

自動車整備士不足に関する提案

山崎信行

Suggestion for auto mechanic shortage

Nobuyuki Yamazaki

1. 緒言

生産台数世界一となった自動車メーカーをはじめ、国内自動車メーカーは日進月歩で技術革新を行い、その最新技術を車両に搭載し国内外に販売しており世界中のユーザから支持をされている。まさに基幹産業として日本経済を引っ張る役割を果たしている。近年、国内では基幹産業である自動車産業への関心が大幅に失われつつある。いわゆる「自動車離れ」が急速に広まっている。

自動車技術の急速な進歩は、排ガスによる環境汚染や石油系燃料の枯渇問題などかつてない技術革新が求められ、極低燃費エンジン車、ハイブリッド車、電気自動車、燃料電池自動車が実際に販売されてきている。それに加えて先進安全技術（ASV）車が近年注目され、購入者の多くがASV搭載車を選択している状況である。したがって、自動車メーカーはよい車を作るとユーザが購入をするはずであるとして「自動車離れ」に正面から向き合っていない。

一方ユーザは、自動車へのあこがれは50歳以上にはあるがそれ以下の年齢層には「自動車離れの傾向」がある。それは、大都市で行われているモータ・ショーなどのイベントで観客の年齢層をみるとその傾向が明らかである。観客の年齢は高く、中・高生などの若者が極端に少ないのが現状である。

本学も昭和28年設立以来多くの自動車整備士あるいは自動車業界に卒業生を送り出しているが、入学希望者は減少傾向にあり、全国の自動車整備士養成機関においても同様の状況が続いて

おり、「自動車離れ」は深刻な状況となっている。

このような状況を解決するのは大変困難なことであるが、自動車メーカーが好調な状況下にあるので、今であれば解決できる可能性のある提案を以下に詳細に報告する。

2. 現状認識

日本の自動車産業を支えている自動車整備業界からみた場合はさらに深刻である。

図1は日本の乗用車の保有台数⁽¹⁾の推移を示す。図1より保有台数が年々増加しており、その整備の需要も増えているのが分かる。

図2に自動車整備技能登録試験における年度別受験者数⁽²⁾の推移を示す。図2からもすべての種目において受験者数の減少傾向は明らかであるが、特に受験者数が多い二級ガソリンの種目では平成17年度と平成26年度を比較すると半減している。この試験の受験者は18歳から22歳が多く、整備士不足だけではなく、将来の自動車購買層でもある。今後、自動車業界がこの問題に真剣に取り組まなければ基幹産業の地位は失われてしまう可能性が大きい。

図3は総務省統計局が発表した人口推計（平成25年10月1日現在）の年齢別日本人人口⁽³⁾である。図3より、40歳以下の人口が毎年減少しており、「自動車離れ」に関係なく若者が少なくなっており、深刻な状況であることが明確である。

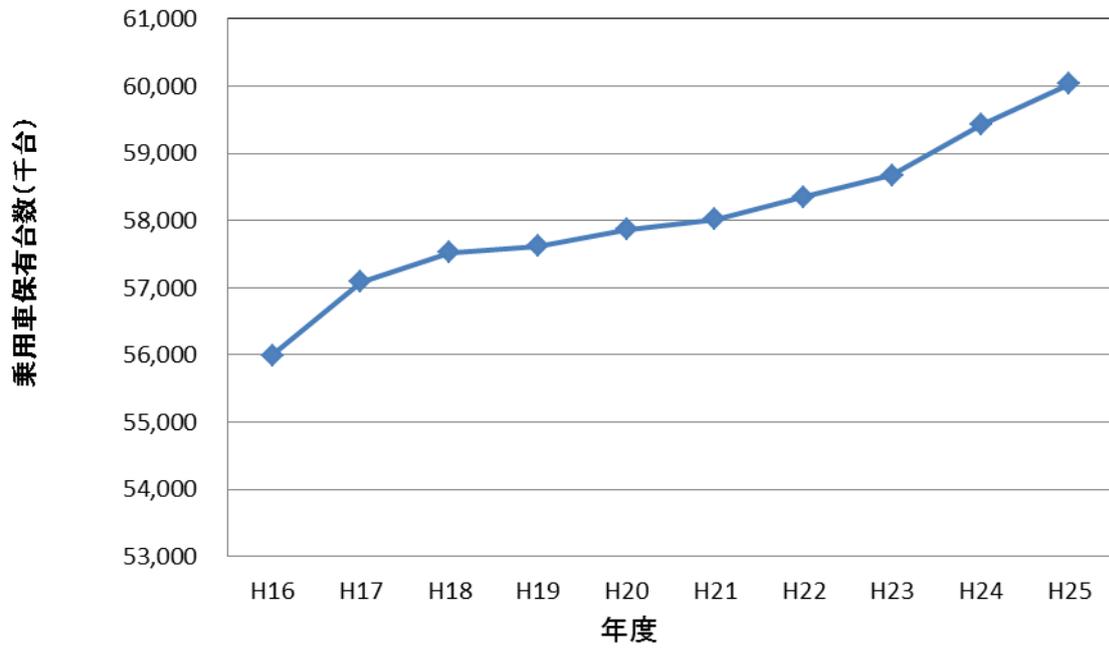


図 1 日本の乗用車保有

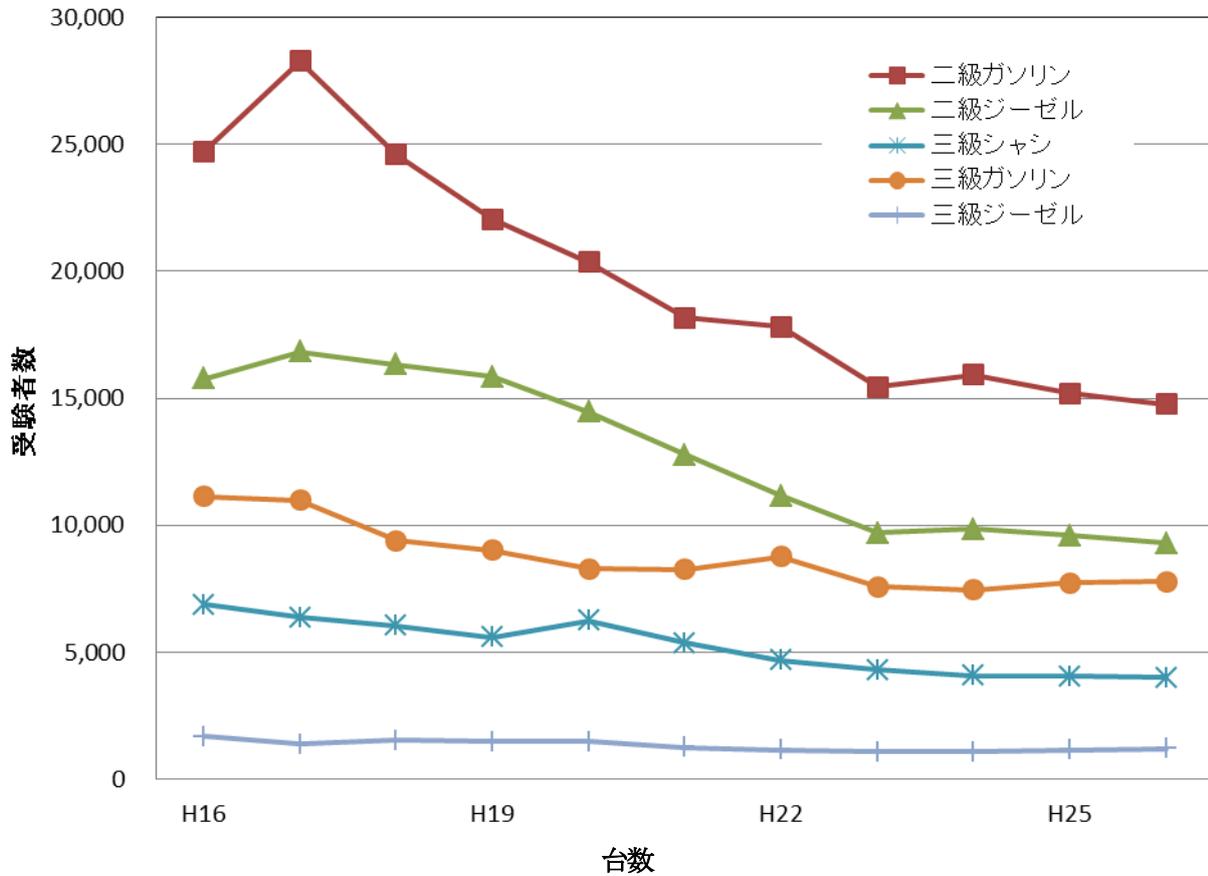


図 2 自動車整備技能登録試験の年度別受験者数

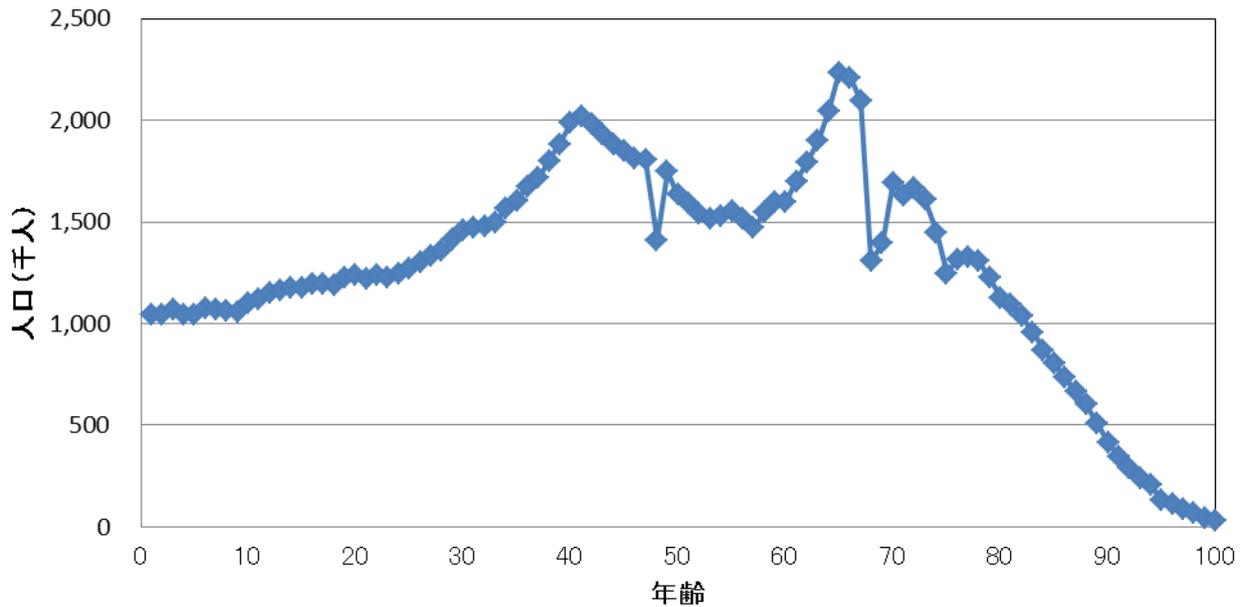


図3 日本の年齢別人口

3. 対処策

現在の高校生は完全に車に対して興味を失っている状況である。これらの年代層に直接働きかけても自動車整備士あるいは自動車業界に就職する可能性は低く、人材不足の解消は困難と思われる。この難問を解決しなければならないが効果の期待できる対策を短期と中・長期に分けての適切な対応が必要となる。

短期的な対策としては、自動車整備士の給与を上げること 3K (きつい, 危険, きたない) の仕事ではないことを周知する。図4は自動車整備士の平均年収(4)を示す。図4に示すとおり、自動車整備士の年収が上昇傾向にあり、平均労働時間も月平均 192 時間で特にきつい仕事でもないが、女性の割合は 0.8%と低い。やはり 3K の仕事とされている。しかし、自動車整備士は地元で正社員として働くことができ、やりがいのある仕事であり、そのイメージアップと共に企業から奨学金などを充実させた家計支援を行うなどが必要と思われる。

中・長期的な対策としては、子供たちに自動車への興味を植え付けることが必要である。小学校低学年までは、自動車や鉄道のおもちゃや働くク

現在も大都市でモータ・ショーや各種イベントが実施されているが自動車の必要性が高いのは、むしろ地方都市で毎年、自動車のイベントが

TV ゲームなどのバーチャルな世界に興味に移っていく傾向が顕著である。したがって小学校の高学年から中学校までに自動車への興味を植え付ける必要がある。ただ、子供たちだけでは効果が薄いため、その親の世代も含めて同時に対策を講じる必要がある。

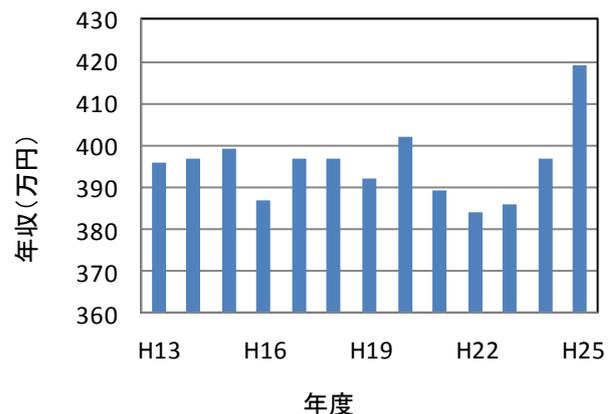


図4 自動車整備士の年収

実施される。日本政府も地方の活性化を促進するために地方創生担当大臣を置くなど同様な試みを行っていることから協調していけるもの

と思われる。

このイベント案としては、親子が楽しみながら学べることを目的として自動車工業会、自動車販売連合会、日本自動車整備振興会、整備士養成校などが協力して日本全国で行うのが望ましい。

その具体案として、親への対策としては、開催地区の自動車販売会社が最新の試乗車を持ち寄り、全メーカーの最新車乗り比べ規格として試乗会を行い、最新技術に触れてもらい自動車への興味あるいは購入へのアドバイスを行う。

こどもへの対策としては、小学校低学年には「ものづくり体験」を実施し理系への興味を持たせる。小学校高学年と中学生には「キッズニア」のような職業体験を通して自動車業界に触れてもらう。この職業体験では実際の自動車による体験ではなく、デフォルメした電気自動車などで簡単な故障診断を行わせ、自動車整備士の仕事がやりがいのある仕事であることと、同時に成功体験を経験させる。自動車整備士以外の営業、開発、デザインなどいくつかの自動車関連の職業体験コーナーも同時に開催し、自動車への興味を持たせる。複数のコースを設定して職業体験を行うことで次回への参加も期待できる。

自動車整備士コースの例としては父親が依頼主で故障した自動車の子供がサービス・エンジニアとなり、故障探究、そして修理して故障車両を走らせ、修理を完了したのちに父親から子供を褒めてもらい、報酬となるコインを進呈し、そのコインで帰りに買い物ができるシステムとする。職業体験の例としては小学生であれば一人乗りの電気自動車で配線をブロックで繋ぎ、その中の1個に故障ブロックを混ぜてテスト（あるいは玩具の診断器）でその故障ブロックを探し出し、交換して修理させる。駆動系の配線ではなく制御系の微弱な電流の流れる回路で実施すると危険を避けることができるので良いと思われる。中学生用にはもう少し高度な教材を開発し、高校生からは実際の自動車でインターンシップを活用する。

将来的には、地域の小中学生の総合学習とリンクできるようにすると効果が上がるものと思われる。

北海道では札幌モータ・ショーが偶数年に実施されているが地方都市では「北海道モータ・ショー〇〇大会」の形で実施し、運輸支局のある7都市

で実施し、場所は運輸支局あるいは地方自動車整備振興会に提供してもらい、各地区の全メーカーの販売会社さんより試乗車と営業の方に参加してもらう。職業体験は各地方自動車整備振興会、運輸支局、整備士養成校に担当を依頼し、各地域の自動車関連団体で運営する。

自動車メーカーにはサービス・エンジニアのイメージアップをしてもらいたい。モータ・スポーツを地上波で放映する機会を増やす。サービス・エンジニアを題材のドラマ、漫画、アニメなども有望と思われる。さらに職業体験用の教材開発を担当してもらうのが望ましい。

4. まとめ

自動車整備士不足については国土交通省も協議会を発足させ、対策を練っているが、短期的な方策にばかりに注視するのではなく、将来に渡り安定した人材確保するためにも中・長期の対策を同時に取り入れることが肝心である。

実際に本学では子供たちに「ものづくり」の楽しさを教えるキッズエンジニアを年に数回実施しており、その成果として本学への入学者が既にでておりその効果は期待できるものと思われる。

これらのプランにより自動車業界へ関心を持ち、ユーザとして、またサービス・エンジニアや自動車関連企業への興味・理解を増やすことが可能と思われる。

参 考 文 献

5. 自動車工業会：増加する四輪車の保有台数、日本の自動車工業、p.12 (2014)
6. 日本自動車整備振興会：自動車整備技能登録試験結果、ホームページ
<http://www.jaspa.or.jp/>
7. 総務省統計局：人口推計（平成25年10月1日現在）、ホームページ
<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2013np/>
8. 年収ラボ、自動車整備士の平均年収
http://nensyu-labo.com/syokugyou_seibisi.htm