

プレスデーにも関わらず、関係者が会場をめぐり入り口から展示場へ本音に向けて、ダンスの練習をするブースもあり、南国の雰囲気を感じる。

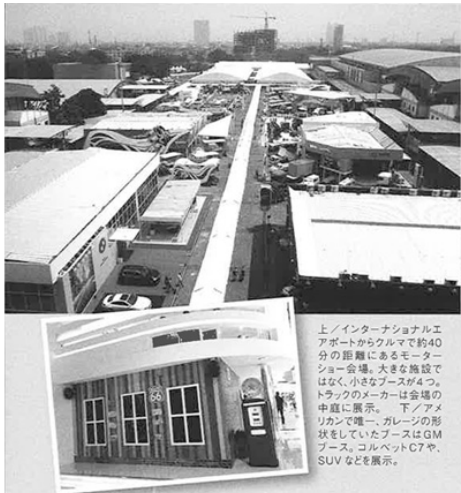
噂の現場レポート

本誌の編集部員が現地モーターショーに潜入。

世界第四位の人口を誇る国、インドネシア。島々から成り立っているが、モーターショーがあるというので、ガレージ関連の視察もかねて飛行機で6時間。ジャカルタのクルマ事情をレポートしたい。

Photo&text/Jun-ISHIHARA(石原 淳)
<http://indonesianmotorshow.com>

インドネシア
INDONESIA



上/インテリナショナルエアポードからクルマで約40分の距離にあるモーターショー会場。大きな施設ではなく、小さなブースが4つ。トラックのメーカーは会場の中庭に展示。下/アメリカンで唯一、カレンジの形状をしていたブースはGMブース。コルベトC7や、SUVなどを展示。



中庭には大型トラックの新車が並ぶ。日野自動車、三菱ふそう、UDをはじめ日本には未導入のメーカーまで。日本のトラックはインドなどに進出に向け意欲的だ。

2014年8月某日。インドネシアでモーターショーを開催するというので、プロモーターからほしいという依頼があり、9月18日から開催された「インドネシア・インテリナショナルモーターショー」通称、ジャカルタ・モーターショーに足を運んだ。国際的なモーターショーが毎年開催されていることを知り、初めて行く国にはいったいどんなことが待ち受けているのであろうか？

インドネシアの国についてはHPなどで詳細に調べていただくと、人口は2億3000万人というから日本の倍近い。島々から成り立っている国であるが、首都ジャカルタでは毎年、秋に国際的なモーターショーを開催している。2014年は9月19日～9月28日まで開催。なんと出展企業は日本車が9割を占めるという盛況ぶり。入場者数は38万人を超えたというから数字を見る限りとても盛況である。経済成長

率は日本の0.89%に対して、5.16%というデータがある(2014年編集部調べ)。つまり経済成長が順調で、クルマの保有台数がここ5年で500万台程度増えているというから各国の自動車メーカーは積極的に参加してクルマをアピールしている。

インドネシア国内の販売台数は2014年のデータを見ると、トヨタ、ホンダ、ダイハツ、スズキ、三菱と上位8位までは日本車のブランドが並び、9位にシボレーが入るシェアとなっている。ピックアップを販売しているダイハツ、スズキのシェアが大きいのも特徴といえる。そして経済発展とともに、国民が自動車を購入する率が高くなり、日本円で100万円クラスのクルマが売れているのがここ数年の傾向。家族で1台所有するためにワゴン車やSUV、そしてコンパクトカーが主流だそうだ。確かにモーターショーの会場ではどのメーカーもコンパクトカー、そしてSUVがセンターにあり、スポーツカーは影の存在であった。新車の初任給が1万5000円、平均月収が5万円というデータからすると安い買い物ではないのが事実。街中ではまだスクーターがピンピン走っている光景をよく見かけた。

な世界があるようだ。現地に滞在している駐在員に話を聞く機会があったが「ここ数年、道が整備され舗装されたのでSUVではないクルマも普通に走れるのもコンパクトカーが売れている要因」を教えてくれた。確かにわれわれが移動した地域はすべて舗装されていた。ただし、インフラ整備以上にクルマが増えているのか慢性的な交通渋滞と遭遇し、文交点ではクルマがぐちゃぐちゃ、という状態が慢性化している。日本にはない光景だと感じた。

建物は日本の30年前のイメージかもしれない。首都、ジャカルタは高層ビルディングが並び整備されているが、郊外に行くともまだバラックのような家が建ち並び、一部の高級住宅街にはセキュリティ付きの住宅街があり、そこにはガレージたものも存在はしている。今回、ガレージの取材をすることができたが、ボルシェはジャカルタで約400台、そしてランボルギーニにも50台というから富裕層は確実に存在し、GarageLifeの存在も知っていた。まさに、これから成熟期を迎える国、インドネシアの経済発展は日本企業にとっても無視はできないだろう。

モーターショーを通じて、インドネシアという国の片りんを見ることができた。日本で暮らしていると、ジャカルタ・モーターショーの情報はなかなか入ってこないが、同じアジアの国のモーターショーとして知識を得ておくと悪くはないだろう。そして機会があれば実際に目でみることも将来の肥やしとなるだろう。

上/ジャカルタではシェアが高いダイハツブース。コペンをはじめ、新しく投入するクルマを展示する。下/ニッサンよりも安いブランドを展開するダツサンブース。GOと呼ばれる日本というイメージのクルマで市場を開拓する。



一方、富裕層も存在している高級車にはドライバーがやとわれ、クルマが往來している光景も見受けられる。よってメーカーも高級車を投入、レクサスやインフィニティ、そして海外のブランドのジャガー、マセラティ、アルファ・ロメオのブランドも販売するなど極端

左/日本には未導入のインドタタモーターズのSUVカスタマイズ。どうみてもショーに間に合わせたようでチリがっていない状態で展示。右/コンパクトカーの市場を狙ってFIATはテックを展示。手ごるな価格とサイズで市場の開拓を狙う。



上/日本で発売後、売れているハスラーも参考出品。販売の予定はないが、メーカーの手ごたえは上々とか。下/タタモーターズの展示されたコンセプトカーはレベルが高かった。こんなクルマであれば興味あり。



モーターショーの主催者と意見交換。アジアモーターショーとして知名度を上げて海外からのゲストを呼びたいという。1日4万人の入場者。悪くはないはずだ。



上/磨きのコーティングをPRするブースでランボルギーニを展示。富裕層の間ではランボルギーニを所有することも少なくない。下/アルファ・ロメオのブースには高級スポーツカー4Cを展示。注目を集め、シートに手をかける光景も見られる。



噂の現場レポート



TATA
インディカに
試乗!

日本には輸入されていないタタモーターズのサブコンパクトセダンに試乗する機会がありドライブを試みた。ナゴが日本円にして29万円と格安車があるが、インディカは'02年に発売されたセダン。日本円では不明であるが、100万円前後の開拓車の位置付けと想像する。インテリアはいたってシンプル。乗り心地も揺れを感じながらも、合格点と上から目線だが市場開拓車と考えれば、コストダウンが施されたクルマというイメージだ。日本では競争相手が多すぎて厳しと判断せざるおえないだろう。

サラリーマンのためのガレージライフ。

先日、FM 東京のラジオに呼んでいただき、ガレージについて語らせてもらった。収録は終わっているが、オンエアは11月29日のためどのように編集されたか気になる今日のごころ。そのときに改めて、共演した方から「サラリーマンでもガレージを持ってんですね」と質問が飛んだ。よく考えたら、本誌の取材先のガレージは素部が多く感じて、サラリーマンのガレージにはなかなかスポットがあたっていない。そうだ、このページは、サラリーマンのお小遣いで楽しめることが目的だったと改めて感じた瞬間であった。

ガレージを建てて8年が経過。毎月、友人とシェアをして駐車場代を支払う状況は変わらず。電気は電気代を節約のため太陽光。水道

は水道を引くコストを削減させたため雨水を利用。ここまではお金をかけないことが大前提。将来は屋根に芝生を敷き詰めて、暑さ対策および、エコの観点から実践してみたいと考えている。しかし体積の問題などもあり慎重に調べないとガレージの屋根に重さによる負荷がかかることや、排水溝にゴミが溜まり水が流れないなどの問題もあるので簡単に勢いだけではできない。あえていえば、サイドのドアキーを頻繁に使うことで錆びなども生じてきたため交換をしてストレスを解消したいと考えている。

今回のサラリーマンのガレージ企画は、近所のIKEAに買い物に出かけたときに衝動買いし



さすがにサイドドアの鍵がさびてきたため、緊急処置としてKURE-56で清らかに調整。本来であればメーカーに相談して鍵の交換なども検討中。



屋根の緑化を目指して思案中。しかし、そのための折板屋根になっていないため土が流れること、雨水を流すことを考慮しないと失敗することになる。

report. 01

編集スタッフのガレージングレポート

ガレージに置くスペースがあると、不要なものをガレージに運び保管となるとだんだんスペースが狭くなってくる。そこで今回は改めてサラリーマンのガレージを考えてみた。

photo&text/Jun-ISHIHARA (石原 淳)



いくらガレージのなまとはいえ、クルマにはホコリが積もってしまっている我がVW。いわゆるWash me 状態。

編集スタッフのガレージングレポート 01

石原淳のガレージライフ



ガレージに記念Tシャツを飾っても、ホコリで汚れて大切なものが保管に向いていない。そこでIKEAでフレームを購入してディスプレイに接続。



2009年PRAの世界チャンピオン-BEARSの阿部さんに頂いたサイン。だけれども、こんな貴重なコレクションがタンスに眠っている経験はありませんか？



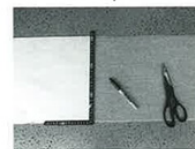
ガレージから数分のIKEAにて299円のフレームを購入。サイズは30×40cmのもの。もう少し大きなほうが便利も、ディスプレイを考慮して小ぶりを選んだ。



うまくTシャツを入れて、付属の段ボールで収納を試みるも素材が厚すぎてうまくいかないことが判明。



ハサミで切断できるし、強度もあるのでTシャツを収納できるのはよいというプラスティック段ボールをホームセンターで購入。



フレームの付属する段ボールでしっかりサイズを測り、ハサミで切断。フレームにしっかりおさめたが、本当はフレームの厚さが厚いほうがTシャツは収納しやすいと判明。

なら、だれでも記念に保管をしておきたいTシャツや自慢したいTシャツの1枚や2枚は持っているはず。しかも、イベントで購入したTシャツにサインを入れてもらったら着ないで洋服ダンスのなかに保管というパターンはないだろうか？ 我が家も同様で、VW レースの世界チャンピオンに入れてもらった記念Tシャツが衣装ケースにしまわれている状態。そのTシャツに再びスポットをあてたいと考えたのだった。

Tシャツ専用のフレームを購入すると約4500円で購入は可能であるが、サラリーマンの小遣いにはやや高価。そこで今回はIKEAで299円のNYTTJAのフレームを購入。サイズは30×40cmのもの。そこに厚紙を使ってTシャツをしっかりと覆い、そしてもう1枚同じサイズの厚紙で同梱する方法を実践。ややTシャツの生地が厚くて収納に苦労したがなんとかフレームに収めることに成功。作業は非常にシンプルであるが、丁寧にはやらなくともフレームにきれいに取まらないので注意が必要である。

これでガレージにディスプレイすることが可能になった。本来であればもう一回り大きなフレ

ームでもいいかもしれないが、場所ばかりが大きくなりこのサイズが正解と自分で納得した結果である。好きなポスターや、Tシャツは数多くあるがフレームのほうがコストがかかってしまうことが多いのは周知の事実だろう。いかにコストを抑えるかがポイントであるが、フレームとしては裏側は厚紙でできているので、湿気などを吸ってしまう長持ちしないなども考慮したほうがいい。そこで今回はプラスチック・段ボール素材でできている90×30cmのパネルを192円で購入。パネルのサイズにカットして使用している。ハサミでカットでき、湿気にも強いのがメリット。

約1時間かけて作業し、完成となった。これでタンスの肥やしとなっていた記念Tシャツをガレージにディスプレイできることとなった。かかった費用は491円。Tシャツ用のパネルと比較すると1/10の値段。サラリーマンの小遣いとしては、残りの費用をほかのアイテムの予算として使えるというもの。本当はもっと贅沢するべきだが、ほかにも欲しいものがある43歳としては合格といえるだろう。

記念Tシャツをフレームに成功。コストは491円。これがサラリーマンのガレージライフだ。



→2014年9月、インドネシアのモーターショーに出かけて現地リサーチ。プレスデーのため世界各国のメディアが取材。



↑「レジェンダリーホーム」加藤さんと「トーフティライフ」長谷川さんも行動を共にして得意のインドネシアのクルマ文化をリサーチした。



↑以前から交流のあったインドネシアに在住のヤントウとマイク。今回はいきなりのガレージ取材のオファーに対応してもらった。

