

バッテリー急速充電器

VITALFORCE

NEW!!

BQC-700MF

MFバッテリーに 自動充電!

※MF…メンテナンスフリー

特徴

- バッテリー急速充電器BQC-700に付加機能として自動充電モードを搭載
- エンジン始動補助(100Aのスターター電流を補助)
- 過電流保護(一次側(電源側)が過電流になった場合、充電器を保護します)
- ワンチップマイコン搭載(マイコン搭載により以下の機能を備えます)
電圧自動切換 短絡保護 土逆接続検知 接続外れ警報

3ステップで自動充電モード詳細

STEP 1 バッテリー容量の30%を想定した充電電流(20Ahならば6A)で充電電圧が14Vまで定電流充電

STEP 2 バッテリー容量の10%を想定した充電電流(20Ahならば2A)で充電電圧が14Vまで定電流充電

STEP 3 14Vの定電圧充電(30分または充電電流が1.0Aで終了)



BANZAI NEWS

2014
Autumn
292

特集

BANZAI NEWS

原点回帰

～コミュニティの再構築と、さらなる技術革新を目指して～
原点はニーズ対応から、さらに一つ上を行く
ちょっとプレミアムな、サービス提案へ

BANZAI 株式会社 バンザイ

<http://www.banzai.co.jp>

本社
東京都港区芝2-31-19
TEL 03-3769-6880
E-mail: eigy@banzai.co.jp

関東支店
埼玉県北本市朝日4-553
TEL 048-590-3700
E-mail: kanto_br@banzai.co.jp

大阪支店
東京都東区東3-3-11
TEL 06-6744-1041
E-mail: osaka_br@banzai.co.jp

海外販売部
東京都港区芝2-31-16
TEL 03-3769-6894

●営業所 旭川・青森・秋田・盛岡・郡山
山形・新潟・長野・前橋・宇都宮
水戸・埼玉・千葉・横浜・静岡・多摩
北陸・三重・京都・神戸・高松

札幌支店
札幌市西区24軒1条7-3-10
TEL 011-621-4171
E-mail: sapporo_br@banzai.co.jp

東京支店
東京都港区芝2-31-16
TEL 03-3769-6840
E-mail: tokyo_br@banzai.co.jp

広島支店
広島市西区南観音2-7-10
TEL 082-233-3201
E-mail: Hiroshima_br@banzai.co.jp

●出張所 帯広・函館・富山・松山
岡山・山口・長崎・大分・熊本

●販売会社 バンザイ南九州販売(株)
バンザイ沖縄販売(株)

仙台支店
仙台市宮城野区福室2-8-21
TEL 022-258-0221
E-mail: sendai_br@banzai.co.jp

名古屋支店
名古屋市千種区青柳町6-26
TEL 052-732-2600
E-mail: nagoya_br@banzai.co.jp

福岡支店
福岡市博多区那珂5-3-15
TEL 092-411-1261
E-mail: fukuoka_br@banzai.co.jp



ISO9001・ISO14001
自動車整備機器検査用機器の設計開発販売及びサービス
バンザイでは「顧客第一主義」を信条に
お客様とのきずなを大切に、
お客様満足度の向上を図ってまいります。





イチョウ並木(国営昭和記念公園)——東京都立川市

武蔵野の秋、広大な公園の銀杏の木々はまぶしい黄葉に染まり、並木道は黄金色の落ち葉で埋めつくされます。柔らかい落ち葉の感触を踏みしめながらそぞろ歩けば、頬をなでていく風の冷たさに、冬の間近さを感じられます。

★歳時記

- 10月 13日 体育の日
- 11月 3日 文化の日
- 7日 立冬
- 15日 七五三
- 23日 勤労感謝の日
- 12月 22日 冬至
- 23日 天皇誕生日
- 25日 クリスマス



●目次

- ★特集 原点回帰..... ①
 原点はニーズ対応から、さらに一つ上に行く
 ちょっとプレミアムな、サービス提案へ
- ★モデルショップ訪問..... ⑥
 【(株)大嶋カーサービス 舞鶴店】
 明るくオープンな感覚のサービス工場と
 環境対応で、お客様に安心と満足を提供
- ★モデルショップ訪問..... ⑧
 【(株)ファーレン埼玉 フォルクスワーゲン川口】
 先進メカニズムに対応する設備と技術力、
 最新コンセプトの店舗を実現
- ★ショールーム..... ⑩
- ★トピックス..... ⑭
 <海外情報・アウトメカニカ2014>
 世界最大のサービス機器見本市
 アウトメカニカに見るサービスの新潮流
- ★ロータリー..... ⑯
- ★BANZAIガイド..... ⑰

特集 BANZAI NEWS

原点回帰

～コミュニティの再構築と、さらなる技術革新を目指して～
**原点はニーズ対応から、さらに一つ上に行く
 ちょっとプレミアムな、サービス提案へ**



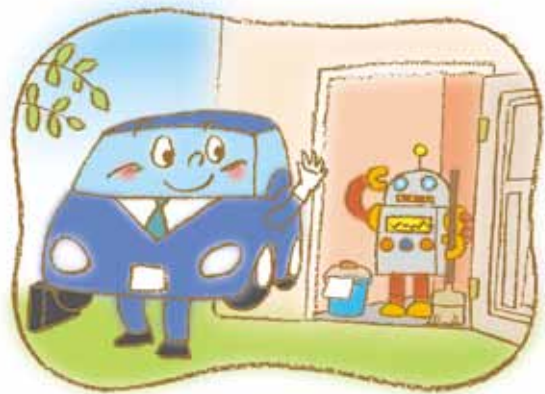
この夏は広島をはじめ各地で台風や大雨による災害が相次ぎました。昨年夏の異常気象とともに、毎年のように災害にさらされている日本列島。かと思えば世界の各地で寒波や熱波、大雨と干ばつなど極端な気象変化が多発しているそうです。こうした変化の背景にはCO₂など温暖化の原因物質の影響も指摘されています。災害のリスクへの備えとともに、引き続き温室効果ガス削減への努力も不可欠ですね。

地球を守る、環境対策の取り組みを

今年の初め、米国では北東部を中心に20年ぶりといわれる大寒波に襲われました。経済活動やインフラにも大きな被害を出した一方で、新車販売台数にも影響したといわれるほどです。わが国でも昨年から今年にかけては「数十年に一度」などと表現されるような記録的な大雨や台風の警報がしばしば出されました。冒頭にあげた広島をはじめ各地で多数の人命が失われるなど、大きな被害が出たことも記憶に新しいところです。

また一方、関東地方を中心に蚊が媒介する熱帯病のデング熱が発生したこともニュースでは大きく取り上げられました。蚊だけではなく多種の南方の生物が生態域を北上しつつあるということも指摘され、日本列島が亜熱帯化しているのでは、などという議論も聞かれます。

このように各地で起こっている極端な気象現象を一言で異常気象と言ってしまうことはできませんし、その原因がすべて温暖化にあると断定することはできません。しかしわが国だけでなく世界的な気候の変動の背景には確実に温暖化の影響があるとされているのです。



国連のIPCC(気候変動に関する政府間パネル)が昨年発表した第5次評価報告書によると、この130年間に地球の平均気温は0.85度上昇し、北極・南極の氷の面積が減少し、世界の平均海面水位は110年間で約19センチ上昇しているなどのことから、地球が温暖化していることは間違いありません。そしてこうした温暖化には「人間による影響が支配的な要因であった可能性が極めて高い」と結論付けています。つまり産業革命以後、急速に増え続けた化石燃料を主な発生源とする温暖化物質の発生が主な温暖化の原因であるとほぼ断定しているのです。私たちの経済活動や生活に不可欠な車も、もちろんその大きな発生源の一部となっていることは間違いありません。

同報告書はこのまま温室効果ガスの排出が続けば、世界の平均気温は今世紀末には平均3.7度上昇し、世界の海水面は平均63センチ上昇するとしています。このような事態になれば日本の砂浜はほとんど消失し、東京は確実に亜熱帯の気温になってしまうほどの影響が現われてしまいます。

一方、同報告書では温室効果ガスの削減を徹底して行えば、気温上昇は1.0度程度に抑えられるとも述べています。このようなことから引き続き温室効果ガス排出抑制のための努力が不可欠です。すでに多くの企業でも取り組んでいる温室効果ガスの排出削減などの一方で、個人のライフスタイルにおいては今後もエコカーが主流になっていくことは間違いありませんし、サービスの分野でも、省エネや環境対策がますます重要になってくることでしょう。

ヒット商品に見るトレンド「ちょっとプレミアム」

さて本シリーズでもたびたび触れてきましたが、お客様にご満足いただけるサービスを提供するためにはマーケティング戦略が不可欠です。そしてその原点といえるのは、お客様のニーズをとらえた商品、サービスをタイムリーに提供することでした。つまり必要なモノを供給することでお客様の満足が充足できたわけです。

ところが、モノの充足した成熟化社会になると、人々のニーズがどこにあるのか見えにくくなります。そのため、ニーズよりさらに深いところにあるウォンツを掘り起こすことが必要だなどといわれてきました。

現在ではこうしたニーズ、ウォンツから、好き嫌いの消費へ、さらにお気に入り消費、感性消費の時代などといわれ、必要なものから魅力あるものへのシフトが加速するとともに、さらにニーズが見えにくくなってきました。マスプロダクションの時代のように多数のニーズにマッチするようなヒット商品が見つからない時代です。個々のニーズ、一人一人のライフスタイルに合わせた商品なりサービスをタイムリーに提案していかなければいけない時代なのだといえるでしょう。

日本経済新聞が調べた今年上半期のヒット商品は「プチプレミアム」つまり「ちょっと贅沢」がコンセプトだそうです。「安いから」ということではなく、少し高いけれどちょっとした贅沢や幸せを味わえる、そういうモノやサービスがよく売れているということだそうです。失われた10年の間、味気ない消費行動を続けてきた消費者が、アベノミクス以来「明る

く楽しめる消費」に原点復帰しているということなのでしょう。

本シリーズでも以前、多機能体重計のタニタの例をご紹介しました。商品と、それを使った健康提案の延長線上で、さらには楽しくダイエットができる食生活の提案までをセットにすることで、ユーザーの支持を得たということです。

最近では自動的に掃除をしてくれるロボット掃除機がヒットしました。出かけている間や、ほかの事をしている間に、ロボットが部屋の掃除をしてくれるというのは、新しい機能の提案であると同時に、新しいコンセプト、ライフスタイルの提案であったといえるかもしれません。実際に購入してみた人の話では、ロボット掃除機が一生懸命に(?)仕事をしている様子が「けなげでうれしい」のだそうです。なにやらロボットがパートナーの一員でもあるような、ペットを見るような感覚なのかもしれません。それまでの掃除機がダニ清掃機能や脱臭機能などの高機能化と付加価値競争に目を向けていたのに対して、基本的な機能に絞って、新しいライフスタイルを提案したことがヒットの要因といえるかもしれません。

かつて1950年代に普及した洗濯機は主婦の家事



作業を軽減し、生活を一変させたといわれているように、こうしたロボットが新しい生活様式を創造していく未来社会の到来も夢とはいえないでしょう。

新しい提案プラス「楽しさ」がポイント

あるトレンド雑誌が家電製品の付加価値に関して、「機能が豊富な製品」と「シンプルで使いやすい製品」とのどちらに魅力を感じるかというアンケート調査を実施しました。その結果、圧倒的に後者への支持が高かったのだそうです。さまざまな機能が付いてかえって使い方が難しくなってしまった高機能機種に対して、基本機能の充実と、新しい提案を付加することで、高価格にもかかわらず売上が伸びている商品が数多く生まれているのが「プチプレミアム」時代のトレンドといえるでしょう。

もうひとつ、密かなヒットとなっているのが「揚げない唐揚げ」が作れる「ノンフライ調理器」です。健康志向はもはやライフスタイルの大きな流れとなっていますが、この調理器も脂肪分のとりすぎを気にする中高年層や健康志向の人々に受け入れられています。

この調理器が売れている大きなポイントは、使い方、つまりレシピが一緒になっていることです。商品と使い方の提案が一体になっている点では先に

挙げたタニタと同様のヒットパターンですね。大切なのはこの調理器を使って、健康になれるということだけではなく、作った料理が実際においしいことだといいます。つまり我慢して健康になるのではなく、料理を楽しみながら健康になれるということが消費者に受け入れられたということでしょう。

これまでも様々な健康器具がヒット商品になりながら、その多くがしばらくするとホコリをかぶったまま見捨てられてきたのは、使って楽しいという提案がなかったからなのですね。

時代のニーズを背景とした商品の中で、これも密かに売れているのが高級炊飯器、つまりご飯がよりおいしく炊けるように、最先端機能を搭載した炊飯器です。炊飯器とはいえ10万円もするという、これはすでにまったく新しいジャンルの家電といえるかもしれません。コンピュータシステムにより最適な温度コントロールを行うことはもちろん、お釜に南部鉄を使うなど、味にこだわるユーザーをターゲットに各メーカーがしのぎを削っているのだそうです。その背景には、お米のブランド化、どこそこの産の何々という品種がおいしい、などとこだわりを持つグルメ時代のユーザーにアピールしたということでしょう。

ハイレベルな診断で特別なサービスをアピール

さて「プチプレミアム」を自動車サービスに応用してみると、どういうサービスが考えられるでしょうか。ちょっとした贅沢感・特別感、そして安心感と楽しさの提案、などということでしょうか。

昨今急速に増加しているHV、EVに専用のストールをご用意することも、こうした「特別」なサービスといえるかもしれません。専用の診断機器や急速充

電器を備え、他のストールとは表示もカラーリングも専用イメージを打ち出すことでユーザーに特別感をアピールできるかもしれません。すでにHV、EVは乗用車の販売台数の2台に1台を占めるといわれるほど、いずれはストールの半分以上にこうした設備が導入される時代になるのかもしれません。また「特別」なサービスをアピールできる、ハイレベルな診断提案スペースとして、アライメント専用ストールはいかがでしょうか。いずれも一つ上の安心と安全をサポートし、環境時代にも即したサービスの提案ができるでしょう。

もう一つ、マーケティングの基本の一つに、先ほどあげたニーズ対応と対極の発想にシーズをもとにしたサービス提案があります。シーズは“種”、すなわち新しい商品やサービスを生み出すもとなる経営資源のことですね。自社の持つ技術やノウハウを生かし、既存の商品やサービスにとらわれずに、ユーザーの視点に立った新しい発想で提案することです。

たとえば、今現在は点検、車検整備のときにしか使っていない診断機を、もっとユーザーに喜ばれるような診断・提案に活用できないか、といったことも逆転の発想から生まれたアイデアといえるでしょう。ユーザーが来店される都度、各種テスター機器を使用して診断データを蓄積し、きめ細かいユーザー管理を実現する「エコスキャンシステム」も、こうしたシーズ発想を具現化したものです。

ユーザー個々のカーライフのスタイルがより詳しくデータとして蓄積できれば、よりの確なサービス提案も可能になります。カーサービスから、さらにカーライフサポートへと、さらに幅の広いビジネス

モデルも実現できるでしょう。

おもてなしにもひと工夫、プレミアムなひと時に

さて、いま年代を問わず主に女性たちに人気となっているのが「お茶カフェ」なのだそうです。その名の通り、おいしい日本茶を、おしゃれなスペースで提供するというコンセプトのお店ですが、これもプチプレミアムなトレンドの一つなのかもしれません。

従来、コーヒーに比べて日本茶のイメージは付加価値があまり高いとはいえませんでした。コーヒーはコーヒーショップで飲むのは当たり前でしたが、日本茶は、甘味処で出されるお抹茶のような場合以外は、お金を払ってお店で飲むものというイメージはあまりなかったのではないのでしょうか。会社や事務所にお客様が来店されたとき、まずお出しするお茶といえば、まず安物の茶碗に出がらしのお茶が淹れられたものと決まっていました。

そこで、お客様にお出しするお茶もちょっと贅沢にグレードアップ、お茶の器もちょっとおしゃれなものに変えて、「今日お出ししているお茶は〇〇産、手摘みのやぶきた茶です」などというコメントを添えてみてはいかがでしょうか。ちょっとした工夫でお客様の満足度もアップ、ご来店していただく楽しさも味わっていただけるかもしれませんね。



明るくオープンな感覚のサービス工場と 環境対応で、お客様に安心と満足を提供

京都府福知山市に本社を置く(株)大嶋カーサービスでは、このたび舞鶴店を移転新築し、お客様に安心と信頼感をアピールできるオープンな感覚のサービス工場と、地域と顧客に配慮した環境対応型の店舗へとリニューアルを実現しました。



国道27号線に面した新店舗



福知山店はロケット、綾部店はタワー、そして舞鶴店は風車が目印

信頼感でお客様に足を運んでいただける店舗に
(株)大嶋カーサービスでは早くから車検整備の自動ラインシステムの導入などによりサービスの効率化、高品質化を追求する一方、点検・車検、一般整備はもとより車体整備、保険、ロードサービスまで、幅広いサービス体制を実現。あわせて福知山を中心に綾部、舞鶴に拠点網を展開し、顧客のカーライフ全般をサポートしています。
同社では従来、短時間・立会い車検をはじめ、未使用中古



代表取締役
専務執行役員
大嶋 明氏



取締役
常務執行役員
大嶋 均氏



店舗屋上部分には太陽光発電パネルを設置
最大33kWhで店舗全体の電力需要に対応



「こどもひろば」はスペースと
安全性に配慮、
2階にはコミュニティスペースも



落ち着いた和風のしつらえの
商談コーナー

車販売など販売・サービスの両面で積極的なビジネスモデルを展開してきました。しかし市場における競争も増え、これまでのような価格・品質競争での戦略が難しくなってきたことから、「さらにアフターサービス全般のサポートでお客様の満足と信頼感を向上し、足を運んでいただけるような体制作りが必要になりました」と話される専務執行役員の大嶋明氏。今回の新店舗にはこのようなコンセプトを実現するための設備、デザインが全面的に採り入れられています。

明るくきれいに、最新設備でサービス対応
西舞鶴から綾部へ向かう国道27号線に面した新店舗は間口約60m、大きな風力発電の風車が目印です。屋外展示場から虹のアーチをくぐると右に店舗、中央奥にサービス工場があります。

サービス工場はクイック、車検整備その他を合わせて17ストール。オイル交換専用ストール、アライメント専用ストールも完備。さらに検査ラインにはフルタイム四輪駆動車に対応するスーパーマルチテスター、ネットワークシステムなどの最新システムが導入されています。
「お客様に見えていただけるように、そのために明るくきれいな工場にしたい、ということが最大のコンセプトでした」と常務執行役員、大嶋均氏。お客様待合コーナーに面した工場のほぼ全面がガラス窓になっており、工場全体がオープンな感覚で見渡せます。

ホールアライメントテスター
「イージー3D」を完備



プラトニリフトで4トン車まで対応



ホールベース自動制御のスーパーマルチテスターと
ネットワークシステムで検査の効率化を実現



待合コーナーから工場が一望、検査ラインのモニター、
発電システムのモニターも設置



一般整備ストール。左端がオイル交換専用のピット



サイドスリップテスターを設備し、
オイル交換時の点検サービスも
付加価値アップ



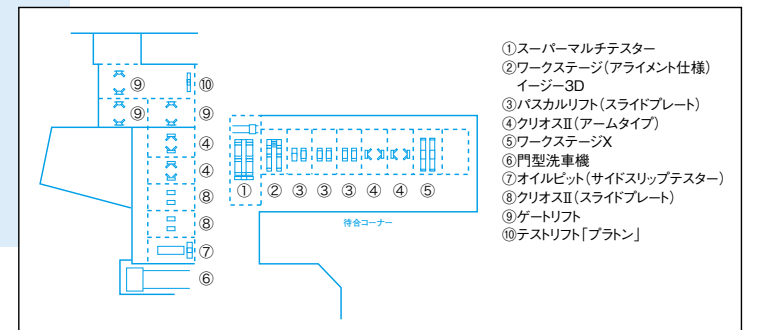
車検整備ストール。
窓も大きくとり明るくきれいな工場に



ツール類、周辺機器はキャビネットに収納

店舗と人、サービスで満足度向上に

また店舗の中央部分に設けられた「こどもひろば」は新店舗の目玉の一つです。「お子様といってもやんちゃ盛りの子供と乳幼児が一緒では、お母さんはおちおち商談もしてられません」と大嶋均氏。そのためスペースも広く、年齢に応じたエリア区分をして、お客様が安心してお店にいられるよう工夫されています。
「お車のことなら何でも、国産・輸入車を問わず、窓口ひとつですべてのサービスに対応できることが最大の強みです」と大嶋明氏。オープニングイベントでのアンケートでは太陽光発電などのエコ対応や、完全分煙化、「こどもひろば」などへの高い評価が寄せられたとのこと。これに合わせて「サービス、接客面でもさらに高い評価がいただけるように」と、総合的な満足度の向上に向けてスタッフ全員での取り組みを推進されています。



先進メカニズムに対応する設備と技術力、最新コンセプトの店舗を実現

(株)ファーレン埼玉では、このたび川口市内に新たなフォルクスワーゲン正規ディーラー「フォルクスワーゲン川口」をオープン。新コンセプトのデザインを採用した店舗と、最新設備を導入したサービス工場を併設した新拠点で、新たな市場での販売・サービスをスタートしました。



国道122号線に面した新店舗はVWの新コンセプトによるデザイン

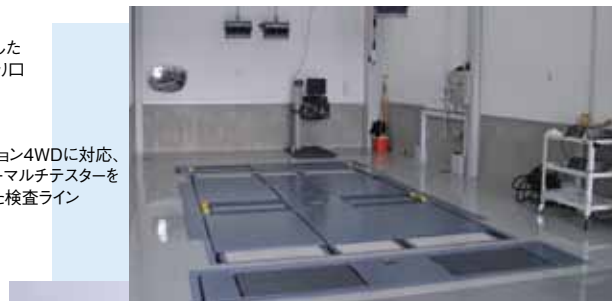


エグゼクティブ
サービスアドバイザー
宮下 淳一氏



店舗右側に面した
ショールーム入り口

4モーショントラックに対応、
スーパーマルチテスターを
導入した検査ライン



明るく作業性に配慮したサービスストール

親しみやすいオープンなイメージづくり

埼玉県から東京都内へ向かう国道122号線に面した「フォルクスワーゲン川口」は、フォルクスワーゲンが新たに展開する新コーポレートデザインを採用。白を基調とした四角いフレームの外観が目を引いています。

川口市は人口67万人とさいたま市に次いで県内2番目の市場規模を擁し、また東京に隣接する立地条件であることから、(株)ファーレン埼玉として「さいたま浦和」に次ぐ新拠点の開設が望まれていたものです。

販売台数では輸入車として国内トップのブランドだけに、「お客様により親しみやすく、来店しやすいオープンな感覚のイメージに」と、エグゼクティブサービスアドバイザーの宮下淳一氏。国道に面した広い吹き抜けのショールームは、白を基調とした明るいイメージ。前面をガラス張りとしてオープンな感覚を演出しています。



安全、効率的な作業が行えるタンデムリフトを導入

サービス面でも「違い」をアピール

サービス工場は検査ラインのほか4ストール。ショールームと同様、白の壁面とグレーの床面で明るさと清潔感をアピールしています。

検査ラインにはフォルクスワーゲンの4モーショントラックに対応するスーパーマルチテスターを導入。サービスストールにはタンデムリフト4基およびオイルサービスキャビネット、ドレンボックスなど周辺設備も充実しています。

さらにショールーム入り口の一角に面して、受け入れ確認を行う「ダイアログレセプションベイ」が設けられ、ワークステージXおよび4輪アライメントテスター「イージー3D」が設備され、より高度な足回り診断を可能としています。

これらの設備は急速に進化するフォルクスワーゲンの先進メカニズムに対応し、高度なサービスを提供するためのものです。「フォルクスワーゲンのプログラムに沿った、良い点検と整備を行うと同時に、サービス面でもお客様に違いをアピールできるものに」として実現されたものです。

オイルキャビネット、
ドレンボックスも完備



レバーレスタイヤチェンジャーなど
最新の足回り機器を導入



アライメントテスターを設備した
「ダイアログレセプション」



バイパス「イージー3D」で正確な
アライメント測定が迅速に行える



ショールームからも
ダイアログレセプションの
様子が見える



インテリアも白を基調にした
ウエルカムマネージャーの
カウンター

VWの充実した
ラインナップを展示

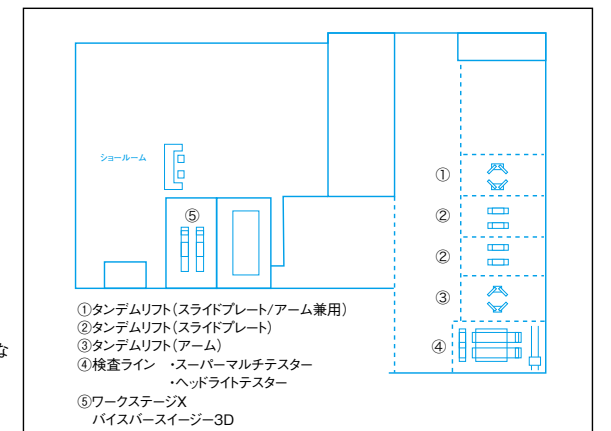


キッズコーナーやアメニティ設備も完備

女性、ファミリーに配慮したアメニティ

「フォルクスワーゲンはドイツ車の良さを一番最初に分かっていただけの車です」と宮下氏。そのため、とくにファミリー層やお子様連れの女性のお客様にも安心して足を運んでいただける雰囲気を大切にされているとのこと。キッズコーナーや授乳室などのアメニティ設備にも配慮されているほか、ショールームからサービスフロントまでを同じフロアにレイアウトしたオープンな感覚が印象的です。

それと同時に、お客様に対する説明も先進機構を分かりやすくご説明する工夫など、「親しみやすい接客とフォルクスワーゲンらしさ、フレンドリーなイメージ」を大切に、お客様とのつながりをつくっていききたいとのこと。

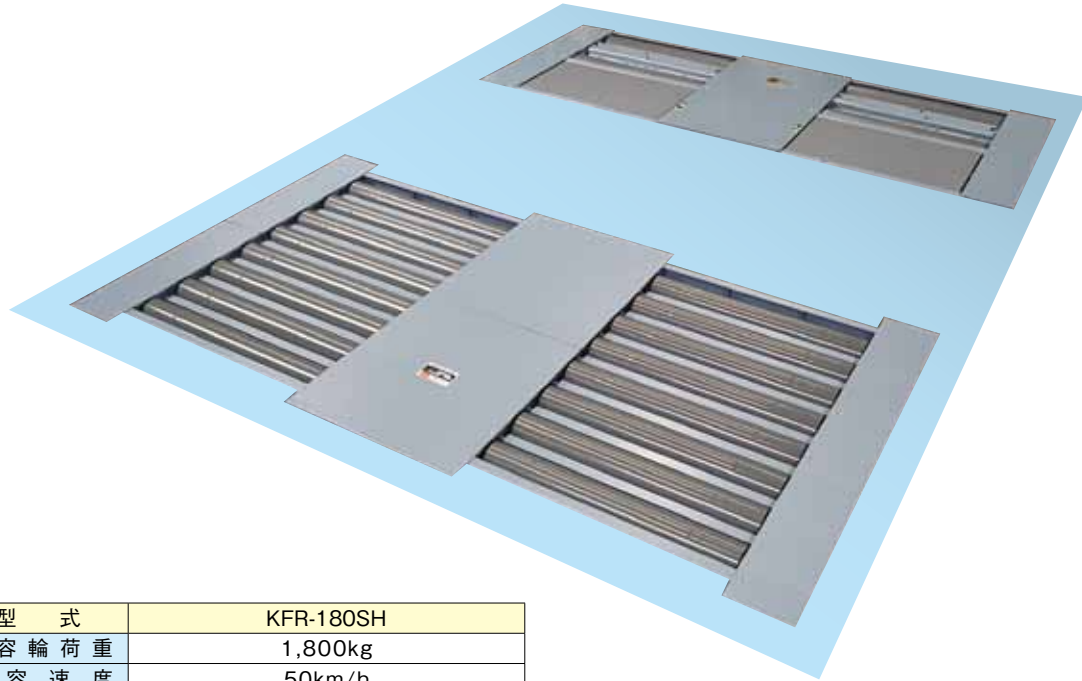


SHOW ROOM

固定式フリーローラー KFR-180SH

有効長さを1,500mmから1,000mmに短縮!
設置スペースの縮小に貢献!

- 有効長さを現行のKFR-180より500mm短縮、設置スペースの縮小が可能になりました。
- 検査車両のホイールベースが比較的限定されている工場に最適です。



型 式	KFR-180SH
許容輪荷重	1,800kg
許容速度	50km/h
ローラー直径	φ114.3mm
ローラー間隔	166mm
ローラー本数	8本 (片側)
測定有効長さ	1,000mm
対象ホイールベース	2,000~3,000mm (例)
操作電源	AC100V
使用空気圧	0.7MPa
寸法 (カバー含む)	1,540L × 2,840W × 240H mm
本体重量	約1,180kg

<オプション>
ガイドローラーおよび埋設用カバーはオプション品になります。



SHOW ROOM

ゲートリフトⅢ GPY-32NA/32NAW/27NA



油圧ユニットに樹脂カバーを採用、
下限から60mmで作動するメカニカル
ロックで安全性能もさらに向上!

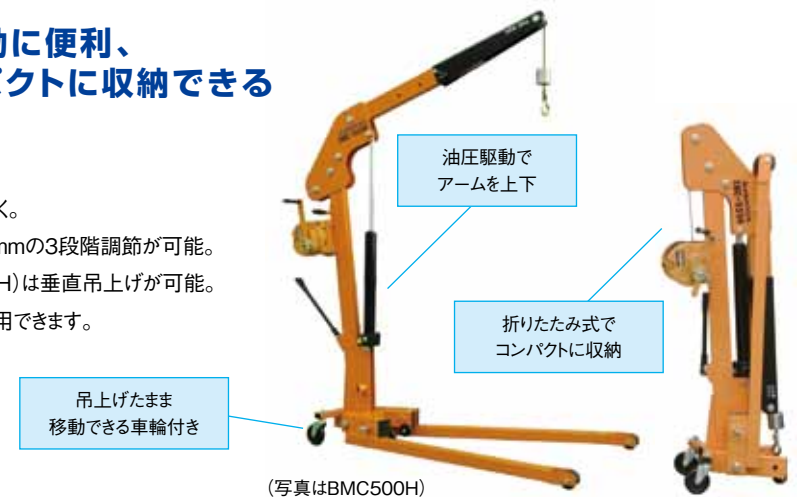
- ドアが大きく開く32NA、洗車対応の32NAW、幅短仕様の27NAの3タイプ。
- 余裕の3.2t(32NA、32NAW)、2.7t(27NA)に能力アップ。
- 電力30%削減のECO仕様(32NA、32NAW)(電力従来機比)
- ラック&ツメ方式のメカニカルロック、自動アーム振れ止め装置の二重安全機構を採用。
- 油圧ユニット、操作レバー部に樹脂カバーを採用。

型 式	GPY-32NA	GPY32NAW	GPY-27NA
対 象 車 種	軽~普通自動車、小型トラック(ロングボディを除く)		
能力 kg/揚程 mm	3,200/1,800		2,700/1,700
駆 動 方 式	電動油圧・油圧同調		
電 源 ・ モ ー タ ー	三相 AC200V 1.5kW 50/60Hz		

マルチクレーン BMC500/1000 500H/1000H

重量物の吊上げ移動に便利、
手軽に使えてコンパクトに収納できる
多機能クレーン。

- アームの上下は油圧駆動でらくらく。
- アーム長は1230/1380/1530mmの3段階調節が可能。
- 巻上げウインチ付(500H/1000H)は垂直吊上げが可能。
HVのバッテリー着脱作業にも活用できます。



(写真はBMC500H)

SHOW ROOM

ディーゼルインジェクター洗浄システム IRS-DI/DI-CL

ディーゼル車の予防整備、燃費向上、部品代軽減に！
インジェクターの「先端」「内部」の汚れ・詰まりを強力洗浄！

- 燃料の不完全燃焼によるトラブルを防止
- 専用洗浄液と超音波洗浄により頑固な汚れを徹底洗浄
- 電子制御インジェクター、機械式インジェクターに対応

型式:IRS-DI <室内設置>

超音波洗浄機、洗浄セル、洗浄チャンバー(6個)
超音波洗浄液、内部洗浄機、3筒追加ヒーター
ドライバー(駆動回路)、内部洗浄レール
内部洗浄液、インジェクターセレクター、付属品一式
(設置費用、導入取扱説明込み)

型式:IRS-DI-CL <工場内設置>

IRS-DIにグリーンベンチがセットのモデル



エア式オイル吸引機 LY-90A

オイルレベルゲージ、ドレンの上下兼用。
吸引、排出もエアで簡単。

- 手軽なエア駆動で吸引、排出がらくらく、上下兼用で
抜き取り可能なエア式オイルドレンです。

型式	LY-90A
動力	エア式
重量 kg	30
寸法 mm	H600xD600xH1400(受皿最大1850)
タンク容量	上(チェンジャー部9L) 下(廃油タンク80L)



SHOW ROOM

バッテリー急速充電機 BQC-700MF

メンテナンスフリーバッテリーにも対応!

- 自動充電モードを搭載
充電時の電流、電圧を制御し、ガスの発生を最小限に抑え、MFバッテリーの充電に対応
- エンジン始動補助(100Aのスターター電流を補助)
- 過電流保護(一次側が過電流になった場合、充電機を保護)
- ファンチップマイコンを搭載
・電圧自動切換・短絡保護・逆接続検知・接続外れ警報

型式	BQC-700MF
対象バッテリー	DC6V、12V、18V、24V (自動モードはDC12Vのみ)
自動充電モード	4段階選択(最大3A、6A、12A、24A)
電源	AC100V 50/60Hz 1.4kVA
外形	430W×358D×795H mm



デジタルチェッカー AMC-75A/C/E

目視からデジタルへ、各種オイルを簡単診断!

- エンジンオイル、ATF、CVTFに専用の3機種をラインナップ。
- 抜き取り、診断が一台で簡単に行えます。
- 診断結果はLEDランプで分かりやすく表示。
- 抜き取ったオイルの状態を、新油とひと目で比較できます。



型式	AMC-75A/C/E
チェッカー	バキュームポンプ式
診断方法	光透過型
表示方法	LEDランプ
電源	単4形×2本 3V
寸法	45W×35D×215H mm

9月16日から5日間、ドイツ・フランクフルトで開催された世界最大級の自動車整備機器の見本市「アウトメカニカ2014」に、バンザイは視察団を派遣し、世界の最新機器の情報を実地に見学し、今後の商品開発に生かすため情報収集を行いました。

フランクフルト国際展示場(メッセ)の会場には71カ国から約4,600社が出展、会期中約14万人の来場者を集めました。バンザイの視察団は藤下社長をはじめとする13名で、機械工具関連の8~11ホールを中心に見学を行いました。



藤下社長はじめ13名の視察団



メッセフランクフルトのシンボル、メッセタワー

車検機器

ブレーキ、スピードテスター関連ではローラーの素材に多彩なバリエーションが見られました。また可搬式の移動可能な検査ラインも出展されていました。ドイツでは2015年からヘッドライト測定の測定方法が変更されるため、新型のテスターが多数出展されており、とくにマトリクスLEDの測定に対応する新商品が注目を集めていました。



移動式の検査ライン



LED対応ヘッドライトテスター



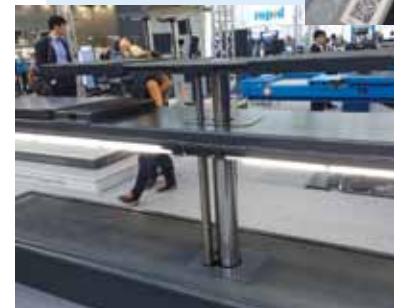
コンピューターを使った検査ラインのディスプレイ

リフト

リフト関連では従来に比べてシリンダータイプの出展が目立っており、タンデムタイプの親子シリンダーのリフトや、角型のシリンダーを斜めに配置して強度をアップしたものなどが見受けられました。



角型タイプのシリンダー式リフト



2段階シリンダーのドライブオン・フリーホイールリフト

洗車機

屋外のコーナーではハンディータイプの機種、門型洗車機、連洗など各種の洗車機器を展示。カラーリングの派手なものが目立ち、アクリルボードの中から洗車の様子が見えるように展示にも工夫されていました。

派手なディスプレイの大型車用門型洗車機



はるかにメッセタワーが見える屋外展示場、連洗も出展



アクリルのボックスなど展示方法にも工夫が凝らされている

足回り機器

タイヤチェンジャー、バルancerをはじめとする足回り機器の出品は特に多彩で、ゲオダイナの電動リフト付きバルancer GEO-7850Pなどは日本市場でもニーズが大きいのではと期待されます。

またホイールアライメントテスターでは非接触式のものが出展のトレンドとなっており、試作段階のものも含め、多数展示されていました。

タイヤ関連ではタイヤ溝測定器も何種類か展示されており、新たな需要喚起のための診断機器として注目されます。



電動リフターを装備したゲオダイナ 7850P



バイパスの「タッチレス」非接触アライメントテスター



ヨサムの大型車アライメントシステムトラックCAM



通過式のタイヤ溝測定器

BP関連

車体修正機、プースなどBP関連機器も多数展示されており、車体修正機ではセレットがMZジグなどのほかX-Tracをニューモデルとして出品していました。またナジャのような車体計測器も各種出品され、精密な測定、修復へのニーズが高いことがうかがえました。



セレットの新型修正機 X-Trac

MSC経営戦略会議 第10回後継者を担う会を開催

MSC経営戦略会議の次世代経営者たちで組織される「後継者を担う会」も10回を重ね、今回は9月6日、京都府舞鶴市と福知山市で開催されました。

今回、研修会場となったのは福知山市に本社を置くMSC会員企業、大嶋カーサービスで、新装オープンされた舞鶴店から、さらに福知山の本社に会場を移して研修を行いました。

会場となった舞鶴店はこのたび移転オープンされたばかり。まず店舗2階のコミュニティスペースで、同社の大嶋明氏から店舗の企画、コンセプトなどについて説明を受けました。同店では福知山本社と同様、地域一番店としての経営戦略を具体化するうえで、販売、サービス両面で顧客満足の向上が重要とされ、新店舗もこのような戦略に沿った設備、デザインが採用されています。また大嶋明氏は、各地で災害が相次ぐ中、経営におけるリスクマネジメントの重要性についても強調されました。

会員企業の中からも、過疎化が進む時代にこそ地域一番店としての経営戦略が必要との意見が多く聞かれ、京都府北部地域で大きく躍進している同社の戦略に共感が寄せられていました。

福知山本社の見学では、自動車販売、整備のみならず、車買い取り、特殊サービスやドコモショップまで、同社の幅広い経営戦略に触れました。また同社の取締役、大嶋忠志氏からは同社の成り立ち、経営者の心構えなどについて話され、参加者たちから大きな関心が寄せられていました。



代表取締役 専務執行役員
大嶋明氏が概要を説明



来店のしやすさ、環境対応にも配慮された新店舗



2階のコミュニティ
スペースが研修会場に



舞鶴店のシンボル、風力発電の風車



全面的に見える化されたサービス工場



コーナーごとにイメージを変えたデザインに



MSCの原点ともいえる車検整備ラインについて語る大嶋忠志氏(福知山、本社)



取締役、大嶋忠志氏を交えて同社の経営戦略を学ぶ(福知山、本社)

BANZAI GUIDE

名古屋支店が移転しました

バンザイ名古屋支店は9月24日より、従来の中区大須から千種区の新店舗に移転しました。新店舗は若宮大通、国道153号からも便利で、また地下鉄吹上駅からも至近でございます。なにとぞ倍旧のお引き立てを賜りますようお願い申し上げます。



新店舗住所

〒464-0852
愛知県名古屋市千種区青柳町6丁目26番地
電話:052-732-2600
FAX:052-732-2618

編集後記



少し前まではとても暑い日が続いていましたが、気が付けば涼しくなり過ごし易い「秋」となりました。しかし、10月には2週連続で台風(18号・19号)が上陸した為、各地域で土砂崩れ・浸水等の被害が多く発生しました。

つつい防災に関して意識が薄くなってしまいましたが、日頃から防災意識を持ち、しっかりとした準備を行い、いざという時の為に備えたいものです。皆様もいざという時の為に、家族と避難場所の話をして、防災グッズ等の準備をしましょう。

<福田>