

組合ビジョン 大阪オートバイ事業協同組合

大阪オートバイ事業協同組合では、大阪府の平成28年度組合等事業向上支援事業における「組合ビジョン・中期計画作成支援」に取り組みました。

IT化への対応、組合組織の増強、世代交代の促進の3つの大きな課題について、単にそれぞれに個別に取り組むのではなく、これらの課題を全体的に俯瞰した上で取り組む必要があります。そのためには、業界としての総合的な戦略作りを行う必要があります。また、これらの課題については組合組織として次の世代を育てるためにも、特に若い組合員がこれらの課題に取り組むことで、総合的な課題の解決につながると考えました。

特に最大の事業であるオークション事業のIT化の過程で、ネット上では確認できないバイクの品質の鑑定や信頼性にネット運営会社にはない組合の優位性があることを確認しました。この優位性を「A J品質」と定義し、ブランド化を図ることで、組合が扱うバイクの信頼性を高めていき、ひいては業界の信頼性の向上、またそこに所属する組合員の信頼性の向上につなげていくことで、組合への求心力を向上させていくことをビジョンの柱としました。ビジョンの策定（「A J品質のブランド化を図る」）によって①組合員の信頼の向上、②IT化への対応力・情報発信力の強化、③次世代組合員の育成・参加の促進を図ることが可能となりました。

総合的な戦略としてのブランド化

低迷する自動二輪業界において、活性化を図っていくためには、まず情報発信をしっかり行い業界を挙げてその魅力をアピールしてゆく必要があります。また、IT化が進行する社会において、ネット上での中古バイク市場にも進出し、特に若年層の販売店や消費者を引き込む必要があります。

これらの諸課題について個々に対応するのではなく、総合的に取り組むためのきっかけとして、中古バイク市場のIT化における出品バイクの品質の問題があります。

中古バイク市場の出品バイクについて、ネットでの情報は限定的で、落札品に対する整備体制の確立とともに、出品バイクの品質表示に対する信頼性を確立する必要があります。その点、組合のオークション事業は、優位性があることを確認しました。

今後、組合オークションとネット市場とのコラボレーションによるIT化を進めていく過程で、組合のネット上での出品バイクの品質表示を「A J鑑定（仮称）」と称し、この優位性や質の高さを「A J品質」と位置づけ、ブランドとして確立していくことを目指します。

そこで組合の総合戦略として「A J品質のブランド化を図る」とします。

「A J品質のブランド化を図る」

1. 組合加盟店（組合員）の信頼の向上
2. IT化への対応力・情報発信力の強化
3. 次世代組合員の育成・参加の促進

A J 品質のブランド化への取り組みを通じて、

- ①「A J 鑑定 (仮称)」を通じて組合のネット出品の中古バイクの適正な表示と品質確保を通じて組合と組合加盟店の信頼性を高めていく
- ②ネット上の中古バイク市場への参入を強化していくことで業界 (組合) の I T 化の推進とネットによる情報発信力の強化を図る
- ③ネット市場の主要な担い手である若年層を取り込み、若い世代の販売店・消費者を取り込んでいくことを目指していきます。

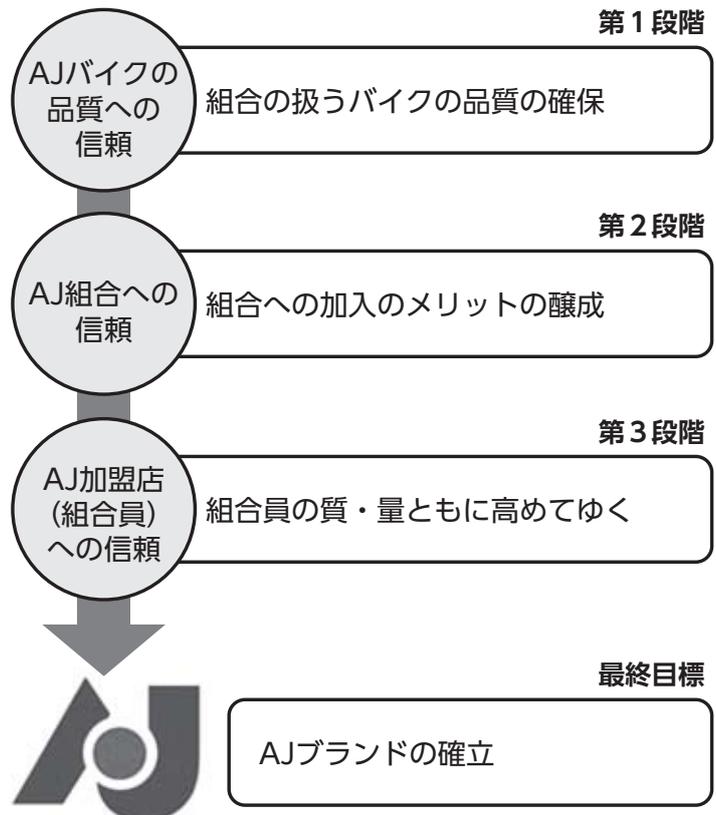
右図は、A J ブランド確立のためのプロセスです。

第1段階として、ネット上に出品される中古バイクの整備体制の確立と適正な品質表示を通じて、A J (組合) の扱うバイクに対する品質への信頼を確立します。

第2段階として、A J (組合) の扱うバイクに対する品質への信頼の確立を通じてA J (組合) 自体に対する信頼を確立し、販売店の組合への加入のメリットを醸成します。

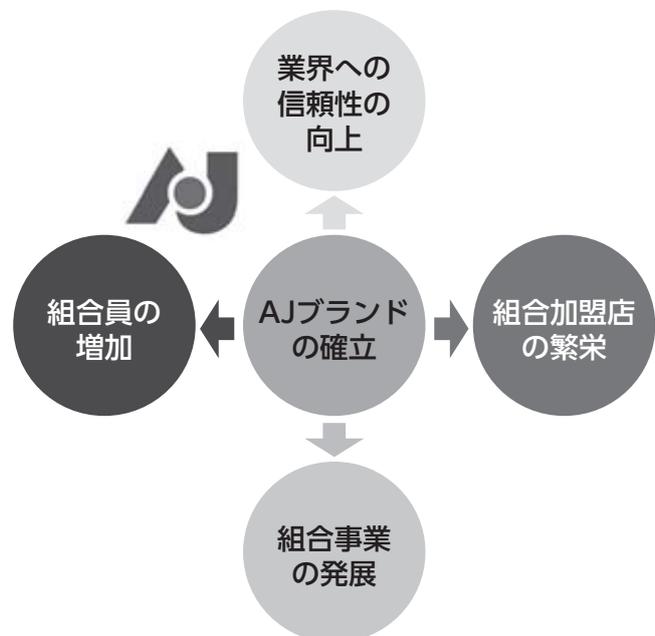
第3段階として、A J (組合) に加盟する販売店 (組合員) に対する信頼を高めていき、既存の組合員に対する信頼の確立を図るとともに、新規加入者に対する組合加入のメリットの情報発信となり、組合員の質・量 (数) とともに高めていきます。

最終目標として、A J 品質を「A J ブランド」として確立していきます。



組合等
事業向上
支援事業
関連情報

AJブランド確立のためのプロセス



AJブランドの確立による波及効果

以上見てきたように、A J ブランドの確立は、単にA J (組合) が取り扱う中古バイクの品質に対する信頼にとどまらず、

- ①業界への信頼性の向上 ②組合事業の発展 ③組合加盟店の繁栄 ④組合員の増加
等の波及効果が期待でき、今後組合を挙げて取り組んでいきます。