



コンパクトカーの リーディングカンパニー を目指して

ダイハツ工業株式会社
代表取締役社長

三井 正則

当社は現在、国内の軽自動車市場、及びインドネシア、マレーシアの3市場で主に事業を展開しています。

近年各市場が大きな変化を見せる中、当社はそれぞれの変化にタイムリーに対応したり、変化に先んじた取り組みを進めることで、コンパクトカーのリーディングカンパニーを目指しています。

軽自動車市場は、各社からの新商品投入や消費税増税前の駆け込み需要で、2013年度新車販売台数(2013年4月～2014年3月)は226万2千台と過去最高を更新しました。市場活性化の一方で各社間の競争は厳しさを増しております。

当社は2011年発売の「ミラ イース」以降、軽自動車に必須の要素である低燃費・低価格・省資源を追求すべく技術を磨いてきました。それから今日まで、これら必須の要素を高い水準で維持しつつ、お客様の用途に合わせた新たな付加価値をもつ商品を提案しています。

2014年6月、多くの方に愛されてきた軽スポーツカー「コペン」を刷新しました。スポーツカーとしての走行性能の向上はもちろんの事、外板の多くの部位を樹脂化した上で着脱が可能な構造とすることで、お客様が自分らしさを表現できるクルマとして生まれ変わりました。多くの技術的な課題を克服して生まれた新型コペンは、各地域に根差したイベントの開催など、お客様とのコミュニケーションのあり方についても提案しています。

これまで軽自動車を販売する店舗では、全国を通じて新車の販売や車検がお客様との主な接点となっていました。今後はより地域に密着した販売活動を展開してお客様との距離を近づけるコミュニケーションを強化すると同時に、お客様の声を当社の事業にも反映してまいります。変化の早い国内市場において、その変化を先読みし、また自ら変化を起こすリーディングカンパニーであり続けたいと考えています。

一方、インドネシアですが、2013年9月発売の「アイラ」はインドネシア政府のエコカー政策(LCGC)適合第1



ダイハツ コペン



新拠点「コペンローカルベース鎌倉」

号車として広くお客様に受け入れられています。為替変動が著しいとはいえ、持続的な経済成長を背景に今後も自動車市場の規模が拡大すると見込まれています。アイラはこれまで二輪車を購入していたお客様に向け開発を進めてきましたが、経済的なメリットの追求にとどまらず、インドネシアのお客様のクルマの使い方を十分に調査し、必要かつ十分な機能と性能を有しています。今後とも同国での一層の開発力強化に向け、研究開発機能の充実を進めています。デザイン棟・設計実験棟・インドネシア初のテストコースから成るR&Dセンターは、2014年内には設計実験棟とテストコースの悪路コースが開設する予定です。

もう一つの展開先であるマレーシアは、TPP参画による市場の自由化を見据えた国際競争力強化を進めてきました。2014年9月には大幅な競争力強化を図った新たな工場が稼動を開始しました。日本国内の最新技術を取り入れるとともに、日本のように社員同士が活発に意見を出し合える企業風土を目指したこの新工場から、

その第1モデルとして登場したのが「アジア」です。モータリゼーションの発達したマレーシアで好まれるデザイン、重視される性能・仕様を盛り込んだアジアは、発売前からの大変な反響が現在も続いております。

インドネシアの「アイラ」、マレーシアの「アジア」に共通する取り組みとして、それぞれの国のニーズに合わせた車両開発が挙げられます。車両の性能を決定付けるエンジンやトランスミッション、プラットフォームなどは今後も日本での開発としつつ、各国のニーズを踏まえるべきデザイン、ボデー開発などは徐々に海外事業体の機能を拡大させる事で、各国に最適なモデルを開発する力を強めています。

今回は各国における開発・生産の取り組みを中心にご紹介しましたが、コペンの項で触れた販売活動における新たな取り組みと合わせ、お客様に喜ばれるクルマを作り、お客様に長く愛される企業となることが、コンパクトカーのリーディングカンパニーを目指す当社の進むべき道と考えています。



インドネシア「アイラ」



マレーシア「アジア」(プロドウア社)