



# TOP 加盟店 INTERVIEW

クロスロード編



## ワンプラ市場で全国を相手に在庫車を販売する!!



前職場で営業を経験され、平成8年に福岡県内で中古車販売店を創業された大下社長。現在では、中古車販売はもちろん、パーツ販売や車検・整備なども手掛ける地域密着型のショップを経営されている。Quick×Quickのご利用初月から月間3台を成約され、それ以降も約半年間で合計16台を成約し、毎月2~3台の成約を出し続けている。「中古車は生き物」と語る大下社長にワンプラ出品を活用する意味について聞いてきた。

勤めていた中古車販売店から独立し、一人でクロスロードを創業した大下社長。平成10年頃には輸出業販も経験された。もともと他社業務管理システムを導入し、ワンプラ市場への出品経験があつたものの、Quick×Quickに切り替えることで、車輻がより売れるようになるかは半信半疑だったといふ。2013年8月に2台を成約していただきて以降も、毎月安定的に成約を伸ばしていただき、半年間で16台の成約をしていただいた。今ではQuick×Quickのほうが月間の成約実績は多く、非常に喜んでいただいている。「売れすぎて、車輻を仕入れるのが大変だ」と冗談交じりで仰っていた。ワンプラ市場の一番の魅力は、店頭で在庫車輻を販売しながら、業販でも売れるという利便性のこと。

オーナーの会場への陸送費と出品料という経費負担も軽減できるだけではなく、オーナー会場へ車輻をもつていくと、店頭がスカスカになってしまい。独自のルートで仕入れ、「中古車はナマモノ」と考え、車輻を仕入れたらでくる限り早くワンプラ市場へも出品するよう

### ネットの力を借りないで生きていけない

中古車業界の市場の変化も大きいという。地元密着型で営業をしていた従来とは違い、雑誌をみた消費者が来店されるという商流が、ネットの普及により北海道や沖縄からの問合せがあり、陸送費を10万円以上かけてでも売ってほしいという成功例もあり、中古車業界の商流が大きく変化してきたことを実感したという。ワンプラ市場への出品は、広告料を掛けずとも、全国市場を相手に販売ができるようにしたツールであり、広告料がかからないことなどを考へると、小売価格よりも多少安く売つたとしても、会社としても十分採算が

心がけていただいている。Quick×Quickの導入に関しても、老舗オーネクションであるJAAや西日本最大のHAA神戸のグループとして運営しているため、代金決済の不安がないこと。また、出品料などがからず、基本的に成果主義の費用形態も納得だった。固定費やリスクを抱えずに、成約時だけ費用が発生するため、店舗にとってはメリットはあってもリスクがないことも大きな理由だった。

## 出品当月から2台成約! 半年間で16台成約!

### ワンプラ市場の魅力

勤めていた中古車販売店から独立し、一人でクロスロードを創業した大下社長。平成10年頃には輸出業販も経験された。もともと他社業務管理システムを導入し、ワンプラ市場への出品経験があつたものの、Quick×Quickに切り替えることで、車輻がより売れるようになるかは半信半疑だったといふ。2013年8月に2台を成約していただきて以降も、毎月安定的に成約を伸ばしていただき、半年間で16台の成約をしていただいた。今ではQuick×Quickのほうが月間の成約実績は多く、非常に喜んでいただいている。「売れすぎて、車輻を仕入れるのが大変だ」と冗談交じりで仰っていた。ワンプラ市場の一番の魅力は、店頭で在庫車輻を販売しながら、業販でも売れるという利便性のこと。

オーナーの会場への陸送費と出品料という経費負担も軽減できるだけではなく、オーナー会場へ車輻をもつていくと、店頭がスカスカになってしまい。独自のルートで仕入れ、「中古車はナマモノ」と考え、車輻を仕入れたらでくる限り早くワンプラ市場へも出品するよう

登録時は記載漏れが無いように。納車時は念入りに手入れをして。

2月中旬からスタートしたカーリンサー逆運動を活用することで、入力の手間も大幅に軽減することもできるため、今後はもつとワンプラ市場を積極的に活用し、自社の売り上げ基盤となるような取り組みをしていきたいとのこと。

