The 44th

TOKYO MOTOR SHOW 2015

開催のご案内

日本自動車工業会　会長挨拶

前回、「世界にまだない未来を競え。」をテーマに
未来を展望する自動車テクノロジーのショーケースとして
2013年11月に開催された第43回東京モーターショーは、
世界中から90万人を超える方々にご来場いただき
おかげさまで大盛況のうちに幕を閉じることができました。

そしてふたたび、世界中のクルマづくりに携わる皆さんに、
そしてクルマのある生活を愛してやまない皆さんに、
2015年秋に予定している第44回東京モーターショーの開催を
お知らせできることを大変うれしく思っています。

振り返れば、第1回の東京モーターショーが開催されてから
60年以上の歳月が経とうとしています。
そのあいだに、クルマやバイクは技術的に大きな飛躍を遂げただけでなく、
社会的な使命や責任なども時代とともに変化してきました。

しかし、時代がどんなに新しくなろうとも、変わらない真実があると私は考えます。
それは、新たなクルマやバイクを開発するということは、
ひとが心に思い描いていた夢を具現化することに他ならないということです。

かつてはSF映画の1シーンにすぎなかった未来の技術さえ、
テクノロジーの力によって現実の社会で実際に動きはじめています。

私たちは、この東京モーターショーで披露される技術のひとつひとつが、
会場に訪れる人はもちろん、そのニュースに触れた世界中の人々に
新たな夢を抱かせ、想像力をかきたてさせるような、
ファンタジックなテクノロジー・ショーになることを願っています。
どうぞ、これまで以上のご支援、ご協力をいただくことができますよう、
あらためてお願い申し上げます。

それでは2015年の秋、東京でお会いしましょう。

一般社団法人　日本自動車工業会
会長 池 史彦

第44回 ショーテーマ

きっと、あなたのココロが走り出す。

Your heart will race.

開催概要

名称　第44回東京モーターショー 2015 ／ The 44th Tokyo Motor Show 2015

主催　一般社団法人 日本自動車工業会（JAMA）

共催　一般社団法人 日本自動車部品工業会（JAPIA）
一般社団法人 日本自動車車体工業会（JABIA）
一般社団法人 日本自動車機械器具工業会（JAMTA）
日本自動車輸入組合（JAIA）

会長　池 史彦（一般社団法人 日本自動車工業会 会長）

会期　平成27年10月29日（木）～11月8日（日）
（1）プレスデー … 10月28日（水）8:00～18:00
10月29日（木）8:00～14:00
（2）プレビューデー[※1]／障がい者手帳をお持ちの方の特別見学日[※2]
… 10月29日（木）14:30～20:00
（3）オフィシャルデー[※3]（開会式等招待者）
… 10月30日（金）9:00～20:00
（4）一般公開日 … 10月30日（金）12:30～20:00
（月～土曜日・祝日）10:00～20:00
（日曜日）10:00～18:00

※1 入場者数限定の入場券でのみ入場可能な日　※2 事前登録制（障がい者手帳提示）　※3 開会式等の式典を実施する日

会場　東京ビッグサイト 東京都江東区有明3-11-1　http://www.bigsight.jp/

後援　（予定）外務省、経済産業省、国土交通省、環境省、東京都、千葉県、
国際自動車工業連合会（OICA）、日本貿易振興機構（ジェトロ）

日程

2014年（平成26年）	10月6日（月）	出展募集開始 出展募集説明会
2015年（平成27年）	1月16日（金）	出展募集締切
	3月下旬～4月下旬	小間割決定

The 43rd TOKYO MOTOR SHOW 2013

来場者の満足度は、肯定的な評価が87.3%。
過去最高の外国人来場者比率と、高い「新車購入意向」が特徴。

最も高い来場目的は、「見てみたい車があるから」の73.1ポイント。次いで「最新の技術が知りたいから」が40.7ポイント、「ショーを楽しむため」が33.5ポイントとなっています。それら来場目的の達成率は87.3ポイントと、前回を上回る高い数字となっており、次回ショーへの来場意向についても肯定率86.7ポイントと、前回を4ポイント近く上回り、期待の高さを示しています。また景気上昇の影響から「新車購入の参考にしたい」が66.9ポイントと高ポイントを示したのも特徴的でした。

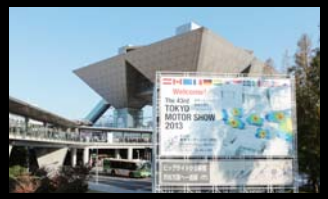
さらに国外からは前回が39の国・地域だったのに対し、第43回ショーは大幅増加の58の国・地域の方々が来場。外国人来場者比率も、2005年の調査開始以来、最高の4.5%を記録しました。

会期　2013年11月22日(金)～12月1日(日)
総入場者数　902,800人
プレス数　10,300人
来場者満足度　87.3%

第43回東京モーターショーの特徴

「世界一のテクノロジーモーターショー」を目指す、充実の展示内容。

すべての国内メーカー（14社15ブランド）が参加。海外からは18社20ブランド（乗用・商用・二輪）にご参加いただき、ワールドプレミアは、前回の53台を大幅に上回る76台が出展。「世界一のテクノロジーモーターショー」を目指す、東京モーターショーにふさわしい充実した展示内容となり、会期中（11月22日～12月1日）の総入場者数は、902,800人を記録しました。



参加体験型イベントなど、多彩なイベントを多数実施。

会期前半には、屋外展示場の特設コーナーにおいて、日本自動車ジャーナリスト協会（AJAJ）会員とインストラクターがドライバーとなる「プロの運転による乗用車同乗試乗会」を開催。21ブランドから39台が出走し、人気を博しました。さらに、後半はコースレイアウトを変更し、二輪車試乗会（6ブランド36台）を実施しました。また、会期中5日間にわたって行った「自動車ジャーナリストと巡る東京モーターショー」では、AJAJ会員のジャーナリストが、専門家の視点からショーの見どころを楽しくご案内。会議室では、社会的に関心の高いテーマで7本のシンポジウムを実施するなど、普段体験することのできない様々なイベントも、来場者の人気を呼びました。

会場周辺地域と連携し、ショーを盛り上げる。

会場周辺の、50以上もの参加企業で構成される「臨海副都心まちづくり協議会」との連携活動を展開。割引クーポン券の配布や、景品付きのスタンプラリーを実施。また、毎年冬に開催されていた「お台場レインボー花火」を、東京モーターショーの会期に合わせて開催しました。会場前のプロムナードでは、「働くくるま・珍しいくるま」の展示が行われ、自衛隊車両や警察、消防、レプリカカーなどが登場。会場周辺の商業施設の事業者が一丸となって連携し、ショーを盛り上げ、ファミリーにも人気を博しました。

新企画「プレビュー・ナイト」を開催。

入場者を1万人に限定し、一般公開日前夜に会場内をゆったりと見学できる「プレビュー・ナイト」を初めて開催。17:30の開場前には長蛇の列ができ、ビジネスマンやカップル、ファミリー、外国人など、様々な層のクルマファン・バイクファンに大好評。初のプレビュー・ナイトは、大盛況でショーの幕開けを飾りました。

開催前から活発に情報を発信。

第43回東京モーターショー2013の併催イベント「お台場モーターフェス」をはじめとした、臨海副都心あげてのプロモーションの他、開催前はもちろん、開催後にも精力的にメディアに働きかけ、情報を発信。東京モーターショーの露出量は、広告費換算で48億円を超えました。また、同時期に開催となった最先端IT・エレクトロニクス総合展「CEATEC JAPAN」と、9年ぶりに日本で開かれた「ITS世界会議」と連携。共同PRの展開や共通テーマによるシンポジウムを実施し、より高い注目を集めました。

第43回東京モーターショーの特徴

細部まで網羅したWebサイトは、閉会後も情報を更新。

第43回東京モーターショーの専用Webサイトは、開催後にも情報を更新。来場者アンケートの集計結果等を発表する他、すべての出展者情報をフォトギャラリー、ビデオギャラリーで閲覧することが可能。「出展者リスト」は、各社のWebサイトとリンクしているので、クルマの最新情報を凝縮したWebサイトとして、世界のモータージャーナリストからも高い評価をいただいています。

http://www.tokyo-motorshow.com/

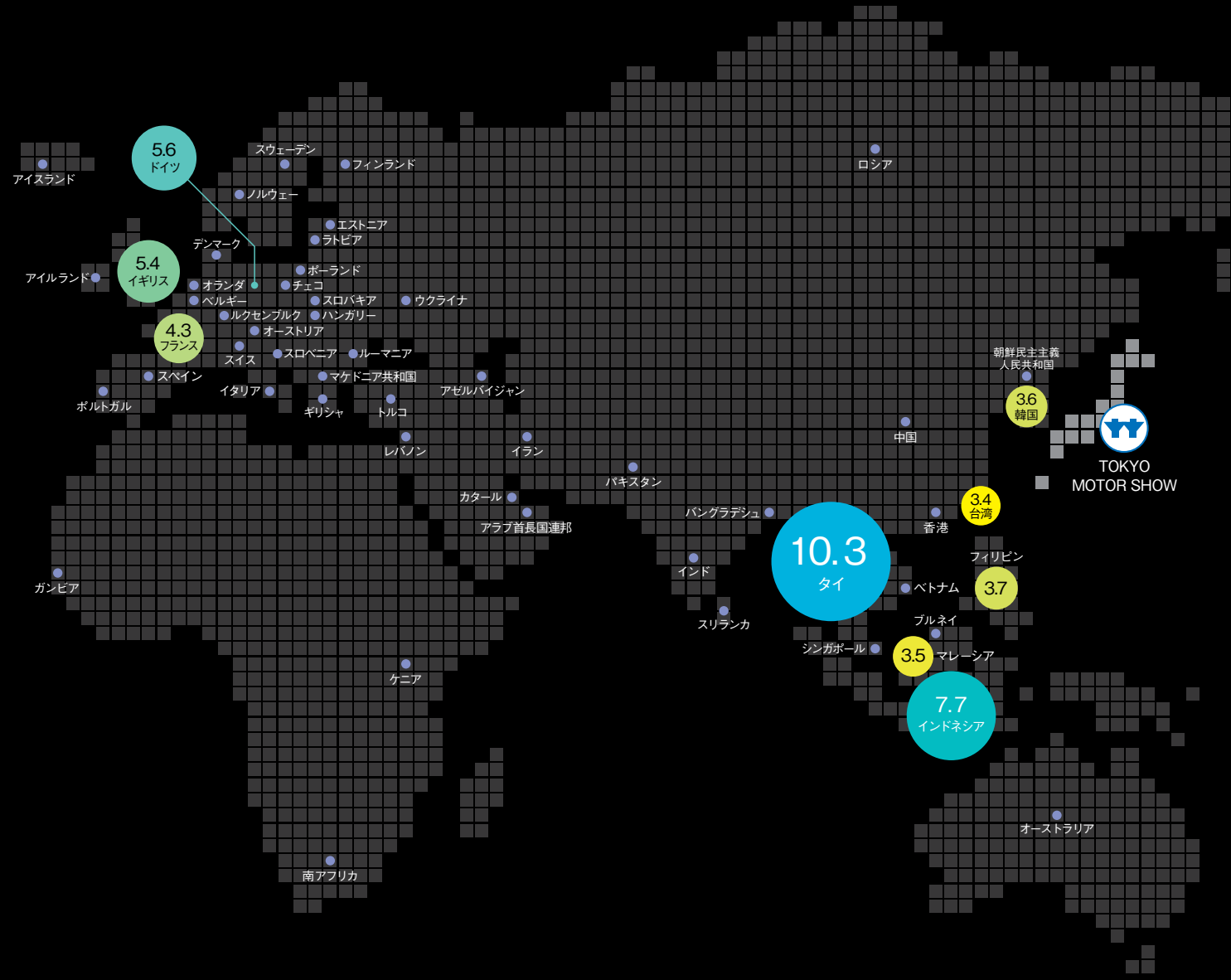
開催直前に「Mobilityscape Tokyo」を開催。

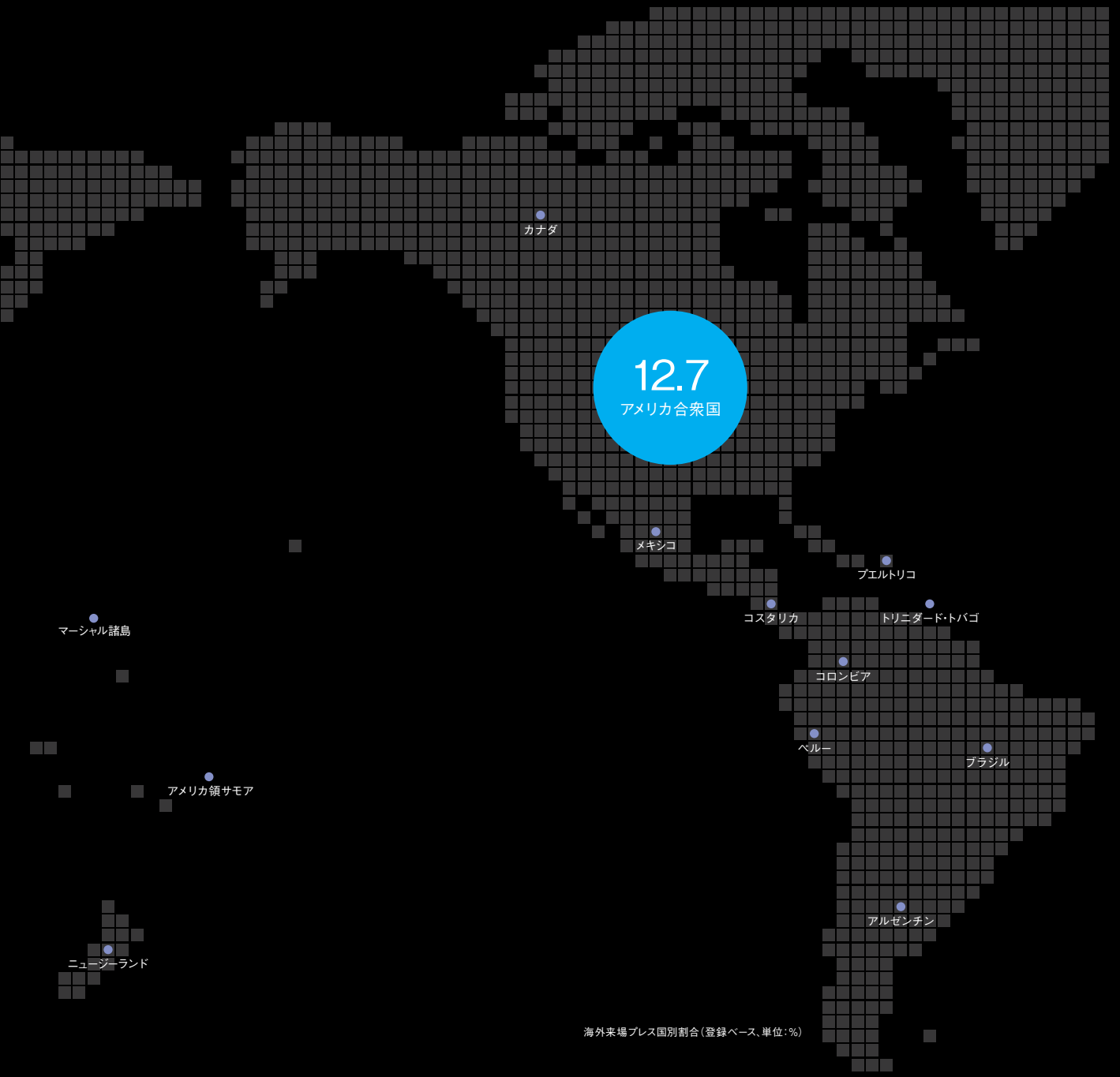
第43回東京モーターショーのプレスデーを前に、情報発信力強化の一環として、国内外の報道陣を対象に実施した、初の試み。日本の自動車メーカー14社の首脳陣が一堂に会し、国内自動車産業の魅力や、国際社会での競争力をアピール。国内自動車メーカーの代表が揃って行う極めて斬新なレセプションは好評を博し、約1,000人が参加。多くのTV・新聞・ネットメディア等で、大きなニュースとして取り上げられ、世界中で話題を呼びました。当時の日本自動車工業会会長の豊田章男氏（トヨタ自動車株式会社 代表取締役社長）は、「クルマづくりを通じて、世界中の未来に貢献していきたい」と会を結び、会場は大きな拍手に包まれました。

「お台場モーターフェス」を同時開催。

東京ビッグサイトからすぐのお台場では、「東京モーターショー」とはひと味違ったビッグイベント「お台場モーターフェス」を開催。伝説のクルマたちが一同に走行する「ODAIBAモーターパレード」や、クルマ×バイクの多彩なパフォーマンスショー「シルク・ド・モビ」、往年のアメリカの名車が、年代順にずらりと並ぶ「アメリカンモーターフェア」、「小中高生のための1日エンジニア体験」など、様々なイベントを実施。東京モーターショーとは違った切り口の構成で、老若男女問わず多くの来場者を魅了しました。なお本イベントは、名称を「東京モーターフェス」に一新し、今年（2014年）も開催、日本のクルマファン・バイクファンの育成に貢献します。

第43回東京モーターショー2013では、
世界70カ国以上の国と地域から
多くのメディアが訪れ、
最新の情報が全世界に向けて
発信されました。





海外来場プレス国別割合（登録ベース、単位：%）

来場プレス数（プレスデー2日間）

11月20日(水)、21日(木)

10,300人

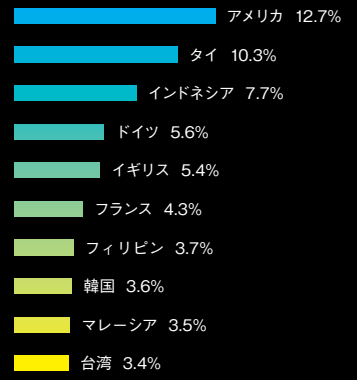
うち海外プレス1,548人

プレスセンター利用者数

8,000人

（国内 6,900人／海外 1,100人）

■来場プレス上位10カ国・地域（単位：%）



自工会調査より

アンケート項目「他ショーとの比較」において、いずれも好評価をいただきました。

（比較対象：デトロイト・フランクフルト・パリ・ジュネーブ・北京・上海）

項 目	1位	2位	3位
「プレスブリーフィング」について*1	東京	フランクフルト	ジュネーブ
「プレスセンターサービス」について*1	東京	フランクフルト	ジュネーブ
「特別企画」について*2	フランクフルト	東京	ジュネーブ
「ショー全体」について*1	ジュネーブ	東京	フランクフルト
「展示内容」について*3	フランクフルト	ジュネーブ	東京

＊1 国内・海外評価 ＊2 国内評価は1位 ＊3 国内評価は2位

※自工会来場プレスアンケート結果「他ショーとの比較」より

欧州・アメリカをはじめ、
アジア地域に大きな影響力を発揮。

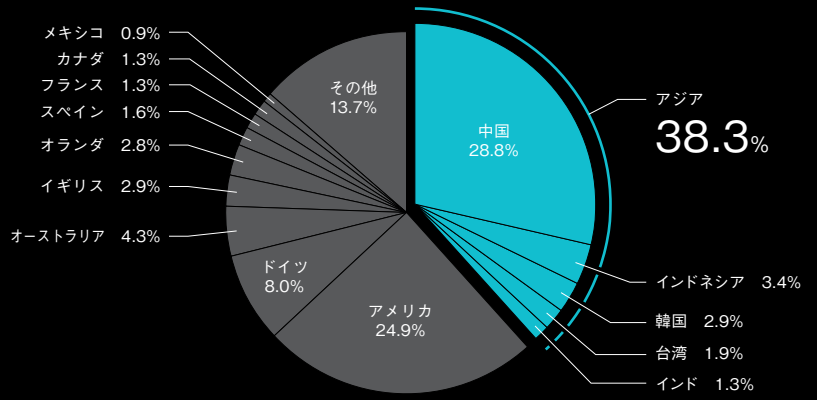
記事総数は前回比186.8%。急速に伸長するアジア地域に、高い影響力を及ぼしました。

第43回ショーの開催内容は、多彩なメディアを通じて、欧州・アメリカをはじめ、中国、インドネシア、韓国、インドなどへ配信されました。

世界でのネットメディア記事総数

42,882件（内・自国以外／27,793件）

中国（28.8%）、アメリカ（24.9%）、ドイツ（8.0%）の順に、多く配信されています。

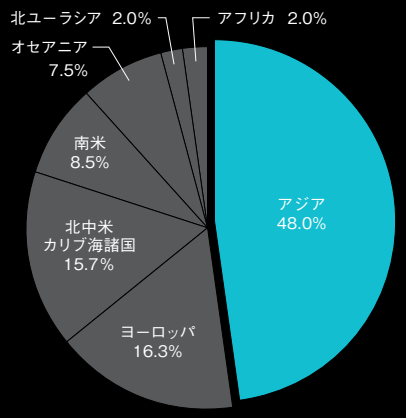


自工会調査より

国別来場者第1位は、アメリカからの来場者。58の国・地域から、たくさんの方々にご来場いただきました。

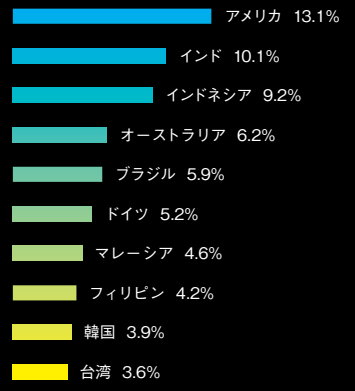
前回の39の国・地域より19カ国増加の、58もの国・地域から、たくさんの方々がご来場。エリア別では、「アジア」（48.0%）が、半数近くを占めていますが、国別では、アメリカが13.1%と堂々の1位。また、インドネシアやマレーシア、フィリピンなど、東南アジアの国々が伸びてきているのも第43回ショーの特徴の一つです。

■ 地域別来場率



自工会による来場者アンケート調査より

■ 国・地域別来場率



自工会による来場者アンケート調査より

世界トップレベルの
機能を有するプレスセンター

サービスを充実させ、世界にとっておきの情報を発信していきます。

東京モーターショーでは「情報発信の要」となる、プレスセンターの充実に力を注いでいます。第43回ショーでは、センター内に、無線LAN、電話、FAX等、ショー情報の発信に必要な通信機器を完備し、ネットワークサポートデスクも設置。また、プレスセンター内でカメラの点検・清掃・充電サービスを提供。ほかにも、宅配便発送サービス、ブリーフィング録画Web配信サービス等の各種サービスを提供し、来場プレスの取材活動を力強くサポートしました。「出展者の皆さまの有益な情報を、プレスの皆さまが気持ち良く発信できる環境づくり」は、第44回ショーにも受け継がれます。

［サービス］●プレスランチ ●ネットワークサポートサービス ●カメラメンテナンスサービス ●プレスブリーフィング録画Web配信サービス ●国内／海外宅配便の発送サービス ●ドリンクサービス

プレスセンター入口

ワークスペース

ラウンジ

ワークスペース

フォトグラファーデスク

プレスランチカウンター

カメラメンテナンスサービス

ロッカールーム

宅配便コーナー

プレスキット

市場としての
ポテンシャルが非常に高い。
世界をリードする、日本の自動車産業。

世界第３位の自動車市場。

2008年の世界金融危機以来、世界の自動車産業が大転換期を迎える中にあっても、日本は、中国・アメリカに次ぐ、世界第３位の自動車市場です。

■2012年 四輪車販売台数（単位：万台）

	乗用車	トラック・バス	合計	保有台数（2012年）
1 中国	1,549	381	1,930	10,944
2 アメリカ	724	754	1,478	25,149
3 日本	457	79	536	7,612
4 ブラジル	285	95	380	3,727
5 インド	277	80	357	2,935
6 ドイツ	308	31	339	4,635
7 イギリス	204	29	233	3,576
8 フランス	190	43	233	3,813

自工会調査より

４年連続で増加し続ける、輸入車販売。

2013年の四輪輸入車販売台数は、前年より9.5%と増加傾向にあり、34万６千台（乗用車は10.2%増加の、33万１千台。商用車（トラック・バス）は、1万５千台）。輸入車販売台数は、景気が回復傾向にある日本市場において、2009年以降、順調な伸びを継続しています。

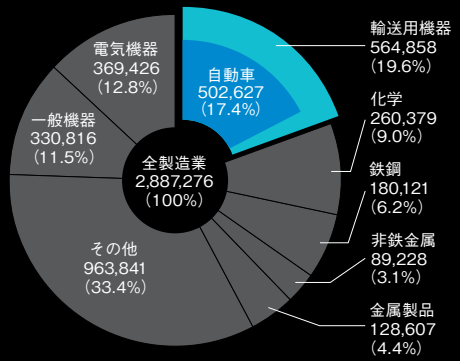
■輸入車販売台数推移

日本自動車輸入組合 資料より

自動車製造業は、日本の基幹産業として経済を牽引。

日本において自動車関連産業に直接・間接的に従事する就業人口は、約547万人（一般社団法人日本自動車工業会推計）にのぼり、2012年の自動車製造業の製造品出荷額は、50兆円を超える大規模な数字を記録し、全製造業の17%以上を占めています。また、グローバルな事業展開による海外での生産活動は、各国における産業育成、雇用創出、さらには工業技術の伝承など、幅広い経済効果をもたらしています。

■2012年の主要製造業の製造品出荷額等（単位：億円）

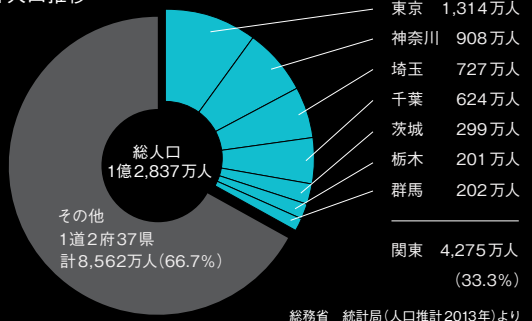


経済産業省「平成24年工業統計表」より

開催都市・東京は、日本の政治と経済の中心。

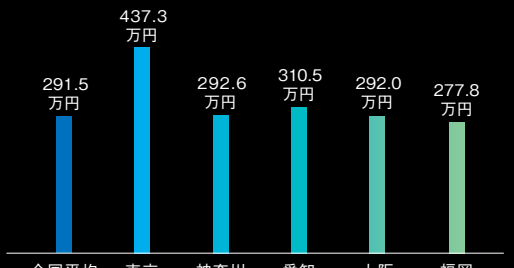
ショーの開催都市である東京都は、日本の総人口の約10分の1が集中する、一大商業圏です。また、一人あたりの平均所得、輸入車販売台数は共に東京都が全国1位。海外から富裕層が観光に訪れるなど、日本国内の中で最もビジネスチャンスが生まれやすい場所です。

■ 人口推移



総務省　統計局(人口推計2013年)より

■ 一人あたりの平均所得



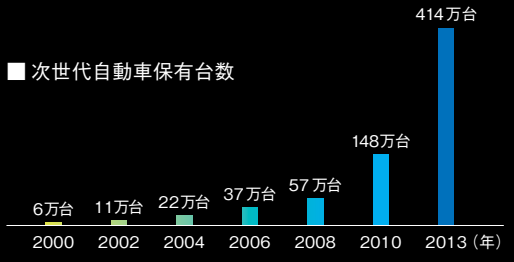
内閣府「平成23年度 県民経済計算」より

次世代自動車の日本市場における普及台数。

次世代自動車(ハイブリッド車、電気自動車、天然ガス自動車、クリーンディーゼル自動車、燃料電池自動車など)は、CO_2排出量削減、排出ガスの清浄化、効率的なエネルギーの使用等の観点から高い注目を集めており、政府による補助金や優遇税制などの普及促進策が大幅に増加しています。

日本市場ではハイブリッド車を中心に急増し、2010年末時点で約150万台だった次世代自動車の普及台数が、2013年には414万台を記録。経済性(低燃費)と環境(エコロジー)の双方から、消費者に魅力を訴求できる先進的なクルマは、今後もさらなる活性化が期待される、注目の分野です。

■ 次世代自動車保有台数



自工会調査より

次世代自動車の開発・普及は、国家戦略に。

2010年、経済産業省は、自動車や関連会社及び社会全体の中長期的な対応の在り方に関する新たな戦略を構築すべく、「次世代自動車戦略研究会」を発足。地球環境問題及び、資源節約に対するグローバルな関心の高まりから、次世代自動車の本格的な市場導入を国家レベルで協議しはじめました。その後、2011年に日本を襲った東日本大震災により、日本人全体のエネルギーへの関心は飛躍的に高まり、ハイブリッド車やクリーンディーゼル車、電気自動車などへ需要が急速に伸びています。また、2012年7月に国家が発表した、再生可能なエネルギーや省エネを目指す「グリーン成長戦略」の素案には、電気自動車の1回の充電で走れる距離を、20年までに現行(120～200km)の約2倍に向上させることや、次世代自動車の新車販売に占める割合を50%にするなど、自動車に関する項目が多数盛り込まれています。2013年には、クリーンエネルギー自動車等の導入促進を図るため、購入費の一部を補助する等の新たな動きも話題となりました。

会場へのアクセス

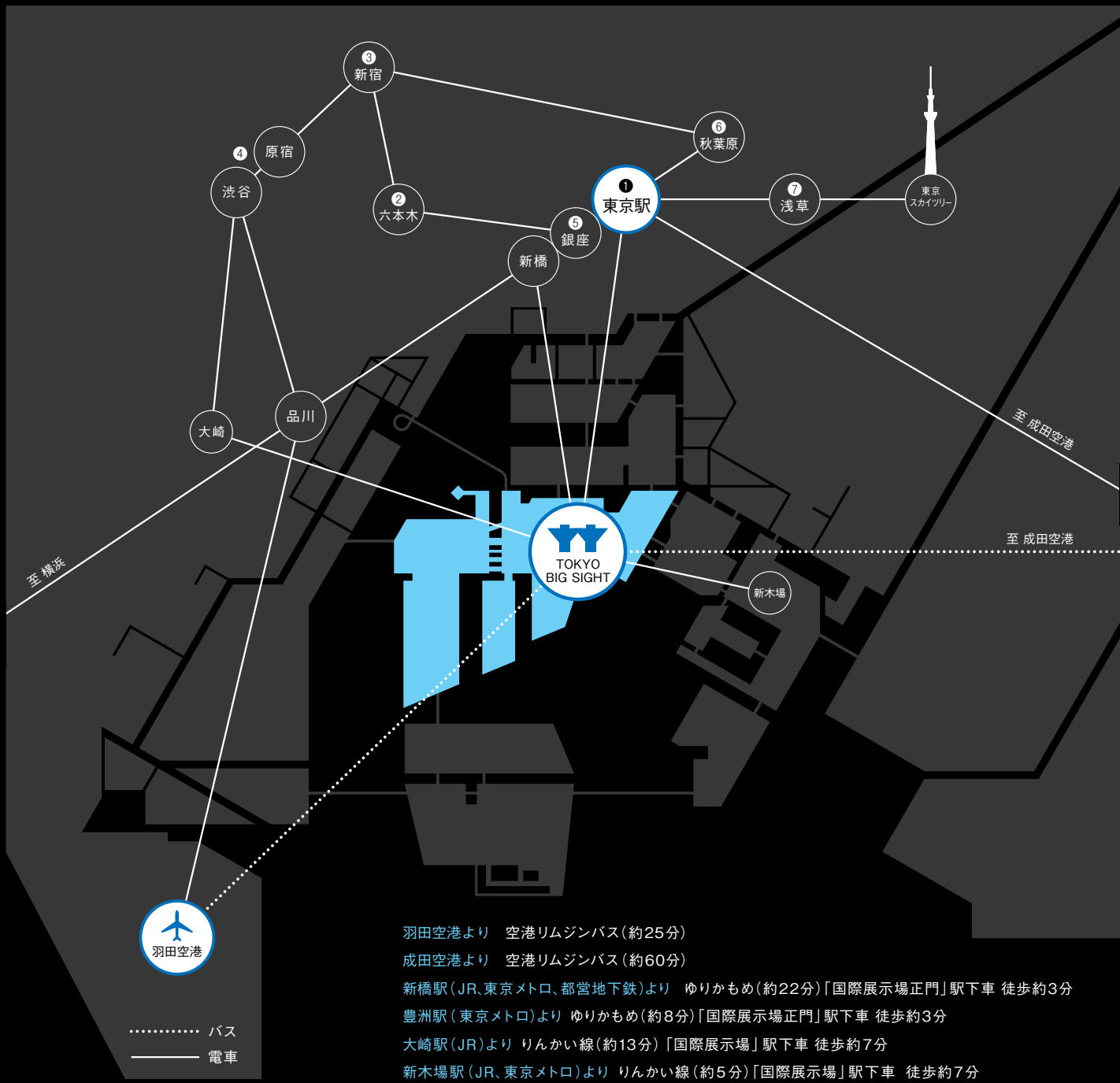
2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、さまざまな場所で、ビジネス・暮らしの利便性が向上する東京。東京ビッグサイトが位置する「臨海副都心地区」は、そんな東京の各主要スポットからのアクセスも抜群です。

❶東京駅　東京のターミナル駅で、多くの路線の起点。赤レンガ造りの駅舎は、国の重要文化財に指定されている。

❷六本木　ビジネス街、高級マンション、大使館などが多く、外国人向けの商店や飲食店が多い人気スポット。

❸新宿　都庁をはじめとするオフィス街と都内有数の一大歓楽街を有する、東京を代表する地区。池袋・渋谷と並ぶ３大副都心の一つ。

❹渋谷・原宿　最先端の流行やファッション、音楽、若者文化の街として賑わう、現代の東京を代表するエリア。



羽田空港より　空港リムジンバス（約25分）

成田空港より　空港リムジンバス（約60分）

新橋駅（JR、東京メトロ、都営地下鉄）より　ゆりかもめ（約22分）「国際展示場正門」駅下車 徒歩約3分

豊洲駅（東京メトロ）より　ゆりかもめ（約8分）「国際展示場正門」駅下車 徒歩約3分

大崎駅（JR）より　りんかい線（約13分）「国際展示場」駅下車 徒歩約7分

新木場駅（JR、東京メトロ）より　りんかい線（約5分）「国際展示場」駅下車　徒歩約7分

会場は東京ビッグサイト。

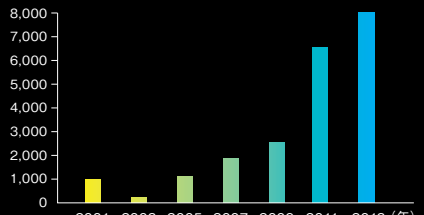
日本最大のコンベンションセンター（2014年現在）である、東京ビッグサイト。広さ、アクセスの良さ、利便性等々、高い定評があり、催事件数、来場者数ともに、他のコンベンションセンターより群を抜いて多い。日本を代表する様々な催しが開催され、常に多くの集客数を誇っています。

TOKYO
BIG SIGHT

東京国際空港（通称・羽田空港）

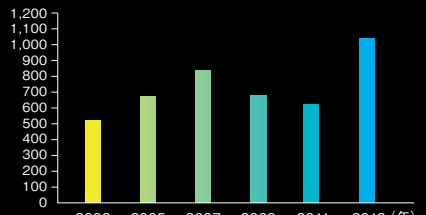
2010年、国際線の新ターミナルが開業。国内線はもとより、国際線の発着が増加。それにともない、近年はアジア諸国からの渡航者が増えています。

■ 羽田空港 国際線利用客数（単位：千人）



平成25年度国土交通省『空港管理状況』より

■ 訪日外客の推移（単位：千人）



日本政府観光局『訪日外客数の動向』より

近隣の観光ポイント

❺ 銀座

日本最大の繁華街であり、東京屈指の高級な商店街。日本一、地価の高い場所と言われる。

❻ 秋葉原

世界有数の電気街として発展し、現在はジャパンカルチャーの発信地としても名高い。略称はAKIBA（アキバ）。

❼ 浅草

雷門や浅草寺などがあり、現在も江戸の下町情緒を感じさせる街として賑わっている。

東京モーターショーの歴史

日比谷公園（1954～1957）第1回～第４回 ／ 後楽園競輪場（1958）第５回

東京モーターショーは「日本の自動車産業再興のために、国際的に通用するモーターショーの開催が不可欠である」との考えのもと、1954年「第１回全日本自動車ショウ」として、東京都心の日比谷公園で産声をあげました。会期10日間で54万7,000人もの来場者は、一般の人々のクルマへの憧れと希望のあらわれでした。

晴海 東京国際見本市会場（1959 ～1987）第６回～第27回

東京・晴海に東京国際見本市会場が完成し、インドア開催となりました。この晴海でショーが開催されたおよそ30年の間に、日本の自動車産業は急成長を遂げています。1970年には、東京モーターショーにも初めて海外メーカーが本格的に参加し、７カ国から33社が出展しました。

1954　1959　1970　1987　1989　2009　2011　2013

幕張メッセ（1989 ～ 2009）第28回～第41回

日本最大級のコンベンション施設としてオープンした幕張メッセに会場を移し、1991年の第29回ショーでは来場者が空前の201万人を数えました。出展者も352社・2政府・1団体と過去最高を記録しました。

東京ビッグサイト（2011 ～）第42回～

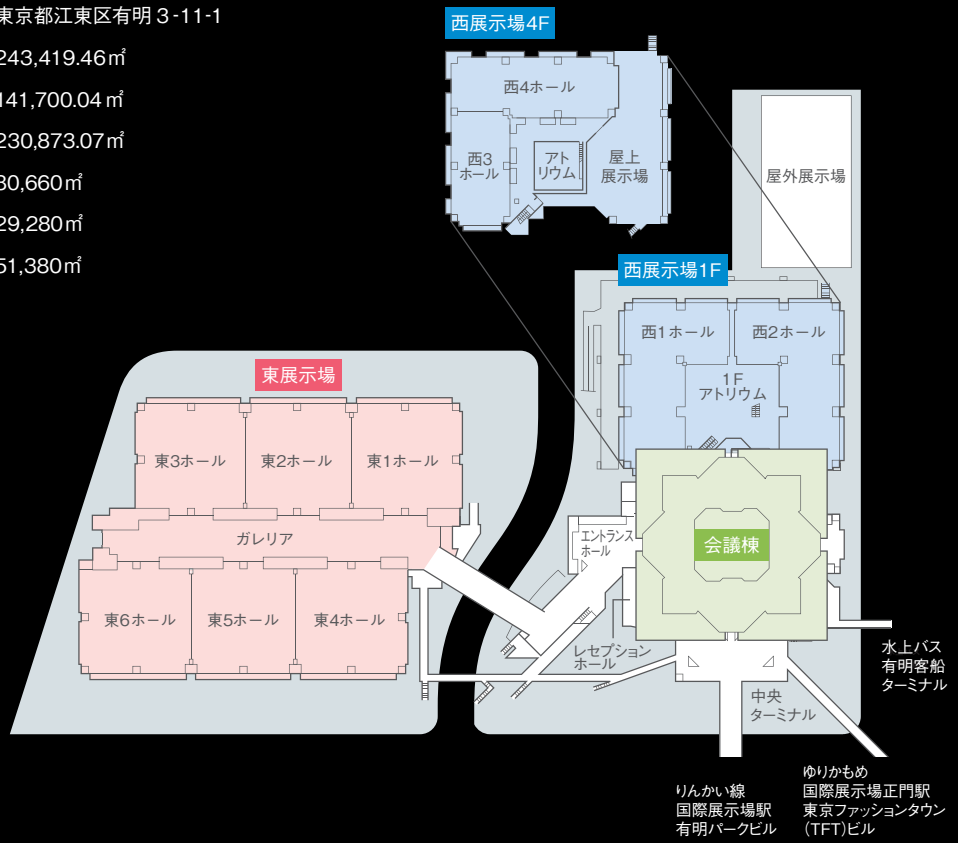
グローバルな経済環境の大きな変化に対応するため、会場を千葉県の幕張メッセから東京都の東京ビッグサイトに移し、24年ぶりに東京で「新生・東京モーターショー」を開催。利便性の良さから多くの来場者が訪れ、好評を博しています。

東京ビッグサイト

1996年4月、日本を代表するコンベンション施設として開業した、臨海副都心の中核的施設。数多くの展示会・見本市・国際会議・シンポジウム・学会等、各種催し物の会場として幅広く利用され、世界に開かれた交流と情報発信基地の役割を担っています。

施設概要

所　在　地：東京都江東区有明3-11-1
敷 地 面 積：243,419.46㎡
建 築 面 積：141,700.04㎡
延 床 面 積：230,873.07㎡
総展示面積：80,660㎡
西 展 示 棟：29,280㎡
東 展 示 棟：51,380㎡



第44回東京モーターショー2015　主催者紹介

一般社団法人 日本自動車工業会

一般社団法人 日本自動車工業会（略称：自工会）は、乗用車、トラック、バス、二輪車など日本国内で自動車を生産するメーカー14社によって構成されています。日本の自動車産業の健全な発展を図り、経済の発展と国民生活の向上に寄与することを目的に活動しています。自動車産業の動向が社会に与える影響がますます大きくなりつつある今日、従来にも増して役割と使命を自覚し、「環境」や「安全」への取り組みをはじめ、より良いクルマ社会の実現、さらには国際ビジネス環境の整備などに、積極的に取り組んでいます。

■所在地：〒105-0012　東京都港区芝大門1-1-30 日本自動車会館
■海外駐在所：北米事務所（ワシントン）、欧州事務所（ブラッセル）、アジア事務所（シンガポール）、北京事務所（中国）
■設立：1967年4月3日
■会員：いすゞ自動車株式会社　川崎重工業株式会社、スズキ株式会社、ダイハツ工業株式会社、トヨタ自動車株式会社、日産自動車株式会社、日野自動車株式会社、富士重工業株式会社、本田技研工業株式会社、マツダ株式会社、三菱自動車工業株式会社、三菱ふそうトラック・バス株式会社、ヤマハ発動機株式会社、UDトラックス株式会社（社名50音順）
■会友：ゼネラルモーターズ・ジャパン株式会社

東京モーターショーに関するお問い合わせ先
モーターショー室　TEL.03-5405-6127　FAX.03-5405-6136
http://www.tokyo-motorshow.com/app/contact/

http://www.tokyo-motorshow.com

JAMA 一般社団法人 日本自動車工業会
JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION, INC.
〒105-0012 東京都港区芝大門1-1-30 日本自動車会館 TEL.03-5405-6127

東京モーターショーはOICA（国際自動車工業連合会）に認定されている国際モーターショーです。