

## 年男を語る

梨本幸博君

私は1960年の生まれで、子年の年男であると同時に還暦という年回りに当たります。世の中的に還暦とはいうものの、沼津北ロータリーの中ではまだまだ鼻たれ小僧であります。今後ともご指導をよろしくお願いいたします。



私の十二支は「子」ですが、妻は「寅」です。我々夫婦は、十二支の中、最強のトラと最弱のネズミの組み合わせで、30年近く夫婦としてやってこれたのも、偏に私の辛抱強さの賜物と思っております。

さて、十干、十二支の組み合わせで言う庚子の年は、新しいことを始める好機ということで、60年前の庚子の年である1960年を振り返ってみますと、例えばキリンから缶ビールが発売され、インスタントコーヒーやインスタントラーメン、インスタントカレーといったインスタント食品が世に登場し、カラーテレビ放送が開始されるといった、確かに時代に先駆けた新しい動きがあった年だったのかもしれませんが。

我々の自動車業界の話として「自動車業界は100年に一度の大変革の時代」というトヨタ自動車の豊田社長のコメントを、新聞、テレビなどで聞かれた方もいらっしゃると思います。この100年に一度という意味は、1908年にT型フォードが発売され、移動手段がこれまでの馬車から車に急速に変わった。自動車が普及することで、人々の行動範囲が格段に広がることとなり、町が郊外まで広がることになりました。また、それまでの蹄鉄業は廃れ、新たにガソリンスタンドや修理工場という職業が生まれ、道路の整備も進みました。T型フォードという自動車が世の中に生まれて約100年、自動車の登場で世の中が大きく変わったように、自動運転、電動化、つながる、シェアリングといった自動車を取り巻く新しい動きで現在の自動車産業が変わるかもしれないということを意味しています。

例えば家電業界では、1960年代にはパナソニックのお店や日立のお店が全国に約10,000店ありましたが、今では家電量販店や価格comのようなネット販売が主流となり、家電メーカーの系列店は、大きく

減少することとなっています。確かに従来の白モノ家電からパソコンなど商品の変化もありますが、テレビの調子が悪くなり電気屋に修理に来てもらい「そろそろ寿命ですね。新しいテレビに買い替えてはいかがでしょうか?」と新しいテレビを勧められる。そうした商売は、今の自動車販売と大差がないわけで、そうした変化が我々の業界にいつ起こっても不思議ではないと思っています。

また、トヨタの販売店でも、チャンネルに関係なくどこでもトヨタの車を買える時代が間もなくやってくると思います。一般の方々はピンとこないかもしれませんが、例えば現在はクラウンは静岡トヨタでしか買えません。ハリアーは静岡トヨペット、カローラはカローラ店、ヴィッツはネッツ店というようにその販売店でしか買えない車があります。それが販売店の垣根を越え、どこに行ってもトヨタの車を買えるようになるということです。そのことに対して現場は、「自分のお客様が取られてしまうのではないか?」という疑心暗鬼になる部分も多いわけですが、むしろ、自分の手札が増えるということでは決してネガティブなことだけではないと思っています。この様に自動車を作るメーカーだけでなく、自動車販売を生業とする我々にもまさに今起こりつつあることは、大きな変革の前哨戦かもしれないと感じております。

先日、新年の祈祷に行った際、宮司様から「庚子の年は新しいことを始める年と言われているが、何もないところから全く新しいことを生み出すということではなく、先人が生み出したものを子年が意味する多産＝大勢で練りに練って次の子々孫々に繋げるものを作っていく年」というお話を伺いました。自動車業界にとっては、自動車という便利な移動手段という機能は変わらずとも、使われ方や世の中とのつながり方、動力、運転方法などなど、将来に向けた変革がはじまる年になりそうです。

そうした大きな波を軽やかに笑顔で乗り切っていきたいと思っておりますので、引き続きご指導いただきます様、よろしくお願いいたします。