

岐路に立つモーターショー

◆フランクフルトで開催のIAA来場者は前回より3割減少

独自自動車工業会（VDA）は2019年9月22日、12日から開幕していた「IAA」（フランクフルト国際モーターショー）の来場者数が、56万人だったと発表した。前回17年の81万人を30%以上下回る大幅な減少だ。前々回の15年は93.2万人で、明らかな退潮傾向にある。これには、いくつかの原因が指摘されている。

◆地球環境問題から向けられる厳しい目、会場周辺で初の抗議行動も

温暖化など環境問題に対する欧州市民の意識は年々高まっており、メーカーが、排気量が大きく二酸化炭素の排出量が多いスポーツ用多目的車（SUV）の販売を強化していることへの反発が特に強い。今回初めてIAA会場周辺で、自転車デモ隊などによる大規模な抗議活動があった。車から自転車への乗り換え、歩道や自転車道路整備、都市には大型のSUVは不必要などと訴えた。IAA開幕後初の週末14日のデモ参加者数は、主催者発表で2万5千人、警察発表で1万5千人に達した。

◆効果が問われる従来型のショー

今回は、参加を見送る有力自動車メーカーが続出し、出展数は前回の1,000を大幅に下回る838に留まった。電動化やIoT化への開発費用が膨らみ、企業が支出を抑制している事情もある。日系メーカーで唯一参加したホンダも9月23日、ディーゼルエンジンの新規開発打ち切りと、21年までに欧州でのディーゼル車販売からの撤退、ハイブリッド車やEVなど電動車への経営資源集中を発表した。

従来型の見本市のコンセプトを疑問視する見方も強まっている。新型車の発表だけならば、インターネットで世界同時中継も可能な時代だ。BMWは、IAAの展示面積と予算を3分の2削減し、代わりに6月にミュンヘンで自社イベント「#NEXT GEN」を初開催した。世界中のジャーナリスト、アナリストなど関係者を招待して、BMWグループの将来の技術、サービスの紹介や複数の新型車の発表を行った。

出展や宿泊費用が高いフランクフルトでIAAを開催することにも批判がある。電動化により自動車は家電と化し、米ラスベガスで毎年1月に開催される家電見

ハイライト

本市「CES」に、近年は自動車メーカーも出展している。IAAを、ベルリンで毎年9月に開催される家電見本市「IFA」との同時開催としては、との意見もある。

◆東京モーターショーも課題に直面、相対的地位低下

2年に一度開催の東京モーターショーが、10月24日～11月4日に予定されている。しかし、46回目となる東京モーターショーも、課題を抱えている。

1つ目は、世界市場における日本の地位低下だ。かつては、パリ、フランクフルト、ジュネーブ、デトロイトと並び、東京モーターショーは、世界5大モーターショーと呼ばれていたが、今では同じアジアでも北京で開催される世界最大級のモーターショーなどに注目が集まる。中国の自動車市場は近年急拡大し、国も企業も新エネルギー車を推進している。アセアンなどの新興市場でも、モーターショーが開催されるため、相対的に東京モーターショーの注目度が落ちている。

1991年には200万人を突破した来場者数は、近年は70～80万人程度だ。今回の東京モーターショーに出展する海外ブランドも、メルセデスベンツ、スマート、ルノー、アルピナなどに留まる。BMW、VW、ボルボ、ポルシェなどは出展しない。

◆来年の東京オリンピック開催の余波で会場が使えず、2カ所に分散

2つ目の問題は、東京オリンピックの影響で、今回は東京ビッグサイトの会場の利用が制限され、会場が2カ所に分断されることだ。利便性の低下は否めない。東京ビッグサイトの一部と、隣の駅の分館と「MEGA WEB」（トヨタの展示場）も併用することになった。



この状況を逆手にとり、MEGA WEB会場で開催される「FUTURE EXPO」では、NTT、パナソニック、NEC、富士通など、家電やIT企業による展示が行われる。

家電やコンピューターデバイスの見本市から始まった「CES」は、今や自動運転車、スマートホーム、スタートアップ企業が集まるイベントに様変わりした。今回を契機に、東京モーターショー自体の変革も始まるかもしれない。 【赤山英子】