

「2010 洗車の日」記者発表会 開催レポート

AAAL 代表、APARA 副会長、JACA 副理事長、JAAMA 副理事長が発表

AAAL 情報委員会

伊井 秀彰

【概要】

2010年1月15日(金)に千葉県幕張市の幕張メッセにて“「2010 洗車の日」記者発表会”が開催されました。今回、発表会開催にあたっては、オートアフターマーケット活性化連合(通称：AAAL)の住野代表、自動車用品小売業協会(通称：APARA)の鍵山副会長、日本オートケミカル工業会(通称：JACA)の棚橋副理事長、全国自動車用品工業会(通称：JAAMA)の西脇副理事長が発表者として参加しました。



記者会見には、カー雑誌や新聞、一般誌など16媒体27名の記者が参加し、多くの質問がでるなど、マスコミの方々からの興味の高さが伺えました。

なお、今回の発表会開催にあたっては、AAAL に加盟する団体に所属する企業の方々にご協力をいただき、運営を行いました。

【記者発表会概要】

1. 日 時：2010年1月15日(金) 16:15～17:00
2. 場 所：幕張メッセ 会議棟 203号
3. 発 表 者：オートアフターマーケット活性化連合 代表 住野 公一
自動車用品小売業協会 副会長 鍵山幸一郎
日本オートケミカル工業会 副理事長 棚橋 公三
全国自動車用品工業会 副理事長 西脇 保彦
4. 参 加 媒 体：16媒体27名



【AAAL 住野 公一代表コメント内容】



自動車業界の不況は単なる経済不況ではなく、構造による不況である。大量に生産し、大量に消費し、大量に廃棄をするマスプロの時代から一つのことを長く使う、エコの時代に入った。資源やごみの問題もある。従来の”物”を販売するという方向性からメンテナンスの方へ軸足をシフトしてきている。クルマを買い替えるのではなく、シートカバー

やアルミホイールを買い、イメージチェンジをといった例だ。そして「洗車の日」の意義は、最近のクルマのエンジン回りは触れない、せめて外装には触れてもらい、洗車をすることによって今まで気づかなかった、キズに気づく。その他にも、洗車が家族のイベントになればいいと考えている。小売店においては、クルマ好きに焦点が定まっているが、クルマ好き以外の人々にも、洗車を自分の手で行ってもらいたいと考えている。加えて、今年は、参加企業の本部の方、店舗の方など全ての方に主旨を理解してもらい取り組んでいただくとともに、「洗車の日」を毎年の恒例のイベントにしていきたい。

【APARA 鍵山幸一郎 副会長コメント内容】

昨年の反省点である参加企業間の取り組みに対する差が生じてしまったということを生かす。競争と協力が大切で、競うところは競い、手を組む時は手を組み、マーケット全体を盛り上げる。昨年の結果としては年々減少傾向であったケミカル関連商品が昨対 102%で下げ止まりと



なった。取り組みのベースは昨年同様、4/1～5/31、APARA 加盟企業約 1700 店舗で実施。読本は 24 万部作成。のぼり等も有効活用する。そして読本掲載商品にオリジナル POP を作成し店舗で掲示してもらうようにする。名刺サイズの POP も作成し、細かいところから着実に普及を促す。現況は ETC 関連の動向により絶好のチャンスとみている。

【JACA 棚橋 公三 副理事長コメント内容】



近年、ケミカル関連商品は減少傾向である。その中、基本中の基本である洗車を啓蒙し、気づき、気になる、という方向にもっていきたい。最終的な狙いは、カー用品全て。製販協力のイベントで、効果を上げたい。のぼりやPOPを共同出資で作成していく。読本では、例えば水アカって何？というところから、水アカの取り方等、洗車のイロハを啓蒙したい。

「洗車の日」は今後も継続を前提に進めていきたい。去年の時間が足りなかったという反省点を生かし、早めに普及活動を進める。

【JAAMA 西脇 保彦 副理事長コメント内容】

AAALの洗車の日には期待している。ETC特需で去年は効果・印象がうすれてしまったが、ファミリーでの大きな動きや車中泊等の新たな需要が生まれ、関連グッズが売れた。アジアから見ると日本は街がきれいで、クルマがきれいで、家がきれいで、人が親切。このイメージを大切



にし、崩さないようにしたい。東京ではカーシェアリング等の話題が大きく取り扱われているが、地方では、バスや私鉄の廃線が増え、クルマの需要は大きくなっている。もっと地方にも目を向けて取り組んでいきたい。

以上