

# カーコンカーリース

「頭金0円」、しかも「登録時諸費用」や乗っている間の「車検基本料」、「自動車税」、「自賠責保険料」、「自動車重量税」すべてが月々税込み **8,000円** (※) に含まれています。さらに、ご契約期間満了時には車がもらえます。 ※8,000円は、ボーナス月加算ありの金額となります

## 「私は、一日266円で

(※)



※9年カーリースの場合  
ボーナス月加算あり

## 車に乗ってます」

※266円は、ボーナス月加算額を含んでおりません

カーコンカーリースの **0120-29-5353** <受付時間>8:00~22:00  
お申込みお問い合わせは   〒108-0075 東京都港区港南2-11-19大滝ビル

### 今後の展望

昨年10月に開催した全国加盟店戦略発表会の評価が高く、参加された加盟店の方々から嬉しいお言葉をいただいた。その時にも話をしたのだが、今後のカーコンビニ倶楽部の大きな課題は、やはり日本の人口構成の変化である。コロナ等の影響もあるが、昨年生まれた新生児は、わずか約73万人。私たちが生まれた昭和20〜30年代の出生人数が160〜270万人と比較すると、50%を切るという恐ろげき数字である。昨年生まれた新生児が20歳を迎えるころ、つまり、2040年には、20代の若者がおよそ950万人。11人に1人しか存在しない。このように、人口マーケティングを戦略的に考えていくと、確実に起こるのは、車社会の変化と交代である。そのため、各加盟店にお願いしたいのが、一度でも店を訪れたお客様が、何度も来ていただけるような創意と工夫である。つまり、リピーターを確保することが今後、もっとも大きな課題である。これは、日本のどの業種にもいえることで、飲食業やサービス業もいかなれば少ない顧客の取り合い、奪い合いになるということである。

現在本部では、大胆かつスピードをアップして、DX化を図っており、その中でも「Chokku! (チョク)」というシステムは顧客のリピーター率を上げていくために、有効なものとなっている。既に稼働しているSNSを活用した新しい広告宣伝とメディアミックスをしながら、訪店客数を増やし、顧客データを充実させ、リピーター化していくことが

大きな目的である。

成人年齢が18歳に引き下げられてまもなく2年。18歳でも保護者の同意なしにアパートを借りるといった不動産契約や自動車購入に際してローンを組むことができるようになった。国内の消費動向は、2020年の家計最終消費支出約280.5兆円から少しずつ上向きになってきている。一方で、消費市場を形成しているのは、約2千兆円といわれる個人資産の6割は60歳以上が保有している。今後20年間は、若者市場とシニアマーケットが入り乱れた歪な消費市場となるであろう。つまり、これから日本を担う若者の消費を取り込みながら、どうビジネスに生かせるか、ということが人口構成の変化を迎える時代のヒントの一つになるのであろう。



**林 成治** Seiji Hayashi  
出身:北海道 青山学院大学経営学部卒業  
1981年4月:プロミス株式会社入社  
2008年4月:同社執行役員就任  
2008年8月:カーコンビニ倶楽部株式会社 常務取締役就任  
2008年10月:同社代表取締役就任  
2009年8月:バブル債権回収株式会社 常務取締役就任  
2010年4月:株式会社Do フィナンシャルサービス取締役就任  
2011年1月:同社取締役退任  
2011年1月:カーコンビニ倶楽部株式会社 代表取締役就任