



小さなクルマ、 大きな未来。

スズキ株式会社 代表取締役
専務取締役 四輪技術本部長
中山 隆志

アルト誕生 30 年

1979年5月、全国統一価格47万円という衝撃的な価格で「アルト」が発売されました。そして今年、アルトは誕生30年を迎えるとともに、世界累計販売は1,000万台に達し、いまや世界132の国と地域で販売される、名実ともにスズキを代表するモデルに成長いたしました。アルトは初代より5回のモデルチェンジをいたしました。が、「気軽に乗って多用途に使える」、「省資源、省スペース、省エネルギー」、「価値ある製品を実用価格で提供」といった初代アルトに込められた思いは、30年経った今も脈々と受け継がれています。

初代アルト誕生の背景

1960年代、モータリゼーションの一翼を担い、軽

自動車市場は大きく成長しましたが、高度成長期が終盤を迎えた1970年代になると売れ行きが鈍り始めました。1970年には軽自動車の販売台数が125万台と新車全体の3割を占めていましたが、5年後には58万台にまで落ち込みました。「軽自動車の時代は終わってしまう」と考える人も多く、これはスズキにとっても大きな転機でした。なぜならスズキは軽自動車ですべての事業を始めた会社であり、軽自動車市場がなくなってしまうと経営は危機的状況に陥ってしまいます。

当時は乗用車が人気でしたが、価格は高く、なかなか買えるものではありません。事実、中古車では50万円以下がよく売れていました。そこでアルトは新車価格50万円以下で発売することを目標とし、発売を1年延期、あらゆる角度から仕様装備や設計の



アルト誕生30年記念車



初代アルト

見直しを行いました。

そして1979年5月、「全国统一価格47万円」でアルトが発表されました。当時は車両輸送費が別途必要で、地域によって販売価格が違うのが常識でした。しかしアルトは、「全国统一価格」とすることで、新聞広告やTVCMなど価格を前面に押し出した訴求を可能としました。これは業界初の試みでした。

アルト最大の特長である「低価格」を実現するため、税金の負担が少ない商用車とし、他モデルとの部品の共通化、必要最小限の装備としました。もうひとつの特長は、「多用途性」です。乗用車を商用として使うには不便、商用車を乗用として使うには装備に不満といった声を取り入れ、貨客兼用の多目的車としました。

その後もオートマチック仕様、4WD仕様、特別仕様車などを市場のニーズに合わせて発売し、爆発的に販売台数を伸ばしていきました。

アルトは高まりつつあった「セカンドカー」という潜在需要を顕在化させ、新しい市場を開拓したのです。また、女性の社会進出にも貢献したのではないかと思います。

初代アルトへの回帰

時代の変化とともに軽自動車も進化してきました。お客様のニーズの多様化や嗜好の変化、クルマを取り巻く環境や求められるものが多岐に亘るとともに、複雑になったからです。スズキはアルト以降も時代のトレンドを取り込み、お客様の多様なニーズに応えるべく、スペシャリティカーのセルボモードやスポーツカーのカプチーノ、また新しいジャンルを創造したワゴンRなどを発売してきました。

そして現在、クルマに求められているものは地球



初代ワゴンR

と共存できる環境性能です。今こそスズキは、軽自動車としての進むべき方向性や、軽自動車の本質とは何か、といった点をあらためて考え直す時期に来たと考えております。

その答えのひとつが、「初代アルトへの回帰」です。初代アルトは軽自動車の本質、つまり、高い経済性を追い求めることにより、「徹底した装備の見直しと車体の軽量化による低燃費」を実現し、これが結果として幅広いユーザーに受け入れられることとなりました。つまり、スズキの考える「小さなクルマ」とは、「省資源、省スペース、省エネルギー」なエコカーであり、その原点である“初代アルト”の開発コンセプトに立ち返ることにより「大きな未来」が創り出せると考えます。

さいごに

2009年10月、第41回東京モーターショーにアルトコンセプトを出品いたしました。時代は変わっても、経済的で機能的という「アルト」の本質や「価値ある製品を」という思いは変わることはありません。「小さなクルマ、大きな未来。」の実現をめざし、スズキはこれからもお客様にご満足いただける製品を提供し続けてまいります。



カプチーノ



アルトコンセプト