



VPR23-003

2023年1月12日(木)

2023年1月10日

## 2022年、フォルクスワーゲンブランドのEV世界販売台数、前年比約24%増

- フォルクスワーゲンブランドのe-モビリティ戦略が急速に進展: ID.4<sup>1</sup>はフォルクスワーゲンの最も売れているEV
- 中国市場では伸び率が最も高く、ID.モデルの販売台数が2倍以上に
- フォルクスワーゲンのセールス、マーケティング、およびアフターセールス担当取締役のイメルダ ラベール:「継続的に供給が不足しているにもかかわらず、2022年に全世界で堅実な販売実績を達成」
- 2022年におけるフォルクスワーゲンブランドの世界販売は450万台を突破

ウォルフスブルグ – フォルクスワーゲンブランドは、e-モビリティへの変革を急速に進めています。全世界でのEV販売台数は約330,000台で、前年比で23.6%増加しました。全体として、すべてのパワートレインタイプを含む顧客への納車台数は、逼迫した供給状況により、前年をわずかに下回りました。2022年には、456万台(-6.8%)の車両が世界中の顧客に渡されました。受注残は依然として非常に高く、ヨーロッパだけでも全パワートレインで見た場合、約640,000の顧客から受注をいただいています。(+18%)。

Media contact  
Volkswagen Communications  
Nina Krake-Thiemann  
Spokesperson Sales, Marketing and  
After Sales  
Tel: +49-5361-9-33854  
[nina.krake-thiemann@volkswagen.de](mailto:nina.krake-thiemann@volkswagen.de)

Christoph Ludewig  
Head of Corporate Communications  
Tel: +49-5361-9-87575  
[christoph.ludewig@volkswagen.de](mailto:christoph.ludewig@volkswagen.de)



More at  
[volkswagen-newsroom.com](http://volkswagen-newsroom.com)



販売、マーケティング、およびアフターセールスの取締役のイメルダ ラベールは、次のように述べています。EVモデルの顕著な成長は、フォルクスワーゲンの魅力的な製品ポートフォリオにより、持続可能なモビリティの最も望まれているブランドになるための正しい軌道に乗っていることを裏付けています。ロードマップは明確です。ACCELERATE戦略により、フォルクスワーゲンは2026年までに10の新しいEVモデルでe-モビリティ攻勢のペースを上げていきます。フォルクスワーゲンはすでにフル電動モデルの最も幅広いポートフォリオを持っています。2026年までに、このブランドは、目標価格が25,000ユーロ未満のエントリーEVから、新しい旗艦モデルID.7<sup>2</sup>まで、すべてのセグメントに適切な製品を提供する予定です。



## Media Information

### ID.4 がフォルクスワーゲンの最も売れている EV

フォルクスワーゲンによるフル電動モデルの ID.シリーズは、世界各地の自動車市場で好評です。2022 年、約 170,000 台が顧客に納車された ID.4 は、フォルクスワーゲングループの最も売れているフル電動ワールドカーとなりました。

同社の最大の販売市場である中国では、フォルクスワーゲンブランドによる ID.シリーズの販売は 2 倍以上増加しました。143,100 台の ID.3<sup>3</sup>、ID.4、および ID.6<sup>4</sup> が 2022 年に顧客に引き渡されました (+102.9%)。

北米での販売も大幅に増加しました。合計で、同社はこの地域で 22,700 台の ID.4 (+27.7%) を販売しました。

スウェーデンでは約 8,900 台の ID.4 が販売され、パワートレインを問わず、最も売れた車種となりました。従って、スウェーデンで最も売れた車種は 3 年連続で ID.シリーズのモデルとなりました。(2020: ID.3; 2021: ID.4)

### e-モビリティ攻勢：MEB ベースとなる EV の販売が 580,000 台以上

フォルクスワーゲンは、その e-モビリティ攻勢ですでに最初のマイルストーンに到達しています。2020 年 9 月に最初の ID.3 が顧客に引き渡されて以来、フォルクスワーゲンは 580,000 台を超える ID.シリーズの車両を世界中の顧客に渡してきました。ID.の技術的基礎はモジュラー電気ドライブマトリクス(MEB)です。先週、フォルクスワーゲンは ID.シリーズの新たなモデルとして、特別にカモフラージュされた ID.7 をラスベガスのコンシューマーエレクトロニクスショー(CES)で展示しました。このセダンにより、フォルクスワーゲンは EV のラインアップをアッパーミドルクラスのボリュームセグメントに拡大していきます。

### SUV のトレンドは続く

厳しい市場環境にもかかわらず、フォルクスワーゲンは 2022 年にすべてのパワートレインを合わせて約 456 万台の車両を顧客に提供しました (-6.8%)。

SUV は、最も急速に成長している市場セグメントです。フォルクスワーゲンは、ポートフォリオをこの傾向に体系的に適応させることに迅速に取り組みました。総販売台数に占める SUV のシェアは 45% (+4%) に上昇しました。米国では、フォルクスワーゲンによる販売台数の 80% 以上が SUV セグメントでした。ヨーロッパでは、T-Roc が SUV 市場で最も売れている車種となりました。

フォルクスワーゲンは、半導体の供給不足が続いているため、2023 年も不安定で課題の多い年になると予想しています。それにもかかわらず、同社は供給状況が徐々に改善し、年が進むにつれて生産が安定すると予想しています。「私たちは、お客様への納期を引き続き短縮させ、高い受注残を可能な限り迅速に削減するために最善を尽くしています」と、取締役のラベールは述べています。

英語のプレスリリース及び広報写真: <https://www.volkswagen-newsroom.com/en/press-releases/volkswagens-worldwide-deliveries-of-all-electric-vehicles-grow-by-almost-24-percent-in-2022-15407>

# Media Information



<sup>1</sup> ID.4 – ID.4 Pro Performance 150 kW (204 PS) - power consumption in kWh/100 km: combined: 18.7 – 16.4; CO<sub>2</sub> emissions in g/km: 0. Only consumption and emission values according to WLTP and not according to NEDC are available for the vehicle

<sup>2</sup> ID.7 – near-production concept vehicle – The vehicle will not be available for sale

<sup>3</sup> ID.3 – power consumption in kWh/100 km: combined: 16.0-15.3; CO<sub>2</sub> emissions in g/km: combined 0. Only consumption and emission values according to WLTP and not according to NEDC are available for the vehicle

<sup>4</sup> ID.6 – The vehicle is not sold in Germany

---

The Volkswagen Passenger Cars brand is present in more than 140 markets worldwide and produces vehicles at 29 locations in twelve countries. In 2022, Volkswagen delivered around 4.6 million vehicles. These include bestsellers such as the Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan or Passat as well as the successful all-electric models ID.3, ID.4, ID.5 and ID.6. Last year, the company handed over more than 330,000 all-electric vehicles to customers worldwide. Around 170,000 people currently work at Volkswagen worldwide. With its ACCELERATE strategy, Volkswagen is consistently advancing its further development into the most desirable brand for sustainable mobility.

---