

『愛車』ビジネスの創出 02

(ビジネスモデルの全体像)

1月21日付の提言文書『『愛車』ビジネスの創出』をお読み頂いた前提で、このビジネスモデルが生み出す新しい価値や産業について関係性を図式化しました。今は着想でしかありませんが、全体像を俯瞰すると持続可能社会への貢献と自動車文化の発展を両立させ得るビジネスモデルだと分かります。環境を犠牲にせず、業界を斜陽化させず、個人の嗜好を封殺しない、健全で開かれた新しい自動車業界の誕生を切望する次第です。

■ 『愛車』ビジネスモデルの構造図

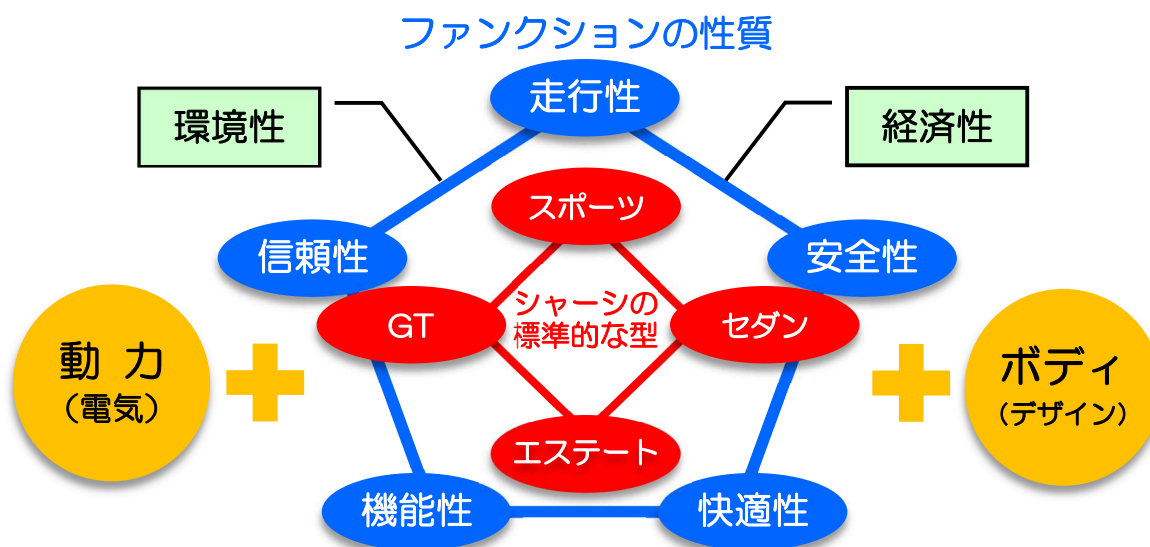


■ 大手（既存）自動車メーカーの役割

実績に裏付けられた技術力・開発力・資金力などを誇る大手（既存の）自動車メーカーは、自社だけの生残りを賭けたシェア争いに没頭しているわけではありません。自動車産業は250年間も技術研鑽を続けてきた訳ですから、来るべき持続可能社会への大変革に向け、一旦大同団結をして“技術の総決算”をすべき時を迎えています。

技術革新に競争は不可欠ですが、F1でエンジンやタイヤを共有化し、フォーミュラEで車体を共通化しているように、資源・コスト・時間の削減（=エコ）に“技術の共有化”は賢い選択です。多数のメーカーが同じ事を重複して行うのは無駄だからです。そこで、各メーカーの垣根を超え、自動車の根幹を成す技術を“標準形”としてまとめます。各社が保有している知的財産を、自動車業界全体で保有すべき単一の知的財産へと共有化を図るのです。それにより、必要最低限のファンクションの質と生産量を担保できます。

自動車の目的は大きく「人の移動」「人の運搬」「物の運搬」の3つです。人と物の運搬は、東京モーターショーで示された自動運転技術などの実用化でパブリックカーに進化します。『愛車』ビジネスの対象は、運転手が移動するためのファンクションに限定します。その場合、求められる性質は「走行性」「信頼性」「安全性」「機能性」「快適性」の5つです。さらにシャーシの標準的な型を「スポーツ型」「GT型」「セダン型」「エステート型」など数種設定します。環境性や経済性を満たすのは当然で、動力は電気モーターを前提としますが、技術的な成熟と標準化は今後の進化を待つしかありません。



〔ファンクションの性質〕

走行性： 走る・曲がる・止まる
信頼性： 工業製品としての品質
安全性： 事故から搭乗者を守る
機能性： 使い方に合致した仕様
快適性： 物理・精神的な安らぎ

〔シャーシの標準的な型〕

スポーツ型： 軽快なショートホイールベース
GT型： 長距離移動に快適なクーペスタイル
セダン型： 4人以上の搭乗を想定した大きさ
エステート型： 更なる乗員や荷物を積載可能

■ 新興 EV メーカーの役割

フォーミュラ E の車両や世界耐久選手権（WEC）のハイブリッド車両を見て分かる通り、4輪の車両であればシャーシ技術は従来のガソリン車と変わらないはずで、となると、新興 EV メーカーがその開発に資源・コスト・時間を掛けるのは無駄です。新しい部分、つまり動力（電気モーターやバッテリー）の開発だけに特化すべきです。そもそも歴史の浅い新興メーカーが大手自動車メーカーとシャーシ性能で争っても勝ち目はありません。ここは 250 年の技術を総決算した“標準形”に乗っかるべきです。

そうすると、EV のメカニズムはもちろん重要ですが、標準形シャーシとの取り合わせ方も重要になります。今後の EV 技術の進化に応じて動力源を更新（取替え）できる構造が必要だからです。自動車の各部位に専門メーカーがあるように、新興 EV メーカーも電気モーターやバッテリーなどに特化してこそ、業界全体で効率の良い発展が期待できます。

■ 車体デザイン会社（愛車カロツェリア）の役割

ヨーロッパの老舗カロツェリアが廃業や吸収合併される時代ですが、それは大手自動車メーカーと同じ土俵で戦ってきたからです。『愛車』ビジネスでは、デザイン会社は製造に首を突っ込まず、純粹に設計だけを生業とします。建設業界における設計事務所のような役割です。老舗カロツェリアの顧客は自動車メーカーでしたが、『愛車』ビジネスにおける顧客（直接間接問わず）はその自動車のオーナー（発注者）本人です。愛車カロツェリアは一戸建て注文住宅における設計士のような存在です。

大手自動車メーカーが、社内に設計士を抱えた大手住宅メーカーだとしたら、『愛車』ビジネスでは、地元の設計士（大手設計事務所でも可）と地元の工務店（大工さん）で家屋を建てるような感じです。両業界の大きな違いは、自動車設計には顧客の希望が全く反映されてこなかった点です。決められた選択肢の中から、車体色や数少ないオプションを選ぶ程度でした。それが一転、“顧客の希望やアイデアを具体的な形にする”、“アイデアを基に製造用 3D データを起こす”、などがデザイナーの本業に変化します（デザインの民主化）。

愛車カロツェリアは必ずしも会社組織である必要は無く、個人デザイナーを束ね、顧客と製造会社とを仲立ちする形でも機能します。住宅の設計士が、大手設計事務所の社員としてだけでなく、独立した個人事務所でも受注できる感じです。それにより、愛車デザイナー（設計士）という専門職種が立ち上がります。企業の枠に縛られないので、若手デザイナー達の受け皿も作れます。文化的でエモーショナルな部分に携わる人材を豊富に輩出することで、将来に向けて自動車文化を発展させる機運が高まります。ディヴェロッパーが都市を開発しても、一流建築士がお洒落な建物を創造しても、その街を疾走する自動車がカッコ悪ければ、元も子もありません。エモーショナルなスーパーカー達がヨーロッパ旧市街の美観に調和している理由は、自動車も都市景観の一部だからです。

■ 車体製造会社の役割

ここがまだ技術的に確立されていません。しかし、魅力的なビジネスモデルが明らかになれば、あっという間に技術は進歩するはずで、3D プリンティングの“プロトタイプを素早く製作する”という初期の発想は、従来のモノづくり工程の中のほんの一部を担っているに過ぎません。そうではなく、「この技術が磨かれることによって、自動車デザインをユーザーの元へ“民主化”する」という錦の御旗を掲げます。『愛車』ビジネスを産業として成立させるには、実はこの製造革命が鍵を握っているのです。

私の親友のモデルカーメーカー社長は、1/1 模型を製作したがついていました。既に 1/8 で超精密なモデルカーを商品化しています。エンジンが駆動しないだけで、部品点数等含め実車に肉薄する品質です。彼が行っている製作方法も、3D CAD でデータを起こし、欧州から導入した特注機械で出力成型するものです（最新機の詳細は未取材）。実車だと材質や強度の問題はあるにしろ、エンジンが電気モーターに替わることで自動車製造の難易度が下がり、製造プロセス自体は実車もモデルカーもほぼ同じだと考えられます。両者が決定的に違うのは、モデルカーが展示観賞用の美術工芸品なのに対し、実車は人が移動するための道具であり、ファンクション（機能品質や耐久性・安全性など）が重要です。だから、ファンクションを“標準形シャーシ”で担保する訳です。

1990 年ロンドンに赴任した時、自動車専門誌でやけに安いスーパーカーが目にとまりました。それはレプリカのキットカーでした。投機的価値や博物館展示ならオリジナル実車に限るでしょうが、ユーザーが欲しているのは「エモーション + 経済性 + 実用性」です。有名スーパーカー（レースカー）のオリジナル実車は、弾数が少ない上に価格が非現実的で話になりません。カネにモノを言わせる大富豪の道楽です。庶民の日常生活に根差さなければ、力強い文化としては発展しません。だから愛車に“経済性”は必須要件です。

キットカー（特にレプリカ）の第一の長所は、一流デザイナーの手になるボディを纏っていることです。第二の長所は、コスパも含めて日常使いに臆さない実用性があることです。よく現行流通しているエンジンに置き換わっています。機能面では、出来るだけ新しく、信頼性が高く、メンテナンスに手間とコストが掛からない方が優れていますから。

自動車文化の深いヨーロッパや、個性を尊重するアメリカなどで、キットカービジネスは今でも健在です。昨年はランチア・ストラトスの忠実なレプリカ（コンプリートカー）がイギリスの新興メーカーから発売されました。でも元がラリーカーなので、ブランドへの憧れはあっても必ずしもユーザーのライフスタイルには合致しないでしょう。だったら、ユーザーが自分の好みで最初から設計できれば全てが解決します。キットカーがビジネスとして成り立つのだから、『愛車』ビジネスが成立しないはずがありません。“自動車は道具だから使えればいい”という大衆迎合の時代から、“自動車で心を豊かにし限りある人生を謳歌する”という文化性の豊かな時代へと舵を切りましょう。

『愛車』ビジネスモデルが成立すれば、車両を組み上げるのに巨大な量産工場は不要です。キットカーはバックヤードで組み立てられる訳ですから。それだと生産量が追いつかないと思われませんか。違います。3D プリンティング等の方式だから、ローカルビジネス化を図ることができるのです。最低でも各都道府県に一つ、車体製造・組立会社を設ければ規模はともかく各地域で地元の需要に応えることができます。

ドイツ車がアウトバーン走行に適するように、自動車は利用する地域の環境（地理的条件や気候風土）やユーザーの用途（ライフスタイル）に応じて最適な仕様が異なってきます。雨が多く日差しの強い高知県に生まれ育った私は、未だにオープンカーの意味が分かりません。あれはカリフォルニア仕様です。アストンマーチンやマクラーレンなどの英国車が少し斜め上にドアを開く理由は、路上駐車が一般的なロンドンで路肩のブロックにドアを当てないためです。日本だとマンションやスーパーの駐車場が狭く、また自宅ガレージも天井が高くないので、それらの条件に乗降ドアの開閉仕様を最適化する必要があります。

そこで自動車の仕様におけるローカル化と、製造拠点におけるローカル化を推進します。前者はパーソナル化（パーソナライゼーション）と言ってもいいでしょう。パーソナルモビリティとは、車両の小型化や搭乗者の少数化を図った車ではありません。地域の環境や個人のライフスタイルに合致した仕様を実現してこそ“パーソナル”です。製造拠点は、今でも各県に多数存在している自動車整備工場に担ってもらいます。コンプリートカーを生み出すため、工場としての格が上がり、職員の技術も向上し、職場としての魅力が増し、就職したい若者も増え、経営も安定させられるはずで、製造の地方分権を進めることで、自動車産業から地方経済の活性化に貢献することができます。

■ 政府（国・自治体・警察等）の役割

設計・製造技術が確立されたとしましょう。次に欠かせないのは政府の取り組みです。技術の進化に伴ってドローンの法整備やEVのインフラ整備が必要なように、『愛車』ビジネスにも制度改革が必要です。主に3つ「税制改革」「車検制度改革」「免許制度改革」です。

1. 税制改革 SDGs に基づく『愛車』の持続可能性（ゼロエミッション・長寿命・長期間利用）を評価し、保有期間が長くなるほど税金を軽減する制度に改革する。現行制度は愛用するほど高い税率であり、大量廃棄を後押しする悪法。さらに 80 kg の人間が車重 2 トンで移動するのは非エコ極まりない。重量税も環境配慮の観点から見直し、軽量で長期間保有できるEVへの乗り換えを促進する。
2. 車検制度改革 車検のために自動車整備工場が要るのではなく、『愛車』の製造と保守をするために工場を展開する。『愛車』ユーザーは『愛車』を大切にするので車検を法律で縛る必要は無い。事故した場合は罪を重くして、ユーザーの自己責任で定期点検を行わせる。

3. 免許制度改革

誰が造ったか分からないから乱暴に運転する。自分がデザインして大切に育てた『愛車』なら、自分の子供いや自分の分身なので大切に乗る。さらに一度発行すれば無期限に有効な運転免許制度だから車への愛情や運転マナーが育たず、“停止線で止まらない、横断歩道で歩行者に譲らない、追い越し車線をトロトロ走る、緊急車両に道を譲らない”などの危険運転・迷惑運転・煽られ運転が横行する。これに高齢化が加わり、交通環境はますます悪化していく。

自動車は“凶器”である。だから運転者に対する教育・資格制度は厳格に行うべき。ドライバーの能力と車の性質でそれぞれランクを付け、その掛け合わせでルール制限や特例をつくる。また、免許取得後 5 年間は毎年路上試験を実施する。教官が同乗して技量とマナーを検査し、合格しないと免許を剥奪する。何故なら自動車は“凶器”だから。免許を剥奪されても、大手自動車メーカーが実用化する“自動運転のシェアカー”が登場するので問題はない。自動車そのものが、“パーソナルカー”と“パブリックカー”に枝分かれ進化すると先読みし、免許制度の再構築に取り組んでいく。

■ 『愛車』ビジネスの可能性

ビジネスモデルの全体像を俯瞰したため大風呂敷が広がりました。それほど自動車産業が社会に与える影響力は大きいのです。つまり、自動車業界が新しい時代を切り拓こうとするのなら、それだけ大きな変革に挑戦せざるを得ないということです。

“『愛車』ビジネス”というたった一言に、下記の変革思想が込められています。

- 大量生産・大量販売・大量廃棄モデルから持続可能モデルへ（SDGs）
- 大衆迎合から個の充足へ（パブリックカーとパーソナルカーの分化）
- ファンクション偏重からエモーション尊重へ（愛車文化の醸成）
- 一極集中からローカルビジネスへ（地方経済の活性化）

往々にして技術者の方であるほど、全体像（総論・マクロ）でなく細部（各論・ミクロ）にこだわり、頭から全否定される姿が目につかびます。しかし、“自動車からエモーションな感動を得たい”、“自動車文化で限りある人生を謳歌したい”と渴望されている方なら、『愛車』ビジネスに秘められた可能性をご理解頂けるはずです。私のように何の影響も無い部外者ではなく、自動車業界に携わる当事者の皆さまから、一人でも二人でも共感してくださる方がいらっしゃることを望むばかりです。

以上

制作・著作： アヴァンサイト株式会社（代表取締役 池田貴彦）

お問合せ先：iked@avansight.co.jp（Web：<https://www.avansight.co.jp/>）