



Press Information

VPR19-001

2019年1月10日(木)

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社

フォルクスワーゲン 2018 年度登録実績、2 年連続で前年超え

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社(代表取締役社長:ティル シェア、本社:愛知県豊橋市、略称:VGJ)は、フォルクスワーゲンの 2018 年の新車登録台数(1-12 月:乗用車のみ)が、51,958 台(前年比 6%増)となり、2017 年に続き 2 年連続で前年超えを達成。また、12 月単月では対前年比 29%の大幅増となる 5,368 台を記録したと発表しました。

<数値は JAIA(日本自動車輸入組合)調べによる>

【2018 年:良好な実績の要因】

- 新車攻勢:8年ぶりのフルモデルチェンジを遂げた新型ポロ、VWとして20年ぶりとなるディーゼルエンジン「TDI」搭載モデル、根強い人気のスポーツモデル”GTI”シリーズ(up!, Polo, Golf)導入による新車効果
- 既存モデルの継続人気:お客様からの要望が多い先進装備を搭載した”Tech Edition”などの数々の特別仕様車や、「The Beetle」や「Arteon」の継続的な人気も販売に貢献
- VWブランド訴求を強化したマーケティング活動(ブランド体験キャンペーン「Play On!」他)の実施

2018年のフォルクスワーゲンは、中期的な経営の方向性である「Road to 2020」の下、商品攻勢、顧客満足の上昇、ブランド強化を行ってまいりました。

商品攻勢としては、3月にMQBの新採用でクラストップレベルの居住性や、先進の安全装備を実現した新型ポロを導入。11,000台を超える販売を記録しました。2月には、「TDI」エンジンを搭載した「Passat シリーズ」を、ディーゼルモデルとして20年ぶりに発売したのを皮切りに、8月に「Tiguan TDI 4MOTION」、10月に「Golf Touran TDI」と「Passat Alltrack」を相次いで導入。特に Tiguan の TDI と 4MOTION(4WD)の組み合わせは、お客様から高く支持され、予想以上の販売を達成しました。また、6月には VW のスポーツアイコンである「GTI」を冠した up!, Polo, Golf の 3 車種を一度に発表。中でも 600 台限定の「up! GTI」は、発売からわずか 1 か月で完売しました。これら新型モデルの導入が奏功し、年間の販売実績に貢献しました。

また、新型モデルの他にも、今年販売終了が発表されている「The Beetle」は、「See You The Beetle キャンペーン」の下、様々な特別仕様車を導入。販売終了が近づくにつれ、販売の勢いが加速しています。2017年10月に発売した「Arteon」も、最上級モデルでありながら、発売後1年が経過してもその優れた商品力により人気を維持しており、年間販売約2000台を実現しました。

マーケティング活動においては、ブランドファン獲得のため、新たなブランド体験キャンペーン「Play On!」をスタート。最先端スポットや話題のイベントにて、子供から大人まで皆が楽しめる「遊び心のある」ブランド体験型コンテンツを提供し、ライフスタイルや趣味嗜好を通じた VW ブランドのファン作りに焦点を当てました。

VGJ は、2019 年も「People's Car」ブランドとして、先進の技術や機能をより多くのお客様にお届けしていくとともに、さらなるブランドファン獲得を目指して、新たな取り組みを展開し、2018 年と同レベルの販売台数を目指します。