

SDV時代に求められる、クルマとユーザーの コミュニケーションのあり方とは



AutoInsight

オートインサイト
鶴原吉郎

写真：鶴原撮影

自己紹介

1985年 日経マグロウヒル社（現在の日経BP社）に入社。

新素材技術誌記者、機械技術誌編集長。

2004年 日本で初めての自動車エンジニア向け専門誌
「日経Automotive Technology（現在の日経Automotive）」の創刊に携わる。

2004年6月の同誌創刊と同時に編集長に就任。

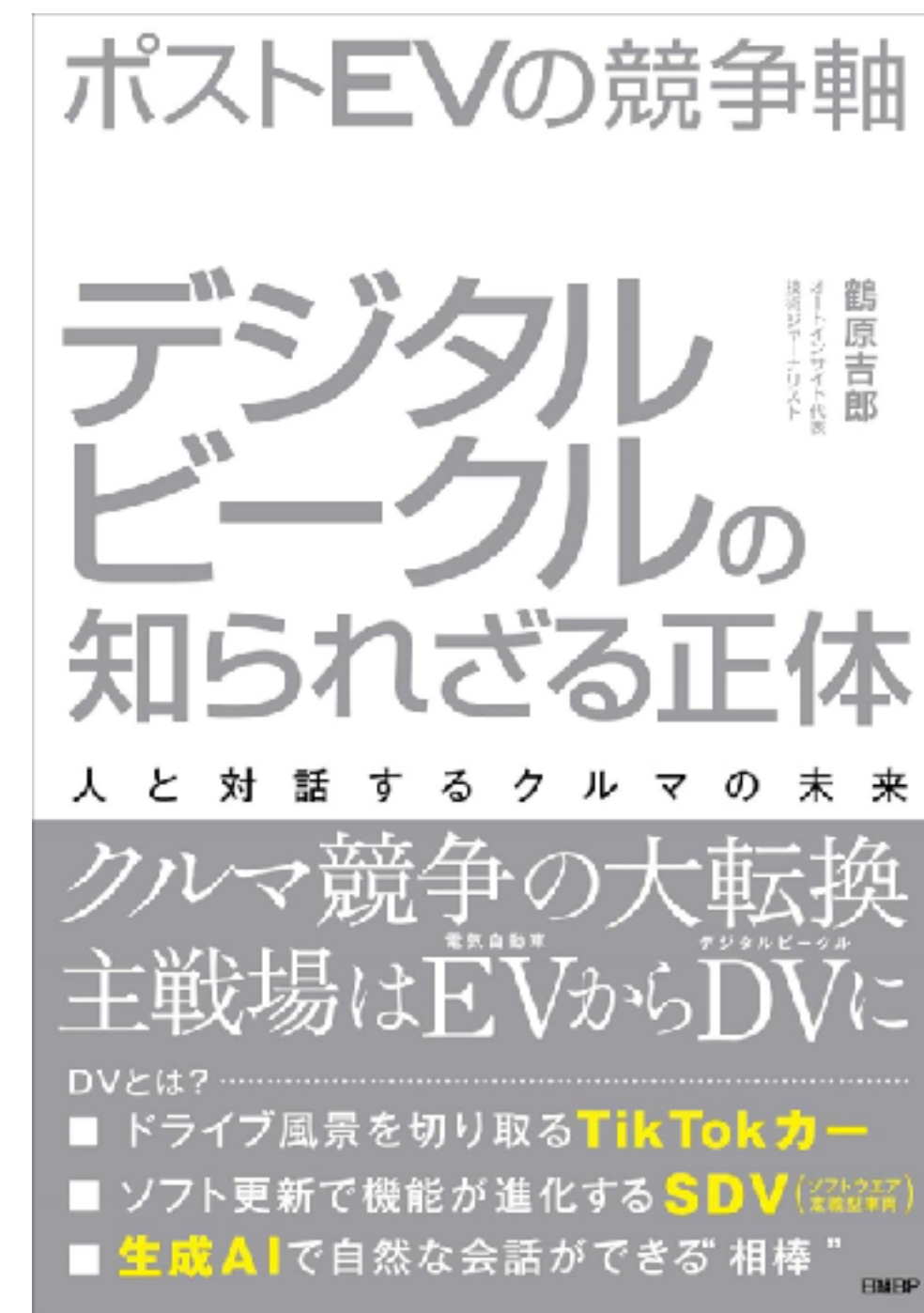
2014年3月に日経BP社を退社し、
2014年5月に自動車技術・産業に関するコンテンツの編集・制作を専門とする
オートインサイト株式会社を設立、代表に就任。

日経BP未来ラボ客員研究員。

日本カー・オブ・ザ・イヤー選考委員。



主な著書



「日経クロステック」「日経ビジネス電子版」 にコラムを連載中

メニュー

キーワードで検索

日経XTECH

特集

連載

専門メディア

テーマ

マイページ

新着 | トラブル | 調査/データ | IT | 電機 | 自動車 | 建築 | 土木 | ランキング | オピニオン

クルマのうんテク

連載をフォロー

バンコクモーターショーで見た中国EVの真の脅威

鶴原 吉郎 オートインサイト代表

2024.05.07

f X B!

📄 🖨️ 📌

全2708文字

高い書き換え耐性・高速・低消費電力を実現！8～32MbitページEEPROM PR
車載Ethernet 2024：BMW、ソニー・ホンダモビリティ、デンソー登壇 PR
リスクを低減する最適な設計。総システムコストの削減。迅速な商品化の実現。 PR

この連載のタイリポート最終回となる今回は、「バンコクモーターショー」のインプレッションを報告したい。バンコクモーターショーが、日米欧のいわゆる先進国のモーターショーに対して大きく異なるのは、単にクルマを展示する場であるだけでなく、商談の場でもあることだ。各完成車メーカーはこのイベントのために、全国から腕の良いセールスパーソンを集めるだけでなく、モーターショーの開催に合わせて値引きやローン金利の優遇といったキャンペーンを実施する。

メニュー

キーワードで記事を検索

日経ビジネス

AUDIO VIDEO LIVE BOOKS

🔔 📌 👤

HOME 新着 ランキング 週刊最新号 VIDEO AUDIO キーパーソン 企業研究 オピニオン

タブを編集

18～24才 35～44才
25～34才 45～54才

お客様の年齢を絞ってリーチ

Google 広告 詳細はこちら

最新ランキング ALL RANKINGS >

1 パナソニック社長「停滞の責任は経営陣に」 変革へ覚悟求めた役員合宿 2024.05.10

2 お受験で下克上 開校わずか6年目の私立小、慶応幼稚舎しのぐ人気 2024.05.08

3 冷蔵庫から考える人類とオゾンホールとの戦い 2024.05.10

クルマのうんテク

ボルボの新世代EV「EX30」 中国・吉利が開発主導も「らしさ」盛り込む

By Yoshirou Tsuruhara Read time:5min 2024.5.9

📄 📌

🖨️ 後で読む

SHARE

f X

🔗

記事を贈る📧

📺

後で読む

📌

文字サイズ

AutoInsight

自動車業界の現状認識



自動車業界は「100年に一度の変革期」

「自動車業界は100年に一度の大変革の時代に入った。次の100年も自動車メーカーがモビリティ社会の主役を張れる保証はどこにもない。

『勝つか負けるか』ではなく、まさに『生きるか死ぬか』という瀬戸際の戦いが始まっている」

(トヨタ自動車 豊田章男前社長)



AutoInsight

写真：トヨタ自動車

「CASE」とは？



Connected
Autonomous
Share & Service
Electric

写真：Daimler

AutoInsight

「CASE」はこれまでのクルマの価値の 全否定

- C Connected → 「独立空間」としてのクルマの否定
- A Autonomous → 「運転する楽しさ」の否定
- S Share & Service → 「所有する喜び」の否定
- E Electric → 「クルマの象徴としてのエンジン」の否定

EV化は変化の序章に過ぎない

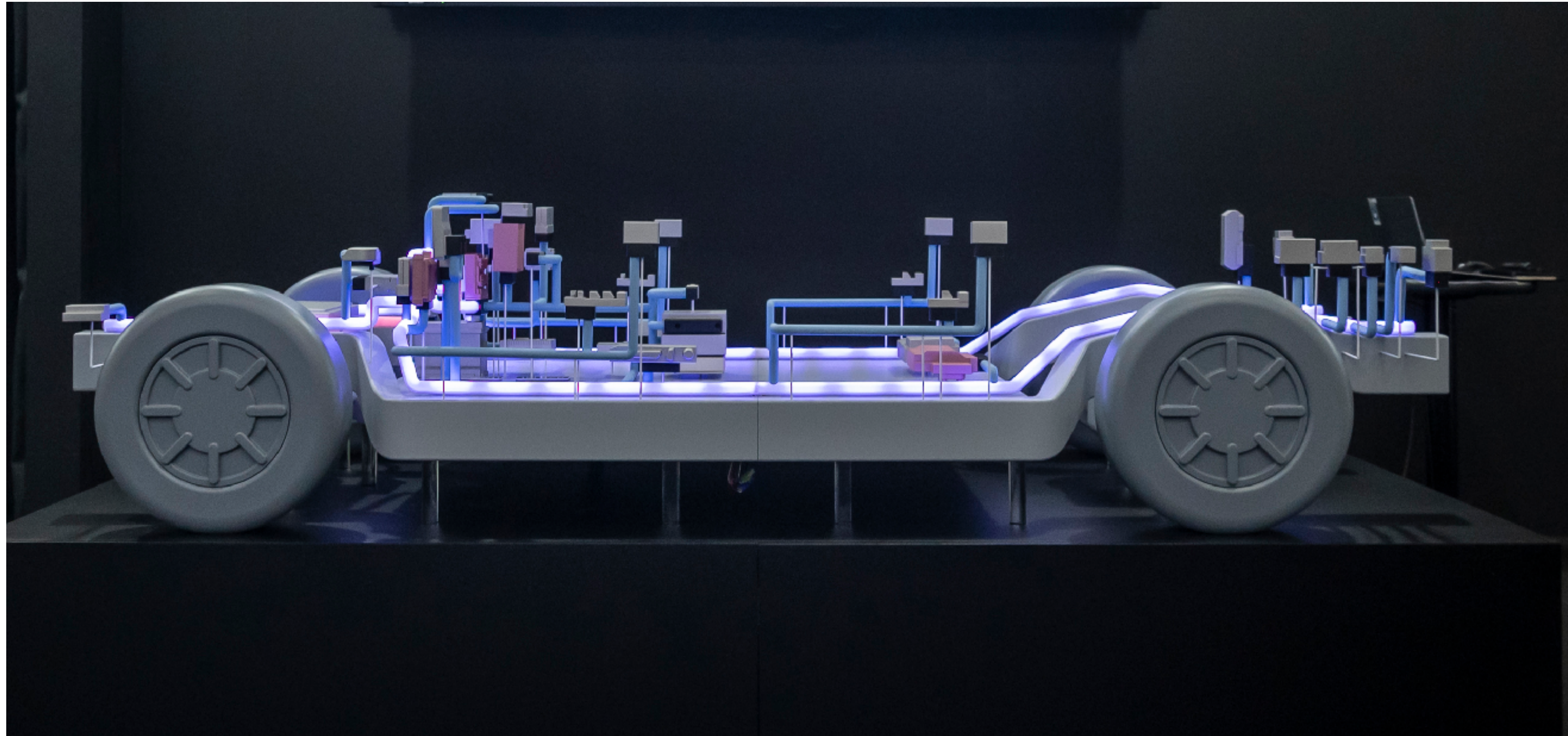
→真の競争軸は

DV（デジタルビークル）

※自動車業界では最近、SDV（ソフトウェア定義型車両）という言葉が使われ始めているが、人により定義が異なるほか、一般の人には分かりにくいため、ここではDVと呼ぶことにする



クルマの競争軸がEVからDVへ



DV（デジタルビークル）とは、デジタル技術を駆使した次世代のクルマ

DV化を主導するのは中国メーカー



中国の最新EVは、グリルのない洗練されたデザイン
と、ほとんどスイッチのないシンプルな内装で、日
米欧のクルマを古臭く感じさせていた

AutoInsight

写真：タイ国際モーターショーで筆者撮影



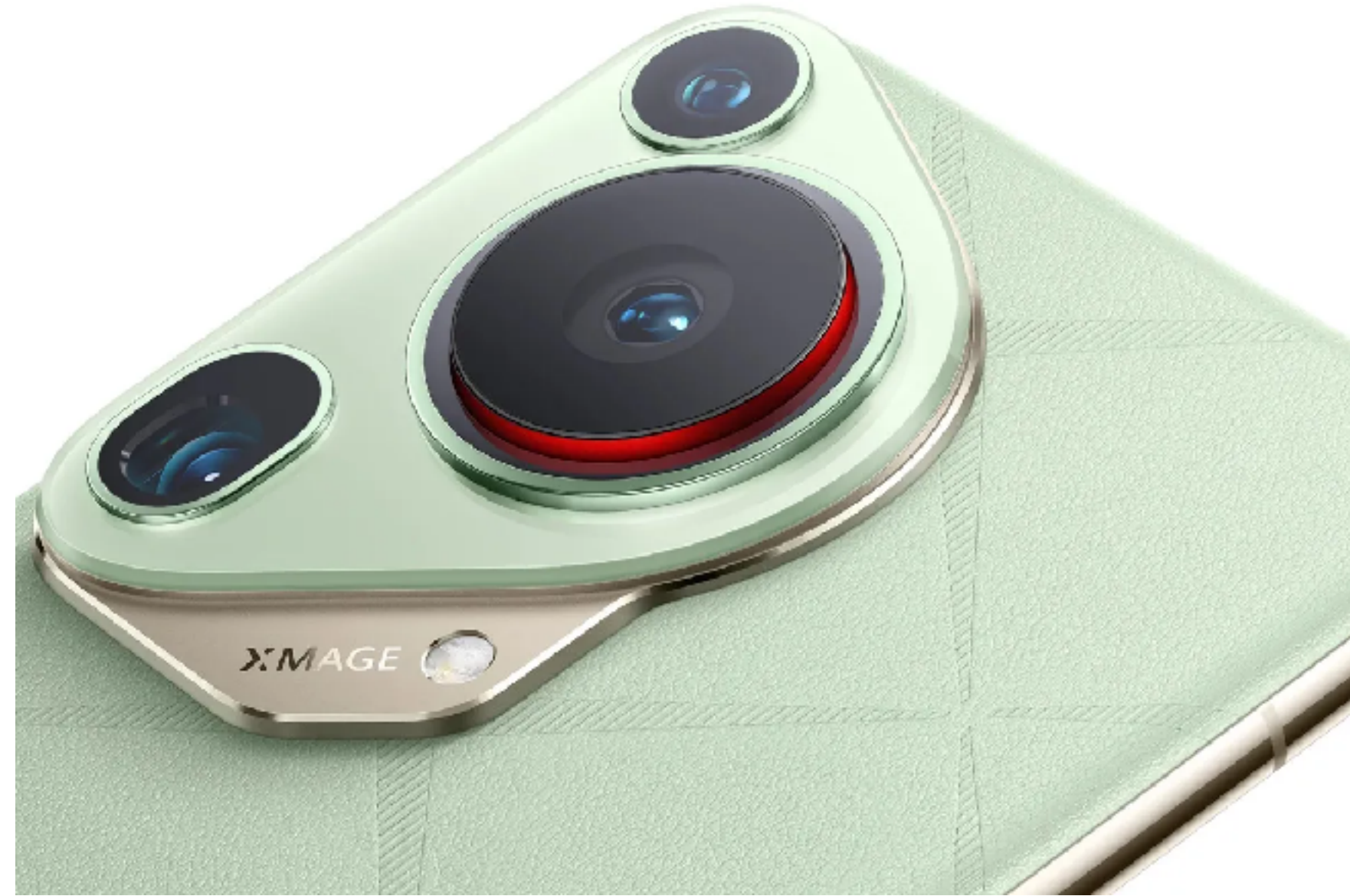
2024年の北京モーターショーの主役は シャオミとファーウェイ



写真：シャオミの動画より
キャプチャー、ファーウェイ

AutoInsight

スマートフォンメーカーの参入は クルマの価値創造の変化を象徴



●クルマの価値創造も、スマートフォンのようになる

AutoInsight

写真：シャオミ、ファーウェイ

DVの意味：クルマも複層的な価値形成へ

	アップル	マイクロソフト	グーグル	アマゾン
EC	○	×	△	◎
ネット広告	×	×	◎	×
ネットワーク	×	×	×	×
アプリ	○	◎	◎	○
サーバ	○	◎	◎	◎
OS	◎	◎	◎	×
ハード	◎	○	○	○

- 従来のクルマは「クルマ」というハードウェアだけで価値をつくっていた。
- 米国のテック企業は複数のレイヤーを組み合わせた「複層的な価値形成」をしている
 - クルマもそうなるのが必然
 - ただしクルマの「ハード」の価値は不変。それを際立たせるために他のレイヤーを生かすという発想が必要
 - アップルに近いビジネスモデル

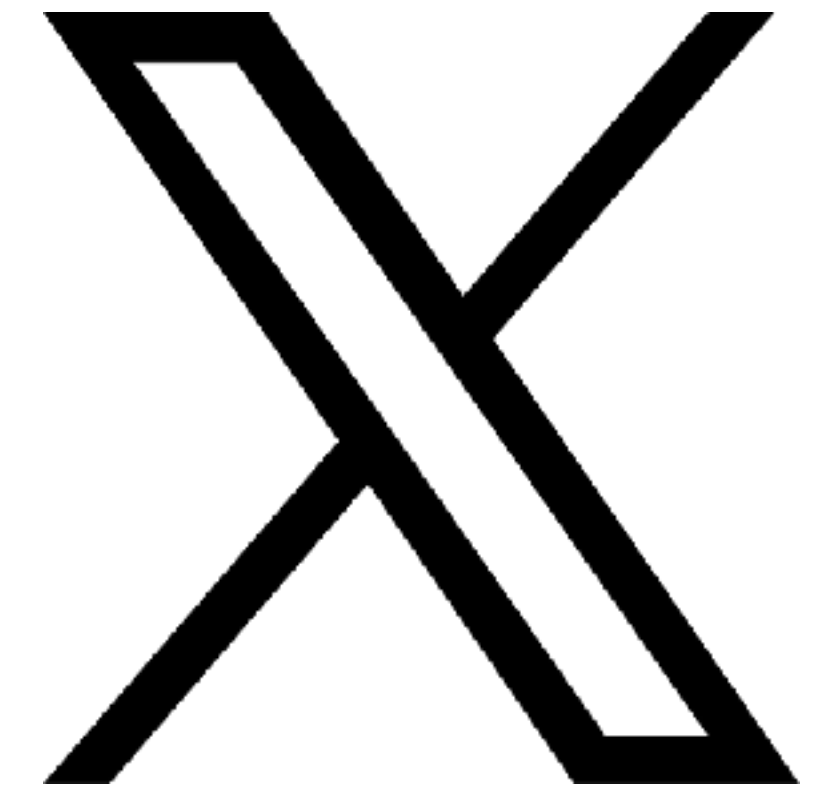
資料：筆者作成



DVの価値とは？

- 自動運転機能の充実→レベル2+、レベル3
- スマートフォンとの連携・スマホ機能の拡大
 - 大画面の映像・音声など
 - 音声認識・音声操作など
- ハイパーカスタマイゼーション
 - それだけか？

スマホが最も生活を変えたのは？



m i x i 2

AutoInsight



「コミュニケーション」が
DVのキラーアプリになる

AutoInsight

(1) 人と人とのコミュニケーション

日産は新たなコミュニケーションを模索



日産は2019年にNTTドコモと共同で、車内にいる人と車外にいる人のアバターがコミュニケーションできる技術「Invisible-to-Visible」の実証実験を実施

AutoInsight

(2) 人とクルマのコミュニケーション

クルマがAIで「相棒」になる



AutoInsight

まとめ

- ・ DV（デジタルビークル）とは、デジタル技術を駆使した次世代自動車
- ・ デジタルビークルと従来のクルマの違いは「複層的な価値形成」
- ・ DVのキラーアプリは現在のところ「自動運転」「UI」「カスタマイゼーション」
- ・ しかし将来的には「新たなコミュニケーションの創造」がDVのキラーアプリになる

ご清聴ありがとうございました