



## 業界レポート

## 自動車整備業

株式会社CCイノベーション

令和5年11月

# 目次 -CONTENTS-

01. レポートサマリー
02. 基礎知識
03. 業界の動向
04. 今後の焦点
05. CCIのソリューション

## 基礎知識

- 自動車整備業界の市場規模は約5兆円規模。市場は緩やかな拡大傾向にはあるが、若年層の新車需要の減少や消耗材の交換サイクルの長期化などが指摘されており、将来的には需要は減退し、市場は縮小していく可能性がある。
- 自動車部品の販売チャネルは多様化しており、競合業態との差別化を図るためには、店頭商品や車検、メンテナンスなどのサービスの充実の他、ECサイトの強化などでユーザーへの訴求力を高めることも重要になっている。

## 業界の動向

- 事業所の約6割が専業（街の自動車工場、モータースなど）である。多くが地域密着営業により、大手と一線を画した経営を実施している。専業は微減傾向が続いており、後継者不足や高齢化に伴う廃業も増加していると見られる。
- 従来の内燃機関に加え、次世代カーへの移行が徐々に進んでいくことから、こうした技術進歩へのキャッチアップも必要となる。

## 今後の焦点

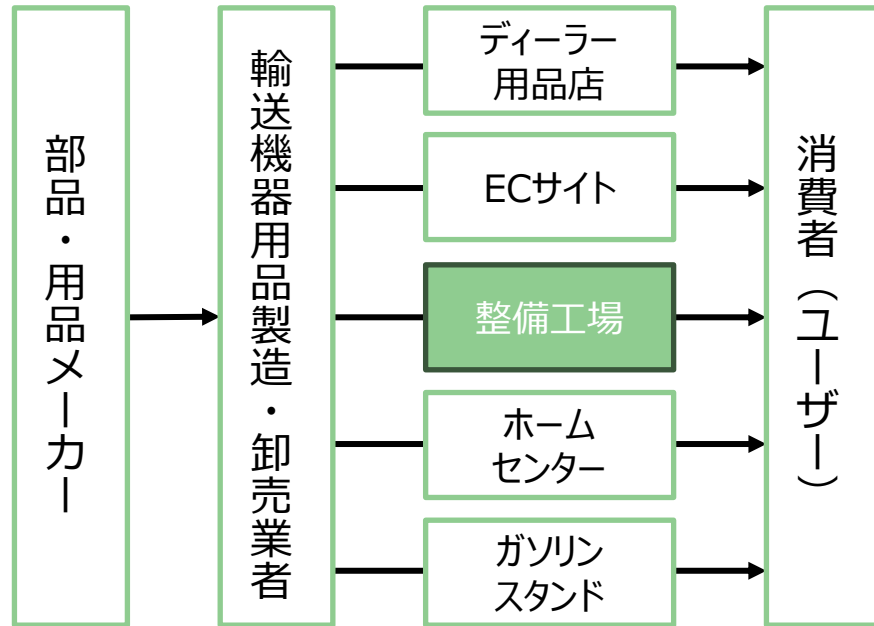
- 人口減少や次世代自動車への移行など、今後も事業環境の変化が予想される。
- 整備技術高度化への対応、事業上の効率性・生産性向上、収益性の向上に取り組むことで、持続可能性の高いビジネスへの転換が必要となるのではないか。また、法令順守体制の構築も重要な課題と言える。

### 自動車整備業について

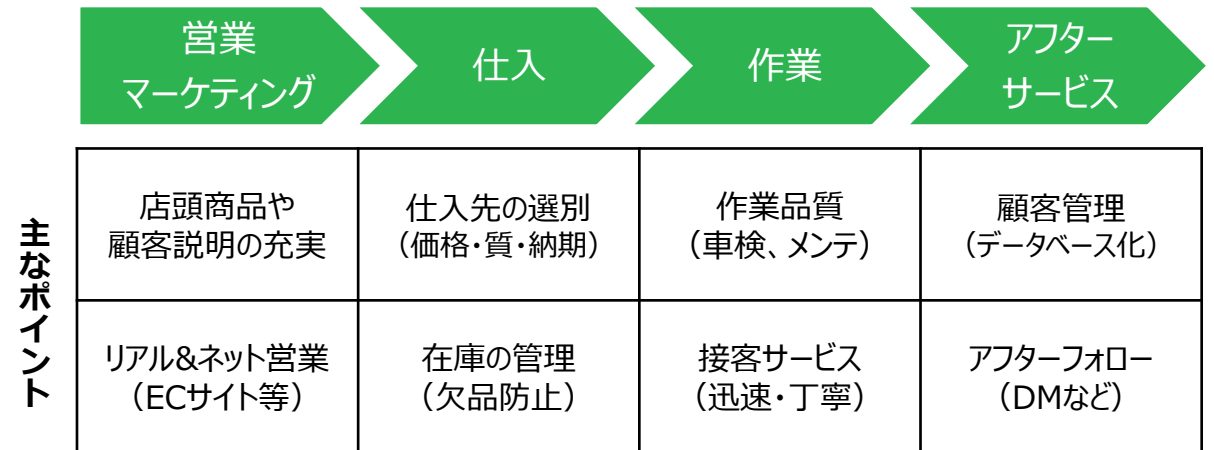
自動車整備業は部品交換や修理に必要な部品をメーカーから卸などを經由して仕入・作業し、作業工賃等の対価を得る。簡単な修理部品はホームセンターやガソリンスタンドでも販売されるほか、ECサイトも充実しており、**販売チャネルは多様化**している。

競争業態との差別化を図るためには、店頭商品や車検、メンテナンスなどのサービスの充実の他、ECサイトの強化などで**ユーザーへの訴求力を高める**ことも重要になっている。

■自動車整備業の位置づけ



■バリューチェーン



## 2. 基礎知識

### 業務形態

自動車整備業の業務形態は大きく分けて、以下の4種類に大別することができる。

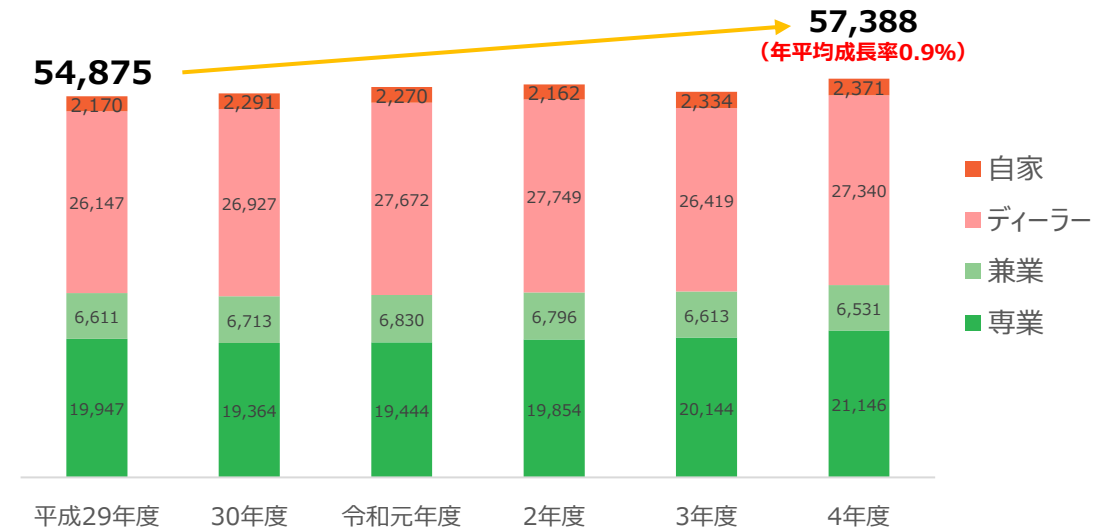
業務形態	内容	具体例
① 専業	自動車整備業の売上高が総売上高の50%を超える事業場	街の整備工場など 独立系、モータース
② 兼業	兼業部門（自動車・部品用品、保険、石油販売等）が総売上高の50%以上を占める事業場	ガソリンスタンド、 カー用品店 （オートバックス、イエローハットなど）
③ ディーラー	自動車製造会社又は国内一手卸売販売会社と特約販売店契約を結んでいる企業の事業場	トヨタ・日産系列 ディーラーなど
④ 自家	主として自企業が保有する車両の整備を行っている事業場	タクシー会社など

### 市場規模（業態別の売上高推移）

自動車整備業界の市場規模は約5兆円規模で、業態別に見るとブランド力を背景とした「ディーラー」が最大である。

兼業を除いて売上は増加しており、市場は**緩やかな拡大傾向**にはある。

（単位・億円）



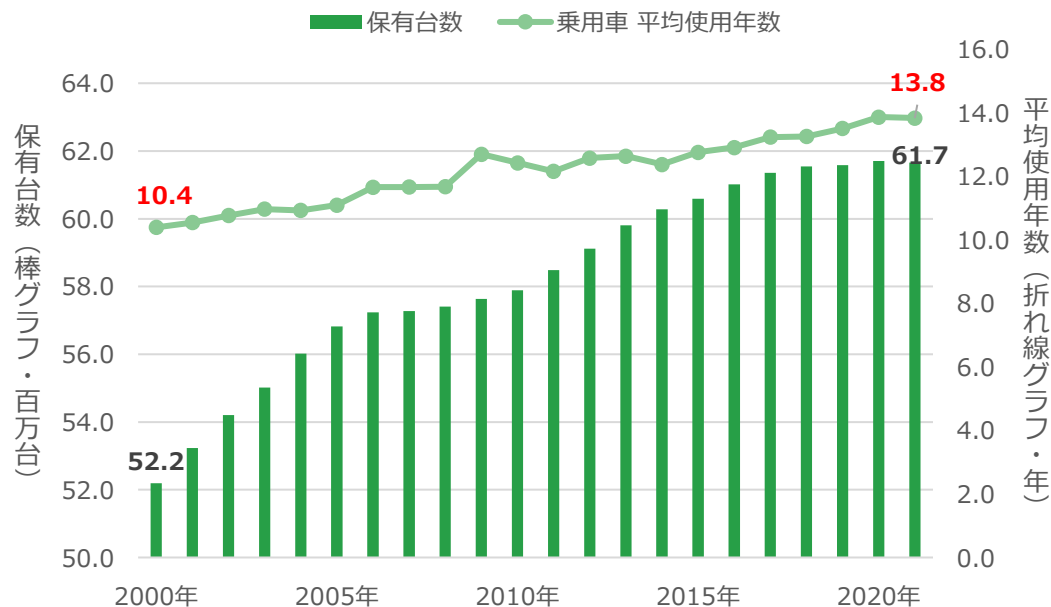
（出典：日本自動車整備振興会連合会「令和4年度自動車整備業界実態調査結果の概要について」）

### 市場動向

自動車の保有台数は緩やかな拡大基調にあり、乗用車の平均使用年数も長期化していることから、当面は整備やメンテナンスの需要は底堅いと考えられる。ただし、若年層の新車需要の減少や消耗材の交換サイクルの長期化などが指摘されており、**将来的には需要は減退し、市場は縮小していく**可能性がある。

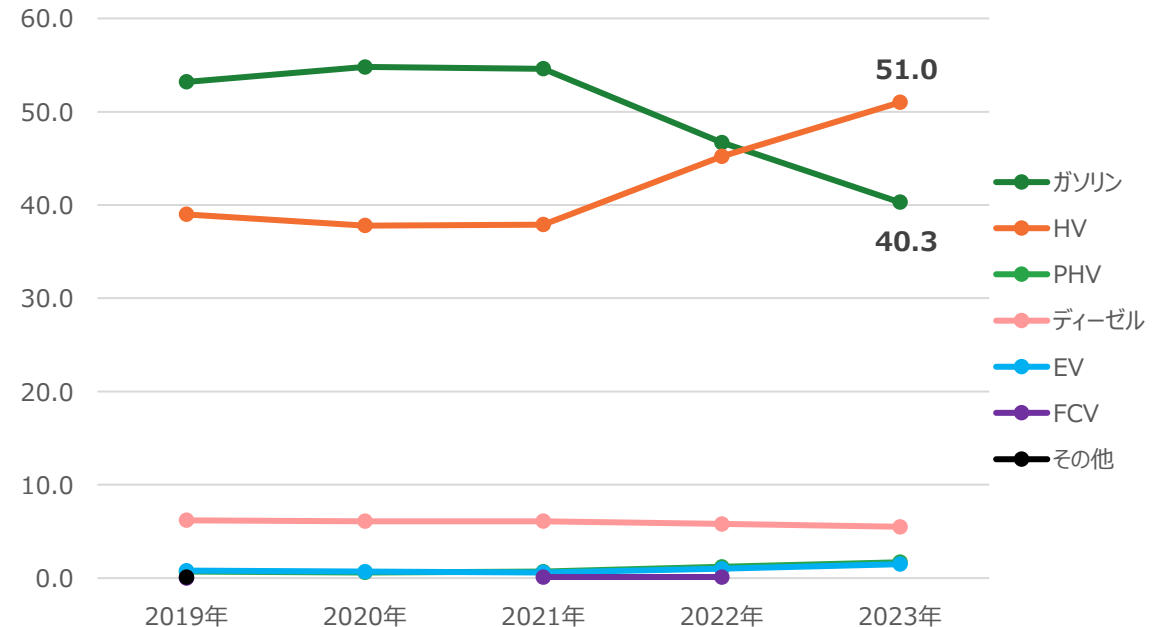
さらに、電気自動車（EV）などいわゆる「次世代カー」の普及が進展していく中で、内燃機関（エンジン）とは異なる**「整備技術の習得」**や**「対応設備の増強」**が**不可欠**となっていくと考えられる。

自家用車保有台数、平均使用年数（百万台,年度）



(出典：一財自動車検査登録情報協会「我が国の自動車保有動向」)

【燃料別】乗用車販売比率（%,年度）



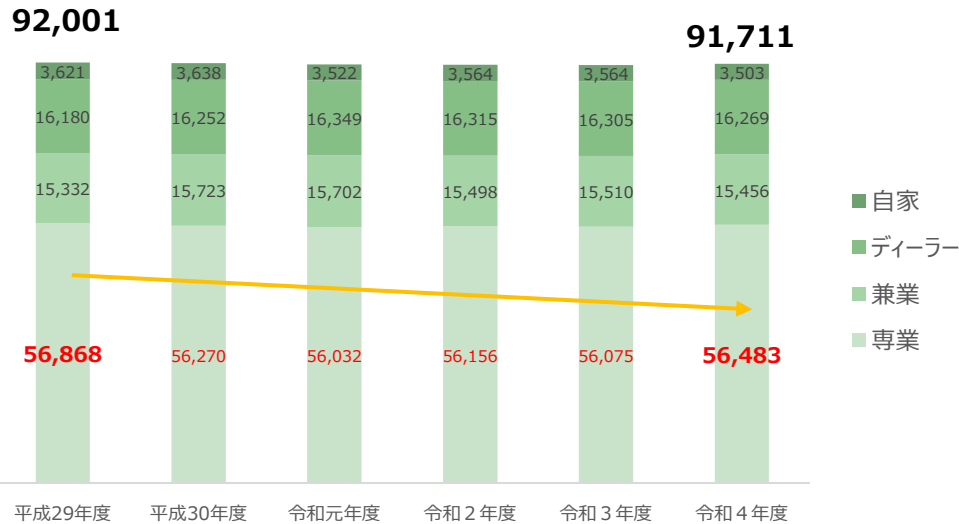
(出典：一社日本自動車販売協会連合会「燃料別販売台数（乗用車）」)

## 事業所数、整備要員平均年齢

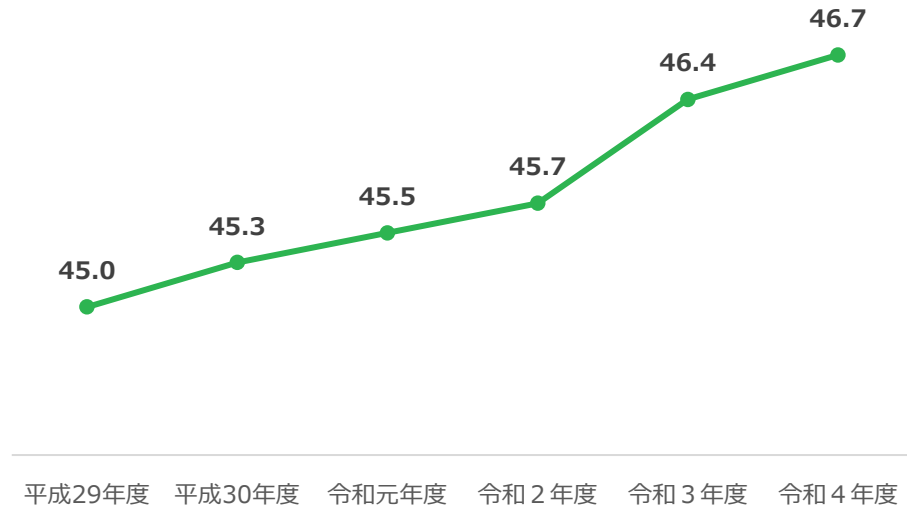
自動車整備業の事務所数（工場数）は約92千か所あり、**微減傾向**が続いている（令和4年度は専業の増加により7年ぶりに増加）。専業は微減傾向が続いており、**後継者不足や高齢化に伴う廃業**が増加していると見られる。

工場に勤務する整備要員の平均年齢（自家除く）は46.7歳で、年々高まっていることがわかる。令和4年度では、専業52.1歳、兼業48.0歳、ディーラーは36.8歳となっている。

事業所（工場）数



整備要員平均年齢（自家除く）



## 業態ごとの収益性比較

自動車整備事業を営む**事業所の約6割が専業**（街の自動車工場、モータースなど）である。多くが地域密着営業により、大手と一線を画した経営を実施している。全国整備チェーンとしては「ロータスクラブ」などがある。

一方売上高で見るとディーラーが最大で、1事業所あたりでも他業態を圧倒しており、**ディーラーの収益性の高さ**が明らかである。ディーラーの車の販売は新年度である3~4月に集中し、その他の期間は整備で収益を上げる構造となっており、車を大幅値引きしても、その後の車検や定期点検と付随する整備で回収することも可能である。

■ 業態ごとの収益性（令和4年度）

	①整備売上	②事業場（工場）数	③1事業場あたり売上高 （①÷②）
専業	21,146億円	<b>56,483所</b>	3,743万円
兼業	6,531億円	15,456所	4,226万円
ディーラー	<b>27,340億円</b>	16,269所	<b>16,804万円</b>
自家	2,371億円	3,503所	6,768万円
合計	<b>57,388億円</b>	<b>91,711所</b>	<b>6,257万円</b>

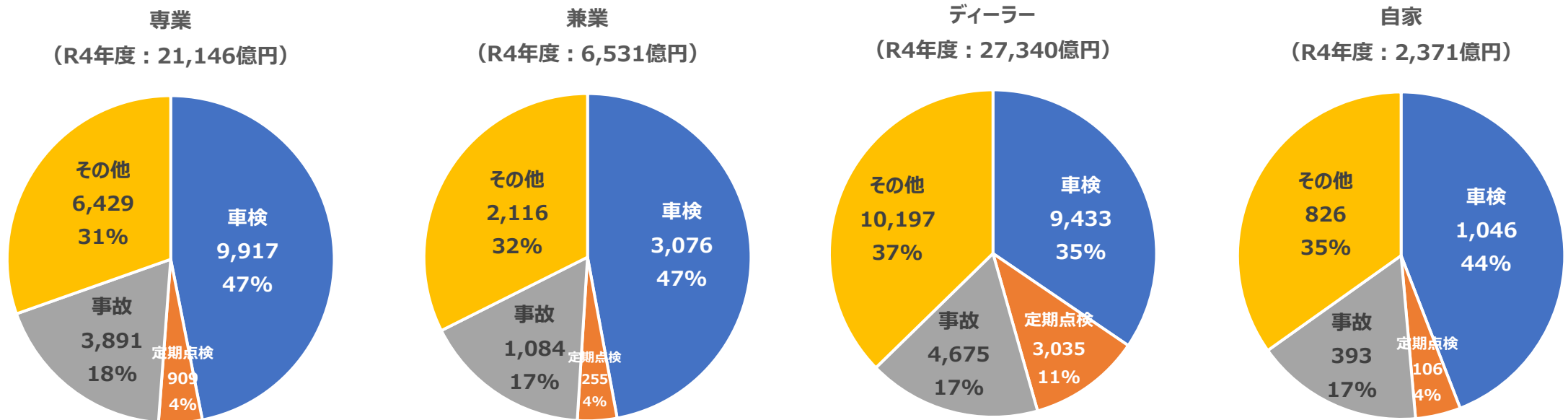


## 業態ごとの売上内訳

当業種の業務は主に、①車検整備、②定期点検整備、③事故整備、④その他整備（カーナビやETC取付、軽補修板金、ガラスコーティング含む）に分けられる。業態別に売上の内訳を見ると、どの業態でも「**車検整備**」が**主要な売上**で3~4割強を占める。「定期点検」を合わせると売上の半分程度に達する。

ディーラーは定期点検比率が他業態に比べて大きい。営業マンを多数抱えており、DMや訪問などで営業攻勢をかけられる上、車両販売と同時にメンテナンスパックなどを付帯させ、「定期点検」を取り込むことで利益拡大に取り組んでいるのが特徴といえる。

業態ごとにそれぞれの強みや特性を生かし、収益力を高める取り組みが求められる。



## 次世代カーの登場

次世代カーとは、「①電気自動車（EV）」「②ハイブリッド車（HEV）、プラグインハイブリッド（PHEV）」「③燃料電池車（FCV）」「④天然ガス自動車（CNG）」の4種類を指す。従来型の内燃機関型とは異なる技術が活用されていることから、こうした**技術進歩へのキャッチアップ**も必要となる。

種類	特徴
①電気自動車（EV）	電気モーターを主な動力源とし、バッテリーに蓄えられた電力を使用して走行。内燃エンジンを搭載する代わりに電動車に特化した構造とシステムを採用。
②ハイブリッド車（HEV）、プラグインハイブリッド車（PHEV）	内燃エンジンと電気モーターを併用した車両で、エンジンとモーターが相互補完的に動力を供給。ブレーキエネルギーの回収など、エネルギー効率の向上などが主な特徴。プラグインハイブリッド車は、電動モーターと内燃エンジンの両方を持ち、バッテリーを充電できる点がハイブリッド車と異なる。電気のみで走行する範囲が広がり、ガソリンを使用せずに走行できることが主な特徴。
③燃料電池自動車（FCV）	水素を車内の燃料電池に供給し、酸素との化学反応で得た電気でモーターを回転させる。二酸化炭素が発生しないので、環境に優しく、ガソリン車と比べても騒音や振動が少ないため、電気自動車より走行距離も長くなる。
④天然ガス自動車（CNG）	現在、世界でもっとも普及しているのは、天然ガスを気体のまま圧縮し、高圧ガスとして利用するもので、日本でも開発、普及が進められている。天然ガスは硫黄分などを含まないので、二酸化炭素や黒煙（すす）の排出はなく、非常にクリーンなエネルギーである。

（当社調べ）

## 他社（兼業）の取組事例

他社においても整備事業にさらに注力する動きが見られる。オートバックスの中期経営計画（5か年ローリングプラン）では、今後の**注力分野として整備業**を上げており、地域連携ネットワークの構築も掲げられている。実際に整備事業者の買収（M&A）にも積極的で、車の高度化・特定整備へのニーズ拡大といった大きな変化に対応しようとする動きが見られている。

### ■ 他社（兼業）の取組事例

社名	取組内容
オートバックス (5か年ローリングプラン)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ テスラと純正部品供給契約を締結 純正部品の交換を伴う車検、法定点検が可能に</li> <li>➢ EV市場への参入 店舗でEV車両の販売、メンテナンスを実施</li> <li>➢ 整備ローカルネットワーク構築 店舗とBSサミットの組合員工場を活かした地域連携網を構築する</li> <li>➢ 日産との業務提携 他</li> </ul>
イエローハット (決算説明資料)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ カー用品販売事業の拡大 売れ筋商品の充実、品揃え強化・ECの活用 適切な交換時期の訴求</li> <li>➢ 車検、ピット技術事業の拡充 WEB見積もり、テレコール、DM、早期予約 カーメンテナンスメニューの拡充、コイン洗車場の出店</li> </ul>

# 4. 今後の焦点

## 事業環境変化に対する対応

当業界においても**社員の高齢化や人手不足**に伴って、事業継続が困難になるケースが見られる。人口減少や次世代自動車への移行などに伴い、**事業環境は今後も大きく変化**していく可能性が高い。下記の課題に対して、早期に対応に着手し、**持続可能性の高いビジネスに転換**していくことが求められているのではないかと。

課題	打ち手の方向性	打ち手の例
整備技術高度化への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 内燃機関から次世代自動車への移行に合わせ、新たな整備技術の習得を進める必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 研修、OJT体制の構築</li> <li>● 今後必要となる技術の体系化、マニュアル化</li> </ul>
事業場の効率性、生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 今後も整備人員の高齢化や人手不足が進行。生産性向上や人員定着を図る必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事務、業務フローの見直し（事務BPR,BPO等）</li> <li>● 労働環境、待遇の改善（人事評価・報酬制度等）</li> </ul>
ビジネスとしての収益性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域ユーザーとの密着度を高め、自社サービスの訴求力と収益力を強化する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケティング活動</li> <li>● 業界内提携・連携</li> <li>● 異業種とのコラボレーション</li> </ul>

## 4. 今後の焦点

### 法令順守体制の構築

2023年に入って、大手中古車販売店グループによる数々の法令違反が明らかになった。1件であってもこうした行為が発覚すれば、顧客からの信用を失墜させ、その回復には多くの時間とコストを要することになる。

こうした事件を「対岸の火事」と捉えず、自社の実態に置き換えたうえで、不正や法令違反が発生しないような**ガバナンス体制およびコンプライアンスを遵守する仕組み**を構築する必要があるのではないか。

概要	背景	必要となる対応
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客から修理依頼のあった自動車に対して、会社側でさらに故意に傷をつけることで保険金請求額を水増ししていた。</li> <li>● 除草剤による街路樹伐採行為・虚偽の自動車保険契約締結疑惑など、数々の不正行為により社会的信頼を損なっただけでなく、企業経営にも大きな影響が及び始めている。</li> <li>● 損害保険会社との癒着も指摘され、自動車整備業界全体の信用問題にも発展しかねない問題となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業目標を達成できなかった販売店の店長が、達成している販売店の店長に対して個人負担で現金（罰金）を支払う慣行があったなど、行き過ぎたノルマ主義が一因。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>経営陣・管理者層が自らを含めて法令遵守の体制が出来ているかをチェックし、自社に問題がないかをあらためて確認する。</b></li> <li>● <b>顧客本位の経営に立脚したコンプライアンス体制の構築・ガバナンス体制の構築が経営の根幹に据える必要がある。</b></li> </ul>

## 5. CCIのソリューション

### コンサルティングメニュー

<b>経営戦略</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>経営理念・ビジョン策定</li> <li>経営計画の策定</li> <li>個別施策の立案</li> </ul>	<b>コストマネジメント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>原価管理体制の構築</li> <li>物件費削減に関する助言</li> <li>アウトソーシングの受託</li> </ul>	<b>人材紹介</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>最適な人材マッチング</li> <li>独自のネットワーク</li> <li>人材定着サポート</li> </ul>
<b>ビジネスマッチング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新たな販売・仕入先の紹介</li> <li>新商品・新技術開発パートナー紹介</li> <li>グループ会社コレゾの活用</li> </ul>	<b>人事制度・人材育成</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>人事評価制度の策定</li> <li>賃金制度の設計</li> <li>階層別・専門別研修の実施</li> </ul>	
<b>ICT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>システム導入・更改のサポート</li> <li>独自アプリによる生産性向上</li> <li>社内コミュニケーションの活性化</li> </ul>	<b>業務効率化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>BPR企画・立案</li> <li>クラウド会計を活用した事務効率化</li> <li>各種業務のマニュアル化</li> </ul>	
<b>海外展開</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外販路の開拓</li> <li>海外拠点の設立に関する支援</li> <li>貿易手続に関する助言</li> </ul>	<b>M &amp; A・事業承継</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業の売却・買収のコーディネート</li> <li>企業価値算定に関する助言</li> <li>経営の承継に向けた社内体制整備</li> </ul>	



- CCIではお客さまの課題を明確にとらえ、お客さまに最適なソリューションを提供します。
- 北國フィナンシャルHD各社、各業務提携機関がお客さまの成長戦略をご支援します。

## WEBサイト



[株式会社CCイノベーション  
\(ccinnovation.co.jp\)](http://ccinnovation.co.jp)

当社のコンサルティングに  
ついての詳細はこちら

## LinkedIn



[株式会社CCイノベーション  
LinkedIn](#)

コンサルティング事例やセミナー情報を発信中  
ぜひフォローよろしくお願いいたします！

## Facebook



[株式会社CCイノベーション  
Facebook](#)

## お問い合わせフォーム



[株式会社CCイノベーション  
お問い合わせフォーム](#)

専門コンサルタントが  
ご相談を承ります。  
お気軽にご連絡ください！

- 本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、CCイノベーションとのお取引を勧誘するものではありません。
- 本資料に記載されている意見などはCCイノベーションが信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成されたものではありませんが、その正確性、确实性を保証するものではありません。なお、本資料は、作成日において入手可能な情報等に基づいて作成したものであり、金融情勢・社会情勢等の変化により、内容が不正確なものになる可能性もあります。
- 本資料のご利用は、お客さま御自身の判断でなされるよう、また、必要な場合には顧問弁護士、税理士などの各種専門家にご相談いただきますようお願いいたします。
- 本資料の著作権はCCイノベーションに帰属し、本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じます。