

BANZAI[®]

感動品質

安 信 感
安 信 感
安 信 感
安 信 感



「感動品質」を育む、 3つのご提案。

バンザイは「安・信・感」を実現する機器と、
各種サポート、ソリューションを、皆様にご提案いたします。

安心^{はぐく}を育む

人・技術・サービスの 透明化

省力化、効率化機器、
安心が見える
形にする各種機器



ヘッドライトテスター、オパシメータ、
スキャンツール

信頼^{はぐく}を育む

品質の透明化

環境対応、品質保証
(トレーサビリティ)
企業体制の強化

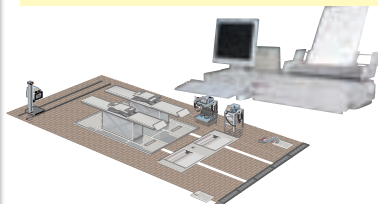


環境整備機器、静音効率化機器、ナジャ、
アライメントテスター、各種セミナー・トレーニング

感動^{はぐく}を育む

情報の透明化

コミュニケーション
(整備情報の共有)
コンプライアンスの強化



ネットワークシステム、自整業システム、
カスタネット、各種セミナー・トレーニング

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
東京都港区長田東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

●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 バンザイ鹿児島販売(株)
バンザイ宮崎販売(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

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
名古屋市中区大須1-29-36
TEL 052-201-7551
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
自動車整備用機器・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。

BANZAI NEWS

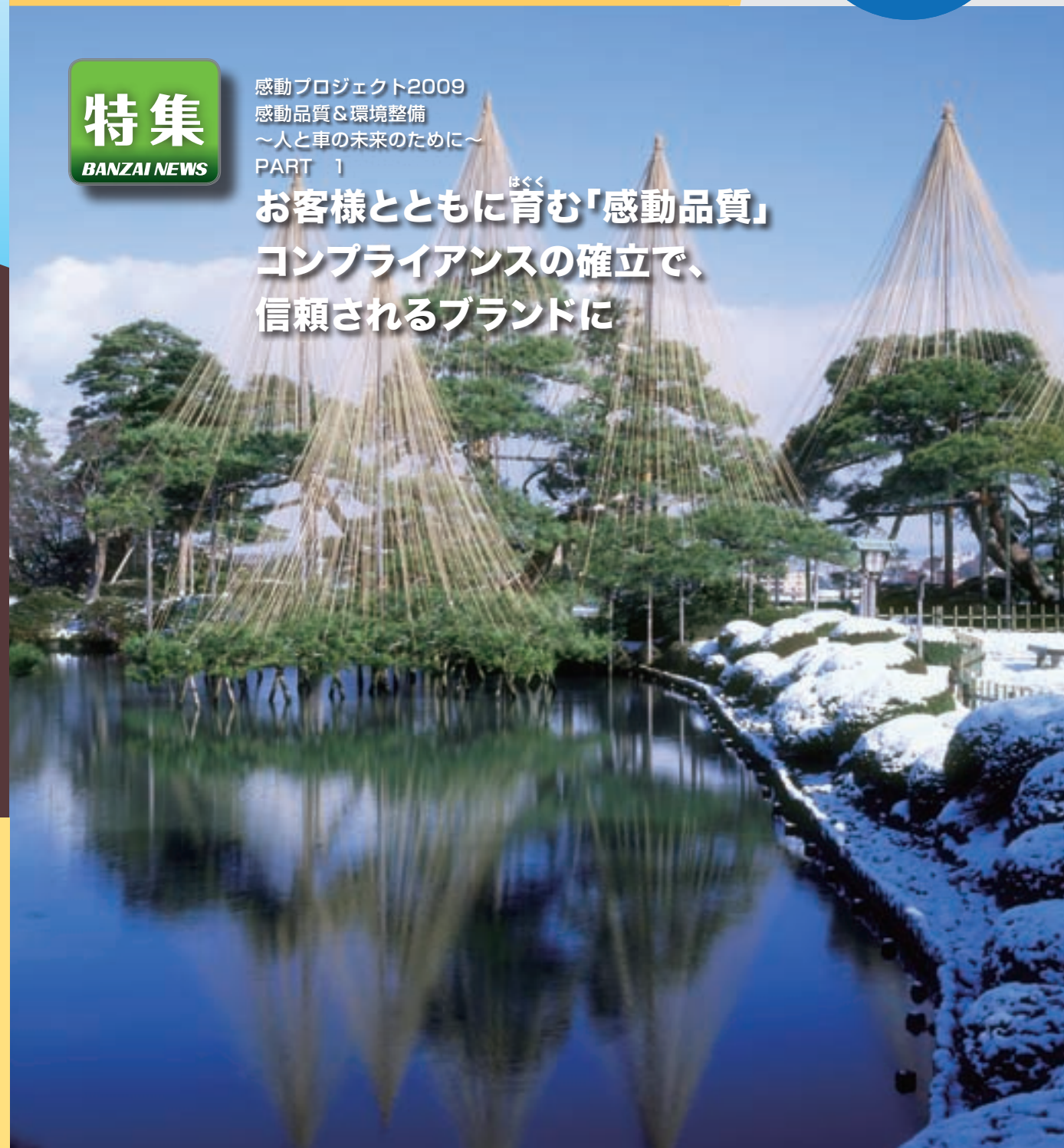
2009
Winter
269

特集

BANZAI NEWS

感動プロジェクト2009
感動品質&環境整備
~人と車の未来のために~
PART 1

お客様とともに育む「感動品質」
コンプライアンスの確立で、
信頼されるブランドに





兼六園 石川県金沢市

加賀百万石、前田藩の歴史と文化を伝える名園、兼六園の冬。園内の木々には雪の重さから木の枝を守るための雪吊りが施され、古都ならではの風雅な趣を醸しだしている。霞が池に枝を張り出した唐崎松はとりわけ名木として知られる。

★歳時記

- 1月 1日 元日
- 7日 七草
- 12日 成人の日
- 2月 3日 節分
- 4日 立春
- 11日 建国記念の日
- 3月 3日 ひな祭り
- 17日 彼岸入り
- 20日 春分の日



●目次

- ★ 新年のごあいさつ ①
- ★ 特集【感動品質 & 環境整備】..... ②
 - ～人と車の未来のために～感動プロジェクト2009 PART 1
 - お客様とともに育む「感動品質」
 - コンプライアンスの確立で、信頼されるブランドに
- ★ モデルショップ訪問【東京トヨペット(株)目黒営業所】..... ⑥
 - 周辺地域にも万全の対応
 - 都市環境に調和する店舗・サービス工場
- ★ モデルショップ訪問【スーパーオートバックス大野城御笠川店】..... ⑧
 - 「ワクワク・ドキドキ」をコンセプトに、
 - 「カーライフのすべて」をサポート。
- ★ ショールーム..... ⑩
- ★ トピックス<海外情報>フランクフルト..... ⑫
 - アウトメカニカ2008視察レポート
- ★ 感動夢工場・工房シリーズレポート No.27..... ⑭
 - リペア工房 (株)オートボディ菅原
- ★ ローターリー..... ⑯
- ★ BANZAIガイド..... ⑰

あけましておめでとうございます

皆様におかれましてはお健やかに新年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

また平素より格別のお引立てを賜り、誠に有難うございます。さて世界的な経済・金融の不安定化のなかで暮れました昨年は、日本経済にとりましても大きな変動の一年となりました。米国経済に端を発した経済の減速傾向はいまや全世界に波及し、自動車業界においては米ビッグスリーの経営をも揺るがす事態となっております。また世界的な販売不振の影響は各国のメーカーにも販売目標の修正、生産の調整など経営施策の見直しを迫っています。

このような不安要因のなかで、自動車産業に連なる私共業界にとりましても、2009年は大切な試練の年になると思われます。変化の波の中で、いまこそ原点に立返って経営戦略を見直す必要があるのではないのでしょうか。

本年、バンザイにおきましては毎年、年初のご提案としてお届けしております「2009ニューイヤーインフォメーション」のなかで、「企業の透明化」をコンセプトとしてお客様に「見える」企業、すなわち信頼される企業のあり方をご提案申し上げております。商品や企業に対する不安、不信が市場を取り巻いている今こそ、企業の原点ともいえるコンプライアンスを明確なものとし、消費者の不安感を解消していく地道な努力が求められているのではないのでしょうか。その一歩として、バンザイは本年、環境対応、法令遵守の観点から、皆様のサービスに不可欠な各種の効率化機器、検査機器、診断機器のご提供と、さらには皆様の企業におかれまして「感動品質」をはぐくむための各種のセミナー、トレーニング等をご提供してまいります。微力ではございますがバンザイのご支援策を皆様の経営の一助としてお役立ていただければ幸いに存じます。

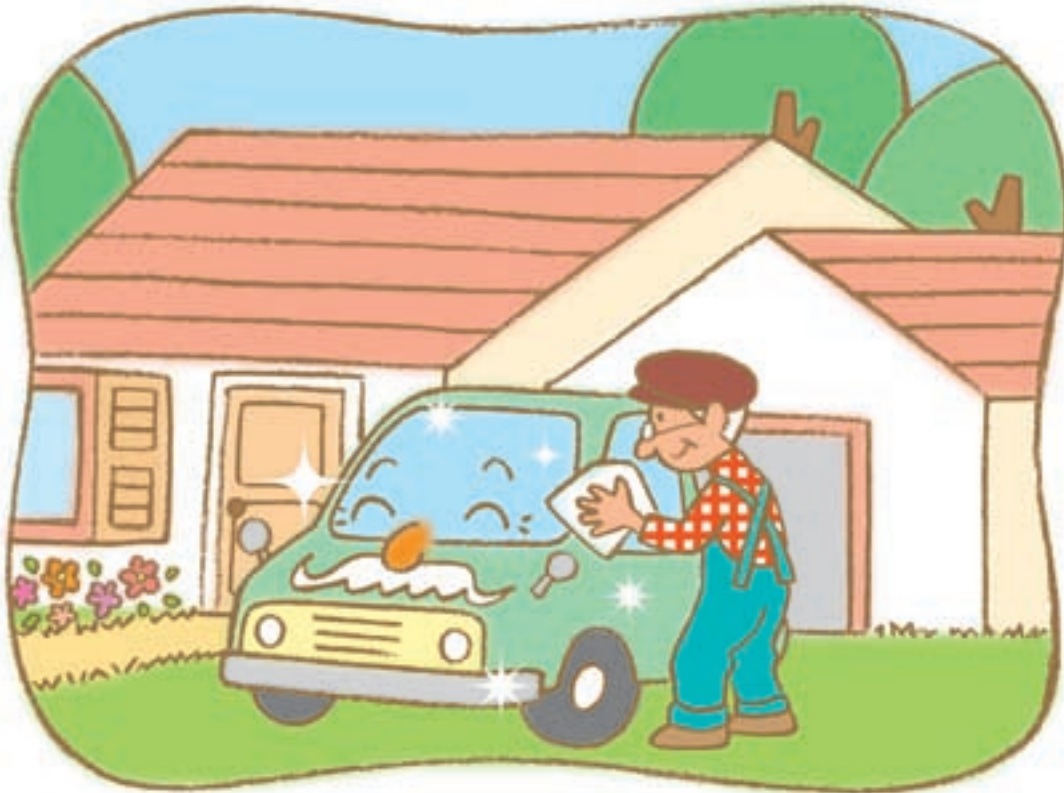
末筆ではございますが、皆様のご健勝とご繁栄を心よりお祈り申し上げます。

2009年新春



株式会社 バンザイ
代表取締役社長 関谷 徹

感動プロジェクト 2009
感動品質 & 環境整備
 ~人と車の未来のために~
PART 1



お客様とともに育む「感動品質」
 コンプライアンスの確立で、信頼されるブランドに

私たちが何かを買おうとする時に何を基準にしているのでしょうか。その基準は今、多様化しており、人によって価値観が異なっています。しかし高額商品についての選択基準は共通している点も多く見られるそうです。特に長く使用するモノについては様々なファクターを自身に問いかけ、結論を見出していきます。

人の価値観を知る賢者が「個客」になる

長く使用するモノの一つに自動車があります。カーオーナーは自分のクルマが傷つけられると、自分の体の一部が傷つけられたような心理状態に陥ります。人によって差はあるものの、一般的にはカーオーナーはクルマに対して愛着があり、いとしささえ覚えるという人もいます。だからこそ休日になるとクルマにお化粧(ワックスがけ等)を施す光景が多く見られるのでしょうか。また外観だけでなく「整備のケアをし、メンテナンスすると…こんなに熱い走りができるんだぜ!」と、主張しているクルマを見かけることがあります。特にナンバープレートの数字が一桁番号になっていた昭和30~40年代のクルマで、まさに映画「三丁目の夕日」に映し出された車種ですね。このようなレトロ車はどのような病院(整備工場)で、どのような先生(整備士)の問診や治療を受けて元気に生きてきたのでしょうか。このようなクルマに出会うと、カーオーナーと整備工場との結びつきや信頼関係が想像できるような気がします。その整備工場はカーオーナーの愛車への思いを熟知していることはもちろん、技術に誇りを持ち、難しい故障も完璧に修理することに情熱を持っているのでしょうか。そういう整備工場の存在なくしてレトロ車はありえないと思います。そうでなければ“部品がないし、整備費用もかかるし、そして燃費も悪いから今の新車に乗り換えたら?”などと、オーナーの気持ちも考えずに勧めてしまうかもしれませんね。愛車とともに年を重ねてきたオーナーと、そのオーナーに共感した

整備工場の気持ちが一体となった作品がレトロ車の存在なのでしょう。

フランスやドイツ、イタリアなどの地方都市では日本より多くのレトロ車が元気に走行していますが、これはいわずもがな価値観の相違であることは明白です。例えばフランスの田舎町にあるボディショップには50年前に発売されたシトロエンが、お客様から預かって20年置かれています。聞いてみれば修理するための純正部品が見つかるのを待ち続けているとのこと。このこだわりには敬服するしかないですね。価値観というものは人それぞれモノサシが異なるので、自分の価値観や考えを押し付けることはタブーです。

無理に「画一的提案」にはめ込もうとすると軋みも生じる

人はモノを得る対価としてお金を支払いますが、その価格が適当なのかそうではないのかは、対価に対する満足度(価値観)で決めることが多いようです。特に初めて購入するモノについては、価格に見合った満足を与えてくれるだろうという期待を込めてお金を支払





うわけです。実績があれば、何の不安も感いもなく即購入しますが、それは対価にふさわしい満足度かそれ以上(期待以上)の満足感を与えてくれたからです。お客様はそこに信頼感を見出し、販売店にとってはこれでリピート客を獲得できたことになるわけです。

例えばお菓子や果物を人に差し上げるときに何を基準に考えるでしょうか。もちろん届け先の方によって異なりますが…。少なくとも目利きである、センスがある、感性にたけている、インテリジェンスである、相手の感性を熟知している等の評価を、届け先の方にいくらかでもご理解いただければ贈り主は嬉しいものです。仮に5000円のお土産を届ける場合、上等なワイン1本にするのか、安価な赤と白を届けるのか、ケーキなら400円程度のモノを12個ぐらいにするのか、1本5000円する上質なロールケーキを選ぶのかなどの判断は、家族構成や届け先の環境も考慮しながらも、自分の感性も届けたいという気持ちも密かにあるのです。でも最も重要なことは、その人の感性にどれだけ近づいたモノを選べるかですね。そのためには日常のコミュニケーション

によって嗅覚を研いでおくことで些細な情報は得られるものです。いただく側は、どれだけ自分たちのことを知っているのか…を知ったときには感激するものです。例えば、どんなに有名なお饅頭でも、届け先の方がアンコ(アズキ)は“こしあん”しか食べないのに“アズキアン(ツブアン)”を届けたら、それは価格に関係なく価値のないものになってしまいます。

「貴方だけの特別なお気遣い…」。自動車整備工場でもお客様一人ひとり異なったサービスの提案ができます。そのためにはお客様とより濃密な時間を得られるよう考えてみてください。お客様を知れば調合薬(メニューの中からの提案や、担当営業マン・メカニックオリジナルの提案)が浮かぶはずですよ。

選ばれるお店には理由があります

分母である新車販売が低迷している中、微増ではありますが整備工場は増加しています。そして注目されるのは平均車齢が16年連続で伸びており、軽自動車を除く乗用車平均車齢(人間の平均年齢に相当)は7.23年となっていることです。また、平均使用年数(平均寿命に相当)も11.67年と3年連続で伸び、過去最長を更新しています(数字は自動車検査登録情報協会・2008年3月末調査)。このような背景を考慮すると「整備」の位置づけは益々重要になり、整備を通じてお客様に「選ばれる店舗」となることが必要になります。その基本は「感動品質」を構築するための要素をあぶりだし、実行に移すことです。例えば「安心価格」=不安の解消、「品質」=技術力・診断力・接客力、「コンプライアンス」=法令遵守・環境対応などです。これらの要素はそれぞれ「安心・信頼・感

動」に結びつき、「安・信・感」の企業風土を育む重要なアイテムとなります。これらを具体的な設備機器に置き換えてみると、以下のようになります。まず「安心」を育むためには「人・技術・サービスの透明化」すなわち、省力化機器や安心をお客様に見える形にする各種機器、具体的にはヘッドライトテスターやオパシメータ、スキャンツールなどが必要になります。次に「信頼」を育むためには「品質の透明化」すなわち、環境対応や品質保証、企業体制の強化が大切です。そのための機器としては環境設備機器、静音効率化機器、アライメントテスター、フレーム計測装置などがあります。そして「感動」を育むためには「情報の透明化」すなわち、コミュニケーション(整備情報の共有)、コンプライアンスの強化を図るため、ネットワークシステム、フロントマスター、カスタネットなどによるお客様と車両情報の適切な管理が求められます。

コンプライアンス遵守が「選ばれるお店」の要素にも…

選ばれる整備工場になるためにはお客様にも感動を与える要素が必要ですが、それはお

客様を納得させるだけのデータを示し、修復後(リファイン)に是正されたことを証明する証が求められます。そして何よりスピードが要求されます。ほとんどのお客様は早く、確実に、丁寧に…を希望しています。そして大事なことはお客様や工場周辺の人々に「工場」から「企業」として認知していただくことです。そのためには外観は工場であっても経営者・社員が社会的責任を認識し、良識をもっている企業体になることです。それが今求められているコンプライアンスの遵守です。去年は食品偽造・賞味期限改ざん問題以外にもコンプライアンスに抵触する企業が多く報道されましたが、その中にISO取得会社もありました。そもそもコンプライアンス問題が注視され始めたのは、内部告発による公への訴えです。整備工場におけるコンプライアンスとはどのようなものがあるのでしょうか。集約すれば音・臭い・環境保護問題等についての法の遵守でしょう。そして、これらの問題が持続的に成されているかどうかです。例えば油水分離槽に装着されている油吸着フィルターは定期的に交換していますか? 環境関連のISO取得企業では要求事項に入っているのも必然的に交換することになります。もちろんフィルターの交換をなおざりにしたのでは、油が混在した水分が流出しかねません。コンプライアンスの問題は身近なところから着手、解決していくことが不可欠です。これからは自動車整備工場も「工場」から「企業」へ、そして企業として一定の評価を得ることが入庫の選択対象につながるでしょう。そしてそれはまさしく「人と車の未来のため」そして、お客様とともに育てる「感動品質」の第一歩といえるでしょう。



周辺地域にも万全の対応 都市環境に調和する店舗・サービス工場

都内に90を超えるサービス拠点を展開する東京トヨペット(株)では、このたび目黒店の建替えを行い、ショールーム、整備、钣金塗装工場を併設した新店舗に全容を一新、環境面の対応も含め、都市部におけるこれからの店舗のあり方として注目されます。



サービスマネジャー
中島 慶太郎氏



目黒通りに面した店舗、周辺には碑文谷、鷹番などの住宅地が隣接



ショールーム外観、道路に面した間口は約45mと広い

都市部にマッチする多層化工場を完成

都心から環状八号線へ向かって南西に伸びる目黒通りに面した新店舗は、1階をショールームと整備工場、2階を钣金塗装工場として販売とあらゆるサービスに対応する新拠点です。2階部分の外観はシルバークレイの壁面となっており、一見して工場とは思えないスマートなデザインです。

今回のリニューアルは全社的な拠点計画の一環として実施されたもので、とくに目黒店においては店舗、工場の老朽化と地域環境への対応が急がれていたことによるものです。

とくに都市部においては用途地域の制限などにより工場の建設が難しくなっており、今回の目黒店新築に際しては法令遵守の面からも、また近隣への環境配慮の面でもさまざまな配慮がなされています。

また全社的なサービスニーズへの対応の上で、今回の目黒店は「店舗に併設した工場としては全社でも最大規模のもの」とされ、钣金塗装部門においては近隣拠点のセンター工場としての役割も担っています。



クイック、一般整備には作業性、安全性に優れたタンデムリフトを導入



検査ラインにはトリプルテスターを導入



ジオライナーとフラットワークステージXでアライメントサービスに対応



テトラスリフト4基で「見える」サービスを演出



埋込み式排気装置とエアコンを完備、柱も最小限として広々とした快適な作業環境を実現

クイックから重整備まで、あらゆるサービスに対応

ショールーム奥の整備工場は検査ラインを含めて11ストール。テトラスリフト4基、タンデムリフト3基、アライメント用フラットワークステージX1基が設備されています。検査ラインにはトリプルテスターをはじめとするテスター機器、アライメントストールには「ジオライナー」が導入され、車検ほかあらゆる整備に対応するほか、環境面の設備として各ストールに埋設式排気装置が設備され、さらに工場内はエアコンにより空調が行われています。

2階の钣金塗装工場は钣金、下地工程、塗装、乾燥、織装まで合計20ストール分の作業スペースを確保。セレット修正ベンチ2基、乾燥専用ブース1基、水洗式塗装乾燥ブース2基などの設備により、大小あらゆる車体整備に対応しています。

またこれら整備機器にも増して、むしろ細心の配慮を払ったといわれるのが環境面の対策です。東京都の厳しい環境確保条例に適合するだけでなく、周辺の住宅に対して騒音、臭気が万一にも排出されることがないように、万全の設備と管理体制が実現されています。



2基のセレット「グリフォン」で大ダメージも完璧復元



排気はデオスターと活性炭で中和してダクトへ



パテ付け、下地工程、ブースまでスライドレールで直結



スプレーキャビン、部品塗装キャビンは全て水洗式を導入



乾燥専用ブース1基、水洗式塗装乾燥ブース2基を完備。高度な仕上がりで環境対応を実現



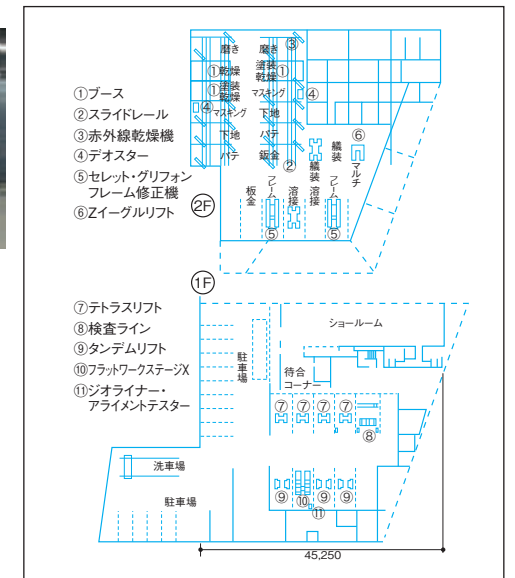
窓越しにサービス工場が見える待合コーナー



サービス工場への入口。右奥は2F钣金塗装工場へのスロープ

お客様の声をサービスに反映できることが強み

「新工場をご覧になるお客様もたいへんびっくりされますが、社員の側への効果も大きいですね」と、サービスマネジャーの中島慶太郎氏。お客様に見られていることが、一人ひとりの意識にも大きな影響を与え、4S(整理、整頓、清掃、清潔)の励行やお客様への対応にも積極的な意欲付けになっているのだそうです。新車販売と併せてサービスが収益確保の柱となっている現在、整備内容の説明や提案整備において、エンジニアがお客様と直接対応することが求められています。「お客様の生の声を整備に活かせること、この店舗であらゆるサービスができることが強みです」(同)とのことで、「新工場に一度でも来店していただき、認知していただいて、それをきっかけにお客様の拡大を図りたい」と前向きな抱負を語っておられます。



「ワクワク・ドキドキ」をコンセプトに、 「カーライフのすべて」をサポート。

(株)オートバックスセブンのFCとして福岡県内にオートバックスグループ店を展開する(株)パブリックでは、このたび大野城市に「スーパーオートバックス大野城御笠川店」をオープン。用品販売、新車販売、車検まで、カーライフのすべてをサポートする「カーライフメガストア」として、従来のカー用品ショップの枠を超えた、特色あるサービスを提供しています。



店舗管理部長
枝光 敏彦氏



ストアマネージャー
鋤崎 正文氏



国道3号に至近の立地、左側にサービスピット、右側に店舗をレイアウト
新車販売から車検まで、カーライフをトータルサポート



ピットの間口は6ストール、約24m



フラットワークステージXがずらり5基、まさに壮観(設置直後)

22ストールに最新、高度な機器を導入

福岡市の南に接する大野城市を縦貫する国道3号の沿線に、各種のロードサイドショップが店舗を構える中に、鮮やかな真紅のC Iサインを建物の前面いっぱいに掲げた「スーパーオートバックス大野城御笠川店」があります。

広大な駐車場を前面に、建物の右半分を店舗、左半分をサービスピットとし、その中央部分にサービスカウンターと待合コーナーをレイアウト。規模の大きさとあいまって、カーライフにかかわるすべてのサービスを提供することが同店のコンセプトです。

サービスピットは、検査ラインを合わせて合計22ストール。フラットZイーグルリフト4基、門型二柱リフト4基、フラットワークステージX5基のほか、スーパーマルチテスター、アライメントテスター、サスペンション・高速ブレーキテスターなど高度な診断機器も導入され、あらゆるサービスに対応するとともに、休日の繁忙時にも対応できるキャパシティを実現しています。

オープンなピットでアピール効果も狙う

設備、規模とともに、お客様へのアピール効果にも同店ならではの工夫があります。二柱リフト以外はすべて下降時に床面に障害物のないフラット型リフトが採用され、広いサービススペースとあいまって、より作業性に優れ、安全性にも配慮し、視覚的にもすっきりとしたイメージのサービス工場となっています。



スクリーンにはオリジナルのPRメッセージをプリントしてある



オーディオ、スポーツ、カスタマイズのピット

さらに5基のフラットワークステージXにはPRメッセージをプリントしたオリジナル仕様のロールスクリーンを装備、視覚的にもアピールする楽しい演出となっています。

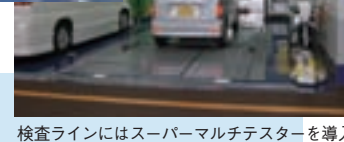
これらの設備機器により、効率性、安全面で優れた作業環境を実現しているのみならず、「スペースを広く、さらに中央に通路をレイアウトしたことで、作業完了時もお客様が安全にスムーズにお帰りいただけるようになりました」と店舗管理部長の枝光敏彦氏。店舗、ピットともにカーオーナーの視点を重視されています。作業内容の説明や完了時のご確認など、お客様に積極的に作業ピットに入っていただくことも多いとのこと、安全性への配慮も万全。これまでにないオープンな感覚のサービスピットとなっています。



フラットZイーグルリフトでタイヤサービスもスピーディ



ホフマンのチェンジャー、バランスを導入



検査ラインにはスーパーマルチテスターを導入



洗車・カーフィルム専用ストール



ボッシュのエンジン診断機器も完備



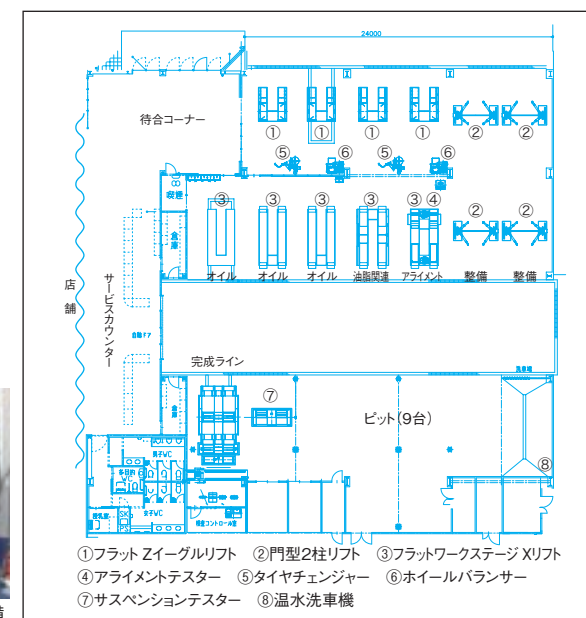
待合コーナーからタイヤサービスピットを望む

店舗スペースは約360坪、膨大なアイテムを販売

サービスカウンターからピット入口へ

技術と設備で「オリジナル」を創造

同店のサービスメニューではオイル交換から、アライメント、サスペンション・高速ブレーキテストなどの診断サービスなどのほか、「カスタマイズ」を大きな特徴とされています。電装サービスピットの背後には「木工室」も完備し、車室ビラー内にスピーカを組み込むなどの高度なサービスを特色としています。「あるものを取り付けるだけでなく、オリジナルなものを作り出すサービス」(同)がまさに「スーパーオートバックス」店としての真骨頂といえるでしょう。たんに「カー用品ショップ」としての枠を超え「カーライフのすべてをサポート」するオートバックス店の中でも、さらに「最高の商品、サービス、設備、技術」と「ワクワク・ドキドキ」のエンターテインメント性でトータルカーライフを提供するスーパーオートバックス店として、同店は早くも福岡近郊エリアのカーオーナーの注目の的となっています。



①フラットZイーグルリフト ②門型2柱リフト ③フラットワークステージXリフト
④アライメントテスター ⑤タイヤチェンジャー ⑥ホイールバランス
⑦サスペンションテスター ⑧温水洗車機

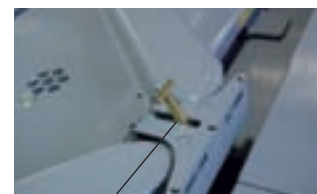
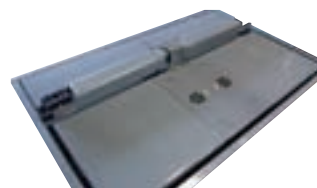
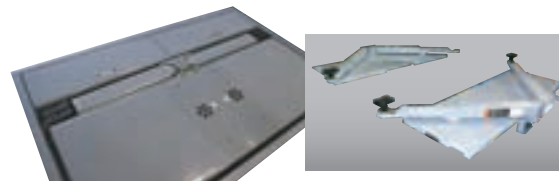
新型タンデムリフト



安全性で高い評価を得ている2系統の油圧回路(PAT.P)を装備したタンデムリフトがさらに作業性を向上して新登場!

- アーム部はクイックアタッチメントの採用で車両へのセットが容易になります。
- アームのロック&フリーはワンレバーで簡単に操作が行えます。
- プレートとアーム作業の切換はリモコンスイッチで簡単に行えます。

型 式	DPL-TP30A(B)ZMF-YS	DPL-TP30A(B)ZMF-Y
機 能	ショートプレート 垂直アーム フラットキット付	ロングプレート 垂直アーム フラットキット付
能力 / 揚 程	3,000kg / 1,800mm	
アーム有効範囲	610~1,100mm	
スライドプレート	1,300~1,900mm	1,500~2,100mm
	A型:ポンプ埋設式	B型:ポンプ床上式



アームのロック&フリーがワンレバー操作でOK



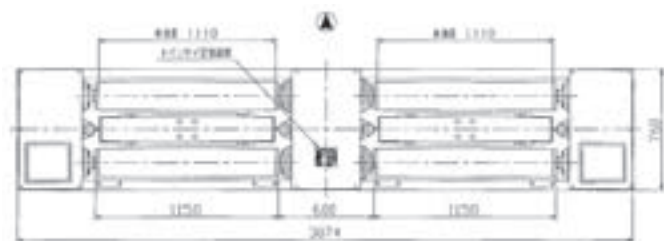
クイックアタッチメント

10ton用サイレント型コンビネーションテスター・幅短仕様

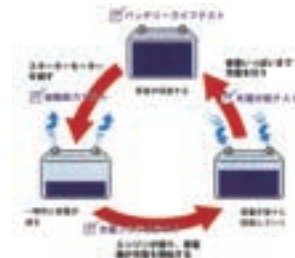


コンビネーションテスター(ブレーキ・速度計複合試験機)の幅サイズが従来タイプより320mm短くなり、検査ラインをコンパクトにレイアウトでき、設置工事も容易になりました。

型 式	BSTE-500ADR-2
適合性試験型式	BSTE-500 類別 B-13
許容輪荷重	5,000kg
指 示 範 囲	制動力 0~3,000daN 速度 0.0~120.0km/h
駆 動 モ ー タ ー	AC200V 三相 2.2kw×2
本 体 寸 法	W3,874×D760×H550mm



アーガス・バッテリーシステム アナライザー

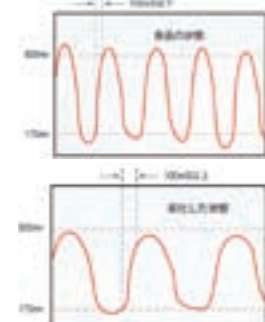


- バッテリー単体のテストの他、始動・充電サイクルが正常に行われているかを各ステップ毎に適切にテストを行う事ができます。
- 診断結果を元に、今すぐ交換、近々交換、そのまま使用可能なかを明確にプリントアウトできます。

型 式	AA500PWPB
基本診断項目	充電容量 不良セル表示 充電電圧
測定可能バッテリー	12V 30~2000CCA
電 源	不要(被測定バッテリーから供給)
本 体 寸 法	171×79×25mm

- 標準付属品: プリンター(漢字印字対応)、ソフトケース

O₂センサーテスター



電圧が175mvから800mvまで変化しない、あるいは、変化するのに100ms以上要する。

O₂センサーは車の燃費や排ガス浄化に関連する重要部品です。O₂センサーテスターはセンサー単体の診断のみならずECUの良否判定あるいはO₂センサーの配線点検にも有効に活用できます。

型 式	ST05B
通 常 テ ス ト	O ₂ センサーからの信号の変化の様子(出力電圧値、抵抗値)、反応時間をLEDディスプレイとバーグラフに表示
レスポンステスト	O ₂ センサーの信号変化が規定時間内であるかどうかを判断
シミュレーションテスト	ECUにリッチやリーン疑似信号を送信

フューエル プロ(燃料・燃焼系統クリーニングシステム)



- 性能改善、燃費向上、排気ガス減少を実現するカーボンクリーンのおすすめマシンです。
- 燃料システムの診断(燃料流量、リークダウン、締切圧、真空テスト)からスタートし、洗浄では、燃料供給系を圧力脈動パルスできれいにし(2ライン)、インジェクションノズル、インテークマニホールド、インテークバルブ、燃焼室、ピストンヘッド、リンク溝、O₂センサーなどに蓄積されたソフトカーボンを除去します。
- 1ラインでは運転燃圧を知らなくても、機械が自動的に測定 / 設定します。

型 式	駆 動	タンク	本 体 寸 法	重 量	アダプター(別売)
F-P	12V DC (車載バッテリー)	3.6L	W460×D610×H1,120mm	36kg	日本車、欧州車、北米車



80カ国・4680社が 出展 30万m²の広大展示会 場に最先端技術をみる!

海外情報 アウトメカニカ2008視察レポート

■フランクフルト



世界第3の規模を有するメッセフランクフルト

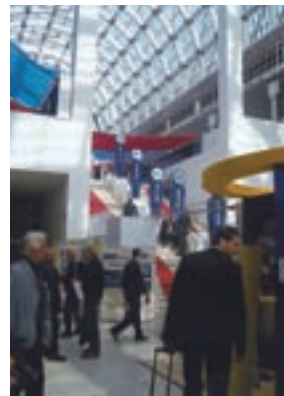
世界最大のカーアフターサービス機器見本市が昨年9月16～21日の6日間、ドイツでナンバーワンの金融の街であるフランクフルトで開催されました。今回は日本流に言えば成人式を迎えた区切りの第20回目の開催でした。期間中の入場者は16万人と、さすが見本市としての規模は世界一と感じました。今回もバンザイ社員16名、メーカー関係会社8名、計24名で、我々に関連の深い8号館9号館の整備関係、钣金関係を主体に、屋外の洗車機関連などの展示を視察しました。



団 長
常務取締役
山口 猛



6日間に16万人が来場したアウトメカニカ



整備機器関連の展示会場、9号館



山口猛常務取締役を団長とする視察団の一行

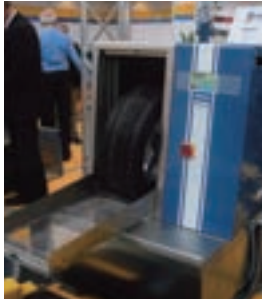
■リフト関係

大型リフトは従来から床式が主流ではありますが、埋め込みタイプの出展も多く、作業性と海外市場への狙いが感じられました。特に我が社の二段式ツインリフトタイプで安全装置(ラック式)付きのリフトが出品されているのには驚きました。ピットが浅くて(1.2～1.3m)済み、施工費関係が安価になると思われます。また同時に安全ロック装置も安全棒自体がリンク機構で浅いピットに対応できる構造になっています。小型リフトではワークステージXリフトタイプのもので5トン仕様、機器高さが20cmと低いものがあり、またワークステージXタイプで前後に昇降装置があり、特徴としてベースフレームが無いものなど、またユニークなものでは小型埋設リフトでオイルの代わりに水を利用しているタイプなどが出展されていました。



■車検機、アライメント

ヨーロッパという地域柄、車検機に関しては派手な展示は少なく、ローラーは以前からのロードを再現したコーティングの物が主流でした。ヘッドライトテスター、スピードテスター等、全般的には日本製品が進んでいると再認識しました。足回り機器はアウトバーンを擁するドイツならではの、アライメントテスターが数多く並んでいました。またタイヤチェンジャー、バルancer、更にはタイヤ洗浄機(一度に乗用車クラス4本洗浄出来る)等が展示され足回りに力を入れている様子が伺われました。



■塗装ブース(大・小)

各社が多くブースを展示していましたが、大型塗装ブースにはスプレーマン用エア源の上下用リフトを装備、安全性と作業性を考慮していました。ブース天井側面からエア(温風)を出す水性対応はセレット社のブースに見られましたが水性対応の基本姿勢としてはエア、温風が主流であると見受けられました。



■大型車修正機

ヨサムが新製品としてアイプレスを発表、安価な商品として展示していました。大型の修正機として定評のあるヨサムのフレーム修正機、トラックアライナー等もっと力を入れて販売してゆく必要性を感じます。セレット社も同様に大型の修正機を展示していました。またエア工具の排気利用によりエアをリサイクルして再利用するシステム等は興味をそられるところでありました。



■洗車関連機器

門型洗車機は屋外の広いスペースに多数展示されており、ブラシの主流はスポンジ系でした。側面ブラシを前後2本ずつ4本備えている門洗は水のリサイクルも含めて2千万円以上の価格が付いていました。またフィンランド製の下部洗浄付門型洗車機で180万円程度のももあり多種多様です。EU諸国はセルフ市場であり門型洗車機の作りが非常に簡素化され、デザイン的にも工夫をしているものが見受けられました。



最後に感想としてヨーロッパでは日本に比べて随所に環境を考えた製品作りが進んでいるように思えました、またリフト関係においては機械に対する発想が利益追求型では出来ない商品が多く参考になりました。日本は物づくりが最高との評判がありますが作る前の発想に少し欠ける所があると思います。現場の声を反映させるのはもちろん、地球環境も考えた物作りの必要性を感じました。



株式会社 オートボディ菅原

宮城県本吉郡本吉町寺谷65-1 TEL.0226-44-3951

販売から始まるトータルサービスで 自社顧客の拡大にチャレンジ



ショールームとサービス工場、スタイリッシュな外観



創業時からの钣金塗装工場、外観もきめ細かくメンテナンス

仙台市から三陸海岸沿いに北へ約80キロ、宮城県の北端に近い本吉郡本吉町でリペア工場の看板を掲げるのが(株)オートボディ菅原です。同社の菅原勝郎社長は、钣金塗装に始まり販売、整備へとトータルサービスを展開、人口約3,000人という地域を基盤として着実に顧客拡大を実現されています。



代表取締役
菅原 勝郎氏

販売するから整備も钣金塗装にもつながる 外観も店舗内もきれいにされていますね

菅原社長:看板の文字がかすれて見えなくなっていたりすると、その会社のイメージも良くありません。なるべくそういうことがないように、毎年修理や塗装直しをするなど気をつけています。

お店の中にも楽しい工夫をされていますね

菅原社長:私の趣味でもあるのですが、古い車が好きなのでミゼットやキャロルを並べてレトロな雰囲気の装飾にしています。お客様の中には居酒屋でも始めるのかといわれたりしますが…。

ご自身でご創業されたのですか

菅原社長:当初から独立したいというのが希望でした。そのため钣金と塗装を8年ずつ経験して平成6年、34歳のときに独立しました。

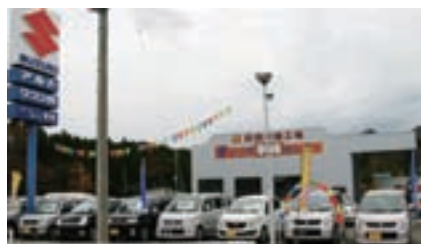
自社顧客100%とのことですね

菅原社長:当初はディーラーや整備工場からの入庫が主でしたが、ディーラーでも内製化が進むなかで、我々としても自社独自のお客様をつくるのが必要だと思いました。そのためにはまず販売することが大切です。販売すれば車検も钣金塗装も保険もついてくるという考えです。現在もそこそこの台数を販売しているからこそディーラーともいい関係でお付き合いできているのだと思います。

整備を始められたのもその延長ですね

菅原社長:そうです。最初は車検は出すから钣金塗装をもらうという形でしたが、自社顧客をフォローするため販売とともに整備にも平行して力を入れてきました。認証の取得が平成10年、

その後平成18年に指定を取得しています。レッカーサービスも行っていますので24時間、365日のサポート体制です。これは他社にない当社の強みだと思っています。お客様も「菅原なら何があってもサポートしてくれるから安心だ」ということで、新車購入の際も迷わずに当社を選んでいただけます。



屋外展示場の奥に完成検査場が見える



ショールーム内は木の質感を生かした温かいイメージ



明るく清潔感のあるサービス工場

お客様がお客様を呼ぶ「つながり」の営業展開 販売、サービスの陣容は

菅原社長:私を含めて現在14名です。整備、钣金塗装ともにスタッフは優秀な技術者揃いで充実しています。営業は今年1名増員し、私を含めて3人です。自分一人のときは年間100台、2名になって200台販売していましたので、これからは3名体制で300台が目標です。

たいへん高い目標ですが営業面で工夫されていることは

菅原社長:とくに営業面での施策というものはありません。当初は友人、知人から始まって、お客様がお客様を呼ぶという自然なつながりで伸びてきました。15キロほど離れた気仙沼や、さらに県境を越えて岩手県のお客様もいらっしゃいます。

営業エリアも広域ですね

菅原社長:当社の場合、従来はなかなかお客様の訪問ができず、電話での対応が主体でした。実際、私も営業担当者も携帯電話の登録番号は満杯で、昼夜を問わずお客様から電話が



トリプルテスターを導入した検査ライン



大ダメージも正確に復元できるセレットベンチが2基



ホフマンのチェンジャー、 balanサーほか最新機器を導入



Zバスカルリフトをはじめ省力機器も充実

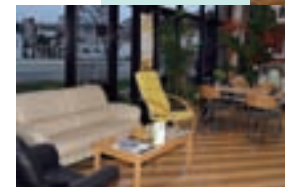


钣金・下地処理工程には横移動システムを導入



フロントにはサービスメニューボードもずらり

レトロなムードが漂う、ショールームの一角



インテリアにもきめ細かい気配りがうかがえる

掛かってきますから、なかなか訪問活動ができないのが実情でした。お客様のほうでも気軽にご来店いただけるのでそれでよかったのですが、3名体制になったことを契機にこれからはもっとお客様を訪問してつながりをより強く深くしていきたいと思っています。そこから新しいお客様とのつながりもできれば、と思っています。

リペア工房には発足当時からのご加入ですね

菅原社長:東北QBR会のメンバーがほとんど加入しています。現在は月に4回、新聞広告を出していますが、意外に注目度が高いです。広告を見てけっこう遠方から入庫されるお客様もいます。1回入庫していただければ次につながりますので、そのきっかけとして広告は有効だと思います。またリペア工房と併せてリサイクル部品の提案もしており、地域ではリペア工房とリサイクル部品のセットで認知されています。

ますます充実の販売・サービス体制 ご息も近々入社されるとのことですが

菅原社長:いまズキディーラーにお世話になっている長男が来年戻ってくる予定です。やはり地域では友人知人の関係がお客様の核になりますので、これからは若い世代のお客様に対しても強力な戦力になると期待しています。

御社の営業の極意は人と人のつながりですね

菅原社長:ショールームの向かいにある钣金塗装工場は、創業ときに友人たちが毎週末に集まって建ててくれたものです。ショールームの一角に展示してあるミニチュアカーのコレクションも、新しいのが出るたびに友人が買ってきてくれるのです。そういう人々の輪で当社が成り立っているのです。その信頼を裏切るようなことはできませんね。

本日はありがとうございました。

感動夢工場第15回研究会が開催されました

10月7日、8日の2日間にわたって、感動夢工場の第15回研究会がバンザイ芝ビル会議室にて開催されました。自動車関連市場が厳しさを増していく中で、今回は講師に(株)ティオの代表取締役 山本覚氏、ならびに(株)パスコの部長 古田城久氏をお招きし、山本講師による「自社レートで健全な経営と独自経営を～「儲け損ないより利益の出る経営」、古田講師による「地域特性に合致した経営戦略を!!」「数値で抑える実践エリアマーケティング」と題する講演が行われました。また第二日目は千葉県内の(株)スズキ納整センターにおいて新車納入前点検整備の見学を行いました。同センターにおいては洗車、用品組み付け、磨き、検査まで一貫したライン化が導入され、ユーザー満足度向上に貢献する高度な品質管理を実現されています。満足から感動への感動品質の実現を目指して、会員各社はそれぞれ意欲的に研究会に取り組まれていました。



感動夢工場会長 高間専逸氏



(株)ティオ 代表取締役 山本覚氏による講演



(株)パスコ 部長 古田城久氏による講演

MSC第93回研究会が開催されました

11月20日、21日の2日間、岐阜県高山市においてMSC経営戦略会議第93回研究会が開催されました。今回は高山市において建機販売、タクシー、貸切バス、運送など幅広い事業を営む新興自動車(株)の5階会議室を研究会場として、講演、事例発表、ショップ見学を中心に多彩な研究会活動が行われました。講演は(株)ティオの代表取締役 山本覚氏による「コストダウンが生産性を高める」～価格競争はコストダウンで勝負せよ～をテーマに、品質に直結するCS活動としてのコストダウンのあり方、費用と生産性からのアプローチなど、コストダウンの着眼点と実行について、具体的な方法論までを述べられました。第二日目は新興自動車(株)の本社・店舗を見学。新車ショールーム、サービス工場、中古車展示場、ギャラリーなどからなる多層階店舗のあり方に、販売・整備のみならず地域の交流スペースとしての新しいコンセプトと、古都高山に密着した店舗のあり方を体感しました。



若杉利男MSC経営戦略会議長の挨拶



新興自動車(株)代表取締役社長 中嶋洋二氏



地域交流のスペース、店舗内のギャラリー

BANZAI GUIDE

電子制御エンジンに対応、診断技術を修得 「スキャンツール総合診断 技術研修会」が開催されました

MSC経営戦略会議、感動夢工場の共同主催でスキャンツール総合診断技術研修会が、11月13日、14日の2日間、バンザイの大阪支店トレーニングセンターで開催されました。

コンピュータ、センサーによるエンジン制御が進み、従来の整備技術では対応が困難になりつつある現在、「スキャンツール」を活用した診断技術の修得が不可欠となっています。今回の研修会では講師にテクノウェブの村上秀敏氏を講師に招き、二日間にわたってエンジンの電子制御の基礎からトラブルシューティングまで、実践に活かせる知識、技術を修得しました。



西日本エリアの会員各社からサービスマニックが多数集結



サービスに不可欠の診断技術として、意欲的に取り組む参加者たち



HDM-3000を使って実車にて診断

編集後記



今回の取材は、宮城県にある(株)オートボディ菅原様を訪問。仙台市内から太平洋に抜け、リアス式海岸を右手にみながら海岸線を北上していきました。しばらくすると現地へ到着。店内は、昭和の雰囲気たまたよどこか懐かしい家という感じがしました。待合コーナーにいとカウンターから、なにか

料理がでてくるのではないかとイメージを髣髴させるレトロな感じに心が和みました。店内の装飾も雰囲気にあったものばかり。そんな中での、愛車の整備。車はきちんと整備され、自分の心も和やかに、その場から立ち去りたくなるような整備工場でした。

<河野>