普通登録車1位となった1968年の平均収入は70万6300円にまで上昇し、相対的にカローラが安価になってきたのであった。1970年にはカローラ初のモデルチェンジを受け、2代目カローラが発売された。人気グレードのクーペデラックスの価格は53万7000円と、初代よりも価格は上昇したものの平均年収の上昇と相まって日本

国内の登録台数1位は揺らがなかったのである。その後オイルショックを受け物価が上昇、カローラの価格も上がり、3代目カローラ HT1200DX が69万9000円、4代目カローラ 1500 4ドアデラックスが84万4000円と代を重ねるごとに高価になってきたのである。そしてバブル期に生まれた5代目カローラ 4ドアセダン 1500SE リミテッドが123万円、1987年に登場した6代目カローラセダン 1500SE リミテッドが137万8000円と、すでに初代と比べて2倍近く価格が上昇しているのがわかる。このころはバブルの影響もあってか、設備などに上質な素材を使用していたため、このように値段が跳ね上がったと推測できる。ここからバブル経済は崩壊するのだが、カローラの新車価格は下がらず横ばいであった。1997年に販売された8代目カローラ 1.5SE-Salon の新車販売価格は138万2000円で、コストダウンの装備と簡素化により買い得感の高い価格を維持したが、過去のユーザーの中には、段違いの品質の低下にがっかりした人もかなりいたのである。そして、ITバブルやいざなぎ景気を背景に2000年に登場した9代目モデルから、値上がり傾向となるのである。9代目カローラセダン G の新車販売価格は151万8000円となり、量販グレードの新車販売価格が従来の130万円台から150万円台へと上昇したのである。価格の上昇傾向は10代目、11代目モデルでも同様である。しかも11代目のモデルライフ中に、「自動車の100年に一度の大変換期」が到来し、エンジン一辺倒だった動力源にはハイブリッドが選択肢として加わり、先進安全装備の「Toyota Safety Sense C」が標準搭載されるようになった。2013年に発売された11代目カローラハイブリッド G の新車販売価格は207万5000円となる。2018年、セダン、ワゴンに先行して発売されたハッチバックのカローラスポーツでは、全グレードに「Toyota Safety Sense C」が標準搭載され、さらにハイブリッドシステムのエンジンは1.5Lから1.8Lにスーパアップしたため、量販グレードのハイブリッド G 「X」で252万7200円に新車価格となった。このように、新技術の導入やトヨタブランド内のヒエラルキーもあってか、カローラの新車販売価格は高価になっているのである。

### 3) 軽自動車の価格推移

では最後に、昔から新車登録台数の変わらない軽自動車の価格推移を見ていきたいと思う。例えば、スズキワゴン R では、1993年発売のベーシックモデル RX の新車販売価格は103万円であった。その後1995年モデルのRXも103万円、翌年1996年のRXも103万円と、2000年に入るまで各年RXは発売されたが、いずれも値段は102万~103万円であった。2000年以降はRXモデルがなくなり、FXモデルが主流となるが、2009年モデルまでは新車販売価格104万円以内に収まっていて、カローラ等と比べて価格の上昇幅が緩やかなのがわかる。しかし、2010年発売のFXモデルが107万円と値上げ幅が上昇し、2012年FXは111万円、2014年FXは113万円、2019年発売のハイブリッドFXは120

万円にまでに値上がってしまうのである。これは他の軽自動車も同様で、ダイハツムーヴやタントなど、ほぼ全ての軽自動車が現在にかけて値上がりすることとなった。これらの原因はやはり安全装備の標準装着が原因であろう。特にタントのXシリーズは値上がり幅が大きく、2009年発売モデルの新車販売価格が121万円だったのに対し、2019年発売のモデルは146万円と、約25万円もの値上がりをしている。2009年式のタントはすでに二代目で、快適装備は相応に充実していたが、緊急自動ブレーキを作動できるスマートアシスト、横滑り防止機能などは備わっていなかったのである。しかしこの値上げも、軽自動車はライバル同士で競争しながら最小限度に抑えるため、タント、N-BOX、スペーシアなどの価格は常に横並びである。例えば現行型の場合、標準ボディのグレードの価格は、全車が140万～150万円の価格帯に収まる。タントXが146万円、N-BOX G・Lホンダセンシングが149万円、スペーシアハイブリッドXが146万円である。この中でもタントXは2019年7月にフルモデルチェンジされ、設計も新しいためN-BOXとスペーシアの買い得グレードに比べて価格が若干安く、ここまで突き詰めて価格を設定しているわけである。ライバル車に比べて少しでも価格が高くと、販売に大きな影響を与えてしまうため、現行タントでは先代型に標準搭載されていた運転席シートリフターとチルトステアリングをオプションに変更しているのである。緊急自動ブレーキを進化させながら値上げはできないため、仕方なくこれらの装備をオプションに落としたと考えられる。

ここまで3タイプの自動車の価格推移を見てきたが、3タイプとも最初に述べた通り、新車販売価格は上昇している。かつて若者に人気だったスポーツカーは、もはや1000万円代の域に到達している。30歳の年間平均給与でさえ400万円であるのに、これでは若者がスポーツカー、もとい自動車の楽しみから興味を失っても仕方がないと言えるであろう。また、セダンタイプも300万円近くまで上昇していて、一般乗用車もなかなか手を出しづらい値段になってきている。軽自動車も50万円近く価格が上がっているが、値上がったとはいえただか200万円未満である。一般的に、自動車ローンは年収の半分の価格が適正とされていて、例えば年収が400万円であった場合、維持費等も考えて自動車の値段は150万円程度のものにするのが望ましいとされる。150万円であれば、軽自動車の新車は購入の視野に入ることになるだろう。現在、エントリー世代とされる25歳未満の平均収入は280万程度であるため、軽自動車にすらお金が回らないのである。これではスポーツカーや普通車の購入など夢のような話であり、「若者のクルマ離れ」と言われても仕方がないと言えよう。図②で示した通り、30年前と比べて総自動車販売数は減少している。しかし、軽自動車の新車販売台数はほとんど変わらない。これは、単にステータスとして買われていた自動車が購入されなくなっただけでなく、年を重ねるにつれて上昇してきた自動車の価格と、減少してきた平均年収の釣り合いが合わなくなったことから、日常

生活において自動車が必要な人の選択肢として、軽自動車が強いのではないかと改めて推測することができる。もしかすると、新車販売価格の上昇、平均年収と総自動車販売数の減少から、「若者のクルマ離れ」だけでなく「人類のクルマ離れ」へと移行してしまうのかもしれない。

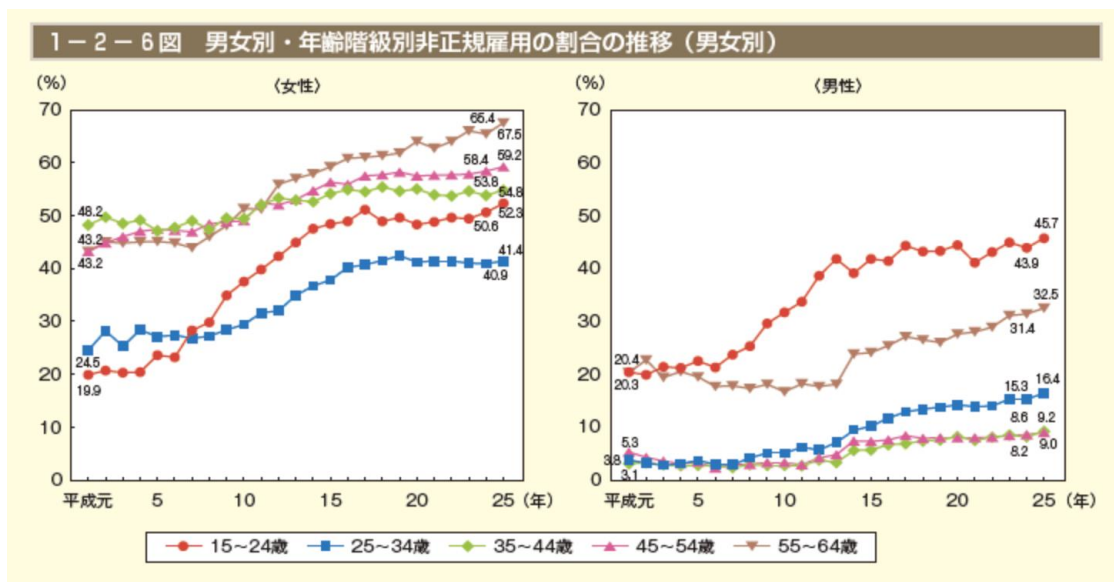
## 2-7 若者のニーズ

では最後に、「買える余裕ができたら興味を持って買うのか？」といった問題に焦点を当てて考察していく。一般的にマーケティングでは商品の価値に機能的価値 (Functional Value) と情緒的価値 (Emotional Value) の二種類があるが、機能的価値は当該機能に対するニーズの有無によって評価に大きな差が出る一方で、情緒的価値は比較的評価が普遍化しやすい、と考えられている。例えば、「素敵！」とか「感動した！」は情緒的価値に対して高く評価する際に自然と発せられる言葉だが、情緒的価値に優れた商品ほど大多数の人がこれらの言葉を口にする。つまり簡単に言うと、普通のある人が見て「素敵」と思えるものは、他の普通の人が見てもやはり「素敵」と思えるものなのである。しかも、数百年前の優れた美術品や文学作品が現代でも高く評価されているように、情緒的価値の普遍性は時代をも超越する。さて、クルマも当然ながら、機能的価値と情緒的価値を併せ持っている。機能的価値の代表格は馬力や動態性能、車両価格、燃費、収納空間などであり、クルマの基本的価値ではあるが、クルマの 카테고리ごとに相場の水準はだいたい決まっており、同じカテゴリーに属するクルマ同士で機能的に大きく差別化するのは難しい。それに対して、クルマの情緒的価値は、カーデザインに代表されるように、個性を主張でき、機能的価値に比べればはるかに差別化が容易である。しかも、好き嫌いの対象だから評価は分散すると思いきや、優れたデザインは不思議と、誰が見てもそれなりに格好よいと思ってしまうという評価の普遍性もある。さて、若者、特に若者男性を念頭に置くと、本心では「格好よい」「異性にもてそうな」「スタイリッシュ」、それでいて「比較的安価」などの「手の届く、格好よいスポーツカー」を所有したい、というのが本心なのではないだろうか。少なくとも、今の中高年が若者の時代は、大多数の若者がそう思っていたらしい。これも「時代が違う」の一言で済まされるかもしれないが、先に示したように優れた情緒的価値は時代を貫く普遍性を有していることを考慮すると、あながち間違った考えとも思えないのである。したがって、ここでは「今の若者も実は、本心では『手の届く、格好よいスポーツカー』を所有したいと思っている」という命題を前提にして、それなのになぜ「若者のクルマ離れ」が起きているかを、考察してみたいと思う。

### (1) 収入とローンの問題

平成 25 年の時点での非正規雇用者率を男女年齢別に見てみると、25～34 歳男性は 16.4% であり、35～44 歳男性の 9.2%、45～54 歳男性の 9% に対して顕著に多く、過去 10 年間で倍以上に増えていることがわかる。(図⑤参照)

(図⑤)



(出展：内閣府 男女共同参画局)

しかも、社会人スタート期に非正規雇用に甘んじた人はその後の人生においても正規雇用される確率が低いとも言われている。決して少なくない若者が中長期にわたる安定収入の目途がたたず、ローンを組む余裕がない。そのような若者は、この厳しい現実を前に、心理的葛藤を避けるために、無自覚のうちにクルマ離れを起こしていても不思議でないのである。それに対する解決策としては、抜本的には若者の雇用状況を改善する以外には手はないのだが、これは極めて政治的な問題である。一企業の手には負える範疇で考えるならば、「スポーツカーの超低価格化」と「自動車ローン申し込み条件の緩和」が有効であろう。特に前者は、今後勃興してくるであろう、新興国の低所得者市場、いわゆる BOP 市場に対する施策としても国際的に展開できるので、自動車メーカーにはぜひとも前向きに取り組んでいただきたい。例えば、「既に開発投資を回収した大衆車の旧モデルのパワートレインに、格好よいデザインのボディを載せるだけ」という割り切りで、超低価格のスポーツカーを実現するというアイデアはどうだろうか。

## (2) 税金の問題

また、なんとか自動車ローンを組んで購入できる場合でも、所有するだけで自動車税・重量税などの税金、自賠責を含めた自動車保険、燃料代、駐車場代金、車検費用など多額の維持費用が発生し続ける。これも、クルマを所有できない現実的な理由の一つとなっているであろう。そして、これらの維持費用は諸外国と比較しても非常に高く、しかも年収の多少に

かかわらず同じ車ならばほぼ同額が掛かるので、結果的に低所得者比率が高い若者層ほど負担感が増すという事実にもつながっている。これらの解決策としては、やはり自動車所有に関する税制を抜本的に改革し、低所得者を中心に大幅な税負担軽減を進めることが肝要である。しかし、これも極めて政治的な側面を孕んでいて、一企業にどうにかできる問題ではない。それに、若者がクルマ離れを起こしたまま年月を重ねると、遠からず国内自動車市場が壊滅的な事態に陥り、日本経済が立ち行かなくなるのは明白である。したがって、政治・行政に自動車関連税制改革の意思がないなら、自動車業界全体が一つになり、自ら先頭に立って世論を喚起していくことが重要ではなかろうか。また次善の策としては、スポーツカーを扱う安価なカーシェアリング・サービスの展開が考えられる。とはいえ、カーシェアリング・ビジネスの中だけでは低価格化も限界があるだろうから、ドライブ中を広告や各種サンプリングの機会ととらえるなどの新しいビジネスモデルの創出が不可欠だろう。自動車メーカーだけではなく、多様な業種が協力して知恵を出し合う必要があるようである。

### (3) デザインと値段の釣り合い

過去 30 年を振り返ると、団塊ジュニア世代が子どもを産み始める 1990 年代半ばあたりから、ミニバン・RV が大躍進し、2000 年以降の長引く不況下では税制で有利な軽自動車が大躍進し、そして環境意識の高まりを背景にここ数年はエコカーが大躍進し、というように、今日のクルマ市場の主役はミニバン・RV、軽自動車、エコカーの 3 タイプに占められ、スポーツカーやスペシャルティカーといった走りやスタイリングを楽しむクルマは一部の高級車を除いてほぼ絶滅してしまった。これでは、(1)や(2)のような経済的条件をクリアしても、「手の届く、格好よいスポーツカー」がそもそも存在しないのだから、現代の若者は欲しい自動車を所有できないという現実にはやはり直面せざるを得ないのだ。この解決策としては、当たり前だが、若者でも手が届いて、しかも格好よいスポーツカーを 10 数年前に RX-8、ハチロク、BRZ が登場した時のように、再び市場に投入する以外にないのである。

## 第 3 章 自動車の未来

### 3-1 自動車のコモディティ化

人は必ずしも経済合理性だけで行動するわけではなく、興味があれば合理性を欠くものにだってお金を使うとも言われている。およそ趣味と呼ばれるものがまさにそれで、多くは経済合理性からかけ離れていることから、それは明らかなのである。トヨタの豊田章男社長は、「若者がクルマ離れしたのではなく、自動車メーカーがクルマ離れしたのではないか」と発言している。経済的で便利な自動車ばかりを作り、当時のようなワクワクする自動車を作ってこなかったのが、自動車のコモディティ化を進め、「若者のクルマ離れ」を招いたと

考えているわけである。

「何か新しいこと」、それがまさに生き残りをかけた大きなテーマとして、自動車メーカーのなかで盛んに行われている議論である。一般的に、世界最初のクルマは 1886 年に開発された「ベンツ・パテント・モートル・ヴァーゲン」とされている。一方、世界最初のコンピュータといわれている「ENIAC」が登場したのはその 60 年も後のことである。しかし、そこからのコンピュータの進化速度が凄まじかったのはいうまでもない。もちろん、クルマも徐々に進化はしてきたが、コンピュータと比べたら立ち止まっているようなものである。10 年前のクルマに乗ってアクセルを踏んでも幻滅するようなことはないが、コンピュータの世界において「半導体の集積度は 2 年で倍増する」というムーアの法則はまだまだ健在であり、新製品が出る度に旧製品は時代遅れのものとして捨てられてしまうのが現状である。なかでも象徴的だったのが、スマートフォンの登場である。手のひらに収まるインターネット常時接続型コンピュータともいべきスマートフォンは、人々のライフスタイルやメディアの在り方までも変えた。筆者自身もそうであるが、家に財布を忘れてもなんとかなるが、スマートフォンがなかったら何もできない…そんな感覚を持つ人も決して少なくないだろう。それほどまでにスマートフォンは私たちの生活に深く浸透しているのである。しかも、初代 iPhone が発売されたのは 2007 年。いまからたった 10 年前の事なのである。たった 10 年でスマートフォンがここまで進化するとは、一体誰が想像できただろうか。

「若者のクルマ離れ」の背景には、「進化スピードの圧倒的な差」があると考えられる。新型になっても性能が少ししか上がらないのであれば、購買意欲など湧くはずはなく、新商品に対する興味が薄れるのは当然のことだろう。それでも自動車は、ハンドリングや乗り心地、静音性など徐々に進化し続けているが、それは「乗ってみて感じる満足度」を上げていくだけに過ぎず、スマートフォンが生み出された時のように、できなかったことができるようになったわけではないのである。自動車に無関心になってしまった人たちの興味を再びクルマに向けさせるほどのインパクトがあるかということ、残念ながらそれはないと考えられる。成長期を過ぎ、進化速度がペースダウンしてしまった現在の自動車の技術の熟成だけで、「若者のクルマ離れ」を食い止めることはできないということである。

20 世紀は人がクルマに恋をした世紀といわれている。ならばコモディティ化しかけている 21 世紀のクルマは、いったいどう変わり、人とどう関わっていくべきなのか。走り、曲がり、止まる。これが 20 世紀の「いいクルマ」の三原則であり、優れた加速性能、優れたコーナリング性能、優れたブレーキ性能を備えたクルマがいいクルマとされてきた。加えて 20 世紀末からは安全性能と環境性能の重要性が高まってきたが、それらは「できて当然」のベース技術であり、そのうえにどんな魅力を加えていけるかが本当の勝負になる。

### 3-2 自動車とコンピュータの結合

自動車の次なるステージの核となるのが自動運転である。自動車を取り巻く技術はわれわれが想像する以上に進んでおり、これからの30年でカーライフではなく、クルマによって生活全てが大きく変わるであろう。車内は乗り込み前から適温をキープしている事はもちろん、当日のスケジュール確認、メールのチェック、買い物の手配、ディーラー点検は走行時にリモートで可能など、さまざまな案件を片付けながら走行。映画も上映中のものをストリーミングで見ることができし、読書もできるので本を買う必要がない。そして目的地に着いて車寄せで降車すると、クルマは無人で駐車場まで移動し、停車。ガソリン車の時代は終わり、全ての自動車が電気自動車となる。現状ではガソリン車と違い、充電の速度と大容量のバッテリーと搭載するのが課題になる。しかし、完全自動運転の導入により整備されたインフラがそれを解決してくれる。走行中に、道路に埋め込まれた送電線から無線充電されるのである。これら全ての技術は、すでに自動車以外で使用されているものばかりである。無線充電もスマートフォンで実現している。あとは完全自動運転の技術のみである。

今の5G回線では、今の5Gでは他車全台と通信を取り合い瞬時にコース計算する自動運転はできない。少なくとも6G以降のスピードと処理速度が必要になるだろう。もしこの技術が実用化に成功し、全国に導入されたなら、きっと自動車業界に革命が起こるのである。スマートフォンが「手のひらの中のPC」なら、完全自動運転の自動車は「移動できる部屋」ということになるからである。そうすると、ハンドルやアクセルなんかも必要がなくなり、内装が快適に過ごせる設備のみになるかもしれない。すなわち、自動車という概念を変えることになる。今は誰からも「夢物語だ」と笑われるだろうが、人間が今の脳で考えられる事は30年後には実現可能な未来なのだとも言われている。ポケベル時代にスマホが…と考えていた人も笑われていた事だろうが、実現したのであるから。

## おわりに

ここまで、「若者のクルマ離れ」についての考察をしてきた問題点として、ステータスとして消費されてきた自動車の価値の変化、公共交通機関の発達、道路交通法の変化、若者のライフスタイル・趣味の多様化、若者の経済状況の悪化、自動車の販売価格の上昇、ローン、税金の問題について触れてきた。これらの問題は、「若者の気質変化」によって起こっているものと、「政治・経済的な要因」によって起こっているものにわけることができる。「若者の気質変化」によって起こっているものは、メーカーが若者を振り向かせる努力が必要とされ、もし何かきっかけで若者にとって自動車がステータスとなることがあれば、再び若者は自動車を購入するであろう。厄介なのが「政治・経済的な要因」によって引き起こされているものだ。これはメーカーの努力次第でどうこうなる問題でなく、メーカーや企業が丸



となって世間に訴えかけていかななくてはならない問題である。とりまとめると「若者のクルマ離れ」を解決するには、昔のような誰もが格好いいと思う自動車を若者の手が届く値段にし、自動車の便利さと楽しさを知ってもらった上で、税率の軽減や免許取得の敷居を下げる必要があるのである。

自動車産業は、私たちの生活に深く関わり、これまで成長を遂げてきた。これは日本が世界に誇る産業であり、技術でもある。様々な企業が切磋琢磨し、今まで積み上げてきた技術がなくなってしまうなんてことはあってはならないし、あるわけがない。もし、完全自動運転技術が確立されたなら、それは私たちの生活をより豊かにし、世界の常識を変えることになるであろう。そういった未来が来るとして次に考えられるのは、「人類の電車と新幹線離れ」に違いない。移動手段が極端に車に寄る為である。もちろん全台完全自動運転となるのだから速度は車が出せる 300 kmオーバーが基本となり、飛行機だけが走行速度の違いから住み分けが可能だと考えられる。どこまで行っても世界の総人口が分母である限り、「～～離れ」は永遠に終わらないテーマなのかもしれない。

## 謝辞

本研究を行うにあたり、ご指導をいただいたマーケティング・マネジメント&キャリア研究室の小森一平教授、並びに様々なアドバイスをいただいた方々に深く感謝いたします。

## 参考文献

- ・吉川克博「自動車マーケティング エントリー世代とクルマの進化」(2015年) 同文館出版
- ・黒川文子「21世紀の自動車産業戦略」(2008年)株式会社税理教務協会
- ・石川和男「トヨタのグローバル・マーケティング-米国市場での否定から受容の軌跡 50年-」『日本企業のマーケティング』 pp.161-178.(2010年)マーケティング史研究会
- ・四元正弘「若者のクルマ離れ」に関する現状分析と打開可能性『IATSS Review Vol.37, No.2』 pp.39-47. (2012年)国際交通安全学会
- ・自動車誕生から今日までの自動車史(前編)  
[https://gazoo.com/feature/gazoo-museum/car-history/13/05/30\\_1/](https://gazoo.com/feature/gazoo-museum/car-history/13/05/30_1/)
- ・自動車誕生から今日までの自動車史(後編)  
[https://gazoo.com/feature/gazoo-museum/car-history/13/05/30\\_2/](https://gazoo.com/feature/gazoo-museum/car-history/13/05/30_2/)
- ・石川和男第二次大戦直後の自動車流通(1)-GHQ,主務官庁,自動車産業団体の動きを中心として-  
<https://core.ac.uk/download/pdf/71784209.pdf>
- ・ノックダウン方式とは？  
<https://www.upr-net.co.jp/info/pallet/Knockdown.html>
- ・80年代のモテクルマ！女子大生から支持されたハイソカーブームとは  
<https://www.automesseweb.jp/2019/07/05/175283>
- ・日本の自動車産業が抱えている3つの課題とは？  
<https://www.fpt-software.jp/biggest-challenges-facing-the-japanese-automotive-industry/>
- ・【日本自動車産業のどん底からの復興】リーマンショック後10年、バブル崩壊後の10年は何が違う？  
<https://bestcarweb.jp/news/entame/68254>
- ・トヨタ自動車75年史 文章で読む75年の歩み 第3部『グローバル企業への飛躍』  
[https://www.toyota.co.jp/jpn/company/history/75years/text/leaping\\_forward\\_as\\_a\\_global\\_corporation/index.html](https://www.toyota.co.jp/jpn/company/history/75years/text/leaping_forward_as_a_global_corporation/index.html)
- ・年度別新車登録、届け出台数の推移  
<http://www.jada.jp/data/rank.pdf>
- ・内閣府男女共同参画局 男女別。年齢階級別非正規雇用の割合の推移(男女別)  
[https://www.gender.go.jp/about\\_danjo/whitepaper/h26/zentai/html/zuhyo/zuhyo01-02-06.html](https://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h26/zentai/html/zuhyo/zuhyo01-02-06.html)

・【手が届かない】なぜ最近のスポーツカーが高くなったのか？背景に装備拡充/増税 根本問題も

<https://www.autocar.jp/post/505561/2>

・ 1.自動車産業の現状と未来予測

<https://www.pref.aichi.jp/uploaded/attachment/27437.pdf>

・ レガシィはどこへゆく!??止まらない大型化の行方 国内生産終了!?

<https://bestcarweb.jp/news/entame/67731>

・ 国税庁 1.平均給与

<https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzeicho/minkan1997/menu/05.htm#a-1>

・ 道路交通法の改正と歴史

[https://pd-labo.com/pd-](https://pd-labo.com/pd-labo.sakura.ne.jp/2020/02/12/%e9%81%93%e8%b7%af%e4%ba%a4%e9%80%9a%e6%b3%95%e3%81%ae%e6%94%b9%e6%ad%a3%e3%81%a8%e6%ad%b4%e5%8f%b2%e3%80%80%e3%81%9d%e3%81%ae%ef%bc%98/)

[labo.sakura.ne.jp/2020/02/12/%e9%81%93%e8%b7%af%e4%ba%a4%e9%80%9a%e6%b3%95%e3%81%ae%e6%94%b9%e6%ad%a3%e3%81%a8%e6%ad%b4%e5%8f%b2%e3%80%80%e3%81%9d%e3%81%ae%ef%bc%98/](https://pd-labo.com/pd-labo.sakura.ne.jp/2020/02/12/%e9%81%93%e8%b7%af%e4%ba%a4%e9%80%9a%e6%b3%95%e3%81%ae%e6%94%b9%e6%ad%a3%e3%81%a8%e6%ad%b4%e5%8f%b2%e3%80%80%e3%81%9d%e3%81%ae%ef%bc%98/)

・ モーターファン

<https://motor-fan.jp/>