

新興市場参入への機会



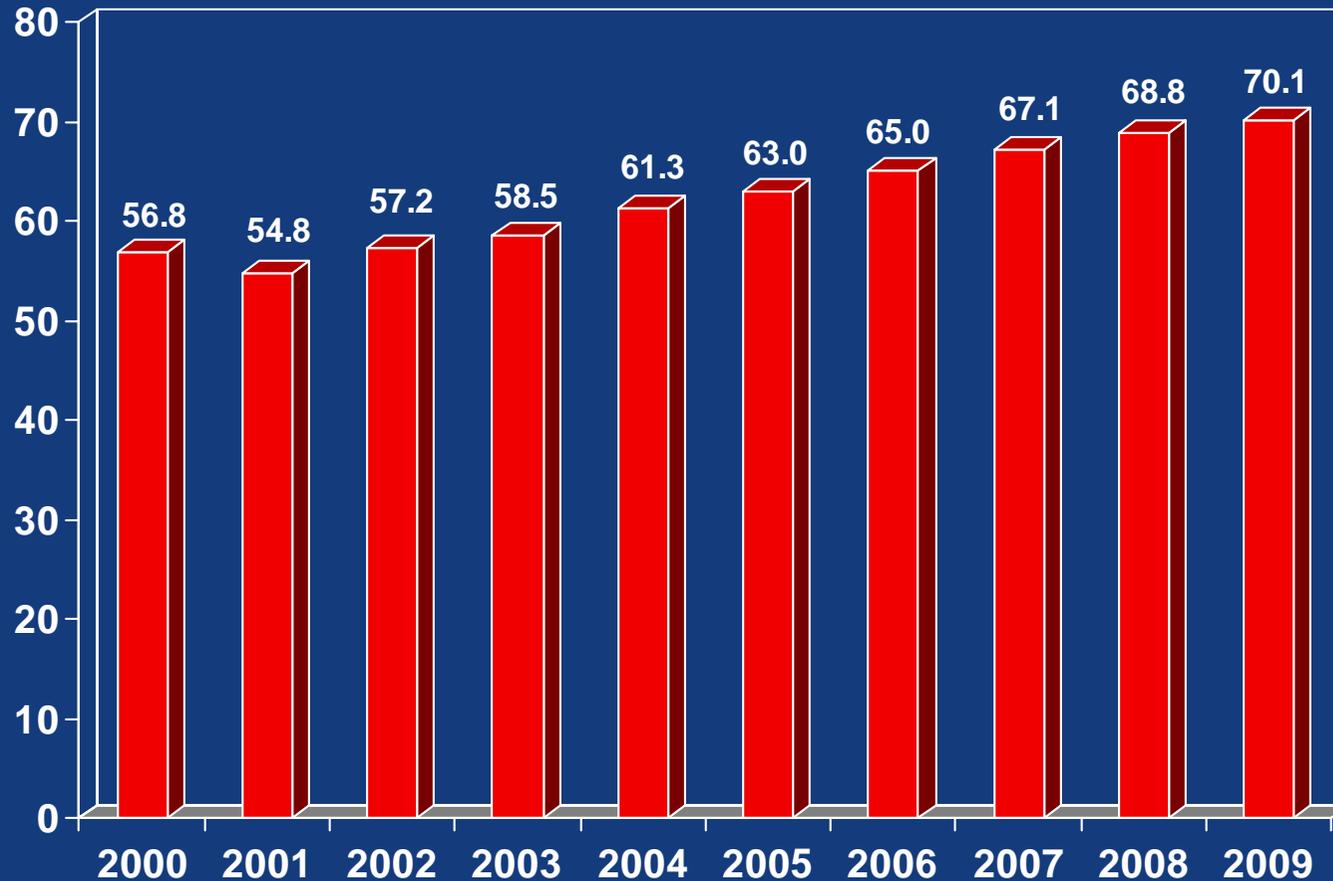
アーンストアンドヤング
グローバルフィナンシャルサービス
M&A アドバイザリー
ディレクター
河村 英明
2004年12月10日

概略

- 自動車業界の成長は先進国から新興市場へと移行
- 中・東欧と中国が有望視されている
- 進出メリット(リスク)の評価と企業戦略とのバランス

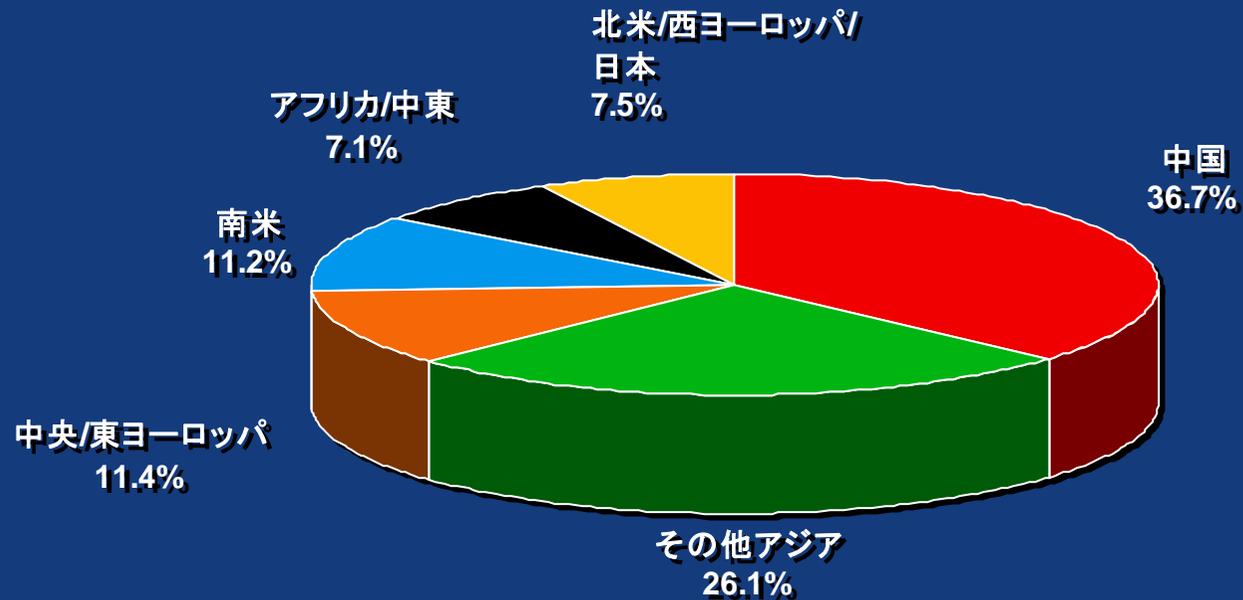
世界の自動車製造量の推移

単位：百万台



世界の製造量成長率：2004-2009

地域別生産台数の成長率のシェア2004-2009 (+880万台)



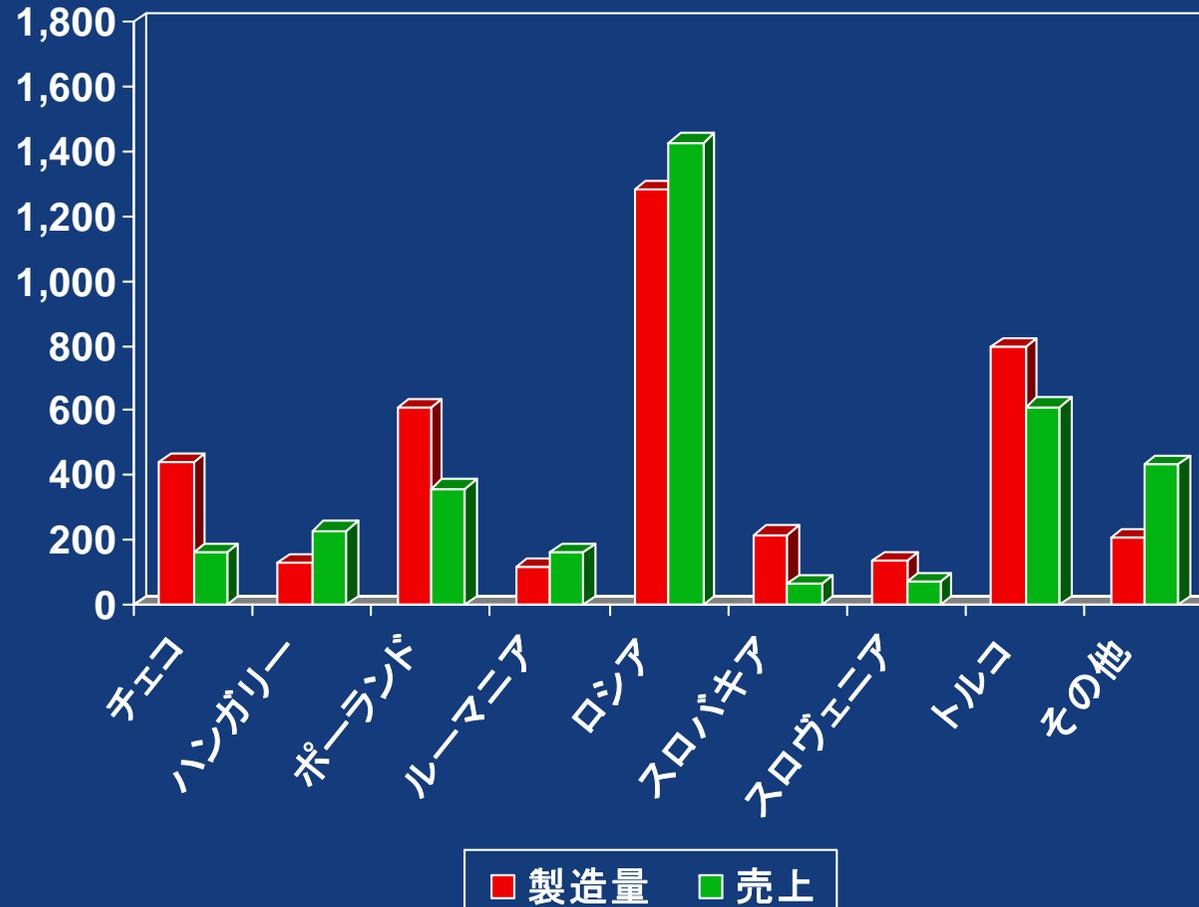
中・東欧諸国における自動車の売上と製造量

単位：百万台



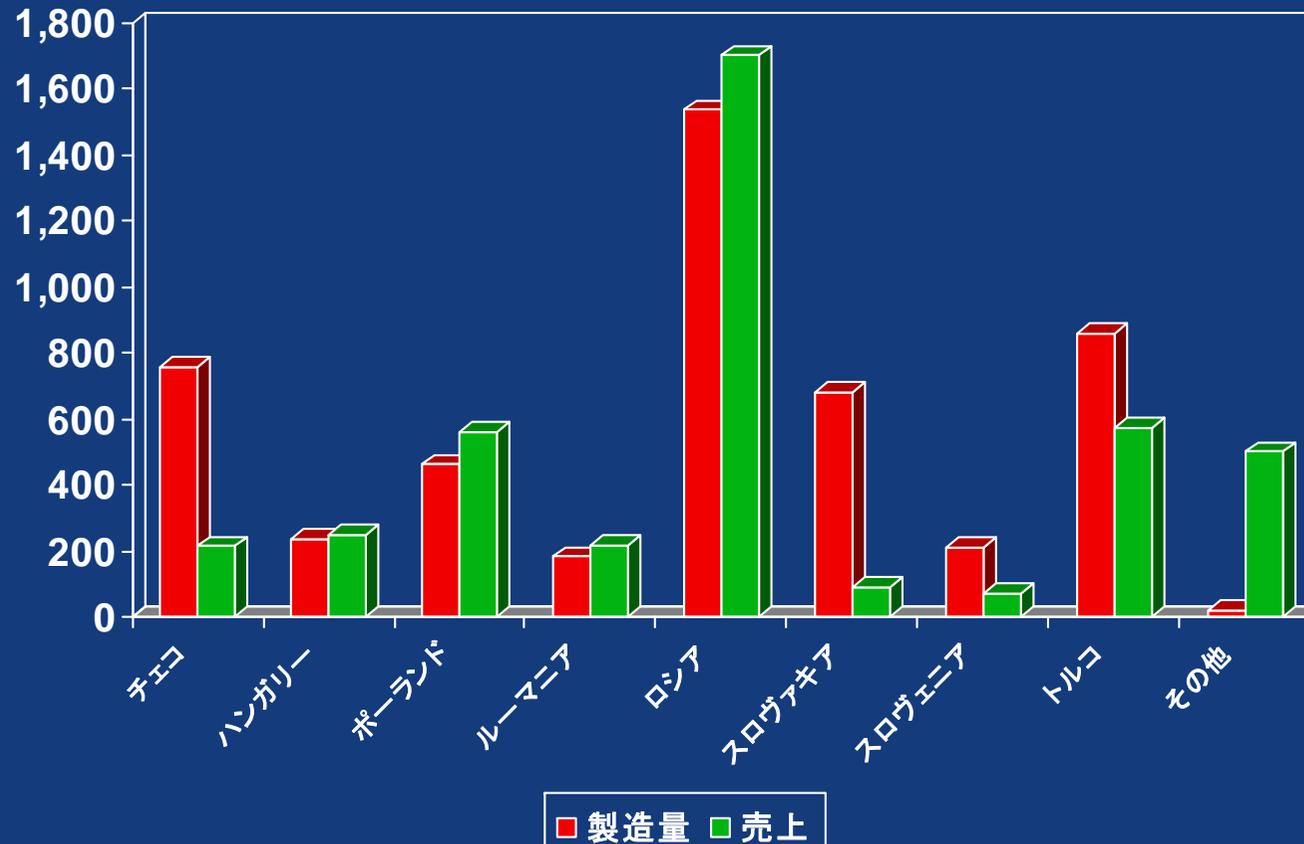
中・東欧諸国における自動車の売上と製造量

2004年国別売上及び製造量(予測)
(単位:千台)



中・東欧諸国における自動車の売上と製造量

2009年国別売上及び製造量(予測)
(単位: 千台)



進出先としての中・東欧

- 市場規模データ
 - EU諸国へのアクセスと中・東欧諸国の人口
 - 上昇する自動車の普及率
- GDP成長率：4%以上
 - 北米、西欧、日本より高い成長率
- 自動車販売は2003年及び2004年初頭に急伸した。
 - 2005年後半に回復が見込まれる。
- EU加盟国であっても、各国により事情は異なる。

中・東欧と中国に進出する自動車産業



 ERNST & YOUNG

Automotive Manufacturing in Western Europe Under Threat?

Automotive Industry Making Inroads into Eastern Europe and China

E&Y(ドイツ)による調査

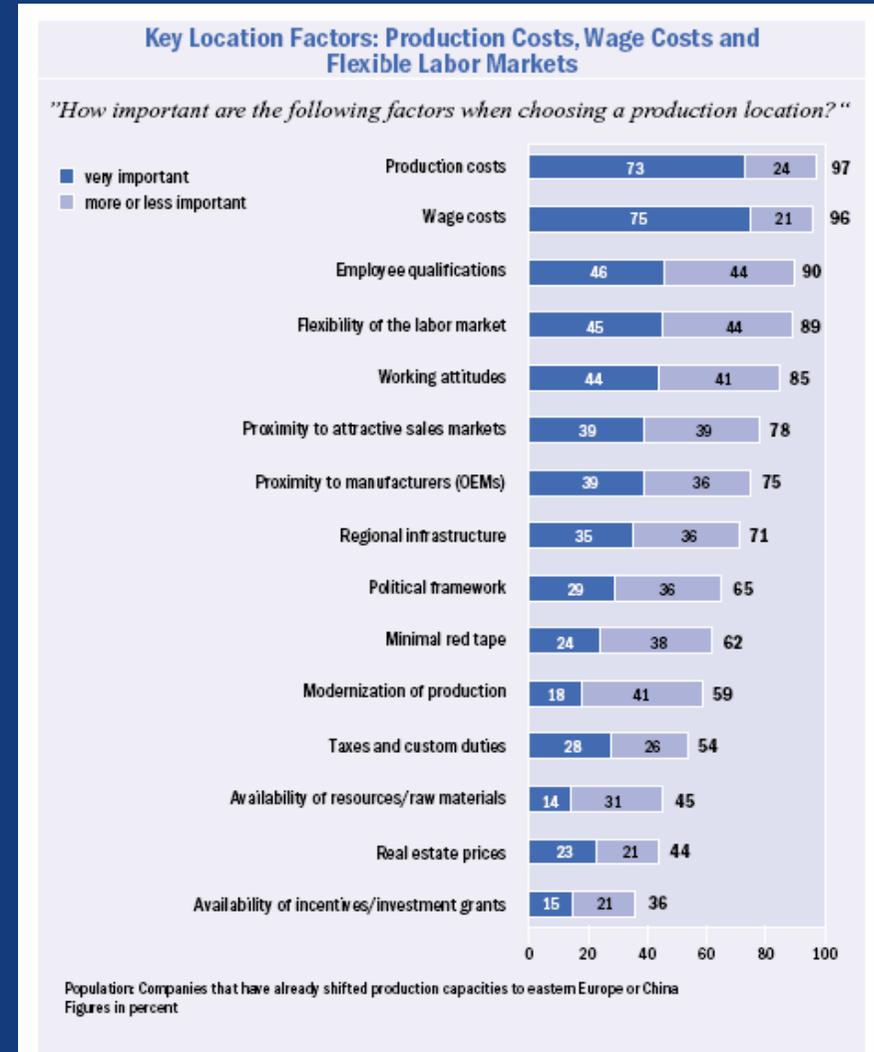
- ・ 対象:
 - ドイツ自動車部メーカー200社
- ・ 時期:
 - 2004年6月・7月

レポート要旨

- 中・東欧と中国は重要な進出先
- 西欧の半数のサプライヤーが中・東欧諸国、中国に進出(予定)
- コストが最重要の要素
- 部品製造及びアセンブリーが中心である
- 高付加価値部品の製造、R&Dは西欧で

移転の立地選定

地域選定の際の重要事項 =>



新興市場における課題

- 貿易障壁
- 労務費：総コスト
- 労働力の確保
- 生産技術
- 知的財産の保護
- 政治リスク



新市場の評価 (1/2)

- 企業戦略と進出意思決定の整合性
- 機会
 - 自動車保有率の上昇
 - さまざまな優遇政策
 - 新地域への既存製品の投入
 - 市場、消費者、完成車メーカーへのアクセス

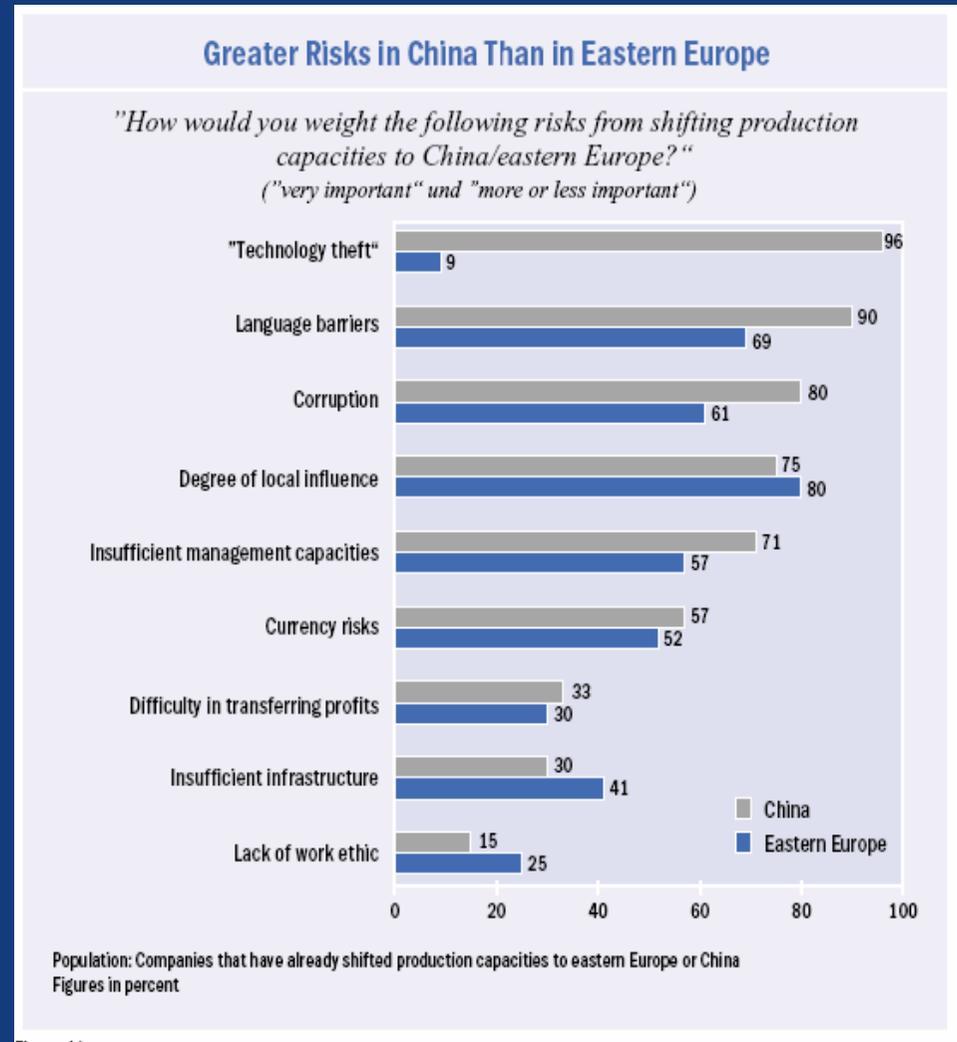
新市場の評価 (2/2)

- ・ リスク

- ビジネス環境の不確実性
- インフラ
- 現地パートナーとの関係
- 中期及び長期展望
- 先行者優位はあるか？

中国の方が高リスク？

- 調査では中国の方が中・東欧より高リスクと見られている



結論

- ・ 高成長が期待されるのは中・東欧や中国などの新興市場である。
- ・ コスト優位・投資優遇策など多くのメリット
- ・ 新興市場への進出と企業戦略との整合性

お問い合わせ先



本日のプレゼンテーションに関するお問い合わせは下記までご連絡頂きます様よろしくお願い申し上げます。

アーンストアンドヤング

グローバルフィナンシャルサービス株式会社

M&Aアドバイザー

ディレクター 河村 英明

03-3595-8566 hideaki.kawamura@jp.ey.com

シニア コンサルタント 西井 大輔

03-3595-8489 daisuke.nishii@jp.ey.com