

# 整備戦略

オートリペア&メンテナンス

January 2014 no.243 カーアフターマーケットを切り拓く情報・技術マガジン

月刊

1



特集1

若い力を得るために

特集2

## 第43回 東京モーターショー 2013

Front Face

トヨタ東京自動車大学校 校長

**杉山 泰成 氏**

日刊自動車新聞社

# 採用に向けた情報発信の大切さ 学生や学校に熱い気持ちをかき伝えるか

いづみ自動車(千葉県市原市)



東京湾沿いの石油コンビナートに出入りする運送会社のタンクローリーなど、大型車の整備を手がける

自動車メーカー系ディーラーでも新卒メカニックの確保に苦勞するなか、通年の中途採用に加え、新卒の整備士を定期的に採用しているいづみ自動車。採用にあたって田村圭社長は、「整備業界だからという従来からの概念にしばられることなく、一般の企業として必要な人材をどうやって確保するか」という考えに基づいて行っている。この取り組みが整備学校や学生にも徐々に浸透し、2014年4月には2人の新人の入社が決まっている。

ミスマッチは互いの不幸  
来て欲しい人物像は明確にする

田村社長は大学卒業後、異業種の営業職を2年ほど経験してから整備業界に入ってきた。1998年の入社からほどなくして、新卒者などの採用を任せられるようになった。その間の年数は約15年、「2、3年前からようやく形になってきた」と振り返る。

新卒者採用で注力してきたことのひとつに「採用に対する情報発信の大切さ」を挙げる。大型車整備の専門というところもあるが、自社で求める人材と、入社を希望する学生とのミスマッチを防ぐことが目的だ。その方法はホームページをはじめ、学生への会社説明、整備学校側とのコミュニケーション強化と多岐におよぶ。

きっかけは新卒で入社したものの、「やっぱり小型車がやりたい」といった理由で辞めていくケースがあったから。「こんな人に来て

欲しい」ということを明確にしておかないとミスマッチが起こり、互いに不幸になってしまう」と話す。それを避けるためにも10年ほど前から会社説明会の開催や参加に力を入れ、ホームページでの採用情報も拡充してきた。

紹介ばかりを求め過ぎないで  
学校に協力できることも考える

実際にホームページでは、「仕事を通じて幸せ・豊かになりたい人」「意見を出して一緒に会社を作り上げていきたい人」「熱い情熱を持った人」を掲げている。これに対する田村社長の考え方が詳しく掲載されており、説明会ではそれをもとに自らの経験を交えて話をする。そうした田村社長の熱い気持ちが伝わってか、説明会には20人くらいが集まって、実際に面接を申し込む学生は5人くらいになるという。しかし、「そのぐらいのほうがいい傾向」と田村社長は語り、実際

若い整備士が多く、委員生活動などの社会教育にも熱心に取り組んでいる



に大型車整備に対する情熱を持った人が集まってきているようだ。一方で、学校側に対しては学生の面接結果を提供するようにしている。5つほどのチェック項目に対してコメントや感想を添え、学生の名前とともに返す。同様に行った他校の学生の面接内容も(名前を伏せて)知らせるようにしている。そうすることで求めている人物像が学校側にも伝わりやすくなるかと考えている。

い若者が減っているなかで、整備士になりたい若者を集めている学校側への手助けのひとつになればという思いが強いから。「入学者を集める協力は難しいけれど、優秀な学生を育成するための手助けは惜しまない」と話し、学校側から紹介してもらえばかりではなく、育成に協力する姿勢も謙虚に示す。このような取り組みもコミュニケーションを円滑にする方法のひとつとして大切ではないかと指摘する。

新卒採用は一朝一夕にはいかず  
よく知ってもらう努力や工夫を

同社では、同じ千葉県内のNATS日本自動車大学校などから多くの学生を採用している。それでも思うような新卒者が集まらないこともあるので、関東近県の整備学校はほとんど訪問して求人範囲を広げている。さらに5年ほど前からは郡山や仙台といった東北地方までエリアを広げた。遠方から採用する場合は、住宅を借り上げて3年間は家賃を補助するといった対応も取っており、すでに社宅を出て勤務している社員も出始めているという。

現在はホームページのリニューアルを機に求人サイトも1本化し、採用に対する効率的な業務体制も整えてきた。やはり新卒者を定期的に採用するためには一朝一夕にはいかない。早急な結果ばかりを求めただけではなく、学校や学生に自社をよく知ってもらう努力や工夫も欠かせないだろう。

若い力を得るために

## INTERVIEW

幸せに・豊かになりたいと思う、熱い情熱を持った人に来て欲しい



いづみ自動車  
代表取締役社長 田村 圭氏

「学生向けの説明会では、どのよう

に会社の説明を行っているか  
「当初は自社の特徴や業務内容などをまとめた資料を用意して説明していたが、それだと一方的な説明に終わってしまう学生と目を合わせるものがなくな

る。現在はホームページに掲載している内容を中心にパワーポイントを用いた説明にしている。それでも説明に終始する傾向があるので、これからは動画や映像を使った会社説明を行いたいと考えている」

「どのよう大型車整備の魅力を伝えるか  
「単にトラックを直しているにしか過ぎないと思われがちだが、運送会社と荷主の関係に寄り添うことはないか」を考えて欲しいと話している。お客様を見て(考えて)仕事をして欲しいということだ。われわれはサービス業であり、「ありがとう」と感謝されることの大切さを、それぞれがどう感じられ

るかが大切になる」

採用で難しいと感じることは

「幸せになりたい、豊かになりたいという思いが強い人、熱い情熱を持った人に来て欲しい。それには多少のお金も必要なのは事実だが、お金を稼ぐという誘い文句では難しくなってきた。また、整備士の育成にも通じることが、メーカーやディーラー、一般の整備工場、グループなどの垣根を取り払い、メカニック同士が交流できる場が作れないかと考えている。「自動車整備士技術会」というもので、会社単位ではなく、個人同士が直に、横のつながりを持つような場があれば、整備士の魅力を高めると思い、その方法を模索している」