

# 第35回 オートサービスショー2017

## 多様に変化するカーライフに向けて 未来のサービスシーンを、バンザイブースから!

### 新しいビジネスモデル、 最新機器をプレゼンテーション!

平成 29年 **6/1**[木]~**6/3**[土]

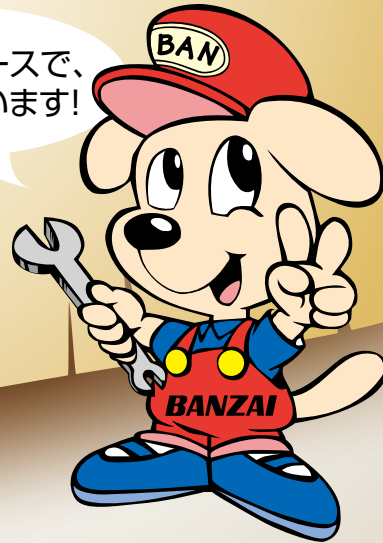
会 場：東京国際展示場「ビッグサイト」

バンザイブース：東4ホール・屋外展示場



人と車の未来に向けて  
～次世代の整備と環境を創る～

バンザイブースで、  
お待ちしております!



**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:teigy@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  
大阪府長田東3-3-11  
TEL 06-6744-1041  
E-mail:osaka\_br@banzai.co.jp

海外販売部  
東京都港区芝浦4-16-23  
AQUACITY芝浦8 F  
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

●出張所 帯広・函館・富山・松山・岡山  
山口・山陰・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)

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  
東京都港区芝浦4-16-23 AQUACITY芝浦8 F  
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

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  
自動車整備関係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。

# BANZAI NEWS

2017  
Spring  
302

## 特集

BANZAI NEWS

### 時流を読む。

～次世代イノベーション! 問題解決思考のススメ～

### サービスを売る、マーケティングの発想による カーライフサポートのイノベーション戦略





千鳥ヶ淵の桜 東京都千代田区

東京のお花見の人気スポット、皇居の千鳥ヶ淵。お堀の兩岸を埋め尽くすような満開の桜は、うららかな春の光を浴びて薄桃色の花影を水面に映しています。お堀に浮かぶボートから眺める桜もここならではの楽しみ。都心にいることを忘れてしまうような春の一日です。

★歳時記

- 4月18日 発明の日
- 29日 昭和の日
- 5月 3日 憲法記念日
- 4日 みどりの日
- 5日 こどもの日・立夏
- 6月 5日 環境の日
- 10日 時の記念日
- 21日 夏至



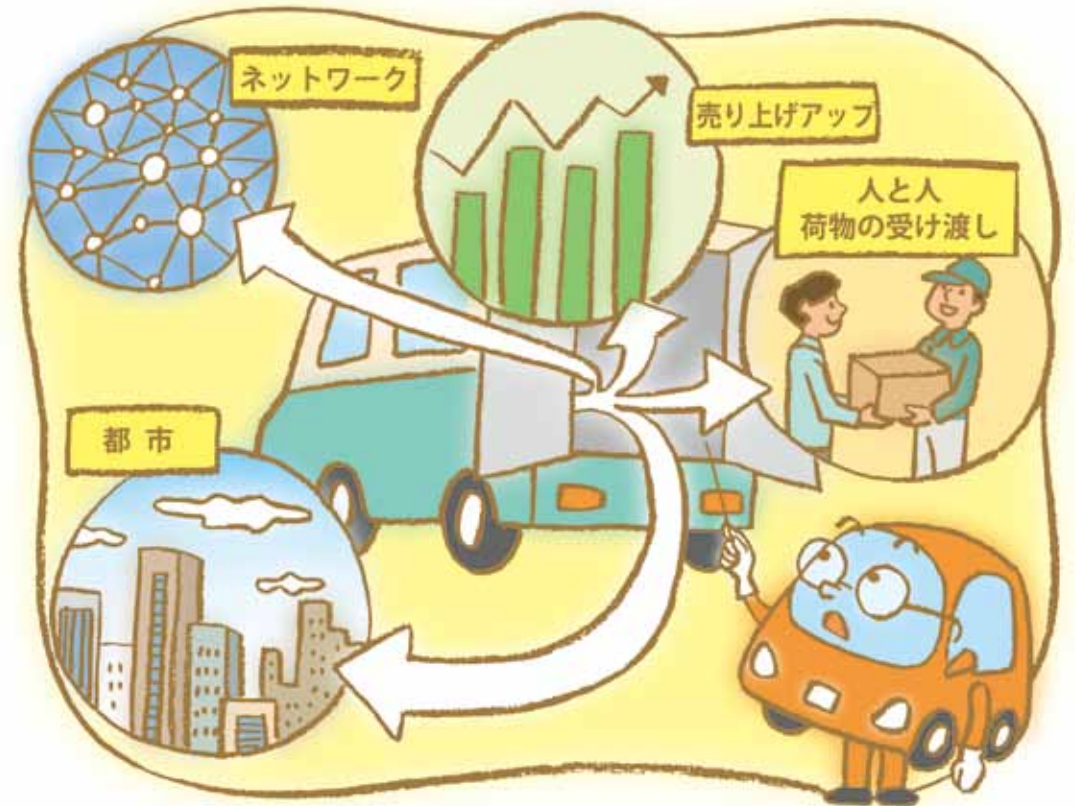
●目次

- ★特集 時流を読む。…………… ①  
～次世代イノベーション! 問題解決思考のススメ～  
サービスを売る、マーケティングの発想による  
カーライフサポートのイノベーション戦略
- ★モデルショップ訪問【株式会社カーサービス山形 カーサドルチェ天童店】… ⑥  
「女性に優しいお店」をコンセプトに  
新感覚の販売・サービス拠点を完成
- ★モデルショップ訪問【島根日野自動車株式会社 石見支店】… ⑧  
小型～大型トラックのサービスに  
作業の安全と効率性を追求した新工場を完成
- ★モデルショップ訪問【トヨタL&F近畿株式会社 南港支店】… ⑩  
小型～大型フォークリフトに対応  
作業環境と効率の向上に独自の設備を導入
- ★ショールーム…………… ⑫
- ★ロータリー…………… ⑬
- ★BANZAIガイド…………… ⑭

## 特集 BANZAI NEWS

### 時流を読む。

～次世代イノベーション! 問題解決思考のススメ～  
サービスを売る、マーケティングの発想による  
カーライフサポートのイノベーション戦略



先頃、私たちの便利な暮らしを支えている宅配便ビジネスが、急激な需要の増加に追いつかず、サービスの見直しを迫られているというニュースが大々的に報じられていました。迅速に、かつ低価格で、全国どこにでも荷物が配達できる、便利な宅配便は私たちの生活にも社会経済にも、いまや不可欠のインフラとして定着しています。こうした変化の背景には、やはり人手不足やそれにつながる社会構造の変化があるようです。

## 社会変化がビジネスモデルに変革を迫る

冒頭にあげた現在の小口宅配便のビジネスモデルは、これまで本特集においてもビジネスのイノベーション事例としてたびたびご紹介してきました。このビジネスが急速に成長した背景には、経済の成長にともなって生活の豊かさを追求する生活者のニーズがあったわけですが、1976年にスタートして以来、約40年の間に急速に需要を拡大し、現在では年間37億4400万個という市場規模にまで拡大してきました。とくに近年、急速な需要拡大につながったのはeコマース、つまりインターネットショッピングなどの通信販売の普及、拡大が大きく影響しているのだそうです。いまでは食料品や日用品まで、ネットの方が便利で手軽だからというヘビーユーザーも多いそうです。こうした新しい消費形態はすべて宅配ビジネスによって成り立っているといっても過言ではありません。ご承知の通り、こうした輸送ビジネスのモデルはアメリカで生まれた「ハブ・アンド・スポーク」と呼ばれる輸送ビジネスのスキームを原型として、徹底的にシステムの合理化を図り、さらにユーザーへの

利便性を追求してサービスをブラッシュアップしてきたものです。しかし、こうしたシステム化によっても、手から手へという配達の基本がある限り、最終的にモノを顧客に届けるのは人の手です。宅配便ビジネスも近年のドライバー不足、人手不足とその背景にある時代変化の影響は避けられません。いつでもどこでも、安く手軽にモノが購入できて、スピーディに手元に届く、そんな便利なショッピングの形態も、やはり「人」の手に支えられて成り立っているということなのです。加えて、単身生活者の増加などによる再配達の手間、コスト増などの問題に対応するため、以前、本特集でもご紹介した不在時の配達を防ぐ会員登録や、マンションなどの宅配ロッカー、さらにコンビニなど受け取り窓口の拡大、あるいは「急がない宅配」など、さまざまな工夫により配達ロスの減少を図っていますが、根本的な解決には至っていません。将来的にはこうした問題への解決策としてトラックなどの物流への自動運転技術の導入が期待されていますが、これもまだしばらく先のことになりそうです。

## サービスにもマーケティングの発想を

さて、新しいビジネスモデルが新たなニーズの創造につながるというのは、イノベーションの一例といえますが、そこにはマーケティングの発想が不可欠です。まずユーザーのニーズは何か、ということです。ニーズの変化は「モノからコトへ」、とよく言われますが、多くの商品の場合はモノそのものが価値ではなくて、モノがもたらしてくれる利便性が価値なのです。無形の価値、すなわちベネ

フィットです。

クルマを購入するのは仕事で荷物を運ぶためだったり、お子様を幼稚園に送るため、あるいは休日にドライブを楽しむためだったり、さまざまです。あるいはこれら多用途に使えるマルチユースなクルマとして購入されたりする場合もあるでしょう。また高級車の場合なら、見栄で購入されることもあるかもしれません。いずれにしても、目的地に安全、迅速に着くことだけが目的であるとは限りません。

こうした様々な欲求を持つユーザーに対して、基本的な性能を満たす「安全」を担保するだけのサービスでは最低限の満足を満たすだけだということです。カーオーナーの価値観に対応してカーライフを取り囲むように、トータルなサポートが求められるわけです。

そこで、これまでのビジネスを見直すことがマーケティングでいう5W1Hですね。ちょっと復習してみましょう。

Who「誰に?ターゲット、顧客」

Why「なぜ?購買の目的、動機」

When「いつ?販売する時間、時期、期間」

Where「どこで?販売、提供する場所、場面」

What「何を?商品メニュー、サービス、価値」

How「どうやって?販売の方法、戦略」

つまり「何を?」「いつ?」「どこで?」「誰に?」「どうやって?」売るのが、それを見直すことがビジネスのイノベーションにつながります。

## 情報の発信で新たなニーズを創造

ホテルとしての機能を宿泊だけに切り詰めたのはビジネスホテルという業態ですが、本来のホテル

の機能としては滞在することに関わる様々な機能、食事や会議、そして宴会、さらに美容室やランドリー、プールやジムなども備えたホテルもあります。リゾートホテルでは宿泊することに加えて、スポーツなどさまざまな楽しみが付加価値となります。つまりモノとコトがベネフィットになるわけです。

これからの季節に人気なのが、今ブームといわれるキャンピングです。夏のレジャーと思われがちなのこの「商品」を、オフシーズンと思われがちなの真冬に提案して成功しているのが群馬県のあるキャンプ・リゾートです。ここでは自然とふれあうキャンプの楽しさを、さまざまな遊びとして提案し、多くのファンがリピーター顧客として定着しています。特に本格的なログハウスなどのコテージは人気で、春から秋までのハイシーズンには早くから予約で満杯という盛況ですが、やはり冬場は閑散期となります。

そこでこのキャンプ場では、冬のキャンプのさまざまな楽しみ方を情報発信することによりオフシーズンの利用を提案しました。例えばコテージに備



え付けの薪ストーブで暖をとってくつろぐ楽しみ、屋外での焚火の楽しさ、火で料理を作ることや、スノーシューなど雪の中での遊びなど様々な楽しみ方を冬のキャンプの魅力として提案、発信してきました。

そうすると、火を焚くことひとつにしても最初は難しいですから、指導者が教えながらやるのですが、最初は悪戦苦闘していた人でもこれが結構病み付きになるのだそうです。

今では夏の利用客にも新しい「楽しさ」の発見として受け入れられて、現在では厳寒の積雪期にも多くのリピーターで予約が埋まっているのだそうです。いわば夏の商品を冬にも売る、販売チャンスの拡大ですね。情報を発信することで新たなニーズが生まれたということです。

同様に販売するシーズンを広げてヒットした商品もあります。昔なら季節外れと言われそうですが、コンビニの「おでん」です。本来の季節商品としては冬なのでしょうが、これを秋にも、さらに夏へと、季節を前倒していき、いまでは通年の



売上拡大にも貢献、ついでに購入される率の高い「ついで商品」としても重要な戦略商品となっています。

### 情報発信と提案の仕組みづくり

自動車サービスでいえば、クルマを預けて代車で帰る従来の車検に加えて、待っている間に終わる車検を商品化すること、これも新しい商品提案ですね。売るものを増やす、マーケティングの基本です。

先ほどの5Wの中で、「何を売るか?」は「売るもの」、すなわち商品化がテーマです。サービスで行っていた洗車を有料化できないか?あるいはアライメント診断を商品化できないか、美装整備を商品化したい、などです。

「どこで売るか?」は売る場所を増やす、あるいは売る場面を変えてみるなどです。タイヤ交換と同時にアライメント診断を提案してみるなどです。

そしてもうひとつの「いつ売るか?」は営業時間の延長や、販売機会の拡大ですね。土日集中しがちな来店を平日に来店しやすくする。季節によって集中しがちなエアコンサービスなどのサービスを、時期を早めて春先から提案することも作業の平準化につながるのではないのでしょうか。情報を発信することで、それにつながる商品やサービスが売れることになります。スーパーなどで料理のレシピを紹介することで材料が売れる、というのも同様です。どのように料理すればおいしいですよ、という情報発信が購入の決め手になっているのです。

### ネット時代にこそ求められる コミュニケーション

さて、昨年のJAFの発表によると2015年度1年間のJAF救援車の出動の中で、タイヤパンクによる救援が過去最多の36万件に上ったということが報告されていました。車の性能は大幅に向上し、タイヤそのものもスチールベルトの入ったラジアルが主流となって、簡単にはパンクしにくくなりました。一方、道路の整備も進んで以前のように釘が落ちているなどということも少なくなりましたから、パンクは以前よりも少なくなっているように思っていましたので、このデータは意外ですね。事実、タイヤのトラブルは高速道路、一般道を含めて、バッテリー上がりに次いで多い、全トラブル中の第2位を占めているのです。

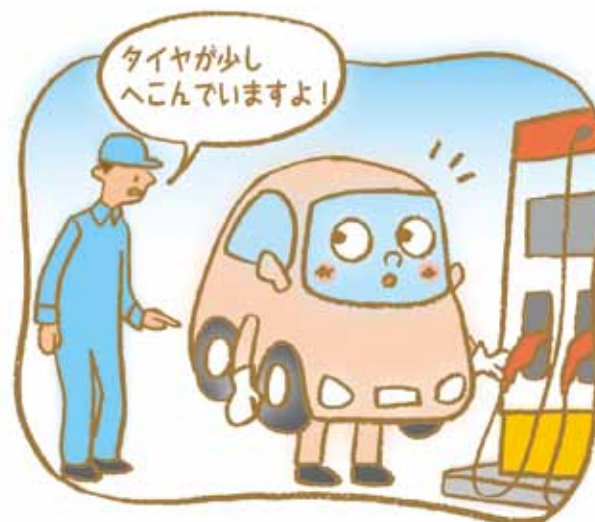
10年前の2005年と比較してみると、全体の救援件数は約299万件から233万件へと減っていますから、これはやはりクルマの性能向上と点検整備の普及による成果といえるでしょう。ところがパンクによる救援件数の割合は10年前の約10%から15%へと逆に増加しているということなのです。

この原因にはやはりタイヤ点検がおろそかになっていることが上げられます。JAFの分析ではこうした傾向は、全国的にセルフ給油式のガソリンスタンドが増加していることが背景にあると指摘しています。

以前では給油している間にガソリンスタンドのスタッフが「タイヤがちょっとへこんでいますね、空気圧を見ておきましょう」と、サービスでチェックし

てくれたものですが、昨今では自分で給油して、給油が終わればさっさとスタートしていくというパターンですから、「タイヤの空気圧なんて自分で調べたことないな」という人がほとんどでしょう。万一パンクしてもジャッキの収納場所すら知らないという人も多いのではないのでしょうか。

ガソリン給油ばかりではなく、あらゆる場面で人と人の対話によるコミュニケーションが少なくなっているのではないのでしょうか。これはある意味ネット社会の弊害といえるかもしれません。サービスショップでもやはり基本はお客様との対話です。点検整備の重要性を日頃から情報発信したり、一つひとつの部品の機能や摩耗、故障したときの不具合の出方などを説明することが大切です。こうしたお客様へのメッセージ、コミュニケーションの促進を図ることが在庫促進につながりますし、それがひいては故障の防止、安全ドライブにつながります。点検実施率のアップでお客様の故障ゼロ、それがカーライフサポーターとしてのサービスショップの誇りにもつながるのではないのでしょうか。



# 「女性に優しいお店」をコンセプトに 新感覚の販売・サービス拠点を完成

山形県内に新車・中古車販売・サービスの店舗として6拠点を展開する(株)カーサービス山形では、このたび天童店を移転新築し、「女性目線の店づくり」を最大限に採り入れ、「来店しやすさ」と「居心地のよさ」をコンセプトとした新感覚の店舗「カーサ・ドルチェ天童店」としてオープンしました。



国道13号線(右)に面した「カーサ・ドルチェ天童店」



店舗ネーミングは「カーサ(家)」と音楽用語の「ドルチェ(優しい)」から 店舗右側にはスバルショップ天童店の看板を掲げる



代表取締役社長  
小川 大輔 氏



店長  
鈴木 国人 氏

## 女性主導のカーライフ時代を先取り

カーサービス山形では現在、販売・サービスの拠点として山形市内3店舗、天童市、酒田市に各1店舗の計6店舗を展開しています。今回の新店舗は、将来的な県内市場の変化に対応するため。各地方都市において人口減少が進展するなかで「天童、東根の2市については10年後も現状維持もしくは微増傾向との予測に基づいています」と、天童店店長の鈴木国人氏。新店舗は今後の新市場として期待される、二つの市を縦貫する国道13号線に面した最高の立地となっています。「クルマ選びにおいてもますます女性の決定権が大きくなっています」と代表取締役社長、小川大輔氏。店舗の計画に当たっては「女性の目線を最大限に重視しました」とのことです。そのため現役女性社員と、退職されている元女性社員によるプロジェクトチームを立ち上げ、約1年半にわたって店舗デザインから備品、調度品までの企画検討を行ったとのこと。

店舗奥に続くサービスショップ



店舗左側の2ストールには  
門型リフト「ゲートリフトⅢ」を導入



右側の3ストールにはフラットタイプの埋設リフトを導入

## 明るく快適、先進のサービス環境

国道に面した約1000坪の敷地に建てられた新店舗はグレーと木目の色調を採り入れたシックなたたずまい。店舗に入ると吹き抜けのショールーム・商談コーナーの奥にサービス待合いコーナーをレイアウトしています。サービス工場は5ストールに検査ラインを併設、3方向に電動シャッターの入り口を設けて入出庫を容易にすると同時に、明るく屋内での快適な作業環境を実現しました。主な設備はタンデムリフト、Zイーグルリフト、イーグルNXリフトを各1基、ゲートリフトⅢを2基導入、また検査ラインにはトリプルテスター、固定式フリーローラー、ワークステージXを導入されています。各種リフトの導入により多様な車種、整備に対応するほか、とくに増加するHV、EVへの対応として門型リフトの活用が期待されています。



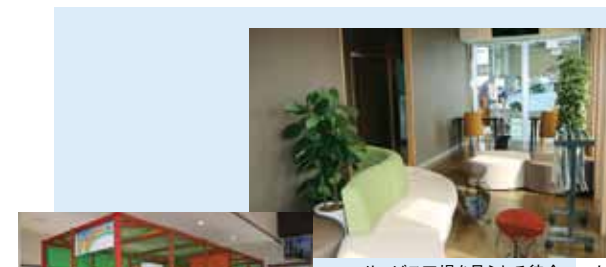
洗練されたインテリアの  
店舗入口とフロント



商談コーナーには手荷物入れ、  
ひざ掛けなど女性目線の備品も



吹き抜けとして広々とした空間に



サービス工場を見られる待合コーナー



安全にも配慮した  
キッズコーナー



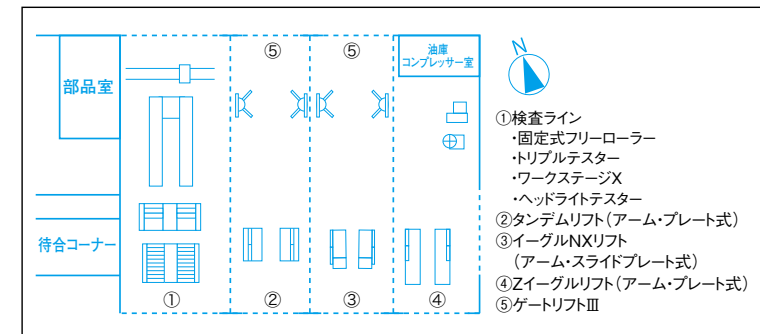
通り抜け可能な検査ライン



照明と採光、作業性に配慮したサービス環境に

## 「人づくり」で差別化の実現へ

同店でとくに顧客層の中心として意識したのは「20～40代の女性」であり、子育て世代のお客様も多いため、商談コーナーにはお子様も飽きずに過ごせるような大きなキッズコーナーも併設、またトイレ、パウダールームなどのアメニティ設備も充実しています。一方、お客様への対応面でも女性社員を活用。同社独自の立会い車検「にこっと車検」など、お客様への受付業務は女性スタッフが主体に担当し、点検内容の説明、整備項目の提案など、サービスメカニックと連携して納車までの対応を行います。「これからの自動車サービスで、本当の意味で差別化ができるのは『人間力』しかありません」と小川社長。お客様の「応対」「接遇」に当たるスタッフの資質が重要になるとして、リーダー、全社員を対象にした各種の研修にも力を入れているとのこと。



# 小型～大型トラックのサービスに 作業の安全と効率性を追求した新工場を完成

島根、鳥取の2県を販売・サービスエリアとする島根日野自動車(株)では、このたび島根県西部の浜田、益田の二拠点統合して新たに石見支店を開設。小型～大型トラックの点検、車検整備はもとより板金、塗装まで大型車のトータルサービスに対応し、島根県西部全域をカバーする新拠点としてオープンしました。



物流団地に建設された石見支店・サービス工場



石見支店 支店長  
吉岡 修氏



石見支店 工場長  
三好 正憲氏



工場入口のキャノピー。約2,000坪の敷地でトレーラーの入庫も容易に

## 安全性を追求したサービス環境づくり

今回の新店舗の計画は従来の浜田、益田の二拠点を集約化し、拠点効率の向上を図るとともに、サービス工場の設備を最新の機器へと一新することが目的とされています。新たに完成した石見支店は浜田市内の物流団地に建設され、敷地面積は約2,000坪。国道9号線と浜田自動車道の浜田ICにも至近の立地となっています。「新工場で何より優先したのは安全な作業環境の実現です」と支店長の吉岡修氏。拠点の統合により広島、山口の県境まで広域なエリアをカバーするため、入庫台数の増加に対応する規模とともに、作業者の安全に配慮した環境を実現することが大きなテーマとされていました。そのため各種の省力化、効率化機器、環境設備を全面的に導入し、作業性の大幅な向上とともに快適な作業環境を実現されています。



すべてのストールにリフトなど省力化設備を導入



明るく作業性の良いサービス空間を実現



キャタピラツインIIが2基、フラットキット付で安全、効率的な作業を実現



## 最新機器の導入により大幅な改善を実現

新サービス工場はサービスストール5ストールと検査ライン、さらに板金、塗装、洗車に各1ストールがあてられています。リフト関係では大型トラック用にキャタピラツインIIを2基、フロアーリフトを1基、1柱リフト「プラトン10」を1基、さらに増加している2トントラックの整備に対応するため、中・小型車ストールには前後にキャタピラツインIIミニを2基設備しています。またオイルの集中給油システム、廃油のドレインキャビネットなどの周辺設備も充実。また板金ストールにはホイストクレーンを2基導入、これによりボデーの載せ替えなど様々なニーズに対応するサービス体制を実現されています。これらの最新設備により作業効率も大幅に向上、「大型車のリフトアップも非常に容易になりました」と工場長の三好正憲氏、通常の点検整備作業では以前のほぼ半分の時間で出来るようになったとのこと。



検査ラインにはネットワークシステムを導入



板金ストールは天井走行クレーンを2基設備し、コンテナ等の載せ替えも容易に



洗車場には「プラトン10」、下部洗浄機、洗車ホースの架台を設備



建屋一体型の塗装ブースで下回り塗装の乾燥時間も大幅に短縮

幅広い作業に対応する12m長のフロアーリフト



10トン能力の1柱リフト「プラトン10」

小・中型車ストールにはキャタピラツインIIミニを2基設備、通り抜けとしている

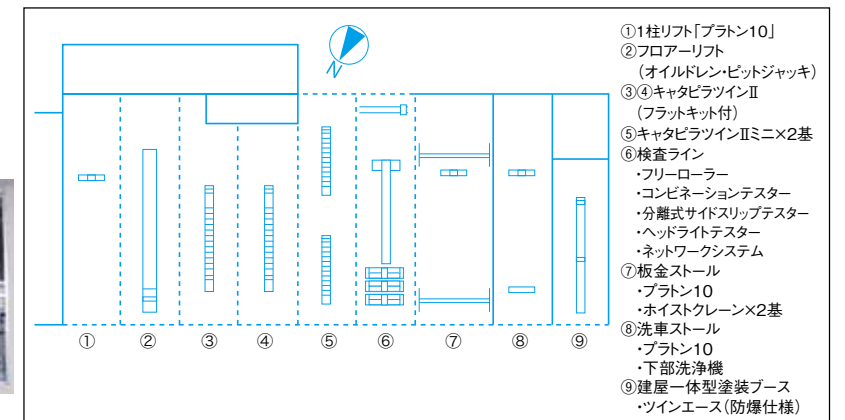


工場が見渡せるお客様休憩室

## 社員全員の取り組みで顧客満足を追求

またサービス工場のもう一つのポイントはお客様休憩室からサービス工場をガラス張りにしたことです。「工場全体が一目瞭然、整備作業の様子を見られることがお客様への安心感につながっています」と吉岡支店長。「見られている意識で工場の美化とメカニックの身だしなみにもつながっています」とのこと。

また作業完了ごとのストールの清掃や、支店長以下全員で行う清掃活動など、作業環境の向上も推進されるなど、こうした取り組みが社員全体の高いモチベーションにつながっているようです。オープン以来の実績も「確実に入庫台数の増加として現われています」とのこと。とくにサービスエリアが広域なため、「顧客の取りこぼしのないよう、巡回点検等きめ細かいフォローを実践しています」(同)とのこと。



# 小型～大型フォークリフトに対応 作業環境と効率の向上に独自の設備を導入

大阪、京都、滋賀の3府県に16拠点物流システム(ロジスティクス)とフォークリフトの販売・サービス網を展開するトヨタL&F近畿(株)では、このたび大阪市住之江区の南港支店を移転・新築し、拡大するニーズに対応する規模と、さらに小型から大型車までの各種フォークリフトの整備を可能とする最新機器を導入したサービス体制を実現しました。



物流ターミナルと「ポートタウン」の隣接する南港に立地



エントランスではL&Fの沿革を紹介



フォークリフトのサービス工場として最新鋭の拠点に

**安全性と効率化を最優先した作業環境に**  
大阪港の南港エリアに新設された新南港支店は敷地約1,000坪に店舗とメンテナンスセンターを併設、手狭になっていた旧拠点に比べて3倍以上の規模と、最新のサービス環境を実現しました。

今回の計画にあたっては「第一に作業者の安全を最優先した環境を実現することが課題でした」とメンテナンス部部長の和田芳松氏。点検整備の効率化につながる整備機器の導入により、安全で快適な作業環境にも最大限に配慮されています。

またもう一点は「大型の機台(車両)にも対応できるメンテナンス体制を実現すること」(同)が目的です。地域的に港湾でのコンテナを扱う大型フォークリフトの整備ニーズが高く、新工場では大型専用の整備ストールを完備。フォークリフトのメンテナンスセンターとして最新鋭のサービス体制と環境を実現しています。



小型車のストール、8トン能力のバスカルリフトが4基



フォークリフト用バスカルで安全と効率化を実現



代表取締役社長  
梶原 常義氏



第3部 営業部長  
田中 豊二氏



支店長  
伊奈 良二氏



南港メンテナンスセンター  
マネージャー  
塩崎 勝氏



物流システム部  
メンテナンスグループ マネージャー  
岩永 安史氏

## ■大阪市住之江区

### 独自の工夫、アイデアを随所に活かす

新メンテナンスセンターは小型・中型フォークリフトの4ストールに大型専用ストールが1ストール、さらに洗車、加工、テストストールが各1ストールとなっています。

小型・中型ストールおよび洗車ストールには能力8トンの「フォークリフト用バスカル」リフト計5基を導入、フラットキットにより上昇時もフラットな床面で作業でき、安全性、効率性ともに向上しています。また大型専用ストールには作業に応じて高さを調節できるフロアーリフトを導入、能力20トンのピットテーブルを装備し、軽整備から重整備まであらゆる作業に対応可能となっています。

また設備面の充実もさることながら、「第一に人と物に怪我・故障がないこと、第二に使い易いこと、第三に美観にもこだわりました」とマネージャーの塩崎勝氏。エア配管はすべて床面から供給、エアチャックの収納ボックスの開閉にも細かい工夫がなされているなど、機器の改造も細部にわたって行われているとのこと。



洗車場にはバスカルリフト、ホース架台を設備



コンビネーションテスターとテスト用ウエイト



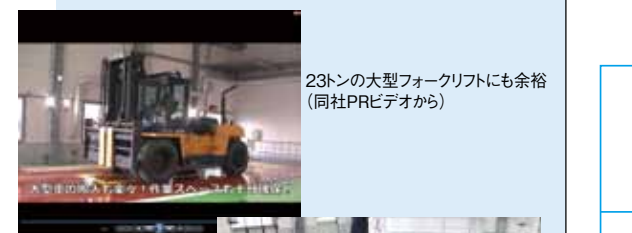
柱、架台がないためエアチャックは床面に設置

作業台も独自のオリジナル仕様

(左)大型専用ストール、走行クレーンのため柱と架台のない広い空間を実現



L&F初のピットフロアーリフトを導入(全長8m)



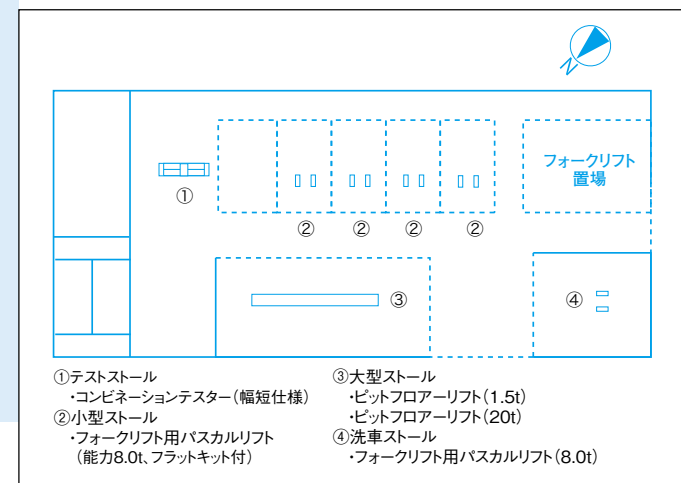
23トンの大型フォークリフトにも余裕(同社PRビデオから)



20トンピットテーブルを装備、重整備にも対応

### 正確な整備でお客様からの信頼を追求

フォークリフトのメンテナンスにおいては道交法に基づく小型特殊、大型特殊としての点検整備のほか、安全衛生法による月次点検、年次点検が大きなウエイトを占めています。これらのメンテナンスをきめ細かく提案、実施し、それにより「お客様の機台『可動率』100%提供が目的です」と塩崎マネージャー。同支店で最も注力されている予防整備により不具合を未然に防止し、フォークリフトの安全を常に保てるのがお客様からの信頼につながるということです。新センターの完成にとまない、「L&F 販社でこれだけの設備はトップクラス」と自負される和田部長。安全性、効率性の両面で、新設備による大きな効果に期待されています。




# SHOW ROOM

## [画像管理システム] イメージセーブ IMG-BZ


写真管理で苦労されていませんか？

「イメージセーブ」は、スマートフォン／タブレットのカメラ機能を使用して、車両ナンバーと紐付けて一発管理！ファイル名を付ける必要がありません！

スマートフォン／タブレットで特定箇所の撮影



IPカメラで固定撮影(車両の前後など)



**■特徴1 スマートフォン／タブレットで撮影**

車検証のQRコードをかざして車両ナンバーを読み込み

カメラ機能で撮影して、車両ナンバーで管理

撮影日時もバッチリ表示!




[注記] QRアプリは、iPhone、iPad (iOS8.3以降)でのみ動作します。


**■特徴2 IPカメラで撮影**

オプションのIPカメラを車両の前後に設置することで、車両状態の確認ができます。2画面と4画面に対応します。

[2画面]



[4画面]




**特注対応**  
無線IPカメラを使用して、移動式カメラとして活用することもできます。

無線IPカメラ、モバイルバッテリー、スタンド

**■特徴3 印刷**

1ページに6画像の印刷が可能です。

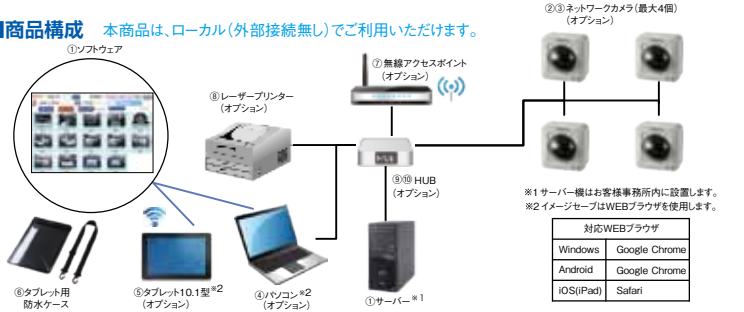


**■特徴4 灯火類の確認もタブレットで!**

IPカメラを車両の前後に設置すれば、車内で1人で灯火類の確認ができます。



**■商品構成** 本商品は、ローカル(外部接続無し)でご利用いただけます。



① ネットワークカメラ(最大4個) (オプション)  
② 無線アクセスポイント (オプション)  
③ レーザープリンター (オプション)  
④ HUB (オプション)  
⑤ サーバー\*1

\*1 サーバー機はお客務事務所内に設置します。  
\*2 イメージセーブはWEBブラウザを使用します。

対応WEBブラウザ	
Windows	Google Chrome
Android	Google Chrome
iOS(iPad)	Safari

⑥ タブレット用防水ケース  
⑦ タブレット10.1型\*2 (オプション)  
⑧ ハンコン\*2 (オプション)  
⑨ サーバー\*1

# SHOW ROOM

## [美装洗車システム] B-PRO 鉄粉除去+ガラスポリマー

### 鉄粉除去とガラスポリマー「撥水・疎水」選べる2タイプ

通常の洗車ではなかなか落とせない、ボディの「くすみ」や「鉄粉」のザラザラをしっかりと除去し、艶・撥水を生み出すガラスポリマーを同時に施工する「ワンランク上の洗車メニュー」をご提案します!

- 洗車有料化施策に!
- 洗車売上アップ施策に!
- 来店促進施策に!



## [スチーム洗浄機] スチームボックスミニ

### ハイブリッド車など、各種センサー類を搭載した電子制御車のエンジンルーム、ホイール洗浄に最適です!

- 140℃のスチームで高い洗浄力と脱脂効果
  - 高温スチームを低圧噴射、飛散が少なく、乾燥が早い
  - 高圧洗浄機に比べて、使用水量が222分の1
- ※1000Lクラス比、吐出量75cc/min時

型式	4540020
最高吐出圧力 (MPa)	0.55
最高吐出温度 (°C)	140
清水タンク容量 (L)	7.2
洗剤タンク容量 (L)	7.2
吐出水量 (cc/min)	55・75・85 3段階切替
ヒーター出力 (kW)	3.6
電源	200V三相 50/60Hz
外形寸法 (mm)	W405×D650×H1025





## 【コンピューター車両計測器】 ナジャ3D NA-3003J-C/NA-3003J-C-UP

### ボディライメントの最先端を行く!! 信頼のブランド「セレット」

コンピューター車両計測器「ナジャ」が2D表示から3D表示となって新登場!  
従来の2D機<sup>※1</sup>のバージョンアップにも対応します。

※1 1000号機以降、計測ユニットが赤の製品が対象となります。

- 表示画面が3Dとなり損傷箇所が分かり易くなりました。
  - インターネット接続により、常に最新のカーデータ及びソフトウェアをダウンロードして使用することができます。<sup>※2</sup>
  - 測定の基準ポイント(4点)を自動で良否判定します。
  - 測定ポイント付近で音や写真で測定ポイントをお知らせします。
  - 車両データが無い場合やドアヒンジ等の外側計測で左右対称比較計測を使用することで、左右での損傷判断やボディ寸法図等と比較する事ができます。
- ※2 インストール日より1年間無償にて“ソフトウェア”および“カーデータ”のダウンロードが可能です。2年目以降は、「ナジャ3D更新データ(NA-3D-UP-DATA)」のご購入によりダウンロードが行えます。

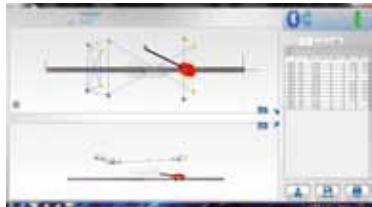
### ★充実した車両データをもとに計測 【ノーマル計測モード】



収録された車両データをもとに損傷度合いを0.01mm単位で計測します(表示は0.1mm)。計測ポイントを写真や音で知らせる機能を搭載しており、計測ポイントをすばやく見つけることができます。サスペンションメンバー等の機構部品の取付の有無に関わらず、計測することができます。

もし、基準ポイントの損傷に気付かずに計測を続けてしまった場合、正しい修正ができません。ナジャは計測の基準となるポイント(4点)に対し、コンピューターが良否を自動判断し、警告・告知機能を備えています。

### ★左右対称比較測定 【シンメトリー計測モード】



左右対称比較計測(シンメトリー)は、基本計測ポイント以外の左右対称ポイントやドアヒンジ等の外側計測に使用します。左右対称比較による良否判断やボディ寸法図との比較が可能です。マウスで任意のポイントをクリックするだけで、ポイント間の距離が表示されますので、距離計算や判断を的確に行うことができます。

#### <オプション>

- ・2柱リフト等のリフトで使用する際はガゼールが必要になります。
- ・セレットベンチ上で使用する際はナジャ用シルクランプが必要になります。

型式	ナジャ3Dシステム NA-3003J-C	ナジャ3D (2D Ver UP対応) NA-3003J-C-UP
計測ヘッド	○	—
計測レール	○	—
キャビネット	○	—
各種プローブ	○	—
ソフトウェア	○	○
パソコン	○	○
プリンター	○	○
スピーカー	○	○
備考	—	1000号機以降

※お客様にてインターネット接続環境のご用意をお願いします。  
※計測は2柱リフトアーム式での使用を推奨します。

## 【プロペラシャフトリフター】 BPL-150H

トラック整備の省力化、効率アップに!  
プロペラシャフトの脱着をらくらくサポート。  
メカニックの負担を軽減し、安全・効率的に作業が行えます。

- 足踏みペダル式で油圧ジャッキにて昇降させます。脚台は、キャスター付きで容易に移動できます。
- 受け台の幅は、400~580mmまで調整でき、大きさが異なるプロペラシャフトにも対応可能です。
- 受け台の高さは0~150mm、角度0±15°まで調整でき、取付け時の微調整が可能です。

能力 (kg)	150
揚程 (mm)	640
受け台最低高さ (mm)	915
受け台最高高さ (mm)	1,705
受け台高さ調整量 (mm)	150
受け台調整角度量 (°)	前15、後15
本体最低寸法 (mm)	800(W)×845(D)×915(H)
本体最高寸法 (mm)	800(W)×845(D)×1,705(H)
本体重量 (kg)	約56



足踏み油圧式でらくらく昇降

## 【タイヤチェンジャー】 タイヤチェンジャー

### 22インチ対応のスタンダードモデル!

- ターnteーブルの正・逆転、ホイールクランプ、ビードブレーカーもフットペダルで簡単操作。
- 12~22インチのホイールのクランプが容易に、確実に行えます。ホイールに傷をつけにくいシューカバーが標準付属。
- ビードブレーカーでビード落しもラクラク、アルミホイールに傷をつけにくい、ビードブレークプロテクターが標準付属。

型式	TCSI-22G	TCSI-41ALG
マスト動作方式	マストチルト式	スイングアーム式
対象ホイール	径	12~22インチ (アウトクランプ)
	幅	12~22インチ (アウトクランプ)
最大寸法 (mm)	W1,245×D1,740×H1,950	W1,350×D1,150×H1,850
重量 (kg)	約200	
設置目安寸法 (mm)	W2,245×D2,075	
電源	AC200V 50/60Hz 3相 0.55kW	
使用空気圧	800~1,000kPa	
テーブル回転	1段階 正転/逆転	



**TCSI-22G**  
マストチルト式  
左または右のサポートアームキット<sup>※</sup>が  
取り付け可能な作業性重視モデルです。  
※オプション

**TCSI-41ALG**  
スイングアーム式  
22インチ対応のベーシックモデル  
左サポートアームキット<sup>※</sup>が  
取り付け可能な作業性重視モデルです。  
※オプション

### MSC経営戦略会議 第112回研究会を開催

MSC経営戦略会議では2月8日～9日の2日間、福島県郡山市において第112回研究会を開催しました。第1日目は(株)富田オートサービスを会場として、同社で実践されている業務改善具体事例について代表取締役の若杉利男氏より講演が行われました。同社では人口減少や若者の車離れ、また整備士不足が深刻化するなかで、整備工場が生き残るためには「お客様の信頼を得ることが第一条件」として、「地域No.1のきれいな工場」を目指して「整理整頓」の取り組みを実践、来店されたお客様への「安心・安全を提供」し、あわせて「ここで働きたいと思わせるような工場にすることで人手不足の解消にもつながる」としています。そのため清掃用具は専用ロッカーに収納、ドラム缶等はキャスター付き台車に乗せるなど、清掃が容易な環境改善を実施。こうした取り組みにより生産効率の向上と、残業時間の減少、整備品質の向上を実現されています。また第2日目はいわき市の日産自動車(株)いわき工場を見学。低燃費・軽量コンパクトのVQエンジンの製造工程における作業改善事例などについて最新の工場を見学し、研究会の日程を終了しました。



挨拶に立つ議長、山崎太氏



(株)富田オートサービス、若杉利男社長



改善の取り組みについて講演



きれいに整頓された工場内を見学

### 感動夢工場 第16回定時総会・第35回研究会を開催

感動夢工場では3月14日～15日の2日間、東京都港区区内において第16回定時総会ならびに第35回研究会を開催しました。今回、総会においては役員改選が行われ、引き続き高間専逸氏を会長とする新体制により29年度がスタート。全工房を対象とした事業活動としては、経営課題改善のための臨店指導、業務品質向上実務者研修会、WEB予約システム「totoco」のモニター企画など、本年度の事業活動について討議が行われました。また総会後の研究会においては、日本総合研究所の佐藤和彦氏を講師に招き「明日を勝ち取る整備工場」と題して講演が行われました。佐藤氏は整備業界の現状について「壊れない、持たない、ぶつからない、の3ない時代」とし、整備事業者がお客様に提供すべき本質的価値は「移動のお役立ち」にあるとして、車販、保険などのほか低所得者向けサービスが今後の課題であると説明されました。第2日目は東京ビッグサイトで開催された「第15回国際アフターマーケットEXPO2017」を見学、新たなビジネスチャンスに向けた様々な情報に触れて、2日間の会期を終了しました。



挨拶を述べる高間専逸会長



講師、佐藤和彦氏



「totoco」を紹介する人見いづみ氏

# BANZAI GUIDE

## 第35回オートサービスショー2017 いよいよ開催!

バンザイブースへ、ご来場をお待ちしております!

きたる6月1日(木)から3日(土)までの3日間、東京都江東区有明の「東京ビッグサイト」にて、第35回オートサービスショーが開催されます。バンザイでは今回「人と車の未来に向けて～次世代の整備と環境を創る～」をテーマに、これまでの展示イメージを一新、各種プレゼンテーションにより新商品、新企画のご提案をさせていただきます。ご多忙の折とは存じますが、ぜひ皆様のご来場をお待ちしております。



バンザイブースは東4ホール・屋外展示場です。

## 山陰駐在は「山陰出張所」として移転いたしました

(株)バンザイ山陰駐在は1月23日より組織改正にともない、「山陰出張所」として下記に移転いたしました。引き続きご愛顧のほどお願い申し上げます。

〒690-0017  
島根県松江市西津田2丁目9番17号  
電話 0852-24-0856(変更なし)  
FAX 0852-24-0861(変更なし)

### 編集後記



この時期は、採用活動の一環として自動車大学校へ訪問する機会が増えてまいります。先日も毎年お伺いしている自動車大学校で企業説明を行いました。学生の方々は緊張した面持ちながらも、真剣に話を聞き、質疑応答にも積極的に参加され、説明をしている私が圧倒されるほどでした。いま持っている夢と希望に満ち溢れた情熱を、社会人

になっても忘れずに持ち続けていただければと思います。また、オートサービスショーの開催が近づいてまいりました。6月1日から3日間、「人と車の未来に向けて～次世代の整備と環境を創る～」をテーマに、様々な新商品を展示いたします。皆様のご来場を心よりお待ちしております。