

2018

JAHFA
JAPAN AUTOMOTIVE HALL OF FAME

論壇
Contribution to
JAHFA



「走る喜び」、 人々の心と体を元気にする クルマづくり

マツダ株式会社
代表取締役社長兼CEO

丸本 明

マツダは技術開発の長期ビジョン「サステイナブル“Zoom-Zoom”宣言2030」を昨年8月に公表しました。このビジョンを踏まえ、「人間中心」の開発哲学にもとづき、心豊かなカーライフの実現を目指した電動化とコネクティビティの技術戦略を今年10月に発表いたしました。

私たちマツダはお客様と強い絆で結ばれたブランドになりたいと考えています。そのためには、マツダならではの価値として「走る喜び」を追求し、極め続けることが最も大切なことだと考えています。カーライフを通じてお客様に「走る喜び」による「人生の輝き」を提供し続けることがマツダとお客様との絆をより強く、深くするのだと考えています。

マツダが目指す「走る喜び」とは、日常の運転シーンにおいて、まるで長く使い込んだ道具のように、自分の意図通りに走り、曲がり、止まることができること。人間が持つ「自然に振る舞う」動きにクルマの動きを一致させ、一緒に乗っている人もクルマの動きを自然に感じ取ることができ、安心して乗っていただける。また、目にした瞬間に心を奪われ、その場所の風景や光により表情を変えているクルマをずっと眺めていたくなる。そしてまた走りたくなる。そのようなク

ルマを所有し、どこまでも一緒に走り、過ごすことで得られる「心の満足」。これが、マツダが目指す「走る喜び」です。

マツダが目指す「走る喜び」を通じて、「地球」、「社会」、「人」が持つ課題を解決する考え方や道筋を策定したのが「サステイナブル“Zoom-Zoom”宣言2030」です。

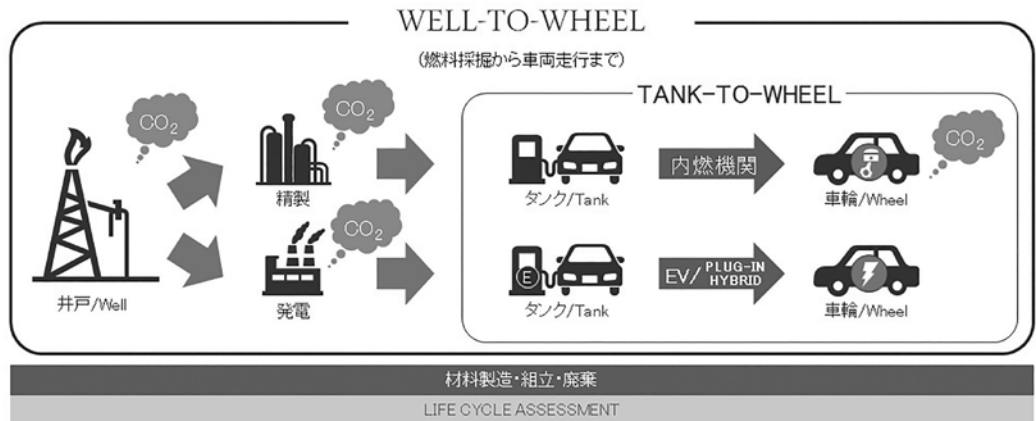
マツダが取り組む課題のうち「地球」については、地球温暖化の抑制に取り組むため、マツダはクルマのライフサイクル全体を対象とした“Well-to-Wheel”の観点からCO₂削減を進めます。“Well-to-Wheel”での企業平均CO₂排出量を2050年までに2010年比90%削減することを視野に、2030年時点で50%削減することを目指します。

“Well-to-Wheel”でのCO₂削減目標を達成するためには、地域によって異なる自動車のパワーソースの適性やエネルギー事情、電力の発電構成などを踏まえて、適材適所に対応するマルチソリューションが必要と考えています。外部機関による2030年時点の見通しとして、大多数のクルマは内燃機関に電動化技術を組み合わせたものになると予測されています。

マツダは2030年時点で、生産するすべてのクルマに



クルマのライフサイクル全体でのCO₂削減に向け、WELL-TO-WHEEL視点でのCO₂削減に取り組む



電動化技術を搭載してまいります。パワーユニットの構成比はプラグインハイブリッドやハイブリッドを含めた内燃機関搭載車が95%、電気駆動のみのEVが5%と見通しています。従い、内燃機関の理想を追求していく従来からの戦略に変更はありません。「理想の内燃機関実現に向けたロードマップ」に基づく技術開発を進め、2030年までに最終的なゴールを目指します。

また、2050年のCO₂削減目標を達成するアプローチのひとつとして、マツダは微細藻類から生成されるバイオ燃料などの再生可能液体燃料の技術課題の解決や普及に向けた取り組みを、産学官の連携を通じて推進しています。

一方、クリーン発電が可能である、または大気汚染抑制のための規制があるといったEVなどの電気駆動技術が有効な地域に対しては、電気駆動ならではの利点と独自の技術を活用し、「走る歓び」を体現したEVの商品化に取り組めます。その実現手段のひとつが、マツダ独自の内燃機関であるロータリーエンジンを使ったレンジエクステンダーです。ロータリーエンジンを発電システムとして使用し、「いつでも行きたいところに、自由に行ける」というクルマの持つ価値をEV

においても実現してまいります。

「社会」の課題として、社会構造の変化にともない、交通面で不自由をされている方々も増えています。

また、「人」の課題としては、人々は機械化や自動化により経済的な豊かさの恩恵を受けている一方で、運動不足や、人や社会との直接的な関わりが希薄になりがちであり、ストレスが増加しているのではないかと考えています。このような「社会」および「人」に関する課題認識のもと、マツダは「人間中心」の考え方で、デジタル社会の利便性とリアルな人とのつながりを両立させ、クルマを通じた体験や感動の共有によって人・社会をつなげ、いつまでも人間らしい心豊かな「生きる歓び」が実感できるコネクティビティ技術を開発し提供していきたいと考えています。

いま、自動車産業は100年に一度の変革期を迎えているといわれていますが、マツダはこれを新しい『クルマ文化創造』のチャンスだと捉えています。マツダならではの『人間中心』の開発哲学をもとに、新技術を活用しながら『走る歓び』を『飽くなき挑戦』で追求し続け、お客さまと世界一強い絆で結ばれたブランドになることを目指してまいります。