

# サステイナブルZoom Zoom宣言2030に基づく マツダの環境戦略

マツダ株式会社 執行役員R&D管理・商品戦略担当  
商品戦略本部長 工藤 秀俊 氏

平成30年2月23日(金)平成29年度エネルギー環境委員会での講演要旨

## ■サステイナブルZoom Zoom宣言

マツダ(株)は1920年に創業し現在98歳。今期のグローバル販売台数は約160万台と自動車業界の中では小規模ながら、超円高環境下でも一定の国内生産を維持し続け、2016年まで3年連続で国内生産台数は、トヨタさんに次いで2位である事を誇りに思っている。経営再建下にあった2001年、2,500人の早期退職を募り、仲間を失った。失望し辞めていくものもいたが、同年に定めた「Zoom Zoom」というブランドメッセージを通じて、まだまだマツダでやり残したことがあると思って残った仲間もたくさんいる。私もその内の一人だ。これは、マツダにとって大きな転機であり、このブランドメッセージがあったからこそ、今のマツダがあると思っている。そして、昨年8月には「Zoom Zoom」を2030年まで続ける覚悟を示し、「美しい地球と心豊かな人社会の実現を使命と捉え、車の持つ価値によって人の心を元気にすることを追求し続ける」ことを宣言した。



## ■マツダの環境戦略

EV(電気自動車)と内燃機関のどちらが優れているということではなく、地域ごとのエネルギー事情に適したマルチソリューションが必要と認識しているが、現時点では、内燃機関に軸足を置くべきと考えている。その理由は、2030年においても大勢を占めるのは内燃機関だと予測されること、走行中のみならず、Well to Wheel CO<sub>2</sub>の観点で考えれば、EVのCO<sub>2</sub>は発電方式に依存しており、例えば石炭発電を使う場合などは必ずしもCO<sub>2</sub>の大幅削減につながる訳ではなく、またグローバルで見れば電気すら来てない地域があるからである。さらに、環境技術を適用する地域やモデル数が多ければ、CO<sub>2</sub>削減効果の面積は大きくなることを考慮すると、まだまだ内燃機関が果たすべき役割があると考えている。2010年をベースに、我々の企業平均CO<sub>2</sub>を2030年度に5割、そして2050年度に向けては9割削減することを目指した技術開発を進めている。グローバルにおいてビジネスのコアとなるのは、内燃機関と内燃機関に電動化を組み合わせたものになる。ただ、クリーンエネルギーで発電している地域や、公害が問題になっており政策的にEV導入を要請している地域に対しては、EV

を導入する計画である。それ以外の地域では内燃機関+αの技術で戦っていくことが基本的な考え方である。そのためにベース技術を徹底的に磨き上げ、そのうえで電動化技術をブロックのように積み上げていく(ビルディングブロック戦略)その結果としてマルチソリューションを準備するというのがマツダの環境戦略の根幹である。

## ■マツダだけが成し遂げた世界一のエンジン

圧縮比を上げると効率が良くなる。しかし、他社あるいは社内含めて、エンジンのことを良く知る者ほど、そんなことは出来るはずがない、非常識だと言われたが、世界一の高圧縮比、そしてディーゼルにおいては低圧縮比を実現した。よくなぜマツダだけが出来るのかと聞かれるが、原理原則に基づき、あきらめずに、出来るまでやめないという精神でやったにすぎない。

## ■SKYACTIV X

昨年8月に、次世代のガソリンエンジン、SKYACTIV Xを発表した。現状のSKYACTIV Gと比較し、2割から3割、熱効率を改善することが出来、現状のディーゼルエンジンと同等以上の熱効率を達成している。出力の面でも10%~30%改善した。まさに走る喜びと優れた環境性能を両立したエンジンと言える。ただ、我々はここで足を止めるつもりはなく、まだまだ内燃機関には改善の余地があると思っている。さらに理想の燃焼を追求し、ビルディングブロック戦略に基づきマルチソリューションを実現していく。

## ■夢の実現に向けて

自動車メーカー、行政、大学などからなる「ひろしま自動車産学官連携推進会議」では、「広島を自動車に関する独創的技術と文化を求める人々が集まり、世界を驚かせる技術と文化が持続的に産み出される聖地にする」という壮大なビジョンを掲げている。今回お話しさせて頂いたようなクルマに関連する革新技術を核にして、産学官連携で人を育て、そこに暮らす人々が幸せになるような社会を広島で実現すべく連携している。最終的には地方創生のリードモデル、ベンチマークとなる夢を描きながら、ステークホルダーの皆さんと仕事をさせてもらっている。2020年にはオーナーの皆さんがご自身の車で我々100歳の誕生日を祝ってあげようと思っていただけくらい信頼されるブランドになることを願いながら、今後も誠心誠意、マツダらしい車を造っていききたい。(担当：中祖)