

自動車整備士等の

働きやすい・ 働きがいのある 職場づくりに向けた

好事例 PART 2



目次

整備事業者における取り組み好事例	2
1. 有限会社矢祭自動車整備工場	4
事例① 研修や勉強会への積極的な参加	5
事例② 毎年 1 つ以上の設備・工具への投資	6
事例③ お客様に喜んでいただくための工夫	7
2. エイワ石油有限会社	8
事例① 従業員の健康増進のための取り組み	9
事例② 女性活躍のための取り組み	10
事例③ 研修や勉強会を活用した人材育成の取り組み	11
3. 有限会社カーオーダー M	12
事例① 方針や制度を文章化して働きやすい環境づくり	13
事例② 安心して働くための"クレーム"に対するルール	14
事例③ 社員コミュニケーションを促進する取り組み	15
4. 株式会社高野山スズキ	16
事例① 整備作業の効率化を生み出すコミュニケーション	17
事例② 手厚い金銭面の福利厚生制度	18
事例③ 継続した社会貢献活動で働く価値を高める	19
5. 株式会社カーショップフクダ	20
事例① 会社見学会を実施し、採用のミスマッチを防ぐ	21
事例② 社会人の基礎的な素養を身に付ける従業員教育	22
事例③ 誰もが活躍できる職場環境づくり	23

事例集 整備事業者における取り組み好事例

事例企業一覧



■ 取り組み事例

事例は、国土交通省が策定した「自動車整備士等の働きやすい・働きがいのある職場づくりに向けたガイドライン」の内容に合わせ、以下の課題に分類してご紹介いたします。

人材の定着

課題① 働き方・労働条件

課題② 人間関係・コミュニケーション

人材の育成

課題③ 人材開発

課題④ 待遇（働く価値）

詳しくは、国土交通省 Web サイト

「[自動車整備士等の働きやすい・働きがいのある職場づくりに向けたガイドライン](#)」をご確認ください。

ページ	整備工場	所在地	課題	事例概要
P 4	1. 有限会社矢祭自動車整備工場	福島県 白川郡矢祭町	③	研修や勉強会への積極的な参加
			④	毎年 1 つ以上の設備・工具への投資
			④	お客様に喜んでいただくための工夫
P 8	2. エイワ石油有限会社	愛知県愛西市	①	従業員の健康増進のための取り組み
			①	女性活躍のための取り組み
			③	研修や勉強会を活用した人材育成の取り組み
P12	3. 有限会社カーオーダー M	三重県四日市市	①	方針や制度を文章化して働きやすい環境づくり
			①	安心して働くための“クレーム”に対するルール
			②	社員コミュニケーションを促進する取り組み
P16	4. 株式会社高野山スズキ	山口県防府市	②	整備作業の効率化を生み出すコミュニケーション
			④	手厚い金銭面の福利厚生制度
			④	継続した社会貢献活動で働く価値を高める
P20	5. 株式会社カーショップフクダ	長崎県佐世保市	②	会社見学会を実施し、採用のミスマッチを防ぐ
			③	社会人の基礎的な素養を身に付ける従業員教育
			③	誰もが活躍できる職場環境づくり

1

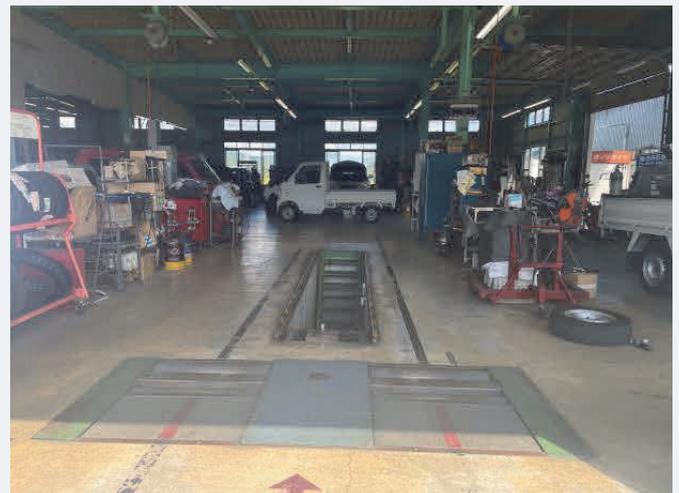
有限会社矢祭自動車整備工場

会社概要

代表者	齋藤 浩久
業態	指定工場
社員数	9名
整備士数	7名
年間入庫台数	1,500台
年間車検 整備入庫台数	500台

沿革

昭和 41 年	創業
昭和 55 年	指定工場取得
平成 9 年	齋藤浩久氏 代表取締役就任
平成 19 年	現在地に移転、工場新設
平成 30 年	ものづくり補助金に採択され、 水性対応塗装ブース導入



取り組み

課題③ 人材開発 ✂

- 1 研修や勉強会への積極的な参加

課題④ 待遇（働く価値）✂

- 2 毎年 1 つ以上の設備・工具への投資
- 3 お客様に喜んでいただくための工夫

事例 1

研修や勉強会への積極的な参加

全整備士が国家 1 級自動車整備士資格の取得を目指す

実施の背景・きっかけ

代表の齋藤社長は国家 1 級自動車整備士資格を取得し、同社で働く整備士にも整備技術を伸ばしてほしいと考えている。技術を身に付けるために日々の業務で研鑽するのと同時に、外部で開催される研修を積極的に活用している。これは、齋藤社長の過去の経験から自分一人で学ぶのは限界があること、また知識のあるプロフェッショナルから学ぶ方が習熟が早いという考えから実施している取り組みである。

取り組みと成功ポイント

自動車整備振興会や、損害保険会社が開催する研修に積極的に参加している。研修を行う団体や会社によっては年間で研修スケジュールが公開されており、同社で働く整備士はそのスケジュールを基に、学びたい研修を選択し、参加している。年間スケジュールが出ていることで研修日の在庫予約を調整したり、シフトの調整を行い整備作業が滞らないように努めている。また、全日本自動車整備技能競技大会（日整連主催）にも福島県代表として参加し、自身の技術を客観的に評価される機会にも積極的に挑戦している。

▼研修スケジュールには多数のチェックが付いている

効果

整備士は、一人当たり年 2 回前後の研修に参加している。会社が研修への積極的な参加を推奨していることで、自発的に学びを求めるようになった。また、そのような取り組みを続けることで、2024 年に参加した全日本自動車整備技能競技大会では、1 名が福島県代表として選出された。本取組を実施したことで、整備士の働く意欲の向上や生産性の向上につながっている。

▼県代表として全日本自動車整備技能競技大会へ出場、横断幕を作成し社を上げて応援した

事例 2

毎年 1 つ以上の設備・工具への投資

毎年 1 つ以上は設備の更新や最新の設備機器導入を行う

実施の背景・きっかけ

整備士の技術向上に取り組む会社にとって、様々な設備・工具への投資にも余念がない。最新の技術に対応し、より高品質なサービスを提供するため、従業員とも相談し、毎年少なくとも 1 つ、場合によっては複数の大型設備機器への投資を実施している。

取り組みと成功ポイント

■ 直近で導入した設備機器

導入① アライメントテスター

- ・メーカー：イヤサカ
- ・導入背景：歴代三基目の入れ替え、中古で購入



導入② インジェクタークリーナー

- ・メーカー：LIQUIMOLY
- ・導入背景：ディーゼル車と直噴ガソリン車の入庫が増えたこと、また参加した研修で紹介を受けて導入



導入③ ブレーキディスクローター研磨機

- ・メーカー：スター
- ・導入背景：作業の効率化、対応できる車種を広げるため、外注していた作業を内製化するため



導入④ オートエアコンガスチェンジャー

- ・メーカー：デンゲン
- ・導入背景：新型のエアコンガス車両へ対応するため



効果

継続した設備・工具への投資が、整備士の働きやすさ、また技術力向上に寄与していると感じている。その結果として、お客様に高品質なサービスを提供することとなり、高い信頼獲得につながっている。

事例 3

お客様に喜んでいただくための工夫

自分たちの仕事でお客様に喜んでもらうことが働きがいにつながる

実施の背景・きっかけ

代表の齋藤社長は、お客様と整備士が直接関わりを持つことを重要視しており、接客技術の向上にも力を入れている。直接関わることでお客様満足度を向上させるとともに、整備士が直接感謝の言葉や満足して帰っていただく姿を見ることがやりがいにつながると考えているからである。

取り組みと成功ポイント

取り組み① 接客技術を高める研修の活用

先述の通り上手に社外研修を取り入れる同社は、接客技術を高める研修にも積極的に参加している。外部研修を利用することで、お客様満足度を高めるポイントや、お客様へ整備説明をする際に抑えるべき点が体系的に理解できる。体系的な理解があるからこそ行動となって店頭でも品質の高い接客をお客様へ提供することが出来る。



取り組み② 店づくりにこだわりお客様への提供価値の向上

お客様へのご提案は口頭だけでなく、現物や店頭ポップなども上手く活用している。店舗内には同社がオススメする商材や、説明時に役に立つポップなどが多数設置されている。

取り組み③ 時代に合わせた商材を取り入れる

同社では、お客様への価値を高めるために時代に合わせた商品を積極的に取り入れている。後付け出来る踏み間違い防止装置や、ドライブレコーダーなど一般的に整備工場ではあまり取り入れていない商材も積極的に展示し、お客様へ提案することで高い満足度を生み出している。



効果

積極的に研修へ参加することで、接客や高い技術力を評価する口コミが書き込まれている。整備工場の整備技術は一般的にお客様へ伝わりにくい部分であるが接客力を身に着けることで、自社の強みや技術力をお客様へ上手く伝えることが出来ていると考えられる。また、お客様の評価が従業員のやりがいにつながっている。

2

エイワ石油株式会社

会社概要

代表者	加藤 良和
業態	指定工場
社員数	15 名
整備士数	8 名
年間入庫台数	10,000 台
年間車検整備入庫台数	2,100 台

沿革

昭和 48 年	永和石油設立佐屋町 CS 運営開始
平成 3 年	社名をエイワ石油有限会社に 変更
平成 14 年	本社事務所新設 車検工場新設
平成 21 年	加藤良和氏 代表取締役就任



取り組み

課題① 働き方・労働条件

- || 1 ➡ 従業員の健康増進のための取り組み
- || 2 ➡ 女性活躍のための取り組み

課題④ 待遇（働く価値）

- || 3 ➡ 研修や勉強会を活用した人材育成の取り組み

事例 1

従業員の健康増進のための取り組み

会社発信で従業員の健康に対する意識を高める

実施の背景・きっかけ

代表の加藤社長は健康に対する意識が高く、従業員の健康にも気を使っている。体調不良で業務が滞ることは、会社にとっても従業員にとってもネガティブな側面が多いという考えから、下記の取り組みを実施している。

取り組みと成功ポイント

■ 健康意識を高めるための取り組み

取り組み概要	取り組みの詳細
健康診断時のオプション費用の負担	健康診断時のオプション費用を会社が負担 (別表を参照)
スポーツジムの費用を一部負担	7,500 円のジム費用のうち、会社が 5,000 円を負担
予防接種費用の負担	インフルエンザの予防接種費用を本人とその家族まで負担
健康手当の支給	健康診断結果が A~C であれば、毎月 5,000 円の手当を支給
非メタボ手当の支給	健康診断でメタボリックシンドロームの判定が出なければ、毎月 5,000 円の手当を支給
禁煙外来費用の負担	禁煙にチャレンジするための禁煙外来に通院する費用を会社が負担
ウォーキングイベントの開催	健康に対する意識を上げるために、名古屋駅から熱田神宮までウォーキングイベントを実施
誕生日プレゼントの贈呈	従業員に合わせて、誕生日にプレゼントを贈呈 その中の一つとしてリカバリーウェアをプレゼントしている

▼健康診断時のオプション上限費用 (別表)

	男性	女性
20代・30代	15,000 円	20,000 円
40代	20,000 円	25,000 円
50代	25,000 円	30,000 円

効果

健康に意識した経営を行うようになってから、従業員の病気や入院による長期休養が減ったと感じている。

また、様々な取り組みを実行する中で、健康経営優良法人の認定取得にもつながっている。認定取得は、求職者にとって同業他社と比較された際の差別化につながり、同社の強みとなっていると感じる。



事例2 女性活躍のための取り組み

女性活躍のための取り組みが、全社員を働きやすくする

実施の背景・きっかけ

もともと女性が活躍していた同社であったが、同業他社でイキイキと働いている女性スタッフを見て、よりその意識が高まった。また、愛知県が行っている女性活躍推進のための認証制度を知り、情報を得る中で既に行っている取り組みが認証を取得できるレベルであることから認証を取得し、さらなる女性活躍推進に邁進している。

取り組みと成功ポイント

同社では、女性が働きやすい職場環境づくりに積極的に取り組んでいる。

取り組み① “お互い様”文化で休みがとりやすい環境づくり

現場には、一緒に働く従業員のおかげ、〇〇さんのおかげというように、他者への感謝を持つ社内風土がある。自身が他者のおかげで助かったことや感謝を強く意識していることで、突然の休みがあっても“お互い様”と積極的にフォローが出来る。これが文化として全社に浸透しているため、従業員も休暇を安心して取得できる。

取り組み② 育児休暇の取得推進

先述の通り、“お互い様”文化によって、育児休暇の取得も進んでいる。また、男性の育児休暇取得も推進しており、県内の同業者では初の男性の育児休暇取得者が出ている。

取り組み③ 女性向け資産運用セミナーの開催

定期的に従業員の学びの場として、外部講師を招きセミナーを開催している。その一つとして、女性社員向けの資産運用をテーマにしたセミナーを開催した。日常的な学びは業務に関することが多いため、家庭でも役立つ知識を身につけてほしいという思いから開催に至った。

取り組み④ 半年に一度の女子会の開催

半年に一度、女性従業員を対象としたコミュニケーションの場を設けている。費用は会社で負担する。忙しく働いている就業時間では出来ない仕事に関わる話や、女性同士だからできる悩みの相談などもされ、活性化につながっている。

効果

同社へ入社した女性スタッフが、以前勤めていた企業と比較して非常に良い会社だと言われることや、人づてに自社を自慢する従業員もいるという話を聞く。そのような噂や、実際にイキイキと働く女性従業員の姿を見て、また様々な取り組みを行っていることを聞いて女性求職者からの応募が多数発生している。これらの取り組みが評価され「あいち女性輝きカンパニー」として認証されている。

▼あいち女性輝きカンパニーとは・・・

女性の活躍促進に向け、トップの意識表明や採用拡大、職域拡大、育成、管理職登用のほか、ワーク・ライフ・バランスの推進や働きながら育児・介護ができる環境づくりなどの取組を行っている企業等を「あいち女性輝きカンパニー」として県が認証することにより、働く場における女性の「定着」と「活躍」の拡大を図ります。

※愛知県県民文化局男女共同参画推進課「あいち女性輝きカンパニー認証制度」より

▼開催された女子会の様子



事例 3 研修や勉強会を活用した人材育成の取り組み

様々な研修や勉強会に参加、業務でも家庭でも役に立つスキルを身に付ける

実施の背景・きっかけ

同社では、外部の研修や勉強会を積極的に活用して従業員の学びの場を提供している。日常の業務に関わる内容に加えて、業務に関することだけでなく、プライベートでも使えるスキル・知識や、地域コミュニティとしての強みをより磨くための研修や勉強会も行っている。

取り組みと成功ポイント

取り組み① 課題図書制度

多数の書籍を読む代表の加藤社長が、自身が読んだ本の中から従業員にも勧めたい書籍を選定しプレゼントする。本取り組みへの参加は従業員の自主性に任せており、読んだ後、感想や気づきなどを共有するようにしている。

▼課題図書制度の大まかな流れ



取り組み② ブラックボード研修の開催

店舗の商品やサービスを魅力的に伝える、ブラックボードの使い方を学ぶ。

取り組み③ 救急救命講習の受講

地域に根差す企業として、AEDの使い方などを学ぶ研修を全従業員が受講している。有効期限があるため定期的に受講している。内容が、最新のものにアップデートされているため、毎回学びを得る機会となっている。

取り組み④ 認知症サポーター養成講座の受講

認知症を正しく理解し、認知症の方と共生する考え方や方法を学ぶ。

▼各種研修や勉強会受講の様子



▼学びを活かしたボードづくり



効果

課題図書制度は、加藤社長と従業員の方向性や考え方のすり合わせに役立っている。

救急救命講習や、認知症サポーター養成講座は、自身の仕事が地域においても重要な役割があること、また具体的なスキルを身に付けることで、地域貢献意識が高まり、結果として仕事のやりがいの醸成につながっていると感じている。

ブラックボード研修は、お客様へより分かりやすくより魅力を伝えるために実施したいという意見が従業員から挙がり実施した。お客様の反応が変わり自分たちの努力が結果につながり、やりがいへとつながっている。

3

有限会社カーオーダー M

会社概要

代表者	森本 英晶
業態	指定工場
社員数	18 名
整備士数	4 名
年間入庫台数	3,676 台
年間車検 整備入庫台数	553 台

沿革

平成 8 年	個人商店カーオーダー M を創業
平成 15 年	現住所へ移転、法人化
令和 3 年	平成 29 年より 5 年連続リース 販売日本一を達成
令和 6 年	新工場オープン、11 月指定取得



取り組み

課題① 働き方・労働条件 ✂

- || 1 ➡ 方針や制度を文章化して働きやすい環境づくり
- || 2 ➡ 安心して働くための”クレーム”に対するルール

課題② 人間関係・コミュニケーション ✂

- || 3 ➡ 社員コミュニケーションを促進する取り組み

事例 1

方針や制度を文章化して働きやすい環境づくり

経営計画書を毎年更新、価値観や方針、社内制度を全て見える化する

実施の背景・きっかけ

代表の森本社長が、自身が感じたことや学んだこと、社内で改善の必要性を感じるなど、様々な観点から社内の方針（ルール）作りを行っていった。それらの方針は、ただ作るだけでなく浸透させることが重要であると考え、方針を書面化し、全社員へ配布するようにしている。

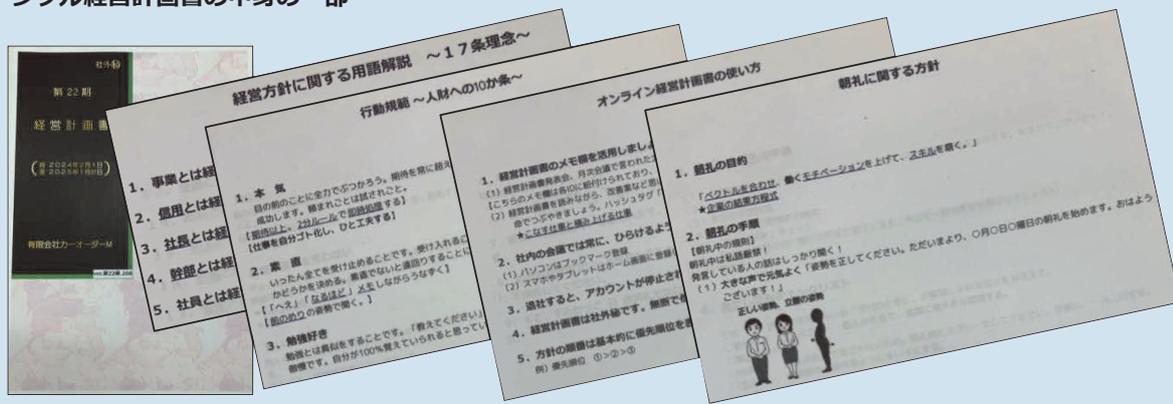
取り組みと成功ポイント

経営計画書には感じたこと、改善の必要があることなどありとあらゆることを書面化し、毎年全社員に配布している。現在、経営計画書は 100 ページを超えており、携帯することが難しいため、デジタル化し、いつでも確認できるように変更した。経営計画書には、「経営理念」「行動規範」等の一般的なものから、「経営方針に関する用語解説 ～17 条理念～」「会議に関する方針」「日報に関する方針」など、同社が独自に追加していった様々な内容が記載されている。社内で日常的に行う業務に対し、どのような考え方、思いで実施すべきか、どのようにすることが正解なのかを言語化しており、働きやすい環境づくりにつながっている。

▼デジタル経営計画書に記載されている内容（一部抜粋）

会議に関する方針	人材を人財に成長するための勉強
日報に関する方針	コミュニケーションに関する方針
クレームに関する方針	資金運用に関する方針
クレマーに関する方針	決算に関する方針
ライバルに関する方針	出産・育児の支援に関する方針
内部体制に関する方針	カーオーダー M の求める人物像
正社員役職別登用基準	運を良くする 10 ケ条

▼デジタル経営計画書の中身の一部



効果

カーオーダー M の社員として何が正解で何が間違っているのか、多くのことが既にまとめられており、従業員が日々決断を迫られる際の判断基準となっている。それにより、働きやすい環境が出来ていると感じている。途中で入社した従業員からは、何をすれば評価されるのか、どのような対応が同社の従業員の対応としてそぐわないのかが分かりやすいとの声が挙がっている。

事例 2

安心して働くための” クレーム ” に対するルール

クレームに対する対応方法を文章化、クレーマーへの対応策も

実施の背景・きっかけ

お客様から頂くご意見（クレーム）は、会社を成長させるためのタイミングと捉え、従業員に適切な対応をしてもらいたいという考えが始まりであった。昨今話題に上がる、クレーマー（カスタマー）への対応策も定め、お客様に適切な対応をして自社のブランド力向上や安心して働く環境づくりにつながっている。

取り組みと成功ポイント

①クレームに関する方針（一部抜粋）

1. 発生

- (2) クレームの発生責任は社長にある。本来はすべて社長が、受けるべきであるが、社長一人では受けきれないので、社長に変わって誠意をもって対処する。
- (3) その事実だけを社長と上司に報告する。ことを大きくする事が大切です。
- (4) クレーム発生の責任は一切追求しない。ただし、報告、連絡を怠った時は、1回に付き始末書2枚提出とする。

2. 対処

- (1) スピードで当事者本人と上司がお詫びと事実確認を行う。
顔を出すことが大事です。対策は後で良い。
- (4) メール・口コミでのクレームは担当者がクレームの2倍の長さでお詫びの返信をする。文章は必ず幹部がチェックする。

②クレーマーに関する方針（一部抜粋）

1. 基本

- (1) クレームとクレーマーは違う。クレーマーは嫌がらせ、クレームはお客様からの指摘です。

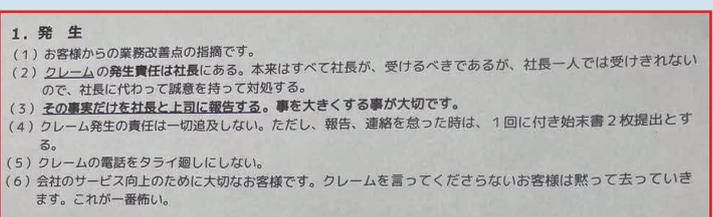
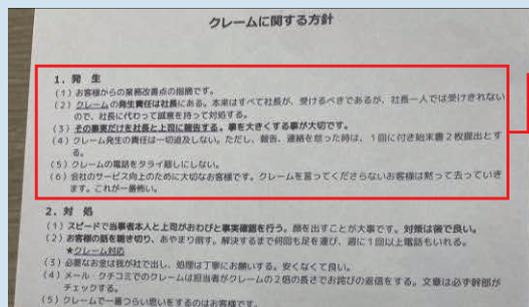
2. 対処

- (2) 対応する時は必ず2人以上で対応する。「ボイスレコーダー」（スマホでもよい）で会話を録音する。深夜に会わない

3. 対処（電話）

- (1) 通話の録音は相手の許可がなくてもよい。合法。
- (3) 「詳しい状況を教えて頂けますか」落ち着いてゆっくり毅然と話す。丁寧な言葉で、普通のお客様と同じように行く。出来ないことは「出来ません」と言う。あいまいにしない。

▼経営計画書に記載されているクレームに対する方針の一部



効果

クレームに対する方針の中にある、「クレームの発生責任は一切追求しない」は、クレーム発生の前提である従業員のミスを許容する会社の考え方であり、それを追求せず改善することに重きを置いている点は、従業員が安心して自身の力を発揮できる環境づくりにつながっている。

また、具体的に何を行動すべきか記載されていることで、対応品質の向上につながっている。

事例 3 社員コミュニケーションを促進する取り組み

お互いを知ることによってコミュニケーションを最適化する

実施の背景・きっかけ

社員同士のコミュニケーションを重視する同社。コミュニケーションの取り方も、世の中の流れに合わせて変化させる必要性を感じ、様々な取り組みを講じている。特に、個人の考え方や嗜好を尊重することを重要視している。

取り組みと成功ポイント

取り組み① 業務の一環として全社イベントの開催

BBQ 大会や、忘年会など全社・部門でのイベントを年間を通し多数開催している。会社を上げて行うイベントは、出勤日としてカウントし、参加を必須としている。

費用は全額会社持ちで、イベントによっては家族や取引先の参加も可としている。



取り組み② 個人別でコミュニケーションの取り方を変える

外部の研修を活用し、個人の思考・行動特性を分類し、分類によってコミュニケーションの取り方を変えるようにしている。入社後、全ての社員が同研修に参加し、各分類ごとに最適なコミュニケーションの取り方を学んでいる。

また、本研修とは別に同社独自の自分の取り扱い説明書を作成、困ったときにどのように声掛けしてほしいか、どのようにコミュニケーションを取ってほしいかなど、具体的なコミュニケーションの取り方を記載する。

▼個人ごとに特性を分析し最適なコミュニケーションの取り方を学ぶ



<p>分析型</p> <ul style="list-style-type: none"> 明確な思考 論理的に問題を解決 データを重視する など 	<p>概念的型</p> <ul style="list-style-type: none"> 創造的 アイデアが直感に浮かぶ 視野が広い など
<p>構造型</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 など 	<p>社交型</p> <ul style="list-style-type: none"> 相手との関係を重視する 社会性を重視する 同僚しやすい など

▼バックヤードに分析結果を貼り出し



効果

個々人に合わせたコミュニケーションの取り方を学ぶこと、また、自身でも考えることで、社員間でのコミュニケーションが円滑になったと感じる。社内の雰囲気にも影響しており従業員間の関係は良好である。

4

株式会社高野山スズキ

会社概要

代表者	松本 秀樹
業態	指定工場
社員数	103名(パート等11名含む)
整備士数	38名
年間入庫台数	31,148台
年間車検 整備入庫台数	4,521台

沿革

昭和 20 年	高野山商会第二創業
昭和 31 年	株式会社高野山商会設立
昭和 37 年	萩営業所開設、その後約 20 年間で 4 拠点を開設
平成 6 年	本社新社屋完成、株式会社高野山スズキに社名変更
平成 26 年	本社钣金工場、本社会議室、本社寮新設
令和 2 年	徳山店開設
令和 7 年	下関店新装オープン



取り組み

課題② 人間関係・コミュニケーション 🛠️

- 1 整備作業の効率化を生み出すコミュニケーション

課題④ 待遇(働く価値) 🛠️

- 2 手厚い金銭面の福利厚生制度
- 3 継続した社会貢献活動で働く価値を高める

事例 1

整備作業の効率化を生み出すコミュニケーション

「全員フロント」を目指しコミュニケーションを強化

実施の背景・きっかけ

自動車整備に関わる業務は、一人で完結できず社内外問わず様々な関わりの中で成り立つため、コミュニケーションを取ることに重きを置いている。整備部長である山本部長は「全員フロント」を目標に日々指導や仕組みの構築を行っており、円滑な整備作業につながっている。

取り組みと成功ポイント

■全員フロントを目指すための取り組み

取り組み① 作業に関わるコミュニケーション

入庫した車両は個人に任せるのではなく、全員で作業することを常に伝えている。工場では常に入庫状況を確認し、人員の調整を行っている。適切な人員調整を行うために状況把握、社内システムの「サイボウズ」を活用し共有をこまめに行うことで、整備作業が効率化されるとともに、引継ぎがしやすく休みも取りやすくなっている。また、効率的な作業を行うために完全予約制として顧客の予約を取る営業スタッフへの依頼や、お客様にも積極的に事前予約を提案している。

取り組み② 指導・育成に関わるコミュニケーション

同社では、個々人の強みや得意な領域を伸ばすように指導・育成を行っている。特に新卒社員の場合、半年間は育成担当者をつけ、マンツーマンでの指導を行っている。マンツーマンで指導を行うことで新卒社員の強みや得意な領域がより理解でき、個別で伸ばすべき箇所が明確になる。

取り組み③ 社内研修を活用したコミュニケーション

新卒社員は、入社後各部門に一定期間配属され、様々な業務を学んでから本配属される。(ジョブローテーション制度) 様々な業務を学ぶことで、各部門の業務への理解が深まり、適切なコミュニケーションが取れるようになる。

- | | | |
|---------------|------------|--------------|
| 1. 社長との座学研修 | 4. レンタカー研修 | 7. コンシェルジュ研修 |
| 2. サービスフロント研修 | 5. 業販営業研修 | 8. 钣金研修 |
| 3. 整備研修 | 6. 部品課研修 | 9. 直販営業研修 |

取り組み④ 社内評価に関わるコミュニケーション

整備士個々人の努力が評価され、給与に反映される仕組みがある。評価を行うために、評価項目は個人別で数値化されており全従業員が常に状況を確認できるようになっている。評価項目が明確であることで、整備士が何を努力すれば良いのかが明確になる。

効果

取り組み①の作業に関わるコミュニケーションとして、常に作業進捗を共有することが徹底されており、入庫車両の進捗が店舗全体で把握されるようになり、整備工場をよくある、作業担当整備士だけが作業進捗を把握している状況がなくなった。お客様から問い合わせがあった際にも、スムーズに状況説明が出来るようになり、お客様からのクレームも減少している。また、取り組み④で紹介した個人別の数値化の成果として、現在では毎月平均して一人当たり5万円程度は目標達成による奨励金の支給がある。

▼個人別実績を可視化するエクセルの帳票

拠点	名前	累計		品質	アウ	車検	提案	MP	車検	6か月
		粗利	内売							
	山本									
	西山									
	大崎									
	アス									
	タニ									
	ジヤコウ									

事例2 手厚い金銭面の福利厚生制度

給与だけでなく、様々な角度から従業員をサポート

実施の背景・きっかけ

代表の松本社長は人材採用で苦戦した過去の経験から、大手企業や自社よりも大手のディーラーに負けないような給与や待遇を提供することを強く意識している。2023年度の営業平均年収648万円、整備職平均年収558万円と非常に高い水準であるが、福利厚生面でも非常に手厚い金銭的な支援を行っている。

取り組みと成功ポイント

■実際に運用されている福利厚生の一部

取り組み概要	取り組みの詳細
扶養手当	16歳未満の子ども的人数×1人につき3,000円の手当を毎月支給する。
公的資格取得支援	条件を設け、各種資格を取得するための資金全額を貸与する。 (整備士資格取得費用・損害保険資格)
資格手当	1級整備士、検査員資格：10,000円/月 2級整備士資格：5,000円/月 3級整備士資格：3,000円/月
財形貯蓄制度	給与からを天引で利率の高い貯蓄を行う。
社員割引制度	社員本人、社員の家族(別居の親、兄弟、子、孫)を対象に、自社での車検・整備・钣金塗装・車両購入を特別価格で提供する。
養老保険	被保険者が死亡もしくは重篤な場合、死亡保険金を法定相続人に保険会社から直接支払う制度。(役職に応じて500～2,000万円)
株式投資応援制度	入社3年目以降のエキスパート職社員を対象に、株式投資用の資金を20万円支給する。その後も定期的に運用益が高い従業員に対するインセンティブを支給する。 (社長より表彰及びプレゼント)
弁護士無料相談制度	月1回1時間、弁護士に無料で相談することができる制度。家庭や個人的なことを相談可能で、メンタルヘルスの維持にも役立てることを狙う。内容や相談の有無も会社に共有されることは一切なく相談できる。相談はLINEやzoomなどで気軽に行うことが可能。
車検入庫率奨励金制度	システムに登録されている車検到来のお客様の入庫率に応じて5,000～10,000円の奨励金を全員に支給する。

効果

手厚い福利厚生は、従業員の定着・採用に効果があると感じる。資産形成のための支援があることや、平均年収が高いことで、資産運用に対する意識の高い従業員が、一般的な自動車業界の従業員と比較して多いのではないかと感じている。

車検入庫率奨励金制度は、入庫率によって全社員に支給されるため、営業マン個人ではなく、店舗の従業員一人一人がチームとして活動することにつながっている。

事例 3 継続した社会貢献活動で働く価値を高める

技術やスキルだけでなく、地域における存在価値を高める

実施の背景・きっかけ

県内に7拠点を有する自動車ディーラーとして、地域貢献活動にも力を入れている同社。お付き合いのあるお客様だけでなく、地域との強いつながりを作ること意識している。

地域とのつながりを持ち、評価をされることが同社にとってのお客様づくりにつながり、結果として従業員の働きがいとなることを狙っている。

取り組みと成功ポイント

取り組み① 地域スポーツチームへのスポンサー活動

山口大学女子バスケットボール部、周南公立大学女子サッカー部のスポンサー活動を行っている。スポーツを通じた地域振興を目指し、活動の資金的なサポートから、移動手段・備品や用品等の物的なサポートを行い、スポーツに打ち込む学生を支援している。

取り組み② 地域清掃活動

毎週火曜日に、全店舗で店舗周辺の清掃活動を実施している。毎回40分程度の清掃で、年間で6トン、これまでに120トン以上のゴミを回収している。

取り組み③ テレビ局とタイアップした子ども応援活動

県内で、スポーツや吹奏楽といった活動に全力で取り組む子どもたちをピックアップし、その様子をテレビCMにて放映している。先述のスポンサーとしてサポートしている部活動が行う、子ども向けに開催するスポーツスクール活動を取り上げるなど、同社が行う諸活動との連携も行っている。

取り組み④ 子ども整備士体験会の開催

毎年開催している納涼祭では、子ども整備士体験を開催している。多数の子どもが参加しており、好評を博している。当日は、実際に車両を準備し普段目にする事の無い、エンジンルームや車の下回りなどを見ながら子どもが安全にできる簡易的な作業を行う。

▼地域清掃の様子



▼子ども整備士体験会の告知と当日の様子



効果

取り組み②の地域清掃は開始から既に20年以上継続して実施されている。過去には本活動が評価され、地域の方からの推薦により市から何度も表彰されたこともあり、確実に地域との結びつきが強まっていると感じる。

5

株式会社カーショップフクダ

会社概要

代表者	福田 欣也
業態	指定工場
社員数	41 名
整備士数	13 名
年間入庫台数	12,000 台
年間車検 整備入庫台数	3,800 台

沿革

昭和 60 年	有限会社カーショップフクダを創業
昭和 61 年	店舗移転し中古車展示場を併設、業務拡大
平成元年	事業拡大のため店舗移転（現本山ショールーム）
平成 7 年	整備工場を新設
平成 9 年	車検のコバックへ加盟
平成 28 年	年間車検台数が 4,000 台到達



取り組み

課題② 人間関係・コミュニケーション ✂

- 1 会社見学会を実施し、採用のミスマッチを防ぐ

課題③ 人材開発 ✂

- 2 社会人の基礎的な素養を身に付ける従業員教育
- 3 誰もが活躍できる職場環境づくり

事例 1

会社見学会を実施し、採用のミスマッチを防ぐ

面接前に会社見学会を必ず実施、雰囲気や文化を伝える

実施の背景・きっかけ

過去に大量の離職を経験したことから、自社の風土文化にマッチした人材を採用するように方針を転換した。そのため、企業側から求める人材像や自社の価値観を積極的に伝える時間を作るために、面接の前に会社見学会を行うようにした。

取り組みと成功ポイント

■ミスマッチを防ぐ、採用時の取り組み

取り組み① 会社見学会の実施

採用の第一段階として、面接を行う前に会社見学会を実施している。会社見学会の参加にあたり、履歴書は不要、私服参加可など、あくまで選考に進むまえに気軽に参加してもらう事を重視している。会社見学会の目的は、会社の雰囲気を知っていただくこと、自社の価値観や大切にしていることを知っていただき、求職者・企業双方のミスマッチを防ぐことである。見学会後、入社を希望する場合、選考へ進む。

取り組み② 大事にしていることを事前に伝える

会社見学会の際には、以下の3点を必ず伝えるようにしている。急な離職などですぐに人材確保が必要という場合、企業側も求職者に会社を良く見せようとしてしまうが、同社では、以下の3つの点は、一緒に働く上で非常に重要と考えているため、必ず説明している。

・会社見学会当日に必ず伝えること 1. 経営理念 / 2. 働く姿勢 / 3. 会社のルール

事例2で後述する感想文の提出や発表の時間があることなども事前に伝えており、過去には見学会を実施して求職者側から辞退の意向を伝えられることもあった。

▼会社案内にも、大事な価値観が大きく記載されている

- 1 変化を快く受け入れよう
- 2 沈黙は断固として抵抗しよう
- 3 何をすべきか？を常に自らに問おう
- 4 今日は誰を笑顔にしますか？

効果

採用の段階から求職者と会社のミスマッチが減り、離職率が低下した。また、同様の志を持った社員が入社するため、業績向上、業務効率化など様々な良い影響があると感じている。

事例 2

社会人の基礎的な素養を身に付ける従業員教育

インプットとアウトプットを繰り返し、高い基礎能力を身に付ける

実施の背景・きっかけ

代表の福田社長が定期的に参加する勉強会の講師が、過去に倒産を経験したことがあり、その際の教訓として常に社員教育が必要であることを痛感したという話を聞き、同社においても社員教育の時間を取るようにしている。既にスタートして 10 年程度が経過しており、その効果を強く感じている。

取り組みと成功ポイント

■ 社内勉強会 = 木鶏会 (もつけいかい) を毎月 1 回、全従業員が参加し開催

ポイント① 読む - 成功者の思考を知る

当日は経営者や著名人を取り上げ、その考え方や仕事に対する向き合い方を解説する月刊誌致知 (ちち) の中の推薦記事 3 つを読む。成功者の考え方、大事にしていることを学ぶことができる。

ポイント② 書く - 情報をまとめる力が身に付く

3 つの推薦記事を読んだ後、その中から 1 つの記事について感想文を書くようにしている。文章にするときには自身の考え・気づきを整理する必要があるため、日常的にも情報を整理し理解する能力が養われている。

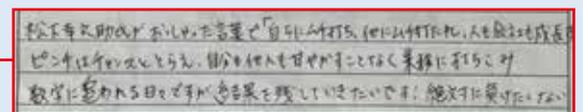
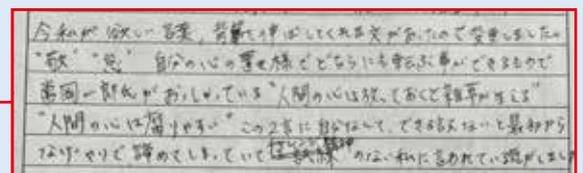
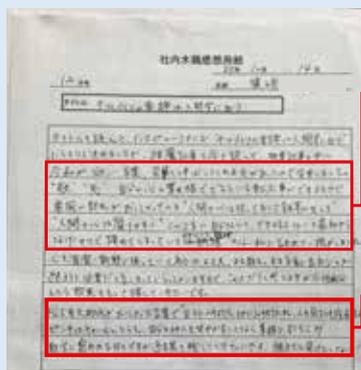
ポイント③ 発表する - 他者へ伝える力が身に付く

感想文を書いた後、参加者 3~4 名のグループに分け、感想の発表を行っている。発表することで他者へ伝える力を養っている。

ポイント④ 発表を聞く - 新たな視点・気づきの獲得

他者の発表を聞き自分とは違う考え方や、気づきがあることを知り、新しい学びを得ている。また、発表を聞く際のポイントとして社員は「美点凝視」という言葉を大事にしている。これは発表の良い点を見つけることを重視する言葉で、自分にはない考え方や感じ方を受け容れることにもつながっている。

▼月刊誌「致知」と従業員の方が書いた感想文



効果

本取り組みを始めてから、活字を読むスピードが向上したこと、また自分の感じたことを言葉にする能力 (言語化能力) が高まり、事業に関わる他社の事業者の方からお褒めの言葉をいただくことが増えたと感じる。特に若い社員がなぜこのようにスムーズなコミュニケーションが取れるのか? と質問されたことは、取り組みの効果を強く感じる出来事であった。

従業員からは、一緒に働く従業員の考え方を知り、自身の考え方のブラッシュアップにつながり成長を感じるとの声が挙がっている。

事例 3 誰もが活躍できる職場環境づくり

性別・年齢・役職などに関係なく活躍できる仕組みを構築

実施の背景・きっかけ

子どもの突発的な体調不良で休みにくい、早退しにくい雰囲気や役職者への登用において、実績を出した人材を登用するも管理職として成果が出せないことがあるなど、変化させなければならぬと感じることが多く、本取組を実施した。

取り組みと成功ポイント

■女性スタッフが活躍するための取り組み

子どものイベントや、突発的に発生する体調不良などで休みを取りやすい環境づくりを行っている。休みを取りやすくするために、役職者から積極的に会社の制度を活用するようにした。その結果、現場のスタッフも休みや早退しやすい環境が整った。現在、年次有給休暇は12日を取るように、有給取得状況の管理も徹底して行っている。有給休暇の取得はQRコードを読み込み、ネットから申請するようにして、気軽に有給休暇を申請できる。また、整備拠点の店長を現在、女性が務めていることも働きやすい環境づくりにつながっている。

■若手社員が活躍するための取り組み

若手社員に、社内イベントの統括やリーダーといった役割を与え、他の部署や先輩社員との関わりを持たせるようにしている。具体的にはイベントの企画、必要備品や用品の準備、告知方法の選定、予算の承認等のイベント企画から開催、運営まで数カ月を通して活動している。これにより、段取り力の醸成や、普段関わりの無い従業員と関係構築、業務依頼の仕方などを学んでいく。

▼有給休暇の申請はQRコードを読み込み、ネットから申請する



- ・上司や社長へ直接有給休暇の申請をするのではなく、ネットから申請することで従業員は申請をしやすくなる
- ・有給休暇の取得は役職者が積極的に取る

■役職者が活躍するための取り組み

過去は、実績を出した人材が管理職に就くことが慣習的であったが、実績を出せることと管理職として成果を挙げられるかどうかは別であると考え、管理職になるためには最低限必要な素養を身につけられるように社内環境を整えている。現在は、外部企業の研修を活用し、組織論を学んでもらうことや、月1回課題図書を読みレポートを作成し、そのレポートを役職者同士で発表、参加者から感想や意見をもらうことを必須としている。

効果

直近の実績では有給取得率は100%で、多くの従業員が有給休暇を10日以上取得している。

始めた当初は休暇が増加し目標達成へのモチベーション低下、休暇を取得する権利意識が増大することが問題になることもあった。それらを解決するための具体的な施策として、人時生産性の計測や、数字意識を高めるための部門長会議を開催している。

若手社員が主体となるイベント運営は他の従業員との関係性が出来ることで離職率の低下につながっていると感じている。