



Press Information

VPR06-003

2006年1月11日(水)

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社

フォルクスワーゲン 6年連続「輸入車ブランドNo.1」を達成 ゴルフ シリーズは「輸入車モデル別販売台数」で3年連続首位 ¹

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社(略称:VGJ、代表取締役社長:梅野 勉、本社:愛知県豊橋市)は、2005年暦年(1~12)のフォルクスワーゲン ブランドの国内新車登録台数が、53,441台(前年比96%)となり、6年連続「輸入車ブランドNo.1」を達成しました。また、「ゴルフ」シリーズも好調に推移し、昨年6月に発売した「ゴルフGTI」のヒットや11月に導入した「ゴルフ プラス」などにより、JAIA(日本輸入車組合)による「輸入車モデル別販売台数」で3年連続No.1となりました。さらに、12月の新車登録台数は5,354台と、12月単月としては過去最高を記録しました。

2005年の国内乗用車市場は、国内全体の景気が回復基調と言われるなか、お客さまの買い控えや軽自動車への移行などにより、普通・小型乗用車の販売が伸び悩みました。また一方では高級車市場が活性化するなど、全体的には軽自動車と高級車の販売が際立つ一年でありました。純輸入車市場(日本メーカーの海外生産車を除く)も同じような傾向にあり、純輸入車全体の販売台数は、前年比2%の約24万台規模に留まるなど、厳しい販売環境が続いています。

VGJの梅野勉社長は、「昨年は、主力量販車のポロ、ニュービートルの小変更によるモデル端境期での落ち込みや、今春、全面改良を控えているジェッタ、パサート各シリーズのモデル末期による販売減となった。一方で、好調なゴルフ(ハッチバック前年比:+9.3%)に、ゴルフGTIのヒットやゴルフ プラスなども加わり、結果として販売全体を支え、前年比4%減に抑えることができた」と語りました。さらに、今年の販売について梅野社長は、「VGJでは今年上半期に集中して新型車を市場に投入し、販売の本格的な巻き返しを図っていくと共に、継続的に実施している販売網の強化やアフターサービスのさらなる充実により、今年もお客さまから選んでいただける「輸入車 No.1 ブランド」となるべく全力を挙げていく」と述べました。

¹ JAIA(日本自動車輸入組合)調べ(2005.1-12新車登録実績より)

【2005年:VWの主なトピックス】

VWブランドを支えた「ゴルフ」シリーズ

「ゴルフ」シリーズは、年間約27,410台を販売(前年比+4.5%)。3年連続「輸入車モデル別販売台数No.1」フォルクスワーゲン ブランドの6年連続「輸入車ブランドNo.1」に大きく貢献。

空前の「ゴルフGTI」人気

発売(2005年6月)以降、年末までの国内累計受注台数が4,100台を突破。世界的な「ゴルフGTI」人気は、日本でもとどまる気配を見せません。

「ゴルフ プラス」でさらに広がった選択肢

お客様のライフスタイルに彩りを与える「ゴルフ プラス」は、お客様の選択肢を広げ、VWブランド認知に貢献。

【2006年:VWの主なトピックス】

新型車の続投でスタート&ダッシュ!

1月23日(月) 新型セダン「ジェッタ」発表

これ以降も、ゴルフ最強の「ゴルフR32」、上級セグメント「パサート」「パサート ワゴン」などの新型車を続々投入。同時に、新しいデザインが浸透してきた新型「ポロ」やスポーツモデルの「ポロGTI」、商品力を強化した「ゴルフ」シリーズなどにより、小型車セグメントでのリーダーシップを堅持することで、販売の基礎固めをいたします。