

CLUB NEWS

2020-2021年度国際ロータリーテーマ
ロータリーは機会の扉を開く

国際ロータリー第2800地区 第5ブロック

山形中央ロータリークラブ



新たな試練を機会に、ロータリアンとして創造力と柔軟性で乗り越えよう!

vol.
1247

2020-2021
MEETING

〒990-0031 山形市十日町1-1-26 歌懸稲荷神社社務所ビル2F TEL(023)632-7777 FAX(023)624-5200

例会 毎週火曜日12:30~13:30(但し第5週は18:30~) 会場 ホテルメトロポリタン山形

- | | | |
|-----------------|----------------|--------------------------|
| ■ 会長 小林 敏 郎 | ■ 職業奉仕 佐竹 純 一 | ■ 副 幹 事 佐藤 太 |
| ■ 会長エレクト 長橋 正 人 | ■ 社会奉仕 小泉 俊 哉 | ■ 会 計 深瀬 隆 志 |
| ■ 副 会 長 石山 徳 昭 | ■ 青少年奉仕 相川 博 昭 | ■ S A A 川 合 勝 芳 |
| ■ 直前会長 伊藤 和 子 | ■ 国際奉仕 中川 清 美 | 国際ロータリー会長 ホルガー・クナーク(ドイツ) |
| ■ クラブ管理運営 長谷川 淳 | ■ 幹 事 玉ノ井 憲 史 | 第2800地区ガバナー 齋藤 榮助(米沢中央) |
| | | 第5ブロックガバナー補佐 北門 一忠(上山) |



ロータリーは機会の扉を開く

◆日時/2021.1.19 12:30 ◆例会場/ホテルメトロポリタン山形 ◆ソング/それこそロータリー

会長挨拶



みなさん、こんにちは。本日はゲスト卓話はありませんので、お客様いらっしゃいません。新入会員卓話を高橋恭治さんをお願いしておりますので、どうかよろしくをお願いします。

さて、1月は「職業奉仕月間」です。本日は「職業を考える」をテーマにお話をさせていただきます。ここで、皆さんに質問です。飼い主とワンちゃんの笑顔をつくる職業? 答えはドッグサロン経営。子どもたちの憧れをつくる職業? 答えはCGデザイナー。

ロータリーの友2021年1月号の特集は「私のプライド、その仕事」です。既にお読みになった方も多いとは思いますが、私も興味深く拝見したところでした。こんな書き出しです。「多様な職業人の集まりであるロータリークラブ。ロータリアンには例会や奉仕活動で見せる顔がある一方、その道の専門家の顔がある。職業を通じてロータリアンが『つくってる』ものを表して頂きました。題して、「あなたが『つくっている』ものは?」。最初に皆さんに質問した二つの職業も、その中にあった経営者の言葉です。

ちなみに当社は、RCの職業分類上は「測量調査」。そして統計分類上は、建設業ではなく、専門・サービス業に分類されております。実際は、公共事業に関わる測量設計業務を受注して実施しております。しかし、当社がつくっているものは、「発注者のパートナーとして、安心・安全を提供する」と自らを定義して事業を進めております。

これは精神論的なお話ではなく、経営論的には「事業ドメイン=活動領域」の問題だと一般的に言われているそうです。有名な話にかつてのアメリカの鉄道企業の例があり、「自分達のビジネスは鉄道だ」と考えており、鉄道の延長線上でのみ事業を考えておりました。その結果、同じ「輸送する」自動車やバスに負けてしまったという話です。自業界の事業領域を「鉄道」だと定義して、そこから考えが発展しなかったため、他業種に顧客を奪われてしまい、業界そのものが衰退してしまったという一例だそうです。

皆さんがよくご存じのユニクロ(ファーストリテイリング)ですが、20年くらい前、経営の教科書には「洋服を売るのではなく、新しい生活スタイルの提案を行う」と自らの事業領域を定義していると出ておりました。経営者の視野の広さに驚かされたことを記憶しておりますが、その後、現在に至るまで、ご存じのような成長を遂げております。

長く続いている企業は、そこに企業としての独自の価値が存在し、世の中にしっかり受け入れられた結果だと思います。このコロナ禍の中で世の中の価値観も変化しており、自らの事業の真の価値を改めて考える機会を得ていると言えるのかもしれません。その時の問いかげは、やはり『あなたが『つくっている』ものは?』ではないかと、釈迦に説法的な話となってしまいましたことをお詫びしつつ、まとめさせていただきます。今日もどうかよろしくをお願いします。ご清聴ありがとうございました。



小林敏郎・玉ノ井憲史/本日大雪の中、例会にご出席ありがとうございます。高橋さん、会員卓話ありがとうございました。

本日出席・修正出席

	会員総数	出席義務出席数	出席会員数	出席率
本日出席	38名	—	23名	—
修正出席				
他クラブでメイクアップされた会員				



会員卓話

トヨタ自動車が目指すもの

高橋 恭治 会員

自己紹介

みなさん、こんにちは。今回、卓話の機会をいただいた山形トヨペットの高橋です。昨年11月の加入以来、皆さんには本当に良くしていただき感謝しています。そして楽しい思い出ばかりで、皆さんの優しさをご配慮に併せて感謝申し上げます。

略歴

さて、私の略歴をお話しさせていただきますと、今から遡ること50年前、もう今では51年前ですが、昭和45年9月、仙台市に生まれ、育ちも仙台です。昭和45年といえば、大阪万博の年でございます。そして、後ほどご説明しますが、トヨタ自動車によって聖光寺(しょうこうじ)が建立された年でもあります。

時代の変化

まだ戦後25年からの時代ということもあり、私の幼い時の記憶でも、

- ① 家の前の道路が砂利道から舗装道路になった
- ② 家のテレビが白黒からカラーになった
- ③ 家のトイレが水洗に変わった

という変化をリアルタイムで経験してきた最後の世代なのか、とも思っています。ちなみにピンクレディーはケイちゃん派でした。成長してからはM I Eに変わりましたが、そこに深い意味はございません。

自分自身

ご縁があって、大学進学を機に山形に住むようになり、大学ではなく、バイト先で後に現在の妻となる女性と付き合うようになり、家業があって、しかも長男であるにもかかわらず、山形で会社員として生きていく決意を固め、今に至っております。趣味はバイクで、35年間乗り続けています。

入社からの経緯

山形トヨペットには平成7年に入社し、8年8ヶ月営業職として働き、本部へ異動、平成19年1月、36歳で店長を務めることになりました。その後、都合4店舗と本部を経験し、今から6年前より、新車販売の責任者を務めております。一昨年の6月に取締役のご指名を受け、本年1月からはこれまでの営業副本部長兼車両部長に加え、レクサス事業責任者も仰せつかっており、これで、軽自動車を含む弊社で販売するすべての新車に関して携わっていることとなります。こちらにいらっしゃる皆様の中にも現在のお客様、過去お取引いただいていた方、様々かとは思いますが、どんな小さなことでも結構ですので、お問い合わせもしくはお申し付けくだされば、しっかり対応させていただきますべく頑張りますので、何なりと仰ってください。すみません、最後はPRになってしまっていますね、反省します。

いよいよ本題

さて、私自身の経歴その他につきましては、コロナ禍で制限はあるでしょうが、食事やお酒の機会にでもまたお話しさせていただく機会もあろうかと思しますので、今日は演題の通り、「トヨタ自動車が目指すもの」についてご紹介させていただきます。

近未来を描く映像

なんかタイトルは仰々しいですが、少しでも皆さんの関心があるのではと選んだテーマですし、内容は簡単ですので、お付き合いいただければありがたいです。それでは、トヨタ自動車が近未来、わずか4年後の2025年にどんな未来像を描いているのかがよく判る映像をご覧ください。

今ご覧いただいた映像は、3年前にメーカーであるトヨタ自動車が我々販売店向けに「未来の商談や納車、そしてアフターサービスはこんな感じになるかも」と新しくはじまる『つながるサービス』などの施策説明のための資料です。いちおう社外秘ではありますが、イメージは掴みやすかったのではないのでしょうか。

少しだけ解説を加えますと、ご覧いただいた映像には既に現在実用化されているものもありました。スマートスピーカーや車の中でのメール読み上げ機能などは数年前からはじまっていますし、「対面しない商談」はまだでも、見積書や注文書の電子化はこれから一気に加速します。「レベル4の自動運転」も開発が進んでいて、「HONDAレジェンドレベル3採用」という報道もありましたし、トヨタ車での実用化ももうすぐです。つまり、下手をすると2025年を待たずに、ご覧いただいた世界がやってくる可能性もある、ということだけをご承知おきください。

大変革と危機感

ところで、皆さんご承知の通り、自動車業界は「百年に一度の大変革期」と呼ばれています。一体、何が大変革なのか？ここがポイントです。

正確には違いますが、今から約100年前、アメリカを中心に自動車が一気に普及します。内燃機関と呼ばれる自動車エンジンの構造は、現在のそれと比較してもほとんど変わりはありません。後輪駆動が前輪駆動になったり、マニュアルトランスミッションがオートマチックになったりの変化に加え、ハイブリッド車が出たり自動ブレーキなどの安全装備が標準化されたりなどはあるものの、「ガソリンを燃やして動力源として走る」態勢に何の変化もありませんでした。そして、各国で自動車の製造・販売が認められているのは自動車メーカーのみ。その業界構造は今も変わりはありません。

大きく変わるのとは次の2点です。

1 点目。カーボンニュートラルのもとに、全世界が一気にEV、電気自動車を普及させます。各国や各メーカーの思惑はとも

かく、これにより業界内での構造変革が起きます。動力源がガソリンエンジンからモーターに変わるというのも大きい変化です。また、水素燃料電池車を含め、「クリーンエネルギー」がポイントとなります。

そして2点目。自動運転レベル5、すなわち地域を問わず自動運転を可能にするにはA.I.(人工知能)の開発が不可欠です。「A.I.の覇権を取った者が次世代の自動車業界を制する」と言われるくらい、重要なファクターになっています。

ちょっと言い換えれば、A.I.の開発で先行できさえすれば、クルマ自体はモーターで動くのでこれまでのような複雑な仕組みも要らなくなり、既存の自動車メーカーだけではなく、あらゆる業種が自動車製造・販売に携わるチャンスが出てくる、ということになります。今までトヨタの敵は日産やHONDAであり、ベンツやフォルクスワーゲンなどでした。ところが先ほどの理由により、既に自動車業界入りに名乗りを挙げている企業の一部を紹介すると、アマゾン・グーグル・アップルなど、今までまったく無関係に思えた異業種の会社ばかりです。

自動車が普及しはじめて約100年、ご説明した変化が自動車業界における「百年に一度の大変革期」が意味するところです。

トヨタの大変革

次に、トヨタ自動車自身における「大変革」について少しだけご説明します。

3年前の2018年、アメリカのラスベガスで行われた「大家電市」、通称CESにトヨタ自動車に参加し、章男社長がこうスピーチしました。

「我々は、カーメーカーからモビリティカンパニーになる」と。

つまり、これまでのトヨタ自動車は自動車メーカーとして自動車を製造・販売していましたが、これからは「モビリティ、つまり移動に関するすべてのサービスを提供できる企業になります」と宣言したことになります。これは、いち企業としての姿勢だけでなく、現在、Maas、モビリティ・アズ・ア・サービスと言った単語に代表されるように「クルマの使い方だけでなく、役割そのものやヒトや荷物などの移手段そのものに関する根底からの見直し」といった側面を持っています。この部分こそが、章男社長がもっとも伝えたかった「大変革」の部分なのでと私は解釈していますし、実際、世の中は既に変化の兆しを見せています。ウーバーやディーディーの配車サービスだけでなく、過疎地におけるデマンドバスと宅配便のコラボレーションや「ちょい乗り」などのサービス。カーシェアだ、若者のクルマ離れだなんて言わずとも、「クルマを所有し、使う」という消費行動や行動様式そのものが既に変化しているのです。

世の中が大きく変化しているのに、我々の業界だけが変化しないで生き残れる訳がありません。章男社長の決断と方向付けは当然のことなのかもしれません。

トヨタの危機感

しかしながら、A.I.開発の分野において、日本は大きく諸外国に後れを取っています。実は、A.I.の技術開発分野においてトップを争っているのは、1位 インド、2位 台湾、3位 アメリカであるとともに、この分野は特許も絡む、トップの総取りレースですので、日本の勝ち目は薄いかもしれません。章男社長は、トヨタ自動車の社員に、常にこの危機感を訴え続けています

が、これもいち企業だけの話ではなく、国家産業レベルの危機なのですが、それを真剣に伝える姿勢のメディアは残念ながらほとんどありません。

トヨタの併売化がはじまって競争が激化したとか、日産のトップが国外逃亡とか、そんな話ばかりです。じわじわと日本の将来が悪化しているかもしれないのに。

将来的には私たちも、「ガワはトヨタ製だけど、中身はすべて外国製のクルマを売る日」が来るかも。もしかすると、売らせてもらうステージそのものが残っていない」という危機に直面するかもしれません。

「ものづくり」は『匠の技』とか『伝承』とかがあるので、後から追いつこうにも そう簡単に順位が入れ替わったり、短期間にシェアが大きく変わったりすることは滅多にありません。そのくらい、実績に裏打ちされた信用と信頼というのは大きいものです。しかし、A.I.をはじめとする「知的財産」はそうではありません。医療や科学の分野を思い浮かべれば理解しやすいと思うのですが、「これまでの常識を打ち破る、まったく新しいもの」を発見なり、つくり出すことができれば、そこが覇権を取ります。だからこそ、トヨタ自動車が「ものづくり」に拘ることは大事なのですが、いつまで経ってもそこばかりだと将来的にとんでもないことが起きてしまいます。

政府の無策

それにもかかわらず、日本政府は根本的なエネルギー政策の転換など本質的かつ大事な議論のことに触れず、2030年代半ばにガソリン車の販売禁止を表明などしたものですから、「これはトヨタだけの問題ではない、むしろトヨタは先んじて 新型MIRAIや小型EVを開発しているものの、他のメーカーを含めこのような片手落ちな政策だけでは日本において自動車に関する『ものづくり』ができなくなってしまう」と自工会会長として警鐘を鳴らしました。青色LED・IPS細胞をはじめ、「知的財産」を発見してきたのは皆、日本人なのに結局はITの世界などで覇権を取っているのはアメリカなど。これに加えて「自動車に関するものづくり」までできなくなったとしたら、いくら世界の歩調に合わせる必要性があったとしても、その先にあるのは日本沈没だけです。特に今は、国内第2位の日産自動車が2年間で約1兆3500億円の赤字見込みを発表していますし、国内リーディングカンパニーとしてトヨタ自動車の使命と責任は益々重くなっていくのだらうと予想がつきます。トヨタ自動車が国内生産300万台・国内販売150万台に拘りつづけているのは、確かに雇用の確保や納税といった社会貢献の側面もあるのですが、それ以上に今後に向けた開発費の確保が大事、という観点でものを考えているということをお今日は皆さまにご紹介させていただきました。

聖光寺について

さてここで、ご存じの方も多いかとは思いますが、『聖光寺』というお寺を紹介させてください。『聖光寺』は、聖なる、光の、寺、と書きます。1970年、先ほど言った私が生まれた年の7月に、長野県蓼科山に建立されたお寺です。

このお寺の三大寺命は、

「交通安全」

「事故に遭われ死亡した方の慰霊」

「負傷者の早期回復」
です。

毎年7月、トヨタグループの幹部社員はもちろん、全国の販売店の代表者もそこに集まり、祈念しているということです。私はまだ行ったことはありません。

ここで言いたいのは、「トヨタというメーカーは、宗教の是非はともかく、ものづくりだけでなく、ここまで本気で長きに渡り『交通事故死傷者ゼロ』を願っている」ということです。しかし残念ながら、このことを知っている販売店の社員はほぼいません。当然の結果として、お客様はさらに知る由もありません。

ディーラーの使命

私も正直、このことは最近知りました。今は我々の営業活動を通じ、このことを正しく理解し、お客様に誇りを持って伝えられる経営幹部を増やしたいと思っています。また、その先にはすべての社員がお客様にメーカーのこうした想いを届けられる集団に成長したい、するべき、と考えております。

トヨタが目指すもの

さて、時間も残り少ないと思いますので、本日の標題である『トヨタ自動車が目指すもの』について簡単にお伝えしたいと思います。

ディーラー支援金

近年、トヨタ自動車は明言こそしていないものの以前と比較すれば販売店に対して出すお金の額がぐっと減りました。まあ正しく表現すれば、「メーカーの意向に沿ったディーラーにお金は出すけれど、そうでないところへはまったく出さなくなった」と言えます。つまり、その辺りにトヨタ自動車メーカーとして目指すべきところが見えてくるのだらうと思っています。メーカーがトヨタディーラーに支援する項目は大きく分けて3つあります。

1. TGR
 2. 先進的な安全装備の訴求
 3. 社会貢献
- 以上の3つです。

TGR

1つ目のTGRとは、トヨタガズーレーシングの略です。トヨタ自動車は国内外において、ロードレース国内最高峰のスーパーGT選手権をはじめ世界的なレースであるWRC(ワールドラリーチャンピオンシップ)やル・マン24時間レースなど沢山のレースで実績を残し、それらの技術を市販車にフィードバックしています。それだけならこのメーカーも一緒なのですが、同時にモータースポーツファンを増やそうと草の根的な活動もずっとつづけているというのが特徴的です。特に小さな、幼い子供たちに向けて。どんなに「いいクルマづくり」を行っても、乗る人がいなければ意味がありません。また、クルマというものがすべて単なる移動手段になってしまったとしたら、勿論、社会的なニーズとしてそれは有り得るのですが、それはそれで味気ない世の中になってしまうかもしれません。私もそうですが、昔から「クルマと対話しながら、操る喜び」だったり、「クルマとつくる沢山の素晴らしい思い出」は何物にも代え難きものがあ

ります。そうした「裾野をつくる、裾野を拡げたい」というメーカーの思いは、我々も大事にしたいと考え、今後、ディーラー主催のモータースポーツ観戦や走行体験会などが活発になる可能性があります。

先進的な安全装備

2つ目の先進的な安全装備が標準化された新型車の訴求、は我々自身が既に数年に渡り活動をつづけています。「サポカー体験会」と銘打ち、山形トヨペットでは全店全日開催しております。特にこの体験会を行うにはメーカー認定の資格者が必要なのですが、当社は150名という県内最多有資格者数を誇りますが、ちなみに県内第1号は私でございます。皆さんの多くが既にご自身の愛車に自動ブレーキその他が装備されているとは思いますが、それをどこかの建物や壁で試す勇気をお持ちの方はいらっしゃらないですよ？私も試してみましたが、怖くてやめた経験があります。ですので、ちゃんと安全性を確保した設備で、当社社員の横でお気軽にお試しください。私たち社員も「クルマを売る」とかより先に、「お客様ご自身や大事なまわりの人を絶対に交通事故の加害者にさせない、そして被害者を一人でも減らしたい」という想いで体験会を行っておりますので、雪解けの季節になりましたら、ぜひお気軽にお近くの店舗へ足をお運びください。

社会貢献

最後、3つ目の社会貢献についてですが、まずは2つ目の「安全装備訴求」そのものが大事な社会貢献だという意識で行っております。また、長きに渡り、当社はグリーンキャンペーンという毎年県庁に苗木を贈呈する活動を40年以上に渡って実施してきました。その他の社会貢献活動につきましては、今日は時間も限られていますので、当社のホームページでご覧いただければと思います。

まとめ

最後、まとめとなりますが、TGR・安全装備・社会貢献でご理解いただけたかと思いますが、トヨタ自動車は、『メーカーとして、もっといいクルマづくりを行い、販売店のもっといいお店づくりを通じて、より多くの人に喜んでもらいながら交通事故死傷者ゼロの社会をつくり出し、未来永劫の発展により世界に貢献しつづける』

というところを目指しているのだと、いちディーラーの社員として感じていますし、我々もそのことに誇りを持ちながら、同時に本業は本業で大事にしていくものの、既存の自動車売買・修理整備といったビジネス領域のみにしがみつくとなく、あらゆる取組みの可能性を探りながら、どうやったら地域のお客様にお役に立てるかを最優先に考え、「カーディーラーからモビリティサービスの提供者」へ変革を図ってまいります。

ちなみに、トヨタ自動車のホームページには20年前に制定された「企業理念」が掲載されているのですが、こちらは文章も多いうえに表現も少し難しく、我々の生活感覚に近い形で紹介したかったという想いもありましたので、本日、この機会を与えて戴いた山形中央ロータリークラブの皆さまに感謝申し上げ、私の話を締めたいと思います。ご清聴、ありがとうございました。

キーワード

百年に一度の大変革期

キーワード

TOYOTA
対
日産・HONDAなど

キーワード

TOYOTA
対
Apple/Google など

キーワード

TOYOTA
カーメーカー
から
モビリティカンパニーへ

キーワード

MaaS
(モビリティ・アズ・ア・サービス)

キーワード

トヨタの危機感
A.I.

キーワード

トヨタの危機感
ものづくり ⇒ A.I.

キーワード

トヨタの危機感
エネルギー政策の
大転換が必要

キーワード

聖光寺

キーワード

聖光寺



キーワード

トヨタ自動車が目指すもの

キーワード

トヨタ自動車が目指すもの

1. TGR
2. 安全装備の訴求
3. 社会貢献

キーワード

トヨタ自動車が目指すもの

まとめ

トヨタ自動車が目指すもの

メーカーとして、もっといいクルマづくりを行い
販売店のもっといいお店づくりを通じて
より多くの人に喜んでもらいながら
交通事故死傷者ゼロの社会をつくり出し
未来永劫の発展により
世界に貢献しつづける

山形トヨペットが目指すもの

カーディーラー

から
モビリティサービスの提供者、への変革

ご清聴ありがとうございました

