



「Volkswagen Fan Meeting」を開催 フォルクスワーゲンファンの愛称を「VWer(ヴィーワー)」に決定

フォルクスワーゲン ジャパン(東京都品川区 ブランドディレクター:イモー・ブッシュマン)は、9月28日(土)、フォルクスワーゲン オーナーを対象としたファンイベント「Volkswagen Fan Meeting」を東京都内で開催しました。



フォルクスワーゲンでは、「ピープルズカー」というブランドの原点に立ち戻り、人々の生活や人生に寄り添い、そのライフスタイルを支えるブランドとして、幅広い人々から愛される「Love Brand(ラブ ブランド)」を再構築する取り組みをグローバルで展開しています。

ここ日本でも、フォルクスワーゲン正規輸入 70 周年を迎えた昨年からは、さまざまなキャンペーンやイベントを実施してきました。今回もその一環として、フォルクスワーゲンオーナーの皆様が愛車とともに集い、交流を深めるファンイベント「Volkswagen Fan Meeting」を、CITABRIA BAYPARK GRILL & BAR(東京都江東区)で開催しました。

イベントに先立ち、フォルクスワーゲン ジャパンの公式 Instagram(インスタグラム)で参加者を募集し、愛車の写真を投稿した約 1,000 名のファンのなかから、抽選で 16 組をイベントに招待しました。当日は、イベントが始まる 1 時間以上前から参加者が続々と会場に集まり、愛車を前にさっそくファン同士が会話を楽しんだり、愛車の写真を撮影したりするなど、カジュアルな雰囲気のもとミーティングが始まりました。

開会にあたり、8月1日付でフォルクスワーゲン ジャパンのブランドディレクターに就任したイモー ブッシュマンは、「フォルクスワーゲンを愛してくださっている皆様にお目にかかれてとてもうれしく思います。皆様の SNS への投稿にも感謝しています。以前はこうしたファンイベントを定期的で開催していましたが、新型コロナ流行などの影響でしばらく開催できずにいました。今回を機に、今後こうしたイベントをもっともっと開催していきたいと思っています。そこで、皆様の声を聞き、何かできることはないか、何か変えることはないか、ブランドを発展させるにはどうすればいいか、といったヒントが得られたらうれしい」と、参加者に語りました。



このあと、さっそく最初のプログラムである「My Volkswagen Story」が始まり、参加者全員が SNS に投稿した愛車の写真とともに、その出逢いやお気に入りのポイントなどを披露。長らくフォルクスワーゲン車を乗り継いできたり、また、ロングドライブを楽しんだりしている参加者の“フォルクスワーゲン愛”を、みんなでも共有しました。

その後、ランチタイムをはさんで、「スマホで撮れる愛車撮影ワークショップ」を開催。「人」と「乗り物」の新しい関係性を模索するオンラインメディア「noru journal」プロデューサーの村松 亮氏とフォトグラファーの八木伸司氏が、スマートフォンを使ってワンランク上の写真を撮るテクニックを紹介し、実際に新型「T-Cross」の写真を参加者が撮影しました。



この日は、Volkswagen Fan Meeting の初開催を記念して、フォルクスワーゲンファンの愛称を決定。事前に参加者から寄せられた案をもとに、最終的に 3 つに絞られた候補のなかから、参加者の多数決で「VWer(ヴィーワー)」が選ばれました。



そして最後に、参加者全員が、メッセージを書き込んだ寄せ書きとともに記念撮影を行ってイベントは終了しました。ブッシュマンは、「私にとって最初の Fan Meeting でしたが、とても楽しい時間を過ごすことができました。皆様も同じように楽しんでくださったのであれば、とても嬉しいです。ここで感じたとても暖かく嬉しい気持ちをオフィスに持ち帰り、フォルクスワーゲン ジャパンの社員にシェアしたいと思います。今後もこういったイベントを全国各地で実施していきたいと思いますので、引き続きよろしくお願いいたします。Volkswagen Fan Meeting に参加してくださった皆様、ありがとうございました」と締めくくりました。