

首都圏

関東支社 東京支局 埼玉支局 神奈川支局 千葉支局
〒105-0012 東京都港区芝大門1-10-11 TEL.03-5
茨城支局 TEL.029-291-3945 栃木支局 TEL.028-600-
山梨支局 TEL.055-253-0079



50台の限定生産「ニッサンGT-R 50 by イタルデザイン」は今後世界各地で披露される予定だ



挨拶する坂本副社長

より日産のフラッグシップと

働く車研究所を設立

商業車軸に市場調査 生き残り策など提案

【さいたま】商業車を軸とした車販、整備、保険の「増収・増益」に関するコンサルティンク業務、経営者研修、新車・中古車(乗用車・商用車)の仕入れ情報など市場調査を追求する企業「働く車研究所」(白石昇社長、埼玉県川口市)が、このほど設立された。

同社は、人口減少と自動車の進化により、販売・整備粗利が年々少なくなっていること、ディーラーの困り込み戦略に伴い個人ユーザーの新規獲得や管理顧客化も難しくなっていることから、これまで培ってきたノウハウや経験を生かし、生き残り策を提案していく。

現状把握チェックシートを使い自社の弱み・強みを数値化して把握、弱みの部分に対する「改善提案の策定」の提案などを行う。また、車両の仕入れに関して具体的なルート及び運営方法など様々な研修を定期的開催する。独特の仕入れによる業販のメリットを各事業所に体感してもらうと同時に乗用車や商用車の新車、中古車の仕入れ先など特別仕入ルートや最新情報の提供などを展開していく。

その他、ホームページ制作や勉強会なども行って行く。URLは次の通り。
<http://work.jp/>

適切な商品説明が勝敗分ける

ダイハツ千葉(矢部正信社長)はこのほど、千葉市中央区のサービス研修センターで「トリプルパッケージロープレ大会」を開催した。当日は



初開催となった「トリプルパッケージロープレ大会」。拡大販展開に弾みをつけたい

トリプルパッケージロープレ大会 ダイハツ千葉

地区予選を勝ち抜いた6人が出場。約15分間にわたり仮想来店者に対するロールプレイング競技が行われ、旭店の古川祐輝さんが優勝を飾った。



記念すべき第1回大会で優勝した古川さん(写真右、左は矢部社長)

トリプルパッケージは残価設定型ローン、ポイントバック、クレジット一体型保険の3商品を総称したもので、ユーザーとの取引回数を増やすことにつながる事が期待されている。

ロープレシオンは点検で入庫した「ブリン」ユーザーに対するトリプルパッケージをフックとした「トール」への代替提案とし、各商品の説明を適切にできたかどうかを審査対象とした。

開会に先立ち挨拶に立った矢部社長は「残価ローンは5年以内の新車代替、入庫防衛率の引き上げ、手数料収入増

旭店の古川祐輝さんが優勝

に結びつくほか、優良な下取り車の確保にもつながる」と開催趣旨を説明した。

総評に立ったダイハツ工業国内営業部地域統括室の池原勉地区担当員は「車両は先進安全装置を始めとして常に進化している。残価ローンはこうした進化する新しいクルマに乗り換えてもらうために適切な商品」などと話した。

審査員として参加した同社の堀井仁会長は「どれだけ自分のワールドに相手を引き込むことができたかが力ギだった」などと勝敗の分け目について触れた。

競技結果は次の通り(一部抜粋、敬称略)。

- ▽優勝 古川祐輝(旭店)
 - ▽準優勝 森澤耕平(鎌ヶ谷店)
 - ▽優良賞 瀬尾友梨(姉崎店)
- (千葉)

増税に向けた対策を協議する関係省庁会議をこのほど開き、食料品などの消費税率を8%に据え置く軽減税率の導入に対応するため、小売店がレジの買い替えなどを行う場合、中小企業を中心に手厚く支援していくことを確認した。

軽減税率の導入により、小売店などは複数の税率に対応したレジを用意する必要があり、現在も中小企業を対象に価格の原則3分の2を補助する制度があるが、会議では「新たなレジの導入を加速したい」（中小企業庁）との意見があり、改めて制度を検討することになった。

消費増税の際、大手企業による中小納入業者への「買いたたき」を防ぐため、価格転嫁の実態を監視する「転嫁Gメン」の増員も検討。増税前後に予想される駆け込み需要と反動減を平準化する対策を補填でき、中古車販売など

マイカーリース展開
中古車販売などを手がけるオートプラス（井野貴文代表取締役、名古屋市中区）は、一般車の所有者と広告主が契約を結び、車両に広告を掲載する「マイカーレスポンス」を関東と東海、関西の3地域で始めた。マイカーで月間500円から1万円程度の収入を得ることができ、維持費を補填でき、中古車販売など

選択し、同社に申請する。その後、マイカーの後部ガラスに広告シールを貼り、同社が提供するアプリを経由して掲載写真や走行距離データなどを送ることで、毎月企業からスポンサー料が得られる仕組み。広告料は広告主やサイズなどにもよるが、10センチ角のステッカーで月間500円、複数のステッカーを後部ガラス全面に組み合わせる場合は同1万円程度になるとい

題だ。同サービスは交通広告のメリットを持ちながらランニングコストを抑えて広告掲載ができる。現在はユーザー登録とクラウドの募集を同時に行っているが、保険会社やゲーム会社、ゴルフメーカー、大学などの広告シールの作成が決定している。12月に向けて、サービスに必要なカメラアプリや広告シールなどを随時、公開していく。

リーズの新製品
K T C
京都機械工具(KTC)は、工具をIoT(モノのインターネット)化したTRASSAS(トレスラス)シリーズとしてTRASSAS for AUTOとTORQUE(トルク)を発売した。TRASSAS for AUTOは締め付けトルク値やタイヤの残溝、ブレーキパッ

インタビュ

働く車研究所(埼玉県川口市)は、商用バンや福祉・介護車両などのビジネスを支援するために立ち上げた。商用車を軸に、車販や整備、保険事業などの増収に向けたコンサルティング業務を手がける。整備や販売のノウハウを提供しつつ、同業者のネットワークを構築することで、相互メリットも生み出していきたいと考えている。

働く車研究所

白石昇社長



資金、突発的な整備への対応などもあり、乗用車整備を中心にしてきた工場が、徐々にシフトできるものではない。段階を踏んでやっていく必要がある。

「新会社を昨年5月に立ち上げた。大型車は運送事業者や土木、建築、ダンプなど多岐にわたる。業界によっては特殊な部分もあるため、その場に合わせた対応力や資金力、特殊な工具の取り扱い、メカニクスの技術力などが求められる。そのため、乗用車を扱っていた会社が大型車整備を今から始めるのは難しい部分もあるかもしれない。ただ、バンや福祉、介護車両など4トンの車までの商用車であれば、ノウハウは、ノウハウさえあれば簡単にシフトできる。トラック市も同様だ。トラック市のメンバーはプロの集まりで、働く車研究所は、そういった場所に集

商用車軸に整備・販売ノウハウを

ネットワーク作りメリット追求

「現状では、こういった事業者が加盟に興味を示しているのか。」「若手経営者の反応がとて良い。先代の時は乗用車の整備を中心に事業を展開していたところが『粗利の高い商用車にチャレンジしたい』という話も聞く。まずは、見よう見まねで始めてほしいと考えている。業界が大きく変わるタイミングでもある。変化に対応するための一つのヒントにしてほしい。まずは300~500社のネットワークづくりを目標にしていきたい」

(太田 千恵)

働く車研究所 代表取締役
白石 昇氏

商用車を軸に車販、整備、保険の
増収増益を目指したコンサルティングを

働く車研究所(埼玉県川口市)は、整備事業者や中古車販売店がバンや福祉・介護車両などの商用車ビジネスを強化するために立ち上げた。商用車を軸に、車販、整備、保険の増収増益に向けたコンサルティング業務を手がける。同時に、整備や販売のノウハウを提供しながら、同業者のネットワークを構築することで、相互メリットも生み出していきたいと考えている。



白石社長(右)と吉田秀樹所長

4t車までのバントラ、福祉車両は
ノウハウがあれば対応は可能に

―東京オリオンピック・パラリンピックに向けた建設需要増などに伴い大型車整備が活況だ

「点検整備の仕事は各社とも増えていると聞く。ただ、大型車の整備

は、場所やメカニクの問題、技術や資金、突発的な整備への対応などの問題で急にできるものではない。段階を踏んでやっていく必要がある」

―昨年5月に働く車研究所を立ち上げた

「大型車は運送事業者や土木、建築、ダンプなど特殊な部分が多い。そのため、乗用車の整備や販売を行っていた事業者が急にシフトしても、対応力や資金、工具、メカニクなど、多くの部分で難しいかもしれない。ただ、バンやトラック、福祉・介護車両など4t車までの商用車であれば、ノウハウさえあれば簡単にシフトすることが可能になる。業界の発展のためにも、整備や販売のノウハウを提供していきたいと考えた。そして、仲間づくり、ネットワーキングづくりをして、メリットを追求していきたい」

―サンユーやトラック市で培った経験を生かしたビジネスになるのか

「もちろんそういうことになる。サンユーでは乗用車から商用車まで幅広い車両の販売から整備までを行っており、売り上げ、利益ともに順調に推移している。トラック市も同様だ。トラック市のメンバーはプロの集まり。働く車研究所は、プロを育てるための場所という位置づけでもある」

営業組織の作り方から
トークマニユアルの作成まで

―具体的にどういった事業を推進していくのか

「①コンサルティング②研修③新車・中古車の仕入れ、販売ノウハウの提供④ウェブサイトの作成―などを手がける。例えば、営業組織の作り方、整備士を営業スタッフに育成するための方法、あいさつをし

てからクルマの調子うかがいするための話法、トークマニユアル、販売方法、仕入れ方法など多岐にわたる。加盟店の説明会は、損保会社とも協力しながら行っていく。地域ごとのほか、当社に来てもらってマンツーマンに近い形で説明したい。7月に行った説明会は約10社がサンユーに来社し、現場を見ていった」

―現状ではどういった事業者が加盟に興味を持っているか

「いまは若手経営者の反応がとても良いように感じる。先代のときは乗用車の整備を中心に事業を展開していたところが、粗利の高い商用車にチャレンジしたいという話も聞く。まずは、見よう見まねで始めてほしいと考えている。業界が大きく変わるタイミングでもある。変化に対応するための一つのヒントにしてほしい。300〜500社のネットワークづくりを当面の目標にしていきたい」

(太田 千恵)