



NEWS

2007 No.195

6月号

全国整備工場の皆様へNGP組合員200拠点がお届けするお役立ち情報

軽自動車販売の拡大で変わるか、自動車ビジネス

軽販売比率50%超の県が西日本を中心に全11県 発想の転換で軽ビジネスを取り込め

軽自動車販売が日本の自動車ビジネスを変え始めています。すでに地方を中心に販売された新車のうち2台に1台は軽自動車という県が増えています。

軽自動車は「単価が安くて儲からない」と敬遠しがちでしたが、もうこれだけ増えたら流れに掉さして進む以外に道はないようです。

自動車ビジネスも考え方を転換することが求められているようです。

06年度(06年4月～07年3月)の新車販売で、前年度より8.3%減少し358万8千台となった登録車を尻目に軽自動車は快走、なんと200万台の大台を突破しました。数字は4.2%増の203万台。売れていないのは普通車、小型車で、軽自動車だけ見れば快調です。06年度の軽販売比率は36.1%で、売れた新車のうち3台に1台は軽自動車なのです。

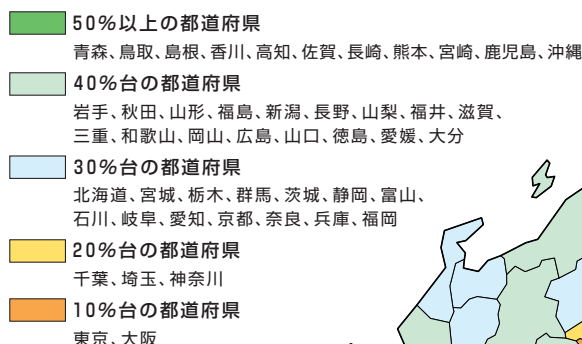
さすがに東京都19.6%、大阪府19.1%、神奈川県21.5%と大都市部での軽販売比率は低いですが、地方では50%を超える県が11県もありました。軽販売比率トップは沖縄県の58.4%で、次いで長崎県の57.4%となり、九州では福岡、大分を除く全県で軽販売比率が50%を超えています。

このほか、軽自動車の保有比率が高い山陰の鳥取、島根、四国の香川、高知の各県で50%を超えました。北日本では青森県が50%に達しています。

軽自動車販売は、自動車メーカーや販売店による自社登録が多く、数字は割り引いてみる必要があると言われますが、それでもビジネスのさまざまな場面で、軽自動車が増えていることを実感させられます。

例えば、解体される車も軽自動車のウェイトが高くなっています。地方の解体業者では、使用済み自動車として入庫してくる軽自動車の比率が4割程度になっているところ

06年新車販売の都道府県別による軽自動車販売比率



も珍しくありません。

また、使用過程においても軽自動車の比率が高まっています。当然、軽自動車が修理に入ってくるウェイトが高くなっていると、推測されます。NGP協同組合に寄せられるリサイクル部品の注文でも、軽自動車関連の部品の伸びが顕著です。スズキ「ワゴンR」、ダイハツ「ムーブ」、ホンダ「ライフ」といった主要車種で調べてみたところ、現行

モデル、前モデルの主要部品の注文件数は、半年前に比べて2～3倍に増えています。

こうした点でも、自動車ビジネスの全体が軽自動車にウェイトを置きだしていると言っていいのかもしれませんが。

このため、NGP協同組合も現在、軽自動車の部品生産に力を入れているところです。まだ、部品の引当率でお客様が十分満足される水準にあるとは思いませんが、前年度に比べNGP全体で4倍程度、軽自動車用リサイクル部品の生産が増えています。今後もさらに在庫の充実に努めますのでご期待ください。

軽自動車を軸にアフター・ビジネスを考える

キーワードは「女性と高齢者」

軽自動車の保有台数は2500万台ほどで、四輪車の3台に1台は軽自動車という時代になっています。2000年3月末には100世帯当たり40.8台という普及率になっていましたが、06年3月末は46.8台と、21世紀に入って毎年1台ずつ積みあがってきています。

今年の世帯当たり普及率の発表はまだですが、さらに100世帯当たり50台、つまり2世帯あればどちらかは軽自動車を持っている、そういう状況になりつつあります。「軽自動車は儲からない」とおっしゃるカーアフターマーケットの関係事業者の方は多いですが、ほんとうでしょうか。

例えば、スズキからOEMで供給を受けた「モコ」で軽自動車販売に乗り出した日産自動車は、三菱自動車から供給を受けた「オッティ」、同じく貨物車の「クリッパー」、そして今年2月からはスズキ「アルト」ベースの「ピノ」を加え、06年度は14万3800台の軽自動車を販売しました。軽自動車比率は19.4



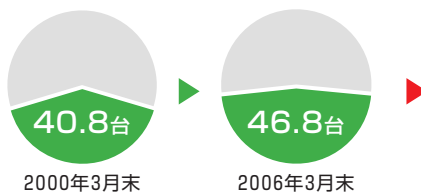
%に達しており「マーチ」「ノート」といったエントリークラスの小型車販売よりも、その販売ウエイトは高いくらいです。

世の中はあらゆる分野で高級品、廉価品との2極化傾向が進んでいます。だから自動車メーカーも、軽自動車を販売戦略に加えるようになっているのです。

「儲からない」と背を向けていては取り

残されます。軽自動車のユーザーはとくに地方都市では女性の日常の足に使われています。また、都市近郊では、リタイアした人が生活の足として、維持費を抑えることができる軽自動車を利用する機会が増えているようです。こうした市場に決め細かく対応することで、サービスメニューも増えまし、新規顧客も増えるようになります。

軽自動車の100世帯あたりの普及台数



2世帯あればどちらかは軽自動車を保有する時代に！



ニュース

『マガジンX』元編集長が分析する 「スズキvs. ダイハツ」戦いの行方 ～第一線の激しいバトルはまだ続く～

SUZUKI 605,506

VS. 2006

616,228

DAIHATSU

スズキ対ダイハツ。国内の軽自動車新車届出台数では両社合わせて60%に達するだけに、この2社の振る舞いは軽自動車市場全体に影響を与える。06年度は、国内の軽自動車届出台数で初めてダイハツがスズキを抜いた。今年3月に100周年を迎えたダイハツにとっては記念すべき実績だが、勝利の美酒に酔う間などないことはダイハツ自身知っている。スズキ60万5506台に対しダイハツ61万6228台。わずか1万台強の差とは言え、「追われる立場」となったダイハツが三日天下で終わってはメンツにかかわる。しかし、是が非でもトップを死守しようと無理をすれば、経営に響く。バランスが難しいところだ。

商品面ではダイハツの進歩が目覚ましい。

スズキの軽自動車主力モデルである「ワゴンR」「アルト」は、3世代にわたってボディ骨格の基本設計を踏襲している。一方ダイハツは、かつて主力だった「ミラ」を脇役に落とし、指名買いの多い「ムーヴ」をメイン車に据えた。モデルチェンジのたびに骨格設計を見直し、軽の寸法枠内で最大の車室空間を得るパッケージングを追求してきた。骨格改良はハンドリングにもプラスの効果をもたらした。

販売の第一線では、ダイハツはスズキよりも1台当たりの平均販売単価が高い。利益率も違う。ダイハツが積極的に商品に投資を行ってきた背景のひとつが、スズキと比較したときの利益率の高さだ。しかし、スズキも次世代商品で骨格設計の一新を行う。

来年発売予定の新型「ワゴンR」が、そのトップバッターだ。小型車「スイフト」で見せた設計の冴えが軽自動車に降りてくれば、ダイハツと真向勝負できる。そうなればスズキの販売力がモノを言う。いずれにしても、国内の軽自動車市場は激戦が予想される。

スズキは昨年「国内の軽自動車生産を縮小して小型車に振り向ける」と発表した。中期的には海外生産を伸ばす。ダイハツは、どちらかと言えば国内に軸足がある。たしかに、地元市場での地位が揺らいだメーカーが長期的に栄えたためしはない。GMがいい例だ。昨年度、国内乗用車メーカーの中で販売台数を伸ばしたのはダイハツだけであり、この勢いはプラスに作用するだろう。(ジャーナリスト・『マガジンX』元編集長 牧野茂雄)

軽自動車に 整備需要獲得の チャンスあり 親切的対応が 新規需要を生む

ではどうすればいいのでしょうか。軽自動車の主要ユーザーである女性の高齢者は、あまりメカに詳しくありません。軽自動車といえども日本車です。性能・品質が高いものですから、定期点検を怠っていたり、オイル交換を怠っていたり。それでも平気で走行していますから、ターボが焼き付けぎりぎりになっていたりすることは、よくあることです。

手を抜かずきちんとした対応をとることが、リピート客を生むことになります。そして高齢者、女性客を取り込もうとときは、お店の間口を広げたり、クルマがとめやすい駐車場を用意するなど、入りやすい店

作りをすることは最低条件になります。

面白いデータがあります。日本自動車販売協会連合会（自販連）がまとめた経営データによりますと、高額車を扱う大型車店では、購入客の点検、車検時の来店率は高いのですが、軽自動車の併売店では相対的に低くなります。

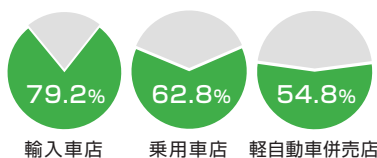
初回車検の入庫率を見ますと、輸入車店が最も高く79.2%、また乗用車店は62.8%ですが、軽自動車併売店は54.8%とカバー率は低くなります。3回目車検の入庫率になると、平均が44.6%なのに対し、軽自動車併売店は35.2%でしかありません。

ユーザーの心理とは面白いもので、高額

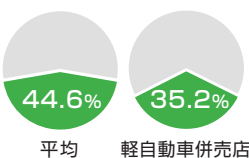


な商品になればなるほど、新しいうちはお金をかけてメンテナンスをしようと思うようです。裏を返せば、軽自動車ユーザーは、ディーラーから街の整備工場に顧客が流れやすい構造を持っているのです。もちろん軽自動車併売ディーラーとの顧客囲い込み競争になりますが、そういうときこそNGP協同組合で販売している「お客様と華（はな）したい!」セットを活用して、お客様の呼び込みに努めてみてはいかがでしょうか。

初回車検の入庫率



3回目車検の入庫率



軽自動車ユーザーは、ディーラーから街の整備工場に流れやすい!

早稲田と共同でCO₂削減効果のデータベース構築 NGP、JAPRA両ネットの販売で 年間20万トンの削減効果



早稲田大学・小野田弘士講師、JAPRA・北口賢二会長、清水信夫会長代役とともに記者会見に臨んだ青木勝幸NGP協同組合理事長。CO₂の削減効果をデータで示すことのPR効果は大きい

自動車リサイクル部品利用によるCO₂（二酸化炭素）削減効果が、数値として明確になりました。CO₂削減効果の数値化は、早稲田大学環境総合研究センター（所長・永田勝也理工学部教授）と日本自動車リサイクル部品販売団体協議会（JAPRA）との共同研究で取り組まれてきたもので、NGP協同組合はこの数値データに基づき、毎月のリサイクル部品販売実績をCO₂削減効果に置き換えて公表し、リサイクル部品の利用が地球温暖化防止に役立つことを積極的にPRします。

5月31日にNGP協同組合は、早大環境総合研究センター、JAPRAとともに都内のホテルで記者会見し、数値化に向けた共同研究の成果を発表しました。それによりますと、JAPRA、NGPの両システムで今年3月には約32万点の中古部品と3万2000点のリビルト部品、計35万点あまりのリサイクル部品を販売しましたが、それにともない1万6435トンのCO₂排出を減らしたことに



なるそうです。1年間でみると、両グループのリサイクル部品流通により約20万トンのCO₂削減効果が見込めます。

会見に出席した青木勝幸理事長は「リサイクル部品の環境貢献度を客観的に示す指標ができた。積極的に利用してリサイクル部品の市場を広げていきたい」などと抱負を述べました。

平均するとリユース部品で1点当たり47.8kgのCO₂削減効果があるそうです。また、リビルト部品は消耗品の交換などがあるため、リユース部品の70%の削減効果になります。分かりにくい数字ですが、例えば「サ

ニー」のエンジン交換をリユース部品で行うと、新品エンジンを使うことに対し261kgのCO₂の排出量抑制になります。261kgのCO₂は、平均的燃費の乗用車で1500km走行したときのCO₂排出量に相当します。

NGP協同組合は今後、数値化されたCO₂削減効果をどのように一般ユーザーに伝えるか、その分かりやすい表現方法を考えることや、整備事業者の方にリサイクル部品利用によるCO₂削減データを提供することなどを検討することになっています。また、数値データを積み上げ、データの精度を高めることも課題になります。

自民党・中川幹事長、冬柴国土交通大臣などに陳情 リサイクル法の実態調査や外国人研修生問題で要望

NGP協同組合の青木勝幸理事長ら幹部は5月29日、NPO法人「NGOひろしま未来グループ」（田中選理理事長）などとともに自民党の中川秀直幹事長、冬柴鉄三国土交通大臣、公明党「自動車問題懇話会」に対し、陳情活動を行いました。

自民党本部や議員会館、国土交通省を訪れ、車検延長に断固反対することや自動車整備事業の認証制度にかかわる要望とともに、3年目

を迎えた自動車リサイクル法の問題点を明らかにするため、実態の把握を進めてほしいことや、整備分野とともに自動車リサイクル事業でも外国人による技能実習制度を認めることなどを陳情しました。

陳情書は、NGP協同組合相談役である上松倉人JU広島理事長が、冬柴国交大臣などに手渡しています。



参加したのは青木理事長はじめ坪干代志副理事長、宮地康弘専務理事、株式会社NGPの多田幸四郎専務および砂原正則取締役です。自動車リサイクル部品業界として国政レベルでの陳情活動は初めてで、業界への理解を深めていただこうと熱弁を振っていました

初級営業マン研修を実施

営業の基本を学び、目からうろこの3日間

第14回初級営業マン研修会が、5月13～15日の3日間、東京都江東区夢の島のBumB東京スポーツ文化館で開かれました。4月に実施した基礎研修を受講したばかりの新人からベテラン営業マンまで、幅広い年齢層の22人が受講しました。

営業の基本を学ぶ講義ですが、「人生経験40年の私にも多々学ぶべきことが多く、非常に勉強になりました」（釧路オートリサイクル、高橋陽一さん）、「人が何かを購入するときの要因はさまざまであり、決めつけてしまうことは商売の幅を小さくしてしまっている、ということです」（カーパーツコンドウ、細野勝巳さん）などと、奥の深い講義内容にそれぞれ得るものは多かったようです。

オートパーツ片岡のオーナー、片岡陸宏さんも参加して、「今回の研修会は、自分にとっ

て生き方に対する何か大切なものへの気づき、そしてまた長年自分ではやってきたつもり営業にかかわる誤ったマナー等の是正、もっと素晴らしい営業マナーへの気づきを発見するまたとない機会になりました」と話しています。



初日のグループ討議のテーマは考えれば考えるほど、深みにはまる。研修室から宿泊棟に論議の場所が移り、話し合いは深夜におよびました

営業の第1線は競争の真ただ中にいるため、顧客を振り向かせようとするに懸命で、「今後、車両の仕入れはますます厳しくなると思いますので、新規開拓に努めます」（ハセ川自動車、小林宏彰さん）などと決意を新たにしていました。



2日目、3日目には青木理事長も駆けつけ、営業のしっかりした取り組みによって、勝ち組となることのできるのだ、と受講生を叱咤激励しました

支店営業所出店

支部	会社名	電話番号	FAX番号	住所	加入日
東北	(株)青南商事仙台支店 アルトレック塩竈	022-361-6669	022-361-6667	宮城県塩竈市貞山通り1丁目45の20	19年5月31日

組合員情報変更

支部	会社名	変更内容	変更後	変更日
南関東	株式会社マルトシ青木	住所表示	静岡県藤枝市横内2250番地(番地変更)	19年4月6日

訃報

4月30日、有限会社オートリサイクルナカシマ福岡（福岡県筑紫野市）中島正則代表取締役社長のご母堂、中島ユキエ（なかしま・ゆきえ）様が逝去されました。享年89歳。謹んでご冥福をお祈り申し上げます。

NGP日本自動車リサイクル事業協同組合事務局

〒108-0074 東京都港区高輪3丁目25番33号 長田ビル2F
TEL:03-5475-1208 FAX:03-5475-1209
<http://www.ngp.gr.jp>

(株)NGP

〒108-0074 東京都港区高輪3丁目25番33号 長田ビル2F
TEL:03-5475-1200 FAX:03-5475-1201