

連絡先: ロリー・マクタビッシュ
ユ
(Lori McTavish)
(248-512-2642 (オフィス)
248-202-9908 (携帯)
lm7@chrysler.com

クライスラー、国際的成長を継続

クライスラーは 2006 年インターナショナル・セールスで史上最高の利益を計上し、その成長は現在も続いています。2007 年 6 月の北米以外の地域での販売台数は 22,901 台となり、前年同月を 21 % も上回る新記録を打ち立てました。また、この月の売り上げはインターナショナル・セールス史上最高を記録。これにより、販売台数は 25 ヶ月連続で前年同月を上回っていることになります。

2007 年第 2 四半期、北米以外の地域における売り上げは前年同期比 17 % 増の、114,000 台に達しました。北米からの輸出台数過去最高記録の 23,523 台がこの成長を後押ししました。

マイケル・マンリー (Michael Manley) インターナショナル・セールス / マーケティング、ビジネスディベロップメント部門担当 エグゼクティブ・ ヴァイス・プレジデントは「この空前の成功によって、私たちは国際市場の顧客を引き付け、満足させ続けるために、いっそう注力することの大切さを確信しています。国際的成長は当社の長期的戦略の第一歩となります。今年は世界中の市場でクライスラー、ジープ、ダッジブランドのさらなる成長が見られることになるでしょう」と述べています。

2007 年、クライスラーは 8 車種の新型車を北米以外の市場で新たに発売します。これにより、主要な市場では 2003 年には 9 車種だった取扱い車種が 20 車種以上に倍増することとなり、新たな顧客にクライスラー、ジープ、ダッジブランドを浸透させ、新しいセグメントに参入することが可能になります。

グローバルビジネスは変革の要

クライスラーでは長期的ビジネスモデルを変革しながら 2008 年までの黒字回復を目指す「リカバリー&トランスフォーメーションプラン」を積極的に実施しています。

このプランでは、世界市場への参入を進めることと、小型で燃料効率のよいモデルへシフトすることが重要となります。グローバル戦略は、市場の変化に迅速且つ独創的に対応するというクライスラーの伝統的な強みに基づいています。戦略的なアライアンスを築くことも不可欠です。

現在実施中の主な施策は以下の通りです。

- 中国 奇瑞 (チェリー) 汽車有限公司 (Cherry Automobile Co.) との契約による、北米、欧州ならびにそれ以外のグローバルマーケット向けのコンパクトカー、サブコンパクトカーの生産。
- 台湾 中華汽車工業股份有限公司 (China Motor Corp, CMC) で生産した小型カーゴバンのメキシコでの販売契約。この小型カーゴバンは、CMC の台湾 楊梅 (Yangmei) 組立工場で生産され、メキシコでは ダッジブランド車として販売される。
- 中国 福州 (Fuzhou) での CMC および東南汽車集団 (Fujian Motor Group) における中国市場向けミニバンのライセンス生産計画。CMC は、現在台湾で台湾市場向けにクライスラー・タウン & カントリー ミニバンをライセンス生産している。
- 今年後半に北京の北京ベンツ・ダイムラー・クライスラー汽車有限公司 (Beijing-Benz DaimlerChrysler Automotive Co., BBDC) で販売予定の、中国市場向けクライスラー・セブリングセダンの生産。中国向けのクライスラー・300C の組立も行っている BBDC は、北京汽車工業控股有限公司 (Beijing Automotive Industry Holding Co. Ltd.) およびダイムラー・クライスラーの合弁会社。
- ロシアの自動車メーカーGAZ とのライセンス契約により、ロシア市場での販売用に GAZ ブランドとして 旧型クライスラー・セブリングおよびダッジ・ストラトス セダンを組立。GAZ が組立てる車輛のエンジンは、メキシコのサルティロ (Saltillo) にあるクライスラー工場が供給。

現在クライスラーは世界中の 125 ケ国以上の国や地域で車を販売、アフターサービスを提供しており、北米以外の市場での売り上げは、会社全体の売り上げの約 8 % を占めています。販売車種は 3 つのブランドすべてにまたがります。トラックおよび SUV モデルの販売地域は限られています。

クライスラーは今後も北米市場以外の市場での拡販と事業拡大を継続、主要海外市場における販売網を現在の 1,400 拠点から拡大する計画です。