

## 特集2：中核市場への注力

力強い成長を実現するために、  
各中核市場で販売台数増加に向けた  
取り組みを強化しています。

### 中国

中国では、販売店を2019年度末までに400店舗へと増加させ、販売網を強化することにより販売台数増加を図ります。2016年8月の『アウトランダー』現地生産開始以降、販売台数が大幅に増加していますが、2018年はSUVブランドをさらに強化するため『エクリプス クロス』を現地生産し市場へ投入します。また、エンジンの現地化を推進するとともに、車両生産能力の拡大を図ります。



『アウトランダー』  
『エクリプス クロス』の現地生産化



ディーラー網の拡充を促進

### アセアン

三菱自動車の屋台骨を支えるアセアンでは、2019年度に市場シェア10%を目指します。インドネシアで好評の『エクспанダー』は、フィリピン、タイ、ベトナムなど他のアセアン諸国、さらにはアセアン以外への投入を予定しています。これに伴い、インドネシア工場の能力増強を図ります。

また、フィリピンやインドネシア、ベトナムで、各国政府と電動化技術を活用した環境負荷低減についての共同研究に関する覚書を締結しました。今後もアセアン地域における電動車の普及拡大に向けて、各国政府と緊密な協力体制を築いています。



輸出を開始した『エクспанダー』

## 米国

米国では販売台数を2019年度までに30%増加させる計画です。その達成に向け、2017年度後半に『エクリプス クロス』と『アウトランダー PHEV』を投入しました。2017年は、量販ブランドで最も成長率が高いメーカーとなりましたが、2018年度は販売網の強化を重点施策として、さらなる販売拡大に取り組んでいます。



『アウトランダー PHEV』2019年モデルの  
販売開始



販売を開始した『エクリプス クロス』

## 日本

日本においては、2018年3月に発売した『エクリプス クロス』に加え、新型『デリカD:5』や新型軽自動車を投入し、販売台数の拡大を目指します。『エクリプス クロス』の販売施策として好評であった「ナイトショールーム」を『アウトランダー PHEV』など他車種にも展開し、実際に販売会社に来られないお客様にも、商品の魅力を訴求できるようなデジタルマーケティング手法をさらに活用していきます。



ナイトショールーム



電動ドライブステーションの  
展開を加速

## オセアニア

オセアニアはアセアンと並んで三菱自動車が強みを持つ地域です。オーストラリア・ニュージーランドともに約7%の安定的な市場シェアを有しており、2017年度は両国で過去最高のマーケットシェアを獲得しました。2017年には『エクリプス クロス』を投入するなど、さらなるラインアップの拡充を図っています。



販売を開始した  
『エクリプス クロス』



好調な販売を維持している  
『トライトン』