

第2回 Change

～変わるもの、変わらないもの、変えてはいけないもの～



日産自動車株式会社 商品企画本部
日本商品企画室 主管

川嶋則生氏 × 澤田裕江君

日産自動車株式会社 関東カンパニー
リージョナルマーケティングマネージャー

愛澤正樹氏

本年度第2回目のゲストには、日産自動車株式会社の川嶋氏と愛澤氏に登場いただいた。挨拶も早々に、「私がぶっちゃけた話をしてしまうといけないので…(川嶋氏)」「だから私がブレーキ役で参りました(愛澤氏)」「(笑)」と、打ち解けた空気の中で対談が始まった。日産の明確な意思を、力強く、そして心から楽しそうに熱く語っていただいた。これからの日本のものづくりに、そして自動車産業に期待感が高まる対談となった。



川嶋則生(かわしま・のりお)

日産自動車株式会社 商品企画本部
日本商品企画室 主管

日時：平成22年3月25日

場所：日産自動車株式会社 横浜本社

■自動車離れの分析

澤田 今若い男の子が、自動車に関心を示さない、興味を持たないような、時代になっていきます。「鉄ヲタ」な方が溢れているように、自動車以外の何かにもものすごく盛り上がりを見せています。日産さんでは、「車離れ」について、何か分析はされているのでしょうか。

川嶋 私の部署では直接やってはいいませんが、市場を調査分析する部署がいろいろやっています。たぶん結論や正解というのがなくてですね、いろんな考え方に基づいた、推察みたいなものは出てきています。我々の世代で言うと、ほんとに自動車が好きユーザーさんの世代というのは、やはり車がひとつのステータスだったし、憧れであつたんですね。私もそうだったのですが、まず最初は親父のすねをかじって、親父の車を乗り回し、中古車を探し、いずれは自分の自動車を手にしてと。車がひとつのお客様の広がりといいますが、行動を広げる、価値観を広げるひとつの道具として、車、車、という時代があつたのだらうと思うのです。ところがですね、そうやって

お客様の価値観を広げていけるものって、現代においては山ほどあるんです。そのひとつがIT社会ですね。ネットで繋がることによって、個人が持ついろいろな欲求や好奇心を満たしてくれる、大衆充足してくれる世の中になったと、分析しています。私どもは車が売れての商売ですので、そういう時代背景と真つ向から戦うことは考えませんが、やはり自動車になんらかの新たな価値観を宿していかなくてはならないとおもいます。このままのトレンドが続いていくとしたら、どんどんお客様の車離れの現実が進んでしまいますし、私どもとしても危機感を持っています。

澤田 モノや人が豊かになって、社会が成熟した結果が、こういう世界だったと云うのは、予測できないですよ。

川嶋 ただ、もう一方で、「車は本来楽しいもの」だっていうところは、日産は絶対忘れてはいけないうと、思っています。今度「リーフ」という新しい電気自動車が出るのですが、こういう質問を良くされます。電気自動車(EV)って比較

的、簡単にできちゃう構造だと。エンジン下ろして、モーター入れて、インバーターつけて完成だ。最近の報道で中国のEVの生産が盛んであることが報じられる中で、「日産さん大丈夫ですか？」とよく問いかけてられます。「誰でもEVって、作れちゃうんじゃないですか？」と心配してくださる。これから日産がEVで頑張っていくとして、いけるのはわかるけれども、何もみんなができるところへ船出していくことはないんじゃないのという、心配を含めてのご質問なんですね。

■変化していく「時代」と、変化しない「自分らしさ」

川嶋 そのときに私がお答えしているのは、「普通のEVは作ってません」ってことなんです。走る楽しさとか、お客様がわくわくするような「車づくり」がベースにあつて、その上で、たまたまエネルギーがガソリンから電気になつたという立ち位置は貫こうと思つています。どんなに世代が変わつても、車そのものが提供できる「運転の楽しさ」というものは、これからハイブリッドだろうがEVであろう

が、絶対そこははずさない。我々が過去ずっと培ってきた技術力だとか、お客様とのコミュニケーションだとかで持っているアセットというノウハウが沢山あります。それをベースに、このリーフを作っています。もし機会があれば、ご試乗いただきたいですね。売り込みをしているわけではないのですが(笑)、フェアレディZやスカイラインに乗ってきたお客様が、自分の車を置いていくから、市場されたEVを乗って帰りたいとおっしゃいます。(笑)

澤田 素敵ですね(笑)

川嶋 やっぱ、時代の変化やお客様のニーズの変化に合わせていくことはしていきますが、日産自動車と云うカラー、アセットというものは、自動車がどんなに進化しようとも時代がどんなに変わろうともそこは変わらないと思えます。

澤田 変わってしまうものに合わせいくことと、絶対に変えていけないものが並列して、尚且つ成り立っているんですね。

川嶋 ドライブングプレジャーというか、今度はピュアドライブとかいうのかな。日産の取り組みとしてそういう視点があります。

澤田 偶然ですね、うちの会社でも運転する楽しさ、初心の緊張感、純粋な気持ちというものを「ピュアドライブ」としていました。

愛澤 今年はリーフを初めとしていろんな新しい自動車を提案していきます。燃費や環境という課題はやはりテーマにあります。「環境負荷が低い自動車」であること、「運転が楽しい」「走ることが楽しい」ということは、成立すると思えます。昔のように、黒い煙を吐きながらスポーツカーで走るより、環境負荷が少ない車で走るほうが、素直に楽しめると思うのです。きつちりエコなんですけれども、楽しい、ワクワクする自動車。こういうこと

を含めて「ピュアドライブ」と表現して行きます。澤田さんがおっしゃった事と根っこは一緒ですね。

■日産の戦略、教習所との協働の可能性

澤田 それでは、リーフのお話が出ましたので、開発の経過や今後の展開について伺いたいです。

川嶋 会社の方向性として、「ゼロ・エミッション」という切り口の中で、業界のリーダーを目指す、トップマネジメントが決定したので、それに向かって日産は邁進し



愛澤正樹(あいざわ・まさき)
日産自動車株式会社 関東カンパニー
リージョナルマーケティングマネージャー

ているところ。そのソリューションの一つがEVであったわけです。「ゼロ・エミッション」という冠があるので、排気ガスが出ない車種の担当になったくらい認識で、この部署に飛び込んでちょうど1年になります。ばたばた仕事をこなしてきたんですけれども、一番大事なのは、EVを創ることではなくて、「ゼロ・エミッション」の世界をどうやって創っていくのかということなんです。ちよつと口幅つたい言い方ですが、EVは排気ガスが一切出ない。CO2だけじゃなく、NOx、HC（ハイドロカーボン）など。つまり、これまでエコカーとして減税を国から受けてきた自動車とはまったく範囲が違う自動車です。ところが、真摯に受け止めると、充電して走る車です。その充電は、まだまだ化石燃料で発電している。発電段階で、残念ながらCO2が発生してしまふんです。日産は「ゼロ・エミッション」を掲げているので、EVを販売すれば、それで好いという訳には行かない。私はこのプロジェクトとは別に、発電する段階で日産自動車がお役に立てることがないのか？という検討も、別なグループの一員として

やっています。具体的には、リーフは24KWhという、大体一般のご家庭の2日分くらいの電気容量をバッテリーに貯めています。また、皆さんがお持ちの携帯電話のリチウム電池は、毎日充電すると2、3年で性能が落ちてしまうと思いますが、リーフのバッテリーはよい意味で想像を裏切るくらい、素晴らしい性能なんです。10年使っても、バッテリーは生き生きしているんです。一般のお客様に使っていただいたとして、車本体は寿命でも、バッテリーはまだOKなんです。そういったバッテリーを、もつともつと、たとえば太陽光発電や風力発電など、クリーンエネルギーで充電できないかと。発電段階でCO2を出さないようなシステムを、作り出せないかということまで考えています。自動車メーカーが開発したバッテリーを、社会がもつと転用してくれるような仕組みが創れないかと考えています。日産としては「ゼロ・エミッション」をそこまで捉えて考えています。

澤田 「蓄電器としてのEV」というイメージは始めていますよね。ご家庭での太陽光発電などか

らの蓄電のシステムから始まり、災害時のライフラインの確保という、広い視点でEVの機能が捉えられる。問題は消費者が理解できるかどうかなんです。このういときに教習所業界は何ができるのかなと、感じます。

川嶋 この対談の話をいただいたときに、教習所という観点から見た時に何ができるか考えておりました。いま、ガソリン自動車からEVに切り替わる時です。これを世の中の人にどうやってご説明しようかと取り組んでいます。今年暮れにはリーフが発売されますし、そのときには今までと違ったことをしなくてはならないと。で、ガソリン車とEVは何が違うんですか？を、伝えることから始めなくてはいいけない。これは、ものすごく同じところと、違うところがあふんです。僕は、教習所にEVつて、めちゃくちゃ向いているなと思つているんです。なぜなら、走る距離は決まっているし、夜は走らないから一番安い夜間料金で充電していただける。EVのディスプレイバンテージというのは、現時点では航続距離なんです。教習所ですとか、ハイヤー業

界でしたら、ある程度走行距離が読めます。不安なく、利用いただける業態だと思ふんです。特に教習所は1日の走行距離は読めますので、コストダウンも可能となるでしょう。新しく生まれてくるソリューションですから、若い皆さんに興味を持つていただけるよう、車以外の装置にもいろいろ工夫しています。こういうものって、教習所向きなんじゃないかなって思います。で、ガソリンとEVの違いってやはりあるんです。EVつて、常にモーターを回し続ける高速走行がどちらかと言うと苦手とか。

澤田 そうなんですか。

川嶋 逆に、山坂道ですとか、G&S TOPを繰り返す走行が、その程度によりますが得意なんです。ガソリン車が苦手なモードです。たとえば下り坂は、ガソリン車であれば、エンジンブレーキを使って坂道を下ってくる。EVは、回生ブレーキ[※]を使って発電しながら下りてきます。そうすると、燃費がEVの方が良いケースもあります。思つたより燃費がいいと。



澤田 確かに、運転の仕方が変わりますね。

川嶋 それと、トルクがすごく太い。リーフはフェアレディZやスカイラインと同じくらいのトルクがあります。教習の仕方が変わって当然ですよ。

澤田 社会や自動車が進んでいくのに、教習カリキュラムが追いついていない現実があります。たとえば自主経路という項目があって、地図を見て運転を計

画させる教程があります。もうほとんどの車にカーナビが入っている現実には、うまく噛み合っていない。カリキュラム以上の教習を行う教習所がないのが現実です。生産性が落ちるといえることですね。新しい自動車が提案されて、社会が今変わり目のときを迎えている時に、何ができるかということですよ。

川嶋 たとえば、EVの体験の時間が別にあってもいいかもしれませんね。いつ社会がEVに全面移行するかはわかりませんが、経験しておくことは大切ですよ。

澤田 ある自動車学校さんでは、AT車をすべてトヨタのプリウスにしたところがあります。けれども、ガソリン車に乗ったことがない教習生は、やはり経験不足から怖いといわれるそうです。過渡期の今はEV、ガソリン車どちらも体験させることが必要だと思いますね。

■エネルギーの変更、システムの変わり目

この対談が行われる数日前に、国

会の審議でいくつかの法案[※]が成立した。自民党政権時代には「低炭素社会の実現」の名目の元、現政権では、自動車産業のブラッシュアップとフォロワーを自論んだ内容のものだ。国民にとっても新車購入の補助金制度は魅力的にうつる。新しい製品としてのEVは、社会にどのように入っていくのだろうか。

澤田 EV普及のための法律が昨日審議されました。今こうした変わり目のときですが、たとえば自動車学校に電気スタンドがあっても良いですね。

愛澤 そうですね。普及に当たって、ガソリンスタンド、つまりEVのエネルギーサプライヤーの問題はありますよ。EVは、家で充電が基本です。急速充電器のように初期投資にコストがかかるものもありますし、普通の100Vでゆっくり給電するスタイルであれば、コストはかきません。継ぎ足し継ぎ足しすれば、家までは帰れるんです。あまり過大な投資は必要としないかもしれません。東京一大阪間のように、長距離を運転する場合には急速充電器は必要で

すが、自分のまちの中を走る分には、何も問題ないですよ。

澤田 いま、何キロ四方に充電所が1つあればいいかという研究も進んでいるようですね。

川嶋 そのとおりです。私も日産自動車は、パイロット生産ではなく、通常のガソリン車と同じようにEVの販売を考えています。

日産には、全国で約2200の日産の販売店があります。その販売店にはまず普通充電設備を設置します。リーフの販売に合わせて進めたいと考えております。日本地図で、どこに充電システムがあるか示すことができるようにしたいですね。

澤田 こういう社会の変わり目のときに、自動車学校としても存在感を示したいですね。車に乗る楽しみをどうやって伝えればいいのか、車に乗るといふことへの社会性というものを身に着けて欲しいと思うんです。そういうところで、メーカーさんはお客様のニーズをどう捉えているのかぜひお伺いしたいところです。

川嶋 抽象的な答えになつてしまふのかもしれないが、5年、10年先のお話をする、車は、よりもっと身近なものになつていく世界があるのではないかと思つています。私の社内での役職というのは、お客様が期待しておられる、将来お客様が望むであろう事を、企画に反映する仕事です。そのお客様と、社内ものづくりをする部署との中間にある部署なんです。「将来のお客様が望んでいるであろうクルマ」というのは、もつともつとコンパクトなものになつていゝであろうと。今の日本のマーケットを見たところ、そういう兆しが出ている。たとえばスカイラインやフェアレディを愛してくださいといゝる皆さんもいらつしやいます。が、自動車は、パソコンや携帯がそのうであつたように、もつともつと身近なものに、もつともつと生活の一部になるような存在になる気がしています。

■これからの日産のクルマとは

川嶋 僕が今、気にしているのが、軽トラック。地方のおじちゃんに乗つてゐるあれですよ。うちの親父

も軽トラックでした。周りの人もほとんどそういう時代でした。なぜか。乗りやすいからです。小回りがきくし、手ごろだから。便利なんですすよ。それでももう一台グロリアも所有してました。それは見栄だと。ステイタスなんだと。言いたいのは、自動車がもつと手ごろなものに、身近なものになつていゝかないと、敷居が高いままだといゝ。世の中の皆さんはそう思つていゝると思つし、若い皆さんはめんどくさいこと大嫌ひじゃないですか。そういうウザイ感じじゃなくつて、クルマのほうから擦り寄つてくるような、そういう商品にしていゝかなくちやいけなないと思ひます。軽トラックのようなコンセプトの、EVの可能性もありかもしゝれないし、価格面でも100万円を切るくらいな身近さにならなくつてはいけなないと思ひます。

澤田 三菱自動車さんのi-MiEVでしたつて、ああいゝ感じですか？

川嶋 モーターショーに出品するコンセプトカー等を通じて、お客様がどう反応して下さるかを調べ

るのもある意味マーケティングなんですすよ。例えば、去年の東京モーターショーで出展した、ランドグライダー^{※3}。結構な反響をいただいてます。若い人もそうですが、年配の人が、「あれ良いじゃん」とおつしやつてくれる。

愛澤 「カジュアルシティムーバー」と位置つけています。二人乗りのバイクのように、タンデムにして乗るんです。車の幅は小さいし、サイズは小さいし、何よりバッテリーにかかる負荷が少なくてすむ。コンパクトになつて、走る楽しさがある。シティコミュニーターとして街中を乗るEVとして提案しました。

川嶋 いただいた質問に直球で答えできてないと思ひますが、クルマを、もつともつとお客様の身近なものにしたいと思ひます。肩肘張らないような存在になつてほしい。マーケットとキャッチボールしながら新しいコンセプトを実現したいです。僕は今EVにどつぷりなんで、なんとなく見えてき

ていることなんですす、EVがソリューションの一つに上がるならば、もうリビングにクルマが止

まつてゐる時代は本当に遠くないと思ひます。

澤田 グーグルさんなんかは、「スマート・グリッド^{※4}」の概念なので、そういう事を言ひ始めてますね。

川嶋 そうですすね、もつと白物家電に近いような存在になるかもしゝれませぬ。そんな手ごろ感や身近さ。でも、それでも、日産はドライブング・プレジャーは絶対はずさない。企業の姿勢として、お客さんが望んでいる望んでいゝないではなく、日産からのメッセージなんです。

澤田 トヨタさんの対談のときにもお話したんですす、わくわくしないクルマつて、私はやつぱり残念な感じがしますね。

愛澤 「わくわく感」と言うキーワードですが、Zやスカイラインが持つてゐる車の質感は特別なものがあひますが、ドライブングプレジャーという「走りの楽しさ」はどんなクルマでも持つてゐるだろうと思ひます。ただ、例えば、女の子に訊くと、車に乗ること何

で聴く音楽が楽しい、また、彼氏と
思いつきり話ができることが楽し
い、という。生活の中のさまざまな
シーンで「わくわく感」があつて、
「絶対的なスピード」が価値ではな
い。スピードやハンドリング性能
だけがドライビングプレジャーの
全てではないと思いますね。私た
ちはそういうものも含めたわくわ
く感をクルマに宿したいと考えて
います。

川嶋 私が暖めているコンセプト
の一つは、永遠に人間の中にある
欲求の一つである、「楽(らく)」で
す。楽は、必ずみんな求めますよ
ね。車がしてあげられるこの
「楽」って言うキーワードをどう
やって具現化するか、これから先
の商品のコンセプト・アイテムと
してずっとあり続けるとしていま
す。必ずヒットするような装備つ
て、「楽」に当てはまるんです。ナビ
ゲーションシステムは、最初なん
だかわかんなかったのに、今では
行き先を喋るとナビが勝手に何で
もしてくれる。ワンボックスカー
の後ろのスライドドアだって、
オートですよ。アラウンド
ビューモニターも。「便利」と、「楽」
は、微妙に異なると思います。

でも、「楽」を実現したものは、必ず
ヒットしてきます。クルマの全体と
してのありようも、もつと「楽」に
あつて良いんじゃないの?という
ことなんです。これはずっと先ま
で続くコンセプトネタだと思いま
す。お客様の思つてることを言葉
にして、ビジュアルにして、開発に
投げて、日産自動車を持つている
技術力やシナジー効果をミートさ
せることが私たちの仕事ですね。
ここから先は、もつとお客様との
会話をしていかないと、高飛車な
視線ではやっていけない気がして
いますね。

澤田 私もそうなのですが、今ポ
リウムゾーンとなつてきているの
が、団塊Jrの世代、1970年前
後生まれの人たちです。その年代
は世の中のパワーゾーンでもある
と思うんです。そういう世代に対
しては、どのように分析されてい
ますでしょうか。

川嶋 各世代の方々の、「世代」と
いう切り口と、「ライフステージ」
という切り口から弊社の場合考え
ています。同じアラフォーの世代
の方でも、独身の方もいれば、既婚
の方、既婚でも子供がいるか、いな

いか。セグメントすることでお客
様のニーズをきちんと定めていき
ます。日産では車の開発にあたり
かねがねそういうことはしていま
すが、どこにミートさせるかメッ
セージを持つて出さないと、いけ
ないと思います。お子様のいるア
ラフォーの方であれば、そのお子
様をどのように考えているかとい
うことなんです。昔は、「俺が全て
を決めるんだ」というお父さんが
いました。子供は後ろで窮屈に
乗つてれば良いと。しかし時代が
変わつて、家族でも、もつと仲良く
アットホームになれる装置として
のクルマ、ワンボックスカーとか。
また、ペットつて今すぐくウエイ
トつて高くなつてきていません
か?そこでペットに媚びた商品を
出せばいいものじゃないんで
すが、直球の答えにならないとは
思うのですが、細分化した中での、
その世代の理解というものが必要
となると思います。その中で商品
の作りこみをしていかないと、商
品自体がボケてしまうと思うんで
す。絨毯爆撃のように、メーカーが
作ったものが売れる時代はとつく
に終わつていて、効率的に整理し
たうえで、「こういう方に買つてい
ただきたいんだ」とつていうメッ



セージ性は、どこのメーカーも
持つていると思います。

■魂が揺さぶられるクルマ、 魂がぶっ飛びクルマ

澤田 プロダクトされたものが、
人の期待を超えなくなったのかも
しれませんね。人の商品への期待
のほうが大きくなってしまった。
だから、こういう変わり目のとき

に出てくる商品ってすごく大事な
のかもしれないね。

川嶋 私は日産に入社して26年
なるんですが、技術職としてス
タートしました。クルマが好きで
好きで。その私が今まで2回、ぶっ
飛んだことがあります。ぶっ飛
ぶって言うのは怪我したとかじゃ
なくて、気持ち弾けてぶっ飛ん
だ事があるんです。最初にぶっ飛
んだのは、セドリック、グロリアに
初めて搭載された、エクストロイ
ドCVT※5って言う、メカニカル
なCVTなのですが、あまりたく
さん作れなかつたんです。これを
弊社の栃木のテストコースで試運
転したときに、このクルマ、このま
ま空飛びじゃねえかと、思った
んですね。ぶっ飛びましたね。そし
て2回目にぶっ飛んだのが、この
リーフです。追浜のテストコース
で試乗したときに、こりゃあす
げえ、と。(遠いところを見つめる
目)

澤田 こういう外觀でも、スカイ
ラインを上回るトルクがあると、
思うくらいなんですものね。

川嶋 ほんとにお客様が、「早くこ

れのスポーツカーを出
せーっ！」って言うくらい(笑)

愛澤 エンジンとミッションとい
うメカじゃないんで。モーターな
ので、立ち上がりが一番早いんで
すよ。

川嶋 クワアーツ！って奔るんで
すよ！アクセル踏んだ瞬間にこん
なですよ(後ろにのけぞる)。この
かつこしたクルマが(笑)

愛澤 市販するときには、そんな
びっくりするくらいビヤーツと飛
び出すんじゃないかって、ちゃんとこ
う、安全な発進になってますけど
(笑)

川嶋 そう、そうですね、(笑)

愛澤 ただ、特徴としては、圧倒的
な加速のよさは、別次元のもので
すね。

川嶋 前輪と後輪の間に重量のあ
るバッテリーをバランスよく配置
してあります。その結果、メチャク
チャ操安性※6がいいんですよ。低
重心でバランスがいいから。テス
トコースのバンクにピュッと突っ

込むんですけど、ビタツと安定す
るんですよ。これがほんとにす
ごい。正直、EVの担当になつと
き、「ゴルフ場のカーットの担当
かあ」と(笑)思ってたんですけれ
ども、いい意味で大きく期待を裏
切ってくれました。だから、乗って
楽しいクルマに仕上がってるのは
間違いなくって、Zやスカイライ
ンで培ったノウハウを盛り込んで
いきますから、相当凄いですよ。宣
伝ばかりで恐縮です。(笑)

澤田 サーキットでリミッターが
切れるスポーツEVもできるかも
しれませんね。

川嶋 ええ、できると思います。

澤田 いいですね。乗ってみたい
なあー。(笑)

■対談の最後に一言

情熱的に、しかも本当に嬉しそう
に、楽しそうに解説してくださる
川嶋、愛澤両氏の自動車に注ぐ愛
情を感じた一日であった。話は尽
きないのであるが、対談もいよいよ
クロージングへ。

川嶋 リーフは全車ナビゲーショ
ンを標準装備にしたいんです。い
ろんな気持ちがあつてですね、
ITって云うものとEVって云う
ものをきちんと組み合わせ、新
しい世界を実現したいんです。楽
だつたり心地よかつたり、そうい
う、EVならではのものを宿せな
いかと思つています。実際、航続距
離が限られる場合、現状の航続可
能範囲を、同心円でナビ上に表示
していきたいんですね。どこまで
いけるのか。また、どこに充電スタ
ンドがあるのか。これはオプショ
ンではなく、標準だろうというこ
とで取り組んでいます。又、リーフ
には通信機能を搭載させます。携
帯電話を一つ積んでると思つてく
ださい。充電が完了すると、クルマ
から私の携帯に充電完了とメール
が入る仕組みなんです。また、家
に帰る前に、エアコンを入れてお
くことがクルマから指示ができる
ようなことを可能としています。

澤田 聞いていると楽しくなっ
てきますね。教習車としてほしく
なっちゃいますね。販売価格はど
れくらいを予定されてるんです
か？

愛澤 まだ公表できないんですけど、国からいただく補助金を入れて300万円くらいで出したいと考えています。で、これはガソリン代がかかりませんので。そこで量販したいと考えています。(12月に市販開始される際の価格は376万円、補助金を考慮すれば299万円と云う内容が3月末に正式に発表された。編者注)

澤田 随分リーズナブルな価格ですね。

川嶋 いま、リーフは燃費どれくらいですかという質問をよくされます。一般的に世の中で報道されている「電費」とうのは、昼間の電力料金で充電された場合で、1キロ走行するのに約3円かかるといわれています。で、夜間の安い電力料金では、1キロ当たり1円といわれています。で、ガソリン車と比較するときに、計算を単純化して1キロ当たり1・2円としました。で、ガソリンの1リットルあたりの単価を、これも計算を単純にするために120円/ℓとしました。そうすると、1キロ1・2円です。走る車が、120円使ったら、何キロ走れますか?という計算にしま

した。つまり、100キロと。ガソリンと比較するのであれば、100キロメートル/ℓということとです。同じクラスのハイブリッド車と比較すると、単純に2〜3倍走って事です。

澤田 それでは最後になります。5年後、10年後の話がありました。が、免許を取得するために若年層にもっと車を身近なものにしよう、教習所の若手経営者が話し合っているのですが、日産さんでは何かそういう取り組みはありますか?

愛澤 工場見学は効果的だと考えていますね。子供って、基本的に動くものが好きじゃないですか。工場見学の中でも自動車の生産工場の見学は人気ですね。根源的に車を動かす楽しさって、子供の持つてるそれと繋がってくると思うのです。子供のうちから関係を持たそうって言うのは、私もも共感するところなんです。草の根的に、いろんなところで車の楽しさを伝えていかなくちやいけないと考えています。どうしてもキャパシティの問題で、全ての学校の方に見学いただけないのが残念です。日産を

好きにってもらいたいということ、切に願うところです。

澤田 なるほど。今後ぜひいろんな事で協力できることがあればぜひ何かしたいですね。今日はお二人があんまり楽しそうに語られるので、是非リーフを買わなくてはいけないと思ってしまうました(笑)。本日はありがとうございました。

川嶋、愛澤 こちらこそありがとうございました。

この対談の後、横須賀にある追浜のテストコースでのリーフの試乗を快く奨めていただいた。また別の機会を設け部会メンバーには案内したい。本対談からお分かりいただけると思うが、自動車という製品の仕様が大きく変わることで、社会のシステムそのものまで大きく変わろうとしている。自動車産業の一角にある教習所業界も、この変化を把握しておく必要はある。

今回は日産のEVという製品の背景にある、日産の価値観や世界観にまで話が及んだ。同じように、組

織がどのような価値観を表現していくか、日本の全ての企業が考えなくてはならない所に来ている。社会の1機関として教習所が存在感を示せるかどうか、大きなチャンスが訪れていると認識したい。

※1 日産リーフ(LEAF)

<http://www.nissan-zeroemission.com/JP/LEAF/>

※2 回生ブレーキ

通常駆動力として用いるモーターを発電機として作動させ作動させ、運動エネルギーを電気エネルギーに変換して回収することで制動をかける電気ブレーキの一手法。発電時の回転抵抗を制動力として利用するもので、電力回生ブレーキ、回生制動とも呼ばれる。電動機を動力とするエレベーター、電車、自動車ほか広く用いられる。(フリー百科事典『ウィキペディア』より抜粋)

<http://eccocar.auto-one.jp/word/313997/>

※3 日産ブランドグライダ―

<http://www.nissan-zeroemission.com/JP/>

HISTORY/index.html?item=LandGlider

対策の一環としてスマートグリッド構築が一つの大きな課題と位置づけられています。

※4 スマート・グリッド
スマートグリッドは、IT・制御技術

(日立総研オピニオン 「今を読み解くキーワード」より抜粋)

を強化することにより、電力需要と電力供給をリアルタイムに一致させる先進的な電力網(電力系統(grid))を指します。具体的には、消費者の電力使用量と電力

http://www.hitachihri.com/opinion/02column/02word/k50.html

会社の発電量を監視し、消費者と供給者との間でリアルタイムに双方向通信を行うことにより、電力

※5 エクストロイドCVT
http://www.jsae.or.jp/autotech/data/8-11.html

会社が電力需要量に見合った電力を効率的に供給できるようにします。一方、消費者側も電力需要の削減や電力料金の低下などのメリットを受けることができます。現在の電力網は、大規模発電所で発電した電力を消費者に対して送ると

※6 操安性(そうあんせい)
http://www.alde.co.jp/ndesign/examples/soansei/index.html

いう一方の流れですが、スマートグリッドの実現により消費者側からの需要情報が発電量に影響を与えることになり、現在の電力網は大幅に変革されることになりました。また、このところ注目を浴びているプラグインハイブリッド車や電気自動車は電力網から充電を行うため、これからの電力網にとつての大きな負荷変動要因となります。このため米国では、地球温暖化

