



## さらなる スバルらしさの追求へ

富士重工業株式会社  
代表取締役社長

**吉永 泰之**

### はじめに

スバルは2010年にブランドステートメントを“Confidence in Motion”としました。

「Confidence」とは、お客様と一緒に築いてきた「信頼」です。スバルがお客様との間で培ってきた「信頼」

を大切にしながら、「in Motion」には時代の変化に立ち止まらず「革新し続けて行く」という意味を含めています。

そして現在、2015年度までの中期経営計画「Motion-V」において、“Confidence in Motion”



スバルXVハイブリッド

の考えのもと、企画、開発、生産、販売、アフターサービスの全ての段階において、スバルがお客様に提供する価値を「安心と愉しさ」とし、スバルらしさを大切にしながら「存在感と魅力ある企業」を目指しています。またクルマづくりにおいては「市場から考える、お客様第一」を重要な視点として、作り手志向に陥ることなく、スバルらしさを発揮するクルマ作りへの転換をすすめてきました。

### 米国で大きな成長を遂げる

クルマ作りの転換は、米国市場での大きな成長という形で成果となりました。スバルは2008年までは米国市場で年間の販売台数が20万台をなかなか超えることが出来ませんでした。しかし、この5年間は毎年前年実績を超える成長を達成し、2013年は初めて40万台を超える見込みです。

車内外のサイズ、燃費、安全性能などにおけるマーケット志向のクルマ作りへの転換は、2007年のインプレッサのフルモデルチェンジからスタートしました。この動きは2012年のインプレッサ、2013年のフォレスターのフルモデルチェンジで2周目に入り、販売をさらに伸ばすことが出来ていることから、スバルのクルマ作りの方向性がお客様からのご支持をいただけていると感じています。

また、リーマンショック、東日本大震災など大きな困難があった中でも、米国で成長できたのはクルマづくりの転換に加えて、6年以上に亘る一貫した価値訴求のマーケティング活動の成果、好調な販売が販売店の入替えにつながり販売体制を強化したことなど、すべての販売のプロセスがうまく回っていることが要因と考えています。

### マーケット志向のクルマづくりとスバルらしさ

スバルの財産は技術陣であり、技術オリエントなモノづくりはスバルの良さだと考えています。しかし、技術の高さはともすると、自分達の作りたいものを作るという作り手志向に陥ることがありました。この経験を繰り返すことが無いよう、中期経営計画のなかでも「市場から考える」を重要な視点としています。お客様が必要としている基本要件を満たした上で、スバルが得意とする技術による付加価値が、クルマとし



アイサイト カメラユニット

て魅力ある、そしてスバルらしさがより強く感じられるクルマ作りにつながると考えています。

### 将来に向けて

パワーユニットは、ガソリンエンジンから電動化へと向っています。そしてスバルにとって電動化への第一歩となるハイブリッド車、スバルXVハイブリッドを2013年6月に発売しました。「走るのが楽しいハイブリッド」をコンセプトに燃費の追求だけではなく、走りの質感、居室荷室空間などクルマとしての使い勝手を犠牲にしない、スバルらしいハイブリッドの提案としました。結果、予想を大きく超えるご注文をいただき、スバルの提案が受け入れられた、うれしいスタートとなりました。

また、アイサイトが切り拓いた運転支援技術は瞬く間に広がりを見せています。スバルはパイオニアとして、自動車による交通事故0を目指し、運転席からの視界の良さや走行性能の高さによるActive Safety、アイサイトをはじめとした技術で衝突被害を防ぐPreventive Safety、衝突安全ボディなどの技術により被害軽減をはかるPassive Safety、のすべての段階で安全を実現するAll Around Safetyの考えのもとに更なる進歩をしていきます。

パワーユニットの変化、安全技術の更なる進化をはじめとして、自動車技術の進化はまだまだ続きます。どのような変化の中においても「スバルらしさ」を追求し提案していくことが、当社を「存在感と魅力ある企業」とすることにつながっていくと考えております。

これからのスバルにご期待ください。