

- 軽自動車の販売が絶好調だ。全国軽自動車協会連合会（全軽自協）が発表した2013年度上期（4～9月）の新車販売台数は軽自動車が102万42台、前年同期比104.2%、一方登録車は152万5,217台、同5.4%減となった。

これにより、軽自の総販売台数に占める軽比率は40.1%となり、今後もさらに成長を続けると見られる。

軽自動車の人気は維持費が安く、低燃費、走りや質感の向上などが挙げられるが、もはや「軽自動車」という商品は日本のものづくりと感性が生んだ「国民傑作車」と言えそうだ。

かつて、58年前の昭和30（1955年）年に政府が国民車育成構想を発表しトヨタが昭和31年に試作第1号車を完成させ、昭和35年10月にパブリカ発売となったのが日本のモータリゼーションの始まりだ。今や、軽自動車は自動車の世界販売競争における隠し球（？）だ。日本のブランド車としてその存在感を高めている。

地方税を所管する総務省は消費税引き上げに伴い、年末に車税や車体課税の見直しを図るようだ。

現在、札幌市の軽自動車税（市町村税）は自家用乗用で年間7,200円だ。具体策は年末に先送りされたが、軽自動車の車税引き上げの声が政府内に一部ある。国民傑作車といえる軽自動車がさらに伸張するには税の面でも総合的に、戦略的に考慮することが大切だ。
- 人生の年輪が“共感力”になるという。あるカウンセリングの先生の話である。

「年をとるほど喪失していくものがある。それは仕事と健康と親しい人。逆に年をとるほど獲得するものがある。それは共感力。ですから、高齢期は肉体的な衰退期でありながら、一方では精神的な円熟期でもあります」

「人生の喜びはなんだろうか。生きるためには体力や財力も当然必要だけど、よりよく生きるには『人の役に立っている実感』『人に必要とされている実感』が必要なのではないのでしょうか」

このコンセプトをお客様の満足度を高める『共感の営業』につなげてみてはどうだろう。『人』を『お客様』に言いかえてみると“共感力”が仕事や営業の極意であることよく分かる。
- 11月20日（プレスデー）から「第43回東京モーターショー2013」が始まる（12月1日まで）。

世界の自動車メーカー（アメリカ車は不参加）が最新鋭の車を披露するイベントだ。どんな未来の車を発表するのかドキドキ感があり楽しみだ。スタイル、カラー、機能、最新鋭技術（環境、低燃費など）、車の魅力を楽しみたいと思う。

今まで東京モーターショーを観たことのない方にはぜひお勧めしたい。あなたのクルマ観が変わるかも知れない。（T.S）
- 9月の半ばを過ぎた頃から夕闇の迫る時間が極端に早くなってきたような気がする。

夏が過ぎてそんな季節になるとにわかに白熱してくるのがスタッドレスタイヤ商戦。

ここ北海道を中心とした北日本のドライバーにとっては必需品であるスタッドレスタイヤの性能向上は喜ばしいことだ。

スタッドレスタイヤにとって世界一条件が過酷とも言われている地域なのだが、国内・海外のメーカーにとっては最高のテストコースという側面もあり、この地域の市場を大変重要視しているようだ。

本誌恒例のスタッドレスタイヤガイドでは、新製品を含めた各メーカーの主力商品をピックアップして読者の皆様に紹介している。

スタッドレスタイヤ購入の折りには、是非とも本誌の記事を参考にして頂ければ幸いです。（Y・K）