

▼CNC Japan 代表取締役社長 DR・ヨッヘン・レゲヴィー氏に聞く

今後、海外マーケットを重視するならば 豊田新会長を機に、自工会は海外広報を強化すべき

「内弁慶では困る」。豊田章男新会長就任で、改めて見えてきた課題がある。日本自動車工業会（自工会）の海外向け情報発信だ。いうまでもなく、自工会会長は日本の自動車の顔ともいえる存在だが、欧米では認知度が低い。これが海外メディアのニュース発信から露呈した。日本の自動車メーカーが欧米や新興国マーケットを重視する中で、自工会も海外広報を強化すべきであろう。

（聞き手◎中島公司）

いい人物だから心配

欧米は自工会会長を知らない

トヨタ自動車社長の豊田章男氏が自工会の会長に就任しました。豊田氏の印象は

「私のイメージは真面目で約束を守り、仕事に熱心な人。加えてオープンで、革新的、積極的にも見える。だからこそ、私は心配している。日本で一番大きい自動車メーカーのトップとして、世界中を飛び回らなければならぬ中で自工会会長の時間を確保することができるか。私は忙しくて、大変だと思う」

―自工会会長就任のニュースです

が、トヨタ自動車社長就任の時と違い、海外のメディアの取り扱いが小さかったと思いますが

「これは日本にとって悲しい話だ。

会長就任のニュースはドイツやアメリカなど、海外メディアでは小さい。掲載していないケースもあった。これは海外で、日本の自工会活動やその会長があまり知られていないからだ。実は、ここに日本の自動車業界、

自工会の大きな課題がある。10年前、20年前、日本ナンバー1で、世界から日本の自動車メーカー、自動車業界が注目を集めていた。改善、改革など、欧米は高く評価した。だが、改善、改革も、今は、あの時期のよ

うな高い評価、注

目はない。なぜ

なら、欧米の自動

車業界は日本流

の改善、改革をす

でに学び、次の段

階に入っているか

らだ。このような

背景から、欧米の

自動車業界関係者

に日本の自工会会

長は誰かと聞いても、知らない人が

多い。多分、カルロス・ゴーン氏の

方が有名だ」

国内のためにも海外が重要

日本車のイメージづくりが大事

―豊田会長の就任を機に、自工会の新たな活動を通して、日本の自動車イメージのアップが必要です

「世界に日本の自動車業界の考え方を、思いを伝えるのに、今回の新会長就任が大きなチャンスになる。海



外広報の強化やイメージづくりが重要。なぜ必要か。今、日本の自動車メーカーは国内以上に、海外で積極的に事業を展開しているからだ。国内のマーケットは成熟化しており、人口は少子高齢化で増えない。日本の自動車メーカーは海外事業で活路を開いている。かつて日本の自動車メーカー、製鉄は海外でナンバー1の評価を受け、輸出が増えた。だが、今の海外市場はドイツ勢のプレミアム戦略や韓国勢の攻勢を受けて防戦気味



PROFILE

Dr. ヨッヘン レゲヴィー氏
Dr. Jochen Legewie

ケルン大学と一橋大学で日本経済と文化を学び、ダイムラークライスラーAG、三菱自動車で広報担当の経験もある。現在、CNC(コミュニケーションズ&ネットワークコンサルティング) Japanの社長で、日本企業のグローバル広報をサポートしている。日本での生活は20年を超える。ドイツ・ドーステン生まれ、47歳。

「海外向けには単なる製品PRだけでなく、日本の最先端技術、いわゆる日本のモノづくりを伝えるべきだ。日本のクルマ、日本の自動車業界、日本のモノづくりをPRすべきだ。そこでは自工会の方が活躍しやすい。例えば、日本には電気自動車(EV)やEVを活用したスマートコミュニケーションなどがある。次世代自動車の開発とともに、新しい街づくりまで進展している。世界に誇れる技術で、未来に自動車が重要な役割を果たす。各自動車メーカーで次世代自動車に関しては、燃料電池、EV、ハイブリッド、低燃費ガソリン・ディーゼルなど、開発姿勢に温度差がある。だが、EV関連は今、特に日本が先行し、電子、電池技術は世界が注目している。新しい日本のイメージになる。加えて日本独特の軽自動車や今後の高齢化を想定した超小型モビリティなどの開発もある。EVや超小型モビリティのモデルを通して、環境、安全の最先端技術性能の優位性、高い品質を示し、このイメージを日本のクルマに定着させるべきだ。例えば、日本からモビリティ革命が始まる」というようなスローガンがあってもいいと思う」

海外では、顔と声、が大事
定期的な継続性が重要

具体的な情報発信、PRの手法は

「第1は世界でのモーターショーがある。東京モーターショーだけでなく、シヨールだけでなく、フランクフルト、パリ、デトロイトなど、世界のモーターショーで自工会は日本車、日本

のモノづくりをPRすべき。第2は豊田会長のスピーチだ。世界で自動車関連のシンポジウムを開き、会長自らが情報発信することに意味がある。そこで何が大事か。顔と声、が大事だ。今、日本の自動車の顔は誰か……。自工会会長の豊田氏の顔を覚えていただかないと、自工会の主張や発言の印象が薄くなる。世界の日本のポジションが低下する。ドイツの自動車工業会(VDA)は政府に大きな影響力を持ち、会長は自動車メーカー出身でなく、政界出身の人物が10年以上も務めている。自動車メーカーの首脳は副会長だ」

「このようなイメージ戦略は、自動車メーカーの現職社長では難しい。『実際、自動車メーカーの社長では自社のマネジメントが多忙で難しいだろう。解決策の一つとして、例えばアメリカは元大統領が政府の特使を務めて政府間交渉を手伝うケースがある。業界団体でも元や前社長で実力者を使うという方法がある。ただ、今はトヨタ自動車のトップである豊田氏が一番の適任だと思う。豊田氏は厳しい経営環境下でトヨタの社長に就任。アメリカでの品質問題、東日本大震災、タイの洪水など、大きな難局を乗り越えてきた。この経

験は大きく、海外メディアのいい面悪い面も知っている。語学も堪能のようだから、自ら発信もできる」

**国内発信は軽視しない
政府に影響力を持つ存在力**

「現在、自工会は毎月、定例会長会見を開いています。当然、海外メディア対応の強化が必要になりますね」

「最近、海外から注目を集めた自工会の出来事は東日本大震災で被災した部品工場の再開に向けた各自動車メーカーの連携と、電力不足に対応した土日生産の実施だった。情報発信は国内、海外とも大切だが、これまでは国内主体の内容だったように思う。これからは海外広報にも力を入れるべきだ。海外メディアが参加しやすいように同時通訳など、会見施設を改善すべき。また、自動車に詳しい海外特派員向けの対応を増やすべき。ただ、国内向けの発信を軽視するようには言っていないのではない。これまで通り国内は提供しながら、海外を強化するという。海外強化では、自工会と日本政府の連携も重要になる。日本政府内での自工会、自動車業界が影響力を持つようにもしなければならない。他国の自動車業界は、その国の国策になっている」