見 本 頁

「第4章 日本自動車メーカー」より

「第5章 アジア自動車メーカー」より

各社最近の注目事業の動向をまとめ、事業戦略を分析!!
経営財務データの収録も充実!!

申込方法　当調査報告書は書店では取り扱っておりません。お申し込み、お問い合わせは、申込書に必要事項をご記入の上、FAXまたは郵送下さい。またE-mail（info@fourin.jp）による受付も行っております。

世界自動車産業専門調査会社
FOURIN（フォーイン）

〒464-0025 名古屋市千種区桜が丘292 ﾌｫｰｲﾝﾋﾞﾙ
TEL：052-789-1101　FAX：052-789-1147
http://www.fourin.jp　E-mail：info@fourin.jp

申 込 書

世界自動車メーカー年鑑 2011
● 体裁:A4判/344頁　● 2010年12月発刊　(HP)

価格120,000円（税込126,000円）
国内送料込み

(株)フォーイン 行　フリーダイヤル Fax: 0120-0000-73

年　月　日

御社名

御利用部署名

〒
御住所
（送付先）

TEL番号　FAX番号

E-mail address

（フリガナ）
御担当者氏名　御役職

通信欄

発刊のご案内

FOURIN 自動車メーカー45社のビジネスファクトブック **2011**

世界自動車メーカー年鑑

新興国市場の需要急増、先進国市場の低燃費シフトに対応した経営資源の再配置

- ◆世界45社の経営概況･データを多面的に整理。日常業務の手引きに!!!
- ◆経営戦略、中期計画、業績･財務データ、提携動向等、各社の経営戦略分析に!!!
- ◆製品投入計画、販売実績･販売体制、輸出動向等、各社の販売バリューチェーン分析に!!!
- ◆設備計画、部品調達･内製部品、海外展開等、各社の生産サプライチェーン分析に!!!
- ◆製品概要、研究開発拠点、開発投資から、各社の製品技術･環境戦略分析に!!!

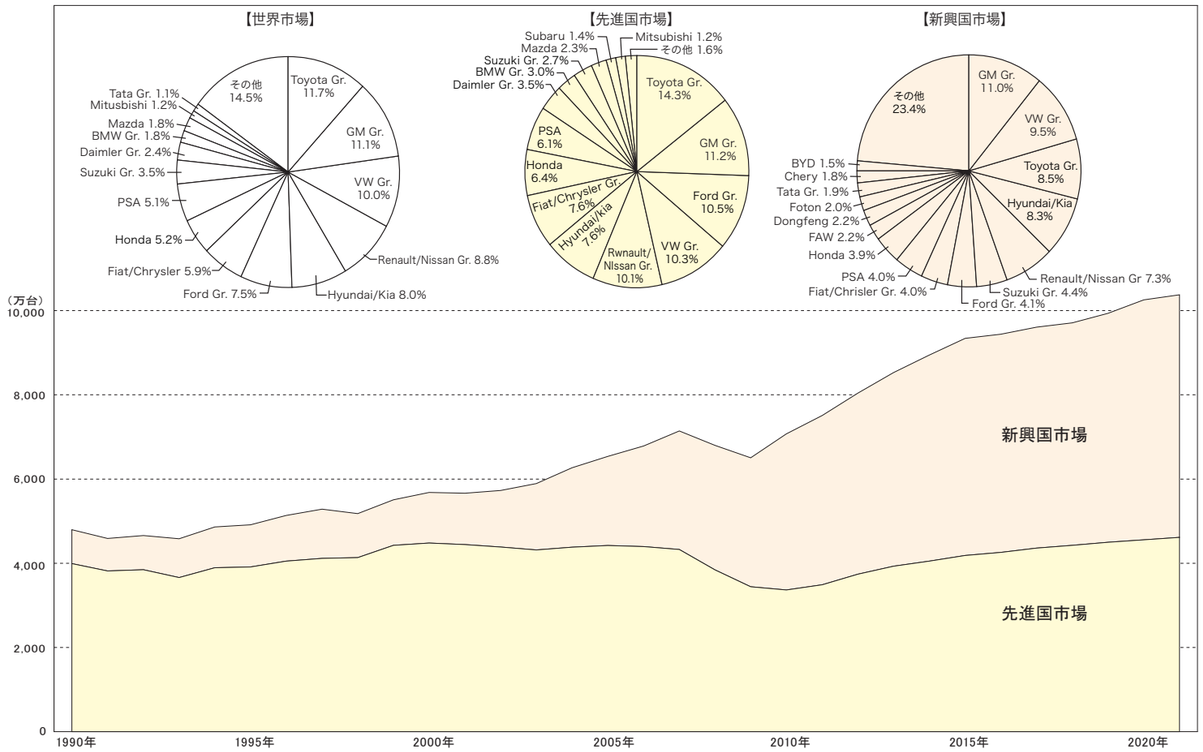
■ 体裁：A4判、344頁　■ 発刊：2010年12月7日　■ 価格：120,000円（税込126.000円）国内送料込

世界の自動車メーカーは金融危機後の経営環境の変化に、成長戦略の転換を進めています。新興国市場の急増に対応して、日産Micraに続き、トヨタEtios、ホンダNSCなど、2011年にかけて市場投入されるグローバル戦略車計画が始動、新興国における競争は新たな段階に入ります。また母国市場拡大を背景に中国、インドの自動車メーカーが業容を拡大、新興国市場では現地資本メーカーとの競争が激化しています。一方で、市場回復は鈍いながら4,000万台弱の規模を持つ先進国市場では、製品の燃費向上が求められ、EVなど次世代技術の獲得に向けた動きが活発化しています。

『FOURIN世界自動車メーカー年鑑』は、2002年の創刊以来9年間、世界の自動車メーカーの経営変化を多分野にわたる事業動向や基礎データの収録を通じて、見つめてきました。2011年版では中国のBYDと中国長安汽車を新たに加え世界45社の経営概況を収録するとともに、特集として自動車メーカーの今後の成長力を規定する新興国事業と環境技術獲得に向けた戦略分析を掲載いたしました。

当案内をご高覧のうえ、関係部署ともご相談いただき、市場回復から再成長軌道に入る時期における事業戦略を策定する上での参考資料として、是非ともご採用賜りますようお願い申し上げます。

＜新興国市場拡大と、主要自動車メーカーの先進国/新興国販売シェア（2009年）＞



注）世界は79ヵ国が対象。先進国は米国、カナダ、西欧18ヵ国、日本、韓国、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランド。その他は新興国。2010年以降はFOURINによる予測。　（FOURIN作成）

「世界自動車メーカー年鑑 2011」 主要目次

第1章 世界自動車メーカーの競争ポジション

1. 特集：成長への課題となる新興国での地位確立と、先進国での環境技術を軸とした競争力強化 …… 2
2. 世界自動車メーカーの業績・経営戦略比較 …… 14
3. 世界自動車メーカーの生産・販売ランキング …… 30

第2章 米国自動車メーカー

G M：新生GM、米国販売回復と新興国事業の拡大で2010年は黒字の見通し、同年11月に再上場 …… 49
欧州GM：2010年2月、Opel再建計画を発表、大幅な製品攻勢による販売回復の成否がカギ …… 61
Ford：2009年に4年ぶりの黒字決算を達成、グローバルカーの市場投入と燃費低減技術の搭載を推進 …… 65
欧州Ford：廃車買い替えインセンティブを享受しFiesta販売好調、Odell新会長の下、燃費技術搭載で競争力を強化 …… 75
Chrysler：新生Chrysler発足後1年、生産面や製品計画、北米外事業で再建計画が具現化 …… 79
Navistar：EGR技術により排ガス規制に適合、インド事業を皮切りに北米外事業の拡大を計画 …… 89
PACCAR Gr.：排ガス規制に適合したエンジン搭載モデルを投入、南米ではモデル拡充を推進 …… 93

第3章 欧州自動車メーカー

V W：2018年グループ世界販売1,000万台を目指しグローバル展開を急加速、スズキとの提携で小型車強化に弾み …… 99
Daimler：商用車の新興国現地生産基盤固めに投資、乗用車は電動化計画の一方でRenault/日産と小型車開発提携 …… 109
BMW：小型車拡充とグローバル事業強化を進め、2020年世界販売台数200万台を目指す …… 119
Audi：世界第1位の高級車メーカーを目指し、技術・製品強化、新興市場向け事業拡大を推進 …… 129
Porsche：財務危機ながら中国販売、Panamera好調で過去最高の売上、VWとの経営統合で成長維持 …… 135
PSA：総額33億ユーロの収益改善を目指し、上級製品充実、新興市場向け事業拡大、コスト削減を推進 …… 139
Renault：2010年はキャッシュフロー強化維持に注力、Daimlerとの提携、新興国事業強化で収益力強化を目指す …… 149
Fiat：非乗用車事業を分社して乗用車事業に特化、Chryslerとの協業進め、2014年に世界販売600万台を目指す …… 159
SEAT：2009年から2010年にかけ経営体制を刷新、2012年黒字化を目標に生産稼働率向上、製品ライン拡充へ …… 169
Skoda：製品拡充とロシア、インド、中国の新興国事業強化で2020年世界生産150万台を目指す …… 173
AB Volvo：2009年は商用車需要急減の対応に専念、2010年以降は事業効率化と新製品の積極投入で足場固め …… 177
Iveco：新経営計画を発表、中国事業強化、欧州事業効率化で営業利益率二桁達成を目指す …… 181
MAN：VW、Scaniaとの協業を模索する中、VWより買収した南米事業を強化 …… 185
Scania：欧州でのコスト削減を推進し、MANと部品共通化を検討、世界販売15万台を目指しイラク市場に参入 …… 189

第4章 日本自動車メーカー

トヨタ：豊田新社長の就任1年目で黒字転換に成功、2010年度はHVとEFCを軸に成長軌道目指す …… 195
日 産：電気自動車、世界戦略小型車、新興国、提携を軸に中長期的な成長を目指す …… 205
ホンダ：先進国ではHVを軸に環境対応車を拡充、新興国では能力増強と新開発の低価格車の投入を計画 …… 215
スズキ：VWとの提携で次世代環境車技術獲得に目途を付け、引き続きインド事業を強化 …… 225
マツダ：Fordとの提携関係が薄れる中、自社開発の次世代環境技術で生き残りを図る …… 235
三菱自：PSAとの資本提携は当面見送り、電気自動車事業での先行者利益の獲得に生き残りをかける …… 241
ダイハツ：インドネシア、マレーシア事業を強化、低燃費、低価格な小型車開発に注力 …… 247
富士重：中国とインドを軸に海外事業強化を検討、運転支援の新EyeSightと新水平対向エンジンで製品力強化 …… 253
いすゞ：市場単位での最適商品・サービスの提供を重視、新興国向け低価格トラック開発へ調達方針を転換 …… 259
三菱ふそう：収益性の改善を目指し、製販拠点の再編とグループ内での提携による調達コスト削減を加速 …… 265
日 野：2010年度はアジアでの拡販目指し現地生産体制強化、国内でもKD部品供給能力増強へ …… 269
UDトラックス：海外展開の本格化に備え社名・ブランド名を統一、2010年内のインド市場への参入を計画 …… 273

第5章 アジア自動車メーカー

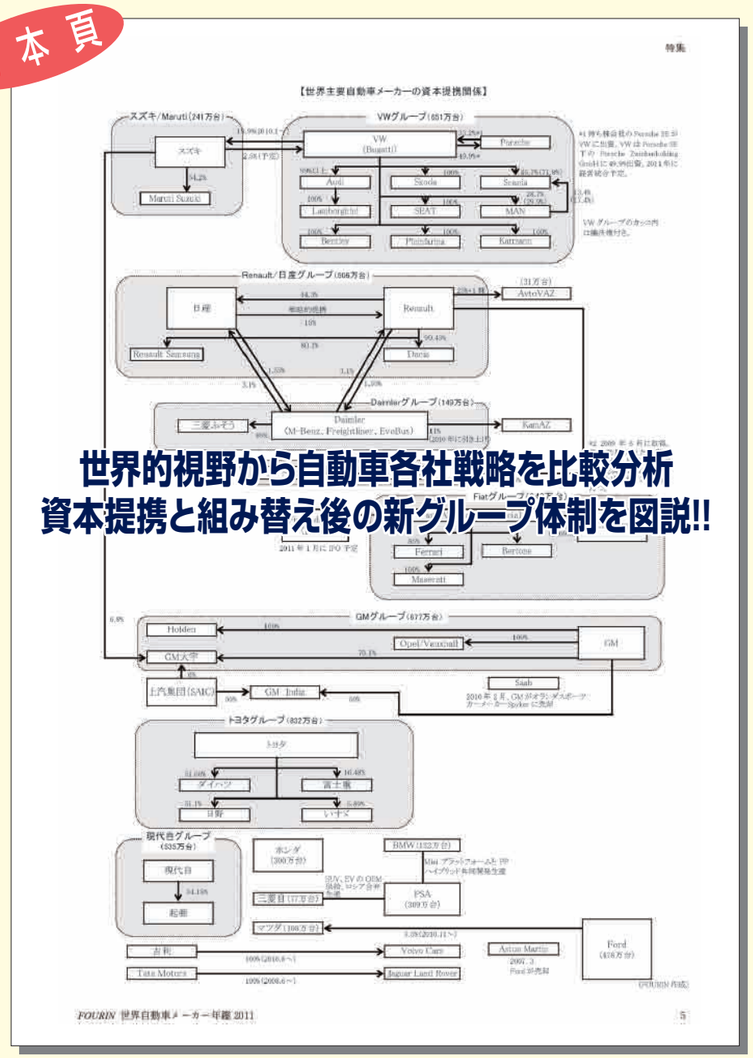
現代自：700万台目標に新興国を中心に能力拡大及び現地戦略車ラインアップを拡充、環境車投入も活発化 …… 279
起 亜：2013年に世界生産278万台へ、ブランドイメージと環境技術の強化にも注力 …… 289
上汽集団：2015年500万台に向けた能力整備を急ぎ、GMとの提携関係を深化し国内外事業の拡大を狙う …… 295
中国一汽：自主ブランド事業の立て直しと開発力強化を中核とする新ブランド戦略の下で2015年500万台を目指す …… 301
東風汽車：シェア拡大に向けて傘下拠点の能力増強、風神、啓辰の2ブランドで自主事業を強化 …… 307
中国長安：資本再編で急拡大、微型車では上汽GM五菱を挑む、PSAと提携し2020年600万台販売を目指す …… 313
奇瑞汽車：乗用車ではマルチブランド戦略を推進、商用車では中大型トラック生産を始動、海外ではSKD拠点を拡大 …… 319
BYD：ディーラー脱退問題で拡大計画を60万台に下方修正、Daimlerと提携し電気自動車の技術向上へ …… 323
吉利汽車：2012年に中国でVolvo車を生産開始、マルチブランド政策による製品の上級移行を加速 …… 327
Tata Motors：製品強化で国内でのリーダーシップ強化とともに、商用車のグローバルメーカーへの躍進を狙う …… 331
Mahindra & Mahindra：買収によりEV事業強化とグローバルSUVメーカーとしてのプレゼンス拡大を図る …… 337
Proton：自国市場のシェア回復と世界展開を模索、提携により製品開発力の強化と世界生産拠点の整備を推進 …… 341

<第2章から第5章の主な掲載内容>

◇会社概要　◇沿革　◇経営戦略　◇組織・人事
◇主要財務データ (主要メーカー：1990年度～2009年度)
◇製品 (投入時期と計画)　◇生産 (拠点概要、生産実績)
◇部品・調達 (内製拠点概要)　◇研究・開発(拠点概要)
◇販売 (販売体制、販売実績)　◇輸出　◇提携関係
◇海外事業 (拠点概要、生産実績)　◇非自動車事業

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

見本頁

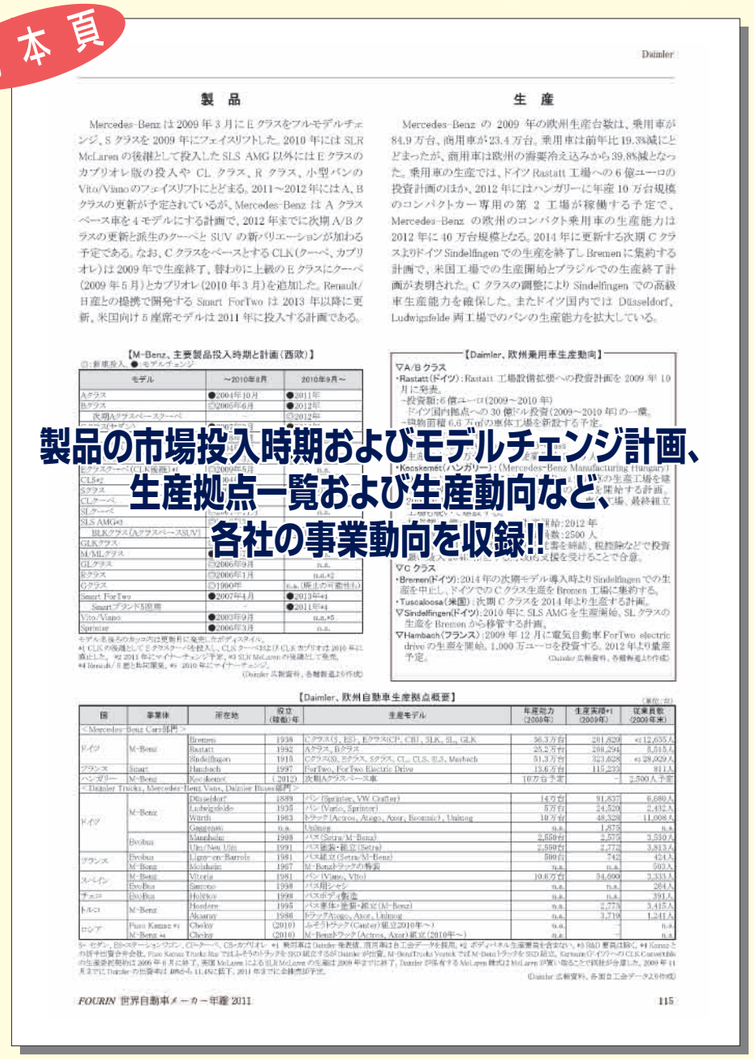


「第1章 世界自動車メーカーの競争ポジション」 より

見本頁

「第5章 アジア自動車メーカー」 より

見本頁



「第3章 欧州自動車メーカー」 より