



フォルクスワーゲン、2008年決算は販売台数、売上高、利益が史上最高
初めて二桁の投資利益率も達成

ヴァンターコルン会長：「引き続き2018年までの目標達成に向けて前進」
環境適合性の高いモデルおよび駆動システムの開発が最優先事項

ウォルフスブルグ 2009年3月12日

フォルクスワーゲン グループは市場環境が厳しくなる中、2008年度(1~12月)の決算において、販売台数、売上高、利益目標を達成し、いずれも過去最高を記録しました。販売台数は前年比+1.3%、630万台に上り、売上高は+4.5%、1138億ユーロに増加。営業利益は前年比+3.0%、63億ユーロ。税引き後の利益は+13.7%、47億ユーロになりました。

「フォルクスワーゲンにとって、2008年はとてもやりがいのあった良い年でした。会社一丸となり全力を尽くした結果、野心的な目標を達成することができました。フォルクスワーゲン グループとして約束していたことを守りました」と、フォルクスワーゲンAG会長Dr.ヴァンターコルンはウォルフスブルグ本社で開催された決算会見で述べました。「今回の結果は優れたチームワークによるものでもあります。フォルクスワーゲン グループは、グラウンドの条件が悪くても良いプレーができるということを証明しました。このことは、今年も引き続き我々の目標です。そして我々が目を向けるのは、今回の経済危機が過ぎ去った後です。なぜなら、自動車市場は必ず活気を取り戻すでしょう。そのためにも、フォルクスワーゲンは準備を徹底的に進めているのです」と、ヴァンターコルンは続けて述べています。

フォルクスワーゲンの自動車部門は、2008年に初めて10.9%という二桁の投資利益率(ROI)を達成。前年の9.5%に続いて9%の最低目標を超えました。「革新的な技術を搭載した新型車の開発、そして、堅実な資金状況により、現在の危機的な経営環境において業界他社と比較しても非常に有利な立場にあります」と、財務担当取締役ハンス ディーター ペッチは述べました。

「フォルクスワーゲン グループにとって史上初となる二桁の投資利益率を達成したことは、戦略上必要な投資を継続しつつ、収益状況を徹底的に改善したことを証明しています」と、説明しています。

市場環境が悪化したにもかかわらず、2008年の営業利益は前年の62億ユーロから63億ユーロに増加しました。これに大きく貢献したのは10億ユーロほどの改善ができた生産コストでした。「徹底的なコスト改善または様々なプロセスの最適化により、フォルクスワーゲン グループの収益状況、すなわち競争力を持続的に確保することができました」と、ペッチは強調しています。

「もし、それぞれの自動車市場に劇的な下落が起らなかったとすれば、今回の実績はこれまでとはまったく違った次元の華やかさを見せたでしょう」と、ヴァンターコルン会長は付け加えました。

税引き後の利益は前年比+13.7%、47億ユーロとなりました。また、ドイツの企業税制改革の恩恵により、当期の所得税支払い金額が減少しています。取締役会および監査役会は株主総会に普通株式と優先株式1株当たり、それぞれ1.93(1.80)ユーロと1.99(1.86)ユーロの配当金支払いを提案します。

2008年、フォルクスワーゲン グループは約68億ユーロをモデルラインアップの拡張またはロシア及びインドでの新しい生産拠点に投資しました。これらの投資は主に低燃費のブルーモーション シリーズのさらなる進化と今後のための環境に優しいクルマ向けの低燃費技術の開発に当てられました。

市場

昨年、グループ全体で合計52の新型および後継モデル、ないしはフェイスリフトモデルを市場に導入しました。ヴァンター・コルン会長は「今日のフォルクスワーゲン グループは世界中で最も魅力的で成功しているモデルラインアップを擁している」と述べています。世界の自動車市場が6%も下落する中で、欧州最大手の自動車メーカー フォルクスワーゲンは販売台数を伸ばし、主要市場でのマーケットシェアの拡大に成功しました。

成長が最も著しい地域は南アメリカ、アジア太平洋地域や、初めて100万台以上(+12.5%)を販売した中国でした。本国ドイツではフォルクスワーゲン グループは+0.5%で市場の水準(-1.8%)を上回り、106万台を販売しました。これに合わせてマーケットシェアを0.9ポイント、33.6%まで拡大しています。フォルクスワーゲンにとり規模的にも第3位の市場であるブラジルの販売台数(633,300台、+8.9%)も今回のグループの実績に大きく貢献しています。またフォルクスワーゲン オブ アメリカは-18.0%となる全体市場で314,500台、-4.5%にとどめました。テネシー州の新工場建設やフォルクスワーゲン オブ アメリカ本社のバージニア州への移転という決断により、フォルクスワーゲンのビジネスが今後もアメリカ市場で成功するためのレールが敷かれました。

ブランドとビジネス分野

フォルクスワーゲン乗用車部門における新型車のハイライトは、「パサート CC」や「シロッコ」に加え、コアモデルの新型「ゴルフ」でした。同ブランドの営業利益は40%ほど改善され、27億(前期19億)ユーロに上昇しました。為替相場による負担は、その金額以上に抑制された固定費や改善した生産コストにより解消されました。

プレミアムブランドであるアウディは、史上初の100万台以上の販売台数を達成しました。これに最も貢献したのは「アウディ A4」でした。営業利益は28億(前期27億)ユーロに達しています。

シュコダのハイライトモデルは新型「スパーブ」でした。このチェコ子会社の営業利益は5億6,500万(前期7億1,200万)ユーロでした。チェコの通貨クローネとの不利な為替相場により、前年の実績を1億4,700万ユーロ下回りました。

スペインのセアトは新型「イビザ」が注目の商品でした。同ブランドの主な市場であるスペインは厳しい経済環境が響き、利益改善プログラムを進めながらも7,800万ユーロの損失(前期:8,000万ユーロの利益)となっています。

ベントレーは高級車市場が後退する中で、1,000万(前期1億5,500万)ユーロの利益を生み出しました。

フォルクスワーゲン商用車は販売増加、改善したコスト構造および生産性の向上により、利益が前年比+23%となる3億7,500万(前期3億500万)ユーロに増加しました。

フォルクスワーゲン ファイナンス サービスは厳しい市場環境にもかかわらず、8億9,300万(前期9億5,700万)ユーロで今回の利益にも大きく貢献しました。ここで特筆すべきことは、保有契約件数を前年比+8%程度、710万件まで増やしたことです。

スカニアは2008年7月22日、初めてグループに連結されて以来、4億1,700万ユーロの営業利益を達成しました。ヴァンター・コルン会長は、「より密接な協力の可能性はすでに折込み済みであり、現在、その実施に取り組んでいます」と、この新しい傘下ブランドの円滑なグループへの取り込みについて述べています。また、ブラジルにおける大型商用車ビジネスをMAN AGに売却したことで、大型トラックやバス事業を2本の頑丈な柱として上手くまとめることができました。

今後の見通し

フォルクスワーゲン グループは、2018 年に関して定めた目標達成に向けて邁進していきます。「フォルクスワーゲンは自動車産業の頂点を目指して、最も優秀な従業員の力を借りながら高い利益率を保ち、拡大していきたい」とヴィンターコルン会長は述べています。「革新的で環境に優しい商品は企業の未来を確保する鍵。革新を推し進めるエンジンを高回転で回さないと、市場が活気を取り戻した時に備えることができません」

フォルクスワーゲン グループは、2010 年までに 20 以上の全く新しいモデルを市場投入する予定です。マルチブランド グループの秘密とは、ブランドの垣根を越えたモジュール戦略なのです。共有するモジュールセットは、コストを抑えながらモデルやブランドの多様性を可能にしています。縦置きモジュールセットはすでに多くのモデルに使われていますが、横置きモジュールセット(MQB)はここ数年内に 40 以上のモデルにわたり搭載されるでしょう。

取締役会は 2009 年の経営環境について、相変わらず様々なりリスクがあり不安定であると推測しています。市場の激変は信頼できる予測を不可能にします。引き続き 2009 年は難しい年になると思いますが、ヴィンターコルン会長は、欧州最大手のフォルクスワーゲンはこの危機を乗り越え、以前よりも強い企業になっていると受け止めています。「マルチブランド グループのメリットがいまこそ発揮され、市場が再び元気を取り戻した時には、フォルクスワーゲンがポールポジションにあると期待しています。フォルクスワーゲンは引き続き、満タン状態で追い越し車線を走っていきます」と述べました。

フォルクスワーゲンの最も重要なアドバンテージは、今後も市場に提供しているモデルラインアップでしょう。2009 年にはグループ全体で約 60 種類の新型車、フェイスリフトや後継モデルを市場に導入する予定です。

ヴィンターコルン会長は、「我々の目標は相変わらずフォルクスワーゲン グループが市場全体よりよい結果を残し、全世界でマーケットシェアを増加させることです」と説明しています。

あらゆる人材や資金を今後も一層革新的で環境に優しいモデルをラインアップに付け加えることに振り向けます。フォルクスワーゲン グループは現時点でも CO2 排出を 140 g/km に抑えたクルマを 132 モデルも提供しています。

2009 年のグループ販売台数は、後退する市場全体の販売状況のため前年の水準を下回るでしょう。また上昇するリファイナンス費用やカントリーミックスの悪化は今年の結果を前年より圧迫させるでしょう。このような背景から、過去数年の記録的な実績の達成は不可能となります。

フォルクスワーゲンは今後の動きを特に慎重に捉え、出費や投資あるいは継続的なプロセスの最適化で対応していきます。

決算会見の詳細情報はフォルクスワーゲン本社のプレスサイト www.volkswagen-media-services.com から閲覧していただけます。

ID: jpk2009

PW: presse