

2007年11月30日

ご参考

新型インプレッサWRX STI 発売後約1ヶ月間で 月販目標の4倍を超える受注を達成

富士重工業が、10月24日に発売した新型インプレッサWRX STIの受注台数は、発売後約1ヶ月間(11月27日まで)で月販目標450台の4倍を超える1,867台となり、好調なスタートをきった。

受注内容を見るとユーザーの年齢層では、30代ユーザーからの受注が約半数を占め、次に多い40代とあわせると受注総数の74.2%を占める。また、50代以上のユーザーからの受注は、受注総数の11.5%であった。

また男女比率では、受注総数の97.6%が男性からの受注であった。

ボディ色で最も人気が高いのは、メイン訴求色であるダークグレー・メタリックが27.8%、ラリーカーをイメージさせるWRブルー・マイカが26.5%、次いでピュアホワイト13.5%、オブシディアンブラック・パール12.2%であった。

メーカーオプションの装着率は、サイド部の高いサポートによってスポーツ走行時に優れたホールド性を実現するRECARO製フロントバケットシートが56.3%、軽さと強度を高いレベルでバランスさせたBBS製18インチ鍛造アルミホイールが31.1%、快適と安心に満ちたドライビングを実現するオーディオ一体型HDDナビゲーションシステム(SUBARU G-BOOK ALPHA対応)が14.3%であった。

2007年6月に発売したインプレッサ「15S」_{JK}、「20S」_{JK}、「S-GT」は、「快適・信頼の新しい走り」を実現しながら、各々の個性を活かした乗り味を備えていることが高く評価され、発売以来、月販目標の2,500台を大幅に上回る平均約3,100台/月レベルの販売を続けている。

今後、WRX STIの投入によって完成した“新型インプレッサシリーズ”として、さらなる受注の伸びを期待し、一層の拡販に努めていく。

以上