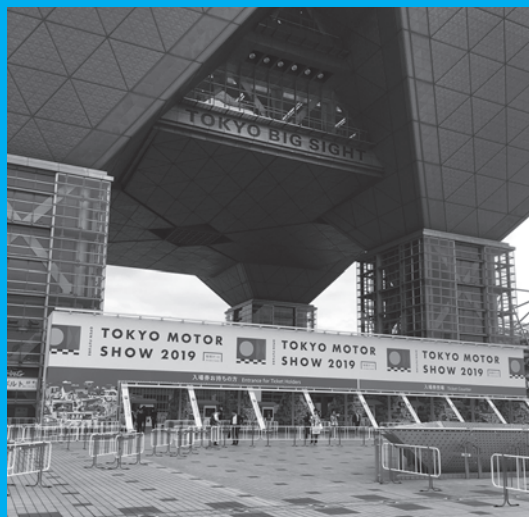


自動車からモビリティへ モーターショー変容のメルクマールとなるか、 第46回 東京モーターショー2019



長短ないまぜの TMS

第46回を迎えた東京モーターショー（以下、TMS）が、去る10月24日～11月4日にかけて東京ビッグサイト青海・西/南展示棟で開催された。今回のテーマは「OPEN FUTURE」。未来のモビリティ社会の可能性、夢を提案しようと、自動車メーカーだけでなく、さまざまな業界から総勢192の企業・団体が参加した。また、主催者側の発表によると総来場者数は130万900人と、出展企業数も来場者数も大幅増となったが、どうも手放しには喜べないところもある。海外からの出展はメルセデスベンツとルノーくらいで、デトロイト、パリ、フランクフルト、ジュネーブと並び世界5大モーターシ

ョーと言われたTMSが、もはや自動車の「国際見本市」とは呼べない状態になっており、かつてのモーターショーを知る人間からは「モーターショーの体をなしていない」と言われてしまいそうだ。

また、会場が2020年東京オリンピック・パラリンピックの都合で2カ所に分散されたうえ、両エリア間の移動が面倒であったことから、最新の業界動向を透察しようとするとき、注意散漫になるという弊害を体感した。ただ、集客をめざしたイベントとして見た場合は、幅広い年齢層に向けてテレビCMなどを積極的に打った効果もあってか、前回比で約7割増加、集客という意味では成功だったと言えそうだ。このように、長短ないまぜでなんとも評価の難しい今回のTMSは、主催者で

ある日本自動車工業会の豊田章男会長が近年しばしば口にする「自動車業界の100年に一度の大変革期」に対する危機感を反映していたように思う。

「CASE」を全面に押し出した展示

肝心のモーターショーの中身にもそれは現れていて、全体としては前回の流れを引き継ぎつつ、「CASE」に傾注する姿勢をより鮮明に感じた。

ダイムラーAG社長ティーター・ツェツェ氏（当時）が2016年に初めて使ったこの頭字語は、今や業界の合言葉になった感があるが、改めて記しておくとして、Connected（コネクティッド）、Autonomous（自動運転）、Shared & Services（シェアリング&サービス）、Electric（電動化）。前回はこのうち