



2000年07月06日

フォルクスワーゲンの上半期登録台数 過去最高の29,502台を記録

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、本社:愛知県豊橋市)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2000年上半期の登録実績は、過去最高の29,502台を記録(去年同期:23,283台、対前年比27%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5ポイント上回る23.8%となりました。

また、6月単月の台数も、対前年比39%増の6,113台と、6,000台のラインをクリアしました。これは6月度としては過去最高となります。今までに6月単月で6,000台を上回った純輸入車ブランドは、今回のフォルクスワーゲンだけです。その結果、純輸入車における6月のマーケットシェアは、前年を6ポイント上回る23.8%を記録しました。

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年初から毎月前年を大きく上回る記録を達成してきました。

上半期及び6月単月に達成した主な記録

上半期の登録台数としては過去最高の29,502台(第2位は1997年27,991台)

上半期のブランド別登録台数第1位

6月度の登録台数としては過去最高の6,113台(第2位は1997年4,625台)

6月度ブランド別登録台数第1位(先月に引き続き2ヶ月連続)

6月度に6,000台を越える新記録を達成(過去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

1. 競争力のある新車による集客効果

ニュービートル(昨年9月)、ポラ(昨年10月)、ゴルフ ワゴン(今年2月)、ポロ(今年5月)とこの1年間に導入した個性的でスタイリッシュな新型車がそれぞれ競争力を持ち、発売から約1年近く経つモデルも、未だに新鮮味が衰えることなく、来店誘因から実購買に繋がっている。

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. ブランドイメージの変革、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続き、今年4月には7人制ラグビー「VOLKSWAGEN WORLD SEVENS 2000」へのスポンサーを実施。さらに6月にはニュービートルのワンメイクス レース「ニュービートル カップ」の第1戦を開催(本年度のレースは全4戦)するなど、フォルクスワーゲン ブランドに共感する新たなファン層が開拓できた。