



2004年01月08日

フォルクスワーゲン、4年連続「輸入車ブランドNo.1」達成 ゴルフ シリーズは、輸入車モデル別販売台数で「10年連続No.1」を樹立

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、2003年度(1~12月)におけるフォルクスワーゲン ブランドの国内登録台数が56,050台(対前年比94%)となり、4年連続して「輸入車ブランドNo.1」のポジションを確保しました。またあわせて、2003年12月の登録台数は5,024台となり、12月単月での過去最高を記録したほか、人気モデルの「ゴルフ シリーズ」は、1989年、VGJが創業を開始した後の1994年以降、10年連続「輸入車モデル別販売台数No.1(VGJ調べ)」という快挙を樹立致しました。

2003年は、イラク戦争やSARSによる日本経済への影響や、雇用問題、デフレ圧力などの懸念材料による個人消費の伸び悩みなど、輸入車業界全体にとっても大変厳しい1年となりました。

こうした環境の中フォルクスワーゲンは、昨年度の目標に掲げた「高級車セグメントへの進出」と「幅広いモデルバリエーションの提供」を実現するため、数々の新規モデルを導入し、その目標を確実に達成しました。特に「高級車セグメント」への試金石となった「トゥアレグ」は、当初の目標を大きく上回る実績を残すことができました。

【2003年度 VWのトピックス】

1. 高級SUV「トゥアレグ」で高級車セグメントへ本格参入

「3 cars in 1」のキーワードに象徴される本格的な悪路走破性、オンロードでのスポーティーな走り、ラグジュアリーカーの上質な乗り心地を高い次元で実現。その優れた走行性能と戦略的な価格(標準仕様/V6:495~V8:645万円)が各界から高い評価を受けた。

2003年12月末時点で、受注約1,300台と当初計画(2003年度:800台)を大きく突破。

2. 「ニュービートル カブリオレ」でオープンカーセグメントへ参入

ライフスタイル指向の顧客に大好評。人気色の「ハーベストムーンベージュ」は、日本流行色協会(JAFCA)

主催「オートカラーアワード2004」グランプリとオートカラーデザイナーズ賞エクステリアカラー部門のダブル受賞。

3. 「ゴルフR32(限定車)」「ルポGTI」でスポーツカーセグメントへ参入

車好きの需要を喚起、R32は完売。ルポGTIも世界生産の約半分が日本向けという人気モデルに成長。

4. 「ゴルフ シリーズ」、輸入車モデル別販売台数で「10年連続No.1」を樹立

「ゴルフ シリーズ」には、現行型の最終モデルとなる「Golf L」、「Golf L Plus」の2モデルを設定、さらに、ワゴンモデルにも、パワフルなターボ仕様車「GT」を標準設定するなど、積極的な販売攻勢を行なった。その結果、「ゴルフ シリーズ」は、2003年1月から12月迄の間に21,162台が販売され、10年連続「輸入車モデル別販売台数No.1」という驚異的な記録を打ち立て、日本で最もお客様に支持されている輸入車であることが証明された。

5. 全モデルに「VWサービス プラス」を適用、アフターサービスをさらに拡充。

こうしたVGJの取組みは、結果としてJ.D. パワー アジア・パシフィックが実施した「2003年日本自動車セールス満足度調査」において、「2年連続No.1」の達成に結びつくなど、確実にその成果をあげています。

フォルクスワーゲンは、2004年度も引き続き新たなセグメントへのチャレンジを続けるダイナミックなブランドとして、日本のお客様の信頼に応え、「高い総合的所有体験(満足度)」を提供、実感していただけるよう努めて参ります。