

---

## Media information

---

(和訳)※原文(英語)は、日本語に続き掲載しております。

VPR18-061

2018年6月26日(火)

フォルクスワーゲン グループ ジャパン株式会社

NO. 239/2018

## フォルクスワーゲン、新しいグループ構造の詳細を定義： 各地域にリードブランドを設定

- フォルクスワーゲン グループCEO Dr. ヘルベルト ディース:「私たちは、責任を分担して、フォルクスワーゲンをより迅速、スリムで、効率的にしていきます」

ウォルフスブルグ、2018年6月22日: フォルクスワーゲン グループは、組織構造の再編を進めています。今後、グループ内で定義されている世界の各「地域」がそれぞれ一つのリードブランドによって担当されます。フォルクスワーゲン グループCEOのDr. ヘルベルト ディースは、次のように述べています。「私たちは、責任を分担します。これにより今後、意思決定を大幅に分散した形で行うことが可能になり、グループの役員会は戦略的に重要な案件に集中的に取り組むことができます。このようにして、私たちは、フォルクスワーゲンをより迅速、スリムで、効率的な組織にしていきます。」

今後、フォルクスワーゲン グループ内では、担当地域を以下のように分担します。フォルクスワーゲンブランドは、北米、南米、サハラより南のアフリカ地域に関する責任を負います。セアトは、北アフリカの成長市場を担当します。アウディは、中東および中国を除くアジア太平洋地域を担当。中国に対する責任は、グループに残ります。シュコダは、ロシアとインド市場を担当し、“INDIA 2.0”プロジェクトおよびそれに関連するフォルクスワーゲンとシュコダ ブランドのモデル攻勢によって、この成長市場におけるグループのマーケット ポジションを持続的に強化します。地域開発および革新技術を搭載した新しい量産モデルの準備は、順調に進んでいます。

地域を分担して担当する狙いは、地域に関する深い知識やノウハウを活用し、地域のパートナーと強固な協力関係を構築することによって、モデルラインナップをその地域の要件と顧客ニーズに迅速かつ効果的に適合させることです。リードブランドは、その地域における他のグループブランドと連携して、その地域のグループ戦略を遂行すると同時に、各ブランドの取組み、パートナーシップ、相乗効果の活用を調整します。

## Volkswagen defines new Group structure more precisely: brands assume responsibility for regions

- **Group CEO Dr. Herbert Diess: “We are distributing responsibility across a number of shoulders and making Volkswagen faster, slimmer and more efficient.”**

**Wolfsburg, June 22, 2018 – The Volkswagen Group is pushing ahead with the structural realignment of its organization. In future, one lead brand will assume steering responsibility for a clearly defined region of the world across the Group. Dr. Herbert Diess, CEO of the Volkswagen Group, says: “We are distributing the responsibility across several shoulders. This means that it will be possible to take decisions in a significantly more decentralized way in the future and the Group Board of Management will be able to concentrate on overarching strategic topics. This way, we will make Volkswagen faster, slimmer and more efficient.”**

In future, responsibility for the regions within the Volkswagen Group will be distributed as follows. The Volkswagen brand will assume responsibility for North America, South America and the Sub-Saharan region. SEAT will be responsible for the growing market in North Africa. AUDI will coordinate the Middle East and the Asia-Pacific region except China. Responsibility for China will be retained by the Group. ŠKODA is to be responsible for the markets of Russia and India and is to sustainably strengthen the market position of the Group in the growing market of India with the “INDIA 2.0” project and the related model offensive of the Volkswagen and ŠKODA brands. Preparations for the local development and production of the new, technically groundbreaking volume models are already well underway.

The objective of assigning responsibility for the regions is to tailor the model range to the relevant market requirements and customers’ needs rapidly and effectively on the basis of regional knowledge and competences and through intensive cooperation with local partners. In future, the regional lead brand will be tasked with synchronizing the Group strategy for its region in liaison with the brands in the region, as well as coordinating brand activities, partnerships and the exploitation of synergy effects.