

わが国の基幹産業である自動車産業の一翼を担う 自動車販売事業者の全国組織、 日本自動車販売協会連合会会長に聞く



一般社団法人 日本自動車販売協会連合会 会長
茨城日産自動車 株式会社 代表取締役社長

加藤 敏彦

(かとう としひこ)

1965年10月生まれ。愛知大学法学部卒。

日本自動車販売協会連合会

2009年 県自動車販売店協会副会長

日本自動車連盟（JAF）県支部長

2018年2月 日本自動車販売協会連合会副会長

2022年 県自動車販売店協会会長

2024年2月 日本自動車販売協会連合会会長

茨城日産自動車

1995年4月 茨城日産自動車入社

2005年4月 茨城日産自動車社長

2020年4月 日産自動車販売協会会長

2024年（令和6年）2月に日本自動車販売協会連合会（以下、自販連）の会長に就任された加藤敏彦氏に、取り組むべき課題や地元茨城県での自動車に

関する取り組み状況、また人材確保に向けたディーラーの地位向上や環境問題への対応などについてお聞きしました。（聞き手：弊社社長 大森 範久）

1,500の販社と28万人超の従業員で構成される、 日本自動車販売協会連合会の会長に就任。 最初に取り組むべき課題はユーザーの税負担軽減。

まず、自販連とはどのような組織なのか、お聞かせください。

会長 この組織は、わが国の基幹産業である自動車産業の一翼を担う、伝統ある自動車販売業の団体です。会員である販売店の経営の安定化や消費者利益の拡大、また環境の保全や地域社会の発展を図り、広く社会への奉仕を考える組織で1959年（昭和34年）に設立されました。国内外の自動車メーカー各系列のメイン

ディーラー、全国約1,500の販社、従業員約28万2千人で構成されており、2012年（平成24年）には一般社団法人へと移行しました。（2023年3月末現在）

図表1 会員数の推移（各年12月末時点）

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
会員数合計	1,546社	1,533社	1,512社	1,490社	1,481社
会員ディーラー数	1,481社	1,468社	1,447社	1,425社	1,416社
系列・県販協等	62団体	62団体	62団体	62団体	62団体
賛助会員	3団体	3団体	3団体	3団体	3団体

出所：自販連事業報告



取材風景 左：大森 範久社長 右：加藤 敏彦会長

図表2 従業員の推移（各年3月末時点） (人)

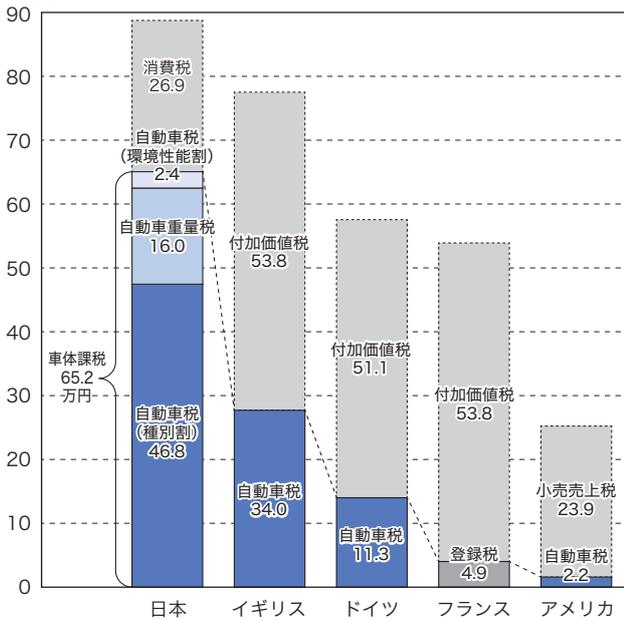
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
合計（除役員）	281,796	281,040	281,596	285,562	282,591
営業員	84,423	82,735	82,271	82,121	80,137
整備員	98,877	97,534	97,678	98,836	97,016
その他従業員	98,496	100,771	101,647	104,605	105,438
役員	6,302	6,191	6,047	5,925	5,832

出所：自販連会員総合調査

会長ご就任にあたり、これから取り組むべき課題などについてお聞かせください。

会長 ユーザーの税負担軽減や自動車整備士の離職率低減、また環境問題におけるカーボンニュートラルへの対応など、取り組むべき課題はいくつかあります。その中でまず対応すべき課題は、ユーザーの税負担の軽減です。自販連としては、国際的に見ても日本の自動車ユーザーの税負担が大きいことを国民の皆さまに理解していただきたいと考えています。何の疑問も持たずに課税を受け入れている方や、生活が厳しいのに税負担が重くて困っている地方在住の方も多いと思います。この点に関してはメーカーよりもユーザーとの距離が近い、私たちディーラーがご理解いただくための

図表3 車体（取得・保有）課税の国際比較（13年間使用した場合）（万円）



前提条件：[1] 排気量2,000cc（軽は660cc） [2] 車両重量1.5t（軽は0.86t）
 [3] JC08モード燃費値21.4km/L、CO₂排出量108g/km
 [4] 車両価格269万円（軽は142万円）
 [5] フランスはパリ市、アメリカはニューヨーク市 [6] フランスは課税馬力8
 [7] 13年間使用（平均使用年数：自動車検査登録情報協会データより）
 [8] 為替レート：1ユーロ132円、1ポンド158円、1ドル113円
 （2021年4月～2022年3月の平均）

※2022年4月時点での税体系に基づく試算 ※日本のエコカー減税等の特例措置は含まず
 出所：2023年 JAF『自動車税制に関するアンケート調査』結果

自動車に関する税金が段階別に7種類もあるとは思いませんでした。

会長 問題はそれだけではありません。保有段階の自動車税と重量税はそれぞれ排気量と車重で課税額が決まりますが、大きなエンジンを積めば車重も増えるので類似した税金を負担していることとなります。またガソリン代は本体価格にガソリン税が課税されている

活動を担っていく必要があると認識しており、これから積極的に取り組みたいと考えています。

実際に、自動車のユーザーはどのような税金を負担しているのでしょうか。

会長 自動車に関する税金は、取得や保有、使用の段階に応じて7種類もあります。

購入の段階では環境性能割と車両価格にかかる消費税があり、保有の段階では自動車税と車検時にかかる自動車重量税の2種類があります。また一般ユーザーに認知されにくいのがガソリン代に含まれる税金で、ガソリン税/軽油引取税、石油ガス税それに消費税の3種類もの税金があります。

図表4 現在の自動車税制（2023年度）

※エコカー減税等適用外の自家用乗用車（普通車または小型車）の場合

段階	税目	国/地方税	税の用途	現行の税率
取得購入	自動車税（環境性能割）	地方税	一般財源※1	3% (環境性能に応じて課税)
	消費税	国税・地方税	一般財源	10%
保有	自動車重量税	国税	道路整備の特定財源だったが、一般財源化された※2	4,100円/0.5t/年 車齢13年超の車両 5,700円/0.5t/年 車齢18年超の車両 6,300円/0.5t/年
	自動車税（種別割）	地方税	一般財源	【2019年10月以降に重新登録した車両】 排気量に応じ課税 25,000円～110,000円/年 【既に保有等、上記以外の場合】 排気量に応じ課税 29,500円～111,000円/年
使用（走行）	ガソリン税 (揮発油税+地方揮発油税※3)	国税	道路整備の特定財源だったが、一般財源化された	53.8円/ℓ
	軽油引取税	地方税	道路整備の特定財源だったが、一般財源化された	32.1円/ℓ
	石油ガス税	国税	道路整備の特定財源だったが、一般財源化された	17.5円/kg
	(燃料)消費税	国税・地方税	一般財源	10%

※1 一般財源：税収の用途に限定がなく、国や地方公共団体の裁量で自由に使える財源。

※2 道路特定財源：道路整備等の支出に充てるとされていた財源（現在は廃止）。

※3 地方揮発油税：国税として徴収されるが全額が各地方に譲与される。以前は「地方道路税」という名称で課税されていたが、2009年に道路特定財源の一般財源化に伴い現在の名称に改称された。

出所：2023年 JAF『自動車税制に関するアンケート調査』結果

のにさらに消費税が課されるので、これは明らかに二重課税です。また新車から13年が経過したガソリン車には自動車税が重課されます。日本車の性能が高まり平均使用年数が長期化する中、生活必需品として大切に乗っている車に重課を強いられることとなります。

このように自動車に関する税金には3つの大きな問題が内包されており、政府への要望を検討しています。

現在の状況を直接ユーザーに伝えられるのはディーラーであり、その活動を自販連はサポートしていく。政府にもユーザーの負担軽減につながる施策を期待したい。

こうした税負担の重さや矛盾について、どのようにユーザーにお伝えしていくのでしょうか？

会長 ディーラーが直接、ユーザーの皆さまに説明するのが一番だと考えています。

例えば、車の注文書をお渡しする時に「当分の間税率」*等、理不尽に上乘せされている税金などについても詳しく説明し、ご理解いただければ一般ユーザーの方々も税負担の重さに違和感を覚えて自ら声をあげていただけたと思います。自販連としてはこのようなPR

*緊急の道路整備に備えるため自動車重量税やガソリン税などに「上乘せ（特例税率分）」されている税率のこと。1974年に揮発油税の暫定税率として本来の税率から2.5倍に引き上げられ、それ以降、税率が維持されたまま一般財源化（使い道が限定されず自由に使用可能な予算化）されている。

他にもユーザーに関わる課題はあるのでしょうか。

会長 これは自販連でも大きなテーマですが、地域の自動車保有率は総じて都心部より高く、税負担の地域格差が大きい状況です。税率を一気に下げると地方の財源は枯渇してしまいますが、自動車の販売価格と併せてガソリン価格も上昇している状況で、国として何らか

活動を励行してディーラーをサポートしていきたいと考えています。課税制度は定着して久しく、ユーザーの負担が過大な状況が続いていますが、この税金を廃止すると代替りの財源をどうするかという議論が必ず生じます。自動車業界の売上はこれまで右肩上がりでも推移してきましたが、現在は全盛期の70%程度にまで落ち込み収益性も厳しい状況なので、そのしわ寄せがメーカーにくるのが一番問題です。

の対応をしていただく必要があると感じています。対応策としては、例えば自賠責保険は交通事故の被害者救済のための保険制度ですが、保険金支払いの財源として約6,000億円の資金があります。この一部を利用して自賠責の保険料を引き下げるなど、ユーザーの負担軽減につながる施策を期待したいと思います。

地元茨城県は、1世帯当たりの自動車保有台数が全国でも上位だが、盗難件数も多い。自販連も警察やメーカーと連携して盗難防止対策に注力。

地元である茨城県の自動車に関する状況についてお聞かせください。

会長 当県の主要産業は農業なので軽トラの保有台数が多いこともありますが、1世帯当たりの自動車保有台数は全国で7番目の高水準です（2023年3月の調査）。

一方で自動車の盗難も多く、盗難台数ではワースト上位県に入るとい喜ばしくないデータもあります。当県は海に面しており、船が頻繁に出入りするなど交通の便がよく、解体して海外へ運び出しやすい条件が整っていることも要因と考えられます。

図表5 自家用乗用車の世帯当たり普及台数（都道府県別・ランク順）
令和5年3月末現在

順位	前年順位	都道府県	世帯当たり普及台数	保有台数	世帯数
1	1	福井	1,698	512,365	301,715
2	2	富山	1,640	707,132	431,110
3	3	山形	1,635	688,684	421,275
4	4	群馬	1,585	1,383,488	872,782
5	5	栃木	1,563	1,344,916	860,314
6	6	長野	1,549	1,381,014	891,350
7	7	茨城	1,536	1,994,443	1,298,834
8	8	岐阜	1,530	1,295,768	846,707
9	9	福島	1,528	1,217,246	796,575
10	11	新潟	1,513	1,383,356	914,487

出所：一財）自動車検査登録情報協会

図表6 自動車盗ワースト上位県の推移

順位	2019年 (令和元年)		2020年 (令和2年)		2021年 (令和3年)		2022年 (令和4年)		2023年 (令和5年)	
	都道府県	盗難台数								
1	茨城	1482	茨城	821	千葉	759	愛知	884	千葉	746
2	大阪	952	大阪	789	愛知	745	大阪	652	愛知	698
3	千葉	738	千葉	670	茨城	633	千葉	627	埼玉	683
4	愛知	681	愛知	500	大阪	519	埼玉	606	茨城	615
5	埼玉	630	埼玉	460	埼玉	494	茨城	587	神奈川	461

ワースト1位脱却もワースト5位圏内を推移

出所：茨城県警察

こうした状況に協会としてはどのような対応をされているのでしょうか？

会長 警察やメーカーと連携した不審者通報制度の制定や報奨金の提供、また盗難防止グッズの提供、さらにはナンバープレートのボルトやタイヤのナットを特殊で

外せないものにするなどの対策を実施しています。協会ではGPSの追尾機能をつけることを推奨していますが、少し前のリレーアタック*などにも注意を喚起しており、納車の際に外部からの電波を遮断する車のキーの収納缶を贈呈しています。

*：リレーアタック…「スマートキー」の仕組みを悪用して車を盗む手口

ディーラーが、人口減少が進む地域の交通弱者の拠点として 地元自治体と共同でサービスを提供。

雇用創出を通じて、地域と人に優しい企業としての成長を目指す。

茨城県北部など、人口減少が進んでいるエリアでの取り組みについてお聞かせください。

会長 自販連の取り組み事業として大子町において「デマンドタクシー」の取り組みを実施していますが、これは「一般財団法人トヨタモビリティ基金」の取り組み事業の一環でもあります。「カーシェア」にも取組み中ですが、こちらはまだ道半ばの感覚です。

またディーラーが地域の交通弱者の拠点となる動きもあり、弊社、茨城日産自動車では大子町と共同でデマンドタクシー、EVのカーシェアリング等の取り組みを実施してきました。

デマンドタクシーをはじめとするサービス内容の拡充などの具体策を検討されているのでしょうか。

会長 サービスの内容については地域ごとの検討が必要で、該当地域における最適な形態を模索しなければなりません。そのため、全国の各ディーラーが地域との接点を密に保ちながらベストの取り組みを考えていく必要があります。

また障がいのある方の雇用は、企業の社会的責任だと考えています。それも単に働く場の提供に留まらず、そこで働く人たちがやり甲斐を持てる環境の創出が必要と考え、弊社では農業関連の事業を始めました。自分たちが作った作物が「美味しい」と言われることは、何よりも分かり易い喜びです。これからも障がいのある方を雇用し、農業関連の事業を少しずつ拡大しながら自動車販売を継続していきます。

地域のサポート活動にも注力されているのですね。

会長 私たちディーラーは地域に根差した企業なので、地域の雇用創出への貢献はもちろん、自動車の販売やサービスを通じた「安心・安全」の提供、災害時における地元自治体との防災協定に基づく災害発生時の防災拠点としての役割も担っています。

日本の食料自給率が20%にまで低下し、ほぼ輸入に頼っている現状も含め、地域と人に優しい企業として成長していくことを目指しています。

その活動の一つが交通弱者である「高齢者等の移動手段の確保」です。地域住民の方々のライフラインとも言える移動手段の確保は、過疎化が進む地域では今後益々必要になると思います。しかし、こうした移動手段の全てを自治体のみでカバーするのは予算的にも厳しいと思います。そこで私たちディーラーも連携して様々な知恵を出し合い、地元の自治体や各関係機関と共に対応していきたいと考えています。



環境に配慮した新店舗 フォレストモール常陸太田店

人材確保は厳しい状況。

査定工賃の見直しをはじめ、働き方改革に則した環境整備が必要。

貴社における人材確保の現状についてお聞かせください。

会長 弊社、茨城日産自動車の場合では募集をかける
と営業職はまだ集まりますが、整備士の仕事は即応性
がなく本当に厳しい状況で、不足する人員の一部は20
名を超える外国人の技術実習生でカバーしています。

従来は専門学校を卒業した整備士の資格保有者を
中心に採用してきましたが、これからは高校を卒業した
ばかりで資格を持たない学生を整備士として採用し、
一から社内で育成することを考えています。

他業種と同様に人材の確保は厳しいようですが、要因
としてはどのようなことが挙げられるでしょうか？

会長 少し前にゴルフボールでお客様の車に傷をつける
というビッグモーターの事件がありましたが、保険会社
の査定工賃が安すぎるのも一つの要因だと思います。

例えば板金修理の基本工賃は1時間あたり6,500円
程度です。マッサージなどのサービス業では料金のほぼ
全額が技術料となりますが、板金修理では材料費や設備
費用もこの基本工賃に含まれているので整備士の技術料
だけでみるともっと低くなり、適正な価格レベルとは言え

ません。車の多機能化や高剛性化で板金修理に必要な
技術力の難度は高まっており、工賃の見直しが必要です。

保険の基本工賃は例外なく一律なのですね。

会長 実際には事案ごとに内容が異なるので一律の
対応ではなく案件ごとに査定価格を決めるべきで、現代
の働き方改革にもしっかりと対応できる環境整備が
必要です。こうした背景から先般、钣金業界と保険会社
との団体交渉が実施されました。保険会社は統合が
進み現在は4社しかありませんがどこかに昔からの
縛りがあり、取り組むべき問題が大きすぎることもある
のか、整備士の給料は上がらないしディーラーの地位
も向上しない難しい状況です



整備風景

ディーラーのステータス向上のためには各社での福利厚生面の充実が必要。

自販連としても全国への情報発信を通じて、ディーラーの人材採用や地位向上に繋げたい。

確かに重く難しい問題ですが、ディーラーの地位向上
のためにも工賃の見直しは必要ですね。

会長 自動車整備士はお客様の安心・安全に直結する
「整備」という重要な仕事を担っており、深い知識と経験
無しでは務まりません。しかし苦勞して整備士の国家
資格を取得してディーラーに就職したにも関わらず離職
率が高いのが現状で、このような職業は他にあまり例が
ありません。この課題を克服するためにも、もっと整備
士にスポットを当てる必要があり、整備士の地位向上が
図れないと益々採用難の悪循環に陥るのではないかと
危惧しています。自ら進んで「整備がやりたい」という
人が集まるようにディーラー自体のステータス向上が
必要です。そのためにも休日の増加や給料の引き上げ
を含め、福利厚生面の充実を図らなければなりません。

整備士を魅力ある職業として、より周知していく必要
がありますね。

会長 自販連のなかには課題に積極的に取り組み、既に
大きな成果を挙げている会員もいるので、こうした好
事例を自販連として情報共有することが必要だと思い
ます。少子化が進行するなかのように人材を確保
していくかについて、外国人の雇用も含めた有益な
情報を会員の皆さまへ提供していきます。

また個々のディーラーでは各地域内で独自のPR活動
を実施していますが、昨年自販連が参画した「ジャパン・
モビリティショー」において整備士体験プログラムを
提供したように、こうした情報発信を通じて人材採用
や地位向上に繋げたい考えです。

地域に根差す企業として野球部を創設。 野球部の活躍で地域を盛り上げると共に、 社内の一体感の醸成やモチベーションアップにも繋げる。

地域に密着した企業として取り組まれている地域貢献活動についてお聞かせください。

会長 弊社、茨城日産自動車では地域を盛り上げるために野球部を発足し、今年で創部4年目になりました。野球経験者に限りませんが、一般に運動部経験者は礼儀正しく、また練習の厳しさも経験しています。営業職に必要なマナーや仕事への取り組み姿勢との共通点が多いのか、現場の営業で目覚ましい活躍を見せる野球部所属の社員がたくさんいます。特に自動車販売においては「これをやれば必ず売れる」という方程式はありませんので、彼らの活躍には大いに期待しています。

野球部員が営業面でも要の存在として活躍されているのですね。

会長 先日の都市対抗野球北関東大会の代表決定戦は群馬県代表の強豪・SUBARUさまとの試合でしたが、いい試合を見せてくれました。

9回表まで2対1でリードしていましたが土壇場で追いつかれ、タイブレイクに突入しました。なんとか1点を先取しましたが、その裏に2点を奪われ3対4でサヨナラ負けを喫しました。残念ながら



茨城日産グループ硬式野球部



都市対抗野球北関東大会の代表決定戦

あと一步のところまで代表を逃しましたが、弊社も地元も大いに盛り上がりました。

本当に素晴らしい試合でしたね。

会長 運動部の存在は社内の一体感を醸成し、社員のモチベーションを高めてくれるメリットがあります。予選から決勝までの全試合をYouTubeのチャンネルで社内向けに流したのですが、決勝戦の再生回数は17,000人にのぼりました。販売店のロビーでも流しましたが、それだけではこの数字になりません。地元の大勢の方々が応援してくれていたのだと思います。

多くの社員が試合に関心を持ち、仲間を応援することで社員同士の横の連携も強化されていると感じます。野球人口は減少していると言われますが、地域を盛り上げるためにも全国大会への出場を目標に全社を挙げて思いぎり応援していきたいと考えています。

カーボンニュートラルに向け実態把握からスタート。 エンジンオイルの再利用による排出削減効果の情報を提供。 今後、ディーラーの取り組むべき課題として太陽光発電の活用を検討。

最近の環境問題への対応についてお聞かせください。

会長 自販連としましては、金子前会長が進めてきた取り組みを引き継ぎ、CO₂削減に向けて有効な対策を講じていきたいと考えています。

一方、弊社におきましてはカーボンニュートラルの管理がようやくはじまり、全体像が見えてきたところです。まずは自社での温室効果ガス排出量の実態把握が必要で、この排出量をしっかり把握しないと次のステップに移行できません。

自動車には消耗品も数多く使用されていますね。

会長 環境問題の観点では廃タイヤや廃オイルなどの再利用も重要で、弊社では使用済みエンジンオイルを暖房の燃料として再利用しています。通常は廃油の焼却処理と化石燃料による暖房使用で温室効果ガスを2回排出することになりますが、エンジンオイルの再利用だと1回の排出で済むので、温室効果ガスの排出削減例として情報を提供していきます。

世界的に自動車のハイブリット化、EV化が進んでいます
が現在のレベル感についてはいかがでしょうか。

会長 日産ではガソリンエンジンで発電してモーターで走るシステムをe-POWERと呼び開発を進めています
が、EVの評価基準は未確定のため各社の性能に優劣は
つけられないのが現状です。

しかしEVの大容量バッテリーには定置型蓄電池の
数倍から数十倍の容量があり、非常用電源としても
活用できます。このためEVは「動く蓄電池」とも呼ばれ、
EV開発と並行した太陽光発電の活用は有効だと考え
られます。そこで自販連としては今後ディーラーの取り
組むべき課題の一つとして太陽光発電の活用を取り
上げたいと考えています。

いつも「一期一会」の言葉を胸に、その時々の人との繋がりを大切にしたい。 ディーラーが現場における自動車に関するトップとして意識を高め、 業界を一層盛り上げていく。

座右の銘などがございましたらお聞かせください。

会長 私は、これまで様々な場面で多くの方々に助け
られてきたので、これからも人との出会いを大切に
したいと考えています。そのためいつも「一期一会」の
言葉を胸に、社内に限らず、業界内外の方々ともその
時々繋がりを大切にしています。

今があるのは、その時々でベストだと判断した選択
に懸命に取り組んできた結果だと考えています。自動
車に関することは当然ですが、それ以外の分野でも
身近で人の生活に関わることで、「自分達ならもっと
良いサービスが提供できるのではないか」と考えら
れることに積極的に取り組み、お客さまに必要な存在
になろうと考えています。

事業の内容も大きく変化していますね。

会長 営業スタイルも、かつての訪問営業から、チラシ
やWeb等でお客さまに選んでいただき来店を誘致する
形態へと大きく変化してきました。今後さらに大きく
業態が変化しても私たちディーラーは生き残らなくて
はいけません。

太陽光発電の活用は多くの企業で進められていますね。

会長 特にディーラーの拠点は総じて建物が大きく、
屋根には太陽光パネルの設置が可能です。災害時の
防災拠点としての役割も念頭に弊社でも設置を進めて
いますが、電気料のコストダウンやカーボンニュ
ートラルへの貢献度合いをきちんと数値化して、次の
ステップに繋がりたいと思います。

また「カーボンニュートラルにしっかり取り組んで
いる」と社会的に認知されないとディーラーのステ
ータスは向上しません。一番お客さまに近く、常に情報を
発信し易い立場にある私たちだからこそ、環境や地域
にとって良いことを積極的に推進しカーボンニュ
ートラルへの対応を加速させたいと思います。会員の皆さま
には自販連のカーボンニュートラル部会を通じた様々
な取組事例を参考にさせていただきたいと思います。

自動車産業がそれなりの規模を維持していくのは
間違いありませんが、従来以上にお客さまとの接点を
維持し強化していかなければ、ディーラーという業態
自体の存続が危うくなってしまわないでしょうか。
常に新しい情報をお客さまに正確にお伝えし、車に
関する販売・整備の現場においては私たちがトップ
だという意識を高め、この業界を一層盛り上げてい
きたいと考えています。



茨城日産自動車本社