登録車にはエコカー減税・補助金の追い風

年度ベースで300万台を回復

09年度国内新車販売　前年比3.8%増488万265台

2009年度の国内新車販売は、前年度比3・8%増の488万265台となり、4年ぶりの増加となった。エコカー減税・補助金の追い風を受けた登録車は、昨年8月からプラスに転じ、年度ベースで300万台の大台を回復。一方、軽自動車は厳しい冷え込みが続き、3年連続の減少となった。メーカー別でも昨年度2位のスズキ、同3位のダイハツ工業がホンダ、日産自動車に上位を譲る結果となり、"軽高登低"の販売動向が逆転する結果となった。

■ホンダが2位に躍進

09年度のメーカー別総合順位は、前年度比14・4%増で約149万7千台を販売したトヨタ自動車が首位を獲得。ホンダが2位に入り、昨年度の5位から大きく躍進した。3位は昨年度4位の日産自動車。スズキ、ダイハツはともに総合数が前年割れとなり、ベスト3から後退した。

登録車は同10%増の318万2千台と2けた増を記録。一方、軽自動車は169万8千台で同6・1%のマイナスとなった。車名別ではトヨタ「プリウス」が27万7千台で初の総合首位を獲得。08年度まで5年連続で総合首位を守ったスズキ「ワゴンR」は20万台を割り込み2位だった。

■減税・補助金で明暗

09年度に顕著になった軽販売の不振は、登録車に手厚いとされたエコカー減税・補助金制度の導入が要因のひとつと考えられる。重量税、取得税が全額免除される日Vはもちろん、軽自動車と競合するI・3ボックスのコンパクトカーも5万円程度の減税効果があり、さらに、ミニバンやセダンでは10万円以上の還付を受ける車種も多い。

また、登録車への乗り換えには10万円の購入補助があるのに対し、軽への乗り換え補助は5万円（廃車を伴わない場合）となっていることも大きい。このような背景から09年度は登録車、特に日Vを選ぶ消費者が増え、政策支援の効果が現れ始めた昨夏以降の登録車販売を押し上げたと見られる。

■年度末商戦は好調に推移

政府によるエコカー補助金制度の延長決定を受け、駆け込み需要が望めなくなった09年度の年度末商戦は、登録・軽ともに前年同月比を上回った。メーカー別ではスズキ以外の全社が前年同月比でプラスとなり、なかでもトヨタは同50・7%増に伸び、50%以上の伸長率は、日本自動車販売協会連合会（自販連）が1968年に統計を開始して以来初めて。

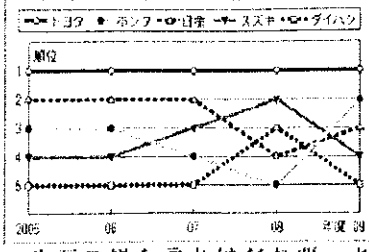
また、車名別ではマツダ「デミオ」が2カ月ぶりにトップ10に返り咲いたほか、富士重工業の「レガシィ」が6カ月ぶりにトップ30入り。さらに、三菱自動車が2月に発売した「RVR」が27位に入り三菱自動車が実に2年2カ月ぶりのトップ30入りを果たすなど、各社で明るい兆しが見え始めている。軽もワゴンR、ダイハツ「タント」が市場をけん引し、単月で23万1千台を販売した。

■"夏の駆け込み需要"と総合数が鍵に

"冬の反動減"が鍵になるなど、上昇傾向にある国内新車市場。ただ、金融危機前の07年度レベルには届かず「依然、先行きは不透明」（自販連）な状況が続く。10年度は9月末にエコカー補助金制度の延長期限を迎えることから、夏季には補助金の駆け込み需要が急増することが予想されている。一方で、10月以降の反動減が懸念され、メーカー・ディーラー各社はこれらの動向にいち早く対応することが求められる。

ただ、国内販売の回復基調が顕著になってきたことから、現場では「反動減の影響は年内で落ち着き、来年1月以降は従来通りの販売に戻るのではないか」（都内の新車ディーラー店長）との明るい見方も出始めている。まずは、例年合数が落ち込みがちな4、5月をいかに乗り切り、スタートダッシュを決めることができるか。各社の販売施策が注目される。

過去5年間の総合トップ5の推移



軽は厳しい冷え込み続く

"軽高登低"の販売動向が逆転

愛媛県で交通安全協会と啓発活動

インペアード・パフォーマンスゼロプロジェクト

愛媛県交通安全協会と、インペアード・パフォーマンスゼロプロジェクト（代表＝谷内一彦東北大学大学院医学系研究科教授）は6日、愛媛県松山市で啓発団体の愛媛県交通安全協会と「インペアード・パフォーマンス（気づきにくい能力ダウン）啓発活動」を行った。

6日から展開されている「春の全国交通安全運動」に合わせて実施したもので、花粉吸引機を背負い「花粉バスターズ」にふんした女性2人が、愛媛県の警察や交通安全協会などの関係者らと一緒にパレードに参加した（写真）。パレードでは、小冊子の配布を通じて、花粉症などの治療に使用される抗ヒスタミン薬の成分により、集中力や判断力が自覚の無いままに低下する状態となるインペアード・パフォーマンスについて、予防と対策をドライバーや市民に呼びかけた。

愛媛県交通安全協会は、インペアード・パフォーマンスがドライバーの運転操作や判断力に影響を与えるなどのリスクに着目し、今回の全国交通安全運動を機に同プロジェクトに参加した。同協会では「インペアード・パフォーマンスを知ってもらい、安全運転の徹底につなげていく」と話している。

海外展開製品を国内投入

環境対応型クリヤーコート需要に柔軟対応

PPGジャパン

自動車用塗料などを手掛ける米PPGインダストリーズの日本拠点であるPPGジャパンは、海外で展開している環境対応型クリヤーコートの国内販売を検討している。北米では「ENVIROBASE（エンバイロベース）」という製品ブランドで2009年に市場投入された。同製品は水性ベース用の低溶剤型クリヤーコート。欧米を中心に水性塗料の普及が進むなか、コーティングに用いられるクリヤーの環境対応性能に着目した製品。揮発性有機化合物（VOC）の含有量低減と同一塗面可使時間の延長を実現した。

PPGジャパンは、今回の新製品をラインアップする方針。低溶剤型クリヤーの国内販売を通じ、日本の塗料メーカーに柔軟に対応する。時には厳しく言うこともいやさを提案する制度や保単位に落とし込む。一日の活動、すべてを通じて、お客様の信頼を得られるよう、日々、全力で取り組んでいる。

営業活動支援システムをリリース

タックコンサルティングサービス

ディーラーなどを対象にしたコンサルタント業務を手がけるタックコンサルティングサービス（伊藤明容社長、三浦県四日市市）は、パイクショップやカーショップ向けの営業活動支援システム「MAIDO」をリリースした。顧客管理機能付の携帯メール配信ウェブシステムで、「顧客の囲い込みの実現を支援するサービス」（同社）としている。

同システムは、同社が総合監修しエイドット（A・）ソリューションサービスが製作した。主な機能は「顧客情報管理機能」「車両情報管理機能」「整備履歴情報管理機能」「携帯メールマガジン配信機能」で、活動時期や作業区分別のアプローチ配信が出来るほか、各店舗が指定する配信ルールに沿った配信も可能になっている。携帯メールは、NTTドコモ、KDDI（au）、ソフトバンクに対応。

カーショップなどのカーライフビジネスは、顧客の争奪合戦が激化しており、顧客を固定するとともに信頼生き残りのカギを握っていると言われている。メンテナンスパック商品やオイル会員システムはそうした生き残り策の一環。MAIDOは、携帯メール配信を通じて顧客とのよりきめ細かな関係づくりを強化することを目指したもので、低コストで売り上げの増大につなげることを目指す。

基本利用料金は、月額払い（税込み、1店舗につき）で52500円、年一括払いが57万2500円（同）となっている。そのほかに初期設定費用（税込み）が3万1500円必要。

顧客管理機能付の携帯メール配信システム

低コストで売り上げの増大へ

担当者中心に取得

社内タイヤ資格保有者を増員

イエローハット

イエローハットは、タイヤに関する社内資格の取得者を増員する。タイヤの販促活動を強化するのが狙いで、店舗のタイヤ担当者を中心に資格取得を進める。消費者の環境意識が高まりエコタイヤ需要が拡大する中、タイヤ業界では性能を客観評価し、低燃費タイヤを定義する「ラベリング制度」がスタートした。同社はこうした市場環境の変化を「商機を生むチャンス」ととらえており、資格取得を推進することでスタッフの販売力を強化、タイヤ販売本数の上積みにつなげる。

YTA（イエローハットタイヤアドバイザー）の取得者を増やす。直営店とフランチャイズチェーン店の全店を対象に順次、資格取得のための講習会を実施していく計画だ。YTAが取得できるのは、ブリヂストンタイヤアドバイザー（BTA）などタイヤメーカー各社の資格認定を受けたスタッフ（YTA）の取得者を増やす。直営店とフランチャイズチェーン店の全店を対象に順次、資格取得のための講習会を実施していく計画だ。YTAが取得できるのは、ブリヂストンのBTA（ブリヂストンタイヤアドバイザー