

# 自動車アフターマーケットに関する調査結果 2009

ー利益確保に向け、事業を多角化する企業が増加するアフターマーケット業界ー

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて自動車アフターマーケットの調査を実施した。

1. 調査期間:2009年10月～12月
2. 調査対象:中古車(中古車小売、輸出、買取、オークション業者等)、自動車賃貸関連(自動車リース、レンタカー、カーシェアリング事業者等)、部品・用品(市販カー用品関連企業、解体業者、リサイクル部品流通ネットワークグループ、リビルト部品メーカー等)、自動車整備(整備業者、新車ディーラー、車検チェーン本部、塗料メーカー等)
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査を併用

### <アフターマーケットとは>

アフターマーケットとは新車販売後に発生する自動車維持保有に関連する商品・サービス市場をさし、本調査では中古車事業(中古車小売、輸出、買取等)、自動車賃貸関連事業(自動車リース、レンタカー、カーシェアリング等)、自動車整備事業、自動車整備機器事業、カー用品事業、補修部品・リサイクル事業の主要6分野を対象とする。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2008年アフターマーケット市場規模は13兆4,240億円、縮小傾向で推移

2008年アフターマーケット市場規模は13兆4,240億円と推計した。自動車保有台数の減少やユーザーの自動車に対する保有意識の低下等から、アフターマーケットにおける事業者間の顧客獲得競争は激しさを増している。その結果、整備やカー用品等の商品・サービスは低価格化競争に巻き込まれており、アフターマーケット全体は縮小傾向にある。

### ◆ 生き残りを掛け、利益確保に向けた事業の多角化が必須

アフターマーケットが縮小するなか、顧客の利便性を高めて囲い込みを図ることを目的に、本業との相乗効果の高い事業の多角化を進める方向にある。顧客獲得競争の激化による低価格化競争のなか、事業者は利益確保のため、こうした事業の多角化を進める必要がある。

### ◆ 資料体裁

資料名：「自動車アフターマーケット総覧 2009年版」  
発刊日：2009年12月9日  
体裁：A4判283頁  
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 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報・PRグループ TEL: 03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報・PRグループ迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 自動車アフターマーケット概況とアフターマーケット事業者が抱える課題

2008年アフターマーケット市場規模は13兆4,240億円と推計した。

国内アフターマーケットは少子高齢化による人口減少社会の到来や新たな自動車保有者となるべき若年層人口減少、またユーザーの自動車に対する保有意識の低下や景気低迷による生活防衛意識の高まりによる消費意欲の減退もあり、自動車保有台数の減少から縮小傾向にある。

こうしたなか、事業者間の顧客獲得競争は激化し、その結果アフターマーケットにおける商品やサービスは低価格化競争に巻き込まれ、市場は縮小傾向で推移すると考える。とくに中古車事業や整備事業、カー用品事業、解体事業の事業者では利益確保が難しい状況に直面している。

そのため、本業との相乗効果の高い事業の多角化を進める方向にあるが、その主な目的は自動車維持保有に必要な商品やサービスを提供することで顧客の利便性を高め、囲い込みを図ることにある。事業者は安定的な利益確保のため、こうした事業の多角化を進める必要がある。

表1. 主要事業者における事業多角化の方向性

事業者(例)	本業とのシナジー効果を高めるため展開する事業の方向性(例)
中古車販売店	◇中古車買取事業(ユーザーからの直接買取による下取り戦略強化) ◇整備・钣金事業(ストックビジネス推進による中古車販売後の整備需要獲得強化)等
カー用品販売店	◇整備・钣金事業(整備工賃の獲得、顧客来店頻度向上による用品販売の増加)等
解体業者 (一部の大手事業者)	◇中古車販売 ◇中古カー用品販売 ◇整備・钣金事業 } 鉄スクラップ等の市況に左右されない経営の安定化
整備業者	◇钣金事業(事故車の钣金・整備需要の効果的な獲得) ◇ロードサービス(ロードサービス需要の獲得、引取り車の修理案件の獲得)等

矢野経済研究所作成

表2. 2008年自動車アフターマーケット市場規模

主要6事業		2008年市場規模
中古車小売事業(小売金額ベース)		2兆4,720億円
自動車賃貸関連事業 (事業者売上高ベース)	自動車リース	1兆1,000億円
	レンタカー	4,600億円
	カーシェアリング	20億円
自動車賃貸関連事業合計		1兆5,620億円
自動車整備 <sup>注1</sup> 事業(工賃、部品、外注を含む整備売上ベース)		5兆7,720億円
自動車整備機器 <sup>注2</sup> (出荷金額ベース)		1,006億円
カー用品 (出荷金額ベース)	市販カー用品	1兆2,160億円
	純正カー用品 <sup>注3</sup>	5,593億円
	中古カー用品(小売金額ベース)	710億円
カー用品事業合計		1兆8,463億円
補修部品・リサイクル部品 (出荷金額ベース)	純正補修部品 <sup>注3</sup>	6,702億円
	市販補修部品 <sup>注4</sup>	8,049億円
	リサイクル部品 <sup>注5</sup>	1,960億円
補修部品・リサイクル部品事業合計		1兆6,711億円
2008年自動車アフターマーケット市場規模		13兆4,240億円

矢野経済研究所作成

注1:自動車整備事業は国土交通省自動車交通局「自動車分解整備業実態調査報告書」より引用

注2:自動車整備機器は社団法人日本自動車機械工具協会より引用

注3:純正カー用品、および純正補修部品は株式会社自動車新聞社より引用

注4:市販補修部品は社団法人自動車部品工業会より引用(2007年度の数値を採用)

注5:リサイクル部品のうち、中古部品は解体事業者出荷金額ベース

注6:上記以外は矢野経済研究所推計値