

中古車流通市場に関する調査を実施(2017年)

—低調な新車市場・輸出需要減少の影響を受けた中古車流通市場—

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の中古車流通市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2017年4月～9月
2. 調査対象:自動車メーカー、自動車ディーラー、オートオークション・入札会開催事業者、中古車販売業者、中古車買取業者、自動車ユーザー等
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併用

<本調査における中古車流通市場とは>

本調査における中古車流通市場とはオートオークション市場(入札会含む)、中古車買取市場、中古車輸出市場、中古車小売市場の4市場で構成される。

<中古車小売台数とは>

中古車販売事業者から自動車ユーザーへ販売された台数(B to C)で、個人間売買による取引台数(C to C)は含まない。

【調査結果サマリー】

◆ 2016年の中古車小売市場規模は台数ベースで259万台、金額ベースで2兆7,226億円

2016年の国内の中古車小売市場規模は、台数ベースで259万台、金額ベースで2兆7,226億円と推計した。2016年4月の軽自動車の燃費不正問題の影響が中古車市場にも及ぶ結果となり、年後半まで低調な販売が続いた。

◆ 中古車業販市場は市場参加者の業販離れと小売りシフトが鮮明に

業販市場(オートオークションを中心とする非個人間での車両取引市場)での車両売却益を事業収益の柱としてきた中古車買取業者等は、中古車ユーザーへの小売りを強化することで、利幅を確保しようとする動きが加速している。同時に共有在庫サービス(法人会員向けにインターネットで常時小売展示車両を販売するサービス)の利用が増加傾向にあり、小売りシフトの動きと相まってオークション開催会場外での取引が活発化している。また、中古車販売業者の中には、車両仕入先として自社での直接買取りを強化する事業者も出始め、車両買取の競争環境は更に激化している。

◆ 中小規模会場の統廃合など、オートオークション集客力強化へ

市場参加者のオートオークション離れが進行し始める中、オートオークション開催企業においては集客力の強化に取り組む一環で、企業間の合併やオークション会場拠点の集約化が進められており、2017年以降もオートオークション市場の寡占化は進むものと推察する。オートオークション開催企業においては中小規模会場の統廃合や他企業との提携を進めることで自社の企業力を向上させることが急務であるものとする。

◆ 資料体裁

資料名:「中古車流通総覧 2017年版」
 発刊日:2017年9月19日
 体裁:A4判 267頁
 定価:155,000円(税別)

◆ 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/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail: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、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 中古車小売市場

2016年の国内の中古車小売市場規模は、台数ベースで259万台、金額ベースで2兆7,226億円と推計した。2016年4月の軽自動車の燃費不正問題により消費意欲が低迷し、中古車販売事業者も苦戦を強いられた。年後半にかけても、冷え込んだ消費はなかなか回復せず、通年で259万台となった。

中古車平均小売価格は約105万円であった。オートオークションでの平均落札価格は輸出需要減退により微減となったものの、良質車(年式:7年以内、走行距離:5万km未満)に対する供給量は引き続き逼迫を続けたことで、良質車は高値推移の傾向を示した。この結果、中古車平均小売価格に中古車小売台数を掛け合わせた金額ベースの市場規模は2兆7,226億円となった。

2. 中古車輸出市場

財務省貿易統計に拠ると、2016年の中古車輸出台数は前年比5.2%減の118.8万台であった。2015年より円高が継続されたことで、ドル建てで日本車を購入する輸出業者の需要を減退させる結果となった。また世界的に金融市場に影響を及ぼしたチャイナショックは、中国経済への依存度が高いアフリカ諸国の経済をも停滞させる一要因となった。折からの資源安も重なり、アフリカ向け輸出台数は前年比20%減となった。その他、国別の動向を見ると、右ハンドル車の輸入規制が強化されたミャンマーは、仕向地別輸出台数1位の座をアラブ首長国連邦(UAE)に譲る結果となった。国内での自動車製造が2017年で終了するニュージーランドは、人口動態上の増加がみられ、日本からの輸出台数は増加傾向である。

2017年は円安傾向で為替が比較的安定していること、資源安が底をつきアフリカ経済が回復基調にあること等から、2016年を上回るとみられる。中長期的には増減を繰り返しながらも、輸出需要は増加基調にあると考える。

3. 中古車買取市場

2016年の国内の中古車買取市場は63万台と推計した。自社買取を強化し始めた中古車販売店、残価設定クレジット商品(購入時に購入者が使用年数を確定し、その年数に応じて売却価格を予め確定し、その価格を車両本体価格から引くことで支払金額を抑える車両販売のための金融商品。新車ディーラーにとっては数年後に車両下取りが行える確率が上がること、金利収入が発生すること、販売後の顧客との接点が増え、新車販売の活性化に繋がることなど数々のメリットがある販売スキーム)による下取りの強化を進める新車ディーラーなど、買取専門事業者以外にも中古車の買取を積極的に行う業種や事業者数が増えたことで、車両買取の競争環境は更に激化した。また、買取専門事業者では、買取後、中古車ユーザーへ小売りする比率を高めることで、一台当たりの利益率向上を狙う動きが活発になってきている。同時に共有在庫サービス(法人会員向けにインターネットで常時小売展示車両を販売するサービス)の利用が増加傾向にあり、小売りシフトの動きと相まってオークション開催会場外での取引が活発化している。

4. オートオークション

オートオークションにおける出品車両の属性を見ると、未使用車両が減少傾向にあり、これは自動車ディーラーの自粛傾向が強化された結果であると推察する。また、落札車両のうち低年式車両が増加傾向にある。これはユーザーの車両保有の長期化の傾向が背景にあり、オートオークションにて取引される車両の低年式化は今後も継続されることが予想される。こうしたことは開催企業であるオークション企業の商品力の低下を意味し、集客力の低下に繋がりがかねないものと考えられる。

オートオークション会場の傾向としては、大規模化や関東圏をはじめとする都市部会場への出品車両の一極集中が続く。前出の共有在庫サービスの活性化と併せて、都市部一極集中が続けば地方会場への影響は避けられないものと考えられる。2017年以降もこの傾向は続くことが予想され、オートオークション開催企業にとっては、オートオークション会員企業の小売シフトという外部要因に加え、オークション出品車両の品質低下、集客力低下というリスクが増大することになる。その対策として、開催企業においては中小規模会場の統廃合や他企業との提携を進めることで自社の企業力を向上していくことが急務であるものと考えられる。