東京オート、栃木県内1店舗を大改装

ショールーム跡に芝生広場

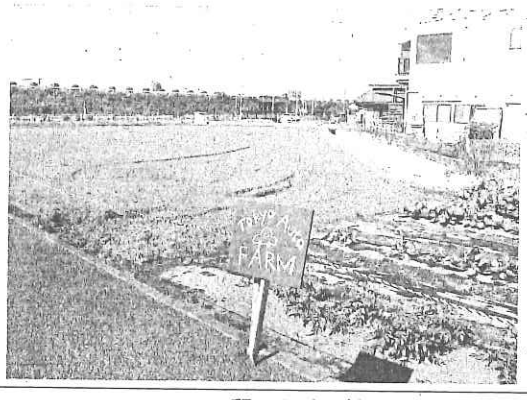
収穫体験できる農園も 地域住民交流の場に

栃木県を中心に自動車整備・販売店を展開する東京オート（同県小山市）はこのほど、県内の1店舗を大規模改装した。既存のショールームを取り壊し、子どもの遊び場やイベント開催に使える芝生広場を整備し、収穫体験イベントなどを想定して農園も始めた。クルマの販売だけでなく、地域住民が気軽に立ち寄れる交流の場として地元に根ざした店づくりをめざす。

芝生広場は利用者の希望に応じてさまざまなイベント開催に使用可能（10月の内覧会で撮影）

同社は栃木県と茨城県に5つの販売店を構える。今年が創業50周年となるのを記念する事業として、1984年から運営する上三川店（栃木県上三川町）を「田園とアウトドア」をコンセプトに改装した。10月上旬に竣工、11月1日にリニューアルオープンした。

軽自動車やコンパクトカー、アウトドア向け多目的スポーツ車（SUV）など100台程度の自動車を展示販売するのは従来と同じ。だが、クルマの購入にあまり関心がない人でも気軽に立ち寄り、ゆったりと飲食や会話を楽しめる雰囲気づくりをめざしているのが大きな特徴だ。


隣接する農地を借りて野菜の栽培も始めた。今後、収穫体験イベントなどを開く考えだ

改修では既存の古いショールームを取り壊し、空いた土地を活用して日当たりのよい芝生広場を整備した。子どもの遊び場などとして自由に使えるほか、希望があればマルシェや体験教室といったイベント開催にも使える。週末には飲食物を販売するキッチンカーも出店する。

隣接する農地を借りて、レタスやジャガイモの栽培も始めた。顧客向けにとれた野菜を配ったり、収穫体験イベントを開いたりする構想だ。現在は畑の一角だけで栽培しているが、今後規模を拡大していく考え。阿久津賢一店長は「利用者からの提案も積極的に取り入れ、コンテンツを増やしていきたい」と意気込む。

ショールームを取り壊してまで広場や農園といった売り上げに直結しないサービスに力を入れるのには理由がある。車両価格の上昇や人口減少で、国内の新車販売は長期的に減少傾向にある。安さや品ぞろえを武器にできない中小規模の自動車店には、大手にはない独自の価値の提供が求められている。

直近では中古車販売大手ビッグモーターによる保険金不正請求事件もあり、自動車販売・整備業界に対する世間の目は厳しくなっている。上三川店は購入や整備の相談に訪れる人の大半を地域住民をはじめとした既存顧客が占めるといい、顧客との信頼関係を維持する努力も欠かせない。

クルマ関係の相談にとどまらず、地域コミュニティーの中心として顧客同士や顧客と従業員との交流機会を増やして信頼を勝ち取り、販売や修理などの商機にもつなげていくのが上三川店の生存戦略だ。「『クルマのことでなくても行ってみたくなる場所』にしたい」（中村浩志社長）

飲食店やマルシェを設置して地域との関係強化を図る地方の中小自動車店は同店以外にも増えつつある。中村社長は「10年、20年後には多くの自動車店が上三川店のようになるのではないか。今後、他の店舗でも同様の改装を検討したい」と話している。（加藤敦志）