



Press Information

VPR07-010

2007年3月12日(月)

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、記録的な売上高と販売台数を計上

2008年度の税引き前利益は51億ユーロ以上を目指す

ウォルフスブルグ、2007年3月9日

フォルクスワーゲン グループは、昨年度の目標値を達成しました。「我々はコストを削減し、生産性と品質を向上させ、次々とニューモデルを発表しました」と、フォルクスワーゲン AG 取締役会会長の Dr. マルティン ヴィンターコルンは、ウォルフスブルグで行われた 2006 年度年次記者会見の席上で述べています。「フォルクスワーゲン グループは、2006 年度に史上最高の販売台数を記録しました。この成果には、当グループ傘下の全ブランドが貢献しています。」販売台数の増加は財務データにも好影響をもたらしています。売上高は、初めて 1,000 億ユーロを突破しました。特別項目計上前の営業利益は 51.7% 増となる 44 億ユーロとなりました。「我々は著しい業績を上げました」と、財務管理・経理担当取締役 (CFO) の ハンス ディーター ペッチ は強調しています。「業績強化プログラムである ForMotionplus によって、グループ全体のコスト構造とプロセスが最適化され、競争力が向上しています。」

2006 年度のグループ全体によるニューモデル攻勢は成功を収めました、とヴィンターコルンは述べています。2005 年度比 9.4% 増となる 570 万台の車両が全世界で販売されました。「我々は、38 もの新型およびマイナーチェンジモデルを次々と発表したのです」とヴィンターコルンは述べています。販売台数の増加率は特に業績好調な中国で顕著で、前年比 24.3% 増を記録しました。次に南米/南アフリカ(同 14.9% 増)が続いています。さらにホームマーケットであるドイツでも、7.3% の大幅な販売増を記録しました。これによって、ドイツにおけるグループのマーケットシェアは 32.6% に伸びています。西欧で販売された新車の 5 台に 1 台はフォルクスワーゲン グループの車両で、全世界の乗用車マーケットシェアは 9.1% から 9.7% に増加しています。

取締役会は、将来に向けて野心的な目標を設定しています。「我々は、ビジネスプロセスとテクノロジーの両面において、グループを新しく、より高いレベルに導き、その過程において厳格に当社のお客様へ照準を合わせてゆきます」と、ヴィンターコルンは約束しています。「我々は、小型車から大型サルーン、さらにはヘビートラックまで、あらゆるクラスの車両を取り揃えます。」革新的リーダーとして、フォルクスワーゲン グループは、世界的な競争環境における主導的ポジションを強固にし、新しい市場を開拓して収益性を高めてゆきます。特に大きな成長の可能性を秘めたロシアとインドの市場に注力する予定です。

ヴィンターコルンによると、グループの大いなる可能性は各ブランド価値の上に成り立つものであるため、これらの資産を高めていかなければならないとのことです。「そのために、我々には強く、独立したブランドが必要なのです。」フォルクスワーゲンは、今年のはじめにブランドグループを解体し、事業全体を通して完全に独立し、責任を持ったブランドに再編成しました。

「次の 10 年間で、フォルクスワーゲン ブランドは、クラス最高の品質を誇る最も革新的な量産メーカーに成長するでしょう」と、取締役会会長は強調しています。フォルクスワーゲン ブランドのラインアップは戦略的に有利な位置にあり、他社には類を見ない独自の成長の可能性を秘めています。このような可能性を最大限まで引き出すため、成功裏に開始された再編プロセスを体系的かつ積極的に継続しなければなりません、とヴァンターコルンは続けました。

フォルクスワーゲンにとって重要な問題は、EUによって規定されたCO₂排出量の削減です。ヴァンターコルンによると、会社の目標は、代替燃料の使用促進と全体的な燃費の向上です。フォルクスワーゲンは、この目標に関して明確な方針を打ち出しており、最近では第二世代のバイオ燃料の開発に取り組んでいます。また、グループとしては将来的にハイブリッド車も供給する予定で、2008 年にはアウディQ7 およびフォルクスワーゲン トウアレグのハイブリッド車を発売し、その後コンパクトクラスのハイブリッド車も発売予定です。さらに、「ブルーモーション」シリーズにも、より経済的かつ環境に優しいモデルが新たに追加される予定です。

ヴァンターコルンは、2007 年も引き続き体系的にニューモデルの発表を行うと表明しています。フォルクスワーゲングループは今期、素晴らしいスタートを切っており、1・2 月の販売台数は前年比 8.3%増を記録しています。「我々は、2007 年度に前年を少し上回る台数を販売し、2006 年度の売上高を上回ることができるという確信を持っています。2007 年度の営業利益は、2006 年度の特別項目計上前の営業利益を超える見込みです。」取締役会は、2008 年度の税引き前利益を少なくとも 51 億ユーロと見込んでいます。「革新的な製品、競争力のあるコスト、生産性の高いプロセスと市場における積極的な攻勢で、より確固たる基盤を築くことができ、将来に対する備えが万全であることを示すことができるでしょう」と、取締役会会長はグループ全体の目標を総括しています。

2006 年度の利益

フォルクスワーゲンのペッチ CFO は、2006 年度のグループ全体の売上高は 11.6%増の 1,050 億ユーロとなり、特別項目計上前の売上原価はわずか 10.5%増に留まったと発表しました。「これは、我々の厳格なコスト管理が成功していることを示しています」とペッチは述べています。「我々は、この業績を、引き続き不利な為替レートと高いエネルギーおよび原材料価格の中で達成したのです。」販売費および管理費は、売上高よりも低いペースで上昇しています。このため、特別項目計上前の営業利益率は、3.1%から 4.2%に向上しています。

昨年、取締役会は、フォルクスワーゲンの競争力向上のための広範囲な対策を実施しました。「再編のための費用は、グループ全体の持続的な収益力の強化を確かなものとするでしょう。」これらのリストラ費用から gedas 社およびフォルクスワーゲン Bordnetze 社の売却益を差し引くと、24 億ユーロのマイナスとなりました。特別項目計上後の営業利益は、20 億ユーロ(前年度:25 億ユーロ)です。9 億 5,100 万ユーロの法人税控除ならびに Europcar 社の売却益 7 億 9,500 万ユーロが、税引き後利益にプラスの効果をもたらしています。グループ全体の最終的な税引き後利益は 28 億ユーロ(前年度:11 億ユーロ)となりました。

この好業績によって株主も恩恵を受けています。取締役会および監査役会は、年次総会において 1 株あたりの配当金を、普通株 1.25 ユーロ、優先株 1.31 ユーロとすることを提案しました。

コストおよび投資を強力に管理したことにより、自動車部門における流動性が大幅に改善しています。ニューモデル開発に影響を与えずに、売上高に占める有形固定資産投資の割合は 5.0%から 3.8%に減少しています。純キ

キャッシュフローは 32 億ユーロ増加して 56 億ユーロとなりました。また、純流動性は 64 億ユーロ増加して 71 億ユーロとなっています。中期的にフォルクスワーゲンは、自動車部門における売上高に占める有形固定資産投資の割合を、競争力のある 6%弱にすることを目指しています。

部門別営業利益

「フォルクスワーゲンおよびアウディの 2 つのブランドグループの業績は、市場で高い人気を得ているモデルと持続的なコストおよびプロセス最適化対策の成功を反映しています」と、ペッチは述べています。2006 年度におけるフォルクスワーゲン ブランドグループの特別項目計上前の営業利益は、前年の 5 億 1,600 万ユーロから約 3 倍となる 14 億ユーロに増加しています。ペッチによると「我々の中核であるフォルクスワーゲン乗用車ブランドにおける再編は進展を見せています。しかし、過去に記録した利益レベルに到達するには、まだやるべきことが残っています。」

中期目標

ペッチ CFO は会見の席で、自動車部門における税引き後 ROI(投資利益率)の中期目標を、少なくとも 9%にすると改めて表明しました。2006 年度の特別項目を除外した ROI は、2.9 ポイント向上して 5.8%となりました。「この数値は、まだ資本コストをカバーしきれませんが、目標に向かって大きな一歩を踏み出しました」と、ペッチは強調しています。

年次記者会見の詳細は、フォルクスワーゲン グループ コミュニケーションズのウェブサイト <http://www.volkswagen-media-services.com/> で閲覧可能です。

ユーザーID: apc2007

パスワード: press