



中小企業新事業進出促進補助金（第1回）事業計画書

スポーツカー分野を活かした カスタムカー市場への進出

株式会社クルウチ

新規事業の概要

誰に？

愛車を個性的なデザインにしたい嗜好を持つユーザーや関心層をターゲットとします。

何を？

ボディカスタムサービスに必要な钣金塗装ピット、カスタムピットを整備し、ボディカスタムパーツの制作販売、取り付け加工、塗装、及び制作車両を販売します。

また、付加機能としてユーザーメンテナンスヤード（自主作業）、ユーザー車展示ヤード（鑑賞、交流）を整備します。

どのように？

新たなボディカスタム部門の一带に、強みである国内有数のスポーツカー在庫やクルウチ博物館の希少車等を展示して、様々なスポーツカーやカスタムカーを展示した「カーモール」を形成し、日常から多様な顧客層が集まり、仲間とも楽しめる環境を提供します。



自社の現在地

会社概要

当社は、家業として一般的な自動車整備・販売業を営んできましたが、平成27年に株式会社クルウチとして法人化しました。特徴として、平成27年頃から国産スポーツカーに注力しています。

近年は東京オートサロンに宣伝カー（デモカー）を出展するなど「スポーツカーのCREWCH」として認知拡大に努めています。

しかし、スポーツカーユーザーはお気に入りの車を長く乗る傾向のため宣伝効果が直ぐには販売に繋がりにくい状況です。このため、在庫回転にも繋がる新たな付加価値の創出が課題になっています。

既存事業の内容

- ・ 点検整備：日常の修理、点検などの整備
- ・ 自動車販売：一般的な乗用車等のほか、国産スポーツカーの販売に注力
- ・ チューニング：エンジンやサスペンションなどの走行性能向上

売上構成：点検整備30%、中古車販売65%超、チューニング5%未満

事業実施場所と強み

事業実施場所

事業拠点は、三重県多気郡明和町906番地12にあり全て自社資産です。公共機関が近接し、主要幹線道路に面してアクセス良好な立地です。

新規事業は、既存事業に隣接し、在庫車両の保管倉庫として購入した旧食品工場施設を改修して行います。周囲は住宅地ではなく開けているため加工音や薬品臭などの苦情リスクも無い環境です。



在庫保管倉庫は、スポーツカーを良い状態で屋内保管するために隣接する旧食品工場を買い取ったものです。しかし、倉庫規模が大きいいため空きスペースの収益化と在庫回転を向上する付加価値化が課題になっています。

新規事業の内容

1

ボディカスタムサービス

パーツ制作や钣金塗装を含むボディカスタムサービスを提供します。スポーツカーユーザーの「さらに個性化したい」というニーズに応えます。

2

ユーザーメンテナンス

美観作業や装飾品、消耗品交換などの自主メンテピットを提供します。「自分でメンテナンスしたい」というユーザーの思いに応えます。

3

ユーザーカスタム車展示

ユーザーのカスタム車を展示し、鑑賞、交流する場を提供します。「愛車に共感してほしい」という思いに応えます。

4

SSストリート

敷地のメイン通路を、スポーツカー、スーパーカー及びそのカスタム車の展示ストリートとして配置します。直接の収益性ではない付加機能です。

既存倉庫を活用して、これらのサービスと環境が集約する「カーモール」を形成します。また、在庫車をオリジナルの「CREWCHカスタム車」に制作して販売します。

市場分析と収益見込み

市場分析

新規事業は「自動車アフターマーケット市場」で2023年は前年比104.5%の約21兆円と堅調に推移しています。この内、本事業は市販車状態を維持する既存市場とは異なり、钣金塗装やパーツを取り付けて外観デザインや塗装色を好みの状態に変更する「ボディカスタムカー市場」になります。

収益見込み

平均顧客単価：

- パーツ制作販売=1件につき35万円×2点
- コンプリートカー制作=1件250万円+平均車体価格600万円

年間売上高見込み：

- パーツ制作販売=(35万円×2点)×月4件×12月=33,600,000円
- コンプリートカー制作販売=年6件×(製作費250万円+車体価格700万円)=57,000,000円



SWOT分析

強み (Strengths)

- ・ 希少車種を含めて国内有数のスポーツカーの在庫を持っている
- ・ 東京オートサロンにデモカーを出展し、上位入賞している
- ・ クルウチ博物館では、希少車や日本を代表するスポーツカーを展示
- ・ 在籍する市販車カテゴリーの女性レーサーが、顧客と高いコミュニティ関係を築いている

弱み (Weaknesses)

- ・ 既存の点検整備・販売は、収益性が固定的であるが他に収益手段が無い
- ・ スポーツカーは走行会等での損傷による钣金塗装の頻度が多いが、外注しているため収益機会を逃している
- ・ 钣金塗装やボディカスタムするピットがない
- ・ スポーツカーは一般的な乗用車より在庫回転が鈍いため常に経営リスクがある

機会 (Opportunities)

- ・ スポーツカーユーザーは、好みのカッコよさにボディカスタムしたい欲求が強い
- ・ 東京オートサロン出展などでスポーツカー「CREWCH」の知名度が広がりつつある
- ・ 国産スポーツカーは高品質で外国でも人気があり、SNS発信する外国人ユーザーもいる
- ・ 三重県のインバウンド拠点の伊勢志摩に近く、外国人誘致に取り組む地元と連携できる

脅威 (Threats)

- ・ 人口と自動車保有率の減少が進むと自動車整備・販売業の持続性が懸念される
- ・ 確保したスポーツカーの在庫回転が停滞すると運転資金の循環と収益性が悪化する
- ・ 他社によるカーモール整備の先行事例が出現すると、本事業の話題性が低下する



新規事業の必要性

米国の関税措置による影響

国産スポーツカーは海外でもJDM（Japanese Domestic Market）商品として人気が高く、特に米国では製造後25年経過した車は、排ガス規制や安全基準が緩和される「25年ルール」により日本から輸入しやすくなります。

当社も年間10台程度を米国向けに輸出販売してきましたが、今般の追加関税措置後は、米国ユーザーに割高感が生じて全く注文が無くなりました。当期売上高は前期売上高725,000,000円に対して約1億円程度減少する見込みです。

新規事業の必要性

自動車整備・販売市場は、縮小する中で大型店やチェーン店が主導するため単独店には不利な状況であり、そうした中で経営基盤を強化するためには新たな付加価値が必要です。

その方策として、嗜好性の高いボディカスタム関連のサービスを提供することで根強い顧客層を獲得して経営基盤を強化できます。加えて、ユーザーの自主メンテや展示・交流スペースを提供することで、ボディカスタムカーユーザー及びその関心層を日常から集客する付加価値が得られます。

新規事業の新市場性

1

既存市場との違い

既存の点検整備や販売、チューニングは市販状態の車体を維持する顧客層ですが、新事業では钣金塗装やパーツを組み込んで車体デザインや塗装色を変更する顧客層になります。

2

ニッチな市場

自動車のカスタムは様々なカテゴリーがある中で、新事業の「ボディカスタム」は単なるドレスアップパーツの追加や塗装色の変更のみではなく、高度な施工が必要なため、より嗜好性の高いニッチなカテゴリーになります。

3

市場規模

自動車のボディカスタムは公式の分類は無いため直接示す統計資料はありませんが、既存の自動車整備・販売市場と異なる自動車アフターマーケット市場になり、2023年は前年比104.5%の約21兆円と堅調に推移しています。





競合分析と差別化戦略

競合他社

ヴェイルサイド株式会社

自社「VeilSide」ブランドのカスタムパーツ及びカスタムカーの制作・販売

強み：カスタムカー市場で「VeilSide」の知名度が高い

弱み：カスタム前の市販車両の在庫は少ない。カスタム関連商品は固定化

株式会社トップシークレット

エンジンチューニングによるレース仕様車及びカスタム仕様車の制作販売

強み：高性能なスポーツカー仕様を求めるユーザーからの人気が高い

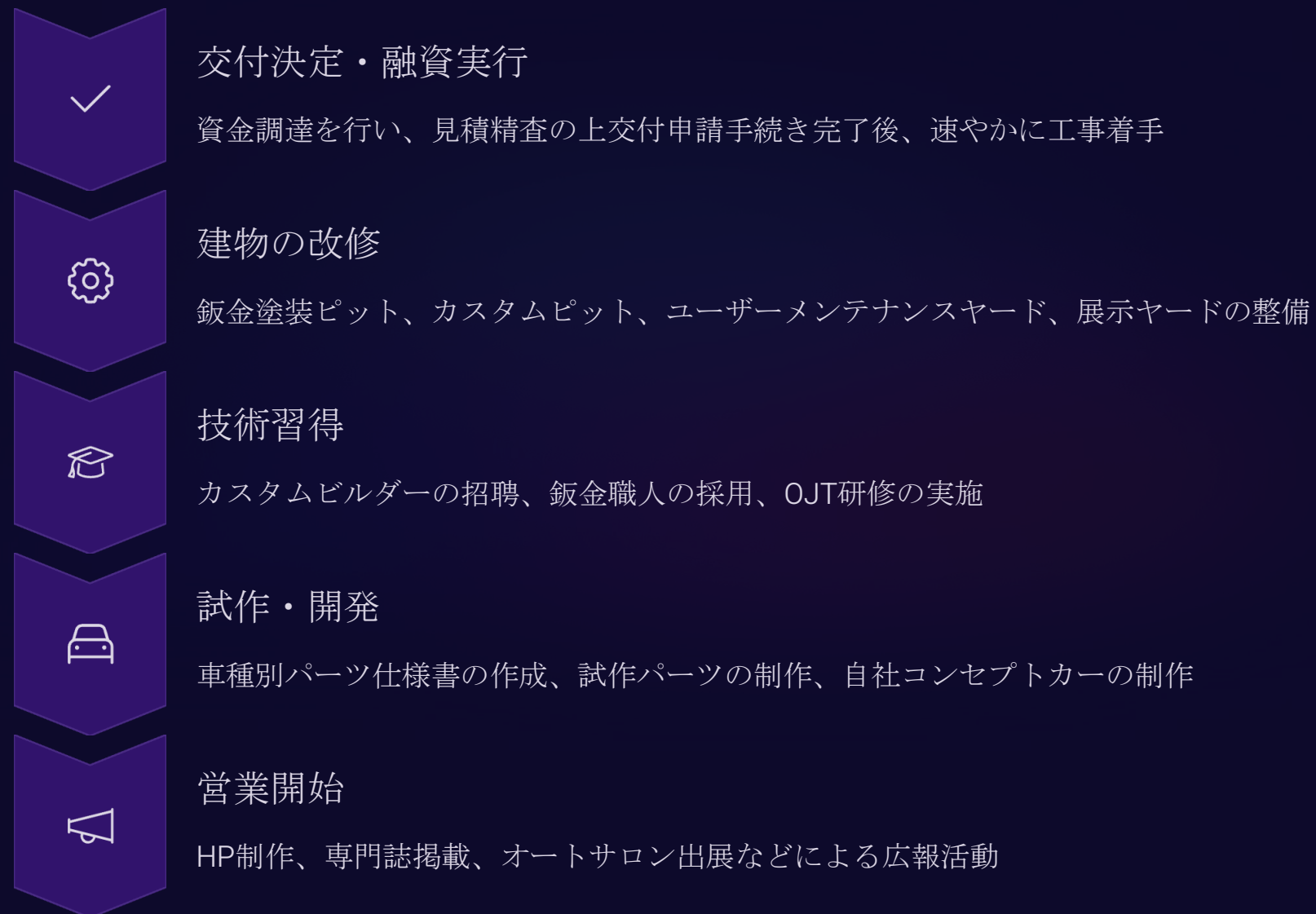
弱み：外観カスタムを主目的とするユーザーからの訴求性は低い

差別化戦略

- ・ 既存の点検整備と豊富なスポーツカー在庫の下、ワンストップでカスタム対応できる
- ・ ユーザースペース（自主メンテ、展示交流）は日常の嗜好に応える場となり訴求性が高まる
- ・ ユーザースペースが加わることで、消費目的以外に「体験機能」と「コミュニティ機能」を持つ店舗になり、来店目的と滞在時間が拡充して消費につながる

他社が「用事があるときに行く店」であるのに対して、当社は「いつでも楽しめる店」となって差別化できます。

事業化までのスケジュール



事業開始1年後は、ボディーパーツの商品化やボディカスタムカー制作の受注をしながら新たな営業環境になったことの浸透に努めます。2年後には、自社ブランド「CREWCHカスタム」をボディカスタム市場の中に普及し、3年後には「カスタムカーのCREWCH」としてボディカスタム市場での地位を確立できるように取り組んでいきます。



収益計画と補助事業の効果

9060万円

3年後の新規事業売上高

パーツ販売3360万円、コンプリートカー販売5700万円

8.4億円

5年後の総売上高

既存事業7.4億円、新規事業1億円

41%

付加価値額増加率

5年後の付加価値額目標

事業化年度は追加関税措置の影響で輸出販売が落ち込むため一時的に赤字になりますが、その後は持続的に成長できる経営基盤となっていきます。本補助事業により、当社の経営基盤強化だけでなく、市場縮小する自動車整備・販売業の新たな業態への挑戦事例ともなるものです。