

埼玉県機械工学系奨学生レポート 平成 26 年度 1 月 憧れの北米国際モーターショー(デトロイトモーターショー)

今月は新年、新学期のはじまりと同時に、数十年と一度と言われる大寒波に見舞われ、学校やインターンが 3 日間ストップする事態になりました。もともと寒さがとても苦手な私ですがフィンドレーで極寒の冬を経験しながら、少しずつ寒さに対する免疫がつきつつあります。

● アメリカの自動車メーカーと日本車の比較



日本で見るのが難しいリンカーン K シリーズ(1932)

世界五大モーターショーや三大モーターショーの一つである北米国際オートショー(デトロイトモーターショー)を訪れました。車好きである私は、本留学が決まった瞬間からこのモーターショーに行くことを心に誓っていました。北米国際オートショーはアメリカで行われることから、アメリカの自動車メーカー(特にビッグスリー)にとってはホームの展示会です。それゆえ、他のモーターショーと比較するとアメリカの自動車メーカーの展示規模が大き

く、日本では到底見るできないような希少な車から、大衆向け自動車、2014 年の新作車まで幅広く見る事が出来ました。また、日本の自動車メーカーも多数展示ブースを設けており、アメリカの自動車メーカーと日本の自動車メーカーを比較して見る事が出来ました。ここで気が付いたのは、自動車メーカーの戦略方法の違いです。日本の自動車メーカーはアメリカ市場であっても、外観はコンパクトに、高級感を出すように、そして燃費面に力を注いでいる印象を受けました。一方、アメリカ車は迫力のあるフォルム、車内空間、排気量の大きさを重要視している印象で両者のコンセプトの違いがあることが見て取れました。実際見学に来ているアメリカ人の多くは、外観も重要視していましたが、それ以上に車内空間をかなり注視して車を見学していました。特に座席やトランクなどは、実際に座席に座って確認したり、トランクを開閉して収納スペース等も細かく見たりしている人が多々いました。一概にその理由についてははっきりとは言えませんが、まず日本に比べてアメリカは信号が少なく、フリーウェイ(無料の高速道路)が充実していることから車を走らせていて燃費が良いです。加えてガソリンも安いことから車を持つ上で燃料面は日本と比べればシビアにとらえられていないようにも思えます。またアメリカ人は家族と共に過ごす時間を大切し、アウトドアスポーツ等も盛んで、休日には車にたくさんの荷物を載せてピクニックやスポーツイベント

に行くことが多いです。こういった生活環境、文化の違いから自動車のニーズが日本とは異なる気がします。しかしながら、日本車がアメリカ市場のニーズに適合していない訳ではありません。多くのアメリカ人はアメリカ車もいいが、日本車も捨てがたいと言います。その理由を聞くとアメリカ人は異口同音に「日本車はタフだ。壊れない。ガスマイレージ(燃費)が素晴らしい」と言います。私はこれが、日本車がアメリカの自動車メーカーとは異なる独自の持ち味で北米市場でも成長し続けている理由だと強く感じました。



北米で成長を続ける日本車のブース(左)とアメリカの自動車メーカーの展示ブース(右)

● 製造部品を見て

今回のモーターショーでは、日信工業グループで製造している自動車部品(ブレーキシステム等)を装着した展示車を見ることができました。自分が関わる仕事の製品をこのような大きな展示会の展示品の一部として見たとき、今までの学生生活では味わうことのできない不思議な気持ちになりました。今までの学生生活の中で、ものづくりプロジェクトやシステム開発、研究学会発表などさまざまなプロジェクトを課外活動も含め行ってきました。しかしながら、それはあくまで学生が中心となって行う社会に出るための模擬プロジェクトのようなものでした。しかしながら、現在私たちがインターンで学んでいることは、そのような社会に出るための模擬プロジェクトではなく、アメリカ経済の中の自動車業界市場で取引される製品の製造方法を学んでいます。インターンをしながらこのように展示会に行き、自分たちが関わっている製品が市場でどのように、どの程度普及しているものなのか、現状を知ることはとても重要だと思いました。また、実際の展示車に自社のブレーキシステムが搭載されているのを見て、自動車の重要保安部品の中で最も大切であるブレーキを安全、正確、精密に製造していく方法を残りのインターンシップの中で学んでいきたいと思いました。