

マーケティングの出番ですか？

# 第27回「軽自動車の恩典が自動車市場を壊す(前編)」

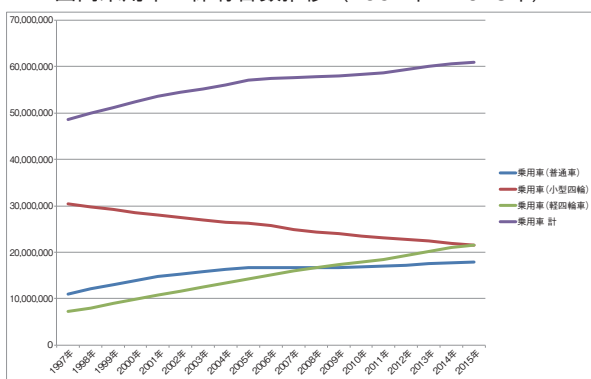
繁 浩太郎 (株) ウェルコインターナショナル 非常勤

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

## ■軽自動車の保有シェアがNO1になる!?

近年、普通乗用車の保有台数は2000年中頃から頭打ちとなり、小型乗用車はすでにそれ以前から下がり続けています。一方、軽自動車の新車販売数は国内販売台数全体の40%に迫る勢いで、2016年はおそらく、軽自動車の保有シェアがNo.1になるのでは？と予想しています。

国内乗用車 保有台数推移 (1997年～2015年)



※ジュンブワネット21 (<http://www.junbu.co.jp>) の統計データに基づき作成

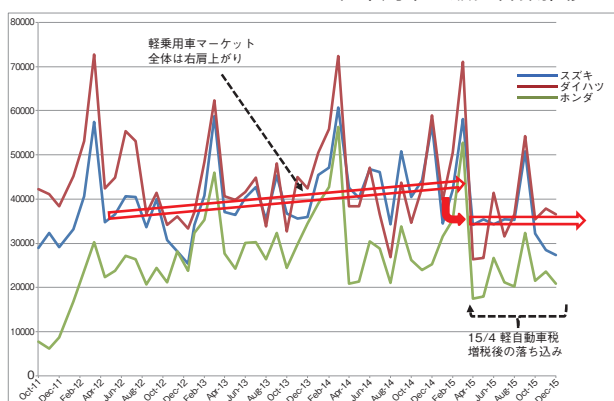
なぜ、こんなに軽自動車は人気なのでしょう？その主な理由として、「日本の消費構造が変化していること」と「軽が小型車並に良くなったこと」、そして、「軽自動車に恩典があること」があげられます。しかし、軽は日本独自の 카테고리 であってもグローバルでは通用しません。そう、軽自動車はガラパゴス化しています。

今回、2回連載の特別企画として軽のガラパゴス化に向き合い、その本質に迫り今後の軽自動車のあるべき姿を考えてみたいと思います。

## ■軽自動車の変遷

軽はベーシカルな5ドア系のアルト・ミラにはじまり様々な種類がありますが、ワゴンRから始まったムーヴ等をハイト系、さらに、タントから始まった背の高い車種はスーパーハイト系といわれ、この市場はN-BOXの

スズキ・ダイハツ・ホンダ 軽乗用車 販売台数推移



登場でさらに大きくなり現在ではハイト系の販売を超えました。スーパーハイト系の販売台数が増えたこともあり、軽の販売全体はここ数年右肩上がりの好調さで全車販売の5割を超える地域も多くなっています。反面、2015年の軽自動車税アップ以降の販売台数は15%以上大幅に落ち込んでいます。

各自動車メーカーは生産販売台数が落ちると1台当りのコストが上がり、収益が悪化します。自動車メーカーの減収は関連企業などにも連鎖し、裾野が広い自動車産業の低迷は日本の経済にも影響を及ぼします。

## ■なぜ、販売台数が落ち込んだのか？

2015年は普通車も小型車も新車販売が落ち込んでいますが、特に軽自動車販売が大幅に落ち込んだことを考えてみたいと思います。

要因の1つ目は、クルマにかかる費用の見直しです。気が付けばスーパーハイト系を中心に車両価格は小型乗用車並みに高くなってきており、軽自動車税のアップをキッカケに家計の中でクルマにかかる費用の見直しが始まったと思われます。

2つ目の要因は、新しいクルマは機能的に改良されてよく走り、燃費、安全なども向上していますが、商品として新しいコトができるとか、デザインが新鮮でいいなど、魅力的でワクワクすることが少ないのです。つまり、クルマは商品として成熟しコモディティ化したのです。

そして、軽自動車マーケットは供給過多傾向であることが第三の要因です。2011年末にホンダが軽自動車市場に本格参入し、2013年には日産と三菱が共同開発するモデルで参入してきたことで、需給バランスが崩れ始めました。供給能力過多によるシェア競争になり、当初は各社、数を売りたいので安く販売しますが、販売が一巡した後に生産調整で数が減るとコストが上がり、売価も上がり、数が売れなくなるという負のスパイラルに陥る危険があります。

## ■軽自動車と小型乗用車の隙間市場

一方、1.2L～1.5Lクラスのフィット等の小型乗用車と軽自動車との間に、自動車マーケットの隙間がありますが、1.0L以下のクルマは軽の恩典の影響で成立しにくい純粋なヒエラルキーのマーケットが形成されておらず、ユーザーにとって商品選択幅は狭くなり、特にクルマをダウンサイズしたいユーザーの悩みどころとなっています。

「軽自動車だとボディが小さすぎてナンバーも黄色だしチョット……。たまの遠出にはもう少し余裕が欲しいけど、価格は抑えたい」。また、この1.0Lあたりのクルマは新興国でも多くのニーズがあります。

軽自動車を利用局面で考えてみますと、例えば地方の公共交通機関の少ない地域のユーザーや、これからますます増える高齢者ユーザーがアシとして使うような、必要にせまられた場合と、街中での買い物や雨の日の送り

迎えなどで、より楽とか、便利という使い方の場合では、軽自動車に対するニーズは異なります。

特に高齢者のためのクルマとは？という視点では、高齢者は運動能力が落ちてくることから、より小さいクルマが運転しやすく、また、予算面でも小さいクルマは助かり、結果、軽自動車が最も選びやすい車種になります。

## ■軽自動車の根強さ

2015年は落ち込んだものの、軽自動車の根強さについて日本の道路事情の観点から検証してみましょう。

日本の道路や走行環境をみると、高速道路は有料で高く、首都圏以外はほぼ二車線、地方の国道などはほぼ一車線でその幅はアメリカなどより狭く、信号が比較的多く、制限速度は高速でも100km/h、つまり、日本の道路事情にはクルマを速く長距離走らせるのに向いておらず、長距離移動には公共交通機関が利用されています。

このようなことから、日本のクルマの役割は短距離移動にあると言っても過言ではありません。平日1日の走行平均距離は、約90%のユーザーが40km未満。また休日でも約80%が60km未満というデータがあるほどです。このように短距離移動が主となると、軽の乗り心地、広さ、走り……ハードの性能でも十分と言えます。

また、「隣のクルマが小さく見え～す」という昔のコピーに代表されるユーザーの価値観はなくなり、隣近所や、世間の他人からの目線はあまり気にしなくなってきました。クルマをその純粋価値でみるようになってきました。

以上のようなことから、クルマ全体がダウントレンド

の中でも、軽自動車販売は今後も堅調に伸びると考えられます。

## ■軽自動車マーケットの課題（まとめ）

- ① 軽の恩典の行き過ぎによるマーケットのガラパゴス化
- ② グローバルマーケットでニーズのある1.0L車種の乏しさ
- ③ 軽自動車のシェア増による国の自動車税収の減少

このようにみえてくると、軽自動車の税制を見直すべき時期にきていると思われ、そのためにはマーケットを刺激し、ユーザー、メーカー、国（税徴収）のそれぞれがハッピーになる改革が必要です。

後編では、さらに詳しく考察し、ユーザー、メーカー、国の三者がハッピーになる提案をしたいと思います。



繁 浩太郎(マーケティング・ディレクター)

1952年生まれ

出身：京都府

関西大学 工学部卒業

本田技術研究所にて、ステップワゴンからN-Boxまで数多くの車の企画、開発、ブランド戦略に従事、またCR-Zの商品統括責任者も担当。現在、ウェルコインターナショナル(株)に非常勤で所属。趣味はギター演奏、バンド活動。

一演奏、バンド活動。



# robobakkon

## 女性マーケターによるロボット開発マーケティング支援！

### ●●● マーケティングインテリジェンス ●●●

robobakkon は、インダストリー 4.0 を視野に入れたロボット開発のマーケティングインテリジェンスをご提供します。コンセプト開発、事業化構想、製品設計、商品化評価の各段階において必要となる市場や業界動向の調査を始め、潜在顧客を対象としたニーズや課題等の分析・評価を通じて、商品開発のマーケティングプロセスをワンストップでサポートします。

### ●●● マーケターズプロダクション ●●●

市場創造には、未来に向けた仮説構築やコンセプト開発など「発想と洞察」が必要不可欠です。robobakkon では、ロボットの商品開発、アイデア開発のために、各製品／サービスに精通した経験豊富な女性マーケターをプロダクションとして組織化、女性ならではの感性と直感を武器にロボット開発を新たな視点から大胆にサポートします。

### ●●● 女性の感性アプローチ ●●●

#### ● 女性マーケターの視点

##### ● 生活目線から発想する

競合他社や自社の状況や製品の変遷等に囚われず、身近な生活目線を軸に、自由に発想できる。

##### ● 既存の方法に拘泥しない

技術ありき、従来の開発アプローチありきでない視点による仮説から、画期的な製品を発想できる。

##### ● 感情を読み取るのが得意

論理を超えた感性、感覚的な要素を読み取る力から、技術優位では気づかない、製品の魅力や価値を発見できる。

##### ● 人のしあわせがゴール

市場シェアや利益、競争優位等の企業のゴールでなく、人がしあわせになる(QOL)視点をゴールに発想できる。

##### ● ユーザー視点の共感力

共感力の強さから、ユーザー意識をしっかり掴むことでより本質的なニーズや本人も気づいていない潜在ニーズに迫れる。

#### ● 特徴・メリット



<https://robobakkon.jp>

デンプロクシー  
ウェルコインターナショナル

〒153-0065 東京都目黒区中町 2 丁目 50 番 13 ザ・ピーク 4F 号  
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-10-9 原宿重友ビル 8F

Tel. 03-6412-8780  
Tel. 03-6418-5519

info@robobakkon.jp  
info@wellco.org