

第1回整備事業者アワード 表彰分野・部門賞について

【イノベーション領域】

- ①海外展開
- ②専門性強化
- ③DX(デジタルトランスフォーメーション)
- ④法人ビジネス
- ⑤新規参入・ユニーク経営

【経営改善領域】

- ①顧客リピート
- ②事業承継
- ③人材育成
- ④業務効率化
- ⑤付加価値ビジネス創出
- ⑥保険獲得戦略
- ⑦経営再建成功

【社会貢献領域】

- ①BCP対策
- ②地域貢献
- ③環境対応

イノベーション領域：海外展開賞

【表彰対象・基準】

将来的に予想される国内整備市場の縮小を前提に、海外市場をターゲットに見据え、積極的な設備投資や業務提携による売り上げ拡大策のほか、人材育成、技術指導、途上国に向けた社会貢献などに取り組む企業を評価する。

【事例案】

- ◆技能実習生らが帰国し、独立する際に、自社のパートナー企業として支援し、現地法人を立ち上げた（直近で立ち上げる予定）
- ◆整備工場の海外進出に向け、整備学校などと連携し海外の整備人材の育成を手がけている
- ◆途上国などの技術力向上を支援している
- ◆TOB（タイヤ・オイル・バッテリー）関連などメンテナンスビジネスを海外で展開している
- ◆洗車・コーティングなど「ジャパंकオリティ」を海外で展開
- ◆商社や海外展開を目指す大手ディーラーなどと提携・連携した海外市場への事業展開など

イノベーション領域：専門性強化賞

【表彰対象・基準】

同業他社やディーラーなどとの顧客争奪戦が加速する中、技術やサービスにおいて専門性を磨くことで、他社との差別化による生き残り策で事業拡大・新規客獲得に成功している事例を評価する。
継続性(取り組み期間は3年以上)を重視する。

【事例案】

- ◆顧客の車両を最適な状態に保つ提案や予防整備を提案し、
自社独自の提案書や整備報告書などクルマに詳しくないユーザーでもわかりやすく帳票化している
- ◆水性塗料や高級コーティング、マット塗装車の補修などに向け専門設備を導入し、顧客を獲得、提案している
- ◆タイヤ保管ビジネスをタイヤホイール洗浄サービスと組み合わせるなどして収益拡大につなげている
- ◆ガラス交換サービスやタイヤのアライメント調整、板金修理などの内製化で
顧客囲い込みやディーラーからの業務委託受注を拡大している事例など

イノベーション領域：DX(デジタルトランスフォーメーション)賞

【表彰対象・基準】

営業・アフターサービス・間接部門の効率化、また、車両管理や工場運営全般の効率化に向け、デジタル化の積極推進で成果を挙げている取り組みを評価する。昨年からのコロナ禍対応を含め、一定の継続性を前提とする。

【事例案】

- ◆車検(点検)入庫の平準化に向けて自社で予約システムを構築
- ◆営業・サービス・間接部門などが密にコミュニケーションを取れる仕組みを自社で考案
- ◆ITと自動車整備業を紐づけた新たな取り組み事例
- ◆自社サイトに特徴や画期的な工夫がある事例

イノベーション領域：法人ビジネス賞

【表彰対象・基準】

車両の電動化や自動運転化の加速が見込まれることで整備業界全体が新規技術への対応を迫られる一方で、これらの技術動向と親和性の高いカーシェアリングやMaaS（サービスとしてのモビリティ）が社会に浸透し、結果的に保有車両が減少する可能性がある。ただシェアリングやMaaSでは、台当たり稼働率が高まるため、法人の整備需要の高まりが予想される。

この想定を前提に、整備専門者の強みである予防整備や巡回整備などのキメの細かいサービスなどを生かした法人需要の囲い込みにより、事業売上高の維持、拡大を狙った取り組みを評価する。

【事例案】

- ◆異業種との連携などによって、顧客を拡大させた
- ◆独自の取り組み、工夫によって、法人需要を獲得した

イノベーション領域：新規参入・ユニーク経営賞

【表彰対象・基準】

自動車整備事業に新規参入した異業種出身（非整備事業）の事業者が、従来型の自動車整備ビジネスの枠を超えた斬新な手法で整備事業の拡大、新規客獲得に成功している事例を評価する。
また、親族やそのほかの者からの事業承継ではなく、一から整備事業をスタートさせ、新たな手法によって顧客を獲得するなど事業を軌道に乗せることができている事業者を評価する。

【事例案】

- ◆異業種から自動車整備業に参入し、顧客へのアプローチ方法や出店場所を工夫するなど、新たな切り口で入庫獲得に成功している
- ◆自動車整備業界の常識にとらわれることなく、個性的な発想で事業経営している
- ◆これまでの整備業界の概念を覆すような企業連携や取り組みを推進している

経営改善領域：顧客リピート賞

【表彰対象・基準】

独自の取り組みで顧客リピート率や新規客固定化率を向上させている事業者を評価する。
数字だけにとらわれず継続的な取り組みを重視する。

【事例案】

- ◆顧客満足(CS)を高めるために独自のイベントの開催や整備待ち時間を飽きさせないためにカフェを展開したり、キッズルームなどの設備の拡充、トイレの整備、快適な喫煙場所の確保などに取り組んでいる
- ◆外部接客コンテストへの参画や異業種での研修導入などで成果を挙げた
- ◆InstagramやツイッターなどのSNSなどを活用した入庫促進を展開
- ◆LINEなどのSNSを活用し、雨の日サービスや誕生日特典などを発信し、定期的な来店(入庫)を促している

経営改善領域：事業承継賞

【表彰対象・基準】

自動車整備業界では高齢化や後継者不足が長年の課題となっている。国内中小企業の休廃業・解散件数の約6割が黒字企業とされ、企業実績が良好であっても休廃業を迫られるケースも少なくない。貴重な経営資源を次世代へ引き継ぐ事業承継には数年が必要ともいわれる中、先手を打って円滑な事業承継に成功した事業者を評価する。

【事例案】

- ◆ M&Aなどを契機に事業領域を拡大し、有力事業者に成長した事例
- ◆ M&Aなどによって働く社員の所得が増え、モチベーション向上などにつながった事例
- ◆ 異業種からや外部人材の登用などで事業承継に成功した事例
- ◆ 自分の代で廃業することを決めていて、社員の雇用維持など円滑に承継した事例など

経営改善領域：人材育成賞

【表彰対象・基準】

メカニックに限らず、営業や事務の人材も不足しがちな整備業界。積極的な人材育成によるサービス品質向上に加え、明確なキャリアプラン提示や働き方改革による社員採用・定着率の向上策、外国人や女性、シニア、未経験者など人材多様化への取り組みが求められている。
人材の確保・育成・登用において独自の取り組みで成果を挙げている事業者を評価する。

【事例案】

- ◆メカニックの技術力とモチベーションの向上を狙いに、レース参画や社内コンテスト、資格取得支援など
独自に積極的な取り組みを進めることで、社員採用や定着で一定の成果を挙げた事例
- ◆高校卒業生など若年層の積極的採用や、定年を迎えた社員のセカンドキャリアを支援している事例
- ◆女性メカニックの採用にあたり社内で改革した事例
- ◆独自のキャリアプランを提示し、社員満足やモチベーションが向上した事例
- ◆外国人人材受け入れ環境を独自に整えることで、外国人社員の安定的採用に継続的に成功している事例

経営改善領域：業務効率化賞

【表彰対象・基準】

人手不足対策やサービス品質向上策、社員および顧客満足度向上策などの一環として、営業・サービス・間接部門全般における業務効率の向上は整備事業者の重点課題となっている。
継続的な取り組みにより経営改善で成果を挙げている事業者を評価する。

【事例案】

- ◆最新機器導入で大幅な作業工数削減に成功した事例
- ◆社内オペレーションの改善で大幅な残業削減を達成した事例
- ◆大幅な工場の改築、動線の見直しなどによる効率化した事例
- ◆ものづくり補助金などを活用し、スタッフの負担軽減や業務効率につなげている事例
- ◆次世代車両や最新技術への取り組みを積極的に行い、IT機器と連動したデータベースの構築や整備技術の継続的な向上を支援している事例

経営改善領域：付加価値ビジネス創出賞

【表彰対象・基準】

タイヤやバッテリー、ドライブレコーダーの販売など、周辺部門の収益力強化による経営基盤強化の成功事例や、多角経営による事業間相乗効果の拡大事例、周辺部門ビジネスを契機とする本業での管理顧客数拡大事例などを評価する。

【事例案】

- ◆入庫時の洗車やオイル交換などをサービスし来店促進につなげている
- ◆独自に来店ポイント制度を導入している
- ◆自動車関連以外のビジネスへの参入により、割引などのサービスを実現し本業の収益拡大に貢献
- ◆ネットで購入した用品を取り付ける事業を展開し、新しい顧客を獲得し車検入庫の増大などにつなげた
- ◆タイヤ預かりサービスなど、独自サービスを行っている事例
- ◆社員が考えた新ビジネスを会社が表彰している事例など

経営改善領域：保険獲得戦略賞

【表彰対象・基準】

整備事業者にとって自動車保険は、本業のほか自動車販売とこれに付随する事業の柱の一つとして重要な位置付けとなる。また近年では、大規模な災害被害が相次いだことで、火災保険や生命保険の重要性も見直されている。

点検や車検などで顧客との接点が多い事業特性を生かして、保険分野の大幅な売上拡大に成功した取り組み、また保険事業拡大が全社の事業領域拡大につながった事例などを評価する。取り組みの継続性を重視する。

【事例案】

- ◆保険の専任担当者を充実させ、社内外の研修などに積極的に参加し保険獲得拡大に取り組んでいる
- ◆保険を切り口に、在庫や車販の大幅増といった好循環を生み出した事例など
- ◆損保会社から在庫誘導してもらうために独自の工夫に取り組んでいる
- ◆近隣住民などに対して保険取り扱い店舗としての認知拡大を工夫している

経営改善領域：経営再建成功賞

【表彰対象・基準】

同業他社との連携や異業種連携、協業などによって顧客数拡大につなげ経営再建に成功した事例を評価する。

【事例案】

- ◆自然災害などによって壊滅的なダメージを受けたものの、補助金や顧客基盤など頼りに経営再建につなげた事例
- ◆個社では対応しきれない設備投資や人材育成などを協業で解決した

社会貢献領域：BCP対策賞

【表彰対象・基準】

自動車整備業界ではまだなじみが薄いBCP（事業継続計画）。台風や大雨、地震などの自然災害などにより、事業継続に影響がでている事業者も少なくない。これらを受けて、整備業界団体では現在、「BCPマニュアル」の作成を進めている。すでにBCP策定を進め、これを事業活動として実行に移している事業者を評価する。また、地域によってはBCP先進企業を自治体が表彰する事例もある。これらの受賞歴なども含めて評価する。

【事例案】

- ◆自然災害時に、BCP策定事業者として地域に貢献した具体的な事例
- ◆社員だけでなく、近隣住民などへの提供も視野に入れた防災備蓄をローリングストックで行っている事例
- ◆自然災害時に、社員の役割に応じた行動推奨事例などを事前に周知し、災害時の社員の情報収集と管理、対応策の展開などを仕組みとして構築している事例
- ◆BCPを策定していたことで、経営危機を回避できた事例
- ◆他社や地域と連携したBCPを策定した事例など

社会貢献領域：地域貢献賞

【表彰対象・基準】

整備業は地域密着型ビジネスという考えの下、地域社会の活性化が自社の利益につながる。また、若者の車離れなどが叫ばれるが、地方都市では車はなくてはならない生活の足でもある。車を所有する以上、メンテナンスは欠かせず、整備工場、ディーラー、ガソリンスタンド、カー用品店など、どこかには入庫している。ただ、若者の中には「整備工場には入りにくい」「一見は断られるのでは」「料金が不明瞭」などを理由に入庫を躊躇するケースもある。そこで、そういった不安を払拭するために、継続的に地域イベントなどに積極的に参加し、親近感を持ってもらい入庫につなげている事例などを評価する。

【事例案】

- ◆独自のユニークな切り口で、地域社会の自動車への関心を高める取り組みを行っている
- ◆災害対応における継続した地域貢献プロジェクトなどを主体的に推進している
- ◆祭事や伝統行事の開催や継続的な参加によって地域住民にとってなじみの事業者となっている
- ◆地域、自治体などから地域に貢献している企業として何らかの受賞歴がある
- ◆近隣の小中学校の職場体験や高校のインターンシップを受け入れ、作業のメニュー化や飽きさせない工夫をしている
- ◆就業支援により地域の雇用を貢献している
- ◆地域の指定避難所として指定されている
- ◆地域への継続的な寄付、寄贈をしている

社会貢献領域：環境対応賞

【表彰対象・基準】

誰もが安心安全で快適に暮らせる移動社会を実現するためには自動車整備業はなくてはならない存在。社会環境を含め、水性塗料の使用や溶接ヒューム対応など社員の働く環境づくりにも配慮している事例。また、環境負荷の低減に向けHV、PHV、EV、FCVなどを提案、普及させること、また、自社でPHVやEVなどを保有し、災害時に給電ステーションとして活用できる体制を整えている事業者など、持続可能な社会とSDGsへの取り組みを推進し、目標を策定している事業者を評価する。

【事例案】

- ◆職場環境・社員健康改善、(工場)地域環境改善、地球環境貢献などにおいて、独自の取り組みを推進している事例
- ◆SDGs実現に向け目標を策定し、それらを社員や取引先などと共有している事例
- ◆自動車補修リサイクル部品を積極的に提案し、リサイクル部品使用率が継続して向上している事例
- ◆積極的に次世代車の販売を行っている事例