

2018 年 7 月 10 日

BMW グループと長城汽車(Great Wall Motor)は、MINI の電気自動車事業を中国で展開すべく、合併企業の立ち上げに調印

- 調印は中国の李克強首相とドイツのアンゲラ・メルケル首相が参加した、自動運転およびコネクテッドビークルに関するベルリンのイベントで実現
- 合併企業に関する長城汽車との出資比率は 50:50
- MINI ブランドが成長を続け電気自動車事業を発展させていくための更なる一歩
- 中国に新たな販売組織を設ける計画は未定
- クルーガー、「中国とドイツの間のかつてない連携」とコメント

ミュンヘン発：

本日、BMW グループおよび中国メーカーの長城汽車は、出資比率 50:50 の新たな合併企業を中国で立ち上げ、MINI の電気自動車を生産するという契約に調印した。調印は、中国の李克強首相とドイツのアンゲラ・メルケル首相が参加した、自動運転およびコネクテッドビークルに関するベルリンのイベントにおいて行われたものであり、両企業は、中国で電気自動車を開発・製造するため、新たな合併企業「スポットライトオートモーティブ(Spotlight Automotive Limited)」を設立することで合意した。この合併企業では、MINI の電気自動車だけでなく、長城汽車の電気自動車も生産する。新会社の設立には、中国の関連当局から承認を得ることと、事業登録手続きを完了させることが必要になる。合併会社の所在地となるのは江蘇省であり、両パートナーは協同でここに最先端の生産設備を設ける。

中国はエレクトロモビリティにおいて世界最大の市場であるため、その中国でバッテリー駆動の車両を生産するということは、BMW グループの企業戦略である NUMBER ONE> NEXT (ナンバー・ワン>ネクスト)に沿って MINI が戦略的な開発を継続させていくという点で重要な意味を持つ。本日の展開は、2018 年 2 月 23 日に長城汽車と「合意書」に調印したことにつながるものである。MINI ブランドが電気自動車のビジネスを今後展開していくうえでの新しい重要な出来事であるが、来年にはこれに加え、オックスフォードのメイン工場で電気自動車の生産がスタートする。

「本日の調印は、中国とドイツがかつてない水準の協力体制を築くということを意味するものです」と、BMW AG 取締役会会長のハラルド・クルーガーは調印セレモニーで話している。彼はさらに、「この戦略的なパートナーシップが BMW グループと長城汽車にウィンウィンの関係をもたらすことは明白であり、私たちは、新エネルギーの車両を増やし、モビリティ部門のエミッションを削減するという、中国の意欲的な計画を実現できるようになります」といった具体的な話を加えた。

合併会社の設立に関する合意には、長城汽車の創設者であるとともに会長を務める魏建軍(Wei Jianjun)、そして BMW AG の取締役会メンバーとして開発部門を担当しているクラウ

ス・フレイリッヒの両氏が調印。「双方の企業が持っている強みと経験が互いをしっかりと補完します」と話すのはフレイリッヒ。彼はさらに、「電気自動車のパイオニアとして他をリードしてきた私たちの経験と、事業の効率化に関する長城汽車の確かな実績とを融合させれば、世界最大のeモビリティ市場が成長していく過程を両社で牽引していくことができます」と加えている。また、魏建軍は、「両社が力を合わせることで、私たちは競争の激しいコンパクト電気自動車の分野において、生産規模の拡大と効率性の向上を短時間のうちに実現させることが可能になります」。

本日の調印は、中国とドイツの協力関係が新たなステージに入ったことを示すものです」とコメントしたうえで、「長城汽車とBMWグループは、新エネルギー車両を促進するという責任を分かち合っています。両社の強みを組み合わせれば、新たに設ける合併企業は電気自動車の普及を加速させることができるでしょう」と続けている。

BMWグループは、中国で確立させた既存の販売組織および販売網を活かし、今後も素晴らしい協力体制を維持していく考えであり、この合併会社を設立するにあたって、MINIの電気自動車を販売するための新たな組織を同国に設けることは予定していない。合併企業の活動は、中国市場向け電気自動車に関しての、開発、調達、生産、に特化される。

BMWグループは、中国においてパートナー企業のブリリアンス(Brilliance)社と合併企業、BMWブリリアンスオートモーティブ(BMW Brilliance Automotive: BBA)を設立しているが、昨日発表した通り、BMWグループは、すでに多大な成功を収めているこのBBAについても事業規模をさらに拡大する予定である。近年、BBAは、BMWブランドが中国で成果を挙げるための基盤となっている。2017年、BMWブランドの車両は、中国において約56万台が納車された。これは、中国に次ぐ巨大市場の米国およびドイツにおける納車台数を合算した結果よりも多い。昨年中国で販売された全BMW車のうち、3分の2はBBAが生産したものである。2017年、中国はMINIにとって4番目に大きな市場となり、約3万5千台が納車された。これは世界に対する同社のブランド力が一段と高まったことを意味するものであるが、長城汽車との合併企業を通じ、そのブランド力は今後さらに揺るぎないものになることが期待される。

BMWグループがグローバル生産ネットワークを拡大していく際の絶妙な戦略は、明確なルールに基づいている。そのルールとは、「生産は市場に従う」というもの。つまり、BMWグループが世界最大の市場で生産を増大させても、それは他の工場における生産量を減少させることにはつながらない。むしろその逆である。例えば、2007年から2017年までの間は、中国と米国におけるBMWの生産が著しく増大しているものの、ドイツにおける同時期の生産も約4分の1増え、年間生産台数が約115万台に達している。したがって、同様の拡大戦略を適用すれば、MINIブランドの成長を大幅に加速させることができるであろう。BMWグループは英国で多額の投資を行い、同国での活動に力を入れているが、そこには確かな理由が存在している。