

European Car Market Watch 2011

■ Jiro Katsuta Consulting, Elsterweg 46, 47804 Krefeld, Germany, Tel.: ++49 2151 83 90 630; Fax: ++49 2151 83 90 640; e-mail: aes@jkatsuta.com
■ Published in association with Tandem Inc., Kyodo Building 4F., 7-15-5, Ginza, Chuo-ku, 104-0061 Tokyo, Japan
■ Editorial offices: Redaktionsdienste associated editors services (aes); email: aes@associated-editors.com
■ For subscription only, worldwide: Jiro Katsuta Consulting. ■ ©1980-2011 Jiro Katsuta Consulting
■ Online headline news: www.jkatsuta.com/newsletter

No. ex1116 (February 10, 2011)



掲載誌表紙
auto motor und sport
No.21/2010

評価方法

2010年、過去12か月間に新発売された88の乗用車から、8種類のセグメント別に、ドイツの自動車専門誌 auto motor und sport の読者 21,066人が「最優秀デザイン」のクルマを選んだ。読者は、写真、モデル名、エンジン出力、小売価格が与えられ、8部門別に、好きなクルマと嫌いなクルマを、それぞれ2台まで指名できる。総合評価は、好きなクルマ(◎表示)ノ得票率から、嫌いなクルマ(⊖表示)の差で表示される。この賞は、一般的には《最優秀デザイン》あるいは《最も美しいクルマ》(Die Besten Autos)と呼ばれている。主催者 auto motor und sport 誌は《autonis》(アウトニス)と呼ぶ。2009年、選考方法が一新された。(出典: autonis 2009)

■デザイン

ams¹誌読者 21,000人が選んだ「優れた自動車デザイン」

8分野別: 独、伊、英が上位をほぼ独占

《最優秀デザイン賞 2010》に秘められたメッセージ

- 明らかになってきた、ドイツ人²の「好き嫌い」選択基準
- スマートなデザイン 20 ブランド: 日本車は Lexus と Mazda
- 環境技術装備でも「いかさない」デザインは買わない (65%)
- スポーティーな車では、環境保護よりデザインを優先 (40%)
- グローバル化するもの造り — もはや技術だけでは戦えない

ドイツを攻めあぐる日本車デザイン

原典タイトル「見事な車」³= Schön gemacht (独) / Well done(英)

《抄訳》ドイツの自動車専門誌 auto motor und sport の読者 21,066人が投票した《2010年最優秀デザイン》の結果では、どのセグメントでも、日本車と韓国車に対する「強い拒否反応が見られる」(副編集長ビルギット・プリーマー⁴)。小型車部門で、Nissan Cube は読者 2人に1人からマイナス評価(negative: ⊖表示)を貰った。コンパクトカー部門では、Kia Cee'd、Toyota Auris、Nissan Quashqai に対するネガティブ評価は 30%から 40%台と厳しい。中級車で Suzuki Kizashi は、100人中 45人から嫌われた。評価の対象は、過去12か月間に市場に初めて投入されたすべての乗用車が対象だ。2010年、auto motor und sport の読者は、長年にわたり定評のあるドイツブランド Audi を再選する結果となった。評価対象8セグメントのなかで、Audi A5 Sportback が 79%(プラス評価 82.9%/ マイナス評価 3.9%)で「ダントツの1位」。2位は、A1 の 67.8%(◎72%/⊖4.2%)。コンパクト車では、イタリアの美 Alfa Romeo Giulietta に敵うクルマはない。62%のポジティブ票を獲得。だが、12%から嫌われ、総合評価 50.3%になった。Ford 傘下で、ほぼ瓜二つのように造られた Ford Focus と Volvo C30 は、接戦の末、ドイツ Ford がスウェーデン製を制した。

ドイツの新車販売統計では、上級車部門は普通ドイツのプレミアムメーカーが優位を占めている。だが、《最も美しいクルマ》2010年は、英国勢 Aston Martin Rapide に首位を譲る結果になった。大差を付けられたが、Mercedes E-class T-model (ステーションワゴン)が2位になった。だが、Mercedes は8部門中、2部門で首位を獲得。「2010年最大の驚きは、読者が Porsche Cayenne をトップに選んだこと」(ams 誌)である。総合評価 37%で、BMW X5、VW Touareg、Mercedes R-class だけでなく MINI Countryman を抜いた。Cayenne の前モデルは、2009年のコンテストで、攻撃的なルックと燃料効率の悪さから、読者の反感を買ったばかりだ。「ミヒャエル・マウアー(Michael Mauer)率いるデザイン・チームは、多くの改良を断行、快勝した」(同誌)。なお、訳者の感想だが、《2009年最優秀デザイン》の評価(別掲)と併読すると、単なる読者の人気投票

1 ドイツの自動車専門誌 auto motor und sport の略称。普通「アーエムエス」または「アムス」と呼ばれる。

2 ドイツの居住者。知的水準が比較的高い白人と考えられる。なかには、独語圏(オーストリアなど)の読者もいる。

3 原典は、ドイツ車のデザインに焦点が当てられている。訳者は、隠された示唆を読み取るため、見出しを変えた。

4 Ms. Birgit Priemer, auto motor und sport 誌副編集長。ドイツ自動車担当編集者のなかで、数少ない辣腕女性編集者。

として片付けられない、ドイツ人の趣向が浮き彫りになってくる。接戦部門は2010年、バンであった。ポジティブな評価でほぼ互角であったが、5%ポイント差で Ford S-Max が VW Multivan を降した。デザインの評価がそれほど割れなかったことが幸いした。VW はバンセグメントで、2、3、4 位を独占した。Van 部門で最大の敗者は、Fiat Doblo である。マイナス 64.4%で、最下位になった。Mazda 5、Peugeot 5008、Skoda Roomster どころではない手厳しいマイナス評価を受けた。だが、「見落としてはならないことは、Van セグメントにおける Cayenne の意外とも言える優勝だ。クルマの美しさは円熟する可能性を秘めている」(auto motor und sport)。👉



Audi A5 Sportback (2010 年新発売中級車 6 台中、優勝)



Nissan Cube (2010 年発売小型車 13 台中 最下位)



Alfa Romeo Giulietta (2010 年発売コンパクト第 1 位)



Audi A1 (2010 年新発売小型車 13 モデル中、優勝)



Kia Cee'd (2010 年発売コンパクト 7 台中 5 位)



Fiat Doblo (2010 年発売 Van 12 台中 11 位)

(訳者注) 原典に掲載のない映像も入っている。記事をよりよく理解するうえで必要だと考えた訳者の判断による。

■ 《読者評価》 2010 年発売新車: *ams* 誌読者のデザイン評価

小型 (small cars)						コンパクト (compact cars)					
小型車のすい星 Audi A1						コンパクトカーはイタリア美人の世界					
2010						2010					
	Brand	Model	評価	☺	☹		Brand	Model	評価	☺	☹
1	Audi	A1	67.8	72.0	4.2	1	Alfa Romeo	Giulietta	50.3	62.1	11.8
2	Citroen	DS3	28.7	32.0	3.3	2	Ford	Focus	24.2	30.0	5.8
3	Opel	Corsa	16.5	18.5	2.0	3	Volvo	C30	23.3	33.3	10.0
4	Fiat	Punto Evo	8.2	9.5	1.3	4	VW	Gold Variant	16.8	30.9	14.1
5	Citroen	C3	5.5	7.2	1.7	5	Kia	Cee'd	-27.3	2.9	30.2
6	Peugeot	207	4.1	7.2	3.1	6	Toyota	Auris	-32.8	4.1	36.9
7	Seat	Ibiza ST	3.6	7.8	4.2	7	Nissan	Qashqai	-32.9	8.3	41.2
8	Kia	Venga	1.8	5.0	3.2						
9	Skoda	Fabia	-0.1	8.8	8.9						
10	Nissan	Micra	-10.5	1.2	11.7						
11	Citroen	C-Zero	-35.2	2.6	37.8						
12	Peugeot	Ion	-37.1	1.2	38.3						
13	Nissan	Cube	-48.4	4.5	52.9						
中級車 (middle class cars)						上級車 (upper class cars)					
中級部門で「ダントツ」の勝者 A5 Sportback						ドイツ勢を総なめにした英 Aston Martin					
2010						2010					
	Brand	Model	評価	☺	☹		Brand	Model	評価	☺	☹
1	Audi	A5 Sportback	79.0	82.9	3.9	1	Aston Martin	Rapide	53.0	54.7	1.7
2	Volvo	S60	26.0	37.7	11.7	2	Mercedes	E-class T	27.1	31.3	4.2
3	Skoda	Superb Combi	11.8	29.1	17.3	3	Audi	A8	23.5	28.5	5.0
4	Mazda	6	-18.4	7.2	25.6	4	BMW	5-series	15.8	23.1	7.3
5	Renault	Fluence	-26.5	11.3	37.8	5	Jaguar	XJ	6.0	12.4	6.4
6	Suzuki	Kizashi	-41.7	3.2	44.9	6	VW	Phaeton	-6.6	6.8	13.4
						7	Rolls-Royce	Ghost	-8.7	5.8	14.5
						8	Bentley	Mullsanne	-10.6	7.7	18.3
						9	Saab	9-5	-13.2	4.4	17.6
						10	Daimler	Maybach	-13.9	7.5	21.4
						11	Lexus	LS	-15.1	2.2	17.3
						12	Infiniti	M	-30.0	1.1	31.1

バン (vans)						オフロード (Off-road cars)					
Ford S-Max、VW の3モデルをリード						Porsche Cayenne、意外な勝利					
2010						2010					
	Brand	Model	評価	☺	☹		Brand	Model	評価	☺	☹
1	Ford	S-Max	25.4	28.1	2.7	1	Porsche	Cayenne	36.7	40.6	3.9
2	VW	Multivan	19.9	27.0	7.1	2	BMW	X5	30.1	31.8	1.7
3	VW	Sharan	18.3	22.3	4.0	3	VW	Touareg	28.9	31.1	2.2
4	VW	Touran	16.3	22.1	5.8	4	Mercedes	R-class	12.8	20.8	8.0
5	Opel	Mariva	15.6	23.1	7.5	5	BMW	X1	3.6	14.4	10.8
6	Ford	C-Max	10.4	13.8	3.4	6	MINI	Countryman	-0.2	12.7	12.9
7	Ford	Galaxy	5.8	8.9	3.1	7	Nissan	Pathfinder	-1.7	3.4	5.1
8	Seat	Alhambra	1.6	5.5	3.9	8	Mitsubishi	ASX	-3.1	2.6	5.7
9	Mazda	5	-8.1	6.9	15.0	9	Toyota	Landcruiser	-4.0	2.7	6.7
10	Peugeot	5008	-10.7	5.2	15.9	10	Hyundai	ix35	-4.2	2.6	6.8
11	Skoda	Roomster	-17.1	6.7	23.8	11	Kia	Sportage	-4.6	2.7	7.3
12	Fiat	Doblo	-64.4	2.4	66.8	12	Hyundai	Santa Fe	-4.7	1.0	5.7
						13	Honda	CR-V	-5.3	3.0	8.3
						14	Kia	Sorento	-6.1	1.0	7.1
						15	Mitsubishi	Outlander	-15.1	3.1	18.2
						16	Dacia	Duster	-17.4	5.0	22.4
						17	Nissan	Juke	-32.5	1.7	34.2
カブリオ (cabrios)						スポーツカー (sports cars)					
Mercedes E-class、辛勝						カモメの羽型 Mercedes SLS に人気殺到					
2010						2010					
	Brand	Model	評価	☺	☹		Brand	Model	評価	☺	☹
1	Mercedes	E Cabrio	41.0	44.5	3.5	1	Mercedes	SLS AMG	63.3	67.2	3.9
2	Audi	R8 Spyder	40.5	44.1	3.6	2	Audi	R8 GT	27.6	31.9	4.3
3	Maserati	Gran Cabrio	29.8	32.2	2.4	3	Ferarri	458 Italia	22.6	26.7	4.1
4	Porsche	Spyder	14.1	16.2	2.1	4	Porsche	911 Turbo	18.2	21.6	3.4
5	BMW	3-series Cabrio	5.9	10.9	5.0	5	Audi	TT	-4.3	6.4	10.7
6	Audi	TT Roadster	5.5	10.3	4.8	6	Peugeot	RCZ	-27.1	5.0	32.1
7	Volvo	C70	-3.3	5.0	8.3	7	Lexus	LFA	-31.5	3.6	35.1
8	Lotus	Elise	-4.7	5.7	10.4	8	Honda	CR-Z	-48.3	1.5	49.8
9	Tesla	Roadster	-8.8	5.2	14.0						
10	Morgan	Supersport	-11.5	8.8	20.3						
11	Renault	Megane CC	-21.5	1.8	23.3						
12	Renault	Wind	-54.0	0.8	54.8						

Acknowledgement: By favored of *auto motor und sport*

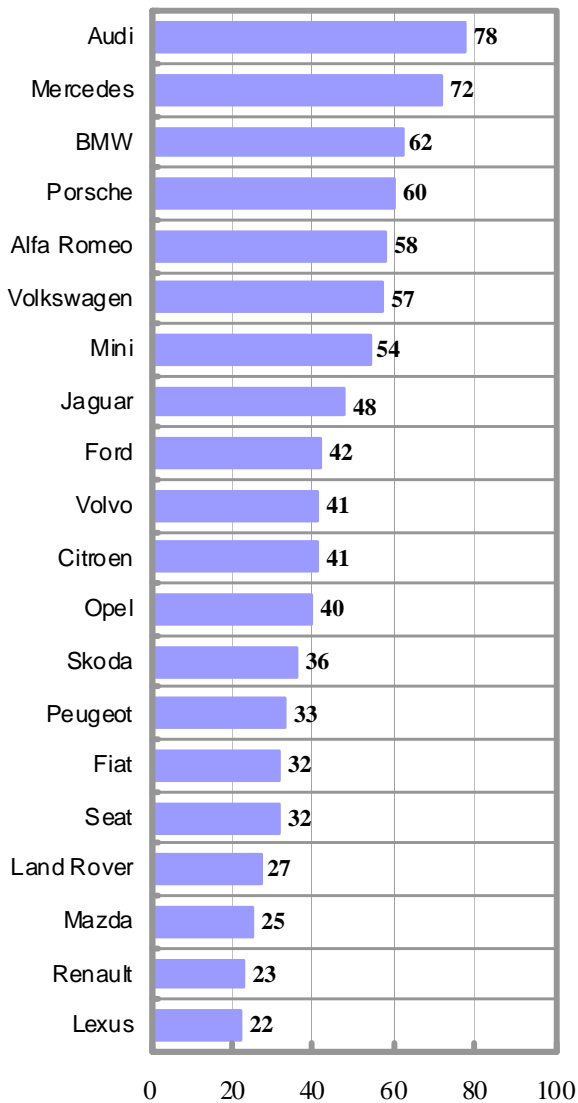
■ 《読者の回答》 Audi のデザインはスマートで、 Mercedes と BMW の水準を上回る

auto motor und sport 誌の読者は、ドイツのプレミアムメーカーのデザインを好む。Audi、BMW、Mercedes が先頭グループとして先行している。それを追う外国ブランドは Alfa Romeo で、5 位にある。同誌の読者には、優れたデザインが、非常に大切であり、環境技術が装備されている車にさえ、優れたデザインを要求する。本調査で、読者の 65% が、環境技術を搭載していても、デザインがお粗末なら買わないと回答した。

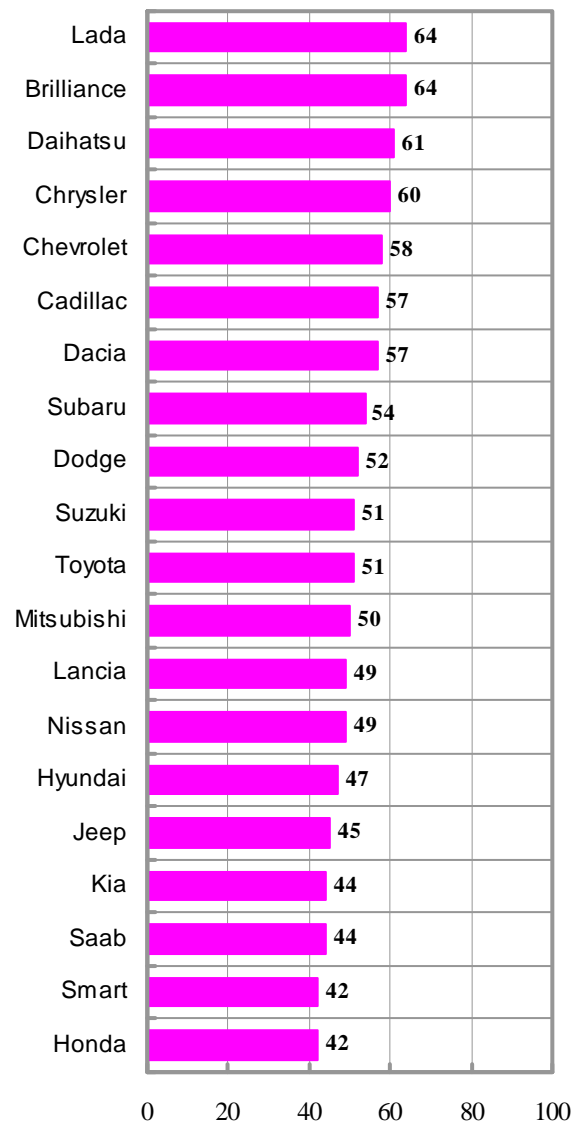
《質問》どの自動車ブランドが、現在スマートな(トレンディー、エレガント、趣味高尚、センスが良い)デザインをしていると思うか。(単位:%)

《質問》どの自動車ブランドのデザインが、現在スマートではないと思うか。(単位:%)

■ 《回答》スマート組で
最高位 Audi/最下位 Lexus

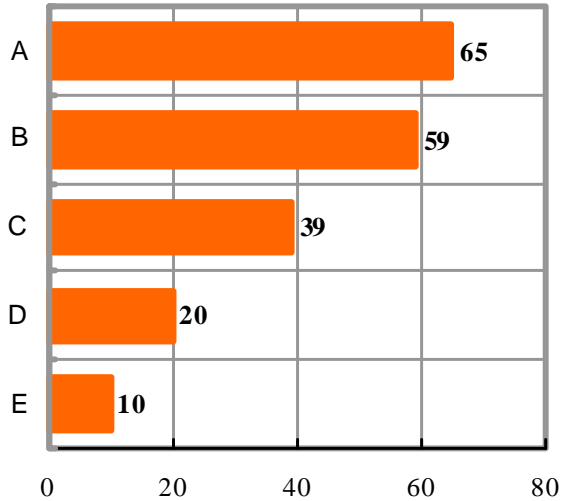


■ 《回答》日本車ブランドの
大半はリストの中間



(出典: auto motor und sport No.21/2010)

■ 《読者の意見》環境に優しい車もデザインに魅力がなくてはならない。
以下の意見のうち、どれに賛同するか。(単位: %)



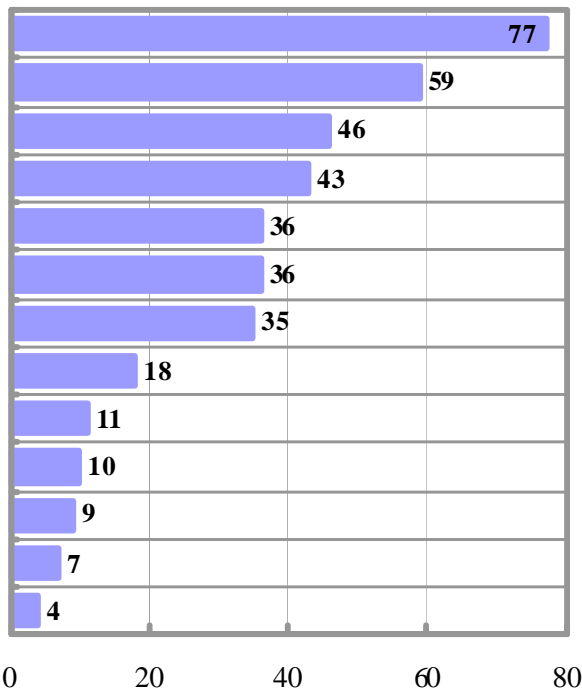
A	環境に優しい車でも、見てくれが良くないモデルはまず買わない。
B	環境に優しい車でも、デザインは、従来車と違った格好に見せるべきでない。
C	自分にとって、スポーティーな車は、デザインの方が、環境に優しい性能より大切だ。
D	技術上必要なら、環境に優しい車が風変わりな格好をしていても、自分は受け入れる。
E	今日、図体が大きく、沢山積める車にはもはや乗れない。

(出典: auto motor und sport No.21/2010)

■ LED ヘッドライトがトレンド

《最優秀デザインの車 2010》の一環として調査した結果、ams 誌読者は LED ヘッドライトがトレンドだと回答した。読者の視点からすると、デザインは時間を超越し (不老)、スポーティーである。角張ってはいならず、保守的であってもならない。

■ 《読者の見解》将来、何が、
自動車デザインの主流になると思うか (単位: %)



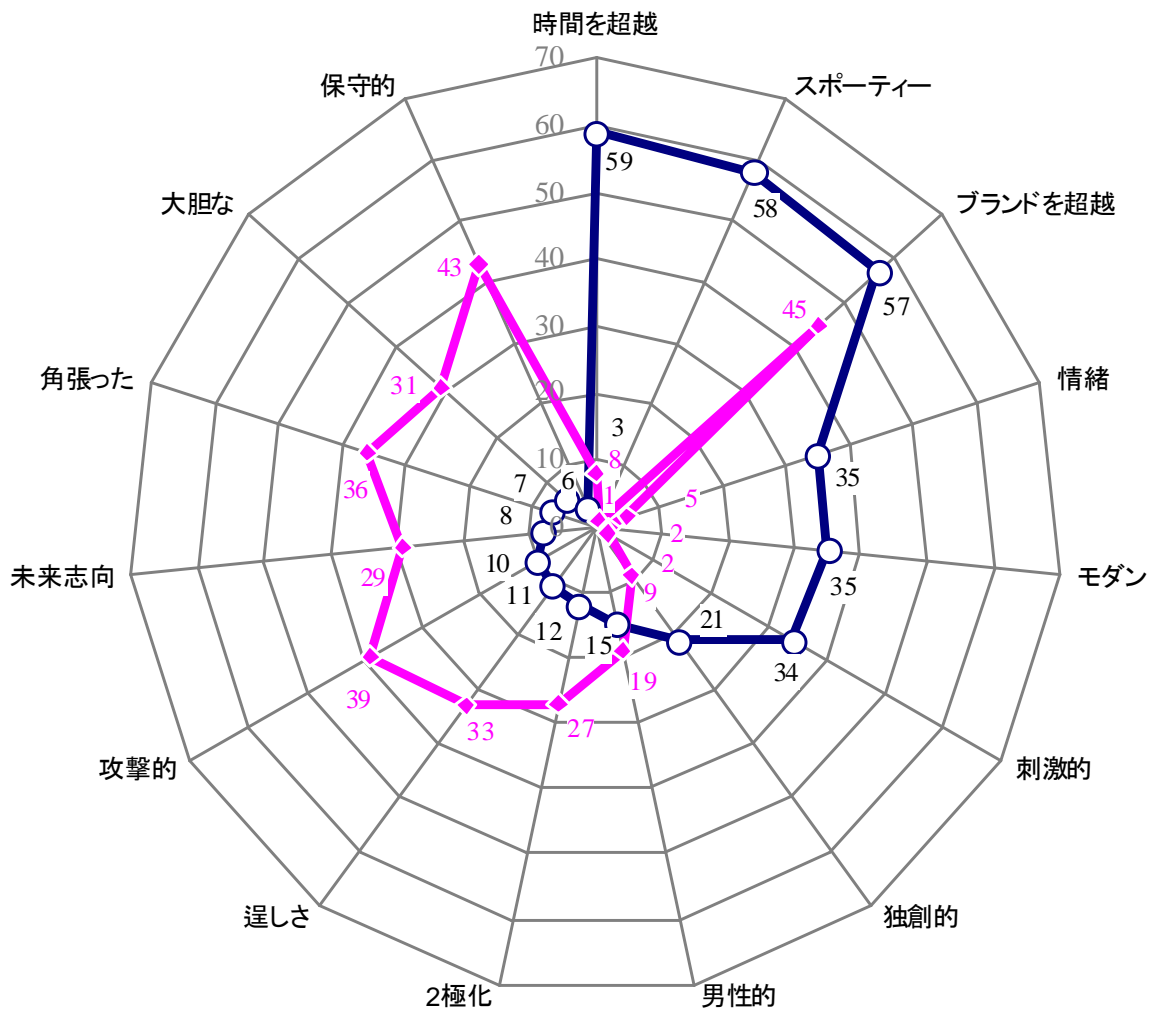
LED ヘッドライト(77%)
可変性に富んだインテリア(59%)
コックピットのタッチ方式スクリーン(46%)
夜間デザイン(特殊照明) (43%)
空気力学志向型ボディー(36%)
デジタル方式指示計器類(36%)
360度視界良好な設計(35%)
スライディングドア(18%)
クローム装飾要素(11%)
攻撃的なフロントデザイン(10%)
カモメの羽ドアを採用したスポーツカー(9%)
オフロードカー型エクステリア(7%)
大量搭載志向型ボディー(4%)

(出典: auto motor und sport No.21/2010)

■ 《読者の意見》以下の言葉から、優れた / 悪い自動車デザインのどちらを連想するか

原典(独語)	英訳	邦訳	原典(独語)	英訳	邦訳
zeitlos	timeless	時間を超越した	maskulin	masculine	男性的
sportlich	sporty	スポーティー	polarisierend	polarizing	2極化
(nicht) zur Marke passend	(does not) fit to the brand	ブランドに似合う (似合わない)	bullig	brawny	逞しさ
emotional	emotional	情緒	aggressiv	aggressive	攻撃的
modern	modern	モダン	futuristisch	futuristic	未来志向
aufregend	exciting	刺激的	kantig	angular/edged	角張った
originell	original	独創的	gewagt	bold/adventurous	大胆な
			konservativ	conservative	保守的

《訳者説明》原典で、回答(デザインの評価基準と数値)が、折れ線グラフで表示されている。それを、リーダーチャートにして見ると、以下のような2つのグループが浮かびあがって来る。auto motor und sport 読者の嗜好では、濃紺色の棒線で囲まれたフィールドに入る乗用車は、ドイツ人から「好まれる」可能性が、ピンク色棒線のフィールドに入るモデルより高い。風化せず、スポーティー、ブランドに似合い、情緒に訴え、モダンで刺激的(エクサイティング)なデザインの車が、より良く売れる可能性が高い。



—○— 優れたデザイン / —◆— 悪いデザイン / 単位: %

出典: auto motor und sport no.21 (グラフ: redaktionsdienste associated editors services)

《編集後記》

自動車のデザインは、多彩な要因が縦横に織り成す深淵な世界である。ドイツ有数の自動車専門誌 *auto motor und sport* (ams) は、今世紀に入り、「autonis」の名称で、読者によるデザイン評価システムを開発してきた。現在の《最優秀デザイン》賞は、2009年に一応円熟したものと見られる。

2010年の読者評価で、日本車のデザインに対するドイツ人の反応に、少なからず驚くであろう。そこで、ドイツ人の気質について、少々説明したい。戦後、日独関係が稀薄になる一方、日本人がアメリカ文化の影響を著しく受けるようになった。その結果、日本人の多くはドイツ人の性格に直接、深く触れる機会を失ったのではないかと。ドイツ人は、長持するものを造り、酷使し、それでも壊れなかったと技術力を自負する。アウトバーンは、オーナードライバーが、自分の車をテストする場としての役割も果たしている。車は、家財同様に、投資の対象である。自動車メーカーのローンやリースが浸透しにくい。ams誌今号にある回答を見ると、一見保守的だと思えるかもしれないが、ドイツ人が「時間を超越」した車を求める背景として理解したい。

自動車を発明したドイツ人。その黎明期に、ドイツ上流社会は、馬車文化を護るため、自動車を大衆から隔離した。車は、主としてスポーツカーレースの世界で、上流社会に独占された。「スポーティー」という言葉には、身体を動かす(運動する)という意

味はほとんどない一方、レーシングカーという意味が強く、上流社会、優雅、高価というメッセージが隠されている。自動車発明以来120年におよぶ歳月の間に、ブランドのイメージが出来上がり、自動車は社会的なステータスシンボルとなった。環境大国といわれるドイツだが、3人に2人は今でも、「環境に優しい車でも、見てくれが良くないモデルはまず買わない」。

ドイツのプレミアムブランドは、そのイメージを磨いている。大衆車メーカーは、情緒、モダン、独創性という高級車のイメージを、デザインを武器に、できるだけ販売価格に転嫁しないよう努力しながら、車に吹き込む。ドイツでの車造りでは現在でも、発想の源泉が、いわゆるプレミアムブランドにあると言っても過言ではない。

ドイツは、5台に1台以上を売る、単独では欧州28か国中、最大の自動車市場である。そこで生活する消費者の嗜好を読み取る。特に、今号P.6-7に掲載されている、ドイツ人ならではの「好き嫌い」は、マーケティングと販売促進活動に、クルマを造るデザイン陣と技術陣に、参考になると思う。日本の自動車メーカーが、丹精込めて造りあげたクルマが、販売の最前線で、この記事にあるように評価されている。*auto motor und sport*が紹介しているドイツ人の視点から今号を読んでいただきたい。■

Acknowledgement: By favored of *auto motor und sport*

* * * * *

<i>Jiro Katsuta Consulting</i> (JKC) incorporates <i>European Car Market Watch</i> ©(weekly newsletters, 75 issues a year) ©1980-2011 JKC April 10, 2011	EDITORIAL OFFICES	Redaktionsdienste Associated Editors Services (aes) Elsternweg 46, 47804 Krefeld, Germany, Tel.:++49 2151 8390630, Fax: ++49 2151 8390640, Email: aes@associated-editors.com
	CHIEF EDITOR	Ken Isurugi
	DESIGN EDITOR	Anabel Jujol
	ASSISTANT EDITORS	Brigitte M. Katsuta, Magoya Shoda
	CONTRIBUTORS	Jiro Katsuta, Keiko Yamagata, PhD, Takashi Tani, Yukio Mita, Osamu Tanaka, Heinrich K. Becker
	CORRESPONDENTS	Mitsutoshi Mawatari (Japan+Asia), Keiji Nagura (France+Belgium)
	PHOTOGRAPHER	Anabel Jujol
	PUBLISHER	Jiro Katsuta (Tel.: ++49 2151 8390631, email: auto@katsuta.de)
	URL	http://www.jkatsuta.com
	Subscription	For annual subscription only. No advertisement is taken. For samples, please visit http://www.associated-editors.com/ecmw