

Press-Information

※これは、2017年1月8日にダイムラー社から発表された
プレスリリースの日本語抄訳です。

2018年1月8日

メルセデス・ベンツ 2017年販売実績：プレミアムカー セグメントで首位

- メルセデス・ベンツの2017年乗用車世界販売台数は約230万台、前年比9.9%増
- 乗用車部門メルセデス・ベンツ・カーズ（メルセデス・ベンツおよびスマート）全体では240万台以上
- メルセデス・ベンツ、メルセデス・ベンツ・カーズとも7年連続過去最高を記録
- 欧州、アジア太平洋、NAFTAの3大地域でも年間販売台数が過去最高に
- 主要市場ドイツ、米国で首位の座を堅持
- 中国は販売台数増加率が前年比25%以上、絶対数増加も最大で、メルセデス・ベンツにとって最大の市場に
- 創業50周年を迎えたAMGは、13万台以上（前年比33.0%増）と初めて10万台を突破
- 現在の中核事業の強さが未来のモビリティの礎

メルセデス・ベンツ乗用車の2017年世界販売台数は前年同期比9.9%増の228万9,344台で、過去最高となりました。これは主に新型EクラスセダンおよびステーションワゴンやSUVの好調によるものです。欧州、アジア太平洋、NAFTAの3大地域でも販売は好調に推移し、2年連続でプレミアムカーの最多販売ブランドとなりました。伸び幅は、プレミアムセグメントの他のドイツ自動車ブランドと比べても最大となっています。

ダイムラーAG取締役会会長兼メルセデス・ベンツ・カーズ統括のディーター・ツェツェは、次のように述べています。「メルセデス・ベンツ・カーズ（メルセデス・ベンツおよびスマート）は昨年、世界販売台数で240万台を突破し、7年連続で前年比増を達成しました。中核ブランドのメルセデス・ベンツは再びプレミアムブランドのベストセラーとなりました。大変誇りに思うとともに、今後はさらに伸ばしていきたいと考えています。中核事業が好調であることが、未来のモビリティを築く取り組みを積極的に進める基盤とな

るからです。2018 年も CASE を追求することにより、この歩みを一貫して継続してまいります」。

メルセデス・ベンツでは企業戦略 CASE に従い、自動車産業の未来に向けて次の 4 つのテーマを設定しています：Connected（コネクト）、Autonomous（自動運転）、Shared & Services（カーシェアリングとサービス）、Electric（電気自動車）。この 4 つのテーマの最適な組み合わせを実現することは、お客様に最も納得いただける総合的パッケージをお届けするうえで決定的な成功要因となります。コンセプトカー smart vision EQ fortwo は、CASE 戦略の 4 つの柱を融合させることができるということを実証したクルマであり、都市モビリティと未来のカーシェアリングに対するインテリジェントソリューションを提示するもの。電気自動車、完全接続、自動運転という特性を実現しつつ、ステアリングホイールやペダルを廃しました。上記の未来にむけた 4 分野への投資を可能にするのが、強い中核事業の成功です。メルセデス・ベンツは現在、安全性、品質、現代的デザイン、未来志向の革新技术という 4 つの大きな強みによって、かつてないほどの成功を収めているのです。

年間販売台数で過去最高となったメルセデス・ベンツは、第 4 四半期実績でも過去最高を記録しました（57 万 2,044 台、前年同期比 4.8%増）。また、12 月単月も新記録となりました（19 万 3,534 台、前年同月比 1.7%増）。多くの市場でプレミアムブランド中最多新規登録台数を達成するとともに、以下の市場でトップブランドとなりました—ドイツ、イギリス、フランス、トルコ、スイス、ポーランド、ポルトガル、デンマーク、チェコ、フィンランド、ギリシャ、韓国、日本、オーストラリア、台湾、インド、米国、カナダ、メキシコ、ブラジル。

ダイムラーAG 取締役メルセデス・ベンツ・カーズ営業、マーケティング統括のブリッター・ゼーガーは、次のように述べています。

「〔12 月の〕58 ヶ月連続過去最高達成で 1 年を締めくくることができたのは、メルセデス・ベンツがお届けするトップクラスの自動車がおお客様の信頼を得ている証しです。年間販売台数は約 230 万台となり、プレミアムセグメントにおけるリードを大幅に拡大することができました。今年もすべてのお客様にぴったりのクルマをお届けしたいと考えており、年内に十数種類を上回るニューモデルを発売する計画です」。

欧州：メルセデス・ベンツ最大の販売市場で過去最高を更新

メルセデス・ベンツの 2017 年販売台数を地域別にみると、欧州では過去最高を更新する 95 万 5,301 台（前年比 6.4%増）となりました。伸びが最も大きかったモデルは、E クラス セダンおよびステーションワゴンと SUV でした。ドイツ国内市場では 30 万台以上（同 3.5%

増)。また、以下のように多くの市場で過去最高を更新しました――イギリス（同 6.4%増）、フランス（同 9.7%増）、スペイン（同 11.9%増）、ベルギー（同 15.1%増）、スイス（同 7.7%増）、スウェーデン（同 15.4%増）、ポーランド（同 42.4%増）、オーストリア（同 15.2%増）、ポルトガル（同 6.2%増）。

アジア太平洋：2017 年も地域別で最大の伸び

アジア太平洋地域は 87 万 5,250 台と、年間で過去最高の実績となりました（同 19.2%増）。中国は 58 万 7,868 台で、アジア太平洋地域だけでなく、世界的にも再びメルセデス・ベンツ最大の市場となりました。前年からの増加率は 25.9%以上となり、販売台数で過去最高を更新しています。また、以下の市場においても販売台数で過去最高を記録しました――韓国、日本、オーストラリア、台湾、インド、タイ、マレーシア。

NAFTA 地域は過去最高の 40 万台以上

NAFTA 地域は 40 万 320 台と、2016 年に達成した前の記録を 1.3%上回る新たな過去最高を達成しました。これによりメルセデス・ベンツは NAFTA 地域の最多販売プレミアムブランドとなりました。増加幅が特に大きかったのはカナダ（同 12.2%増）およびメキシコ（同 21.9%増）で、両市場では年間販売台数も過去最高となりました。米国でも販売台数は好調に推移し、前年並みの 34 万台近くに達しました（同 0.9%減）。微減となったのは主に、米国市場におけるセダン需要が縮小したことによるものです。ただし重点セグメントの SUV に限って見た場合は過去最高を更新しています。

コンパクトカーは再び 62 万台の大台を突破

2017 年メルセデス・ベンツ販売台数を車種別に見ると、4 分の 1 以上をコンパクトカーが占めています。A クラス大幅モデルチェンジの前年に当たっていたにもかかわらず、A クラス、B クラス、CLA、CLA シューティングブレーク、GLA の新車販売台数は合わせて 62 万台以上となりました。コンパクトカーにとって昨年最大の市場となったのは中国とドイツでした。コンパクトカーの高い人気は、1997 年の A クラス発売によりメルセデス・ベンツラインアップにコンパクトセグメントが設定されて以来、同セグメント各車種の累計販売台数が 555 万 5,555 台にも達していることから明らかです。メルセデス・ベンツでは、この優れた実績を新世代の各コンパクトカーにより引き継いでいきたいと考えています。これら新世代モデルの生産は 2018 年より 3 大陸 5 拠点でスタートします。

Cクラスは引き続きメルセデス・ベンツの最多販売シリーズ

Cクラス セダンおよびステーションワゴンは昨年、現行世代の発売から4年目を迎えましたが、両モデルで41万5,000台以上と、引き続きメルセデス・ベンツの最多販売モデルとなりました。このうち約4分の1は、中国のみで生産・販売されているCクラスセダンのロングホイールベースが占めています。中国国内で中国向けのクルマを開発する取り組みはその効果を上げつつあり、お客様の要望にお応えすることがいかに重要かを示すものとなっています。事実、中国は2017年、Cクラスにとって最大かつ最速成長の市場となりました。

初の通年販売となった新型Eクラスは全記録を塗り替え

Eクラス セダンおよびステーションワゴンは販売台数35万台以上と、新世代モデルとして初となる通年販売で前年比40.0%も増加し、メルセデス・ベンツがラインアップ拡大を続ける中でも過去最高を記録しました。例えば中国ではEクラスセダンが倍増しています（大半がロングホイールモデル）。このモデルによりメルセデス・ベンツは中国のお客様のご要望にお応えするとともに、後席にゆったりとした空間を備えることが中国では重視されることを認識しました。なお、Eクラスロングホイールベースモデルは2017年より、中国以外の市場として初めてインドでも販売を開始しています。

幸先よいスタートを切った新型Sクラスセダン

新型Sクラスセダンは2017年半ばの発売以降、大きな反響を呼んでいます。第4四半期の販売台数は、前年同期に比べて2桁の伸びとなりました。年間実績は約7万台となっています。究極の高級感と品質の代名詞であるメルセデス・マイバッハSクラスセダンも非常に好調で、2015年初めの発売以来の累計販売台数が2万5,000台を突破しました。うち3分の2以上を中国が占めています。

14%増の最強セグメント：全世界のお客様の心を捉えたSUV

メルセデス・ベンツSUVは80万5,000台以上、前年比14.0%増と、販売に大きく貢献しました。メルセデス・ベンツ乗用車販売台数の3分の1以上を占めています。この新記録は主に、中国、ドイツ、フランス、米国、イギリスにおける大幅増によるものです。また、SUVの2017年最多販売モデルは、GLCおよびGLAでした。初の通年販売となったGLCクーペもまた、SUVの販売好調に大きく貢献しました。

ドリームカーの需要も前年比で大幅増

メルセデス・ベンツのドリームカー（クーペ、ロードスター、カブリオレ）は大好評の 12 モデルがラインアップされていますが、2017 年販売台数は前年比 22.4%増の約 17 万台となりました。このうち最多販売モデルとなったのは、C クラス カブリオレと C クラス クーペ。新型 E クラス カブリオレおよびクーペもすでに販売店への配車が完了しているほか、2018 年には新型 S クラス カブリオレおよびクーペが続いて発売となります。新型 CLS クーペは、さきごろロサンゼルス・モーターショーでワールドプレミアを飾りました。これは新しいデザイン言語を初めて採用したモデルであり、来年はメルセデス・ベンツ ドリームカーの販売をいっそう押し上げてくれそうです。

強い支持を得た V クラスおよび X クラス

8 シーターの V クラスは 5 万 8,000 台以上と過去最高を更新しました。前年比では 25.7%の増加となっています。特に人気が高い市場はドイツですが、増加幅が最大となったのは中国でした。

メルセデス・ベンツがブランド初のピックアップトラックとして新たに開発した X クラスは 2017 年 11 月に発売され、ラインアップ中の最新モデルとして好調な販売を続けています。現在の販売市場は欧州のみですが、販売台数は 1,900 台以上に及んでいます。販売市場は今後も拡大し、メルセデス・ベンツの販売拡大に寄与していくこととなります。具体的には 2018 年初めに南アフリカとオーストラリア、ついで 2019 年にはアルゼンチンとブラジルで発売を予定しています。

AMG は年間 13 万台以上を達成

創業 50 周年を迎えたメルセデス・ベンツのパフォーマンス&スポーツカーブランド AMG（本社：ドイツ・アファルターバッハ）は、13 万 1,970 台（前年比 33.0%増）と創業以来初めて 10 万台を突破しました。世界的に特に人気が高かったのは、ハイパフォーマンスのエントリーモデルです。また 2017 年は、AMG ラインアップをさらに上へ拡大するメルセデス AMG GT R の発売が特に大きな出来事でした。欧州、アジア太平洋、NAFTA の 3 大地域では過去最高を記録しました。特に、主要市場の米国、ドイツ、カナダではいずれも 2 桁、しかも 40%を上回る大幅な増加となりました。

スマートの販売台数は好調に推移

スマートは過去最高となった 2016 年に続き、2017 年もブランド史上最高水準となる販売台数を記録しました。smart fortwo および smart fourfour を合わせて全世界での新車販売 13 万 5,000 台以上（前

年比 6.5%減)と、過去 10 年で 2 番目に多い数字となっています。中国では 2 万 3,097 台と、過去最高を記録しました (前年比 9.8% 増)。中国で大商戦が繰り広げられる光棍節 (独身の日=11 月 11 日) にはインターネットを介し、48 時間で 1,400 台を上回る受注を記録しました。

スマートは電気自動車のパイオニアとして、現在ではラインアップ全体に電気自動車バージョンを設定しており、具体的には 100% 電気自動車 3 モデル (世界唯一のコンバーチブルを含む) をお届けしています。これらのモデルはお客様にも大変好評で、受注台数も好調に推移しています。欧州と北米について 2020 年までにスマートの総電気自動車化を計画しています。上述の好調な販売はこの方針の正しさを証明するものであり、他の地域については、その後間を置かず実施していく計画です。スマートは将来にわたり多くの地域で都市モビリティの形成をいかに続けていくのか——その一端を示すものとしてフランクフルト・モーターショーでは、完全自動運転電気駆動のコンセプトカー smart vision EQ fortwo を発表いたしました。

現在の中核事業の強さが未来のモビリティの礎

メルセデス・ベンツが未来のモビリティ形成にむけた投資を一貫して行えるのは、中核事業が強固であるためです。中期目標としては、持続可能かつ環境にやさしいモビリティの実現を掲げており、排ガスを着実に削減すべく、一連の魅力的な未来型内燃エンジンをすでにお届けしています。2018 年には、新世代のディーゼルおよびガソリンエンジンを既存のモデルラインアップに導入しながら、同時にドライブトレインの電化を進めていきます。その中で大きな役割を果たすのが、48V 車載電気システムと次世代プラグインハイブリッドで、これらはすでにローカルゼロエミッションも実現しています。今年 EQC の量産モデルを一般に公開し、続いて 2019 年には製品および技術ブランド EQ 初となる 100% 電気 SUV を発売する計画です。昨年は電気自動車生産に関する大規模な計画を策定しました。これにより EQ モデルは、既存工場の通常モデルと同じ組立ラインで生産されることとなります。また、ダイムラーとしては、3 大陸 5 ヶ所の拠点を結ぶバッテリー生産体制の構築を進めています。

重点項目としてはもう 1 つ、電気自動車向け「エコシステム」の構築を掲げています。このエコシステムは、自動車だけでなく関連商品・サービスの包括的なラインアップをお届けするもので、その内容は、個人および企業のお客様向けのインテリジェントサービスおよびエネルギー貯蔵装置、環境にやさしいリサイクルなどをカバーしています。インテリジェント充電ソリューション分野の製品群についても大幅な拡大を進めており、電気自動車関連の包括的なプレミアムサービスをお客様にお届けしたいと考えています。なお、この分野における 1 つの大きなステップとして、欧州の主要な長距離

ルートに公共急速充電インフラストラクチャーを整備する合併企業、イオニティ社の設立が挙げられます。

プレミアムブランドを体験いただける販売およびサービスを：オンライン、オフラインの両面で提供

ダイムラーAG 取締役メルセデス・ベンツ・カーズ営業、マーケティング統括のブリッター・ゼーガーは、次のように述べています。

「メルセデス・ベンツ・カーズでは 2018 年も引き続き、『ベストカスタマーエクスペリエンス』を最優先に位置付け、お客様対応に革新的方法を取り入れることで、ご満足いただけるようにしたいと考えています。具体的には、販売およびアフターセールス面でのお客様窓口すべてについてデジタル化と個別対応化を徹底していきます」。

メルセデス・ベンツでは、魅力的なお客様対応（カスタマーエクスペリエンス）をオンライン、オフラインの両面で実現すべく、お客様の多様なライフスタイルに合わせて、お客様対応にも多様なフォーマットを活用しています。デジタルブランド Mercedes me は、お客様がメルセデス・ベンツといつでもどこでも（アプリ、ウェブサイト経由で、あるいはクルマから直接）コンタクトを取ることができるようにするもの。クルマまたは car2go および mytaxi と接続された、既存あるいは今後のサービスやモビリティ製品のすべてを一元化したオンラインプラットフォームなのです。この個人アクセス型サービスの利用者は現在 36 市場の 100 万人以上に達しており、2018 年もさらに拡大する見通しです。この Mercedes me の新機能として、「デジタル・アンティシペーション」があります。これは 2017 年に導入されたもので、一部の新車について生産状況をお客様にリアルタイムで追跡していただけます。注文したクルマが納車されるまで、生産がどの程度進んでいるかをお知らせすることで、お客様のご期待（アンティシペーション）を納車にいたるまで日一日と高めていきます。メルセデス・ベンツはまた、クルマの販売においてもデジタルフォーマットの利用拡大を進めています。ドイツでは 2016 年より、メルセデス・ベンツ オンラインストアで新車をご購入していただけるようになりました。2017 年 7 月からはメルセデス・ベンツの中古車もマウスをクリックするだけでご購入が可能となっており、2025 年までに世界販売台数に占めるオンライン販売の比率を 25% まで高めることを目標としています。さらに、メルセデス・ベンツのプレミアム製品に関連する新たな付加価値の高いデジタルサービスを今後導入していきます。

こうしたすべてのデジタル活動に加え、販売店にとってはお客様との個人的なお付き合いが今後も重要となります。メルセデス・ベンツのパートナーの皆様はこれまでどおり販売の屋台骨であり、お客様に対してしっかり対応できる窓口となっています。このためメル

セデス・ベンツでは2017年より、販売店舗内外装のブランドイメージを一新する取り組みを開始しました。未来のショールームは、デジタルとアナログのそれぞれのメリットを巧みに融合したものとなります。例えば、対話を支援するメディアを活用することで、お客様が購入を希望されるクルマを仮想的に体験していただくことが可能となります。これによって商談プロセスの中で、ブランドと製品についてこれまでにないカスタマーエクスペリエンスをお届けしていきます。さらにアフターセールス面でも、お客様とお目にかかる日時のオンライン予約やサービスのデジタル納入など、新しい形のお客様対応を導入していきます。このように、サービスについても一新を図ってまいります。

メルセデス・ベンツにとって明らかなのは、お客様とのお付き合いにおいて中心となるのは、お客様とお客様一人ひとりのニーズだ、ということです。メルセデス・ベンツのお客様対応は常に、その形態の違いにかかわらず、お客様にとって特別な、メルセデスと分かち合うひと時でなければなりません。それはリアルでもデジタルでも変わることはないのです。