

「全鍍連」 2020年 7月号 理事長のよこがお

三重県鍍金工業組合 理事長 服部 一彌 (株)ハツメック 代表取締役社長)

「5Gデジタル時代に日本の自動車産業はどこに向かうのだろうか」

昨年の10月トヨタ自動車の豊田章一郎名誉会長がノーベル賞受賞者の吉野彰さんのところに行ったという記事を見ました。その内容とはトヨタはこの先生残れるだろうか？と豊田さんが吉野さんに質問されたそうです。

吉野さんは大変驚かれたようで世界屈指の企業の元TOPが一科学者の自分にそのようなことを聞かれてもということのようでしたが、それだけ章一郎さんには危機感があったようです。その危機感とはCASEという自動車業界に押し寄せているデジタル化時代の大波のことのようにです。自動車がネットに繋がれ(Connected)自動運転化(Autonomous)が進むと究極には個々に保有する必要もなく(Share)事故も激減する社会になるという。それを達成するための電動化(Electric)技術の進展。章一郎さんはこのデジタル時代にトヨタは生き残れるのかという不安を抱いているようです。日本の自動車メーカーは基本的に低燃費で安価な自動車造りで世界をリードしてきました。「低燃費」は擦り合わせ型の技術の典型であり「安価」は「ジャスト イン タイム」とか「カイゼン」といわれる日本で生れた日本人が得意とする手法による成果です。ところがCASEが進むにつれ自動車はスマホにタイヤが付いたようなものになるといわれています。おそらく豊田章一郎さんはこのデジタル化の進捗で日本のお家芸である自動車ビジネスが米国のG A F A、中国のB A T Hという巨大プラットフォーム達のフィールドに移るとの危機感があるのではないかと思います。そんな中ご子息章男社長はプラットフォームでソフトバンク、電池ではパナソニック、最近キントなどという自動車のサブスクリプションビジネスへも進出、さらには静岡にスマートシティー構想までぶち上げられておりCASEに対して全方位で取組まれています。ここどころ「選択と集中」というキーワードで強みを深掘する戦略をとる企業が多い中、全方位で開発・マーケティングを進めるのはトヨタでさえ先が読めないといったことがあるのではと推測します。それにしても全方位で展開が出来るのは財力基盤の盤石なトヨタでしかできない芸当ではないかと感じます。

さて5年後10年後5Gの本格運用が進みCASE時代が到来したとき日本の自動車産業はどういうステータスを確保しているのでしょうか？巨大プラットフォーム達のビジネスツールに成り下がっているのでしょうか、不安と期待が交錯致します。