



2019年5月28日

アウディ ジャパン株式会社
プレスサイト <http://www.audi-press.jp/>

お客様問い合わせ 0120-598-106
アウディ コミュニケーション センター

アウディ取締役会が株主に再編計画を発表：「アウディの姿勢を貫く」

- CEO ブラム ショット：「私たちは、もっとも魅力的な形で持続可能なモビリティを提供することで、プレミアムセグメントの変化を主導したい」
- CFO アレクサンダー ザイツ：「変革の基礎は、成功裏に開始されたトランスフォーメーションプランによるさらなる効率化の促進」
- e ロードマップを加速：2025年までに全販売台数における電動化モデルのシェア40%を目指す
- 強力なパートナーとともに“Audi on demand”プレミアムモビリティサービスを拡充し、戦略的協力関係を推進
- お客様重視の一貫したアプローチを維持するための顧客諮問委員会を設置
- 2019年は20以上のニューモデルを市場に投入、WLTPへの移行の影響とマクロ経済の減速に対処する移行の年

2019年5月23日、ネッカーズルム：アウディは、自動車業界を主導する役割を担うことを目的として、あらゆる面でCO₂ニュートラルなプレミアムモビリティを提供する企業になることを目指しています。そのため、アウディは電動化ロードマップを加速し、全社を挙げて脱炭素化を推進しています。その最初のステップとして、2025年までに車両フリートのCO₂フットプリントを、2015年と比較してライフサイクル全体で30%削減する予定です。将来的には、重要な財務指標である投資収益率も、CO₂対策の実績を反映したものとなり、持続可能な事業経営によって21%以上に上昇する見込みです。ネッカーズルムで開催された第130回年次株主総会で、アウディ取締役会は、会社の再編計画を発表し、現在の事業の進展状況について報告しました。アウディは、今年、事業に大きな影響を及ぼしている状況を克服しつつあり、変革を進めることによって、長期的に企業価値を大幅に高める作業に邁進しています。アウディは、お客様に恩恵をもたらす革新的な機能やサービスの開発、収益性の高いビジネスモデルの構築、フォルクスワーゲングループおよび外部のパートナー企業との相乗効果の実現に明確な焦点を当てています。広範囲に及ぶ変革の基本原則は、「アウディの姿勢を貫く (Consistently Audi)」ということです。

AUDI AG取締役会会長のブラム ショットは、次のように述べています。「アウディは、もっとも魅力的な形で持続可能なモビリティを提供します。私たちのビジョンは、戦略的再編とその実行によって、アウディの新たな姿勢を貫き通すことです。私たちは、自動車業界における最高の顧客体験を提供して、プレミアムセグメントにおける変革を最前線で主導したいと思っています。私は、アウディがあらゆる面でお客様重視の企業になることが非常に重要だと考えています。そのため、包括的なコネクティビティと信頼性の高いデジタルエコシステムの構築、都市間を結ぶ長距離に対応した自動運転システムの実現などを主なテーマとして定めています」

2025年までに、アウディの製品ラインアップには30以上の電動化モデルが投入され、その内の20のモデルは電気自動車になるでしょう。プレミアムな電気自動車にステップアップするためのエントリーモデルとして、アウディは2025年までに、モジュラーエレクトリックドライブキット (MEB) をベースにした、少なくとも3つのコンパクトなモデルを発売する予定です。ポルシェと共同で開発したPPEアーキテクチャーをベースにした最初の電動モデルは、2020年代初頭に上級セグメントに投入されるでしょう。アウディは、電気自動車およびプラグインハイブリッドモデルの予測販売台数を引き上げました。2025年までに、世界全体の販売台数の約40%を、これらのモデルが占めることになると予想しています。

フォルクスワーゲングループは、e モビリティに明確な焦点を当てています。アウディは、その一環として、プレミアムセグメントのお客様のニーズを完全に満たすように、駆動システムのポートフォリオを計画しています。アウディでは、大型モデルの販売割合が高いため、その性能要件および長距離走行への対応を考慮して、電気自動車だけでなく、プラグインハイブリッドモデルの拡充も重視しています。さらに、アウディは将来を見据えて、フォルクスワーゲングループ向けの燃料電池駆動システムの開発も既に進めています。

アウディは、全社を挙げて取り組んでいるサステナブルロードマップにより、生産、使用、リサイクルに至る車両のライフサイクル全体を CO₂ ニュートラルなものにするための目標を設定しています。そのために、継続的に CO₂ 排出量を削減し、再生可能エネルギー源に切り替えています。どうしても避けられない排出量は相殺されます。全社規模の脱炭素化の最初のステップとして、2025 年までに車両フリートの CO₂ フットプリントを、2015 年と比較して 30%削減する予定です。そのため、アウディは、2025 年までに世界中のすべての生産拠点を CO₂ ニュートラルにするという独自の目標を推進しています。アウディは、遅くとも 2050 年までに、会社全体の CO₂ ニュートラルを達成することを目指しています。持続可能な企業経営のために、車両フリートの平均 CO₂ 排出量の達成状況は、将来的に投資収益率に組み込まれることになるでしょう。それにより、この重要な指標は、21%以上に上昇するでしょう。

将来の計画を踏まえ、アウディは 2023 年末までの投資金額として合計約 400 億ユーロの予算を計上しました。これには、有形固定資産および研究開発費への投資が含まれます。その内、約 140 億ユーロが e モビリティ、デジタル化、高度な自動運転技術の開発に割り当てられます。その巨額の投資資金を調達するため、アウディは、例えばアッパープレミアムセグメントにおける市場ポジションの強化などにより、収益性の改善に体系的に取り組んでいます。ランボルギーニブランドと併せて、アウディの新しいトップエンドモデルは、2019 年第 1 四半期のアウディグループの売上高において、従来よりも大幅に高い割合を占めています。Audi A6、A7、A8 シリーズに追加された新しいプラグインハイブリッドモデルは、まもなくラインナップ全体に拡大されるでしょう。年次株主総会において、アウディは、非常に prestige 性の高い豪華な装備を搭載した新しいバリエーションを、A8 モデルファミリーに追加することを発表しました。高性能モデルの開発と販売を手掛ける Audi Sport は、販売台数と売上高を大幅に引き上げることを計画しています。

AUDI AG 財務、中国市場、法務担当役員のアレクサンダー ザイツは、次のように述べています。「アウディの戦略的再編が成功するための前提条件は、企業構造を効率化して、最高レベルの財務成績が上げられる企業に復活することです。2018 年には、アウディトランスフォーメーションプランという形で、明確に定義されたプログラムを既に策定しています。最近の数か月間で、私たちの対策が効果を上げていることが証明され、非常に困難な現状を少なくとも部分的に相殺することが可能になっています。事業環境および将来の道筋は、今後も大変厳しいものになることが予想されるため、私たちは策定した計画を高度に統制された方法で実行に移すつもりです」 トランスフォーメーションプランが成功裏に開始されたことを受けて、2018 年～2022 年におけるプログラムの目標値は、合計 150 億ユーロに引き上げられました。

最近数か月間に、アウディ取締役会は、会社の組織構造の強化に取り組み始めました。変革プロセスは、すべての部門で始まっています。その目的は、組織構造とプロセスを合理化し、それらを会社にとって重要な分野に適合させ、計画の実行速度を上げることです。インテグリティ、コンプライアンス、リスク管理部門は、取締役会会長の直属部門となりました。製品開発プロセスにお客様が密接に関わることを意図した、国際的な顧客諮問委員会の設立により、アウディは全社を通じてお客様重視の姿勢に焦点を当てる姿勢を強化しています。

アウディは、戦略的なパートナーシップを通して、お客様に恩恵をもたらす革新的な機能やサービスの開発をさらに加速させます。アウディは、モビリティサービスプロバイダーの SIXT と広範囲に協力することにより、“Audi on demand”（アウディオンデマンド）プレミアムモビリティサービスを大幅に拡大する予定です。第 4 四半期の時点で、ヨーロッパ 10 カ国のお客様は、最大で 1 万台のアウディにアクセスし、柔軟に利用することが可能になるでしょう。これと平行して、アウディが擁するリテールパートナーを、このデジタルビジネス分野へと統合する作業も強化する予定です。“Audi on demand”は、短期間の予約から長期の利用に至るまで、あらゆるモビリティソリューションを提供する包括的なブランドとなるでしょう。さらにアウディは、別のデジタルイニシアチブの枠組みの中で、関係者、オーナー、ユーザー向けのデジタルエコシステムである“myAudi”を開発しており、そのプラットフォームは第三者に開放されることになるでしょう。アウディは、リテールパートナーと共に、来月から新車をインターネットで販売する予定です。その第一弾として、Audi TT*のスペシャルエディションがオンラインで購入可能になります。

現在の事業の進展状況を踏まえて、アウディグループは、第 1 四半期末に、2019 年の主要な業績指標の予測を発表しました。2019 年は、アウディの歴史の中で、もっとも幅広いモデルが次々と導入される年となるでしょう。アウディは 2019 年に、ベストセラーモデルである Audi A4 のマイナーチェンジを含む、20 以上のモデルを市場に投入する予定です。急成長している SUV セグメントでは、SUV モデルの頂点に位置する Audi Q8 の非常にスポーティな 2 つのバージョンを含む、合計 7 つの追加車種を発表する予定です。さらに、SUV ファミリーにおいては、デザインを重視した Sportback コンセプトを具現したモデル、Audi Q3 Sportback および e-tron Sportback を発売します。

新たなモデルが将来的にアウディの競争力を高める一方で、2019 年には複数のモデルの生産終了や生産の段階的な立ち上がりは、当面、販売台数に影響を及ぼすことになるでしょう。次第に厳しさを増す経済環境の中で、アウディは、年末に向けて販売台数では、堅調な伸びを示すと予想しています。この販売台数予測には、WLTP への移行期に生産された車両の販売ネットワークにおける在庫の縮小も反映されています。これにより、アウディグループは、2019 年度の売上高はわずかに増加すると見込んでいます。WLTP への切り替えによる影響と、巨額の先行投資の計上を受け、移行期となる 2019 年の営業利益率は 7.0~8.5%になり、長期目標の 9.0~11.0%には届かないと予想しています。アウディは、2019 年のネットキャッシュフローは、25 億ユーロから 30 億ユーロになると予測しています。

2019 年第 1 四半期におけるアウディブランドの販売台数は、前年同期比 3.6%減少して、447,247 台でした（2018 年：463,750 台）。これは、WLTP への切り替えによって、販売可能なモデルラインナップが大幅に制限されたことが影響しています。売上高は、138 億 1,200 万ユーロに減少しました（2018 年：153 億 2,000 万ユーロ）。これは主に、2019 年 1 月にアウディグループが採用した新しい財務会計基準に起因しています。会計基準の変更を考慮しない場合、2019 年第 1 四半期の売上高は、トップエンドセグメントへの大幅な移行により、ほぼ前年度並みの水準を維持しています。第 1 四半期の営業利益は 11 億ユーロ（2018 年：13 億ユーロ）で、営業利益率は 8.0%（2018 年：8.5%）でした。ネットキャッシュフローは、12 億 700 万ユーロでした（2018 年：19 億 1,900 万ユーロ）。

*Audi TT クオントラムグレイエディション

※本リリースは、AUDI AG 配信資料の翻訳版です。