



2022年3月18日

フォルクスワーゲン グループ ジャパン株式会社
アウディ ジャパン
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

ブランドグループでチームプレー： アウディ、ランボルギーニ、ベントレー、ドゥカティが目指す目標

- 数億ユーロの高い相乗効果と11%を超える長期営業利益率
- 各ブランドは、主要なテクノロジーの転換とeモビリティへの移行により強みを発揮
- マルクス ドゥスマン：「共有する強みを活用し、ブランドの個性に焦点を合わせる」

(ドイツ本国発表資料) 2022年3月17日、インゴルシュタット：電気自動車への転換には多額の投資が必要です。ブランドグループの協力を強化することで、アウディ、ベントレー、ドゥカティ、ランボルギーニは、将来的にこの分野での相乗効果から、これまで以上に多くのメリットを得ることになります。グループ内で協力することにより、各ブランドは個々の強みに集中することができます。

英国のラグジュアリーブランドであるベントレーは、今年の初めからアウディに完全に統合されています。AUDI AG 取締役会 会長のマルクス ドゥスマンは、次のように述べています。「ベントレーの統合を受け、ランボルギーニとドゥカティとのチームワークを強化して、ブランドグループの協力をゼロから再編成する機会として利用しました」

アウディは、2021年の初めにプレミアムブランドグループ内のベントレーを傘下に収めました。それ以来、アウディとベントレーの合同チームは、数多くの相乗効果プロジェクトを開始しました。その一例は、共同研究 開発活動です。ベントレー最高経営責任者 (CEO) のエイドリアン ホールマークは、このラグジュアリーブランドが、グループ内で重要な役割を担っていると確信しています。「私たちはすでに、すべてのレベルでチームとして、ともに協力しています。eモビリティの方向性に関する私たちの計画は確かに野心的ですが、グループ内すべてのブランドの技術的知識があれば、私たちは成功を収めることができるでしょう」

相乗効果を高めて個性を強化

電動化からソフトウェアの開発に至るまで、ブランドグループには大きな相乗効果の可能性がります。グループ内で協力することにより、アウディは今後数年間で数億ユーロの利益を確保すると予想しています。

ブランドグループはまた、営業利益の観点から野心的な目標を追求しています。「私たちの計画は、2030年から長期的に11%以上の営業利益率を達成することです。それまでの戦略的目標の範囲は9~11%です。私たちは、測定対象となる野心的な目標を設定しました。グループ内のすべてのブランドは非常に収益性が高く、大きな可能性を秘めています」とマルクス ドゥスマンは強調しています。

これを達成するために、アウディはブランドの特徴的な強みを強化しています。ブランド独自の専門知識は、それぞれのモデルに反映されています。ランボルギーニにおけるスポーツカーの開発、ベントレーによる高度なクラフトマンシップ、電動バイクの世界選手権である MotoE ワールドカップにおけるドゥカティの先駆的な役割まで、ブランドグループは幅広く魅力的な顧客グループにアピールします。

e モビリティへの道筋でテクノロジーの移転がブランドを強化

ブランドグループ内の技術移転により、すべてのブランドにおいて、複雑さが軽減されます。共同ポートフォリオ計画と明確な技術ロードマップがその道を示しています。アウディ、ベントレー、ランボルギーニ、ドゥカティは、異なる速度で電動化に向かっていますが、同じ目標、つまりクライメートニュートラル（気候中立）な未来を目指しています。昨年、ランボルギーニとベントレーの両社は、製品ポートフォリオの変革に数十億ドルを投資することにより、明確な指針を示しました。ドゥカティも電動化に取り組んでおり、2023年シーズンから、FIM Enel MotoE ワールドカップに参戦する電動バイクの唯一のサプライヤーになります。

ベントレー ベンティガと Audi Q8、ランボルギーニ ウラカンと Audi R8 の共同開発プロジェクトは、ブランド間の協力が機能し、相乗効果を発揮していることを示しています。将来的には、相乗効果の多くが製品開発の分野で発揮されることになるでしょう。ベントレーとランボルギーニが、最初の電気自動車開発の早い段階で統合されたことにより、ブランドグループ内の相乗効果がすでに製品開発プロセスで活用され、特定のお客様の要件が、初期段階で組み込まれています。

ブランドグループ：Top Employer となる

ブランド内およびブランドネットワークにおける良好な協力関係は、世界で最も魅力的な企業に贈られる表彰にも反映されています。アウディに加えて、ベントレー、ドゥカティ、ランボルギーニのブランドは、それぞれの本社がある国の「Top Employer Institute」によって最高の企業に選出されました。

「非常にエモーショナルな製品と高い収益性を備えた強力なブランドは、従業員が潜在能力を最大限に発揮し、業績に対する評価を得ることができた場合にのみ誕生します。これらの賞は、これを示す非常に明確な証拠です」とマルクス ドゥスマンは述べています。

※本リリースは、AUDI AG 配信資料の翻訳版です。