

これは、2015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。

メルセデス・ベンツ世界販売台数、5年連続過去最高を記録 2016年1月22日

- 2015年メルセデス・ベンツの世界販売台数は、187万1,511台、前年比13.4%増
- 12月単月17万8,017台、第四四半期49万5,159台でともに過去最高
- ダイムラー社取締役会会長兼メルセデス・ベンツカーズ統括ディーター・ツェツェのコメント:「昨年のメルセデス販売台数は過去最高を記録。欧州、NAFTA、アジア太平洋の三大地域とも前年比増。中国市場は37万3,459台で、メルセデスにとって世界最大の市場に。前年比増加率は32.6%と、自動車市場全体をはるかに凌ぐ」
- メルセデス・ベンツカーズ部門営業/マーケティング統括オラ・ケレニウスのコメント:「2016年は、世界で最も知的なビジネスセダン、新型Eクラスの発売で販売にさらに弾みをと期待。Sクラスカブリオレ、Cクラスクーペ、新世代SL、SLKなど、新たなドリームカーが、メルセデス・ベンツブランドの魅力をさらに強化」
- モデル別ではCクラスが引き続き最多販売車種
- SUVとコンパクトカーが成長を牽引:両セグメントとも初めて50万台を突破

2015年、メルセデス・ベンツの販売台数は過去最高の187万1,511台(前年比13.4%増)となり、5年連続の過去最高記録となりました。さらに、12月単月実績が17万8,017台(前年同月比9.1%増)、第四四半期が49万5,159台(前年同期比8.8%増)と、ともに過去最高を達成しました。

ダイムラー社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。「昨年のメルセデス販売台数は過去最高を記録。欧州、NAFTA、アジア太平洋の三大地域とも前年比を上回りました。中国市場は37万3,459台で、メルセデスにとって世界最大の市場となり、しかも、前年比増加率は32.6%と、自動車市場全体をはるかに凌ぐレベルとなっています」。

2015年の成長を牽引したのはSUVとコンパクトカーで、それぞれ初めて50万台を突破しました。メルセデス・ベンツカーズ部門営業/マーケティング統括のオラ・ケレニウスは次のようにコメントしています。「2016年は、世界で最も知的なビジネスセダン、新型Eクラスの発売で、販売にいっそう弾みがつくものと期待しています。Sクラスカブリオレ、Cクラスクーペ、新世代SL、SLKなど、新たなドリームカーが、メルセデス・ベンツブランドの魅力をさらに強化してくれるはずです」。

メルセデス・ベンツのパワートレイン戦略では、一貫したハイブリッド化を具体的な柱として追求しています。実際、プラグインハイブリッドについては昨年だけで、C 350 e（セダン、ステーションワゴン）、GLE 500 e 4MATIC、GLC 350 e 4MATIC の 4 モデルを発表しました。メルセデス・ベンツ販売台数に占めるプラグインハイブリッドの比率も増加しています。2017 年にはメルセデス・ベンツプラグインハイブリッドのラインアップは合計 10 モデルとする計画で、今後は 4 ヶ月に 1 モデルの割合で新しいプラグインハイブリッドを投入していきます。

欧州：ほとんどの市場で 2 桁増

メルセデス・ベンツの欧州における 2015 年販売台数は、79 万 8,852 台（前年比 10.5%増）の過去最高を記録。競争の激しいドイツ本国でも再びプレミアムブランド首位の座を守り、前年実績に対して 4.7%の増加となっています。欧州で 2 番目に大きな市場のイギリスでも、14 万 4,474 台とやはり過去最高となりました（前年比 17.0%増）。欧州では大半の市場で 2 桁の増加を達成しましたが、特に伸びが大きかったのはイタリア（同 13.8%増）、スペイン（同 27.3%増）、トルコ（同 30.9%増）、スイス（同 21.6%増）、オランダ（同 30.7%増）となっています。なお、ポルトガルでは新規登録台数でプレミアムブランド中首位を獲得しました。

最大の伸びはアジア太平洋地域

アジア太平洋地域では、12 月単月および通期のメルセデス・ベンツ販売台数で過去最高を達成。通期は前年を約 25%も上回る 61 万 5,325 台となりました。市場別で伸びが最も大きかったのは中国で、昨年とは新型車とフェイスリフトを合わせて 15 モデルを発売したほか、販売網を約 500 店舗に拡大しました。また、現地生産能力の増強を図り、C クラス、E クラスに加えて、昨年は GLA と GLC の SUV 2 モデルが中国国内で生産を開始しました。中国はさらに、メルセデス・ベンツの販売市場として初めてトップの座を獲得しました。同市場における通期販売台数は前年比 32.6%増の 37 万 3,459 台と、過去最高を記録しました。アジア太平洋地域のその他の市場で 2015 年販売台数の伸びに貢献したのは、韓国（前年比 26.8%増）、インド（同 32.4%増）、マレーシア（同 56.5%増）で、いずれも過去最高となりました。同地域第 2 の市場である日本でも過去最高を記録しました（6 万 4,989 台、同 7.1%増）。なお、日本、オーストラリア、台湾では、新規登録台数でプレミアムブランド中首位となっています。

NAFTA 地域でも販売記録を樹立

NAFTA 地域では、米国、カナダ、メキシコにおいて 12 月単月および通期で過去最高を達成しました。地域全体の 12 月単月販売台数は 3 万 8,557 台（前年同月比 2.1%増）、通期は 39 万 2,843 台（前年比 5.2%増）となっています。米国では通期で 34 万 3,088 台（同 3.8%増）。また、カナダでは、プレミアムブランド中トップとなりました。

コンパクトカー(Aクラス、Bクラス、CLA、CLA シューティングブレーク、GLA)は、12月単月、通期とも過去最高を更新しました。メルセデス・ベンツコンパクトカーの2015年総販売台数は58万2,531台と、前年比25.8%の増加。とりわけメルセデス・ベンツの本国であるドイツ市場で人気が高く、昨年はコンパクトカーモデルのほぼ5台に1台をドイツで販売しました。

Cクラスが引き続き最多販売車種

Cクラスは2015年、セダンおよびステーションワゴンがすべての主要市場で通期販売となったほか、エンジンも追加されたことで、販売にさらに弾みがつきました。販売台数は前年実績を40.1%上回ったほか(44万3,909台)、過去最高記録ともなっています。Cクラスセグメントでは昨年12月に新型Cクラスクーペが発売となっており、2016年はさらに販売の上積みが見込まれます。

大きな反響を呼んだEクラスロングホイールベース

Eクラスの2015年販売台数は、セダン、ステーションワゴンを合わせて23万2,453台となりました。中国では特にロングホイールベースがきわめて大きな好評を得ており、この1モデルのみで5万8,286台と過去最高を記録しました。また、数日後に開幕するデトロイト・オートショーでは、新型Eクラスが世界発表となります。この世界で最も知的なビジネスセダンの導入によってメルセデス・ベンツは、事故なき運転と自動運転の実現へ向けてさらに大きな一歩を踏み出しました。

Sクラスはラグジュアリーセダンの世界最多販売モデルの座を堅持

これまで6モデルを発表している新世代Sクラス。メルセデス・ベンツでは2015年、このSクラスで引き続きラグジュアリークラスにおける製品攻勢を進めました。Sクラスは昨年もラグジュアリーセダンの世界最多販売モデルの座を堅持しました。Sクラスの2015年販売台数では、中国での販売が約3分の1を占めています。なお、2月に発売となったメルセデス・マイバツハSクラスは、中国だけで毎月約500台の販売を達成しました。

実り豊かな「SUVの年」

「SUVの年」と銘打った2015年、メルセデス・ベンツはSUV市場に新型とフェイスリフトを合わせて4モデル導入し、SUVラインアップのほぼ全体を一新しました。2015年のSUV販売台数は、前年実績を26.6%上回る過去最高の52万5,866台。特に好調だったのはGLCとGLAで、いずれも販売台数がほぼ倍増しました。なお2016年は、GLの後継となる新型GLSが3月にも販売店へ配車となります。

最大8人を運べるVクラスは、マルチパーパスビークルの概念を塗り替えました。そして初の通期販売となった2015年、販売台数は前年比26.2%増の3万1,499台に達しました。また、昨年より新たな装備の選択肢を導入することで、お客様にはVクラスをより柔軟にカスタマイズしていただくことができるようになりました。

メルセデスAMGにとって記録の年

メルセデス・ベンツのスポーツカー&ハイパフォーマンスブランド、メルセデスAMGにとって、2015年は記録の年となりました。販売台数は6万8,875台(前年比44.6%増)と過去最高を更新。過去2年で倍以上に増加しました。好調の牽引役としては、2015年に発売した新しいAMGスポーツモデルに加え、Cクラスおよびコンパクトカーのハイパフォーマンスモデルが挙げられます。新たに独自開発したメルセデスAMG GTも大変好評をいただきました。なお、AMG車の主要市場は米国、ドイツ、中国となっています。

すべての主要市場に新世代スマートを導入

スマート(フォーツーおよびフォーフォー)の2015年通期販売台数は11万9,398台(前年比32.9%増)。欧州二大市場であるドイツとイタリアで人気が高かったほか、イギリス、フランス、スペイン、スイスでは販売台数が倍増しました。また、昨年夏に重要市場の中国と米国で新世代スマートを導入したのに続いて、2016年にはこれまでないペースでモデルを導入していきます。さっそく春にはスマートフォーツーカーブリオが登場。夏にはフォーツーおよびフォーフォーに追加導入となる、よりパワフルなエンジンを搭載したスポーティな新型BRABUSモデルが販売店へ配車されます。さらに年末には、フォーツーおよびフォーフォーおよびフォーツーカーブリオの電気自動車モデルが加わります。

スマートフォーツーカーは、car2goでも魅力を発揮しています。car2goはこの小型2シーターを1万4,000台以上も保有する世界最大のカーシェアリング事業者であり、ステーションを持たないカーシェアリング市場におけるリーディングカンパニーとなっています。また、欧州および北米でサービスを展開している31ヶ所におけるレンタル利用頻度は平均で1.4秒に1回の割合となっています。なお、car2goに利用する車両を新世代スマートに切り替える取り組みが、一部の事業地域で昨年第四四半期よりスタートしました。

「ベストカスタマーエクスペリエンス」

—「Mercedes me」ストア増設と「She's Mercedes」サービス開始

メルセデス・ベンツでは2013年以降、マーケティング・販売戦略「ベストカスタマーエクスペリエンス」のもと、お客様のご要望に直接向き合う取り組みを進めており、お客様のお住まいの環境の中で出会い、一人ひとりに合ったご提案を行っています。そしてこの取り組みを進める中で、販売形態のデジタル化をいっそう進めています。

「Mercedes me」ストアはこの戦略の大きな柱であり、数多くのデジタル機能を備え、先進的な飲食サービス&イベントのコンセプトで運営される都市型店舗として、若い世代や新しいターゲット層のお客様にアピールしています。2015年は、ミラノ、東京、香港、ミュンヘンの4ヶ所に新たな店舗をオープンしました。

「ベスト カスタマー エクスペリエンス」は、成長戦略「メルセデス・ベンツ 2020」の重要な1要素です。この成長戦略は、お客様との個人的な関係を築くためのさまざまな新しいコンセプトによって継続的に拡大を進めています。メルセデス・ベンツは2015年、女性のお客様のニーズやご希望をこれまでより重視する取り組みを開始しました。これは、2020年までにメルセデス・ベンツを女性にとっても最も魅力的なラグジュアリーカーブランドとして確立し、お客様に占める女性比率を大きく高めることを目指すものです。この取り組みでは、インスピレーション志向の新しいコミュニティ「She's Mercedes」(www.mercedes.me/she)の開設や、女性向けネットワークイベント、販売スタッフ向けの特別研修、女性販売スタッフの増員などを実施します。また、「She's Mercedes」と併行して、既存のコンフィギュレーターを補うまったく新しいライフスタイル・コンフィギュレーターを開発しました。これは、家具や休日のお出かけ先、スポーツ種目などの個人的な好みをお客様に輸入いただき、それをもとにクルマのご提案を行うものです。

メルセデス・ベンツ カーズ 販売台数 概要

	2015年12月	前年比%	2015年累計	前年比%
メルセデス・ベンツ	178,017	+9.1	1,871,511	+13.4
スマート	10,023	-3.1	119,398	+32.9
メルセデス・ベンツ カーズ	188,040	+8.3	1,990,909	+14.4
市場別実績				
ヨーロッパ	72,246	+8.2	798,852	+10.5
(内)ドイツ	24,127	+6.3	273,435	+4.7
アジア太平洋	61,868	+21.8	615,325	+25.2
(内)日本	6,627	-9.6	64,989	+7.1
(内)中国	37,771	+31.3	373,459	+32.6
NAFTA 全域	38,557	+2.1	392,843	+5.2
(内)アメリカ合衆国	34,203	+0.6	343,088	+3.8