

一般調査報告書

西欧に進出する中・東欧製「ローコスト・カー」

フランスにおける2013年の新車登録台数は約179万台であり、日本のそれ（約538万台）と比べ、およそ3分の1しかありません。他方、昨年のフランスにおける中古車登録台数は約532万台（日本は約389万台）であり、フランスにおける自動車購入者の4分の3は中古車を購入している状況です。

理由としては、フランスでの自動車の価格が高額なのが挙げられますが、最近の統計を詳しく見ると、中・東欧で製造されたローコスト・カーの人気の高まっており、自動車の購入に関する考え方が変わってきている状況です。今回は中・東欧製ローコスト・カーについて報告したいと思います。



DACIA「Sandero Stepway」

〈フランスにおけるブランド別新車登録台数〉

最初に下記の2013年フランス新車ブランド別登録台数をご覧くださいと思います。

ブランド名（メーカー名）	台数	前年比	ブランド名（メーカー名）	台数	前年比
① ルノー（ルノー）	337,608	△1.7	⑧ 日産（ルノー）	62,983	△9.6
② プジョー（PSA）	289,607	△5.2	⑨ オペル（GM）	59,620	△16.8
③ シトロエン（PSA）	238,317	△10.6	⑩ アウディ（VW）	59,147	△4.2
④ フォルクスワーゲン（VW）	141,427	△8.4	⑪ フィアット（フィアット）	47,683	+9.5
⑤ ダチア（ルノー）	89,844	+11.2	⑫ メルセデス（ダイムラー）	46,966	△1.3
⑥ フォード（フォード）	76,470	△17.3	⑬ BMW（BMW）	46,742	△2.7
⑦ トヨタ（トヨタ）	71,693	+5.4	その他		222,349

（Comite des Constructeurs Francais d'Automobiles 資料より抜粋）

皆さんも御存知のとおり、フランスにおける自動車メーカーとしてはルノーとPSA（プジョーシトロエン）が有名であり、フランスにおける販売台数の半分近くを占めています。日本のメーカーとしては、トヨタが7番目となっており、前年と比べて売れ行きも好調ですが、それでも全販売台数の4%程度しかありません。なお、「レクサス」ブランドは「トヨタ」ブランドとは別項目となっており、昨年は2,960台が販売されたところです。

ここで注目すべきなのは、今回フォードを抜いて第5位となった「ダチア」というブランドです。フランス・ルノー社傘下のルーマニアで製造されている自動車ブランドなのですが、他のブランドの販売があまり振るわない中、このブランドは前年比で11.2%という

高い伸びを示しています。そして、今年上半期においても、既に 58,582 台が登録されており、前年同期比で何と 30.4%という高い伸びを示しています。

＜「ダチア」ブランドについて＞

ダチアはもともと 1966 年にルーマニアで設立された国営自動車メーカーでした。当初はフランス・ルノーの自動車のノックダウン生産（部品を輸入して最終組立を行う生産方法）をしていたのですが、1980 年代からは独自に自動車を生産するようになりました。1989 年にルーマニア革命が勃発し経営が不安定となっていたところ、1999 年にルノー社によって買収されたという歴史があります。

2004 年に中・東欧諸国向けの「ロガン」という自動車を製造するのですが、価格がおおよそ 6000 ユーロ（約 83 万円）という安さにより、かなりのヒット商品となりました。そこで、ルノー社との人事交流や技術導入により、デザインを向上させた結果、現在ではダチアブランドのローコスト・カーがルノーの世界販売台数の上位を占めることとなりました。現在ではルノーグループ全体の世界販売台数の何と 45%をダチアブランドが占めているのです。

ダチアブランドの好調の理由は何といても「価格」にあります。例えば、ダチアで一番売れ行きの高い SUV タイプの「ダスター」という車種は、何と 11900 ユーロ（約 164 万円）からとなっており、ほぼ同じ大きさのトヨタ「RAV4」（22990 ユーロ（約 317 万円）から）のほぼ半額となっています。もちろん、車のエンジン排気量（RAV4 は 2400cc、ダスターは 1500 or 1600cc）や内装、装備も異なりますが、他ブランドの乗用車の半額という価格はとても魅力的なものとなっています。

なぜ同じ欧州でこのような価格差が生まれてくるのでしょうか。

＜「ダチア」ブランドの安さの秘密＞

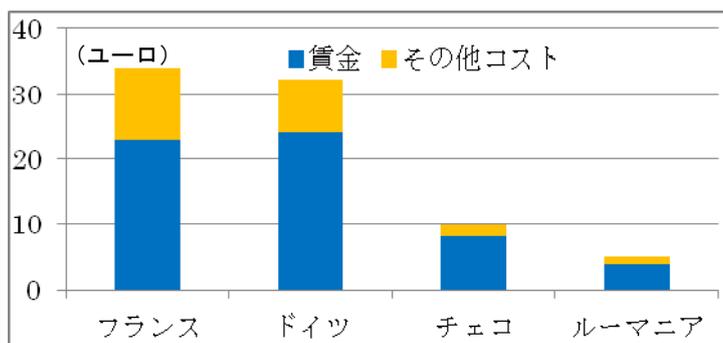
価格が安い理由として、まずは製造に係る安価な労働力が挙げられます。

中・東欧諸国が欧州連合（EU）に加盟して 10 年が経過していますが、域内においては物価と同様、賃金の差がかなりあります。

フランス・ドイツにおける時間あたりのコスト（賃金以外の手当等含む）

は 30 ユーロを超えています。チェコを始めとする中・東欧諸国の場合は時間あたり 10 ユーロ以下となっており、ルーマニアは EU 域内でもブルガリアの次に少ない 5 ユーロ程度となっています。なお、この労働力コストをアジアと比較した場合は、中国の上海地域の水準と同じものとなっています。

また、製造側としてのダチアの努力も特筆すべきものがあります。ダチアは派生型も含めた車種は 8 車種、実質的な車種としては 6 種類しかありません。その少ない車種の部品を最大限に共通化しており、部品を低コストで製造しているのが強みと言えます。ドイツのフォルクスワーゲンのほか、トヨタ、日産・ルノーが現在取り組んでいる「プラットフォーム



欧州における時間あたり労働コスト (Eurostat2013 より抜粋)

ーム方式（異車種の部品共通化）」をダチアは既に取り組んでいたのです。

〈「ダチア」ブランドの評判〉

パリ市内にあるダチアのショールームを訪問し、実際に自動車を見ながら、担当の方からお話を伺うことにしました。ダチアの販売店はルノー販売店と隣接していることが多く、ダチア車の輸送はルノーが行っているとのこと。今回伺った担当の方もルノー販売店からの応援で来ていました。

展示品は 1600cc のディーゼルエンジンの「ダスター」で、外観は付属バンパーやルーフレール、オーバーフェンダー付のとても豪華なものです。メタリック塗装でカーナビやオートクルージング、衝突防止用の後部赤外線センサー等もついており、車両価格で 18,200 ユーロ（約 250 万円）もの価格となっています。ただ、これらを装備しても、トヨタ RAV4 の最低販売価格の 3 分の 2 程度で購入できます。ちなみに、フランスではマニュアル車の普及率が依然高く、7 割以上の方は今もマニュアル車を選択されます。



DACIA「Duster」外観と運転席部分

実物を見て初めて分かったのですが、ダスターの最低価格は約 164 万円からですが、それにはエアコンもカーステレオも付いておらず、購入者が必要な装備を選択して設置することが多いとのことでした。

外観のデザインは申し分ないものと思いますが、内装についても詳しくお話を伺いました。ダチアブランドには内装に合成樹脂が使われている部分が多く、ドアの取っ手のほか、ハンドルやインテリアも殆ど樹脂製なので、やはりローコスト・カーであることを実感しました。しかし、インパネ部分のデザイン性は申し分なく、スマホと連動可能なカーナビ付 AV システム等があれば、他の車種と変わらないものと思いました。

この車の驚愕のメリットとしては、ずばり「燃費」です。この車の燃費は 100km を走行するのに軽油は何と 4.8L しか必要ありません。日本式の燃費の表現としては 1 リッターあたり何と 20.8km であり、他メーカーと比べて断トツの燃費だと思います。当方も以前旅行先でダチアのレンタカーを借りる機会があったのですが、最初は燃料メーターが壊れているのではないかと思ったくらいに燃費の良さを実感した記憶があります。

ただ、販売店の担当の方のお話では、ディーゼル車はガソリン車よりも 500～1000 ユーロ程度高額となり、都市部の方や長距離を運転しない方はディーゼル車のメリットはあまりないことから、ガソリン車を選択される方が多いとのこと。

訪問したのはセーヌ川沿いの高級住宅街の販売店なのですが、担当の方のお話では、当方の訪問の前に先客があり、数分で BMW からダチアに買い替えたとのことであり、売上は至って好調とのことでした。客層は若年層から高齢者まで様々とのことですが、コスト

パフォーマンスと燃費の良さを重要視されたうえで購入を決定される方が多いのは間違いないとのことでした。

〈その他の「ローコスト・カー」〉

他のローコスト・カーのブランドとしては、VW傘下でチェコで生産されている「シュコダ」が挙げられます。これは、1895年に創業した乗用車やトラック、航空機用エンジンの製造メーカー、ラウリン&クレメント社が発祥です。1925年にシュコダ工業株式会社に買収されたのち、戦後の国有化を経て1991年にVWに買収されたものです。



SCODA「Fabia」

VWは自社の技術・デザインをシュコダに持ち込んだほか、近代化を進めており、欧州市場をターゲットにフォルクスワーゲンの自動車をベースにした「オクタヴィア」「ファビア」を次々と発表しました。また、中・東欧企業のマイナスイメージを払拭する宣伝活動を積極的に行った結果、中・東欧だけでなく、セルビアやインドにも製造拠点を拡大しているところではあります。

その結果、シュコダブランドは現在ドイツ国内で7番目に売れているブランドであり（2013年新車登録台数159,939台）、売上の伸び率も他のブランドが落ち込んでいる中で対前年比で8.7%の上昇を示しています。

写真はシュコダの人気車、ファビアですが、この車種も他の車種と比べて相当の安価な車種となっています。また、フォルクスワーゲン・ポロやアウディA1とプラットフォームを共通化しており、「プラットフォーム方式」を顕著に採用している車種と言えます。

〈日本メーカーの「ローコスト・カー」欧州戦略〉

トヨタは2002年にチェコにおいてPSAとの合弁会社TPCAを設立し、新型車を共同開発しています。プジョー107、シトロエンC1という車種とのプラットフォーム化を目指して開発されたのが「アイゴ」という車種で、日本でいう1000ccの「パッツ」にあたる小型車です。3車種の外観はかなり異なっていますが、内装はほぼ同じものでした。

「アイゴ」は当初は中・東欧諸国向けの小型車というコンセプトで製造されていましたが、今年3月のジュネーブモーターショーで発表された新型モデルは、これまでの購買層とは異なるタイプに訴えたものと言えます。

右の写真のフロント部分を見てもらうと分かりますが、かなり独創的であり、ある意味で「マンガチック」な印象を受けると思いますが、この車種のターゲットは欧州の若者層向けになっています。

ここフランスでもマスメディアを通じて相当のPRをしており、日本のアニメや漫画等のポップカルチャーを連想させる車種とな



TOYOTA「Aygo」

っています。また、パリのシャンゼリゼ通りにあるトヨタのショールームにおいても、正面入り口に堂々と設置されており、道行く人々の目を引いています。

この車種は若者層向けの仕様・装備となっていますが、結果的には、トヨタはこのチェコ製車種の購買層を若者層に絞ったことにより、他の車種と重複しないようになっている意図を感じたところです。

以上、西欧におけるローコストカーの状況について報告しました。ルノーはマスコミに対し、「ダチアブランドは世界中で 60 万台が販売されているが、潜在的に 200 万台の市場がある」と発表しています。また、現在は中南米での売れ行きも好調で、今後はインド市場に積極的に取り組む旨を発表していますが、既に西欧で相当の売れ行きがあることから、今後は中古車市場だけでなく、ルノー本体の自動車販売にも影響を及ぼすのは間違いないと思います。

ただし、ローコストカーの場合、そうでない車種と比べて利益率が高く（ルノーブランドの利益率は 3%、ダチアは 5,6%）、ルノーグループにとってもダチアブランドは収益性の高いヒット商品となっています。

他方、トヨタは、レクサスブランドやプリウスなどのハイブリッド車等、付加価値性の高いブランド向けの購買層と、アイゴ等の購買層を分けており、西欧における購買マーケットを分ける戦略を取っているものと思います。

ただ、西欧でのローコスト・カーの売れ行きを見る限り、人々の自動車に対する考え方が二分されている現状を見逃してはならず、このような傾向はいずれアメリカ、そして日本に及ぶのではないのでしょうか。

パリ産業情報センターとしては、県の重要産業であるモビリティ関連産業に着目して、これからもこのマーケットの動向を、迅速かつタイムリーに調査してまいります。

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。
パリ産業情報センターは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。
本情報の採否は読者の判断で行ってください。
また、万一不利益を被る事態が生じても当センター及び愛知県等は責任を負うことができませんのでご了承ください。