

Press Release プレスリリース

(本プレスリリースは英文資料をベースとした抄訳です)

2018年2月8日

グローバル・サプライヤースタディ 2018
売上高は過去最高、不確実性はかつてないレベルに増大

2018年2月、ミュンヘン・フランクフルト・東京ー

欧州系コンサルティング会社であるローランド・ベルガーは、世界の自動車部品市場に関する分析結果をまとめた「**グローバル・サプライヤースタディ 2018**」を LAZARD* と共同で発表いたしました。

- 2017年の世界の自動車部品市場は、グローバルで売上高が3%増加し、過去最高レベルで推移、利益率は昨年と同水準だった(平均 EBIT**マージン約7%)。しかし、市場の成長速度には鈍化の兆しがみえる
- 自動車産業における4つのメガトレンド(モビリティ、自動運転、デジタル化、電動化)は勢いを増し、引き続き自動車業界に変革をもたらし、全ての領域のサプライヤーに影響を及ぼす
- サプライヤーは5つの課題に直面する
 - ①成長鈍化により利益率を圧迫
 - ②コア技術の変化の加速
 - ③ソフトウェアの出現
 - ④ハードウェアのコモディティ化
 - ⑤コモディティ化したサプライヤーは中長期的に企業価値が下落
- サプライヤーは、メガトレンドを引き起こす収益源の変化を確実に捉えるべきであり、既存のビジネスモデルを変革する必要がある

* LAZARD 世界展開を行う投資銀行。

同社ドイツ法人との共同調査であり、自動車部品サプライヤー650社以上の業績を分析し、業界の現状、トレンド、課題を評価。

**平均 EBIT マージン 金利税引き前利益率

世界市場の成長は続くものの、減速

世界の自動車部品産市場は、2017年には売上高が2016年に比べ約3%増加した。利益率は約7.3% (平均 EBIT マージン)を維持すると見込まれている。

自動車生産台数は過去最高水準に達したが、伸び率は一部の地域で鈍化しており、北米のライトビークル(乗用車と車両総重量6トン未満の商用車を含む)市場は2017年に3%縮小し1,740万台になる見通しだ。2018年は、サプライヤーの売上高は伸び続けるものの成長ペースは鈍る。利益率は安定した水準を維持する見通しである。LAZARDのディレクターであるクリストフ・ゾンダーマンは「全体的にかなり明るい景況感、取引高が長期的な平均値を今も上回っているサプライヤーの企業評価額に反映さ

れている。ただし、自動車産業における4つのメガトレンドは部品業界のあらゆる分野で混乱を引き起こしている」と指摘する。

4つのメガトレンド

1. 新しいモビリティ(移動手段)のビジネスモデル — ライドヘイリング(タクシー配車サービス)、カーシェアリングなど — が自動車の所有、個人的な移動手段、物流に大変革をもたらそうとしている
2. 完全自動運転が可能となる自動運転システム技術「レベル4」の開発スケジュールは、実現に必要な経済的側面、法規、技術の整備が順調に進み、前倒しされている
3. デジタル化では、人工知能がほぼ無限の可能性をもたらしており、相互接続性を可能にする技術は主流のアプリケーションとなるレベルに到達しつつある
4. 電動化への動きは規制当局やOEMの間で強まっており、技術の進歩も加速している

これらの動きをみると、自動車業界が「終焉」を迎えることは避けられないように思われる。ただし、この移行期がきわめて不確実な状況にあることに変わりはない。自動車部品サプライヤーは、新たに生じた以下の5つの変化に備える必要がある。

①成長の鈍化、②コア技術の変化の加速、③重要な差別化要因として台頭するソフトウェア、④ハードウェアのコモディティ化 ⑤コモディティ化したサプライヤーに対する(投資家からの株主価値向上への)圧力だ。

当社のパートナーであるフェリックス・モッケは「テクノロジーの転換においてサプライヤーに求められるのは、従来の技術と新技術に並行的に投資することだ。新技術への投資から利益を得られるかは不確実なためである。コモディティ化された分野の利益率と評価レベルは今後、厳しい状況になるだろう。だが同時に、電動化とデジタル化が新たな収益源を開拓する選択肢を提供してくれる」と述べる。

現状に対する深い知識が必要

こうした状況を念頭に置いて、ローランド・ベルガーとLAZARDは、サプライヤーが将来の成長機会を捉ようとビジネスモデルを転換する際に検討すべき要素を挙げている。

その中に戦略とポートフォリオがある。

自動車のメガトレンドはどのような影響をもたらすのか、どの製品が持続的に成長するのか、どの新規分野が現在のビジネスにうまく適合するのか、減産は必要なのか、あるいは一部のセグメントでは「ラストマン・スタンディング(最後まで生き残る)」戦略をとるのが賢明なのか、モッケは「この破壊的な混乱をもたらすトレンドに対する深い知識がサプライヤーには不可欠だ。コストへのマイナス要因を量的な成長により相殺するというサプライヤーの現在のビジネスモデルはもう通用しなくなる」と指摘する。

開放性、スピード、柔軟性、イノベーションが不可欠

サプライヤーの課題に対し、密接に関係してくるのが事業部門の売却と新たな成長分野への多角化だ。2017年の自動車部品業界で起こったM&Aの動きにすでに反映されている。イノベーション・パートナー

シップはますます重要になってきており、すでに多くのパートナーシップが形成されているので、ことは緊急を要する。LAZARD のディレクターであるミハエル・シュミットは「サプライヤーへの圧力は OEM から起こっている。OEM のビジネスモデルもメガトレンドによって崩壊しているからだ。サプライヤー、OEM 共にカーシェアリング、自動運転、デジタル化、電動化という新たな成長分野における提携相手や M&A の対象として同じ企業に注目している。加えて、バリューチェーンの配分や垂直統合の深度が今後どうなるかはまだ不確実である。

ローランド・ベルガーについて

ローランド・ベルガーは、1967 年にドイツ・ミュンヘンで創設、現在世界で 36 カ国 50 オフィスに約 2,400 名のプロフェッショナルスタッフを擁する欧州系最大の経営コンサルティング会社。

日本では 1991 年の設立以来、実効性を備えた戦略策定により目に見える結果を出すコンサルティングサービスを提供しています。

***** 本件に関するお問い合わせ先 *****

株式会社ローランド・ベルガー

広報担当: 西野聡子 電話: 03 3587 6658 E-mail: satoko.nishino@rolandberger.com

山下裕子 電話: 03 3587 6662 E-mail: yuko.yamashita@rolandberger.com

東京オフィス URL: <http://www.rolandberger.tokyo>

所在地: 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 23 階