

## 自動車部品卸売業に関する調査

### < 調査要綱 >

補修用の自動車部品の需要はこの数年微増傾向で推移している。しかし、長期的にみると横ばい安定化が予測される。また、新車ディーラーの整備事業強化、カー用品店などの整備事業参入等が進み、従来の整備業者での需要が減少している。

こうしたなか、整備業者をメイン顧客とする自動車部品卸売業者は、整備業者との共存共栄策を講じるとともに、自社の扱い分野の明確化、取引先の拡大などが課題となっている。

#### 1. 調査対象

自動車部品の卸売業者318社をメインに、業界団体など、自動車部品や整備に関連する事業を展開する企業、団体、行政など

#### 2. 調査方法

アンケート調査、面接調査、電話調査など  
官公庁、業界団体などの統計資料の収集・分析  
弊社蓄積情報の収集・分析

#### 3. 調査期間：2007年6月1日～2007年11月16日

### < 調査結果サマリー >

#### 【自動車部品流通の現状】

##### 自動車整備需要量の安定化（自動車部品需要の安定化）

- ・自動車保有台数と車検台数の増加傾向が鈍り、需要量が横ばい安定化

##### 自動車整備需要の質的变化

- ・価格競争などによる収益性の低下
- ・整備工場からディーラーへの整備需要シフト（ディーラーのサービス業務強化）

##### 顧客や競合先の変化

- ・メーカー系部販との競合感と整備工場との共存感の顕在化
- ・自動車整備の扱い業種の広がり（カー用品店、車検チェーンなどの整備事業への参入）

#### 【自動車部品卸売業の課題】

##### 整備業者との共存共栄

- ・戦略的な施策展開や店づくりができない整備業者への支援
- ・自動車の電子制御化への対応（汎用テストの供給、車両電子診断の代行など）

##### 事業基盤の強化

- ・顧客との信頼関係の構築・強化（地域密着など）
- ・自社の扱い分野の明確化、専門特化（独自商品の提案など）
- ・販路の拡大（カー用品店、車検チェーン、ガソリスタ、中古車店など）
- ・部品卸以外の業容の拡大

資料発刊：「自動車部品卸売業の現状と展望 2007年版」

2007年11月29日発刊 定価：157,500円(本体価格150,000円 消費税等7,500円)

株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 レポート発刊数：年間約250タイトル URL：<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先 Tel 03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

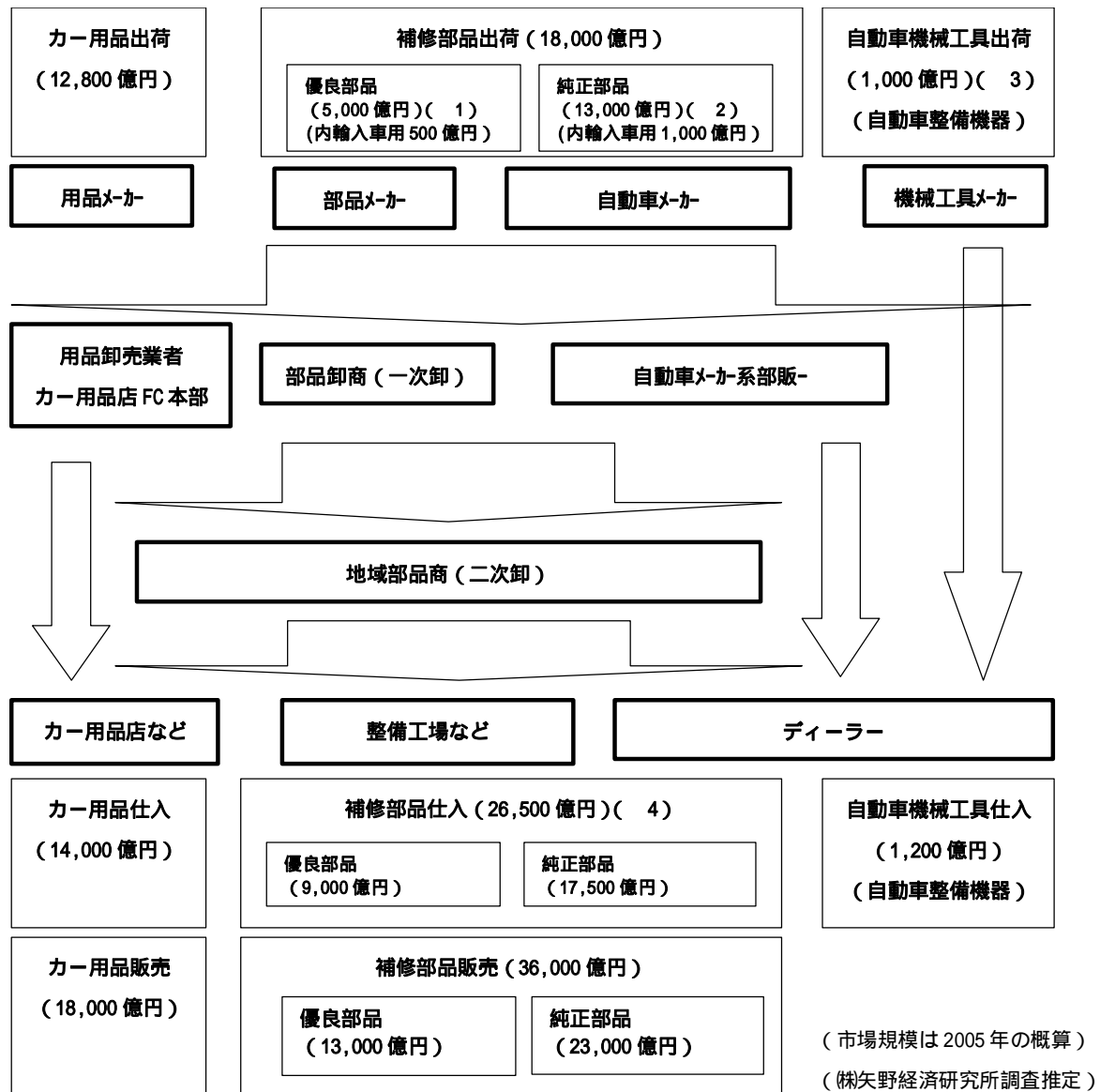
広報担当：管理本部・広報室 中村

# 調査結果概要

## 1. 部品流通の全体像

自動車部品、機器関連の流通状況を概略的に示した。カー用品の金額は弊社調査値、機械工具は業界団体の統計値を使用した。補修部品は、優良部品出荷額（ 1）、純正部品出荷額（ 2）、整備業者の部品仕入額（ 4）の統計値を元に、諸条件を加味して推定、算出した。

### 【自動車部品アフターマーケットの全体像】



- 1: (社)自動車部品工業会調査の「直接市場向け・補修部品出荷量」をもとに推計
- 2: (株)自動車新聞社調査の「自動車メーカー12社の補修部品・用品売上高」
- 3: (社)日本自動車機械工具協会の調査値
- 4: (社)日本自動車整備振興連合会調査の「整備売上高」をもとに推計

## 2. 部品卸売業者の事業規模推移

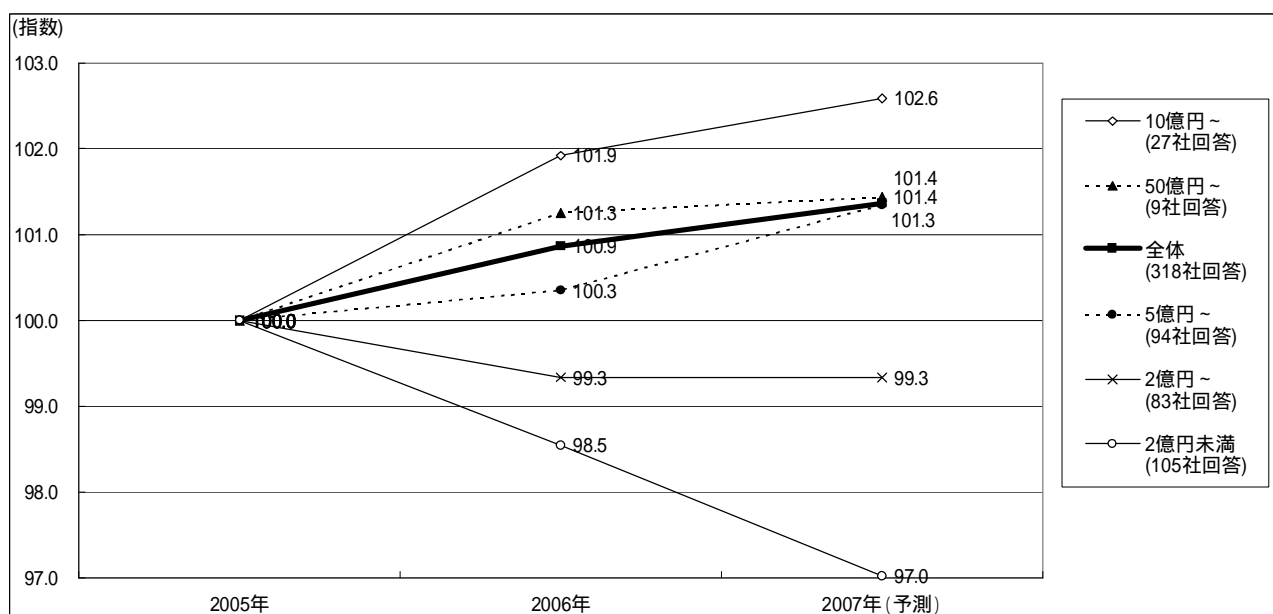
今回調査した318社の分析結果をみると、この数年の卸売業者の事業は微増傾向で推移している。事業規模別にみると、10億円以上の規模が大きい部品商の推移が順調で、2億円未満の小規模な部品商の推移が低迷している。

商圏別にみると、全国圏を商圏とする部品商と広域を商圏とする部品商の推移が順調で、一部都市を商圏とする部品商の推移が低迷している。

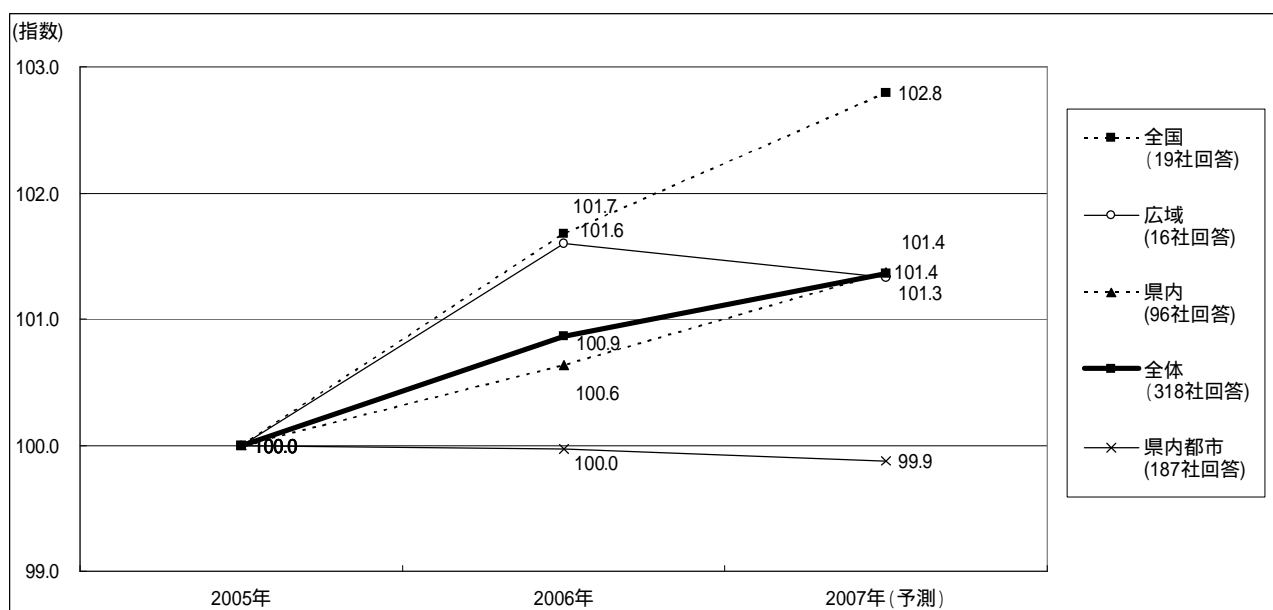
ある程度の規模がある部品商では、会社経営として戦略的な事業展開を進められるが、規模が小さい業者は、日常的な業務に追われて事業戦略を十分に検討できない事情があるとみられる。

### 【部品事業の売上推移】(地域部品商318社の集計値)

#### C1. 部品事業規模別



#### C2. 商圏別

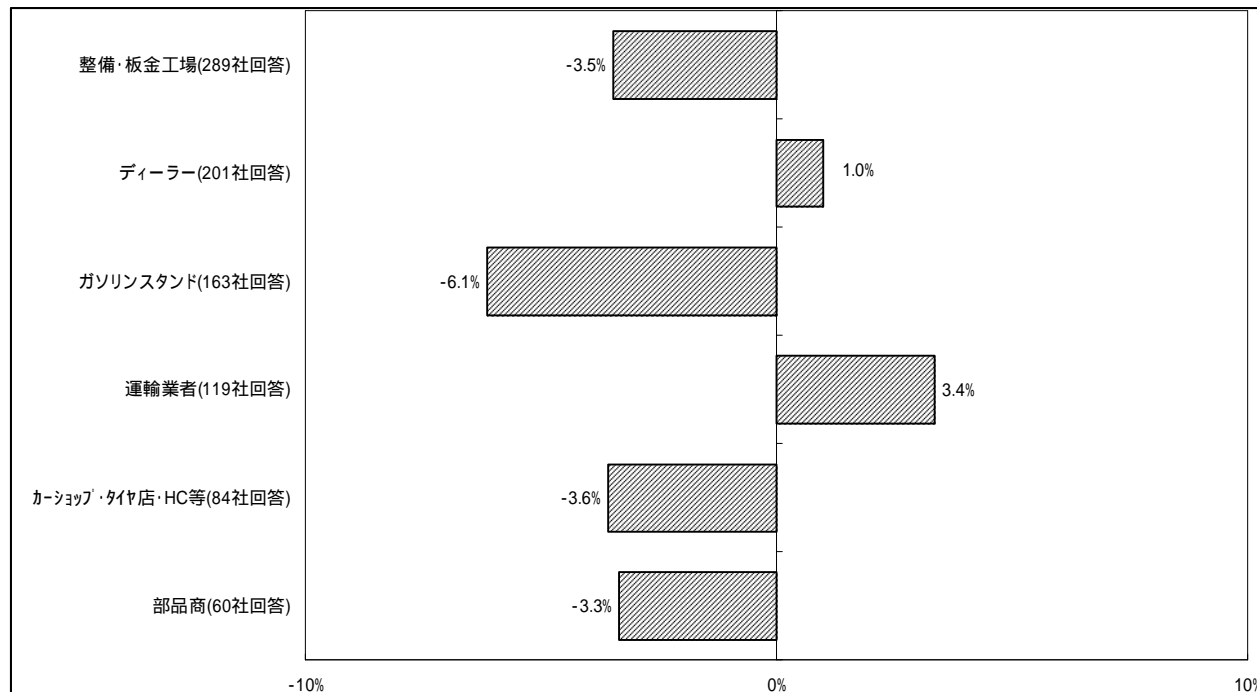


### 3. 部品卸売業者の販売先の変化

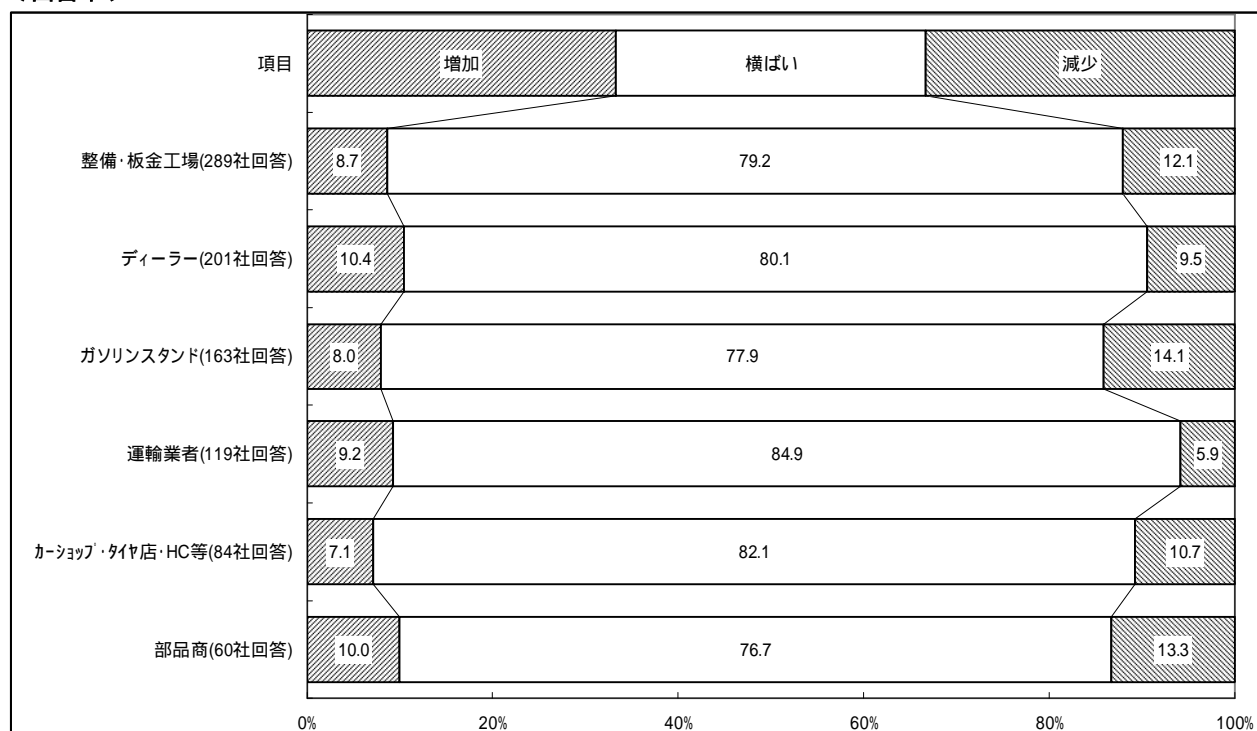
販売先の変化をみると、ガソリンスタンドへの販売が減少傾向にあり運輸業者への販売比率が高まる傾向がみられる。

#### 【この数年の販売先の変化】(地域部品商318社の集計値)

(増減指標(増加回答率-減少回答率))



#### 【回答率】

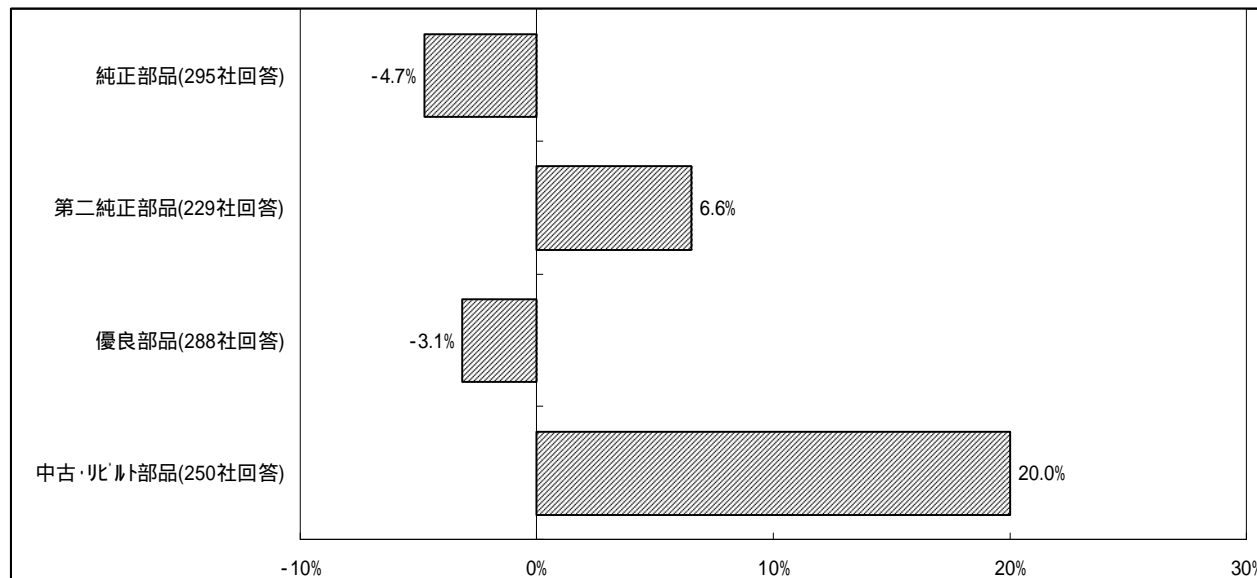


#### 4. 部品卸売業者の扱い部品の変化

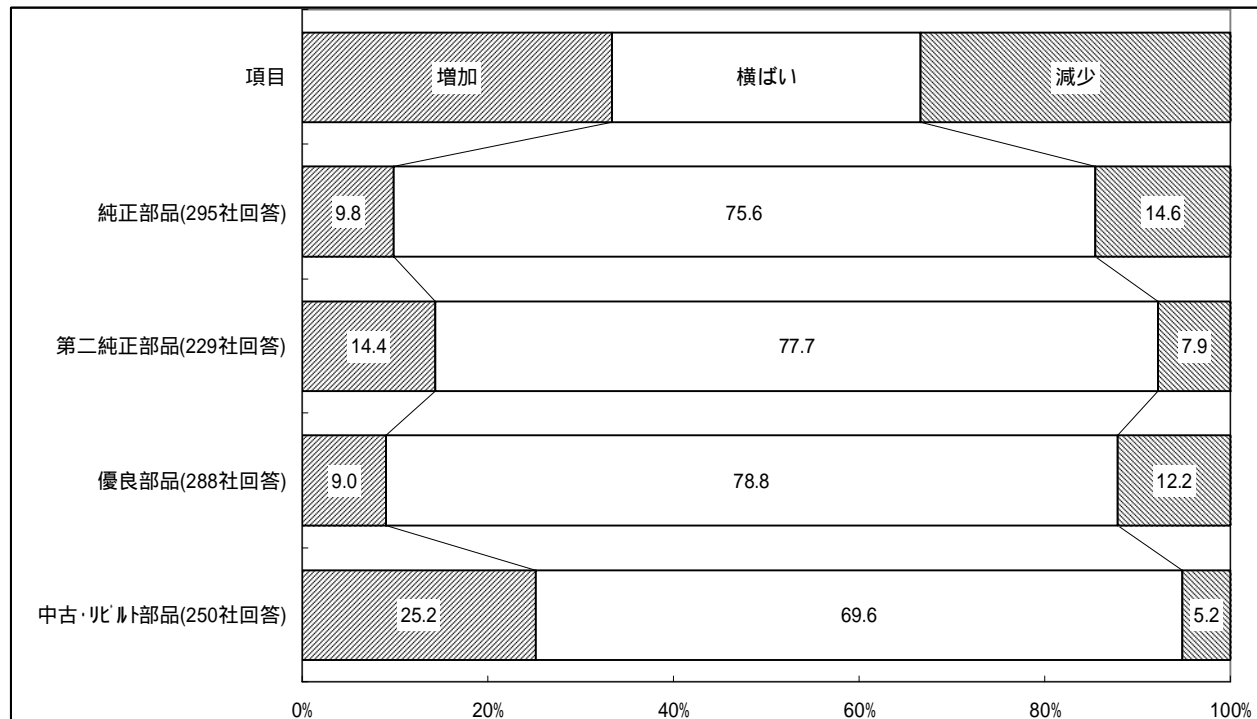
扱い部品の変化をみると中古・リビルト部品と第二純正部品の扱いが増えている。

【この数年の扱い部品の変化】(地域部品商318社の集計値)

(増減指標(増加回答率-減少回答率))



【回答率】



## 5. 部品卸売業者の今後の方向性

今後の事業方針について自由回答で聞いたところ、部品卸売業の先行きについて不安感が抱かれている。「ネットや直販などの価格競争で将来は厳しい」「需要が減少し将来は厳しくなる」といった回答が多くなっている。

そうしたなか、「扱い品種や拠点を充実させる」「自社の扱い分野の明確化」を行うとともに、「地域密着や提案営業など取引先との関係強化」「在庫減や扱い部品の調整などによる効率経営」を続けていくといった姿勢がみられた。

いっぽうでは、メーカー系部販による部品商を通さない整備工場への直接販売や第二純正部品の販売強化などが行われており、「自動車メーカーの影響力が高まっている」と認識されている。こうした、メーカー系部販の動きによって、部品商の事業領域の縮小、優良部品の存在価値の低下、流通価格の低下などが進んでいる。

### 【部品供給事業の今後の方向性（自由回答）】（地域部品商318社の集計値）

分類	回答数	回答率
1 ネットや直販などの価格競争で将来は厳しい	38	17.8
2 需要が減少し将来は厳しくなる	32	15.0
3 扱い品種の充実、拠点の充実など	24	11.3
4 自社の扱い分野の明確化、専門特化	23	10.8
5 地域密着や提案営業など取引先との関係強化	22	10.3
6 デリバリーの充実	18	8.5
7 自動車メーカーの影響力が高まっている	17	8.0
8 部品卸以外の業容の拡大	15	7.0
9 在庫減や扱い部品の調整などによる効率経営	12	5.6
99 その他	12	5.6
回答数	213	100.0

商 圏	都道府県	分類	回答内容
県内都市	大阪府	99	跡継ぎがいないので、終わってしまう。
県内都市	沖縄県	99	回収面で力を入れている。
県内都市	岐阜県	99	後継者もいないので、うちのような小さな店は今後大きなところに統合されていく方向に向かうと思う。
県内都市	石川県	99	従業員の育成
県内都市	大阪府	99	部品販売卸業では世代交代が進まず、廃業に追い込まれることが多い。
県内都市	福島県	99	材料費の値上げを顧客に転嫁できるかどうか
県内都市	岐阜県	99	商売や商法のマナーが悪いところが増えており、自分だけがよければいい店が多くなってきた
県内	新潟県	99	人員の確保が課題
県内	埼玉県	99	人材の確保が課題
県内都市	新潟県	99	整備工場は危機意識が不足しているので、部品交換してくれるように提案していきたい。
県内都市	滋賀県	99	同業者は同じ様な商品を扱っているため、合併は難しいが協力体制を作ることが必要である。
県内都市	愛知県	99	法律改正は部品卸業者が納得できるものではない