



収益力を誇るスモールプレーヤーとして



ドミニク トルマン
欧州日産自動車会社
SVP

欧州の自動車市場は、世界中でもっとも細分化された、極めて競争の激しい市場の一つと言えるでしょう。しかしながら、私たちはスモールプレーヤーではありますが、欧州市場で利益をあげています。実際、北米市場などの収益水準には達していませんが、**2004年度に「日産180」**の目標を達成しました。収益はすでに欧州の一流メーカーと肩を並べており、今後さらに改善す

ることができると考えています。

欧州において日産ブランドは広く認知されています。四輪駆動車、オフロード車、ピックアップトラックというイメージが先行してはいますが、「マイクラ」を中心とした都市走行用のモデルについても着実に実績を築いています。「マイクラ」は、第一世代、第二世代ともに極めて好調で、第三世代も売上を伸ばしています。現在、四輪駆動車での実績やSUVでの強みを乗用車市場に活用するために、乗用車の性能と四駆の多機能性を併せ持つクロスオーバーSUVの開発を進めています。2004年のジュネーブモーターショーに出展したコンセプトカー「キャシュカイ」がクロスオーバーSUVの第一弾となります。「キャシュカイ」は手頃な価格の小型車で、欧州の道路での走行に適した仕様になっています。2007年初めに英国サンダーランド工場で製造が開始される予定です。大型高級車市場における「キャシュカイ」の前身とも言えるのが、今年発表された「ムラーノ」です。「ムラーノ」は欧州市場で好評を博しており、売上は当初計画をはるかに上回る伸びを見せています。「ムラーノ」の成功により日産は、人々が手に入れたいと思うブランドへと成長しつつあります。

日産は、欧州では依然としてスモールプレーヤーであり、大西洋からロシア、フィンランドからイスラエルまでの広大で多様な市場において、販売台数は55万台となっています。これまで欧州市場には複数の販路を抱えていましたが、今は販路を削減しているところですが、欧州市場には収益の拡大を困難

にする要因があります。ディーゼル車とガソリン車、またマニュアル車とオートマチック車というように、豊富なラインナップを提供しなければなりません。また、欧州地域での高速走行を実現するクルマを開発しなければなりません、この対応にはコストがかかります。

他の多くの成熟市場と同じように、欧州市場でもインセンティブ競争が激化しています。欧州での私たちの戦略は、他の市場と同様に、インセンティブは必要に応じて使う程度に抑え、つねに収益を優先することです。日産の利益ある成長の基盤となっているのは、価格で勝負するのではなく、お客さまがスタイルや性能を高く評価するクルマを提供するという姿勢なのです。日産は現在、幅広い商品ラインアップを展開しており、2005年には新たに「パスファインダー」「ナバラ」など5モデルを投入しました。また、フランクフルトモーターショーに出展した「マイクラ C+C」を9月に生産を開始しました。「マイクラ C+C」は、電動開閉式ハードトップ型の屋根を持つコンバーチブルで、オプションでガラスルーフを選ぶこともできます。

日産は欧州で最先端の製造技術を誇っています。英国サンダーランド工場は、「ハーバーレポート」において、欧州でもっとも生産性の高い工場であると評価されています。同工場では、2006年初め頃から、コンセプトカー「トーン」をベースにした新しいBセグメントカーの製造を開始します。続いて、2007年初め頃からは、クロスオーバー車「キャシュカイ」の製造を開始する予定です。スペインのバルセロナ工場では、SUV、四輪駆動車、小型商用車の製造を行っており、2005年の半ばよりフル稼働の状態です。また、小型商用トラックに特化しているスペインのアピラ工場では、2006年の後半に、人気モデル「キャプスター」の後継モデルの製造を開始する予定です。欧州の製造拠点は高い効率性を誇り、日産の利益ある成長シナリオの中核を担っているのです。

「日産バリューアップ」は、収益と販売台数の拡大を目標としていますが、私たちは収益を犠牲にして販売台数を追求することはありません。早く結果を出し、目標を達成したいと考えています。私たちは、今後もさらに成長を続けます。そして、スモールプレーヤーであっても、激戦地の欧州市場で大きな収益を上げることが可能であるということを実証していきます。