

カーディティテリング業界の今

チャネルと商品の多様化で進む業界認定基準の制定 業界ではカーラッピングの市場拡大に期待が高まる

「せっかく気に入って買ったのだから、できる限り1台のクルマに長く、キレイなまま乗り続けたい——」。

お客様のそんな思いに応えるべく存在するのが、カーディティテリングである。はつきりとした定義は存在しないが、具体的には、ボディコーティングやルームクリーニング、デントリペアなどを指しており、端的に言うならば「クルマをキレイにするサービス」と言えるだろう。

これらを施工したいと思ったとき、かつては専門店に依頼するのが一般的だった。ところが、近年はカーショップやディーラー、SS、整備・板金塗装工場、さらには起業を目指す個人など、サービスを提供するチャネルは大きく広がっている。

同時に、ひとつのサービスにいくつもの商品が開発されたことで、ユーザーの選択肢も広がった。ところが、ユーザーの中には商品による品質や機能の違いを正しく理解せずに安価な商品を選んだ結果、その仕上がりにも不満を抱いてしまったり、また、経験の浅い未熟な技術者が施工した結果、クレームになったりするケースも散見されるようになった。こうした状況を改善すべく、「業界認定基準」を制定する動きがにわかに高まっている。

また、業界では新たなサービスとしてカーラッピングが注目されている。取材する中でみえてきた、カーディティテリング業界の最新動向をお届けする。

ボディコーティング

ボディコーティングに使われる液剤は「ポリマー」と「ガラス系」の2つに分けられるが、近年はガラス系が主流となっている。カーディティテリング技術の教育事業を行っており、卒業生を対象にコーティング剤の販売も行っているカービューティープロによれば、売上の9割はガラス系がメインとなっている。

品質を求める人の数は変わらず
専門店数は15年間横ばい

専門店の数はここ15年ほど横ばいとみられる。カービューティープロによれば、卒業生が経営するプロ店の数は400店舗ほどで、この

数は2000年以降あまり変化がみられないという。

また、日本コーティング協会の友成和史代表理事は「店舗として構えているところは500店前後、出張などで行っている個人事業主を含めても10000〜15000店くらいではないか」とみている。

20年ほど前まで、ディーラーはボディコーティングの施工を専門店に外注することが大半だった。しかし、内製化が進められたことで、国産車ディーラーの場合、新車のコーティングを外注することは少なくなっている。

ただし、国産車ディーラーでも、既販車の再施工の場合は専門店で外注する場合が多く、カービューティープロによれば「車両の状態やお客様が求める施工レベルに応じて、自社内でやる場合と外注を使い分