

## 次世代に「車の魅力」を伝えたい

かんべ かつゆき  
神戸 克之

自動車総連・事務局次長

国内自動車市場の低迷は、これまで国内の事業基盤をもとに自動車産業が培ってきた低価格・高品質・先進技術などの競争力の源泉を損ないかねず、ひいては私たちの働く場の安定にも著しい変化を伴うものとなりかねない。こうした視点に立って、自動車総連では「国内市場の活性化」に向け、労働組合の視点から取り組みを進めている。

市場低迷の要因としては、「少子化」による「人口の減少」が与える影響は大きく、特に新規ユーザーとなる若年層の減少は深刻といえる。加えて、若年層の興味・関心が変化しており、日本自動車工業会の「乗用車市場動向調査」（2008年11月実施）によると、自動車の購入期を迎えるエントリー世代（現大学生）の自動車（四輪車・二輪車）に対する興味・関心は数ある製品やサービスの中で、年々順位が低下していることには危機感を持っている。【四輪車：7位（1970～1980年代） 17位（現在）、二輪車：20位（1970～1980年代） 30位（現在）】

その他にも、諸外国と比べ保有や使用時のユーザー負担の重さ、駐車場事情など、さまざまな要素が起因していると考えられる。

このような中、自動車総連として国内市場の活性化策を考えるにあたり、組合員とその家族を対象とした「自動車に関するアンケート調査」を実施した。その結果、これまでも取り組んできた「車に乗りやすい世の中をつくる」、「産業の魅力を高める」ことに加え、「車の魅力を伝える」ことが必要であるとの結論に至っ

た。新たな取り組みとしての「車の魅力を伝える」ことに対しては、加盟する組合から500を超えるアイデアをいただき、キーワードとして「次世代」、「車に触れ合う」ことに集約された。

具体的には、国内市場活性化の取り組みの象徴的なイベントとして、昨年秋に開催された「第41回東京モーターショー2009」への出展を決定し、ものづくり（モーター工作・ペーパークラフト）を通じて親子のふれあいの場（ブース名「親子deものづくり」）を提供すると同時に、実車ペイントなど、とりわけ多くの子供たちに車の魅力を感じていただく貴重なひとつの機会づくりを行った。

期間中の来場者数は1,687名（家族含む3,219名）と多くの子供たちに工作・実車ペイントを体験していただくことができ、来場者アンケートにおいても「楽しかった」という感想が92%を占めた。また、私自身も現場で来場者と接し、子供たちが目を輝かせて工作を楽しんだり、車に触れ合っている姿を見て、出展の目的である「ものづくり」を通じて子供たちに「車の魅力を伝える」ことができたものと実感している。

自動車産業は日本のものづくりを支える基幹産業であり、国内産業の維持発展に向けては、ものづくりを担う人材育成が不可欠である。今回のイベントを足がかりに、今後も次世代を担う子供たちに「ものづくり」の楽しさを伝えていくこと、また、「車の魅力」を広く伝えることに取り組んでいきたい。