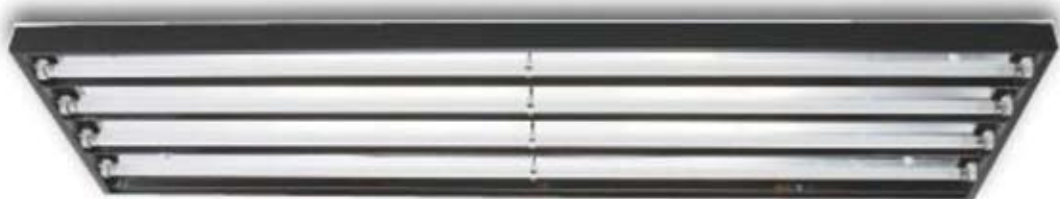


変えてみませんか?その照明!!



スーパーライト

Xtra-HCシリーズ 高天井用蛍光灯器具



LEDを凌ぐ長寿命!45,000時間

消費電力・CO₂排出量50%カット

水銀灯のRa40に対し、Ra85と抜群の視認性

ON・OFFが瞬時!こまめの消灯OKで省エネ実現

水銀含有量3分の1で環境配慮

国内メーカー全てのランプホルダーに取付可能

BANZAI NEWS

2012
Winter
281

特集

BANZAI NEWS

個々のお客様に特化した提案サービスで
お店との「絆」をより強く、太く...



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
大阪市長田東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います。



みなとみらいと富士山——横浜市西区

近代的なオフィスビルやホテルの彼方に、くっきりと姿を現した富士山。横浜のウォーターフロントに新しい装いを見せるビジネスと商業の街、「みなとみらい21」。日本から世界へ開かれた港ヨコハマに150年の歴史が刻まれています。

★歳時記

- 1月 1日 元日
- 7日 七草
- 9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 個々のお客様に特化した提案サービスで……………②
お店との「絆」をより強く、太く…
- ★モデルショップ訪問①
【北九州ダイハツ販売株式会社 本社サービス工場】……………⑥
お客様満足度と来店率の向上に、
「居心地の良さ」「明るさ」を実現
- ★モデルショップ訪問②
【トヨタカローラ沖縄株式会社 本社・浦添店】……………⑧
お客様の目線で「気持ちよい店づくり」を実現、
「誇りとプライド」を持てる工場に
- ★ショールーム……………⑩
- ★トピックス<海外情報・バハレーン>……………⑭
アフターセールスサービスの新たなベンチマーク、
バハレーンに「トヨタプラザ」がオープン！
- ★ロータリー……………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。
おかげをもちまして、昨年の社長就任以来つつがなく新年を迎えることができました。これも皆様のご指導、ご鞭撻の賜物と存じます。
ここに重ねて厚く御礼を申し上げます。

さて、昨年は年初からの豪雪災害、3月には東日本大震災とそれともなう原発事故、さらには長期にわたる円高とギリシャに端を発するユーロ危機など、国内外にわたって多難な一年となりました。とくに震災の復興につきましては今後多年にわたって国民全体が困難を共有すべき課題となると思われます。弊社におきましても震災によるお客様の被害に対し、引き続き全社をあげて復興支援に取り組んでおります。一方、昨年は4年ぶりとなりましたオートサービスショーが開催され、弊社も各種のご提案、情報のご提供をさせていただきました。また年末には第42回東京モーターショーも開催され、各メーカー期待のニューモデルの発表とともに、最新技術のプレゼンテーションが行われました。

ご高承の通り、昨今の自動車技術の進化はめざましく、安全走行を実現するための各種制御システムとエレクトロニクス、また環境負荷低減のための次世代エネルギーなど、最先端の技術がすでに次々と現実のものとなっております。

サービスに関わる私どもの業界にとりましても、今後さらに高度な対応が求められてくるものと思われます。弊社ではこのような時代背景を踏まえて、診断と提案を軸とした新たなビジネスモデルを皆様にご提案しております。これはお車の適切な診断をもとに、お客様個々のカーライフにあわせた提案をタイムリーに行うことにより、お客様とのより密接な絆づくりを実現するものでござい

ます。弊社では日々の営業活動のみならず、各地における展示会や各種トレーニングなど、さまざまなシーンを通じて、微力ながら皆様のビジネスをサポートしてまいります。
本年もなにとぞ一層のご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。
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。



株式会社 バンザイ
代表取締役社長 藤下 努

個々のお客様に特化した提案サービスで お店との「絆」をより強く、太く…



2012年、新しい一年がスタートします。多難だった昨年は終わりを告げたとはいえ、大震災、原発事故からの回復への道のりは依然として長く、その余波は今後もわが国全体に影響を及ぼしてくることでしょう。さて、昨年の大震災からしばしばメディアにも登場した言葉に「絆(きずな)」があります。人と人との結びつきが希薄になった現代社会において、震災を契機として「絆」の大切さがあらためて認識され、見直されたということでしょうか。

人と人との結びつきを求める心の変化

人々が「隣のクルマ」を気にしながら自分の夢や欲求を充足してきた高度成長期以降、むしろ人と人との「絆(きずな)」すなわち人間関係はしだいに希薄になる傾向を強めてきました。現在ではプライバシーや個人情報の保護を重視した結果としての個人主義や、無関心主義が一般の風潮になっています。とくに都市化の進展にともなって、隣近所の関係にしても、むやみに詮索したり立ち入ることを避ける傾向にあるのではないのでしょうか。以前は隣家が不在の折には、宅配物を預るといったこともごく普通に行われていましたが、こうしたちょっとした親切もむしろ敬遠されるようになり、現在では再配達が当たり前になっています。コンビニでの宅配受け取りなどのシステムも、このような社会の変化を背景として生まれたものといえるでしょう。

ところが、このような社会現象に対して、序文に述べたような震災をきっかけとした影響もあるでしょうが、実はそれ以前から「絆」を見直す世の中の流れがあったようです。昨年末に発表された「2011年ヒット商品」のベスト2位にランクされた商品(サービス)を記憶しておいででしょうか？ それは、ここ数年インターネット上の人と人のつながりサイトとして話題になっている「フェイスブック」です。匿名性が重視されてきたインターネット社会において、むしろ個人の趣味や交友をオープンにすることによって、人と人との結びつきを強めたいという願望が芽生えてきたという、そのひとつの現われなのかもしれません。

手前味噌ながら、本特集シリーズでもしばしば「絆」づくりをテーマにとりあげてきました。お店とお客様をつなぐもの、そこには「安心・信頼・感動」などさまざまな要素が複合していま

すが、つまるところ「絆」に尽きるのではないのでしょうか。お店のほうではいつもお客様のことを気に掛けて、「そろそろ点検を…」とご連絡するし、またお客様のほうでも、困った時には何をおいても相談する、そういう関係で結ばれたお店とお客様の結びつきこそ、「絆」にふさわしい理想的な関係といえるでしょう。

個と個、「ワン・トゥ・ワン」の関係が「絆」

さまざまな業界でいえることですが、消費者が成熟化し、飽和化した市場においては新規顧客の獲得が困難になりつつあります。そのような市場環境の中で新たなビジネスのスタイルを求めるとすれば、既顧客の一人一人を大切に、満足度を高めることによって、いかに顧客とのつながり、結びつき、すなわち「絆」を強めるかということがテーマになります。ビジネスライクに言えばそれが顧客単価のアップにつながり、全体の売上アップと業績の向上につながるということなのです。

平均的なお客様のニーズを満たす一律の提案で一定の入庫、一定のビジネスが成り立っていたのが成長期のビジネスでした。そのような時代の顧客ターゲットは「マス(大衆)」でくられるマーケティングの対象でした。ところが市場が成熟、飽和化した低成長の時代にあっては、こうしたマスマーケティング



ではお客様のニーズはすくいきれません。これも以前、本特集のシリーズでご紹介したワン・トゥ・ワンマーケティングはこうしたマスマーケティングに代わる手法としてクローズアップされてきたのです。

人の多様性に注目するビジネス展開

最近ではある大手ファストフードチェーンでこのマーケティング手法が見直され、新しい形でとり入れられています。

それは個々のお客様のこれまでの購買履歴データをもとに、そのお客様がまだ購入していない商品や、購入シーン別の特典を付与したクーポンを発行し、お客様一人一人に魅力ある提案を行なうことによって購買を促すというものです。

しかも、これまではパソコンからプリントアウトしていたクーポンが、携帯電話やスマートフォンで利用できるというシステムになっているのです。いわばIT革命の最先端にある通信機器が、進化したワン・トゥ・ワンマーケティングを可能にしているのだということです。つまりIT化時代の「絆」ビジネス、究極のマーケティングですね。

マスマーケティングの戦略では、市場のお客様のシェアをいかに高めるかがテーマになりますが、ワン・トゥ・ワンマーケティングでは、



お客様個々の多様性に着目して、一人一人のお客様ごとにカスタマイズされた最適な提案をすることにより、購買の頻度を高めたり、多品種の商品をお買い上げいただくことがテーマになります。自動車サービスで言えば顧客単価の拡大、つまり一人のお客様あたり、一台あたりの付加価値を拡大するという考え方です。自動車サービスの分野においても、これまで以上にお客様のカーライフの多様性に注目する必要があります。これもたびたび例にあげていることですが、同じ年式、同じ走行距離、年間走行距離も同じ5000キロというお客様であっても、ご主人の送り迎えと買い物で毎日25キロ走行されている人と、たまの週末にロングドライブを楽しんでいる人の車では劣化の個所も程度も異なってくる場合があります。

サービスにも密接に関わるカーライフのスタイル

もうすぐ車検だけど、買い替えもあるかな…、と迷っていたAさん、お子様が免許をとるので、それならいま新車にするのではなく、あと2年乗ろうと車検を受けることに決めたのだそうです。

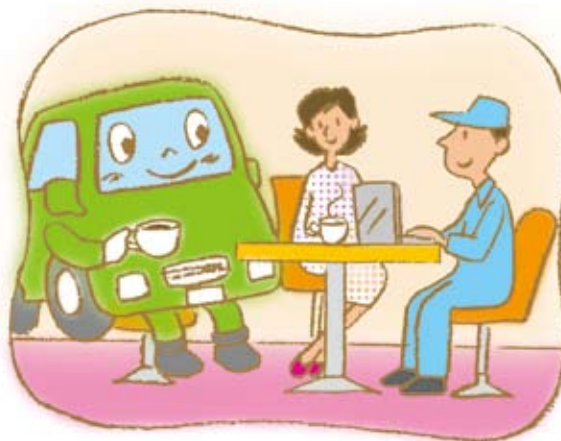
そして、そろそろ車検、と思い始めた頃、ブレーキからかすかな異音が出るようになってきました。これはブレーキパッドが減っているのかな、おかしいな前回の12ヶ月点検ではまだ残量は十分となっていたのに…、とAさんは半信半疑で、どうせもうすぐ車検だから、としばらく我慢して乗っていたのだそうです。

ところがいざ入庫してびっくり、なんとブレーキパッドの残量0ミリ、おまけにディスクローターまで傷がついて要交換という診断でした。つまりこの1年であっという間にブレーキパッドが数ミリも減ってしまったということです。フロントマンとのやり取りの結果、

おそらくAさんがしばらく単身赴任で不在の間にディスクローターがすっかり錆びてしまい、その結果、最近になってブレーキパッドがヤスリで削られるように急速に磨耗してしまったのだらうということでした。ユーザーの生活環境の変化が部品の消耗にも極端な影響を与えてしまったということですね。フロントマン氏も「入庫のご予約のとき、何か異常はないかひと言お尋ねしておけば、ディスクローターは助かったかもしれませんね」と恐縮していたそうです。

コミュニケーションの「質」がますます重要に

Aさんの場合は極端な例かもしれませんが、お客様のカーライフのスタイルとサービスには密接な関わりがあります。お客様のカーライフの前提にあるライフスタイルや、ライフスタイルの変化を情報としてキャッチしていれば、その情報を生かした理想的な提案が行えるのではないのでしょうか。いわばお客様とのお付き合いも、その「頻度」とともに「質」が問われる時代になってきたといえるのではないのでしょうか。いわば「絆」の「太さと強さ」ですね。新規顧客の拡大が困難となった飽和市場においては、既顧客とのワン・トゥ・ワンのつながり、「絆」をいかに太く、強くするかが戦



略の要となっているのです。

個人と個人のお付き合いでは、相手をよく知る、自分のことをよく知ってもらうことが相互理解の早道です。お客様とサービス工場のお付き合いでも同様です。お客様の情報とお車の情報をきめ細かく適切に管理する、それと同時に自社の情報がお客様からもよく「見える」ように、積極的に情報発信を行っていくことが不可欠です。そのような相互理解の上に信頼関係が醸成され、固い「絆」が構築されていくということが、個人のお付き合いにしても、ビジネスのお付き合いの上でも理想的な関係と言えるのではないのでしょうか。

お客様とのコンタクトの頻度を上げ、コミュニケーションの質を高めていく、すなわちお客様にいかにお店に足を運んでいただくか、そしてご来店の際にいかにか密度の高いコミュニケーションができるか、それが重要なテーマになってくることでしょう。

オイル交換でご来店の際に、お待たせしない範囲でスピーディに診断を行い、その結果のご報告とご提案を行う、そしてその一回のご来店ごとの満足感をご提供する、「一期一会」のサービスこそサービスの理想形といえるのではないのでしょうか。バンザイのご提案する「エコスキャンシステム」もそのような「絆」づくりへの、ひとつのソリューションといえるでしょう。オイル交換、タイヤローテーション、バッテリー診断、エアコン診断、足回りサービスなど、個々のお客様に特化したサービス提案を、より適切なタイミングで行うことが可能になるわけです。

さて、本年が皆様にとりましてよりよい一年となりますよう、また皆様とバンザイのより強い「絆」づくりができますよう、なにとぞご支援、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

お客様満足度と来店率の向上に、「居心地の良さ」「明るさ」を実現

北九州市を中心に10個所の店舗を有する北九州ダイハツ販売(株)では、このたび本社サービス工場の環境改善を中心とするリニューアルを実施、省エネ・長寿命の蛍光灯「スーパーリライト」の導入により、明るく視認性の良いサービス工場を実現。サービスの環境改善とお客様へのイメージアップの両面で、大幅な改善効果を実現されています。



常務取締役
吉元 忠行氏

北九州都市高速に面した
本社ショールーム

「作業灯が不要なほど」明るい工場に

北九州市のほぼ中央に当たる小倉北区の同社本社サービス工場は整備、車体整備を合わせて約2,000㎡という大規模な工場です。今回リニューアルを実施されたのは、このうち約半分を占めるサービス工場で、サービスストール計31ストールと検査ラインとなっています。同サービス工場では従来、水銀灯と蛍光灯を併用されていましたが、工場が大きいこともあって照明が十分に行き渡らず、お客様のアンケートでも、「工場が古めかしい、暗い」という声がしばしば寄せられており、「照明の改善が以前からの懸案となっていました」と、常務取締役の吉元忠行氏。事前に測定したところ「場所によっては100ルクスに満たないところもあった」(同)とのことで、水銀灯の2分の1の電力で同等の明るさを実現する「スーパーリライト」の導入を決定されたそうです。また今回は併せて工場の床面の塗装を実施、照明の効果とあいまって、車両をリフトアップして行う下回りの整備でも「作業灯が不要なくらい」の明るさが実現しました。



広いショールームには
話題のミラ・イースも展示



朝はお客様で盛況となる
サービスフロント



検査ラインごしに
サービスストールが
見える待合コーナー



ダイハツカフェのキッチン、
専任の女性スタッフがサービスに対応



ウェルカムボードは
ご予約のお客様でいっぱい

お客様の目にも改善の効果が…

同社では平成18年、ダイハツの「クリーン・マネジメント・ディーラー」を全国に先がけて取得されるなど、早くから環境面への取り組みを実施されてきましたが、今回のリニューアルによりお客様からは「工場が明るくなったね」という所期の効果とともに、「スタッフも明るくなりましたね」という声が寄せられているそうです。明るく作業しやすい作業環境が実現したことによって、メカニックの動きにもプラスに作用し、それがお客様の目にも好感を持って映ったということでしょう。「これは期待を超える嬉しい効果でした」と、吉元常務。

また併せて検査ラインとコンピュータ検査システム「ネットワーク」を導入したことで、検査業務の効率化と併せて記入漏れ、チェック漏れの無い帳票作成を実現されています。

スーパーリライトは省電力50%、LEDを長く長寿命、Ra85の高演色性、ON/OFFが自在、など工場の照明に最適



スーパーリライトの導入と
床面の改修により、
見違えるほどの明るさに



お客様に喜んでいただける提案、お店づくりを推進

同社では「お客様に居心地の良いお店づくり」により、CSの向上および来店率の向上を推進されています。そのため「カフェプロジェクト」に加えて独自の「お客様係」が専任でお客様へのサービスにあたっています。「お客様に来店していただくためには、いい商品、いいサービス、そして居場所を作ることが大切」と、吉元常務。お客様に喜んでいただける商品提案を行うため、毎月の提案商品を設定、毎朝の朝礼でロールプレイングを実施するなど、お客様とのコンタクト、コミュニケーションにも力を入れています。こうした施策により、同社では定期点検で90%以上、車検で85%という高い来店率を達成。今後は設備面での改善効果をさらに他の営業所にも展開していきたいと抱負を語っておられました。

サービス工場の外観



検査ラインには
4灯のスーパーリライトを
6台設置



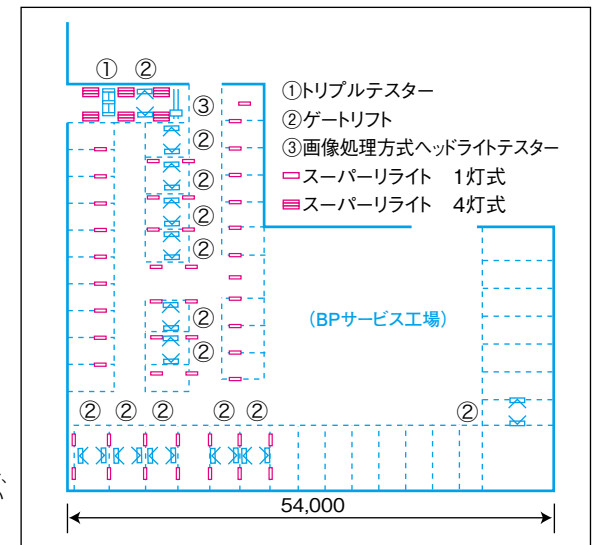
ネットワークシステムを導入し、
確実、迅速な検査を実現



スーパーリライト導入により
下回りの整備にも作業灯が
不要なほど明るくなった
作業ストール



スーパーリライトは4灯式6台、
1灯式49台、昼夜変わらない
明るさを実現



お客様の目線で「気持ちよい店づくり」を実現、「誇りとプライド」を持てる工場に。

沖縄県に8店舗を展開するトヨタカローラ沖縄(株)では、このたび浦添店の店舗・サービス工場を全面的に一新、テトラスリフトをはじめとする最新設備を導入するとともに、お客様の目線で「見やすい、気持ちの良い」サービス工場を実現しました。



沖縄本島北部までを結ぶ幹線国道58号線に面した浦添店



大きなキャノピーがランドマーク

お客様との「距離感の近さ」がコンセプト

那覇市の北に隣接する浦添市の国道58号線に面した同店は、青空に映えるオレンジの看板と大きな円形のキャノピーが目印です。同社では約40年間、この場所に本社と浦添店、サービス工場を構えてきましたが、「旧工場は体育館のような建物に2柱リフトを設備しており、狭く、作業の安全面にも気を使う必要がありました」と、伊波武マネージャー。そのため長年にわたって店舗のリニューアルが課題となっていたそうです。今回の工事は2期に分けて1年間をかけて実施されました。「一番の設計ポイントとなったのは敷地の形状。段差を生かしてショールームから見おろせるサービス工場にしました」と、上地安明取締役サービス部長。設備の使いやすさとともに、「見やすい工場に」と、お客様との「距離感の近さ」がコンセプトだそうです。



敷地の段差を生かして「見える工場」に



一般整備のストールも明るく快適な環境に

奥側のストールにもテトラスリフトを導入



レセプションストールはスペースも広々、左の待合室から見られるレイアウトに



取締役
営業本部・サービス部長
上地 安明氏



営業本部サービス部 課長
金城 正哲氏



浦添店サービス部
課長代理マネージャー
伊波 武氏

長年の「思い」を凝縮した工場が実現

サービス工場は11ストールに検査ライン、そのうちレセプション・クイックサービスに3ストール、一般サービスストールに8ストールがあてられており、テトラスリフトが10基、タンデムリフトが1基設備されています。ショールームに接したレセプションストールと検査ラインは床面をタイル貼りとし、またリール類を吊らず、すっきりとしたイメージを追求しています。そのためテトラスリフトのマストにエアチャックを装備し、オイルガンはオリジナルの作業台に設備するなど、徹底して「お客様の目線」を意識した設計となっています。工場の企画にあたっては「空想のレベルからスタートして、その空想に現場のスタッフにも付き合ってもらって、自分たちの工場を作るんだという意識で意見を出してもらいました」と、金城正哲課長。その結果「長年の思いを、2年ほどの期間で凝縮して実現しました」(同)とのことでした。



待合室のカウンターから見たレセプションストール、リールもなくスッキリ

エアチャックを装備したオリジナルカラーのテトラスリフト



検査ラインのスクリーン付きフラットワークステージXで床面もフラットに



奥側から見たサービス工場、通風のよい設計



送風時でも抜群の静粛性の静音エミメントと下部洗浄機を設備



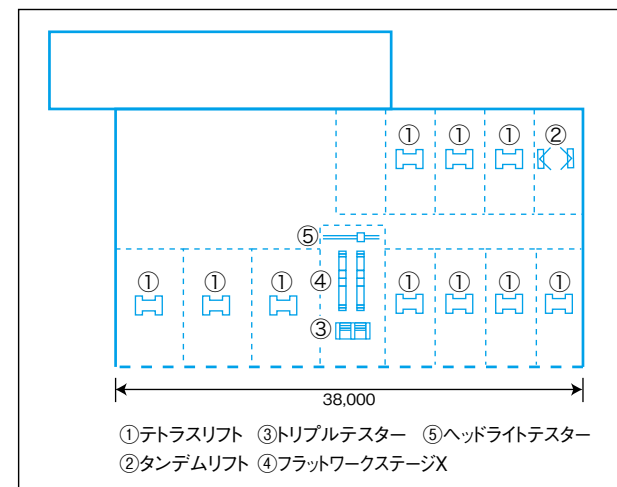
サービススタッフ全員でお客様への信頼感をサポート

ショールームも明るく広々



お客様の評価が「プラスのスパイラル」に

現在同店では点検、車検もお待ちになるお客様がほとんどです。そのため「省力化により本来の整備に集中して取組めるように」(上地取締役)するとともに、「待った感じのしない店舗づくり」(同)が大切になるとのこと。「見やすい工場」のコンセプトもそのための必要条件です。「以前のようにリフトのアームにぶつかることもないので、動きが以前とは全く違ってきました」と伊波マネージャー。さらに、「新工場には二つの狙いがありました」と金城課長。それは「作業のしやすさ」と同時にエンジニアに「誇りとプライド」を持ってもらえるように、ということです。お客様に「技術」を見ていただくことはできません。その「サービスの姿」を見ていただくことでお客様からより高い評価をいただき、「それがまたサービスに反映されることでプラスのスパイラルになっていけば最高ですね」(同)と、さらに高いサービスレベルの実現に意欲を燃やしておられます。



SHOW ROOM

NW9000 ネットワークシリーズ (コンピュータ式検査ラインシステム)

コンプライアンス機能を強化！
インターネットサポートでつねに最新のシステムが利用できます。
車検データをQRコード、スキャナーで読み込めます。(オプション)



Net work
Pro

処理能力をさらにパワーアップ、
業務ソフトとオンラインを実現。

- こんな工場に
オススメ!
- 車検処理台数が多い。
 - 自社のシステムとオンラインしたい。
 - 指定整備記録簿を全面印字したい。

Net work
Light

必要な機能を絞り込んだ
Lightな機能・価格のシステム。

- こんな工場に
オススメ!
- 車検処理台数が多い。
 - 自社のシステムとオンラインしたい。
 - 指定整備記録簿の点検部分は手書きで運用する。

Net work
Easy

合否判定機能を搭載、
さらに導入が容易なシステム。

- こんな工場に
オススメ!
- 車検処理台数はそれほど多くないが、効率よく処理したい。
 - 指定整備記録簿の検査データのみ印字できればいい。

Net work
Master

自整業システムとオンライン、
検査項目の印字も可能なシステム。

- こんな工場に
オススメ!
- 車検処理台数はそれほど多くないが、効率よく処理したい。
 - 自整業システムと直接オンラインしたい。
 - 指定整備記録簿の点検部分は手書きで運用する。

- 最新のOS(Windows7©)に対応。車両照合、入力内容チェック、各種帳票作成機能を強化し、継続検査業務をサポートします。
※指定整備記録簿以外はオプションです。
- QRコードリーダー、スキャナシステム(いずれもオプション)により、車検証情報の手入力を省力化できます。
- 自整業システム、ディーラーシステム等のフロント業務システムと連携する事により、顧客情報の共有化を図り、入力作業の省力化を追求しました。
- インターネットサポートによりつねに最新のシステムが利用できます。

SHOW ROOM

ゲートリフトⅢ (床上式2柱リフト)



作業性重視！ハイグレードモデル、
余裕の能力3.2t!

- 軽自動車から小型トラックまで幅広く対応します。
 - トップビームが可変式なので建屋の天井高さに合わせて位置の設定ができます。
 - 電力消費が従来機と比較して約30%の節電になる環境考慮のECOリフトです。
- ドアが大きく開けられ降り乗りが楽です。パーフェクトアームが作業効率をアップします。



型 式	能 力	揚 程	全幅×奥行×全高	操作方式	駆動方式	電源モーター	エア圧
GPY-32NA	3,200kg	1,800mm	3,746×1,230 ×3,095~4,208mm	操作レバー式	電動油圧・ 油圧同調	AC200V、 三相、1.5kW	0.7~1.0MPa

セカンドインパクト タイヤチェンジャー(マストチルト式)

最大22インチ対応のスタンダードモデルながら、オプションのサポートアーム、
外付けジェットビードシーター等を装着することにより一層作業性が向上できます。



マストがチルト(傾斜)する
タイプでスイングアーム式
に比べ、作業効率がUP。



スピンドルロックがワンプッシュ
ボタンで出来るため、ホイールと
マウンティングヘッドのクリア
ランスが自動で作業性が向上。



ビード落とし時にホイール
に傷をつけにくいビードブ
レークカバーも標準付属。



ターンテーブルの正・逆転、ホイール
クランプ、ビードブレイク、マストチ
ルトもフットペダルで簡単操作。



ホイールに傷をつけに
くいシューカバーが標
準付属。傷付防止に役
立ちます。

型 式	対象ホイール	電 源	使用空気圧	テーブル 回転速度	設置目安寸法	重 量
TCSI-22	リム径 12~22インチ リム幅 3.5~12インチ	AC200V 三相 0.55kW	800~ 1,000kPa	1段階 正転/逆転	W 2,245mm D 2,075mm	約200kg

SHOW ROOM

スーパーリライト（高天井用蛍光灯器具） Xtra-HCシリーズ



KT54401W5T/P/1 (4灯式)



PZ54101/5 (1灯式)



PZ54201/5 (2灯式)

導入事例



導入前

導入後

400W水銀灯
消費電力/1台
415W

スーパーリライトHC
消費電力/1台
208W

同等照度

消費電力・CO₂排出量50%カット

スーパーリライトHC4灯式は、
①400W水銀灯と同等照度！
②消費電力が半分！

照度を変えず、消費電力は1/2！

400W水銀灯……………消費電力=415W/1台
スーパーリライトHC (4灯式)……消費電力=208W/1台

即時点灯が可能

従来の水銀灯は一度消灯すると温度が下がるまで点灯できませんが、スーパーリライトHCは蛍光灯なので即時の点灯が可能です。

こまめな消灯で省エネ実現！
瞬停などのトラブル時もすぐ点灯！

LEDを凌ぐ長寿命

特殊技術による蛍光灯、**45,000時間**の長寿命！

交換工賃、
時間を大幅削減！



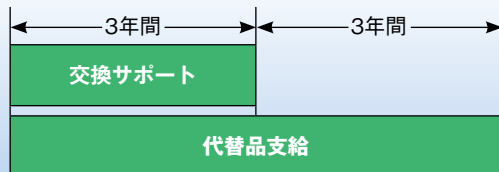
演色性による効果

演色性が高いランプの元では、
①色の再現性が高いため「見やすさ感」が高くなる。
②「明るさ感」が高くなるため実際よりも明るく見える。

作業効率UP、作業環境の改善！

6年間のW保証

サポート保証
(器具交換)
製品保証
(器具+ランプ)



※保証書の提示が必要になります。
※保証の対象はスーパーリライトHCシリーズのみとなります。

SHOW ROOM

タイミングライト



KTL-3C



KTL-12D

- 先端部に車両保護用の耐油性ゴムカバーを装備。
- 強力な発光によりタイミングマークの確認が容易です。
- 電源コードがなく、作業がスピーディに効率よく行うことができます。(KTL-3C)
- ピックアップコードは約1.5mあり、大型エンジンでも楽に測定できます。(KTL-3C)
- 高速回転では、間欠発光によりタイミングマークの確認が行えます。(KTL-3C)
- バッテリークリップは、極性を選ばず、バッテリーターミナルに接続するだけで測定できます。(KTL-12D)

型 式	KTL-3C	KTL-12D
電 源	単一電池×2本	カーバッテリー DC12V無極性
消 費 電 力	—	15VA
連 続 発 光 回 転 数	約1,500~2,000rpm (約1,500rpm以上は間欠発光)	—
最 高 使 用 回 転 数	—	4サイクル 10,000rpm 2サイクル 5,000rpm
ピックアップ	電流検出タイプ	
コードの長さ	約1.5m(ピックアップコード)	

サイクロン式エアドライヤー



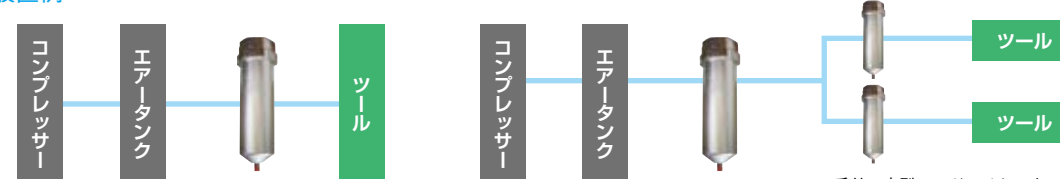
DP-300P、DP-700P

フィルター不要で圧縮空気中の水分と不純物を除去します。

型 式	流量 L/min	接続口径	ドレン口径
DP-100	50~200	1/2	1/4
DP-300	100~400	3/4	1/2
DP-700	400~800	1	1/2
DP-1200	800~1,200	1	1/2
DP-300P	100~400	3/4	1/2
DP-700P	400~800	1	1/2

- 常用圧力 0.1~7.0MPa
- DP-300P、700Pは移動式

設置例



少数のツールを使用する場合

多数のツールを使用する場合

※ツール手前に小型エアドライヤーを取付けることでさらに効果が高くなります。



アフターセールスサー バハレーンに「トヨタ

ビスの新たなベンチマーク、 プラザ」がオープン!

海外情報 トヨタとレクサス車を対象にした新しいサービス施設、「トヨタプラザ」がオープン

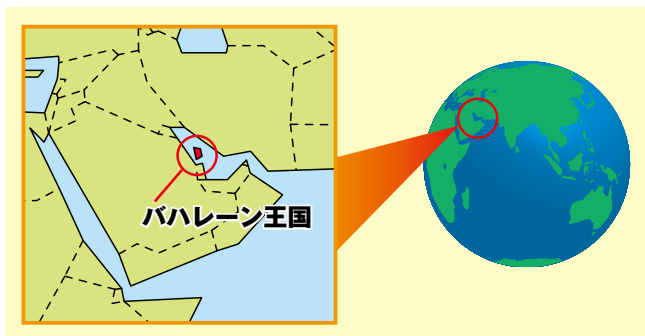
■バハレーン王国



トヨタとレクサス車を対象にした新しいサービス施設、「トヨタプラザ」がバハレーンでオープンしました。顧客からのどのような要求にも応えられる、最新設備を導入した大型ワンストップサービスセンターとなっています。



E.K. カヌー社のメカニックは
技能コンテストでも毎年多数の賞を獲得



■トヨタ、レクサスのブランド価値を表現

「アラビア湾の真珠」と呼ばれるバハレーン王国の面積は奄美大島ほどで人口は約123万人。産油国として、また中東における金融センターとしても大きな位置づけを持っています。イブラヒム・カシル・カヌー社は、財閥系商社として60年の歴史をもち、トヨタ車の販売総代理店としても長年の実績を誇る名門企業です。このたび完成した「トヨタプラザ」は、整備、車体整備を合わせて約300ストールという規模の大きさとともに、同国におけるトヨタ、レクサスの高いブランド価値を表現したシンボリック的拠点となっています。



整備、車体整備を合わせて 300 ストールという大規模工場

■トップクラスの規模、 設備を誇るサービス工場

「トヨタプラザ」は同国の首都マナマの南西に位置するツブリに建設され、敷地面積は約100,000m²、建物で50,000m²を有しており、一般的に規模が大きい中東のサービス工場の中でもトップクラスの存在となっています。

同店の構想がスタートしたのは1998年、長年の企画構想を経て、2005年の着工、2010年7月の完成となりました。バンザイはこのプロジェクトに参加し、工場の設備機器を納入しました。



明るく清潔なサービス工場、設備機器もスッキリと配置

全ストールの床面に
排気ガスのダクトを設備



床面フラット、アーム・プレート兼用のバスカルリフト

■トヨタ、レクサスに万全のサービス体制

サービス工場は全体で約300ストール、そのうち一般整備と車体整備がほぼ半分ずつを占め、さらにレセプションストール、お引渡しストールなど、いずれも広大なスペースをあてられています。またこれも広大な屋内洗車場と6階建ての駐車場も併設されています。サービスストールには約150基の油圧リフトが設置されており、そのうち約60基はバンザイのパスカルリフトとなっています。その他に4基の洗車機、各種リール設備、床下埋設式の排気ガス排出システムなどが導入されています。またB&Pラインシステム用のレールとスライドパレットと4基の塗装ブースを備えています。「トヨタプラザ」の開設により、イブラヒム・カシル・カヌー社は大切なお客様からの要望に対して高品質のサービスでこたえるべく、一段高いレベルのサービス体制を実現しました。



MSC経営戦略会議

第100回特別研究会開催

全国の先進的な整備業経営者の集い、MSC経営戦略会議は1978(昭和53)年の設立総会・第1回研究会からスタートして以来33年、昨年の12月に100回目の研究会を迎えました。さる12月7日～8日の2日間、東京都江東区のホテルサンルート有明に全国からの会員を集めて「第100回特別研究会」が開催されました。

冒頭、小川利明議長は車の進化に対応し、安全を提供するサービス業の使命感を強調。100回目の節目として歴代議長への謝意を表しました。

また今回は講師として大塚マネジメントリサーチの代表、大塚悦郎氏を招き、「業界の変化を読み抜き、勝ち抜く戦略を考える」と題して講演が行われました。大塚講師は、マーケットの現状認識から次世代自動車への取り組み、バリューチェーンの構築など、7つのパートに分けて、詳細なデータを基に「変化を読み抜き」、的確な対応により「勝ち抜く戦略」について論旨を展開されました。

また2日目の日程として、東京ビッグサイトで開催された「第42回東京モーターショー」を見学、次世代エネルギー車や最新技術を搭載したコンセプトモデルなど、国内外各メーカーの展示を見学し、自動車サービスの未来へつながらる糧として2日間の日程を終えました。



第100回の記念すべき研究会を前に、開会を宣する議長の小川利明氏



転換点を迎える自動車サービスへ、勝ち抜く戦略を説く、講師の大塚悦郎氏



情報交流、研鑽の場として100回の節目を迎えた

**開催100回記念
パンフレット
より**

1981年6月 第10回研究会で表彰を行う亀崎茂氏(当時会長)

1988年6月 長野市で開催された第31回研究会にて

1993年10月 大阪市で開催された第48回研究会にて、挨拶に立つ平田行雄氏(当時議長)

感動夢工場

第22回研究会開催

らくらく車検工房、四輪工房、リペア工房、オイル工房からなる感動夢工場はさる10月18日～19日の2日間、京都府福知山市で第22回研究会を開催しました。今回の研究会には「ありがとうミスター保険」として脚光を浴びる自動車保険獲得の専門コンサルタント、高島健太氏を講師に招き、自動車保険獲得の極意を学びました。また2日目は地元の会員企業、大嶋カーサービスを訪問。県内4地域に拠点を展開する地域ナンバーワン企業の戦略、ポリシーの一端に触れました。



開会挨拶を述べる会長の高島健太氏



震災から見事に復活された石巻市の会員、(有)小松自動車社長の小松憲二氏と元子夫人



保険獲得の3つのプロセスを説く、講師の高島健太氏



(株)大嶋カーサービスを訪問、地域貢献の経営戦略を学ぶ

BANZAI GUIDE

安全な作業は機器の定期点検から!

バンザイは各種の定期保守点検メニューをご用意しています。

リフトの点検は「リフト点検資格者」にお任せください!

バンザイでは社団法人日本自動車機械工具協会の「リフト点検資格者認定証」を持つ資格者によるリフト点検を実施しています。



ブルーのステッカーが「点検済」の目印です!

リフト点検を実施したリフトには「青・黄・赤」のいずれかのステッカーが貼付されます。

リフト点検済

このリフトは点検済です。取扱説明書に従って正しく使用ください。

リフト型式: _____
製造番号: _____
点検実施日: 年 月 日
点検者: _____
点検資格者認定番号: _____

BANZAI 株式会社 バンザイ
社団法人 日本自動車機械工具協会 会員

要修理

このリフトは修理を要する状態です。修理完了後、点検を実施してください。

BANZAI バンザイ
社団法人 日本自動車機械工具協会

使用禁止

このリフトは使用を禁止する状態です。修理完了後、点検を実施してください。

BANZAI バンザイ
社団法人 日本自動車機械工具協会

定期保守点検

リフト点検資格者による、点検表にもとづく点検を実施します。

性能維持・法令遵守のため、定期点検を実施しましょう!

「局所排気装置の定期自主検査指針」により塗装ブースの定期点検が義務付けられています。

- 1年以内ごとに1回、定期自主検査を行うこと。
- 検査記録や補修記録等は3年間保管すること。
- フィルターの目詰まりやファン内部の塗料ミストの堆積は塗装品質の低下や火災の原因になることがあります。
- フィルターの定期的な清掃、交換をお勧めします。
- フィルターは純正のものを使用しましょう。

ブースの定期点検・清掃・修理・調整はバンザイにお任せください。



お客様の満足度向上へ、アンケートにご協力ください。

バンザイでは昨年引き続き、アンケート調査をお願いしております。

お客様への満足度向上に、皆様の声をお寄せくださるようお願い申し上げます。

編集後記



私たちの記憶に長く残るであろうさまざまな思いをのせて、2011年は去り、2012年がスタートしました。景気の低迷、円高、ユーロ不安、そして震災からの復興…。さまざまな試練はその一方で人と人の結びつきを呼びさまし

てくれました、「絆」という一字に込めて…。長いトンネルはまだしばらく続くようですが、気持ちは前向きに明るく、新しい年への期待を込めて一歩を踏み出すことにしましょう。上を向いて、前へ。