

钣金塗装工場に「集客」は必要か

事故が起きて初めて案件が生じる自動車钣金塗装事業において、「集客」が難しいテーマであることは、これまで何度も論じられてきた。集客の具体的な方法を考察する前に、钣金塗装工場に集客が必要なのか、今一度考えたい。

市場全体が縮小している中、钣金塗装工場個社への影響は

まずは、自動車修理市場の現状をおさらいしたい。

近年、先進安全技術の進化と普及により交通事故発生件数（図1）が急激

に減少しており、それにより自動車修理市場が縮小傾向にあることは、すでに業界全体の共通認識であろう。今後、先進安全技術の機能はさらに向上し、少子高齢化・人口減少（図2）の影響により自動車の使用機会及び保有

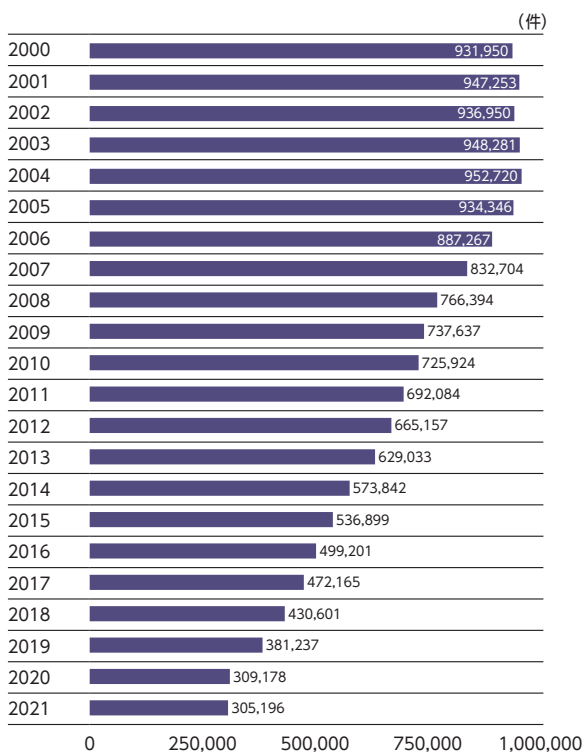
台数は減少していくことが予想され、市場縮小が続くのは想像に難くない。

一方で、钣金塗装工場1社1社に目を移すと、必ずしも入庫が減少している事業者ばかりではない。

市場環境が大きく変化する中で、後継者難などの理由から廃業を選択する工場が現れ始めている。近隣にあった同業他社の廃業や各種理由により保険会社からの入庫誘導の流れが変化したことを受けて、むしろ近年入庫台数が増加しているという工場も少なくない。

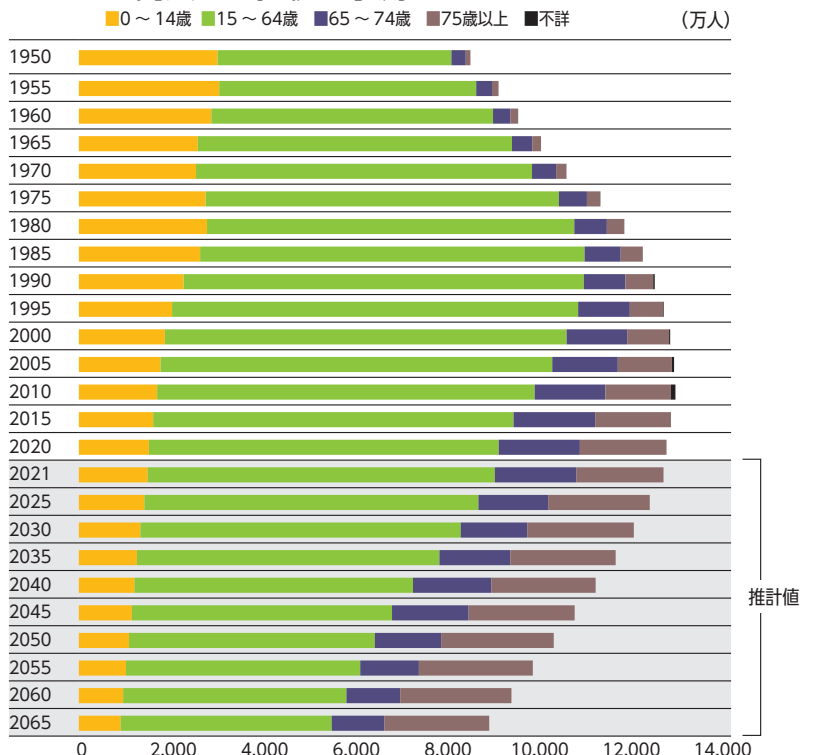
もちろん仕事量が増えている工場は、営業活動や集客などの成果が表れている場合がほとんどである。しかし、もしも特に取り組みをしないまま周辺工場の廃業や損保会社の方針転換などによって仕事量が増えているという場合には、今の状況がいつまで続くのかを考えておく必要があるだろう。

図1 交通事故発生件数の推移



出典：警察庁「令和3年中の交通死亡事故の発生状況及び道路交通法違反取締り状況等について」

図2 国内人口の推移と予測



出典：内閣府「令和4年版高齢社会白書」

カーオーナー 1,000人アンケート

直近3年間に自動車の修理をしたことがあるカーオーナー 1,000人に対し、アンケート調査を行った。

アンケート調査概要

調査対象：直近3年間で、所有車両の損傷に対する修理を行ったことがあるカーオーナー 1,000人

回答者の構成

男女

男性：500人
女性：500人

世代

20歳代：200人 40歳代：200人 60歳以上：200人
30歳代：200人 50歳代：200人

修理依頼先とその選択理由

回答者が所有する車両の種類は**グラフ1**、その初度登録年度の分布は**グラフ2**の通り。回答者の軽自動車比率は36.5%で、自動車検査登録情報協会が発表した乗用車全体の自動車保有台数に占める軽四輪車の比率（約37%、2022年7月末時点）と近い値を得ている。

修理金額ごとに、支払い方法を調査した結果が**グラフ3**。10万円未満では自費修理が50%以上を占め、金額が上がるにつれて保険を使用する比率が高まっており、大筋では業界の認識通りの結果となった。なお、1万円未満の「その他」には、市販品を購入して自分で修理したケースなどが含まれていた。

回答者が実際に修理を依頼した先と、そこを選んだ理由をたずねた結果が**グラフ4、5**。修理先を選択した理由として「車両を購入した店だから」が、新車ディーラーで71.8%、中古

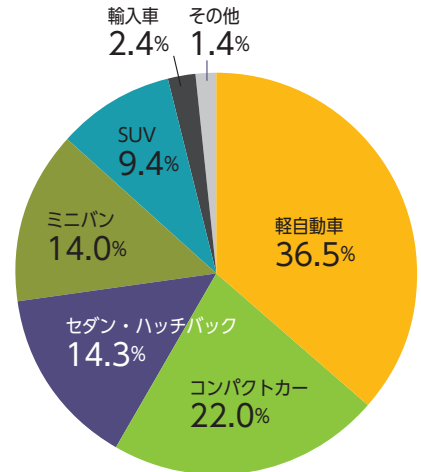
車販売店で64.2%となり、車両販売が钣金塗装の囲い込みにつながっていることがうかがえる。

一方、钣金塗装工場に依頼したカーオーナーにおいては、「自宅から近いから」が最も多く17.9%、次に「家族・知人・友人からの紹介」で16.0%だった。また、「インターネットで検索して、良さそうだったから」が5.7%、「複数社に見積りを取って、一番修理金額が安かったから」が4.7%と他の業種よりも回答を集めており、事前調査や他社との比較検討の結果が重視されている傾向が見られた。

世代・修理金額で修理先を選ぶ理由はどう変わる

入庫先を選んだ理由について、世代別にまとめた結果が**グラフ6**。意外にも20歳代では「インターネットで検索して、良さそうだったから」がまったく選ばれなかった一方で、「複数社に見積りを取って、一番修理金額が安かったから」は5%と他の世代よ

グラフ1 所有車の種類



グラフ2 所有車の初度登録年度の分布

