

NISSAN

「世界で最も勢いのある厳しい市場に、他地域に先行して魅力ある車を投入」

日産(中国)投資有限公司・入江敏光公関ブランド部長

日産は、東風日産車として初となる10万元クラスの小型車・リビーナを四月に発売、七月には高級車ブランド・インフィニティを投入予定と、中国での攻勢を強めている。日産(中国)投資有限公司・入江敏光公関ブランド部長に販売戦略、今後の計画について聞いた。

東風日産乗用車が累計50万台記録

日産自動車の中国ビジネスは、一九七三年のセドリック輸出で開始した。九三年に鄭州日産に資本参加して、ピックアップトラックの現地生産をスタート。ついで二〇〇〇年から風神自動車と技術援助契約を結び、ブルーバードの現地生産を開始した。これが〇三年に成立した東風自動車との合併事業における乗用事業の基盤となっている。

東風自動車と日産自動車の合併会社である東風日産汽车有限公司は、〇三年六月に設立された。東風ブランドの商用車事業と日産ブランドの乗用車事業の二つを有している。今年一月、乗用車事業を担当する子会社の東風日産乗用車公司是累計生産五〇万台を記録した。設立以来三年間で急速な発展を遂げ、日産のグローバルな海外事業の中でもその重要性を増している。

フルラインナップを目指す

中国市場のここ数年の発展ぶり、今

後のポテンシャルには瞠目すべきものがある。街を歩いていても、様々な種類の乗用車が走っており、先の上海モーターショーでは多くの新型車が展示されるなど、肌でその勢いを感じる。最も勢いある市場であると同時に、日産自動車のカルロス・ゴーンCEOが言う通り、「世界で最も競争の激しい市場」である。このような市場でお客様の賛同を頂くためには、最新の技術を搭載した魅力あるモデルを他地域に遅れることなく、また他地域に先んじて市場に投入していかなければならない。

日産自動車としては、中国のお客様のあらゆるニーズにお応えするため、フルラインナップの品揃えを目指している。今年の七月には、新たな高級車ブランドとしてインフィニティ・チャネルを立ち上げる。既に、アメリカで成功し認知されているブランドだ。商品そのものはもちろんのこと、ご購入いただいた後も「あらゆる場面でお客様に最高のご満足をお届けする」というT.O.E (Total Ownership

Experience)の考え方が、中国のお客様にも必ずご理解いただけるものと考えている。

10万元クラスの小型車を発売

東風日産は〇四年九月に発売し、同年のカーオブザイヤーにも選ばれたティアナで、中国市場におけるブランド力が格段に強化された。次いで〇五年にはテイダのセダンとハッチバックを発売した。それまで中国でハッチバックという「安くて乗ると面子がなくなる車」というイメージがあったが、上級ハッチバック市場という新しいカテゴリーでファッショナブルな若者に受け入れられ、再びカーオブザイヤーを受賞した。その後、他社の新規参入もあったが、今に至るまでこのセグメントでのトップブランドとなっている。

昨年は高級家庭用車・シルフィート、新しいレジャー用家庭用車・ジェニスを発表。今年四月に、東風日産として初めての10万元クラスの小型車・リビーナを



東風日産として初めての10万元クラスの小型車・リビーナを4月に発売。上海モーターショーでの注目度も高かった

発売した。前者は、現代的な外装内装のデザイン、V6エンジンやCVTなどに代表される先進技術、広くて心地よい室内など、日産車に共通する特徴が中国のお客様にご理解頂いていると考えている。

中国のお客様は燃費に非常に敏感だ。昨年CCITV(中央テレビ)の燃費コンテストで優勝したシルフィーターティアタは、その低燃費が大変評価されている。

シルフィーターの場合、新型MRエンジンと、CVTの組み合わせで高い燃費効率を実現している。CVTのサブライヤーであるJATCOの中国進出も決まり、こうした技術上の優位性を最大限活用していこうと考えている。

昨年一二月にグローバルに発表したNISSAN GREEN PROGRAM 2010の中で



日産(中国)投資有限公司・入江敏光公同品牌部長

は、CO₂削減のための新型ガソリンエンジンや新型ディーゼルエンジンの開発、独自ハイブリッド車の開発、またその基盤となるバッテリー新技術の開発などの計画を明らかにしている。

販売網を一挙に拡大

東風日産系の販売店は現在、二七〇店舗弱だが、今年末までに三〇〇店に拡大する計画だ。大都市への展開は既に完了しており、中小都市への新規出店や大都市での店舗密度を増やすことが課題になっている。

販売店で一番力を入れているのは、サービス品質の向上。日産のグローバルな基準やNISSAN SALES & SERVICE WAYを東風日産設立時から導入し、二〇〇五年にはJD POWERのCSI(顧客満足度)調査で第一位、二〇〇六年にも二位というトップレベルを達成しており、今後ともこれを維持・向上させていきたい。

インフィニティの販売については、今年七月の時点で、北京、上海、深圳の三拠

点でのスタートを予定している。年内にはこの三拠点を合わせて、約一〇拠点程度に拡大する予定だ。いずれの店舗もインフィニティ独自のグローバルスタンダード「IREDDI」に基づいて、お客様に最高の満足を感じていただけるような設備、デザインとなる。

今年販売実績三〇万台が目標

東風日産の昨年の販売実績は二〇三万台、今年三〇万台を目指している。インフィニティについては、今年については台数を追うよりも、まずブランドの認知度をしっかり固める時期であると考えている。〇八年末までには、合計で五モデルにラインアップをそろえる予定だ。

経済発展に伴い、中国のお客様の車に対するニーズも成熟し、多様化していくことが予想されるが、そうしたニーズの変化を先取りし、お客様に新しいカーライフを提案していきたい。そのためには他地域に先駆けた、より中国市場を視野に入れた新型車の投入も必要だろう。

自動車ユーザーの底辺が拡大するにつれ、販売店のサービスへの期待値

がどんどん高まっている。日産ブランドのタグラインで表現している通り、我々自身が「HEM」を続け、お客様の満足度を最大化する努力を継続することで、世界で最も競争の激しい市場である中国市場での地歩を固めて行きたい。

小型車のティーダが売れ筋 日産ディーラー・東風日産衆泰专营店

香港地区の総合貿易商社・大昌貿易行有限公司は2003年、上海衆泰汽車销售有限公司を設立、上海における日産車の販売代理権を獲得し、東風日産衆泰专营店を開店した。上海の日産輸入車のディーラーとしては第一号店、東風日産のディーラーとしては三店目である。

ファミリー層の購入が増える

現在、東風日産販売代理店は全国に約265店舗ある。東風日産衆泰专营店の近年の年間平均販売台数は、東風日産車が約1000台、日産輸入車が約100台。全国の代理店の中では中クラスの営業成績を誇っている。



張輝・市場部經理

同店市場部經理の張輝氏は、「最近の売れ筋は小型車のティーダ。出勤、買い物、レジャーを目的に購入される方がほとんどです。セカンドカーとして購入される方も少なくない」と話す。

同車種の価格は10万1000元から16万元程度で、年間世



年間で東風日産車約1000台、日産輸入車約100台を販売する

帯収入約20万元の30歳代がコアターゲット。排気量1598ccでありながら、中型車並のゆったりとした車内空間がファミリー層に受けている。

同店がオープンした2003年当時は、顧客の多くが社用車として自動車を購入していたが、ここ数年でマイカーの購入者が急増した。

張氏は「マイカー所有者の増加で、アフターサービスや中古車買い取り事業が重要性を増している。今後は顧客満足度をより高めていくため、ディーラー各自のサービスレベルのブラッシュアップに注力したい」と語っている。