

“いずれにしても儲けねばならぬ”

不安の正体は

あなたの工場には、钣金塗装・整備以外にも「収益の柱」と呼べる事業はあるだろうか。

本特集の事前調査として、工場の収益増対策について、いくつか読者アンケートを募った。【钣金塗装・整備事業以外の、関連事業・新規事業の売り上げ比率はどの程度あるか?】(グラフ1)という問いに対して、87.3%の工場がその売り上げ比率は30%未満。そもそも“取り組んでいない”という回答も19.0%に上った。

だが【通常の钣金塗装・整備事業だけで、今後も安定経営が可能だと感じているか?】(グラフ2)という問いには、“充分可能・当面問題ない”という回答が39.5%、に対して、“やや不安がある・強い不安がある”との回答が54.0%と大勢を占めた。次項でも示すが、そもそも入庫台数が減っているのを実感しているからだろう。

昨年には長らく上がらなかったレーバーレートの上昇もあったが、それでも拭えない不安を抱えながら経営を続ける、苦しい状態にある工場が多いということだ。

レーバーレート上昇が示す 钣金塗装の未来

日本自動車車体整備協同組合連合会の今年1月のアンケート調査によれば、2025年のレーバーレートの中央値は8,000円、平均値は8,367円だった。2020年から2022年までの中央値が6,500円前後で停滞していたことを鑑みれば、20%超の大きな躍進だ。

レーバーレートの上昇は各団体・事業者の長年の交渉の努力が実った形であるが、うがった見方をすると、損害保険各社含め業界全体で“上げざるを得ない”危機的な側面に来ているとも見て取れる。

警察庁の調査によれば2025年度の交通事故発生件数は287,023件、前年度比で-1.3%(-3,872件)。交通事故の発生件数がピークを迎えた2004年(952,720件)からみて約3分の1と大きく件数は減ってきている。人身事故のみの記録になるため、そのまま鵜呑みにはできないが、先進安全性の向上の影響が背景にある。

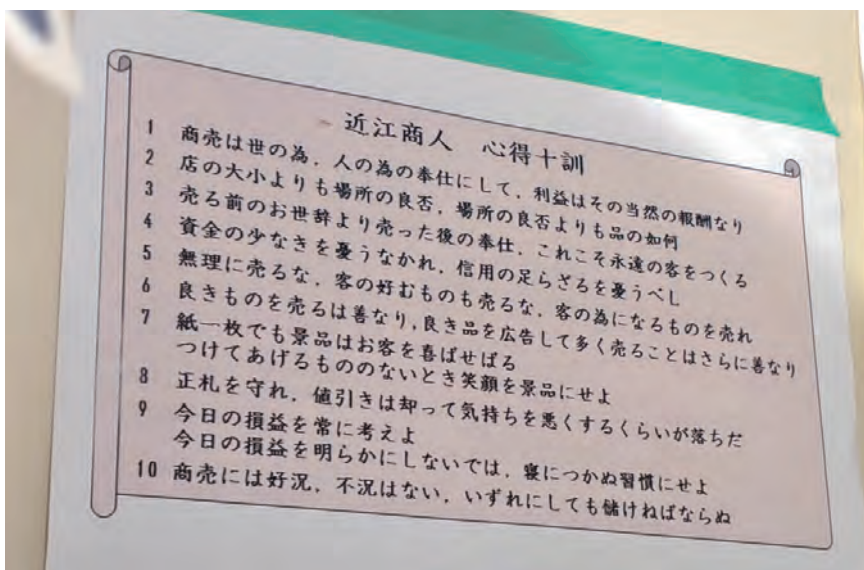
さらに自動車保険の概況(損害保険料率算出機構)を見ると、2013年の任意自動車保険の支払い件数合計では714万5,980件/19億4,220万6,104円だったのに対して、2023年は504万5,509件/20億6,095万7,032円だった。自動ブレーキなどの先進安全技

術の搭載により1件あたりの支払額が大幅に上昇したものの、件数自体は210万件以上減少している。

ここまでのデータには自費修理の件数を含まないが、ハイペースで事故件数が減ってきているのが分かる。加えて保険を使わない軽補修の分野にも、低価格路線を進む、各企業の興隆が見えてきている。

社会課題の解決として、自動車の安全性は青天井に上がり、事故は確実に対策され件数は目減りする。自動車整備白書(2024年度版)によれば、専門工場の整備要員の平均年収は412.3万円とディーラーより約100万円低い。業界存続のためには賃金上昇が急務だ。

そんな状況の中でやっと結実したレーバーレートの上昇は、決して特需などではなく、日車協連の報告書内の言葉を引用すればまさしく「生存の最低ライン」だ。



近江商人 心得十訓

福祉車両販売

ブルーオーシャンは足元にあった 経営改善への圧倒的な行動力

中村自動車钣金塗装（福岡県大牟田市）

ASV普及による事故率の低下や入庫数の減少は、長年下請けが主だった中村自動車钣金塗装（中村昌樹社長）にとっては深刻な問題。しかし、福祉車両というニッチな市場に活路を見いだすことで、下請け依存という経営体質から脱却し、右肩上がりの業績改善を成し遂げた。その大胆な事業転換の背景とプロセス、そして地域に不可欠な存在へと変貌を遂げた同社の成功の要因を聞いた。



中村昌樹社長（左端）、妻の中村理恵氏（左から2人目）とスタッフ

下請け依存からの 脱却を目指した事業承継

1977年に中村昌樹現社長の父である中村晴光氏が創業した同社は、長らく钣金塗装を専業としてきた。事業の中心は他社工場からの下請けであり、その割合は売り上げの9割を占めていた。しかし、先進安全技術の発達とともに減少する入庫数を目の当たりにし、先代である晴光氏も一般客を直接相手にする直需への転換を模索していた。

その過渡期である約10年前に事業を承継した中村社長。先代の方針のまま、車検や一般整備にも注力し始めたものの、売り上げは伸び悩んでいた。「下請けから直需へ切り替えようとしていたが、これまで請け負っていた依頼を急に減らしたり、ましてや断ることはできない。悶々とした日々を過ごしていた」。

地域の特性に着目し 「福祉車両」に活路を見いだす

新たな事業の柱を探す日々。そんな状況下で転機となったのは、Webサイトで見つけた「一般社団法人 全国総合福祉車両協議会」の存在であった。親族が福祉関係の仕事に従事していたこともあり、この分野に可能性を感じたという。

また、同社のある大牟田市は、全国でも有数の医療・福祉が発達した町として知られ、人口数に対し病院や介護施設の数が非常に多い。社長は同会へ入会を検討するに当たり、周辺地域を調べたところ福祉車両の修理や販売を専門に行う競合他社がほとんど存在しないことに気付く。「これならいけるのではないか」。地域特性と福祉車両市場の空白地帯を見いだしたことが、大きな決断を後押しした。こうして

2019年、同社は福祉車両協議会への入会を決めた。

「技術は後から」 大胆な先行投資とマーケティング

協議会では福祉車両の修理技術についての講習は実施するものの、仕事を紹介してくれるわけではない。知識も経験もゼロの状態からまず新規顧客開拓に乗り出すという大胆な戦略を開始した。「技術は後からどうにかなる」と決心し、約200件の地域の病院や介護施設にダイレクトメール（DM）を送付。「福祉車両の修理専門店」であることを前面に打ち出した。

このDMで特に営業先の心をつかんだのが「無料代車サービス」の提案である。修理期間中も顧客の業務が滞らないよう、リフト付きのハイエースや軽自動車のスローパー（車いす移動車）といった福祉車両の代車をそれぞれ準



福祉車両展示エリア



測色機を活用し調色作業を効率的に行う



補助金で購入した新旧冷媒対応のカーエアコン整備機器