



姫路西ロータリークラブ

2023.08.30

『キッチンカー？？移動式ポップアップストア』

SENBA
SERVICE

since 1944

経営理念

『Smiles for ALL!! ～すべては笑顔のために～』

株式会社船場サービス
代表取締役 中村恒彦

CONTENTS

- ①自己紹介
- ②業務内容
- ③我社のコロナ禍
- ④我社の強みと出来る事
- ⑤キッチンカー?? 移動式ポップアップストア
- ⑥実際につくってみた
- ⑦モビリティサービスの可能性
- ⑧近い未来
- ⑨まとめ



SENBA
SERVICE

since 1944

=自己紹介①=

1978年11月29日兵庫県姫路市町坪に生まれる
生まれも育ちもこの姫路

姫路市立荒川小学校

姫路市立山陽中学校

姫路市立琴丘高校 普通科

流通科学大学 情報学部 経営情報学科



EMERGENETICS® | PROFILE

中村 恒彦 - 2017年8月23日

思考と行動のスタイル

分析型 = 26%

- ・明確な思考
- ・論理的に問題を解決
- ・データを重視する
- ・理性的
- ・分析することで学ぶ

コンセプト型 = 16%

- ・創造的
- ・アイデアが直感に浮かぶ
- ・視野が広い
- ・変わったことが好き
- ・いろいろ試してみる



構造型 = 31%

- ・実用性を重視
- ・説明書はしっかり読む
- ・新しい考え方には慎重
- ・予想できることを好む
- ・自分の経験にもとづいて判断

社交型 = 27%

- ・相手との関係を重視する
- ・社会性を重視する
- ・同情しやすい
- ・人に共感する
- ・人から学ぶことが多い

一般人口との比較



Emergenetics, LLC, 1991, 2017

Gell Browning, Ph.D. / Wendell Williams, Ph.D.

=自己紹介②=

日産サテオ兵庫（現：兵庫日産）に就職

24歳で結婚

趣味：家族でキャンプ

特技：マラソン？



強化する

- 1. 回復志向
- 2. 個別化
- 3. 分析思考
- 4. 達成欲
- 5. 規律性
- 6. 責任感
- 7. 公平性
- 8. 戦略性
- 9. 学習欲
- 10. アレンジ

確認する

- 11. 慎重さ
- 12. 未来志向
- 13. 自己確信
- 14. 信念
- 15. 調和性
- 16. 成長促進
- 17. 自我
- 18. 目標志向
- 19. 適応性
- 20. 運命思考
- 21. 親密性
- 22. 包含
- 23. コミュニケーション
- 24. 共感性
- 25. 内省
- 26. 収集心
- 27. 活発性
- 28. 着想
- 29. 社交性
- 30. 原点思考
- 31. ポジティブ
- 32. 指令性
- 33. 競争性
- 34. 最上志向

=自己紹介③=

今は娘のお弁当作り



- 株式会社船場サービス
- 兵庫県姫路市町坪
- 創業1944年9月（創業79年）
- 主な取扱いは「働く車」
 - 整備事業
 - 自動車販売事業
 - 钣金塗装事業
 - 特装事業
 - 保険事業



- 社員数：全18名
(正社員16名 パート2名)
- 整備スタッフ（7名）
- 販売スタッフ（1名）
- 钣金スタッフ（2名）
- フロントスタッフ（2名）
- 事務スタッフ（3名）
- DX推進スタッフ（1名）

= 業務内容 = (総合自動車整備)

車検・点検・一般整備・钣金・塗装

トラック特装・特装车修理・ボディ架装

新車・中古車販売・自動車損害保険代理店



= 取扱車両 =

軽自動車～大型トラック

冷凍車やクレーン車・ダンプ 等々

ほぼ全ての車に対応出来ます

＝ 我社の強み ＝

特装事業

- ・ 姫路で430社中5社くらい、
- ・ 参入障壁、めちゃ高い
- ・ ボディ製作、特に得意、
- ・ 実は長年の実績あり
- ・ お客様に合った仕様を提案

トラックをレスキューする←
レッキング車両の製造・加工の工程←



サブフレーム←



クレーン取付←



ボディ製作←



ボディフレーム製作←

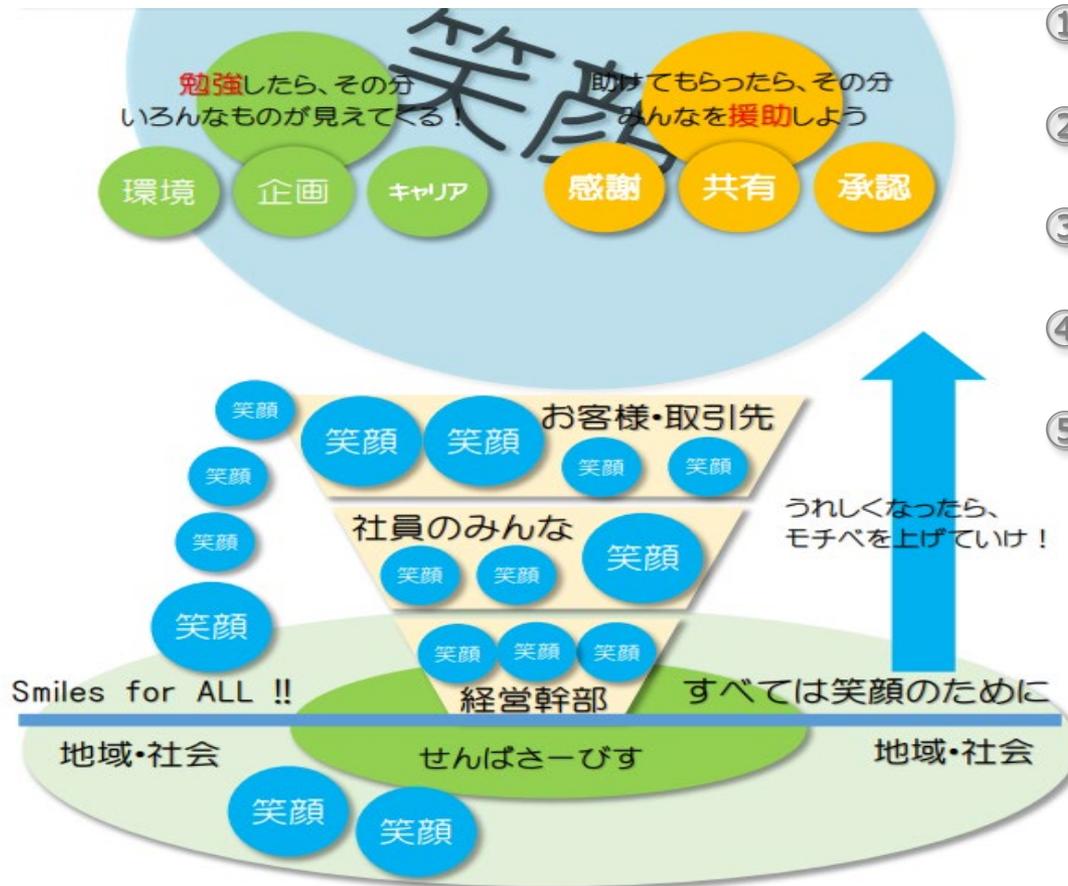
『**最幸の提案**でお困り事を解決し、
社会に**最幸の笑顔**を広げていく！』

=経営理念 スローガン=

Smiles for ALL!! ~すべては**笑顔**のために~

愛ことば

『せんばサーびすから、 笑顔のあふれる10年後にしよう!』



- ①まずは自分が笑顔になること!
- ②一人だけで苦勞するな!
- ③できないことは助けてもらえ!
- ④申し訳ないと思ったら、勉強したらいい!
- ⑤なんかやりたくなったら、とことんやれ!

職業体験



経営理念 『Smiles for ALL!! ～すべては笑顔のために～』

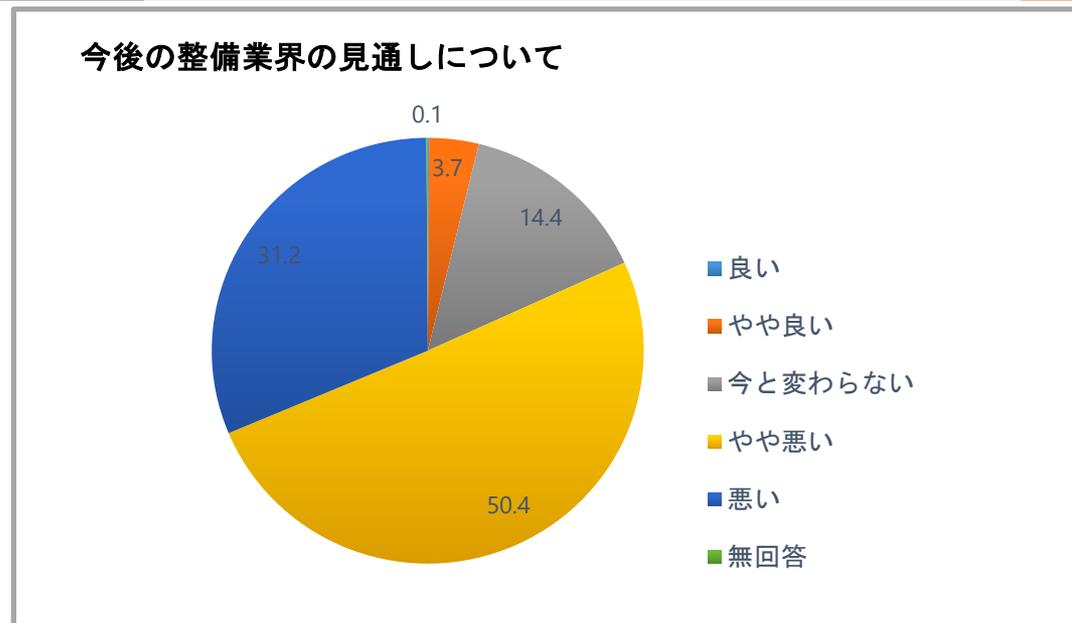


2021年 業界の見通しと当社売上の減少

新型コロナ感染拡大が多く、多くの産業にダメージを与える中、整備業界も例外ではなかった。

悪影響を想定する声が8割以上を占め、先行きを懸念する事業者が多い。

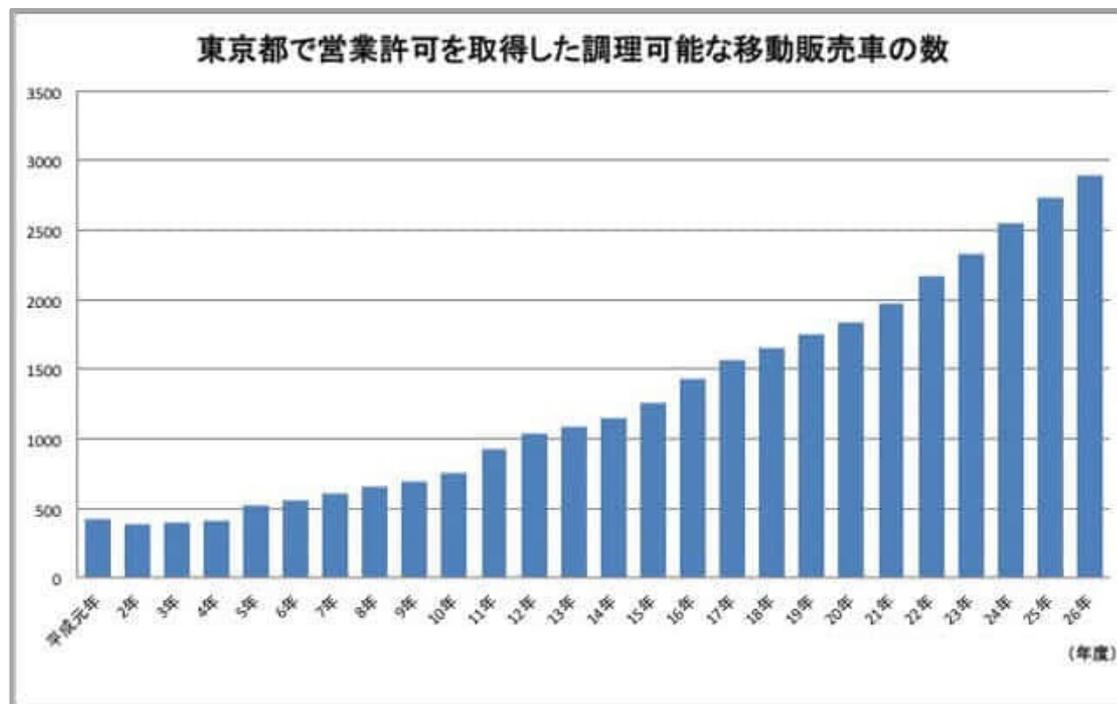
当社においても、2021年10月から3月の6ヶ月の整備売上を見ると対前年23%のダウン。



商業を支える特装車市場への期待

コロナ禍で急激に成長している市場が移動販売車市場
(商業を支える特装車市場)。

特装車製作といった面で当社の特装技術と経験が活かせる市場だと期待。



東京都福祉保健局:「食品衛生関係事業報告」より

クロスSWOT分析による事業の方向性

- コロナ禍で、市街地から人が減り、人は郊外へ。
- キッチンカーの所有者は、顧客のいる場所へと向かい売上を上げている。
- 移動販売車が注目を集め、需要の高まりをみせる。

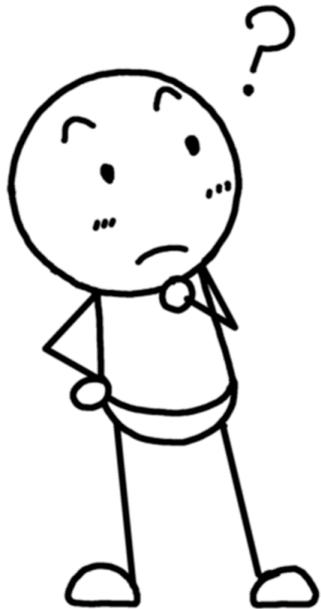
※この機会と当社の強みを掛け合わせ、移動販売車を製作することで、新たな展開を図ることは可能か？

クロスSWOT分析	【機会】 ・ 移動販売車の需要の高まり ・ ECサイトの新規開設増加 ・ リアル体験を望む消費者行動	【脅威】 ・ コロナ禍で整備売上ダウン ・ 整備業界全体が不透明
【強み】 ・ 特装車製作の「ノウハウ・技術力」 ・ 取扱車両（軽から大型、特装車） ・ 想いを汲取る「対話力」	（積極化戦略） ・ 商業支える特装車市場（移動販売車市場）に参入 ・ ポップアップストア展開で商品アプローチ ・ 整備、販売、钣金、特装、保険の ワンストップサービスの実現	（差別化戦略） ・ 特装技術を使った自社にしかない 有力コンテンツの開発
【弱み】 ・ 昔ながらの工場のため、 導線が悪く、設備が古い	（改善戦略） ・ 「新特装工場&新ショールーム」 を建設し、特装事業の効率と自信 をもって来店を呼びかける	（防衛的戦略） ・ web、SNSでの製作事例投稿 ・ 特装市場に注力する

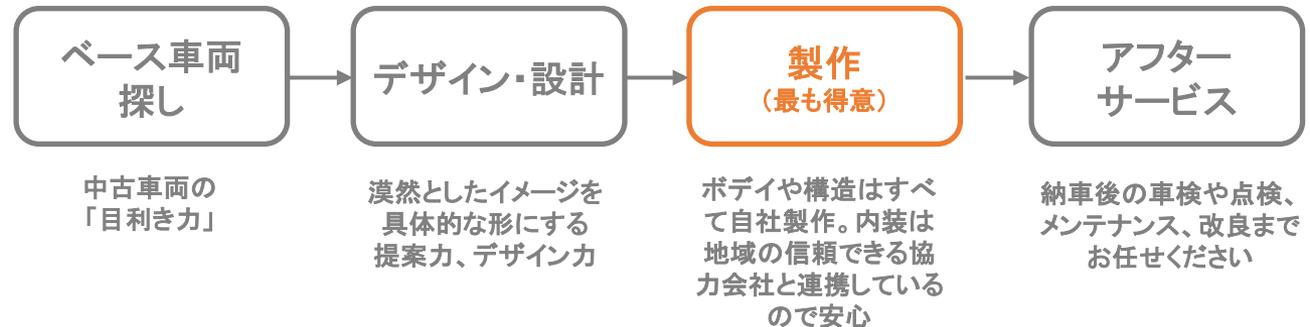
事業の具体的内容

企業と消費者のより良いコミュニケーションを可能とする『移動式ポップアップストア』を考案。

企業、商品、サービスのプロモーションから商品体験、潜在顧客へと駆けつける『移動式ポップアップストア』のプランニング、設計から製作、アフターフォローまでを一気通貫でサポートする。



『移動式ポップアップストア』のワンストップサービス



『移動式ポップアップストア』



移動式ポップアップストアによる効果



消費者の
商品検討時期
に短期出店

潜在・既存顧
客エリアにて
短期出店

商品・サービス
プロモーション

出店コスト削減

出店地
情報収集



COST
DOWN 



作ってみた(#^.^#)



疑問??
これ
車検とおるのか?



いがいに
大変だった (笑)



キッチンカーを買う前に確認すべきこと

- ✓キッチンカー販売の裏側
- ✓注意すべきポイント
- ✓トラブル事例

キッチンカーの相場



軽バン

値幅：80万から180万円



軽トラ

値幅：140万から360万円



1.5tトラック

値幅：150万から450万円

注意すべきポイント

✓営業許可がもらえるようになっているか

- ・車を買う前に必ず保健所に相談しましょう

例：キッチンカーで全国をまわり販売したい・・・

A：全国の営業許可が必要です。

✓車検が通るようになっているか

- ・キッチンカーは見た目に拘って改造が多い
- ・車検証通りでない車検は通らない
- ・任意保険が適応されない

✓作業スペースが考えられているか

- ・調理スペースがもっとも大事

✓キッチンカーの任意保険は高い

- ・車の用途が「営業用」になります
- ・年間15万くらいかな

トラブル事例

✓ 4ナンバーと8ナンバー

軽自動車のメリット

<自動車税>

4ナンバー：毎年：4000円

8ナンバー：毎年：23600円

高速料金安い・車検も保険も安い

例

この部分の最初の数字が
4で始まるナンバー



トラブル事例



違法なの？車検は？

A:違法とは断定できない

陸運局：キッチンスペースを荷物と判断すれば問題はない

※車体自体は2mを超えると×

※荷物は高さ2.5mまでOK

※車検時はキッチンスペースを取り外す

警察：4ナンバーの車がキッチンを備え付けてても、過積載でなければ取り締まれない

※取り外し費用は誰がみるの？？？

移動式ポップアップストアによる効果

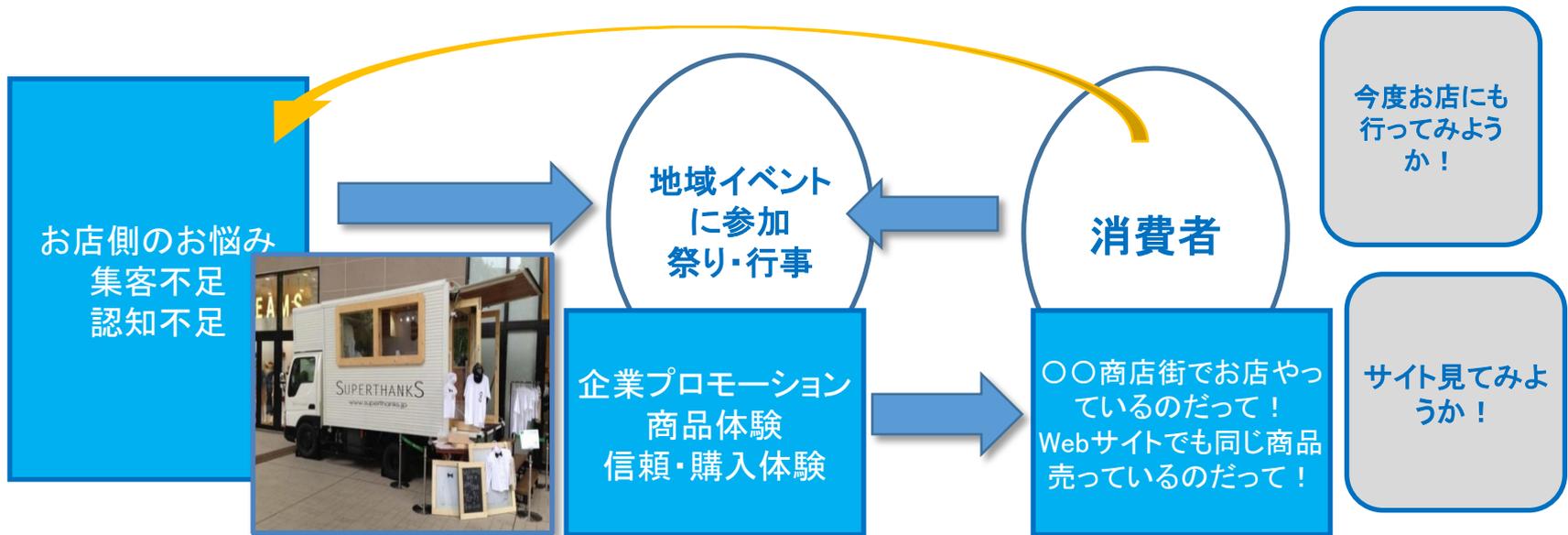


ECサイトだけ作っても、
多くの中に埋もれる



リアル店舗だけでは集客
が弱い、認知されない





企業プロモーションと商品体験で、他社との差別化を図り、
消費者をリピーターへ変える



多くのサイトの中から見つけてもらえる

認知され集客につながる



本当に良い商品がある



伝えきれていなかった商品を！



お客様はSNSで投稿バズっちゃうかも(#^.^#)

モビリティサービスの可能性



プラットフォームへと進化



= 笑顔のあふれる世界 =

夏祭り、盆踊り、町内行事、マラソン大会、クリスマスイベントetc. 人が集まるところに・・・(#^.^#)



<ネットを使ってイベント告知>



<移動販売車で地域が賑わう>



<地域で笑顔が溢れる>

笑顔のあふれる世界wo!

=ビジョン (実現を目指す、将来ありたい姿) =

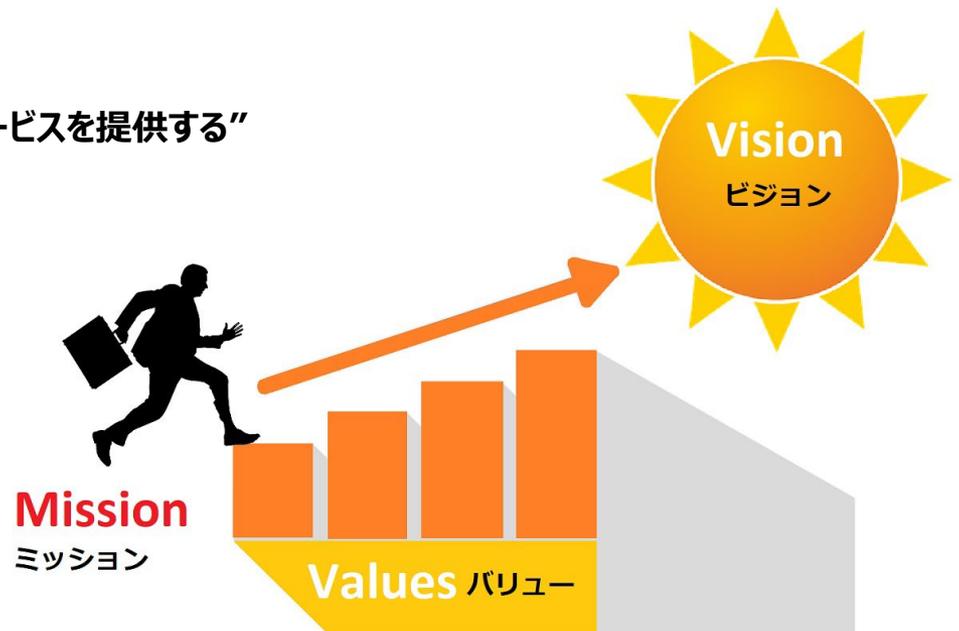
“すべてのお客様に笑顔があふれ、すべての社員が自分の仕事に達成感を覚える。お客様も社員も笑顔あふれる自動車整備工場をつくる！”

=ミッション (果たすべき使命・存在意義) =

“お客様の”想い“をしっかりと汲取り、最幸の提案、サービスを提供する”

=バリュー (価値観・価値基準) =

- ・毎回ちゃんとお客様とお話をする ・知識と技術を磨く
- ・やれる、できると信じて仕事に取り組む ・“ありがとう”と言ってもらえる仕事をする
- ・自己成長は幸せの第一歩



ありがとうございました

ご清聴ありがとうございました。



SENBA
SERVICE
since 1944