

インターネットに繋がる車が標準の時代に

◆インターネット接続機能を搭載した自動車の普及が進む

2018年9月23日、ドイツのVWは、20年に全車種にインターネット接続機能を標準搭載すると発表した。駐車場の空き状況の検索、車内でのインターネット決済、車の荷室に宅配便を届けるサービスなどを開始する。

ルノー・日産・三菱自動車は、9月18日、21年以降に発売する新車にグーグルの基本ソフト「アンドロイド」を搭載すると発表した。22年までに、新車の90%に「アンドロイド」を搭載し車内からのインターネット接続を可能とする。

またトヨタは、7月に発売した新型「クラウン」にインターネット接続機能を標準搭載した。他車の走行データを元に、渋滞時の最適ルートの検索や災害時に通行できる道路の確認などの機能を備える。

このようにインターネット接続機能を備えた車は「コネクテッドカー」と呼ばれ、高級車を中心にオプションとして広がってきたが、最近では車種によっては標準となり、さらには全車種をコネクテッドカーとする動きが進んでいる。

◆日本では自動車メーカーの積極姿勢と消費者ニーズの間にはギャップ

自動車メーカーがコネクテッドカーの普及を進める理由としては、自動車向けインターネットサービスの提供という新ビジネスの拡大が見込めることがある。

また、自社の車両の走行データを元にしたルート検索や自動車間の通信による安全運転支援などの機能は、コネクテッドカーの普及が進めばデータ量が増加し正確性や機能性が高まることになり、サービスの品質向上に繋がることになる。

一方、課題は消費者のニーズ面だ。調査会社IDCが1月に発表した、日本の消費者を対象としたアンケート調査によると、コネクテッドカーに興味がない消費者が約73%となっており、コネクテッドカー普及に積極姿勢をみせる自動車メーカーと消費者のニーズとの間にはギャップがある。もともと、自動車通勤が主流で自動車で過ごす時間が長い国では、車内で様々なインターネットサービスを楽しむコネクテッドカーへのニーズが高い可能性もあり、国や地域によってコネクテッドカーの普及状況が変わってくることも考えられる。 【今村弘史】