

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新聞 | Пpеcca

(和訳)※原文(英語)については3ページ目以降をご参照ください

## フォルクスワーゲン グループ、デジタル化を主要課題に設定

- デザインとデジタル化を統合:ヨーロッパ、アジア、カリフォルニアの3か所に「フォルクスワーゲン グループ フューチャー センター」を開設
- CEO マティアス ミュラー:「私たちは、デジタル化時代に向けて、グループ デザインを再編成する」
- デジタル化責任者ヨハンユングヴィルト:「フォルクスワーゲンは、2025年までにモビリティ プロバイダーのトップになる」
- 排ガス問題:ヨーロッパでのリコール対策は順調に開始された

ジュネーブ 2016年2月29日、

フォルクスワーゲン グループは、ジュネーブ国際モーターショーにおいて、未来のモビリティに関する明確なメッセージを発信します。フォルクスワーゲン AG 最高経営責任者(CEO)のマティアス ミュラーは、ヨーロッパ、アジア、カリフォルニアの3か所に「フォルクスワーゲン グループ フューチャー センター」を開設することを発表しました。これらのセンターでは、未来のクルマを開発するため、デザイナーおよびデジタル化のエキスパートたちが一緒に働きます。「私たちは、デジタル化時代に向けて、グループ デザインを再編成します」と、ミュラーは述べています。さらに、「自動運転」攻勢を開始し、ライバルに先駆けてこのコアテクノロジーを市場に導入することを目標にしています。

これらの2つの戦略的な決定は、デジタル化によって新しい事業分野を開拓し、セールスを拡大が見込めるという、グループの確信を強調するものです。「デジタル化への移行がフォルクスワーゲン グループにとって非常に重要な課題となっているのは、このような理由によるものです」とミュラーは述べると同時に、成功へのカギは、自動車とデジタル世界を組み合わせ、「お客様、社会、産業にメリットをもたらす」ことであると付け加えています。将来的には、優れた自動車を製造するだけでは不十分です。フォルクスワーゲン グループは、その兆候を理解していたとミュラーは述べています。「私たちは変化を求めています。私たちは未来に向けて前進します。」

2015年11月にフォルクスワーゲン グループのチーフ デジタル オフィサーに就任したヨハン ユングヴィルトが、フォルクスワーゲン グループ ナイトで登壇したことがそのことを強調しています。ユングヴィルトは、再編されたグループの方向性を明確に示しました。「私は、フォルクスワーゲン グループが2025年までにモビリティ プロバイダーとしてトップ企業になると確信しています。」どのようになるのかについては、その過程においては「部分的にソフトウェアおよびサービス企業になる」と説明しました。未来のモビリティに関して、フォルクスワーゲンは大きなアドバンテージを持つ

ています。それは、「私たちは既に、ハードウェア、つまりどのようにして自動車を製造するかについて、完璧に精通している」という事実です。

フォルクスワーゲン グループは、デジタル化とデザインにおける活動の相互協力を高めていきます。これは、自動車業界では画期的なアプローチです。そのため、ポツダム、カリフォルニア、中国の3か所に「フォルクスワーゲン グループ フューチャー センター」が開設されます。ここでは、デザイナーおよびデジタル化のエキスパートたちが、未来の自動車のために、手を取り合って一緒に働くこととなります。その使命は、カスタマー エクスペリエンス、インターフェイス デザイン、操作ロジック、新しいインテリア コンセプト、インフォテインメント/エンターテインメントの各分野において、フォルクスワーゲンをクラス最高のクルマにすることです。今年の1月に、ミヒヤエル マウアーが グループ デザインの責任者に就任しました。再編成は、グループのデジタル化部門と密接な協力の下で実施される予定です。ポツダムのスタジオは、既に新しいコンセプトの下で稼働しています。カリフォルニアおよびアジアにおける新しいセンターの開設場所に関しては、近日中に決定が下されます。

CEO ミュラーは、「今回の再編と同時に、過去の誤りから学ぶことができた場合にのみ」、明るい未来を形成することができるかと強調しています。これに関連して、ミュラーは、フォルクスワーゲングループが進む道のりにおいて、今年が重要なステップになると述べています。「2016年は、お客様のためにディーゼル問題の解決を目指す年であり、未来に向けてグループを再編する年でもあります。これによって、グループの強固な基礎を構築することになる。」とミュラーはジュネーブでコメントしています。「私たちは、これら2つの課題に真摯に取り組んでいますが、グループおよび傘下のブランドは、この困難な局面を乗り越えることが強みになると確信しています。」

排ガス問題は順調に進展しており、ヨーロッパにおけるリコール対策も始まっていると、ミュラーは述べています。「リコール対策では、お客様が何よりも重視されます。ワークショップに足を運んでいただくお客様に対して、私たちは可能な限り効率的に作業を実施できるように努めてまいります。」ミュラーは、最近の出来事を巡る調査状況について、グループが近い将来に詳細なレポートを提示することを確認しました。「私たちは、そこで明らかになった事実から、正しい結論を導き出すでしょう。」

グループはまた、e モビリティの推進にも力を入れています。フォルクスワーゲン グループは現在、製品ラインアップの中に、電気自動車とプラグイン ハイブリッドを合わせて9モデルを展開しています。2020年までには、さらに20のモデルが追加される予定です。「航続距離500km以上の電気自動車は、2020年までには実現可能です。充電も、コーヒーを飲んでいる間に完了するでしょう。将来的に、電気自動車のコストは、内燃エンジンを搭載したクルマよりも安くなるでしょう」と、ミュラーは述べています。しかし、広範囲な充電インフラを構築するためには、業界および政府が一致協力して努力する必要があります。それによって、電気自動車は、市場により早く浸透していくこととなります。

ジュネーブで会見した CEO ミュラーは、インフラの構築が実現するまでの数年間は、新しいドライブテクノロジーと従来の内燃エンジンが共存することになると指摘しています。「我々のエンジニアは、3気筒から16気筒のエンジン、天然ガスから効率的なディーゼルに至るまで、数多くの魅力的なテクノロジーを開発してきました。そして、これからもさらによくなっていくでしょう。」と、ミュラーは述べています。

## **Volkswagen Group makes digitalization a main topic**

- **Design and digitalization become one unit: three new “Volkswagen Group Future Centers” in Europe, Asia and California.**
- **CEO Matthias Müller: “We are realigning our Group Design for the digital era.”**
- **Head of Digitalization Johann Jungwirth: “Volkswagen Group will become a leading mobility provider by 2025.”**
- **Emissions issue: recall campaign in Europe successfully started.**

**Geneva, February 29, 2016 – The Volkswagen Group is sending a clear message about the mobility of the future from the Geneva International Motor Show. CEO Matthias Müller announced three new “Volkswagen Group Future Centers” in Europe, Asia and California at the Group Night event. Designers and digitalization experts will work together on the car of the future at these centers. “We are realigning our Group Design for the digital era”, Müller said. In addition, an “autonomous driving” offensive has been started with the aim of bringing this core technology to market maturity faster than the competition.**

These two key strategic decisions underscore the Group’s conviction that digitalization will open up new fields of business and sales potential. “That is why the digital transformation is very high on the agenda for the Volkswagen Group”, Müller stated, adding that the key to success lay in combining the automobile and the digital worlds “so that customers, society and industry can benefit”. In the future, building excellent cars alone would not be enough. Müller said the Volkswagen Group had understood the signs: “We want change, we are driving it forward.”

Johann Jungwirth’s presence at the Group Night also underscored this change. Jungwirth, who became Chief Digital Officer at the Volkswagen Group in November 2015, made clear where the realigned Group was headed: “I am firmly convinced we will become a leading mobility provider by 2025.” He described how the Volkswagen Group would “in part become a software and services company” in the process. With regard to the mobility of the future, the great advantage for Volkswagen lay in the fact that “we have already perfectly mastered the hardware – in other words, how to build cars.”

The Volkswagen Group will be intensifying the interaction between its digitalization and design activities – a groundbreaking approach for the automotive industry. The three “Volkswagen Group Future Centers” will be located in Potsdam, California and China. Designers and digitalization experts will work there hand in hand on the car of the future. The mission: to make Volkswagen Group vehicles best in class in terms of customer experience, interface design, operating logic, new interior concepts, and infotainment/entertainment. Michael Mauer became the Head of Group Design this January. The realignment will be implemented in close cooperation with the Group’s digitalization department. The studio in Potsdam has already begun working under the new concept. The decisions regarding the locations for the new centers in California and Asia will be taken soon.

CEO Müller emphasized that shaping the future will only succeed “if, at the same time, we

# VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Page 4

learn from past mistakes”. In that respect, he said, the current year was an important step along the way: “2016 is the year when we intend to solve the problem with our diesel engines for our customers, and when we realign the Group for the future.” That would lay the foundation for a strong Group, Müller commented in Geneva: “We are tackling this twofold task with the necessary respect, but also in the firm conviction that the Group and its brands can and will emerge from this difficult phase even stronger.”

He said the Group was making good progress with working through the emissions issue, the recall campaign in Europe had started successfully: “Our customers are at the very heart of this campaign. We can and will make sure their workshop visit is as effective as possible.” Müller also confirmed that the Group would be presenting a substantial report on the status of the clarification process in foreseeable future. “And we will be drawing the right consequences from the findings.”

The Group is also forging ahead with electromobility. The Volkswagen Group currently has nine electric vehicles and plug-in hybrids in its product range. It will be adding a further 20 models by 2020. “All-electric ranges of over 500 km are feasible by the end of the decade. Charging will only take as long as a coffee break. And in the long term an electric car will cost less than a car with an internal combustion engine”, Müller said. However, a concerted effort was needed on the part of industry and politics, above all with regard to setting up a comprehensive charging infrastructure so that electric mobility could penetrate the market faster.

Talking in Geneva, the Group CEO pointed out that until then there would be a few more years when new drive technologies coexist with conventional internal combustion engines. “Our experts have developed fascinating technologies: from 3- to 16-cylinder engines, from natural gas to efficient diesel drives. And here, too, we can and will get even better”, Müller said.

**Volkswagen Group Communications** Head of Corporate & Business  
Communications  
Eric Felber

