

「自動車整備規制の生むニュービジネス」

基礎演習 8 組 担任：長谷川 伸

提出日： 1997 . 1

2 . 2 2

自動車整備規制の緩和によって生まれるニュー・ビジネスや、自動車用鋼板の新規格制定によって企業側は、一体どのようなビジネスや、発想を生み出すのであろうか？

「車検に関する規制緩和は、従来の発想から抜け出せない自動車整備業者には、決定的なダメージとなるかもしれない。しかし、そこで自動車整備業者がとった政策とは一体どのようなものであるのか？

『そこで新しいビジネス考えようとしている大阪の自動車整備業者、オートレックインクスは、予約割引、持込引き取り割引といった新制度で低価格車検を実現し、業界に大旋風を巻き起こした。というのも、メインの自動車メンテナンスサービスは、エンジンオイル交換が小型車で2380円など、格安価格になっている。加えて交換十分という具合に作業にかかる時間を短縮し、かつその時間を掲示して客に分かりやすくしている』（注1）。オイルコングと言う新業態店を始め、その成長は、急激に拡大してきている。

さらに、日本の車検、自動車整備市場などが、大きな変貌を遂げるきっかけとなったのは、95年7月に行われた道路運送車両法の改正であるが、ではその改正点とはどのようなものなのでありまた、高成長を遂げたビジネスとは？『つまり12ヶ月、24ヶ月点検における点検項目の大幅削減、車検前の整備義務がなくなりユーザーが直接車検を受ける事が可能になった、と言うものである。これにより、ユーザーは整備工場やディーラーに頼まなくても、自分で陸運局に車を持ち込む「ユーザー車検」がより簡単にできるようになった。運輸省が7月にまとめた調査結果によれば、95年7月から96年6月までの一年間に行われたユーザー車検は、前年同期比62%増の121万件へ急拡大した。また、「コンビニのサンクスと提携し、サンクスの窓口でもクイック車検を受け付けるようにする」という政策も取り入れられてきた。11月に約100店で始めるこのサービスは、年明けには全国1000店のサンクス取り扱い扱うようになり、一段の成長を見込んでいる』（注1）。このようなユーザー車検の急拡大を背景に「ユーザー車検代行業」が高成長を遂げている。

さらに、色々な基準の規制の緩和によって、整備工場やカー用品ショップなどは、どのようなことが可能となり、どのようなニュー・ビジネスが生まれたのか？『95年7月の法改正では、異業種からの整備市場への参入というインパクトを持っていた。整備工場の認証基準が引き下げられたからである。運輸局の認証が必要な整備工場は機器、整備士数、広さなどでさまざまな基準が設けられている。それらが緩

和されたことで、自動車整備工場の新設が容易になったのである。さらに95年10月と96年8月に交付された運輸省令では、自動車の分解整備に関する規制が緩和され、ショック・アブソーバなどの部品は運輸局の認証を受けていない場所、人でも交換が可能になったのだ』（注1）。これを受け、カー用品ショップ最大手のオートバックスセブンは、店頭での部品交換を行ない始めた。石油元売りのジャパンエナジーも系列ガソリンスタンドでの部品交換サービスなど、新しいビジネスで、成長してきている。

次に、部品という（材料）の視点から見てみよう。バブル期に650種にも膨れ上がった自動車用鋼板がなぜ新規格により150種に統合されることになったのか？バブル崩壊以降、自動車業界では、車種統合や部品の共通化が、大きな流れとなってきた。今回、これが「鉄」という材料にも及んだと見ることができる。『鉄と自動車の両業界団体が手を携えて、こうした規格統一を始めたのは、「95年2月から」だが、その当時、規格統一化を促す大きな事件があった。95年1月に起きた阪神大震災である。この大地震によって、神戸製鋼の神戸、加古川両製鉄所が、生産不能に陥った。もともと神戸製鋼は、自動車用エンジンに使用される弁バネなど、線材に強みを持つ。この線材の調達に支障を来したために、各自動車メーカーは神戸製鋼以外の鉄鋼メーカーから線材を調達せざるを得なくなったのである。これは、当時大々的に報道されたが、実はこれ以外にも同様のことが、今回の規格統一の対象となった鋼板でも起きていた。例えば日産自動車では、神戸製鋼から調達していた鋼板と同じ物を、別の鉄鋼メーカーから調達したが、「一部の鋼板では、うまくプレス加工ができなかった」という。やむなく、神戸製鋼から、その鋼板の製造工程や特性値を聞き出し、それを別の鉄鋼メーカーに伝える、という作業を行なわざるを得なかった。では、なぜこうしたことが起きたのか。従来の鋼板の規格は、JISで定められたものがベースとなる。しかし、JISで定められる規格では、強度や加工性を示す数値の「下限値」しか定められていなかった。鋼板をプレス加工する際には、「割れ」が生じないような程度の固さが求められる。しかし、逆に固すぎると今度は「しわ」が生じてしまう。プレス加工の内容によっては、上限値を変えなければならず、従来のJIS規格では、下限値が同じでも上限値が異なる、別の種類の鋼板が、幾つも作られるようになってしまった。さらに、消費者がデザインを重視する時代となり、最初の設計を変えずに鋼板の機能を上げることで対応する様になり、車種ごと、モデル

ごとに異なる鋼板が使われる様になったからである』(注2)。つまり、バブル期に、自動車メ - カ - 各社が、消費者にアピールするためにデザインをより重視する様になったのである。

自動車整備とは、何のためにするものなのかという根本的な二 - ズを突き詰めて考えていけば、まだまだニュー - ビジネスが、生まれる素地はあるのである。

注1：福田 淳「自動車整備規制が生むニュー - ビジネス」週刊東洋経済 1996 . 11 . 2 p 38 . 39

注2：佐藤 和彦「大手が仕掛けた新規格統一」週刊東洋経済 1996 . 11 . 2 p . 16 . 17

参考文献

福田 淳「自動車整備規制が生むニュー - ビジネス」週刊東洋経済 1996 . 11 . 2

佐藤 和彦「大手が仕掛けた新規格統一」週刊東洋経済 1996 . 11 . 2