

中古自動車等買取販売事業

顧客満足度の向上に取り組み ラビットのブランド力を強化します。

株式会社ラビット・カーネットワーク 取締役事業本部長

木村 東吉

PROFILE:

株式会社そごう(現・株式会社そごう・西武)、株式会社資生堂などで営業・マーケティング、新規事業の立ち上げに携わる。2022年に株式会社ラビット・カーネットワーク入社、2023年に取締役就任。顧客開拓や人材育成に取り組む。



当期の概況／今後の戦略

2022年度における中古自動車買取専門店「ラビット」の業績は、相場に大きく左右されました。上期は前年度から続く半導体不足によって新車販売台数が減少しました。それにもなると中古車流通量が減り、車両単価が上昇傾向となったため、収益が拡大しました。一方、下期は車両単価が下落傾向となり、厳しい状況が続きましたが、年度全体では販売台数の増加や高額車両の取扱増によって、増収増益を達成できました。また、事故現状車買取販売「リプロワールド」は、販売単価や販売台数が増加したものの、10月以降オークション相場が下落し粗利益が減少したことにより増収減益となりました。

これらの結果、中古自動車等買取販売のセグメントは、外部顧客に対する売上高10,391百万円(前年度比11.7%増)、営業利益130百万円(前年度比4.6%減)となりました。

今後の戦略としては、持続的な成長に向けて買取にとど

まらず小売販売にも注力し、飛躍的成長を目指します。そのためには「お客様から選ばれる存在」となることが重要であり、外部調査※による顧客満足度「1位」を目指します。達成に向けて2022年度には、基本的な接客対応やクレーム対応の見直しなどを実施しました。さらに、満足度の高い店舗に他店舗から店長を派遣して運営手法を学ばせる研修も実施しました。こうした取り組みの結果、来客数が着実に増加しています。

現在は全国に直営15店舗、FC132店舗の147店舗を展開していますが、将来的に直営30店舗、FC170店舗の200店舗を目指します。ラビットのブランド価値向上を推進しながら、店舗数拡大によって成長路線へとシフトしていきます。

これら施策を通じてまずは営業利益3億円の達成を目指します。

※ 出典：オリコン顧客満足度ランキング

SWOT分析

強み Strength	<ul style="list-style-type: none"> ● USSオークションと連携したビジネスモデル ● 買取業界における高いブランド認知
弱み Weakness	<ul style="list-style-type: none"> ● WEBシステムなどのDX推進の遅れ ● 人材採用・育成・定着率
機会 Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> ● 中古国産車の高い海外需要 ● リース、サブスクリプションなどの新たな定額制サービスへの中古車在庫の活用
脅威 Threat	<ul style="list-style-type: none"> ● カーシェア・カーリース・レンタカーなど、自動車の所有から共有への変化による新車販売台数の減少 ● 自動車買い替えサイクルの長期化