

このままの経営ではいけない？  
イマドキの  
整備工場を目指す方  
必携の  
一冊！！

**DXって何？  
今更聞けない経営のDXを解説**

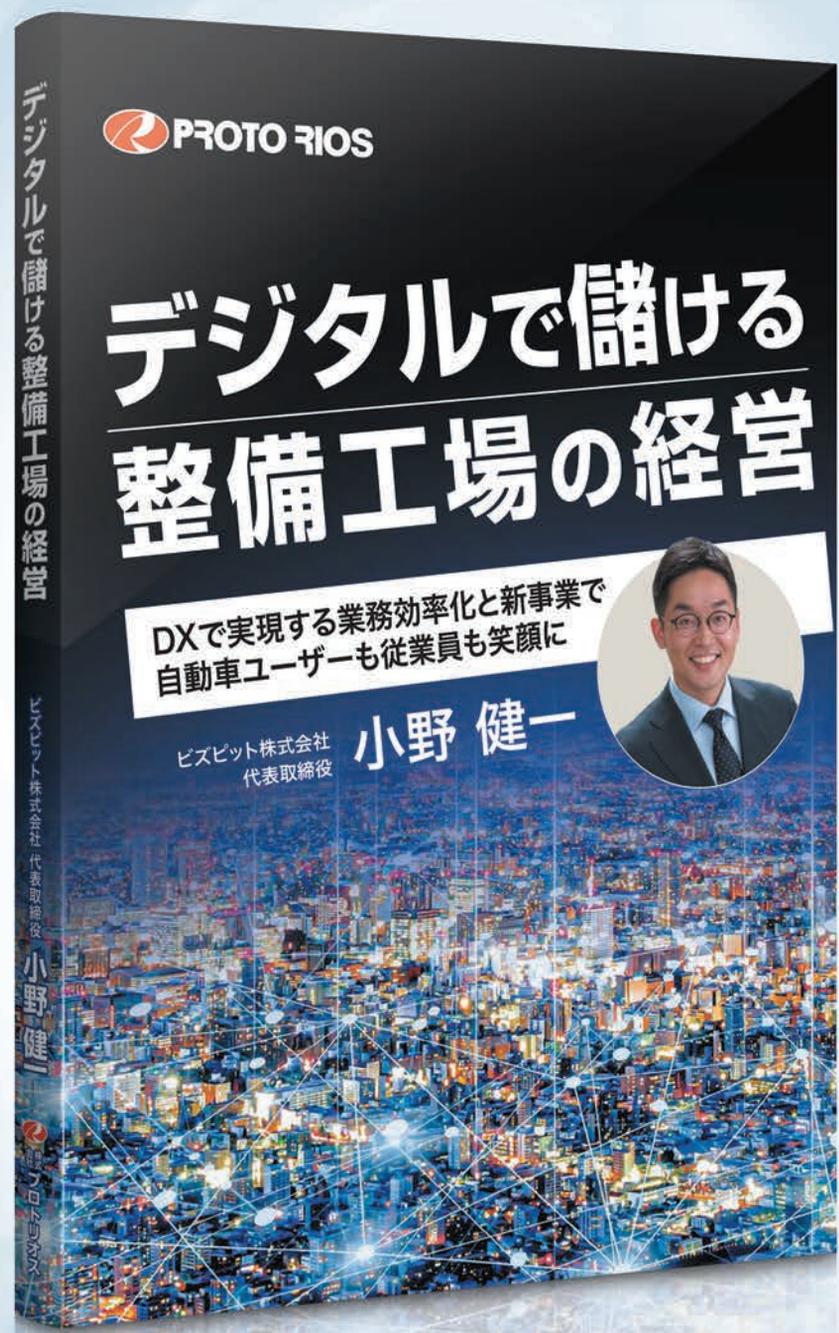
DX=デジタルトランスフォーメーションとは、様々なデジタル技術を活用して業務プロセスを改革すること。商品管理 SNS やホームページを利用した集客。パソコンやインターネットを活用した顧客情報の管理や在庫管理、スケジュールの管理。これらもすべてDX。集めたデータをより高度に活用することで、効率良くサービス向上につなげて行くことが可能になります。

**読みやすく分かりやすく！**

他の解説書では専門用語が多くて頭に入ってこなかった、そんなことはありませんか？本書は初心者でも読みやすい、平易な文章で書かれています。また、なぜDXが必要なのか、整備業界の置かれた環境・背景から始めているため、スポンジに水が染み込むよう、スッと入っていくでしょう。

**業界・時代に即したやり方を紹介！**

イマドキの整備工場の経営ってどうやってるの？たとえば整備工場なら、こんなやり方がなじむ！ありそうでなかった業界に特化し、DXを活用し時代に即した自動車整備工場経営の方法やヒントを紹介します。



著者：小野 健一  
ビズピット株式会社 代表取締役

2006年兵庫県立大学大学院を修了後、自動車部品メーカーで14年間、用品の企画から設計・販売まで一貫した事業開発を経験。2020年に自動車アフターマーケット向けの事業開発を行うビズピットを創業。幼少期の夢であった自動車整備業に特化し、自動運転システムに関する事業開発業務の受託、そこから得られる業界動向をもとに自動車整備工場向け事業の開発、顧問での経営支援等を行う。

**デジタルで儲ける整備工場の経営**  
～DXで実現する業務効率化と新事業で自動車ユーザーも従業員も笑顔に～

定価 **3,080** 円 (税込・送料込)  
A5判 184ページ

[ お問い合わせ・ご注文は、お近くの塗料・機械工具販売店もしくは弊社までお願い致します。 ]



[ホームページ]  
<https://www.proto-rios.co.jp>



[BSRWeb]  
<https://bsrweb.jp/>

# 儲かる整備工場はDXから始まる

自動車用品の企画・開発や事業開発、整備工場経営のコンサルティングで培った経験をもとに、小野氏が導き出した整備業界のあり方や、新たな制度への適応についてDXで切り開く手法を解説。ユーザーも従業員もこれで笑顔に。

なみか、チラみせ!

## 第1章 変化必須の整備業界

- ディーラーの再編と民間整備工場の商機
- 深刻な整備士不足
- さらば若い日本人整備士
- ベテラン整備士を苦しめる原因
- ASVの普及と事故整備売り上げへの影響
- 後継者不足で廃業する整備工場

## 第2章 想像を超える自動車構造の革新

- EV時代の整備工場
- 移動の概念を変えるコネクティッド・カー
- 技術対応必須のADASと自動運転

## 第3章 新しい価値観が創り出すモビリティサービス

- 自動車を所有しない価値観の誕生
- 月々定額カーリースの魅力
- カーシェアリングと整備工場の役割
- 将来訪れるライドシェア需要
- MaaSが変える未来の交通

## 第4章 新たな制度への適応と成長

- 継続検査OSSは整備業界デジタル化の第一歩
- 整備業界を守った特定整備認証制度
- 電子化された車検証はどう使う?
- IT化を加速させたOBD検査

## 第5章 DXで儲ける整備事業

- 整備工場のDXはWebサイトから始まる
- Web集客で差をつけるSEO対策
- 地域密着の整備工場こそMEO対策が重要
- SNSが変える整備工場の未来
- MAサービスは顧客に寄り添う最強DXツール
- ネット予約システムは人手不足の切り札
- 便利過ぎる今どきの整備業務管理システム
- 整備工場のキャッシュレス化はメリットがいっぱい
- 整備工場でレジアプリは使えるか
- 効率化も経営分析も簡単な会計ソフト

## 第6章 DXで切り開く整備工場の新規事業

- リース車両の入庫が事業継続の鍵
- 民間整備工場にもメンテナンスパックを
- 特装・架装で新たな価値とビジネスを
- 整備履歴で中古車市場のDX・透明化
- メーカー向け整備工場の知見やデータ提供・販売事業
- 部品在庫システムの共同開発事業
- 事故データの抽出・解析で原因究明ビジネス
- 中古車輸出にはDXを果たした整備工場の力が必要
- EVの充電設備で新たな価値を
- 可能性は無限大? 地域社会との連携でDX

**5 DXで儲ける整備事業**

本書では、1~4巻の巻末を改めてITを用いた整備事業の活性化を目的とした方法として、Webサイトの中核やSEO/ASV/ASV、SNS活用による集客だけでなく、ネット予約システムや、整備履歴システム、レジアプリ、会計ソフトを用いた整備事業のDXの事例もご紹介します。

**整備工場のDXはWebサイトから始まる**

これから、整備工場独自のDXの手法について触れていきます。まず、**整備工場の事業において最も重要な役割を持つのが、自社のWebサイト（図1）です。**

なぜなら、Webサイトは、自社のサービス内容を24時間いつでも、幅広い層にデジタル広告できること、自社の業務システムや、SNSとの連携など、様々なデジタル連携の受け手であり、儲けるDXの基盤であるからです。

ここで、改めて自動車整備工場がWebサイトを持つ必要性やメリットについて確認していきましょう。

①顧客との接点拡大  
Webサイトは24時間いつでも閲覧可能なオンラインの窓口です。

②Webサイトは会社概要、実績、スタッフ紹介などを掲載することができ、顧客が信頼できる基盤であることもアピールできます。初めての来店を検討する人にとっては、必要な情報が盛り込まれたWebサイトは安心感を感じてもらえることのできるため、新規顧客の獲得につながります。

特に女性ユーザーは、整備工場内やショールームの雰囲気、整備士の気品など、検索よりも実際に心を通わせたい、初めて行くお店は必ず見たいといった、お店のWebサイトで写真を確認すると思われて

**6 日本社会の現状**

①日本の少子化  
 ・出生率の低減  
 ・若者の自動車離れ  
 ・自動車整備士のイメージ  
 ・労働環境の悪化  
 ・若者の成長

国土交通省の調査では、自動車整備業から転職を希望した主な理由は、「賃金の低さや収入の減少」、「労働環境の改善が望めない」といった点、特に労働環境の改善や賃金の向上を理由とするものが目立ちます。

また、日整連の調査によると、整備業員の平均年収は2023年度で417万円となっています。日本人の平均給与を下回っており、実際に整備士の給与が低く感じられていると考えられます。これらの現状を踏まえて、現在は、国土交通省や国土交通省が就業人材不足に対する対策を講じています。

すでに2014年には、日整連や全国自動車大学校・整備専門学校等が、自動車整備士（図1）の不足を補うべく、「自動車整備人材育成」事業を推進し、今年度は、国土交通省の協力により、自動車整備士の育成に貢献しています。

また、各都道府県にも「自動車整備人材育成」育成地方協議会が立ち上がり、それぞれイベントの開催や中高生の職業体験、インターンシップの推進などの活動を行っています。

さらに、2014年には「自動車整備士の働き方改革」を目的とした「働き方改革推進協議会」が設立され、働き方改革の推進に貢献しています。働き方改革の推進は、労働者の働き方改革を推進し、働き方改革の推進に貢献しています。

**図1 整備士と職に就く10年間で約1.2万人減少**

②自動車整備専門学校入学数が年減  
 ・整備士養成校の減少が年減  
 ・整備士養成校の減少が年減  
 ・整備士養成校の減少が年減  
 ・整備士養成校の減少が年減

業界が抱える整備士不足は、自動車業界の安定発展を阻害する原因の一つとして、近年、このように状況になってきているのでしょうか。整備士人材不足の原因にはどのようなものがあると考えられています。

データに基づいた分析や展望を分かりやすく解説。要点をまとめ、分かりにくい内容はしっかりと図解

**SNSについても解説。**  
顧客とのコミュニケーションを深め、ブランドイメージ向上、集客力強化につながるツールとして、SNSの棲み分けや特徴、活用方法なども個別に紹介しています。

③Instagram  
Instagramは、写真や動画を共有することに特化しており、視覚的な情報に訴求しやすいユーザーに人気があります。また、ハッシュタグを活用した検索機能も盛んで、自動車整備工場では、以下のような活用方法が考えられます。

- ・整備履歴や整備スタッフの写真や動画を投稿し、専門性の高さをアピールする
- ・店舗の内装やショールームの写真などを紹介し、清潔感や安心感をアピールする
- ・顧客のような面白い動画を投稿し、話題性を持たせる
- ・ストーリー機能を活用して、日々の業務の様子をライブで配信する
- ・#車修理、#車検、#オイル交換など、関連性の高いハッシュタグをつけ、より多くの人に情報を届ける

**図3 各SNSプラットフォームの棲み分け**

④Twitter  
Twitterは、短文でのコミュニケーションが得意なプラットフォームです。最新の情報がリアルタイムで届くことや、業界の動向を把握しやすい点が特徴です。

⑤LINE  
LINEは、顧客との直接的なコミュニケーションが得意なプラットフォームです。顧客の悩みや質問に迅速に対応できることや、顧客の行動履歴を把握しやすい点が特徴です。

⑥Facebook  
Facebookは、地域密着型のコミュニケーションが得意なプラットフォームです。地域のユーザーとつながりやすく、地域社会との連携がしやすい点が特徴です。

⑦TikTok  
TikTokは、若年層に人気のプラットフォームです。面白い動画を投稿することで、多くのユーザーから注目され、集客効果が期待できます。

⑧YouTube  
YouTubeは、長編動画の投稿が得意なプラットフォームです。整備のノウハウや最新の技術を紹介することで、専門性をアピールし、顧客の信頼を得ることができます。

⑨Instagram  
Instagramは、写真や動画を共有することに特化しており、視覚的な情報に訴求しやすいユーザーに人気があります。また、ハッシュタグを活用した検索機能も盛んで、自動車整備工場では、以下のような活用方法が考えられます。

※ 本書は月刊メンテナンスショップレポート2025年1~4月号まで連載していた小野健一氏の「自動車整備工場のDX」を大幅に増補し書籍化したものです。

