



2000年04月06日

## 3月の登録台数、特殊需要期を除き過去最高の8,242台を達成 第1四半期も史上最高ペースで15,000台をクリア

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社(略称:VGJ、社長:ピーター ノッカー)がまとめた登録台数結果によると、フォルクスワーゲンの今年3月単月の登録台数が、昨年を大きく上回る8,242台を記録(昨年同月:6,153台、対前年比34%増)、純輸入車市場におけるフォルクスワーゲンのシェアは昨年を6.5ポイント上回る26.1%となりました。

輸入車市場全体は、ほぼ横ばいの結果であったにもかかわらず、フォルクスワーゲンは前年比34%増と好成績を収めました。単月で8,000台を越えたのは、消費税率引き上げ(3%から5%へ)前の需要拡大時期であった1997年3月に続き史上2度目となります。今年は特需となる社会的背景はなく、依然軟調な経済環境を背景とする中で、1997年3月の8,436台にほぼ並ぶ台数を達成しました。また、第1四半期の結果も対前年比26%増の15,827台と、15,000台のラインをクリアしました。過去第1四半期に15,000台を上回った純輸入車ブランドは、1997年に16,920台を記録したフォルクスワーゲンだけであり、今回は2度目の達成となりました。その結果純輸入車のマーケットシェアも、前年を5ポイント上回る24.5%を記録しました。

### 3月単月及び第1四半期に達成した主な記録

単月及び第1四半期の登録台数が、特需期であった1997年3月に続く最高レベルを達成

単月及び第1四半期のブランド別登録台数第1位(先月に引き続き2ヶ月連続)

第1四半期登録台数15,000台をクリア(過去純輸入車ブランドの中でフォルクスワーゲンだけ)

### VGJが考える好調要因の4項目

#### 1. 競争力のある新車の相次ぐ投入

ニュービートル(昨年9月)、ポロ(昨年10月)、ゴルフ ワゴン(今年2月)と約半年間に、競争力を持ち个性的でスタイリッシュな新型車を相次ぎ市場導入し、来店誘因から実購買に繋がった。

#### 2. 全車を対象にしたアフターサービス強化

既存オーナーへのアフターサービス強化として「VW安心プログラム」を今年1月より導入。フォルクスワーゲンオーナーのブランドへの信頼感醸成と新規ユーザーの取り込みに繋がった。

#### 3. タイムリーな低金利ローンの実施(1月 - 3月)

景気浮揚までもう一歩といわれる中、タイムリーに打ち出した2.9%特別低金利ローンが購買時のハードルを引き下げた。(ポロは1.5%、但しニュービートルと、ゴルフ ワゴンを除く)

#### 4. ブランドイメージの革新、共感と新たなファン層の獲得へ

昨年11月の「エリック クラプトン ジャパン ツアー 1999」のスポンサリング活動により、新たなフォルクスワーゲン ブランドに共感するファン層が開拓できた。

VGJでは、今後もより幅広いお客様のニーズにお応えするよう、ニュー ポロを始めとする新型モデルの積極的な市場投入の他、ニュービートル カップの開催、7人制ラグビーへのサポート活動などを通して、フォルクスワーゲンのブランドイメージの向上に努めてまいります。