

日進レンタカー株式会社
代表取締役

富田純正氏



徹底した顧客目線で「稼働率80%」を叩き出す、
レンタカー業界の開拓者。

デジタル時代こそ、
ハートが武器になる。

レンタカー業界は、自動車メーカー系などのリース大手が市場を独占する「資本力勝負」の世界。
そのなかで、57年間にわたり独立独歩を貫き、存在感を放つのが日進レンタカーだ。
業界平均を大きく上回る稼働率を実現した秘訣は何か。
富田社長が語る、逆境を勝ち抜くための「経営の風」の読み方。

お客さまに直接会うことが、
信頼を生み出す

——レンタカー業界において、御社は
確固たる地位を築かれています。名だ
たる大手がひしめく市場で、なぜ「日

進レンタカー」は勝ち残ることができ
ているのでしょうか？

富田社長 一言で言えば、「お客さま
と共に繁栄する」という創業以来の
経営理念を、徹底的に具体化してい
ること。これに尽きます。

弊社の売上の9割はB to Bなので
すが、営業社員は一社一社のお客さ
まを訪問し、フェイス・トゥ・フェ
イスで「お仕事の内容」や「いつ、
どんなタイミングで車を必要とする
か」をヒアリングします。そして通

り一遍の料金表を出すのではなく、
お客さまのニーズに合わせて契約を
カスタマイズするone to one
の「提案型営業」を実践しているの
です。

例えば、繁忙期に備えて100台
の車両を自社所有している会社であ
れば、私たちは「50台に減らして、
必要な時期だけ日進レンタカーを使
いませんか」と提案します。車種も
軽自動車からトラックまでカーボン
ニュートラルを意識した車両を数多
く揃えていますから、ピンポイント
で最適な提案が可能です。

そうすることで、お客さまは維持
費を大幅に削減でき、浮いたコスト
を本業に投資できる。結果として、
お客さまのご商売が発展すれば、車
のニーズが増えて、より当社の車を
使っていただける。さらに利便性の
よさが口コミで広がり、自然と新規
顧客が増える。

この経営理念の徹底で生み出す好
循環を回し続けてきたからこそ、57
年間、日進レンタカーは生き残って

いるのだと考えています。

—— 昨今は営業もメールやチャット、リモート会議での効率化が正義とされる風潮がありますが、あえて対面にこだわる理由は？

富田社長 同じ空間で同じ空気を吸うことが、ビジネスでは最も重要だと確信しているからです。

社員には、お客さまへのメールに本題を書くなど厳命しています。いまの若い人たちは、すぐに画面のなかで完結させようと思いますが、弊社では認めません。メールはあくまで「アポイントを取るための道具」。

叱られに行くときはもちろん、注文をもらうときでも、必ず足を運んで顔を見て話さない、と。

メールの文字面だけでは、お客さまの本当のお困りごとや、感情まではわかりません。直接お会いして、表情を見ながら対話を重ねる。その泥臭い積み重ねが、結果としてデジタルでは逆立ちしても届かない「絶対的な信頼」を生むのです。

—— 他社がシステムで効率化を進める

ほど、その「アナログな姿勢」が際立ちますね？

富田社長 そのとおりです。AIやDXは、あくまで人間を支えるツール。「人間には感情がある」ということを忘れ、効率だけに傾けば、信頼は一瞬で崩れます。

ハートの部分を大切にすることがこそが、私たち中小企業が荒波を乗り越え、お客さまに選ばれ続ける最大の武器になるはずです。

—— ハートを武器に「車を貸す」という機能を超えた、価値を提供しているのですね？

富田社長 日進レンタカーには、「鍵だけをお渡しするものではありません」というモットーがあります。

これは単に車を貸すのではなく、真心を込めた「サービス」を売っているという意味です。車両の徹底した清掃や万全の安全点検は当然、さらには、ナビの操作に不安がある人には隣で丁寧の説明し、荷物があれば率先して積み込みをお手伝いする。このような「人によるきめ細やか

なサービス」こそが、私たちの真骨頂です。

「自社工場と独自広報が支える」 「驚異の稼働率」

—— 御社は車の稼働率が75%、時には80%を超えたとお聞きしましたが？



自社運営の整備工場で、車の安全を確かなものになっている。



関東1都4県に31営業所を展開。



富田社長 業界の平均的な稼働率は50%前後で、55%あれば優良店舗といわれます。つまり、車両の半分は駐車場で寝ているわけで、その経費はレンタカー代金に上乗せせざるを得ません。対する当社は80%近い稼働率ですから、無駄な経費を代金に

転嫁する必要がなく、低料金を提示できるのです。

—— 75%以上という高い数字を支える最大の要因は何でしょうか？

富田社長 自社で整備工場を保有していることが大きいですね。

1996年に千葉県の上浦に開設した工場では、当社が所有する6000台ほとんどの車両の車検、修理、点検、鈑金^{ばんきん}までを一貫して管理しています。

外注に出せば、当然、入庫順に作業されますが、自社工場なら、営業現場から「来週、この車の予約が入った」という情報が入れば、その車両を最優先で仕上げる、といった臨機応変な対応が可能です。

営業部門と整備部門がリアルタイムで稼働状況を共有し、一丸となって車を回す。このスピード感が、大手の追随を許さない高稼働率を生んでいるのです。

—— 都営バスの背面の看板広告は有名ですが、広告やマーケティングでも独自の手法が光っていますね？

富田社長 バスの背面広告は、都営

バスがラッピング広告を導入した際、両サイドと背面のセットだと高額でなかなかスポンサーがつかないと耳にしたのがきっかけです。そこで私は「後ろ1面だけを使わせてほしい」と提案をしました。バスの横面を見るのは「バスを待っている人」や「歩行者」ですが、背面は「ドライバー」が見ますよね。つまり、レンタカーの潜在的なユーザーに、最も効率的に、最もダイレクトに届く枠を確保したわけです。

—— 見事な広告戦略ですね。

富田社長 もう一つ、考えたのが「マスコットカー」です。弊社のコーポレートカラーである鮮やかな黄色に、「日進レンタカー」と大きく社名を入れた車両を、半額で貸し出すサービスです。

導入前、社員からは「恥ずかしくて誰も借りない」「ブランドイメージが下がる」と猛反対されました。しかし、ふたを開けてみれば、現代の若者は非常に合理的で「安ければ宣

人による
きめ細やかな
サービスが
真骨頂です



伝カーだって構わない」と、いまでは常に売り切れ状態です。

「看板を出す場所」を買うのではなく、「お客さまの行動」を宣伝に変える。固定観念に縛られない発想を実践できるのも、当社の強みですね。

経営者が語るべき「夢（希望）+やりがいい（存在・価値）＝愛社精神（仲間）」

——先ほど受付で、外国人の社員が非常に丁寧に対応してくださいました。ダイバーシティの取り組みもかなり進んでいますね。

富田社長 この2年で外国籍の社員を1割まで増やしました。皆、驚くほど真面目で、日本語も流暢。何よりハングリー精神があります。

また、社員の半分は女性です。受付や事務に留まらず、洗車や大型トラックの運転もこなします。

定年も設けていません。ポジショ

ンや給与体系は変わりますが、働きたい人は何歳までも働けるようにしています。80歳前後の社員もいれば、60歳超えのトップ営業社員もいるんですよ。

——提案営業をする社員、整備工場を支える技術者など、御社の強みは人に集約されていますが、人材の定着についてどのようにお考えですか？

富田社長 もちろん賃金アップは必須ですが、それだけでいまの若者は定着しません。両輪で必要なのが「夢・希望・やりがいい」です。

社員には、常日頃「会社のために働くな。夢を叶えるために、会社を『踏み台』にしろ」と伝えています。

「人並み以上に豊かな暮らしがしたい」「結婚したい」「家を建てたい」。そんな個人の夢や希望を叶える場所が、日進レンタカーであればいい。

人生の優先順番は「1番は自分、2番は家族、3番が会社」です。自分が幸せでなければ、家族、ましてやお客さまを幸せにできるわけがあ

りませんから。

また、当社ではお客さまからいただいた感謝の声をカードにまとめ、毎月の給料明細書に同封しています。自分たちが貸した車が、ある家族の旅行を彩った。あるいは、ある会社のビジネスを成功させた。それを知ることによって「自分たちは社会を支えるエッセンシャルワーカーなんだ」という誇りを持ち、より仕事のやりがいを感じるようになります。

このように、社員に「夢（希望）+やりがいい（存在・価値）＝愛社精神（仲間）」を具体的に提示し、共有することが、高い定着率につながると思っています。

日進レンタカー株式会社

【本社】東京都目黒区下目黒2-19-8

【創業】1969年8月

【資本金】1億円

【従業員数】170名

【車両台数】約6,000台

【営業所】関東1都4県31営業所、整備工場2カ所と钣金工場

【事業内容】自動車の賃貸借、売買および整備修理業

きらばし銀行 五反田支店会員

自分が
幸せでなければ、
家族、ましてや
お客さまは
幸せにできない

