



2003年07月07日

2003年度上半期(1月-6月)のフォルクスワーゲンの国内販売実績について

— 「ブランド変革」具現化の年、VW初の高級SUV「トゥアレグ」の導入で後半のセールスに期待 —

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)がまとめた2003年上半期(1月～6月末まで)の国内累計登録台数は、29,321台(前年同期:31,497台、93%)、純輸入車におけるシェアは24.3%(前年同期:24.5%)となり、6ヶ月連続で「輸入車ブランドNo.1」をキープしました。また、2003年6月単月の実績は、前年同月の88%にあたる5,064台となりました。(昨年2002年6月は、新型ポロの国内販売が本格的に始まり、6月単月の登録実績を見た場合、過去2番目の5,774台を記録しています)

2003年1月以降、純輸入車マーケットは6ヶ月連続でマイナスとなっていますが、こうした厳しい環境下におけるフォルクスワーゲンの活動ポイントについては、下記があげられます。

【高級車セグメントに進出、強化を進める中、「パサート ワゴン」は、輸入車同クラス中“No.1”の販売実績】

2000年以来、「高級車セグメント」への進出を「ブランド変革」のテーマの一つとして掲げてきたフォルクスワーゲンは、その重要な橋渡し役として、2001年10月に現行のパサート シリーズを導入しました。この高級感を高めたパサートは、2.8リッターV6エンジン+4MOTION(四輪駆動)をボリュームゾーンにフォルクスワーゲン全体の中での存在感を高め、2002年5月、フラッグシップ「パサートW8」の追加以降も、販売比率 平均約8%と確実にこのセグメントでのブランド認知が進んでいることを物語っています。

【ブランド変革 具現化の年、VW初の高級SUV「トゥアレグ」発売に期待】

フォルクスワーゲンは今年2003年を、「ブランド変革」を具現化する大切な年と位置付け、ゴルフR32やルポGTIなど若々しく革新的で、信頼感の高い個性的なクルマを導入してきました。そしてまもなく、「ブランド変革」の具現化であるVW初の高級SUV「トゥアレグ」が発表されます。

【2003年後半のフォルクスワーゲン セールス プラン】

フォルクスワーゲンの2003年後半のセールス戦略は、高級SUV「トゥアレグ」を軸に「高級車セグメント」での認知度強化、および、6月発売したニュービートル カブリオレや小型車ブームで注目されているポロによる来店効果などによって、実際にお客様に幅広いフォルクスワーゲン ラインアップをご覧いただき、お客様に期待を超える「総合的 所有体験」をご提供して参りたいと思います。