



中古車市場は、ブックオフに学べ

カーシェアリングなんてつまらない！

2013年8月8日(木) 上山 信一

筆者は最近、『風の谷のナウシカ』(コミック版)全7巻を「大人買い」した。

講義で学生たちに「あの映画こそは世界に誇れる現代の日本人の自然哲学の象徴」などと高説を垂れたら、「いや先生、ナウシカは、コミック版の方が深いです」と返り討ちにあったため、慌てて購入した次第である。

このような書籍の大人買いは、文字通り大人の嗜みである。『世界の歴史(全10巻)』とか『ローマ人の物語(全15巻)』など、自分の専門や仕事と関係のない本を、財力にモノを言わせてまとめて買う。なんという快感だろう。

書籍はさらに、もう1つの快感を与えてくれる。そう、ちょっと賢くなった気分である。ポチッとクリックした瞬間に、すでに賢くなったような気になる。手元に届いた時点で、賢くなった感は頂点に達する…。しかし、その感覚は、読まずに積んである状態を見るたびに、じわじわと減っていく。やがて代わりに後悔の念が芽生えてくる。

それでも、他人には「ああ、あれ。全巻持っていますよ(決して読みましたよ、ではない…)」と言える喜び。あれはなかなかのものだ。そして素晴らしい本と戯れる私も素晴らしい存在に思えてくるあの勘違い(笑)も人生における幸福のひとつではないか。

「そうだ、本は売ればいいんだ」

しかし、そのうち限界が訪れる。保管場所の問題である。仕事の資料をどっさり入手した時や、別の知的財産を大人買いしたいという衝動に駆られたとき、ウチで積んだままになっている『世界美術大全集』や『宮本常一著作集』の存在が私を苦しめる。

そのとき、賢くなって素晴らしいはずの私に名案が降ってくる。

「そうだ、売ればいいんだ」

かくして私はいそいそと古書店へ大人買いした書籍を持ち込み、いくばくかの日本円に替える。買い取り値は買ったときよりはもちろん安い、それでも、いくらかは回収できたという満足感が湧いてくる。やっぱり、私は賢かった——。

これは、一時的にはあっても、本を所有していたことで生じる現象である。これらの本が図書館や他人から借りたものであっては、このような物語は生まれない。

「所有からシェアへ」などと言っている輩はこのあたりの微妙な男心を理解していないと言わざるを得ない。

前置きが長くなった。さて、今回の本題は車である。

車は、「所有からシェアへ」の流れが加速している商品である。所有からリース、さらにレンタル、ついにはカーシェアリングである。コインパーキングに停まっている車を分刻みで借りられるというビジネスモデルはなるほど確かに効率的かも知れない。

しかし、私はそんなことはしたくない。バブルの時代に青春を過ごし、人間の三大欲求は食欲・睡眠欲・所有欲と信じる枯れた我々世代にとっては、シェアだなんて、しゃらくさい。

そもそも、雨の日に車に乗るのに、コインパーキングまで傘を差して行きたくない。マイカーはマイガレージに停まっていて欲しい。そのマイカーも、できればポルシェであって欲しい。実はアルファロメオにも乗ってみたい。本当はフェラーリにも乗って「あれはちょっと癖があつてね。ま、そこが可愛いんだけど」などと言ってみたい。

ただし、長期保有は困る。ちょっとの癖が可愛いのは、たぶん短期間だけの気がするからだ。

ちょい乗りの経験を味わいたい

それでも「はいはいはいはいロータスね。エランにちょっと乗ってたことあるけど」とか何かの拍子にさらっと言ってみたい。日本車よりメンテナンスが大変そうなので、メカに弱い私は長く乗り続ける自信がないのだけれど。

さて、このような身勝手な矛盾を、矛盾でなくする方法がひとつある。

中古車市場を古書市場並みに活性化することである。つまり、安く買って少しの期間だけ楽しんだら、そこそこの値段で売れるような市場をつくることだ。そのためには、車の短期所有が当たり前という世の中になればいいのである。

実はこの「さっと買って、夢をかなえ、ちょっとだけ楽しんで、さっさと処分をする」というのは、日経ビジネスオンラインをお読みの方のうち、少なくない方々が親しんでいる行為である。

株式売買である。

何十万円、場合によっては何百万円をはたいて株を買う。しかる後に何かを悟り、十数万円、何十万円売り払っては「いちおうは経済の勉強になった…」と無理矢理自分を納得させているのではないか。

これに比べれば、中古車は価格が安定している。損は少ないはずだ。さらに、数字をながめるだけの株式とは違って、家族を乗せる楽しみという付加価値もある。

それなのに現状では、車の中古車市場は株式や書籍ほどには活性化しておらず、軽々しく買い換えができない。

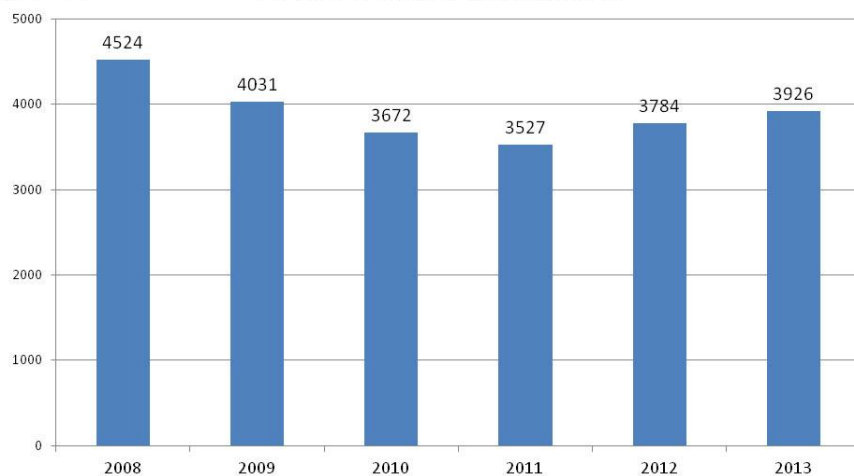
さっそく上山ゼミの中古車チームは、調査を開始した。

いうまでもなく日本の自動車市場は伸び悩んでいる。

中古車市場も、2011年までは縮小傾向にあった(輸出は除く)。だが、この2~3年は伸びている。(図1)

(図1)

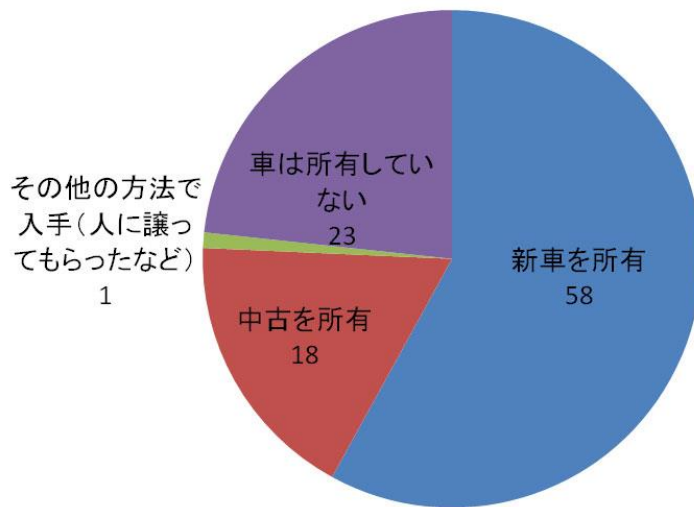
国内の中古車業界の市場規模(億円)



出典:業界動向.com 主要企業11社の売上高計

現在、全世帯のうち、新車を所有するのは約6割、中古車は約2割である。新車対中古車の比率は3:1にまでなってきた。(図2)

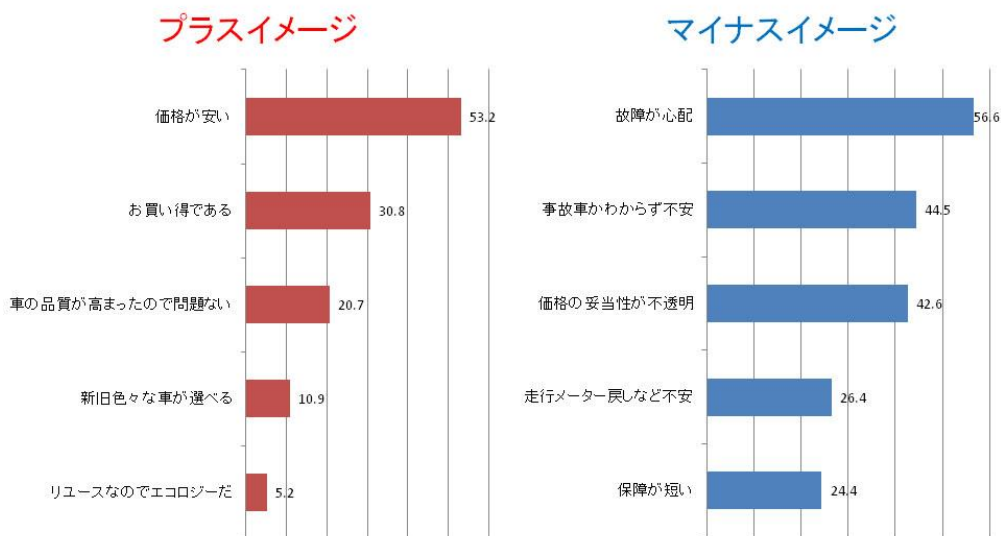
(図2) 世帯別での自動車所有状況(100%=8,886)



出典:マイポイスコム株式会社 ネットアンケート「自動車の購入」(2013年1月)

また、中古車に対するイメージも改善してきている。ガリバーの調査によると、プラスイメージとしては「安い」「お買い得」がもちろん多いが、「車の品質が高まったので中古車で問題ない」「新旧いろいろな車を選べる」といったものも多い。マイナスイメージとしては、「故障が多い」「事故車がわからず不安」など旧来のものが残るものの、品質が低いとかだまされるといった懸念は少数だった。(図3)

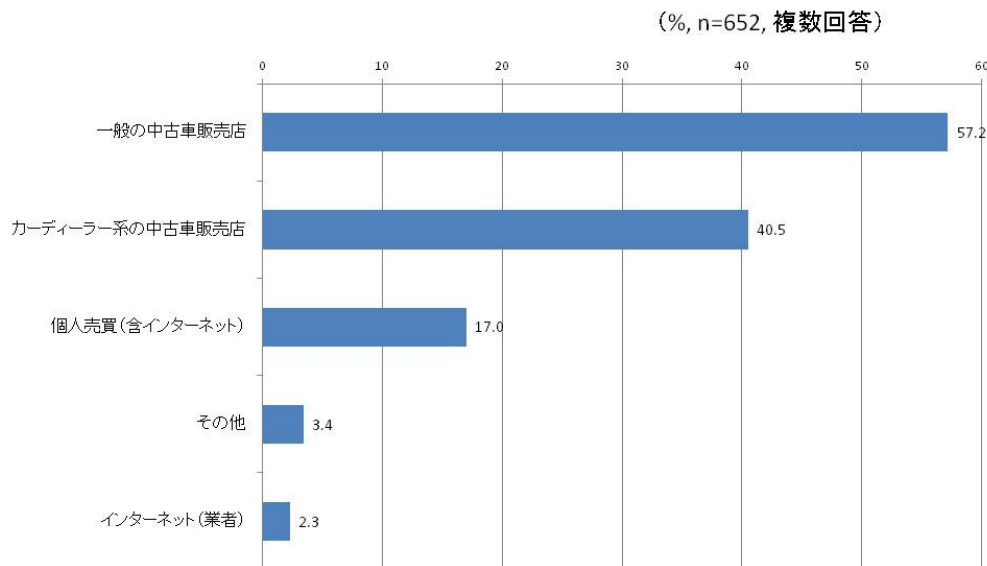
(図3) 中古車に対するイメージ調査
(n=1000,複数回答,上位5つまで)



中古車はどこで売買されているのか。

一般の中古車ディーラーが最多だが、カーディーラー系で買う人も多い。意外に多いのが個人売買で、17%もいる。(図4)

(図4) 中古車の購入ルート



出典: gooリサーチ 2007年2月9日～2月12日

余談になるが、中古車は輸出市場も大きい。リーマンショック前までは、中東やロシアへの輸出が多かった。

今は、ニュージーランドやアラブ首長国連邦、チリ、ロシア、南アフリカ、ケニア、バングラデシュなどがお得意先である。こういった国々に共通するのは、所得はそこそこ高いものの、その一国だけで自動車産業が成立するほどの人口規模がない点である。

中古車の品ぞろえを「仕入れ営業型」に

さて問題は、中古車市場を古本市場並みに活性化するにはどうすべきかである。

ここから先は、やれ車庫証明が、やれ自賠責保険が、といった話はいったんおいておく。ただ一言述べるならば、車庫証明は原則廃止すべきで、国営の自賠責は民営化し、車ではなく免許証に付帯させるべきだろう。要するに、気軽に買い換えできるような規制緩和が望ましいのである。中古車市場の活性化は、内需拡大と成長戦略にもつながる。中古車業界はロビー活動をしっかりしていただきたい。

さらに、中古車業者による“カーハンティング”も奨励すべきである。たとえば街に出て、これはうちで売りたい、買い取りたいと思う車を見かけたら「きれいにお使いですね」と持ち主に声をかける。要するに、仕入れ側でも営業をするのだ。声をかけるのがはばかれるようであれば、駐車中の車のワイパーにお手紙を残せばいい。

あるいは、駐車場業者と組む。そして「この駐車場に駐車の方で、無料査定サービスにご興味ある方はワイパーにこの札をはさんで置いてください。駐車料金を割り引きます。買い取り額も上乘せします」などとやればいい。

だが、ここが大事なところなのだが、単に1台を売って満足してはいけい。さっさと買い替えをしてもらい、回転率を上げるのだ。何もやましく思うことはない。お客の方も「あの車なら乗ったことがある」と言いたい、あるいはエクスペリエンスのために所有したいという人たちなのだから(少なくとも私は)。

「一時所有ならレンタカーでもいいじゃないか」という人は、マイカーを所有する意味というのがまったく分かっていない。レンタカーはあくまで借り物だ。車内をカスタマイズできないし、結果的には高額に過ぎる。原状復帰なんてめんどろ。そして日本には「買った方が安い」という言葉があるではないか。高額消費財のレンタルなど、根付かないと思う。

さて、一度顧客を掴んだ中古車ディーラーは、4カ月もしたら、次の車を薦めるべきだろ。もちろん「今月中の下取りだと〇〇万円になります」といったトークは欠かせない。

数カ月おきにあこがれの車を所有する至福

会員制による割引も大いにありである。あらかじめお客に乗りたい車のリストを書いておいてもらう。「お客さん、ベンツ CLK320 カブリオレ、入りましたよ。来月から4カ月くらい、いかがですか。リセールバリューも高いです」といったアプローチもすべきである。

さて、私がここまで外車にばかり触れてきたのは、私がグローバル人材(笑)だからというわけでも、西洋コンプレックスがあるからというわけでもない(ただし、米国製シリアルを除く)。ましてや外資系企業出身だからというわけでもない。

外車が、車ヒエラルキーに新しい評価軸を持ち込む存在だからである。

かつてこの国には、「いつかはクラウン」という言葉があった。しかし、その言葉が生まれてからの日本は失われた20年近くを過ごし、本当はレクサス、あるいはクラウンに乗りたいたいながら、マークXなど“ふつうのトヨタ”に甘んじている人も多いと聞く(注・“ふつうのトヨタ”の悪口を言いたいのではありません)。

では、年式が古くなった“ふつうのトヨタ”を何に買い換えるか。またしても“ふつうのトヨタ”なのか？ それとも家族の声に屈してワンボックスカーなのか？

そこで、ベンツだ。5年落ちのCクラスの中古なら手が届く(今年マイナーチェンジしたEクラスの新車がいいという本音は胸の奥にしまい込もう)。

ただし、ここでシルバーや白を選んでいるようでは、レクサスやクラウンへの憧憬を捨て切れていない証拠である。ここはあえて、赤を選ぼう。

するとどうだ。白いクラウンには見向きもしなさそうな息子も、デートに使いたいから貸せと言うかも知れない。娘はゴルフへ連れて行けとねだるかも知れない。

そうやって車に乗る面白さを見つければ、彼ら(彼女ら)も自分で車を買うようになるかも知れない。

「風が吹けば桶屋が儲かる」というが、「オジサンが外車をとっかえひっかえすれば、若者は車を買う」ようになるかも知れない。こういうアイデアこそ成長戦略、そして国家戦略プロジェクトの名に値するのではないか。

ご賛同いただけるようであれば、この際、中古車という呼称も考え直したい。

ブックオフの素晴らしいところは、古本屋に変わる名前を自らにつけたことである。中古車業界もこれを見習うべきだ。“オートオフ”はどうか、と思ったら、資生堂が商標を登録済み。洗顔料のようである。無念である。

ブックオフにはほかにも学ぶ点が多い。

ブックオフが変えた消費者の購買行動

持ち込んだ本の査定をしている間に、手持ち無沙汰で、つい新しい古本を買ってしまうというシステムである。あそこに行くと、元気な掛け声と笑顔に励まされ、めぼしいものがなくても、何か1冊は買ってあげなくては、という気にさせられる。言うなればブックオフは、ブックハンティングという新しいライフスタイル、そしてエンターテインメントをクリエイトした企業である。

大人が全集を衝動買いでできるのは、仮に読まなくても売れば良いと思えるから、そして実際に売る場所があるからである。衝動買いへの心理的なハードルを大幅に下げたブックオフは、「本は買うか借りるかするもの」という常識をひっくり返し、「買う」と「借りる」の間にある「有料で手元に有限の期間滞留させる」という選択肢を手軽なものにしたのである。

車もそうなれば、回転が早くなる。そして日本人にカーハンティングという新しいライフスタイルをクリエイトできる。長期所有とシェアの間に、ブルーオーシャンは穏やかに広がっているのである。

(構成: 片瀬京子)