

JAMCA ジヤムカ

ニュース

The Japan Automobile Maintenance Colleges Association

No.46

2005年7月1日

発行 全国自動車整備専門学校協会
 協会事務局 〒160-0015 東京都新宿区大京町31
 ヴィップ新宿御苑 ☎ 03-3356-7066
 編集事務局 〒125-0002 東京都葛飾区西亀有3-28-3
 ☎ 03-3601-2535 FAX 03-3601-2988
 ホームページアドレス <http://www.jameca.jp/>



整備士のイメージ改善

トヨタ東京整備専門学校校長
 全国自動車整備専門学校協会理事

今井 正弘

世の中の第一線における変化に対し、世間の人の先入観やイメージが何十年も変わらないことは、よく見受けられます。気難しくて人付き合いが悪く、暗い工場の片隅で油まみれになり黙々と機械いじりをしている職業、これが“自動車整備士”。こういった50年以上も前の整備士像が、未だに多くの人々に信じられていることが残念でなりません。現在及び将来の整備士に要求される資質は、次の2項に集約されます。

1つ目は、お客様と話ができる整備士です。最近のサービスの実態として、整備士がお客様と直接話をする機会は非常に多く、その言動が会社全体のイメージを左右します。もちろん、挨拶や身だしなみも必須条件です。こうした資質は、既に自動車業界や整備専門学校間では常識といえますが、世間の人は必ずしも理解しておりません。高校生の父母、高校教師、高校生本人からの「人付き合いが苦手だから整備士に向いている」と言った発言で、世間のイメージが簡単に変わらない事を痛感します。

2つ目は、論理的思考のできる整備士です。車のエレクトロニクス化は益々急ピッチで進んでいます。必然的に故障診断時にはOBD等のテスターが必須になると同時に、整備士には故障探究のための論理的思考が求められています。故障修理でハンマーを振り回すような力仕事は稀で、整備士の仕



事は今や知的職業と呼んでも過言ではありません。

比重高まるサービス部門

一方、我々の卒業生を受け入れる企業、特に自動車ディーラーでは次の2つの傾向が顕著になって来ています。

1つ目は、サービス出身の拠点長/幹部社員の増加です。車の販売が少しずつ店頭販売に移行するのに伴い、商品説明のウェイトが高まって来ています。商品知識の豊富なサービス出身者が営業に転身した場合、営業マンとして成功する確率が高く、販売課長/拠点長/幹部社員あるいは役員へと登用される例が益々増えています。過半数の拠点長がサービス出身者というディーラーも少なくありません。

2つ目は、自動車ディーラー自体の売り物は“サービス”ということ。取り扱っている商品はメーカーが製造したものですから、他ディーラーと自社を差別化する独自の売り物はサービス以外ありません。また、大きな収益

源としてもサービス部門への比重は大きく、サービスマンへの期待が高まっています。

地道な理解活動で改善期待

こうした整備士に要求される資質の変化及び企業の整備士に対する期待の増大は、世間の理解を超えたスピードで進んでいます。スーパースターを主人公にしたTV番組「カリスマ整備士物語」でも放映されれば、世間の整備士のイメージを短期間で劇的に変化させる効果があるでしょうが、現実的には実現困難です。

国家一級整備士養成コースのスタート及び当該コース保有校の“自動車大学校”への校名変更は、一般の人にも分かり易くイメージ改善面での一歩前進と期待されます。

こうした世間の認識不足に整備学校関係者の悩みは尽きませんが、優秀な整備士を養成し続け、日々の高校訪問や見学会で地道に理解活動を進めていくことが、時間が掛かっても正しい理解を得る王道かもしれません。

■ CONTENTS ■

2面	OPINION
3面	我が校自慢
4・5面	一級自動車整備士の登録試験結果
6面	協会トピックス
7面	活躍卒業生・地区通信
8面	私の教材活用・編集後記