

第1章 欧州自動車産業の環境戦略とグローバル展開 1

1. 欧州自動車産業政策、CO2削減と環境技術競争力優位を狙いR&D支援強化 2

◇EUのCO2規制、2017年に小型商用車へも導入することで決定 4

2. 欧州自動車産業の環境戦略、内燃機関の技術革新を加速、電動車も本格化 10

◇エンジンのダウンサイジング戦略が加速 12

◇西欧乗用車市場で、2009年までにダウンサイズエンジンの販売台数・シェアとも増加 18

◇ディーゼル、コンパクトへ展開進むハイブリッド車 23

◇次世代車EVの市販を開始、PHEV含め電動車の開発と2010年代前半に量産化を目指す 24

3. グローバル戦略を加速、中国を享受するドイツメーカー、インド戦略車で始まるコスト競争 26

◇グローバル戦略加速と現地体制構築を組む自動車メーカー間の提携 28

◇インドを焦点に廉価を競うグローバル戦略車 32

◇ブラジル：輸入車増で製品多様化、量産コアモデルは新PFへの切り替えで製品競争力を競う 40

◇中国：ドイツメーカーが需要増を享受、Fiatは2011年に再スタート 44

4. ロシア、外資自動車各社が部品輸入関税優遇措置を活用し生産能力増強を計画 46

◇相次ぐ外資メーカーの自動車生産増強計画発表 48

第2章 欧州自動車生産 53

1. 欧州自動車生産：2007年から300万台縮小、分業見直し、量産各社の生産再編進む 54

第3章 欧州自動車市場 65

1. 欧州自動車市場：2010年に1,860万台に縮小、ロシアは回復に転ずるもEU市場は停滞見込み 66

◇欧州34ヶ国自動車市場は2年間で400万台強縮小 67

◇ドイツ、2010年は前年の廃車インセンティブ策の反動で300万台割れ 74

◇英国、インセンティブ終了と付加価値税率引き上げにより2011年は再び200万台割れの見通し 82

◇ロシア、乗用車市場は2010年に3割増の190万台に回復、2013年頃までに危機前の300万台水準に回復へ 90

◇西欧ディーゼル乗用車市場、2010年は50%水準を回復 94

2. 西欧乗用車市場セグメント分析：A/Bセグメントが41%、小型SUVが8.6%まで拡大 98

◇B車ベース車投入、プレミアムブランドの製品展開が本格化し、製品多様化が進む小型SUV 101

◇プレミアムB/C車比率が拡大、下位製品強化で今後も拡大見通し 103

3. 商用車市場：2009年に市場縮小の底を打つが、経済停滞で回復は緩やかな見通し 112

第4章 自動車メーカーの経営動向 117

1. VW：世界No.1目指し、2018年販売1,000万台達成には米・印拡販が不可欠 118

◇2010年に過去最高の業績、成長戦略としてPorscheとの経営統合、MAN/Scaniaとのシナジー追求を重視 120

◇次世代環境技術開発の全方位展開を維持しつつ、近年electrificationへの対応を加速 127

◇モデルサイクル短縮とパワートレイン技術の向上で製品強化を進める 129

◇BRICs、米国での現地生産強化で2018年世界販売1,000万台の実現を目指す 135

2. Daimler：商用車は新興国市場での地位確立、乗用車は燃費規制対応へ小型車拡販が課題 140

◇乗用車、商用車の高収益体質へ、資本関係構築 142

◇高級・スポーツの商品力を強化、課題は下位拡充 147

◇ハイブリッド車はディーゼルで業界初と超低燃費を狙う、電動化技術はフルライン 150

◇乗用車は小型車と環境技術獲得で提携、商用車は新興国盤固めへ現地合弁始動 158

3. BMW：2012年財務目標は達成確実、グローバル事業強化で2020年200万台へ 160

◇部品内製拡大などで効率化を目指す欧州内生産 163

◇技術開発を進め走行性能と燃費・低CO2の両立を実現 166

◇米国では生産能力拡大、中国で製販強化を図るグローバル事業 173

◇コスト削減策として重視し、共同開発、エンジン外販へと拡大する提携事業 177

4. Porsche：高級スポーツカーメーカーとしての存続にVWと経営統合、ハイブリッド・EV技術開発本格化 178

5. PSA：上級製品強化、欧州外事業拡大により収益向上とグローバルプレイヤーへの成長を目指す 184

◇Varin CEO就任後業績回復が進展、アジア新興国重視の経営体制に移行 186

◇2010年に欧州生産台数回復、一部工場で夜間シフトを導入し増産対応、2012年欧州稼働率105%が目標 188

◇上級製品強化で製品ミックス改善につなげるとともに顧客ベースの拡大を目指す 194

◇2015年欧州外販売比率50%を目指し、中国、ラテンアメリカ、ロシア事業を重視、インド市場再参入を決定 199

6. Renault：世界販売300万台、営業利益率5%強達成に向けグローバル展開強化 204

◇フランス国内工場での生産再編で、2013年までに欧州工場の稼働率80%への引き上げを目指す 208

◇EVとC以上の高級製品を新規投入し、2016年までに8製品拡充を計画 212

◇欧州2位を目指し販売維持拡大を目指すか、Renaultブランドのイメージ向上とDaciaブランドとの差別化が課題 214

◇日産との提携を軸にDaimlerとの提携拡大を模索 223

7. Fiat：乗用車事業に特化、2014年世界販売600万台目指しChryslerとの関係強化 224

◇イタリア生産年165万台に向け、生産体制を再編 228

◇2014年欧州販売215万台達成に向け、販売網を強化 236

◇ブラジルの年産能力を115万台に強化、米国ではChrysler、中国では広州汽車との提携で事業始動 239

◇コスト削減策として重視し、共同開発、エンジン外販へと拡大する提携事業 242

8. 欧州GM：黒字化に向けた再建策始動するも中長期の成長戦略は見えず 244

◇販売減少する中で、リストラ効果により税引前損益の赤字縮小 247

◇Opel再建に向けて2012年までに製品ラインの8割を新モデルに 252

◇再建を巡る紆余曲折で失墜したOpelブランドロイヤリティ回復が当面の課題 254

9. 欧州Ford：Fiestaを牽引力に黒字化、新Focusで試される製品マーケティング力 258

◇Volvo Cars売却でFordブランドに経営資源を集中、Odell会長下で収益性の改善を目指す 260

◇ドイツとルーマニアでは1.0ℓ3気筒EcoBoostエンジン生産を計画 265

◇グローバルカーのFiestaに続き、グローバルCカーのFocus、C-Max/Grand C-Maxを投入 267

第5章 日韓自動車メーカーの欧州事業動向 273

1. 日本メーカーの欧州事業：西欧では収益性を重視、再び成長軌道に乗ったロシアで量的成長を志向 274

2. トヨタ：ハイブリッド車のラインアップ強化で100万台水準への早期回復めざす 282

3. 日産：小型SUV強化戦略奏功で販販、2011年にEVを本格導入 289

4. ホンダ：販売回復へコンパクトハイブリッド車を拡充し、新型DEも開発 292

5. スズキ：新型Swiftとロシアでの販販で販売回復を目指す 295

6. 三菱自：西欧は収益重視、量的成長はロシア市場で獲得 298

7. マツダ：ロシア需要取り込みを目指し、現地生産を検討 302

8. 富士重：ロシア、北欧など重点市場での販売にテコ入れ 304

9. ダイハツ：販売低迷により2013年1月末に欧州から撤退 305

10. 現代自Gr：2010年に乗用車市場シェアがトヨタを超えるも、赤字体質からの脱却が課題 306

◇欧州での販販を目指し燃費性能に加えスタイリングを重視、上級モデル製品ライン拡充にも着手 310

第6章 商用車メーカーの経営動向 316

Daimler Trucks、Volvo、Scania、Man、Iveco、DAF Trucksの動向

付録CD

◇欧州34ヶ国自動車販売台数(2005-2010年)

◇欧州29ヶ国市場およびブランド別乗用車販売台数(2005-2010年)

◇欧州32ヶ国各国のブランド別乗用車販売台数(2005-2010年)

◇欧州20ヶ国各国のメーカー別自動車生産台数(2005-2010年)

見本頁

◇西欧乗用車市場で、2009年までにダウンサイズエンジンの販売台数・シェアとも増加

ドイツ BDW 社による西欧乗用車販売データを見ると、ガソリンエンジン、ディーゼルエンジンともにエンジンのダウンサイズが進んだことが判る。BMWやM-Benzの直噴ガソリンエンジンや、VW 1.4TSIエンジン、1.6LDEエンジンなどのダウンサイズエンジンが、1年間の伸びを見ると、ガソリンエンジンでは1.2~1.4ℓの構成比が32.2%から42.8%へ、ディーゼルエンジンでは1.4~1.6ℓの構成比が20.4%から30.6%へと伸びており、いずれも約10ポイントの増加である。同時期は西欧総市場が2007年をピークに縮小しており、その中で台数が60万台から90万台規模増分増加しており、増加傾向は明らかである。また買い替えインセンティブ策による影響から小型車のシェアが予想外に増えたため、小排気量エンジン増加のバイアスが多少かかっている。しかしながら、ガソリン、ディーゼルとも最も小型のセグメントは伸びておらず、B、Cセグメントのダウンサイズを狙った排気量1.6~1.8ℓのディーゼルエンジンが、年間の伸びを見ると、ガソリンエンジンの2.0ℓ超のシェアは4%未満にとどまる。

主要メーカーを見ると、VWは1.2~1.4ℓGEの販売が2006年の20万台から2009年に47万台と倍増以上となった。1.6ℓディーゼルは、VW、Ford、PSAなど各社をピークに縮小しており、その中で台数が60万台から90万台規模増分増加しており、増加傾向は明らかである。また買い替えインセンティブ策による影響から小型車のシェアが予想外に増えたため、小排気量エンジン増加のバイアスが多少かかっている。しかしながら、ガソリン、ディーゼルとも最も小型のセグメントは伸びておらず、B、Cセグメントのダウンサイズを狙った排気量1.6~1.8ℓのディーゼルエンジンが、年間の伸びを見ると、ガソリンエンジンの2.0ℓ超のシェアは4%未満にとどまる。

【西欧乗用車市場におけるエンジン排気量別販売台数変化(2006~2009年)】

【VW/Audi、西欧におけるエンジン排気量構成比(ガソリン・ディーゼル別、2009年)】

【VW、西欧におけるエンジン排気量別販売台数の変化(2006/2009年)】

FOURIN 欧州自動車産業 2011

見本頁

◇ドイツ、2010年は前年の廃車インセンティブ策の反動で300万台割れ

ドイツの乗用車市場は、2007年以降最低水準の310万台に低迷していたが、2009年はドイツ政府の廃車買い替えインセンティブ策導入により、過去10年で最高水準の380万台に回復した。同様に2009年にドイツに於いて、2010年1月1日に導入されたCO2規制(200万台分)に増強したが、2009年9月上旬までに200万台分の予算額がすべて埋まり、事実上終了した。

2009年以降のドイツ乗用車市場に起きた変化は2つある。1つは2009年の廃車買い替えインセンティブ策(Abwrackprämie)である。ドイツ政府は景気刺激策の一環として、2009年1月に車齢9年以上の車両を廃車にし、Euro4以上の排ガス基準の新車を購入すると、2,500ユーロ(当時の為替レートで約30万円)を支給する廃車買い替えインセンティブ策を導入した。同策は好評であった。2009年10月時点で、1月に当初予算額を超過した。2009年9月上旬までに200万台分の予算額がすべて埋まり、事実上終了した。

同策は乗用車販売を押し上げただけでなく、急激なA/B車需要の拡大をもたらした。インセンティブ額が一定であったことから、導入前から廉価な小型車への集

【ドイツ、自動車販売を改定しCO2基準を導入(2009年7月)】

2009年7月1日に自動車規制KFF2 Steuerを改定し、税額基準にCO2基準を導入した。

これまで、エンジン排気量と排ガス規制によって算出していたが、改定後は排ガス規制基準をCO2排出量に変更。

改定前との比較では、一部のスポーツカーや大型SUVを除いて概ね減税となった。

【ドイツ、乗用車主要セグメント別販売台数(2005~2010年)】

FOURIN 欧州自動車産業 2011

見本頁

◇BRICs 現地生産を強化するグローバル展開

Renault は日産との提携の中で米国と中国を日産の分業拠点とし、Renault 自らの事業を行っていないため、欧州外事業は中南米、アフリカ、中東・トルコ地域が中心となっている。他に子会社として持つ韓国 Renault Samsung (RSM)、イラン合弁、ブラジル、アルゼンチン事業拡大計画推進によって、欧州外事業は緩やかに拡大し、Renault の2010年世界販売260万台のうち欧州外は98万台と40%を占めるに至った。また、Renault が推進してきた新興国向け B0 プラットフォームは、2010年10月にインドにおける現地生産事業は日産との折半出資合弁工場を核とし、2010年に立ち上げて Micra を先行生産、Renault 車は比較的高額帯に位置する Fluence や Koleos を生産する計画である。

韓国 RSM は製品を日産車ベースの開発から、Renault 車ベースに変更するとともに、Renault への OEM 供給を Fluence、Latitude に拡大、Renault 製品の上級セグメントと SUV を韓国で生産する分業体制にする。

【Renault、世界販売台数の2010年地域構成と2016年目標】

【Renault、欧州外事業戦略】

Renault 2010 Drive the change における欧州外事業の位置付け -2013年北米販売目標300万台に向け、2010年実績からの増加は欧州外事業による。

欧州外販売は3年で18%増を目標としている。

2010年販売148万台 -2013年148万台

・BRICs 事業基盤強化に投資、インド、ロシアでの現地生産モデルを増やし、シェア増を目指す。

・ブラジル：現地生産2010年8モデル -2013年8モデル 市場シェア 5%を超える見通し、中長期的には10%が目標

・インド：現地生産2010年1モデル -2013年6モデル 市場シェア 10%を目指す

・ロシア：現地生産2010年2モデル -2013年7モデル 市場シェア Lada と日産を含めアライアンスで40%を目指す

・主要生産モデルは、Cセグメント(Fluence, Koleos)、Bセグメント、B0 (Sandero/Sandero Stepway, Logan, Duster)。Renault 2016計画では新興国向け次世代プラットフォームのM0計画進捗も発表された。

・韓国 RSM は Renault 車ベースの開発を、Renault 向けに完成車を OEM 供給する。

【Renault、欧州外主要国での販売台数(2007~2009年)】

【Renault、欧州外生産台数(2007~2010年)】

FOURIN 欧州自動車産業 2011

この他の見本ページも弊社ホームページでご覧頂けます