2017年8月7日 18面

レーサーとファン触れ合う

ネッツ東京、3店舗で訪問イベント

ユーザーとの関係深化

レース車両が店舗に到着。片山社長が誘導する姿も

ネッツトヨタ東京（片山守社長）は「N－PLAZA足立」などの3店舗で「プロレーサー訪問イベント」を開催した。脇阪寿一選手をはじめとする「ネッツ東京レーシングチーム」のドライバーが、実際に競技で使用しているナンバー付きレース車両で店舗に登場。トークショーも実施し、モータースポーツの魅力を紹介するだけでなく、安全運転のコツを来場者にアドバイスしていた。

同イベントは普段サーキットで活躍するレーシングドライバーを店舗に招き、身近な場所で顧客がモータースポーツに触れ合える場を提供する目的で昨年から開始した。今年度は初の開催で、脇阪選手と塚本奈々美選手、水谷大介選手、長山等選手が、同店と「鹿浜橋店」「TOWN PORT北池袋」を訪問した。

笑いが絶えないトークで会場は盛り上がった

トークショーでは同社が参戦しているワンメークレースの魅力や、観戦ツアーの楽しみ方などについて、4人のドライバーが息の合ったトークで会場を沸かせていた。

脇阪選手は「ドライバーはクルマを〝安全に目的地に届ける〟ことが重要。スポーツドライブのテクニックを身に付けることで、クルマの挙動がより理解でき、安全運転に近づく」と、運転技術を高めることの大切さも伝えた。

写真撮影などドライバーとのコミュニケーションを楽しむ来場客

同社はレース参戦やサーキット走行会、ドライブミーティングなど多様なモータースポーツ活動を展開している。今回のイベントでは店舗に来店する顧客を巻き込んでモータースポー

記事を詳しく読みたい方はコチラ ▶

※閲覧は裏表紙にある登録フォームをご確認ください

2017年3月29日 14面

17年モータースポーツ活動発表

ユーザーと接点強化を

ネッツ東京

ネッツトヨタ東京（片山守社長）は、「2017年モータースポーツ活動」を発表した。今期はプロレーサーの脇阪寿一選手や同社社員など5選手をドライバーに起用、トヨタ自動車の〝TOYOTA GAZOO Racing〟が展開するナンバー付き車両による競技「86レース」「ヴィッツ・レース」「ラリーチャレンジ」に参戦する。また、主要拠点のハブポート若林（世田谷区若林）内の「AREA86」に脇阪選手が選定したカスタマイズ部品・用品の展示・販売コーナーを新設。さらに、子どもを対象とした「ソープボックスダービー（SBD）」の普及活動を本格化するなど、モータースポーツを通じて店舗とお客様をつなぐマーケティングを強化し、車の面白さ、楽しさを広く発信する。

片山社長（前列中央）を囲み意気込みを示すネッツ東京チームのメンバー

脇阪選手がプロデュースした「寿一の部屋」。愛用のレーシングスーツなどを展示しモータースポーツを身近に感じてもらえるよう工夫

86レースのドライバーは「プロフェッショナル」クラスに脇阪選手、「クラブマン」クラスに塚本奈々美選手と、同社でエンジニアを務める長山等選手をそれぞれ起用した。長山選手は〝社内転職・留学制度〟を利用してモータースポーツ推進室に異動、レース参戦の切符をつかんだ。ヴィッツレースには、水谷大介選手が参戦する。水谷選手は、これまでプロレーサーで活躍していたが、今期は同社に入社、社員レーサーとして活動する。ラリーの選手は、社内公募で決める。

AREA86に開設した脇阪選手のコーナーは「寿一の部屋」と名づけ、同選手の好みのパーツやユーザーにお勧めするカスタマイズ用品などを置いた。車好きが集い語らい合うスペースや、映像メディアの中継スポットとして活用してもらえるようプロデュースしていく。さらに、同社のAREA86限定で4月から脇阪選手が選定した86のカスタマズパーツ「脇阪寿一パーツセレクション『NT11R』」を発売する。

また、ハブポート若林にはモータースポーツ推進室を配置しており、そこに勤務する水谷選手、長山選手が来場したお客さまを随時もてなし車談義を行うことなどによって、ユーザーにモータースポーツを身近に感じてもらい、ファンを増やしていく。

このほか、昨年に続きユーザーや社員を対象としたサーキット走行会、レーサー交流イベントを催すとともに、子どもを対象としたモータースポーツのSBDに力を入れて、年齢を問わず車の楽しさを体感してもらうことに努める。

モータースポーツ推進室の塚越富夫室長は「今期は営業スタッフ、エンジニアを対象としたサーキット走行研修会を実施し、全店舗にモータースポーツ推進活動の核になる人材を配置できるようにする。AREA86がモータースポーツ好きが集う『車屋さん』になるように、様々な企画を展開する」と、意欲を述べた。

記事を詳しく読みたい方はコチラ ▶

※閲覧は裏表紙にある登録フォームをご確認ください

若者のクルマ離れが話題となる中、ネッツ東京はモータースポーツを通じたファンづくりにも活発に取り組んでいます。2015年度までの3年間は、レース参戦を通じて「モータースポーツとはなにか」を学びました。その経験を生かして、16年度からは、店舗やサーキットでお客様が直接プロレーサーから走りのレッスンや安全走行、エコドライブのアドバイスなどを受ける企画を本格化しました。