

## 【新車】

### 整備人材確保、 地域社会への貢献活動強化

#### ▼神奈川自販協

神奈川県自動車販売店協会（神自販、上野健彦会長）は、業務部の名称を「社会貢献部」に改称し、地域社会への貢献活動を強化している。多方面にわたり展開するSDGs（持続可能な開発目標）への取り組みでは、会員ディーラーへの社会・地域貢献活動のバックアップにとどまらず、県内の高校などに働きかけて整備士人材の確保に向けた活動も推進する。社会に求められ働きがいのある仕事に就くために必要な“技術的スキルの習得”を提案し、地域の雇用創出を目指す狙いだ。

神自販は、会員ディーラーの整備人材不足の現状を受け、正副会長会社を中心に8社のサービス部門責任者で構成する「神自販サービス委員会」（秋山豊委員長）を16年12月に立ち上げた。同委員会では、若者に対し自動車業界への理解促進を図ることでサービススタッフの人材確保につなげるとともに、現サービススタッフの業務負担軽減やサービス部門の効率化も図っていく。

これまでの主な活動では、自動車整備業への理解促進を目的とするパンフレットを作成。自動車整備士を目指すうえで必要な進路や資格、実際に自動車ディーラーで働く先輩整備士のアドバイスなどを掲載し、県内の高校など384



校に配布、自動車整備士の認知拡大を図ってきた。次のステップとして「インターンシップ総合窓口」を設置した。会員各社にインターネット調査を要請するとともに、現況についてアンケート調査を開始。結果は専門学校や高校へ展開し、合わせて県内工業高校校長会や県の教育委員会に出向き、自動車整備士不足対策の必要性について理解を求めた。

同活動の開始以降、アンケートに回答した会員販社の半数近くから「取り組み以前よりも高校などからインターンシップに関する問い合わせが増えた」との声が寄せられ、また2割強の販社は「インターンシップの応募につながった」と、同活動の成果が表れたとしている。

今後も、サービス委員会を中心にサービス人材の確保に向けた取り組みを強化し、整備事業の健全な運営と県内で専門的な知識と技術を持つ働き手の雇用創出に取り組んでいく。

また、会員販社とともに交通安全への各種取り組みを展開し、安全で安心な交通社会の実現にも貢献している。

## 【部品】 動画活用した製品PRに注力 ▼エーモン工業

自動車のDIY関連製品を製造・販売するエーモン工業（川岸浩一社長、兵庫県福崎町）は、動画サイトを活用した自社製品のPRに注力する。昨秋にリニューアルし発売したタイヤ空気圧ゲージで、プロドライバーが同製品を使用し、その有用性や使用感などをインプレッションする動画を作成、このほど動画サイトで公開した。プロドライバーが解説することで、機能や専門性の高い製品

括支社（牧野賢一郎  
統括支社長）は、東京都国立市の国立営業所で、社内向けの「タイヤ空気充填研修会」を開催した。

講師は、同支社の営業企画部商品企画グループの路井章弘係長。日本グッドイヤー（金原雄次郎社長）営業本部東日本支店の岡田美智代シニアアカウンタマネジャーが監修した「労働安全衛生規則に基づくタイヤ空気充填の業務にかかる特別教育」を実施した。

同研修のカリキュラムは、座学と実技の2部構成で「関係法令」「タイヤ基礎知識」「安全組換作業実技講習」などの内容で、自動車整備士の国家資格を持つ場合は1日、それ以外は2日間行う。



を、スポーツ走行を志向するマニア層などにアピールしていく。

公開した動画は、土屋圭市氏にスポーツ走行を行つてもらい、その前後でタイヤの空気圧がどの程度変化するのか、そのため適時の空気圧チェックが走行において重要ななるかを解説したもの。新製品の機能性の高さや使いやすさもアピールしている。動画はスポーツ走行専用のコースを使用、使用感などを数分にまとめた。35年ぶりにリニューアルした同社のエアゲージは、刷新に伴いエア漏れ防止機構を新たに付加したほか、ゲージの視認性向上や、ポリカーボネイトをレンズに採用し、強い衝撃に耐えられるようにするなどゲージとしての機能や精度を向上させている。

また、同社ではスポーツ走行などに適する高機能エアゲージをマニア層などにもアピールするほか、新シリーズとしてキャンプ用品をラインアップする「OGC（アウトドアギア・フォーカー）」でも、動画によるアピールを強化していく。



これまで新製品発売時などで動画の活用を行ってきたが、専門性や使用方法の多様性を紹介する内容としていくことで、さらに広いユーザー層へのアピールを目指す。

エアゲージ活用のアドレスは次の通り。<https://youtu.be/2LfVDppWss5U>

## 【Maas】

### リアルタイム混雑情報発信の実証実験

#### ▼会津若松

会津サムライMaasプロジェクト協議会と会津乗合自動車（佐藤俊材社長）、みちのりホールディングス（松本順代表取締役グループCEO）の3者は、8月まで福島県会津若松市でリアルタイム混雑情報発信の実証実験を実施している。

実証事業は、会津バスが会津若松市内で運行する周遊バス「ハイカラさん」と「あかべえ」で行われ、ブルートゥースローエナジー（BLE）スキャナを搭載したタブレットを使用して計測アプリを起動することことで、乗客が持つスマートフォンなどが発するブルートゥース信号を検知し、バス車内の混雑状況をウェブサイト上で発信する。

## 【Maas】

### 移動支援「チヨイソコかもがわ」

#### ▼千葉トヨタ

千葉トヨタ（出野祥平社長）は、鴨川市でデマンド型乗り合い送迎サービス「チヨイソコかもがわ」を開

始した。高齢者ら地域住民の外出促進と健康増進、地域の活性化を目指した移動支援の取り組みとして、2023年3月末まで実証運行する。同サービスの実証実験が首都圏で行われるのは初めて。過疎化に伴う人口減少と高齢化が急速に進む中、移動が困難なことによる買い物難民や自力での通院が難しい医療難民が増加している。「チヨイソコかもがわ」は、こうした問題の解決に向け、地域住民と医療機関や公共施設、スーパーマーケットなどの施設を結ぶ移動支援を目的に実施する。

事前に登録した会員からの電話予約によって、自家などの指定場所から病院やスーパーなどの公共交通降場所まで輸送する。デマンド車は毎週月曜～金曜の午前8時～午後4時に運行され、利用希望者は1カ月前から当日の60分前までに日時、乗り場、行き先を予約する。

料金は、主たる実証エリアとなる同市長狭地区内の移動が1回300円、長狭地区と鴨川地区間は同600円。トヨタモビリティ基金を活用することで、一般のタクシーより大幅に割安な料金設定とした。今後はエリアパートナーとなる自治体や事業者などから協賛金を集め、採算性の向上を図りながら、実証運行終了後も新規事業として継続させることを狙う。

