

バンザイ フォーラム2018

「コアビジネスの強化とこれからの展開」
～整備業界における働き方改革について～

バンザイでは、お客様の働き方改革をサポートする様々な仕組みをご提供し、
人手不足への対応、職場環境の改善、人材育成をサポートいたします。

7月～9月
全国縦断!

全国8会場にて
開催いたします!

車検ビジネス

検査業務における各種効率化機器や
コンプライアンスをサポートする製品
のご紹介。



洗車ビジネス

人手不足、収益アップ、環境配慮などの
各種効率化機器をご提案。



聴講無料 セミナー開催

- アフターマーケットの展望
- 洗車ビジネス活用セミナー
- 整備業界における働き方改革と
コアビジネスの強化



エイミング関連

衝突被害軽減装置等のエイミングを
行う際の各種効率化機器をご提案。



大型車整備・環境効率機器

大型車整備における各種効率化機器や環境配慮商品など
最新機器をご提案いたします。



福岡
8月

広島
9月

大阪
9月

名古屋
7月

東京
8月

関東
8月

仙台
7月

札幌
9月

BANZAI 株式会社 バンザイ

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

営業部
東京都港区芝2-31-19
TEL 03-3769-6881

海外販売部
東京都港区芝浦4-16-23 AQUACITY芝浦8F
TEL 03-3769-6894

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

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

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

東京支店
東京都港区芝浦4-16-23 AQUACITY芝浦8F
TEL 03-3769-6840
E-mail: tokyo_br@banzai.co.jp

名古屋支店
名古屋市中千種区青柳町6-26
TEL 052-732-2600
E-mail: nagoya_br@banzai.co.jp

大阪支店
大阪市長田東3-3-11
TEL 06-6744-1041
E-mail: osaka_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: hirosima_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

- 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)

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



BANZAI NEWS

2018
Summer
307

特集 BANZAI NEWS

「この会社で働きたい！」
と思ってもらえる整備工場になろう!(人材の獲得)





佐倉ふるさと広場 千葉県佐倉市

千葉県佐倉市、印旛沼のほとりに広がる「佐倉ふるさと広場」は、江戸時代から盛んに行われた蘭学による同市とオランダとの結び付きを象徴する「風車」と、春はチューリップ、夏にはひまわりが咲き競うオランダ庭園が有名です。

★歳時記

- 7月 7日 七夕
- 16日 海の日
- 8月 6日 広島平和記念日
- 7日 立秋
- 9日 長崎平和記念日
- 11日 山の日
- 9月 17日 敬老の日
- 23日 秋分の日
- 10月 8日 体育の日



●目次

- ★特集 人手が足りない、さあどうする？
～いつまでも存続できるサービスショップへ生まれ変わるために～ ①
【第2回】「この会社で働きたい!」と思ってもらえる
整備工場になろう!
- ★モデルショップ訪問【株式会社滝川自工 北広島工場】 ⑥
大型車サービスの未来対応へ向けて
より快適、クリーンな環境づくりを実現
- ★モデルショップ訪問【ネットヨタ東九州株式会社 本店】 ⑧
大分トヨタグループの新たなランドマーク、
ネットヨタ東九州本店、新店舗が誕生!
- ★ショールーム ⑩
- ★TOPICS<海外情報・バーレーン> ⑭
- ★ロータリー ⑯
- ★BANZAIガイド ⑰

特集 BANZAI NEWS

第2回

「この会社で働きたい!」 と思ってもらえる整備工場になろう!(人材の獲得)

人手が足りない、さあどうする?
～いつまでも存続できるサービスショップへ生まれ変わるために～



前号よりスタートした当連載「人手が足りない、さあどうする? ～いつまでも必要とされるサービスショップへ生まれ変わるために～」では、サービスショップの皆さんが人手不足を解消するための方策を考察していきます。第2回となる今回は、自動化・省力化につながる整備機器を

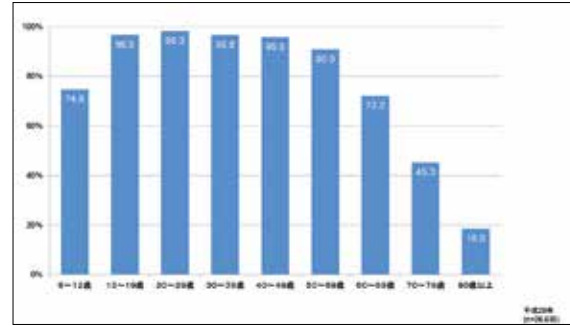
導入し「今そこにある危機」を脱したサービスショップが、より長期的な視野で打つべき次の手、「人を増やす」方法を考えてみたいと思います。

自社サイトがない会社は 8割弱の人にとって存在していないのも同然!?

前号で紹介しました、整備機器導入による自動化・省力化は、良く言えば特効薬ですが、悪く言えば対処療法でしかありません。短期的には人手不足を解消できても、「この会社で働きたい!」と思ってもらえるサービスショップにならなければ、中長期的には人手不足は解消しません。そうこうしているうちに人手はどんどん減り、「そして誰もいなくなった」、廃業の憂き目に遭う可能性があるでしょう。

では、それを防ぐためには、何が必要でしょうか？
まずは、「自社の存在を多くの人に知ってもらうこと」です。実際には日々クルマの整備・修理に汗を流していたとしても、それを将来入社してくれるかもしれない人に知ってもらえなければ、その人にとって自社は存在していないのと同じだからです。そしてこれは、直需・下請けを問わず、入庫していただけるお客様に対して、全く同じことが言えます。

存在を知ってもらう具体的な方法としては、アナロ

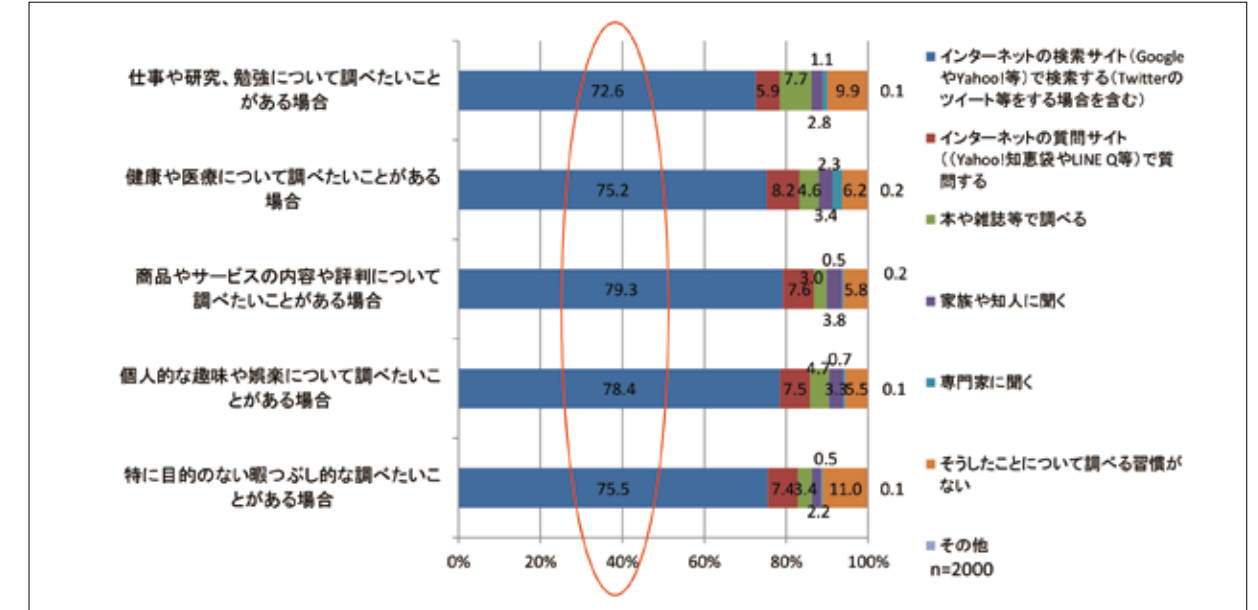


年齢層別インターネット利用状況。13～59歳の年齢層では9割を超えている (出典:総務省「平成29年通信利用動向調査」)

グとデジタルのいずれも考えられますが、中期的にはデジタル、長期的にはアナログな手法が効果的と思われれます。

まずデジタルな手法ですが、その中で真っ先に着手すべきは「Webサイト (ホームページ) を作ること」です。「今さら何を言っているんだ」と思った方は、すでに自社サイトをお持ちのことでしょう。ですが、「よく分からない」または「面倒くさい」からと言って、現時点で自社サイトがないのであれば、そのサービスショップは「人を増やす」ためのスタートラインにすら立っていないと認識が必要です。

総務省が発表した「平成29年通信利用動向調査」



情報収集を行う場合の手段。13～59歳の年齢層ではスマートフォンの利用率が6割を超えている (出典:総務省「平成29年通信利用動向調査」)

によれば、インターネット利用者の割合は全体で77.8%。中でも13～59歳の年齢層、つまり労働力の中核を担う世代と、間もなくこれからの日本を背負うことになる世代では9割を超えています。極論とするならば、自社サイトがない会社は9割の社員候補にとって存在していないのも同然と言えるでしょう。

もちろん、Webサイトは作りさえすればどんなものでもよい、一度作ったら後はそのまま構わない、というわけではありません。総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」によれば、あらゆる情報の収集において、7割以上の方がヤフーやグーグルなどの検索エンジンを最も頻繁に利用していますので、こうした検索エンジンへの対策 (SEO) も必要です。

さらに、前述の「平成29年通信利用動向調査」によれば、インターネット利用機器の割合はスマートフォンが54.2%で、48.7%のパソコンを上回っており、かつ13～59歳の年齢層ではスマートフォンの利用率が6割を超えていますので、スマートフォン対応も必須と考えられます。

とはいえこれらのことを、全く経験やノウハウがない状態から始めるにも関わらず、全部一度に独力でやり遂げようとするのは、余りにも膨大な工数がかかるため現実的ではありません。

しかし、サイト製作・運営専門の業者に委託すれば

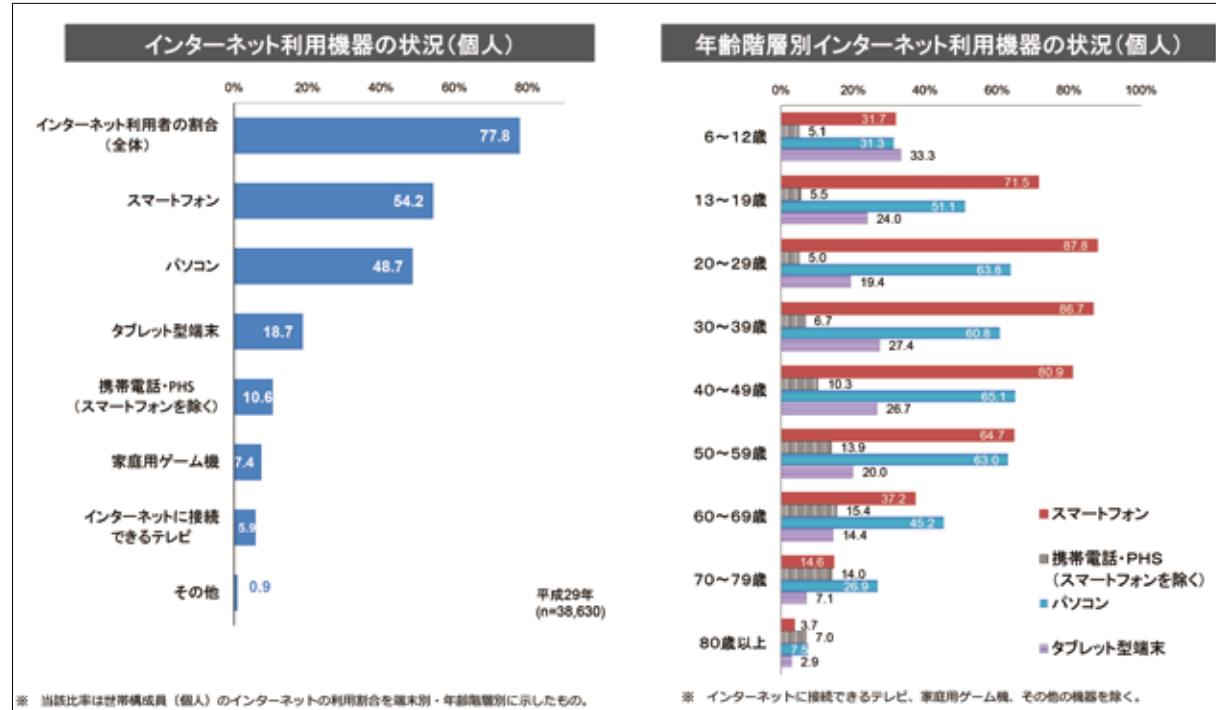
多額の費用が発生するうえ、その業者は自動車整備・修理そのもののノウハウを持ち合わせていないことが多いため、どのようなコンテンツを作り更新していくかは、結局自社で一から十まで考え実行していく必要があります。

そうなれば自社サイトが一度立ち上がったところで、その後コンテンツを追加・更新する意欲も人手もお金もなくなってしまい、作りっぱなしで放置され続けるのが関の山でしょう。

まずは、自動車整備・修理業向けにサイト製作のテンプレートを提供しているシステム・サービス会社のサポートを受けながら、できることから一歩ずつ着実に取り組んでいくのが「急がば回れ」、人手もお客様も集めるサイトを構築する近道になります。

企業情報のページは 「その中で働いている人の顔が見える」ように

こうしてテンプレートを活用しながら自社サイトを立ち上げたら、まずは自社が扱うサービス・商品を紹介するページを作り、事例紹介なども交えながら徐々に充実させていくものと思われれます。これは、お客様はもちろん人手を集めるうえでも有効です。サービ



※ 当該比率は世帯構成員 (個人) のインターネットの利用割合を端末別・年齢階層別に示したものです。
インターネット利用機器の状況。7割以上の方が検索エンジンを最も頻繁に利用している (出典:総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」)



バンザイWebサイト「会社案内」「社長ご挨拶」ページ。過去・現在・未来におけるバンザイの存在意義を示す柳田昌宏社長のメッセージが顔写真入りで掲載されている

ス・商品紹介ページが、その会社の業務内容を最も雄弁に物語るからです。

しかし、差し迫って人手に困っていない会社であれば、「企業情報」(会社案内)のページを充実させるのは、この後でゆっくり取り組めばよいのかもしれませんが、今まさに人手不足に喘いでいるのならば、そうも言うてはいられません。自社がどんな会社で、何を目指しており、どんな人材を求めているかを、未来の社員候補、さらにはお客様に向けても明確に示す必要があります。

ここで重要なのは……これは、日々の業務においても社長から新人まで全員が意識しなければならないことですが、「その中で働いている人の顔が見える」ようにすることでしょう。

具体的には、自社のお客様や社員、社会にとっての過去・現在・未来における存在意義を訴える「社長メッセージ」、そして業務内容や職場環境、求められる能力・人物像を伝える「スタッフ紹介」(または「先輩メッセージ」)のページを顔写真・実名入りで作成することは必須です。そしてこれは、よりリアルに顔とメッセージを伝えられるよう、動画も作成するのがベストです。

また、自社がその歴史の中で拠点や事業を拡大しながら成長してきたのであれば、その足跡を示す「沿革」と、自社の全容が分かる「組織」または「事業所」のページも入れましょう。

なお、「スタッフ紹介」(「先輩メッセージ」)は部署・拠点ごとに最低1人ずつ、役員を含めた総社員



バンザイWebサイト「採用情報」「社員へのインタビュー」ページ。若手社員3人の現在の業務内容ややりがいなどが顔写真入りで具体的かつ詳細に掲載されている

数が10人以下であれば全員の顔写真・氏名・メッセージを掲載するのが理想的です。

これは、求人に応募する人に対しては、その会社に入社し部署に配属された際にどんな人が上司・先輩になるか、またどんな雰囲気職場なのかをあらかじめ分かるようにすることで安心感を与えられるうえ、社員に対しては日々の業務中のみならず通勤・休日の時間も自らを律するよう意識づけられるからです。

そして、自社サイトの求人ページやハローワーク、求人サイトに掲載する求人票ですが、注意すべきは業務内容、雇用期間、必要な学歴・経験・資格、雇用形態、勤務場所、就業時間、休日・休暇、賃金・賞与・昇給、保険、福利厚生などの労働条件を、具体的かつ簡潔に、そして正確に嘘偽りなく記載すること、これに尽きます(法律で禁じられている性別の限定や年齢の制限などを除く)。

せっかく貴重な人材を獲得できたとしても、「入社してみたら求人票に書かれていた内容と実態がかけ離れていた」と思われればすぐに退職されてしまうばかりか、最悪の場合は訴訟に発展したり刑事罰を受けたりする可能性があります。

ウィンドウズ95の発売によりパソコンとインターネットが一般に広く普及し始めてから20年超。今なおデジタル化が進む中、「ネットネイティブ」と呼ばれる、生まれた時からインターネットに接してきた世代が社会へ出る時代になりました。ですが求人・就職・転職においては、まさにその20年ほど前より、インターネット求人サイトを活用するのが主流になってい

ます。とはいえ求人サイトは数多く、その強み・弱みや料金・サービス体系も様々です。

そのため、どのサイトに求人広告を出稿すべきか迷ったら、ヤフーやグーグルなどの検索エンジンで「求人」「(人手を増やしたい拠点のある市区郡名)」「(業種。例：自動車整備、自動車钣金塗装など)」をキーワードにして検索し、上位に候補が挙がったものの中から、料金が安くサービス体系が充実した求人サイトへ優先的に出稿するのが良いでしょう。

そうして未来の社員候補の人は、求人サイトに掲載されている求人票を見るわけですが、能力があり就労意欲が強い人ほど、応募し試験・面接を受ける前にその会社のサイトを入念に確認する傾向にあります。むしろ確認していない人は、自社を軽く見ているか、就職そのものを軽く見ていると考えて差し支えありません。つまり、自社サイトを構築し求人サイトへ求人広告を出稿することは、より良い人材を獲得することにもつながるのです。

求人サイトの活用は必須だがアナログ的手法も長期的には必要

このように、デジタルの手法を用いた人材獲得の重要性は最も高くなっていますが、それでも従来からのアナログの手法が無意味になったわけではありません。自動車整備・修理工場が地域に根ざすサービス業だからこそ、即効性はなくとも10年単位の長いスパンにおいてボディブローのように効いてきます。

まず最初に確認してほしいのは、自社の近くを通った人やクルマがその存在をすぐに認識できるように、建物や出入り口の目に付きやすい場所に、目立つ看板が設置されているか? ということです。

これは一般ユーザーからの直需の重要度が低い下請け主体、あるいは自家のサービスショップほどおろそかにしがちですが、自社の存在を近隣の住民に認識してもらう努力を怠れば、お客様が増えないばかりか「将来この会社で働きたい!」と思ってくれる子どもや若者も育ちません。

そうした観点においては、お客様や地域住民との交流を積極的に図ることも重要です。直需主体のサービ



求人サイトの活用も効果的です。

スショップであればお客様感謝祭を年に1回以上開催しているケースが多いと思われませんが、自家や下請け主体の工場ではそれも難しいことでしょう。

それならば、近隣の小中学校が実施する社会科見学や職場体験、工業高校や自動車中学校・短期大学が実施するインターンシップへの協力を、各学校へ提案するのも一つの手です。確率は決して高くはありませんが、これらを通じて自社を訪れた子どもや若者の中から、未来の社員が生まれるかもしれません。それ以前に、未来のお客様を育てるためにも、自社の存在意義を高める社会貢献活動の一環としても、率先して取り組んでほしいと思います。

今回ご紹介した人材獲得のための手法は、あくまで基本中の基本であり、ほんの一例に過ぎません。また実際には、すぐに結果が出ることはまれで、様々な工夫を凝らしながら辛抱強く取り組む必要があるでしょう。とはいえ「宝くじは買わなければ当たらない」、人材という宝を手に入れるには、まずは一つでも実行して、確率ゼロ%から脱却することが大切です。

次回は、こうして獲得した「人を減らさない」ことで、いつまでも存続できるサービスショップとなる方法を考えていきます。

大型車サービスの未来対応へ向けて より快適、クリーンな環境づくりを実現

札幌市に本社を置く(株)滝川自工ではこのたび北広島工場の敷地の一面に新工場棟を完成。大型車を中心とする各種サービスの省力化、効率化を図り、あわせてクリーンで安全な作業環境を実現するため各種最新設備を導入しているほか、独自のハード&ソフトが随所に盛り込まれています。



道路側から見た工場外観、ダクトは切替式換気装置の排気用



サービスストール外観、右端が検査ライン

幅広い車種、サービス対応を強みに

同社は大型車サービスを中心に幅広い関連企業を擁する滝川グループの中核企業として、札幌本社工場、西工場、北広島工場の3拠点のサービス体制で「軽自動車から建設機械まで」といわれる幅広い車種を対象に車検、一般整備、架装、車体整備まで広範なサービスを提供しています。

とくに大型車サービスにおいては、長年にわたり定評ある技術力により、大型車メーカー各社、ボディメーカー各社の指定を受け、「タンクローリー、コンクリートポンプ車、16輪トレーラー、建設機械では杭打機など、あらゆる車種に対応出来るのが強みです」と工場長の瀬川留維氏。今回完成した新工場は、約1万坪といわれる北広島工場の敷地の一面に建設されたもので、従来の工場棟に加えてさらにサービスのパワーアップが期待されています。



専務取締役
滝川 勲伯 氏



工場長 主任技術者
瀬川 留維 氏



右側3ストールは車検整備としてキャタピラツインIIを3基導入

サービスストールが塗装ブースに!

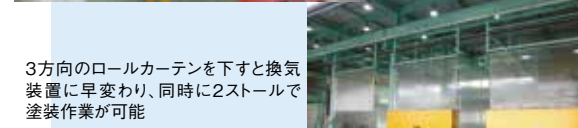
新工場は検査ラインほかサービスストール6ストールからなり、車検整備の3ストールにはキャタピラツインIIを各1基設備して省力化を図るとともに、整備後に同じストールで下回り塗装が行えるよう、全体換気装置として基準をクリアした新開発の「切替式換気装置」を導入。床下収納式の排気BOXと3方向のロール式カーテンにより、クリーンで安全な環境での塗装作業が可能となっています。北広島工場では初のキャタピラツインIIの導入により、「とにかくリフトアップが容易、作業性が抜群に向上しました」(瀬川工場長)とのこと。また環境面では廃油を燃料とする「クリーンバーンヒーター」を2基導入、真冬でも暖かい作業環境を実現しています。



下降した状態の排気BOX



上昇した状態の排気BOX、フィルター内蔵



3方向のロールカーテンを下すと換気装置に早変わり、同時に2ストールで塗装作業が可能



ストールごとに2基の送風機を設備、上方から送風し、キャビンへのミスト付着を防止



アイドルローラー4基を直列に接続したフリーローラー



検査ラインにはネットワークカメラを導入、荷重試験装置も設備



フロアリフト、ピットジャッキを備えたピット、安全のためスライド式のネットを装備



一般整備ストールにはドライブオンリフトと1柱式リフトを設備、縦横方向に2台の天井クレーンを設備

先進技術への対応が勝ち残りへのカギ

「効率化の問題は設備だけではダメ。ハードプラスソフトで、どう運用するかが重要です」と専務取締役の滝川勲伯氏。新工場の完成にともなって、作業工程の「見える化」を推進。入庫予約ボードの効果的な活用により「一日の作業内容が明確になり、メカニックもスムーズな作業進行を積極的に行えるようになりました」(滝川専務)とのこと。

一方、昨今飛躍的に進む電子制御など技術革新への対応についても、「むしろEBS(電子制御ブレーキ)など、実用レベルでは大型車の方が進んでいます」(滝川専務)とされ、「よりハイレベルな技術対応が今後のカギになります」(同)とのこと。昨今の課題となっている人材問題についても、同社ではすでにベトナム人2級整備士2名をはじめ海外からの技術者を採用するなど、将来への対応も積極的に推進されています。



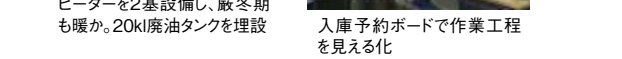
2台のランドリーと独自製作のヘアリング給脂の作業台



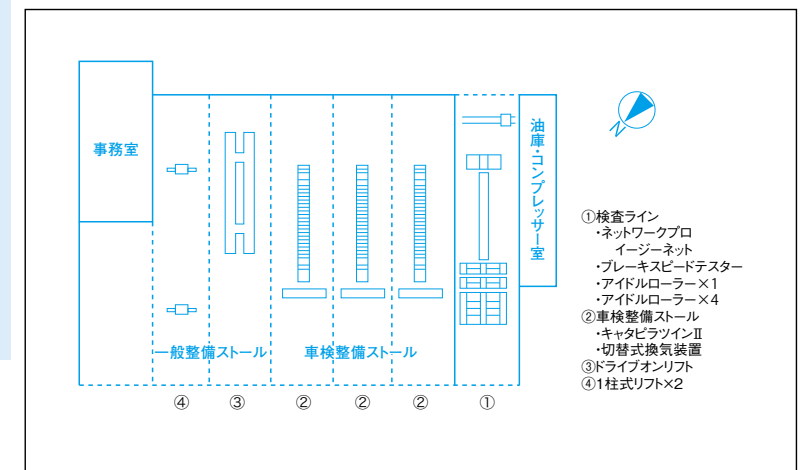
ルブリケーター等の収納も整然と



廃油燃料のクリーンバーンヒーターを2基設備し、厳冬期も暖か。20kl廃油タンクを埋設



入庫予約ボードで作業工程が見える化



大分トヨタグループの新たなランドマーク、 ネットトヨタ東九州本店、新店舗が誕生!

大分トヨタグループのネットトヨタ東九州(株)では、このたび大分市内の本店を、昨年先行して新築オープンした大分トヨタ(株)の本社に隣接した敷地に移転、新築し、店舗・サービス工場ともに新たな装いでリニューアルオープンしました。



国道10号線に面した新店舗外観。奥側が大分トヨタ本店



営業本部 サービス部長
鹿嶋 浩生 氏



キャンピー中央から右がネットトヨタ東九州本店



基本デザインを統一、CIカラーで店舗イメージを分けている

3店舗の連なるグループの一大拠点に

今回のリニューアルは大分トヨタグループの75周年記念事業の一環として計画されたもので、大分トヨタBP工場、大分トヨタ本店と続いて今回のネット東九州本店のオープンにより、これら一連のプロジェクトが完成を見たことになります。大分市内から宮崎方面へ向かう国道10号線に面した新店舗は、左からレクス大分、大分トヨタ、ネットトヨタ東九州と、グループの3店舗が連なって「地域のランドマーク的な位置付けに」という記念事業のコンセプトが実現したものです。

新しい装いのネットトヨタ東九州(株)本店は、左側のトヨタ店とキャンピーを接する形で対照的に設計され、ショールームの外観も統一的にデザインされ、グループの中核となる拠点にふさわしいイメージとなっています。



トヨタ店側から見た店舗外観。「あっぱれ君」もお立ち台に登場



ショールーム入り口、奥がサービス工場

全体の動線と作業環境づくりを主眼に

ショールーム奥側のサービス工場はトヨタ店同様、作業空間を広く、明るくという基本設計のもとに、「従来の工場は増設を重ね、使い勝手が悪かったので、工場全体の動線を考えてストールの配置と設備計画を行いました」と、営業本部サービス部長の鹿嶋浩生氏。サービスストールは検査ラインを含めて13ストールにタンデムリフト11基、ビッグワークステージリフト1基を導入。「床面がフラットになったことで車の出し入れも容易になり、作業性、安全性も向上しました」(鹿嶋サービス部長)とのこと。あわせて新油・廃油の集中給油・回収を行うオイルサーバー等の導入により全体の作業効率の改善と、「働きやすい作業環境づくり」を実現しています。



タンデムリフトを導入した点検整備ストール。右端がハイパー車検ストール。

一般整備ストール、タンデムリフト、ビッグワークステージリフトを導入。エアロパーツ装着車の作業も容易に行える。



検査ラインにはネットワークワイジー、トリプルテスターを導入

集中給油、廃油回収が行えるオイルサーバーを2か所に設備



新車点検ストール。洗車、コーティング作業のためFRPグレーチングを敷設



全ストールにエアコンダクトを設置、快適な作業環境に

CSにつながるES向上施策を推進

ファミリー層を主なターゲットとするネット店として、同社では従来より「NETZ YOUR PARK」をコンセプトに「公園のような店づくり」により、来店型の店づくりを推進されています。そのため各店舗では「花と緑のカーディーラー」をキャッチフレーズとして、店舗内外の花と緑のコーディネートを社員皆様で実践されています。また同社では「お客様に選ばれる会社へ」をスローガンとしてCS向上を推進、「お客様の来店しやすい店づくり、従業員の働きやすい環境づくりを通じて、選ばれるお店、選ばれるサービスを目指しています」(同)とのこと。さらにCSにつながるES向上の施策として3年ごとに実施しているES調査、年2回の各拠点ごとの「ネットミーティング」の開催など、全社一丸となつての取り組みを展開されています。

ショールームと商談コーナー。タイルの床面などはトヨタ店と共通のデザインに



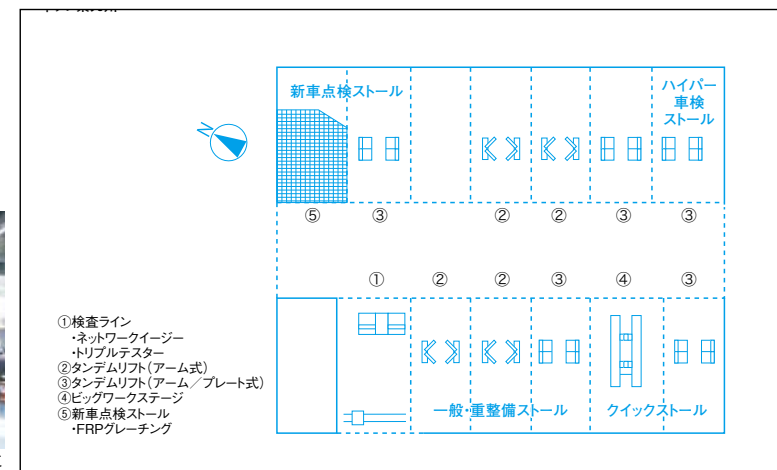
くつろいでお待ちいただける待合コーナー



いたるところに花と緑をアレンジ



「選ばれる会社へ」をスローガンにCS向上を推進



SHOW ROOM

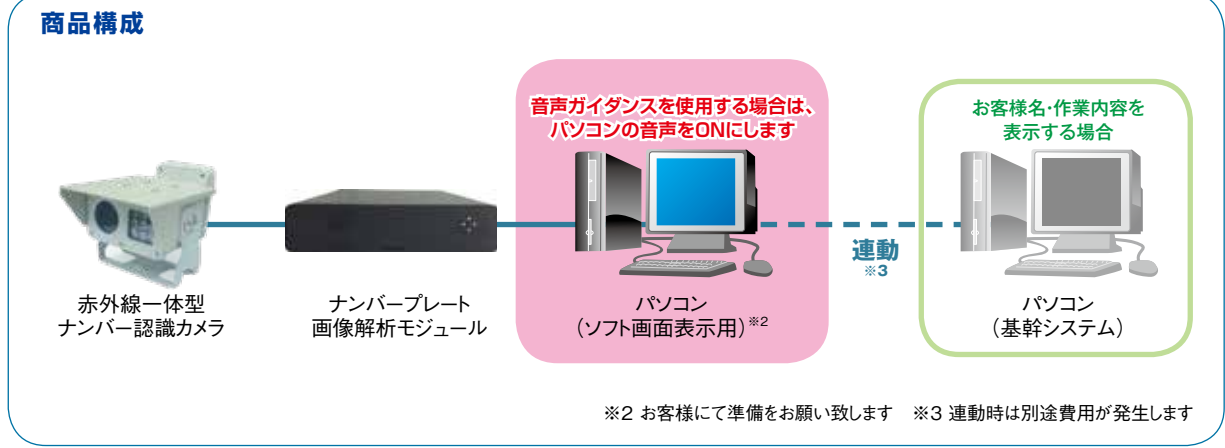
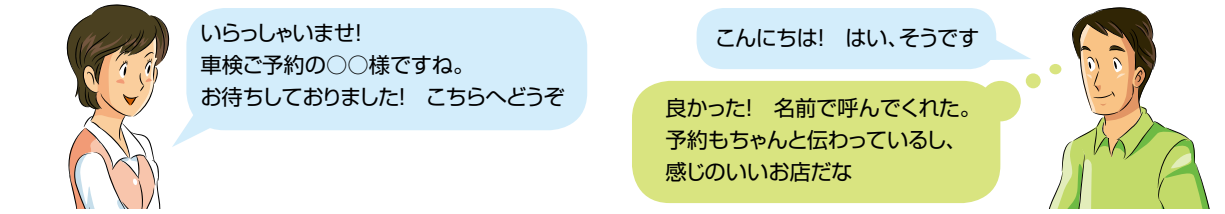
【ナンバープレート認識装置】 来店表示システム MVH-4000

「〇〇様、いらっしゃいませ！」
カメラと赤外線ランプが一体になって、ご来店時の対応をさらにパワーアップ。

- カメラと赤外線照明が一体になり、環境に左右されにくく認識能力が向上
- 店舗入り口に設置したカメラで走行車両のナンバーを検出・認識
- 店舗内のモニターに、あらかじめ入力された【来店予定日】【顧客名】【車両番号】【来店目的】【営業担当】を画面表示※1
- 音声アナウンスにてお客様の来店をご案内可能
- 基幹システムとの連動が可能※1

- ・フロントマスター((株)バンザイ)
- ・新一等書記官(ディーアイシージャパン(株))
- ・その他(別途ご相談ください)

※1 基幹システムとの連動が必要です。連動には別途費用が必要になります



SHOW ROOM

【安全靴】 ミズノ オールマイティLS

スポーツメーカー「ミズノ」のオリジナル、フットワークの良さを生む、この軽さ!

- 「ミズノ」のノウハウが安全靴に集約!
- JSAA A種 認定品、プロテクティブスニーカー
- 軽く、滑りにくく、作業性をサポート

ひもタイプ C1GA1700
軽量を追求、約335g(片方・26.0cm)

- 甲材/人工皮革・合成繊維 ●底材/合成底
- サイズ/[170001・170062] 22.5~28.0 29.0(EEE)
- [170005・170009・170014] 24.5~28.0 29.0(EEE)
- 質量/約335g(片方26.0cm)

ベルトタイプ C1GA1701
着脱が簡単な2本ベルト

- 甲材/人工皮革・合成繊維 ●底材/合成底
- サイズ/24.5~28.0 29.0(EEE)
- 質量/約345g(片方26.0cm)



【ブレーキ粉塵吸引装置】 ブレーキダストクリーナー BDC-250

メカニックと車両を粉塵から守り、クリーンな作業環境の実現に!

- ブレーキドラム部に集塵カバーを密着させ、エアダスターで附着している粉塵を飛ばしながら集塵機で吸引する装置です
- 集塵カバーに通気口を設け、負圧にならずに渦巻き(トルネード)を作って粉塵を素早く吸引できます
- 粉塵等が車両や作業者に付着することを防止し、作業環境の向上を実現します

型 式	BDC-250
対 象 車 両	軽~乗用車、小型トラック ※
集塵カバー 有効径	250mm
集塵カバー 有効長さ	280mm
エアダスターノズル	φ6mm、長さ300mm
エ ア - 圧	0.8MPa
電 源	AC100V、2相

※ブレーキ形状により使用できない車両があります

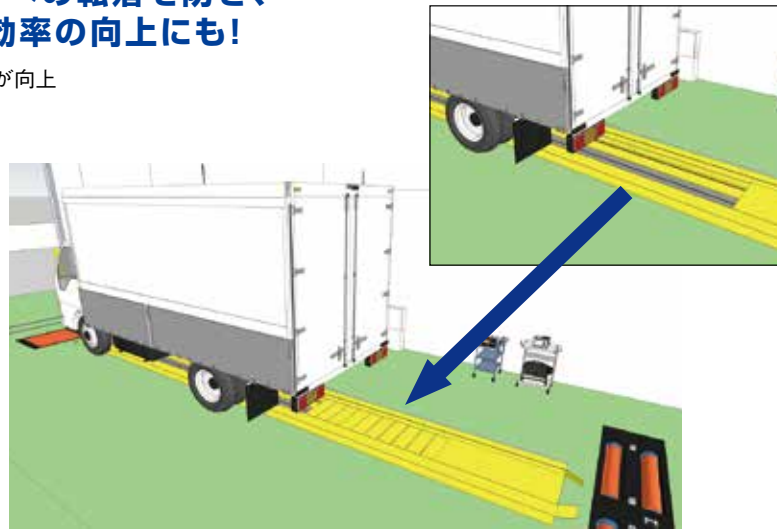


SHOW ROOM

【電動キャタピラ式ピットカバー】 ピット転落防止カバー BSPC-750、BSPC-1000

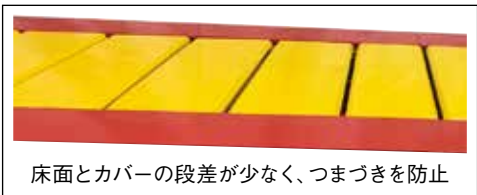
点検ピット、フロアーリフトへの転落を防ぎ、安心、安全な環境と、作業効率の向上にも!

- キャタピラ式カバーを採用、さらに安全性が向上
- ボタン操作で簡単に開閉できる電動式
- ピット未使用時はほぼフラットな床面に
- 車両長さに合わせて、必要な部分をカバー
- 挟まれ防止、巻き込み防止、緊急停止機能付きで安全



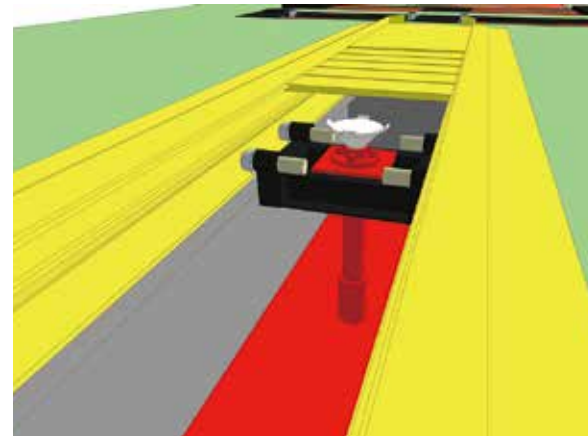
作業位置に合わせて開閉可能

**ボタン操作で
簡単開閉**



主な仕様

対象ピット	点検ピット、整備ピット
点検ピット	幅750mm、長さ9,000mm
整備ピット	幅1,000mm、長さ12,000mm



SHOW ROOM

【高効率手洗い洗車】 ウォッシュマンシリーズ

多彩なシリーズラインナップでカーオーナーのあらゆる洗車ニーズに対応。

- エコシャンプー／エコシャンプーマイルド
羊毛にも、環境にも優しい、天然成分のカーシャンプー
エコシャンプーマイルドはコーティング施工車用

品名	型式	容量
エコシャンプー	BWM-9962	480mlボトル (約16台分)
	BWM-9972	5Lボックス (約167台分)
エコシャンプーマイルド	BWM-9964	480mlボトル (約16台分)
	BWM-9968	5Lボックス (約167台分)



- ウォッシュマン・ザ・モップ オリジナルセット BWM-99600S
楽々、しっかり洗える、天然羊毛の洗車モップ
エコシャンプー480ml／エコシャンプーマイルド480mlが付属するオリジナルセットです。



- ウォッシュマン・ザ・グローブ BWM-9978
ホイール、グリルなどの細部も楽々、しっかり洗える三つ指タイプ



- ウォッシュマン・ザ・ワイパー BWM-9992
水を吸いながら切る、新発想のハンドワイパー



- ウォッシュマン・ザ・ステップ BWM-9950
ルーフ洗車も安全に作業できるウレタン製の足場台



【電動オイル交換機】 電動式オイルチェンジャー OC-40

コンパクト&省スペース、オイル交換がスムーズに行える電動式

- エンジンオイルの交換を上抜き吸引方式で素早く行えます。
- 吸入／排出は切り替えバルブの操作により、スムーズに行うことができます。
※エンジンにより使用できない車種があります。
- 排油バケツ(オプション)を使用することで下抜きにも対応できます。
- オプションキットでガソリンスタンド仕様に変更も可能。

対象車種	軽～普通乗用車(ガソリン車)
タンク容量	40L
ポンプ	0.25kw
吸入量	約3.5L/min
排出量	約10L/min
本体寸法	(W) 432×(D) 312×(H) 783mm
本体重量	約35kg
電源	AC100V 2相

※下抜きオイルバケツはオプションです



湾岸諸国のハイエンドカーオーナーに最高のサービスを提供する“Kanoo Performance”誕生

海外情報 マクラーレンの店舗と最新サービス工場を併設したKanoo Motors S.P.Cの最新拠点がオープン

■バーレーン王国



マクラーレンのショールーム外観、右側が“Kanoo Performance”



■高級スポーツカーに最高のサービスを提供

バーレーン王国の首都マナーマに本拠を置く財閥系グループ企業、Kanoo Motors S.P.C(カヌーモーターズ)では、このたびはスポーツカー、スーパーカーやラグジュアリーカーなど高級車を対象としたサービス工場と、高級スポーツカー「マクラーレン」のショールームを併設した最新の拠点「Kanoo Performance(カヌーパフォーマンス)」を完成、バーレーンおよびGCC(※1)諸国の自動車愛好家に最高のサービスを提供する、最先端の施設としてオープンしました。



マクラーレンほか、高級車がずらりと並ぶメンテナンスセクション

■最先端のワークショップに「パスカル」リフトを導入

「カヌーパフォーマンス」はマナーマの南西、トゥブリに位置し、2012年に本シリーズの記事でもご紹介した同グループの「トヨタプラザ」の隣に建設されたもので、敷地面積は約5,700平方メートル、マクラーレン正規販売店のショールームを前面に、背後にはこれもまた広大なワークショップを併設しています。

ワークショップは店舗同様洗練されたデザインで、床面はタイル張りとするなど高級車のサービスにふさわしいものとなっています。今回、パンザイからはワークショップの主力設備となる、4トン能力のパスカルリフト11基のほか各種工具等を納入しています。



タイル張り、洗練されたデザインのワークショップ。各ストールは5m×8m



パスカルリフト11基が高級車のサービスに活躍



高速走行もシミュレーションできる防音完備のシャシーダイナモーター室も併設

■知識と経験、最高の設備で、顧客のニーズに対応

同ワークショップでは各種のスポーツカー、ビンテージカーなど、メーカー・車種を問わず、トップクラスのケアを求めるお客様に対して、通常のメンテナンスのほか顧客に合わせた個別のカスタマイズやチューニング、ボディ修復、レストレーションなど高度なサービスを実施します。

同社のチーフパフォーマンスエンジニアHusam Tayib氏は「大切なお客様に、最高級なサービスを提供するために細心の注意を払っています。そのため知識の豊富な高度に訓練されたスタッフが、優れた機器を使用してサービスに当たっています。パンザイの機器はこのような要件に適合し、KAIE(※2)の高度に熟練したチームによって導入され、効率性の高いサービスを実現し、信頼性の高いソリューションを提供します」とコメントしています。

※1 GCC:湾岸協力会議。バーレーン、サウジアラビア、UAE、クエート、オマーン、カタールの6カ国。

※2 Kanoo Automotive & Industrial Equipment社、Ebrahim K. Kanooグループにおける機械設備販売商社



チーフパフォーマンスエンジニアHusam Tayib氏



システムチックな最先端のボディリペアショップ

MSC経営戦略会議 第41回定時総会・第117回研究会を開催

40年の活動を次世代へ受け継ぐ

全国の先進的経営者が集うMSC経営戦略会議は、1978（昭和53）年の設立総会開催以来、さまざまな社会環境の変化に対応して研究活動を展開し、事業の発展を目指してきました。本年度40周年を迎える同会議では、このたび第41回目となる定時総会ならびに第117回研究会を6月12日、13日の2日間にわたって開催しました。

第1日は横浜・中華街の華正樓を会場に定時総会を開催。平成29年度の事業報告、決算報告、同じく30年度の事業計画、予算案を審議、可決したのち研究会へと移行しました。

高度なサービス対応が急務

研究会に先立って挨拶に立たれた議長、山崎太氏は今後の業界においてますます深刻化する人材問題に触れ、事業の将来ビジョンを展望するうえで長期的に人材の育成に取り組む必要性を強調されました。

今回の研究会では「整備業界の動向とこれからの車両整備」と題し、「故障診断機の活用とASVへの対応」として（株）バンザイの長谷川次長が講演。OBD検査の導入も視野に、整備作業におけるスキャンツールの活用やエイミング作業の重要性を述べました。

すでに各種オイル交換やバッテリー交換などの際にも初期設定やサービストランプの消去などが必要になり、日常の作業においてスキャンツールは必須のものとなっています。またASVではバンパーの脱着、フロントガラスの交換などでもエイミングが必要になり、さらにエイミング作業を行うにあたってはホイールアライメントなどが規定値であることが前提になるといったように、これからの車両整備にはよりきめ細かいサービス対応が求められます。また整備事業者求められる要件として、①技術力の収集、②作業環境の整備、③使用機材の校正と管理、④整備履歴の管理、の4点が必要になると解説しました。

いすゞ80年の歴史を見学

2日目は神奈川県藤沢市の「いすゞプラザ」を見学。国内自動車メーカーとして最古の歴史を持つといわれる、いすゞの80年にわたるものづくりの歴史を、ガイドツアーによる分かりやすい説明を受け、各種の展示を見学しました。



挨拶に立つ議長、山崎太氏



講師、(株)バンザイ、長谷川次長



いすゞプラザの外観



ウーズトラックから始まる80年の歴史を展示



トラック、バスの活躍する社会を大スケールのジオラマで紹介



トラックが完成するまでの流れをジオラマで展示

BANZAI GUIDE

役員のご紹介

バンザイでは平成30年6月27日に開催しました第92期定時株主総会後の取締役会において、各取締役の委嘱業務を決定し、就任いたしました。

今後とも皆様のご支援ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長		柳田昌宏
専務取締役	(営業本部 営業本部長)	浅沼芳政
常務取締役	(管理本部 管理本部長)	佐藤誠
取締役	(営業本部 営業副本部長)	藤盛保包
取締役	(営業本部 技術部門担当)	飛田敏行
取締役	(営業部長)	山本正明
取締役	(総務部長兼システム部長)	山田卓志
常勤監査役		上林宏行
監査役		岩知道真吾
監査役		佐藤閑臣

調達部、業務センター、営業部、移転のご案内

- 調達部・調達課(旧 調達一課) ● 調達部・業務課 ● 業務センター

6月30日(土)をもって下記へ移転しました。

〒243-0807 神奈川県厚木市金田1000 (株)バンザイ厚木センター内
 ・調達課 TEL. 046-407-6155(変更) FAX. 046-295-0281(変更)
 ・業務課 TEL. 046-407-6154(変更) FAX. 046-295-0281(変更)
 ・業務センター TEL. 046-407-6156(変更) FAX. 046-295-0282(変更)

- 海外販売部・輸入課(旧 調達部・調達二課)

6月30日(土)をもって下記へ移転しました。

〒108-0023 東京都港区芝浦4-16-23 AQUACITY 8F
 ・海外販売部・輸入課 TEL. 03-3769-6860(変更) FAX. 03-3451-5200(変更)

- 営業部

7月7日(土)をもって下記へ移転しました。

〒105-8580 東京都港区芝2-31-19 バンザイビル B1F
 ・営業部 TEL. 03-3769-6881(変更なし) FAX. 03-5443-0320(変更なし)

編集後記



今夏は猛暑といわれ過去の記録を更新するような気温が各地で報告されています。整備工場でも水分補給や休憩など、これまでの暑さ対策に加え、スポットクーラーや冷風扇の配備など環境整備が必要となるでしょう。こうした環境改善もES(従業員満足度)向上の一環として、ひいては人材確保にもつながる環境整備の糸口となるかも知れません。

＜田村＞
 7月～9月に全国8ヶ所にてバンザイフォーラムを開催しております。暑い中での開催ですが働き方改革に繋がる機器展示やセミナー等を行っておりますので是非足をお運び頂ければと思います。