



2004年07月06日

フォルクスワーゲン、2004年上半期販売実績 ゴルフトゥーラン、新型ゴルフの導入で6月は過去2番目

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2004年上半期の累計登録台数は、28,551台、純輸入車市場シェアでは23.8%と、「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、コンパクトミニバン ゴルフトゥーラン('04.4月発売)および、新型ゴルフ('04.6月発売)の販売開始に伴い、2004年6月単月の実績は、前年同月比で+16%となる5,897台を記録。6月単月の実績としては、2000年6月の6,113台に次ぐ過去2番目の最多記録となりました。

厳しい販売環境が続く中、フォルクスワーゲンが「輸入ブランドNo.1」のポジションを維持し続けられた理由としては、次のようなものがあげられます。

【新型ゴルフ:累計受注2,700台超え、11年連続モデル別輸入車No.1を目指す】

2004年6月9日(水)から販売を開始した新型ゴルフは、今までにない新記録を打ち立てています。インターネットでは、発表当日(5/14)の17時から24時までの7時間のアクセス数が、通常の24時間あたり1~1.5万件を遥かに超える約4万件に達しました。さらに、カタログ請求も発表後1週間で約3,300件に達し、過去最高を記録するほか、受注台数も7月4日(日)現在で、2,700台(年内目標:10,000台)を超えました。内訳は、ベーシックモデルの「E」が19%、「GLi」が23%、最高級グレードでスポーツモデルの「GT」が58%となっています。また、LOVE & HATE広告キャンペーンのターゲットである30歳前半へのアピールおよび、新型ゴルフのイメージモデルである「GT」の拡販に成功しています。

【ゴルフトゥーラン:輸入コンパクトミニバンセグメントで“No.1”の販売実績】

2004年4月6日(火)から販売を開始したコンパクトミニバン ゴルフトゥーランは、7月4日(日)現在の累計受注台数が約2,300台に達し(年内目標:3,600台)、発売後約3ヶ月間の累計登録台数も1,752台となっています。このことは、日本の乗用車市場の大きなトレンドであるミニバンセグメントにおいて、「ゴルフトゥーラン」が確実に輸入コンパクトミニバンとして、そのポジションを獲得したことを意味しています。

【高級SUVトゥアレグ:高級車セグメントでもVWブランドのプレゼンスを向上させる】

フォルクスワーゲンの「ブランド変革」を象徴する高級SUVトゥアレグ('03.9月発売)の販売も、引き続き好調です。今年上半期の累計登録台数は1,168台(V6:70%、V8:30%)と、導入当初の期待を上回っています。このことは、トゥアレグが高級車ユーザーからも、確実にご支持いただいている証左であると思っています。実際、トゥアレグV8の場合には、ほとんどのお客様がフルオプションを希望される傾向が強く、さらに、他の高級SUVと比較検討された場合でも、トゥアレグの優れたコストパフォーマンスを認めていただいているという報告が、販売の最前線から多数上げられています。

【今年後半のフォルクスワーゲンの販売見込み】

2004年後半のフォルクスワーゲンの販売見込みについては、ゴルフトゥーラン及び新型ゴルフなど、ゴルフファミリーの刷新による量販モデルの販売増、さらには、こうした新型車に興味を持たれて来店されるお客様の増加によるフォルクスワーゲン車全体への販売波及効果にも大いに期待しています。フォルクスワーゲンでは今後も引き続き、お客様に対して幅広いラインアップを提供することにより、お客様から選ばれる「買いたいブランドNo.1」を目指し、「4年連続輸入車ブランドNo.1」の記録更新に向けて活動を強化して参ります。