



2003年01月09日

## 2002年度の国内輸入車登録台数で、VWが3年連続「輸入車No.1」をキープ

2003年度の国内販売目標台数を62,000台に設定

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)がまとめた、2002年度(暦年)のフォルクスワーゲンの国内登録台数が、59,834台(対前年比98%)となり、3年連続して「輸入車ブランドNo.1」のポジションをキープしました。また、2003年度の国内販売目標台数は、今年導入が予定されている待望のオープン モデル「ニュービートル カブリオレ」ならびに、本格SUV「トゥアレグ」とあわせて62,000台に設定しました。

2002年度に実現した3年連続「輸入車ブランドNo.1」の要因は、下記のとおりです。

### 【導入商品とポイント】

#### プレミアム コンパクトカー「新型ポロ」の導入

200万円を切る価格設定、クラスを越えた高い品質、デザイン、使い勝手(ちょうど良いサイズ)

#### プレミアム セダン「パサートW8 4MOTION」の追加導入

独創的な4リッターW型8気筒エンジンを採用、バリュー フォー マネー、クラスを越えた高い品質

#### パサートシリーズの大幅な販売増

Wのプレミアム ミディアム セダン/ワゴン シリーズ「パサート」の販売構成比率が、約4% から 約10%まで上昇( 1. 2001年度前モデルの構成比)

### 【ディーラー ネットワーク】

2年目を迎えたフォルクスワーゲン専売店が、広く顧客に浸透(2003.01現在:全国243店舗)

首都圏ディーラー ネットワークの強化、ドイツVWAGの新規CIによる店舗リニューアル

### 【営業施策】

2002年1月から、主力車種であるゴルフ、ゴルフワゴンおよび、ポールの一部を価格改定

タイムリーなセールス キャンペーン及び限定車の導入

充実したアフター メンテナンス サービス(ロングラン保証、エマージェンシー サービス、etc)

2000年秋から実施しているブランド キャンペーンで、「変革のブランドフォルクスワーゲン」を積極的にアピール

こうした結果、昨年度末にはJ.D.パワー アジア パシフィックによる「2002年自動車セールス満足度調査」において、国内外の自動車メーカーの中でNo.1を達成するなど、確実に活動の成果をあげています。

フォルクスワーゲンでは今後も引き続き、新たな領域へチャレンジしていくダイナミックな企業活動を続けながら、お客様にVWの所有による高い総合所有体験(満足度)を実感して頂き、信頼に応えて参ります。