



慶應義塾大学ビジネス・スクール

自家用車の購買と探索

三輪氏は自家用車の購入を考慮している。三輪氏はいままで車を持たなかったし、通勤や仕事で今後車を使うとも思わなかった。しかし、家族での小旅行や国道沿いのショッピングセンターへ行くときなど、車があれば何かと便利だろうと想像している。三輪氏は免許こそ持っているが、特に運転が好きなのではなく、買うのは安い小型車で充分だと思っている。新聞の広告を見ると、小型車は各メーカーが100万円ほどの価格で売り出しているようだ。電気製品などと同様、自家用車にも値引きがあるだろうと思われた。しかし三輪氏には値引きの相場がどのようなものか見当がつかない。そこで車に詳しい同僚に、どのくらいの値引きが得られそうか、また性能などの面で買い得な車はどれかを聞くことにした。

その同僚は、今日の新車ならどれも品質に心配はなく性能も同じくらいなので、せいぜいスタイルと価格ぐらいが決め手だろうと話してくれた。値引きはディーラーの販売計画や車種の人気などにより千差万別で、一概にいくらかは判らないそうだ。強気に全く値切らないディーラーもいれば、小型車の場合10%ぐらい引いてくれるケースもあるという。もっとも、現在どの車種の値引きが多いかまでは彼は知らないそうだ。

三輪氏は自家用車の情報誌を参考に家族と相談した結果、購買対象を、比較的荷物が多く積みそうな4車種に絞った。適当と思われる装備をつけた定価は、どの車種も100万円前後で大差がない。そこで、交渉して一番安い価格を提示したディーラーの車を買うことにした。三輪氏の自宅の近くには、購入対象の車種を扱っているディーラーがそれぞれ1軒、計4軒ある。どこが安値を提示するか皆目見当がつかないが、今度の休日にディーラーを回ってみようと思う。

もっとも、ディーラーをひとつずつ訪ねて交渉するのはひと仕事だ。交通費は大した額ではないが、費やす時間や労力を考えると、一軒ディーラーを回るのは1万円の出費に値するものと感じられる。「ディーラーまで行かなくても簡単に交渉できる方法があればいい。」三輪氏はそう思うが、電話の交渉では有利な条件を引き出す自信がないし、車の内外装などはショールームで実物を見たうえで決めたかった。セールスマンを自宅に呼ぶつもりはない。

本ケースは、慶應義塾大学ビジネス・スクール助教授大林厚臣によって作成された。本ケースの記述は経営管理の巧拙を示すものではなく、分析ならびにクラス討議の資料として作成されたものである。
(改定2001年4月)