

BANZAI NEWS

2007

Winter

261

特
集

お客様の視点から始まる感動ストーリー
感動プロジェクト2007 PART1

サービス、技術力をお客様の目に見えるカタチに！
信頼感から生まれる「感動品質」創り





蔵王の樹氷 山形県山形市

シベリアから日本海を越えて吹いてくる強烈な季節風が、蔵王の木々をモンスターに変える。ひと冬の間、厚い雪の装いをまとい、厳しい寒さに耐える木々。晴れた休日には下界からやってくるスキーヤーの歓声が青空にこだまする。

★歳時記

- 1月 1日 元旦
- 7日 七草
- 8日 成人の日
- 2月 3日 節分
- 4日 立春
- 11日 建国記念日
- 14日 聖バレンタインデー
- 3月 3日 ひな祭り
- 18日 彼岸入り
- 21日 春分の日



●目次

- ★新年のごあいさつ.....①
- ★特集【お客様の視点から始まる感動ストーリー 感動プロジェクト2007 PART1】...②
サービス、技術力をお客様の目に見えるカタチに！
信頼感から生まれる「感動品質」創り
- ★モデルショップ訪問.....⑥
いすゞ自動車中国(株) 新本社工場 広島県広島市
山陽道の物流をサポートする
大型・小型車の新たなサービス拠点の誕生
- ★モデルショップ訪問.....⑧
(有)英オートサービス 東京都青梅市
精密な修正技術をデータで証明
車体整備の「ブランド」を支えるセレクト
- ★ショールーム.....⑩
- ★トピックス【モスクワ国際モーターショー】視察レポート...⑫
- ★感動夢工場・工房シリーズレポート No.20.....⑭
リペア工房／四輪工房 (株)ファミリーオート
- ★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、輝かしい新年をお迎えのこととお慶び申し上げます。平素は格別のお引立てを賜り、誠に有難うございます。

さて、日本経済は昨今の景況の中で、さまざまな業界において二極化、格差化が進行していることは、周知の事実であります。自動車アフターサービスマーケットにおきましても、車輛保有台数の漸増傾向また、総整備売上高も3年連続で微増を続けておりますが、市場における競争は依然として厳しいものとなっております。

そのような中で、弊社ではカーオーナーの満足を感動に高める「感動品質」を数年前よりご提案申し上げてまいりました。これは商品(サービス)、技術力、店舗、接客対応など、それぞれの品質を高め、磨き上げることによって自動車サービス業としてカーオーナーに選ばれる店づくりを実現するものです。またこれに加えて、昨今では工場環境対応、コンプライアンス対応など、企業として果たすべき役割も多岐にわたっております。

そこで、弊社では「感動品質・お客様の視点から始まる 感動ストーリー」と題しましてユーザーニーズを的確に捉え、お客様の視点にあったサービスの高品質化すなわち感動品質を設備機器の販売からメンテナンス、さらに技術力をスキルアップするためのトレーニングなど、微力ではございますがトータルなサポートを通じて、皆様のサービスビジネスのご支援策をご提案申し上げてまいります。

本年はオートサービスショーの開催年にもあたり、弊社はこれらのご提案をさらに多角的に進めてまいりたく存じます。

なにとぞ本年も倍旧のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げますとともに、末筆ではございますが皆様のご健勝をお祈り申し上げます。

2007年新春



株式会社バンザイ
代表取締役社長
栗本 忠雄



お客様の視点から始まる
感動ストーリー
 ～感動プロジェクト2007～
PART 1



**サービス、技術力をお客様の目に見えるカタチに！
 信頼感から生まれる「感動品質」創り**

私たちはモノを購入する時に自分なりの価値観や基準のような尺度をもって考えます。その尺度(モノサシ)は価格や品質、耐久性、満足度などですが、その多くは視覚と触覚で判断することができます。しかし、難しいのは目に見えない、手で触ることができない「サービス」です。これには一定の品質基準がありません。自動車サービスを例にとってみると、事故修理や緊急時の救援などはともかく、定期点検や車検などではお客様へ事前に十分な説明をしておかなければ、納車後に「いったいどこを、どう整備したの」といった疑問が起こりかねません。したがって、立会い車検などのように、診断を踏まえた提案と、きちんとした説明により納得、満足を頂くことや、会社に対する信頼感、接客対応までを含めたトータルな「品質」がお客様の満足、ひいては「感動」のモノサシとなることでしょう。

価値あるブランドには理由がある

例 えばスーパーで購入する肉や魚のパッケージには生産国やグラム数、賞味期限など様々な情報がラベル化されており、選択肢の目安となっています。野菜も同様ですし、さらに視覚によって鮮度も判断できます。高級な食材はブランドが浸透し、信頼されていることで迷わず選ぶことができます。それは虎屋の羊かんだったり、高野のメロンだったりするわけです。つまり知名度の高さはブランドの一つの証明であるわけですが、そこには裏打ちされた根拠が存在しています。例えば食べ物を作っている会社であれば、「老舗」「不変の味」というイメージや、品位ある包装、紙袋などとともに、店員の教育、接客対応などといった部分までが含まれてきます。お客様のイメージや期待感を裏切らない品質の提供、企業ポリシーの訴求などです。そして口コミや情報誌によって大衆に認知されるようになり、ブランドとして周知されるようになります。

自 分が身に付けるファッションやアクセサリ、小物などはもちろんのこと、人さまに差し上げるプレゼントなどにも、「有名ブランド」であることは選択のさいの決め手となります。こうしたブランドの選択は「気配り」として受け止められます。受け取る側にしても「どうせ頂くなら、贈り手の気配りが感じられるもの」が喜ばれることは当然です。もちろん相手の好みや家族構成などを考えて、ということが前提です。金額や、物の大小ではなく「気の利いたチョイス」が贈り手の気持ちを伝えるプレゼントとしては不可欠の条件です。

お客様の目線を考える、気配りの基本

自 動車サービスにおけるお客様への「提案」とは、前項でご紹介したような「贈り物」と同じです。いかにお客様に喜んで受け入れられるようにそれを手渡すか、そこにはお客様の立場「目線」を考えた「気配り」が不可欠です。ドアの一部に小さなへこみがあって、その修理をご提案する場合、そのお車の年式やお客様の乗り方を考えてご提案することでしょう。すべてのお客様に一律に本格钣金をお勧めすることはありませんね。通勤の足として使っている低年式のお車と、買ったばかりの新車とでは当然ご提案の内容も仕方も違ってくるはずですよ。

い かに「提案」の中身を受け止めていただけるように手渡すか、それには「包装」や「ひとこと添える言葉」にも気を配ることが必要でしょう。それは例えば気の利いたイラスト入りのDMなどであったり、前回の整備についてのその後の調子伺いの「ひと言」であったりするかもしれません。

時間の「過ごし方」にも品質があります

お 客様がお待ちいただいている間のその時間、その「待ち時間の品質＝クオリティ」にも気を配りたいものです。居心地が良い、見たければテレビも雑誌も用意されている、お茶が飲みたければフリードリンクが用意されている、そういったサービスはもちろんです。サービス工場からお客様へのメッセージとして「サービス商品を認識しておく」ことも大切です。これはクルマなら並べておくことができますが、サービスではそうは行きません。サービスを見える形にすること、すなわち内容と価格を明示するということがその一つです。

例 えばクルマの足回り整備の必要性をアピールするメッセージパネルなど、お客様に対する情報提供はサービス工場として、まさに不可欠ではないでしょうか。パネルでの提案であれば押し付けがましいということもありません。お待ちいただく時間に





自社の商品を見ていただく、気に入れば購入していただく。これはお客様にとってもサービス工場にとってもメリットのあることではないでしょうか。お客様に対する気遣いやサービスを懇切に説明する姿勢から、お店の「品質」も感じ取っていただけることでしょう。



コンプライアンスは地域密着の前提条件

「地域に密着」というスローガンを良く耳にしますが、どのような形で密着しているのでしょうか。それはボランティア活動に積極的に参加するといったような「奉仕の心」であったり、また毎月決まった日に地域の公共の場所を清掃したりなどといった、地域の一員としての行動などであるかもしれません。そうした特別な行為はもちろん素晴らしいことですが、その前に、企業としての「企業の社会的責任(CSR)」が守られているのでしょうか。地域住民の目にサービス工場がどのように見られているかを見直さなければ、地域密着は掛け声だけになって

しまいます。環境への配慮は十分か、企業としての責任は果たしているか、認証工場、指定工場としての責務を忠実に果たしているか、こうしたことすべてが「コンプライアンス」の要件となります。地域に認められるためにはこうした前提をクリアすることが不可欠です。ビジネスの前提条件として、よき住民の一員であり、地域の人々に信頼されていることが必須の条件として求められているのです。

品質を見える形でプレゼンテーション

クルマの診断と、そこから導き出されるカーユーマーへの提案、すなわち「いつ頃、どのような整備をすれば安心、快適です」というメッセージを、いかにわかりやすく伝達するかが、これまで述べてきた「サービスの品質」を実現する王道です。すなわち「診断」とは、目に見えないクルマの状態を分かりやすく目に見える形でプレゼンテーションすること、と言い換えられるでしょう。

冒頭にあげたように、サービスは目に見えないから品質が分かりにくいのです。それを見える形にすることが「お客様に見せる＝お客様を魅せる」サービスの基本です。コンピュータのモニターをお客様に示しながらご説明をする、あるいは診断データをプリントアウトして説明する。またお引渡しの際に次回のメンテナンススケジュールを提示するなど、目に見える形の提案ほどわかりやすいものはありません。

診断・整備する、説明する、さまざまな技術力

「品質」を目に見える形にすることが大切、というところでスーパーの野菜や魚を例に挙げましたが、自動車サービスにおける「品質」とはもちろん技術力を前提とするものです。いくらアピールが上手でも、サービス技術力がそれに追いついていなければ、まさに看板倒れになってしまいます。「整備してもらったのに、ちゃんと直っていない」、といったお客様の不満の原因の多くは、サービスの技術力とともに、説明力にも起因するものだとされます。

ここであらためて力説したいのはやはり技術力は自動車サービスの原点であるということです。そこでブランドづくりの原点に立ち返って、匠(たくみ)としてのメカニックの位置付けを再確認して見ましょう。ただし、「職人かたぎ」という言葉のイメージとして、気難しい、とっつきにくいイメージがあることも確かです。それは自分の技術に対する自負からくるものなのですが、こればかりは消費者が主導するマーケットにおいては受け入れられません。職人・クラフトマンの良いイメージを自社に導入することが、「他店にないサービス」「お客様に選ばれるサービス」の決め手です。例えば、整備士の資格を表示するなどです。「感動夢工場」のステップアップ研修の認定証なども、技術力をお客様に見える形で提示するアピールの形なのです。

もちろんクラフトマンシップの表現として、「道具」すなわち整備機器も大切です。メカニックが自ら選んだ「こだわり」のある機器ならば、お客様にも違いをアピールできることでしょう。



現在のクルマは勤や長年の経験だけでは対応できないほど進化しており、精度の高い計測機器が必要です。まさに現代の工房とは職人が織り成す技と一流の道具選びが混在して初めて存在するのです。「整備工場はどこも同じ」ではないことを立証するのがブランドの創造といえます。すなわち、これもお客様の目にも見えるように「差をつける」ということにほかなりません。

「こだわり」を、「選ばれる店」づくりに生かす

さて、ここまで述べたように、本来のブランドは培われた技術力とサービスの品質をもとに、お客様からの信頼を得て成り立つものです。もちろん、技術力を磨くことはサービス工場である限り永遠の課題でありそれを目指す地道な努力が必要です。そしてさらにブランドの創造を確立するためには技術を補う「道具、選びも不可欠です。それぞれの分野で一流と言われる人たちは特異な感性と道具への「こだわり」を持っています。他店とどのように差をつけていくか、一般的名称である自動車サービス工場から一歩踏み出した「お客様に選ばれるお店」として存在価値を見出してもらうというものです。バンザイのご提案する「感動夢工場」もまさにこうした他店との「違い」「差」を形に変えるご提案なのです。

次号では差別化から格差化の対応についてご提案申し上げます。

山陽道の物流をサポートする 大型小型車の新たなサービス拠点が誕生

山陽、山陰にまたがる中国5県にネットワークを展開するいすゞ自動車中国(株)では、このたび本社と従来の広島支店・広島西支店を統合し、新たに新本社工場・広島サービスセンターを開設しました。これにより、関西と九州を結ぶ山陽道の物流をサポートする、大型車、小型車のサービス体制の構築を推進しています。



佐伯区の五日市港に完成した新本社工場



ソフトビジネス推進部 部長
新祖 幸三氏



サービスセンター長
米元 久満氏

拠点統合により高度なサービス体制を実現

広島市の南西部、佐伯区の海岸線に面した広大な港湾地区の一角に、新たに完成した同社の新広島サービスセンターがあります。従来、市内の庚午にあった広島サービスセンターは小型車が主体であったことから、大型車、小型車までを4500坪の敷地を有する同一工場として、さらに効率的なサービス体制の構築を図るため、同社・西支店の大型車サービス工場と統合し、新たな本社・サービスの拠点として完成されたものです。

「中国筋を走るお客様にとって、いすゞ中国のサービス工場があるから安心、そういう信頼感をお客様に持っていただくための投資でもあります」と、同社のサービスを統括する岡利英常務。まさに、近畿と九州のビジネスエリアを結ぶ山陽道の要衝に位置するサービス拠点としても大きな位置付けを持っています。



正面奥が大型車サービス工場

すべてにゆとりある設備、最新機器を導入

「この工場には大きな目玉といえるような派手な設備はないんです」と、工場の企画を担当されたソフトビジネス推進部、新祖幸三部長。「その代わり、ストールの余裕、明るさなどベーシックな部分では全く妥協していません」と言われるように、ストール幅6.5mをとり、天井の高さにも大きなゆとりを持たせ、また照明も1000ルクスの明るさを確保するなど、他工場にない作業空間の広さが感じられます。



整備10ストールと車体2ストール、洗車場も併設した大型車工場



大型フロアリフトを2ストールに導入

もちろん設備面でもツインエース、大型フロアリフト、ピットリフトなどあらゆる作業目的に対応する最新の省力化機器をフルに導入、各種の周辺機器とあわせて効率的に配置しています。

「ぜひ導入したかったのはバキューム装置ですね」と、新祖部長。壁面から各ストールへ新油の供給、廃油・LLCの回収ラインなど、整然と配管された各種のパイプラインはこの工場全体がシステマチックに運用されている証しのように感じられます。

また一方、きめ細かい配慮がうかがえるのがメカニックのバックヤードともいえる休憩室、シャワールームなどの設備です。トイレの広さも通常の1.5倍ほど広くとられているなど、こうしたゆとりある設計が随所に見られることも同工場の大きな特徴といえるでしょう。



フロア全面をフラットに、とニューキャタピラツインを4ストールに導入



ドライブスルーの検査ライン



ピット内は広々、ピットリフトも装備



キャタピラツイン3機を導入した小型車整備工場

工場のライフライン、新油、廃油、バキュームの配管が整然と並ぶ



お客様待合室にはシャワールーム、和室も完備



補助洗いが立ったままで行なえるよう、両側にピットを設けている

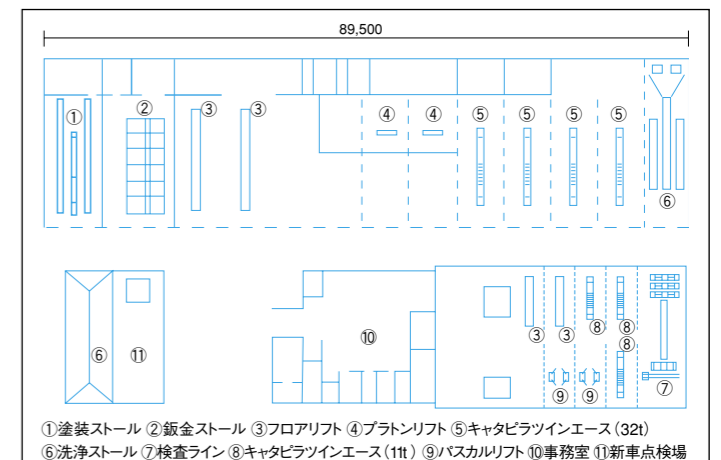


固定式下部洗浄機と側面洗浄機を装備した洗車場、ステンレス張りですつねに清潔

ドライバーにも喜ばれ、選ばれる工場に

「大型トラックでは月間走行2〜3万キロが普通」と言われるほど、高度な稼働効率求められるのが物流に携わる顧客のニーズです。こうした物流を支えているのが大型車サービスといっても過言ではありません。いかに安全にトラブルなく走行できるか、そこにはサービス体制のバックアップが不可欠です。「ドライバーに支持され、選ばれる工場でありたい」(新祖部長)という願いを込めて、待合室などにもきめ細かい配慮をされています。

まさに山陽道の要に位置するサービス拠点として現在は365日の営業体制でサービスに当たっています。「いずれは24時間体制も視野に、サービス体制の充実を図りたい」(新祖部長)といわれます。「集約化の目的の一つはこうした人的なりソースの活用にもあります」(岡常務)と、大型車サービスの未来像を胸に描かれています。



精密な修正技術をデータで証明 車体整備の「ブランド」を支えるセレット



圏央道沿いにある第一工場



第一、第二工場ともに認証を取得

東京都青梅市の(有)英オートサービスは輸入車、とくにポルシェのボディリペアでは前々から知られた存在です。「修理したクルマは本来の性能を100%発揮できることが必要」というポリシーのもとづく同社の高度なサービスの「品質」は、一般オーナーはもとよりレース愛好家からも高い評価を得ています。



代表取締役社長
田中 治郎氏

技術力を支える「セレット」への信頼

「300km/hで走るクルマが修理後、295km/hしか出せなかったら、修理した意味がない」と語るのは同社の田中社長。もちろんこれはレースを念頭においた例ですが、レースマシンに限らず、きちんとした修理を実施すればどんな事故車でも元どおりに修復できるはずだし、走行性能も元通りになるというのが持論です。そのため、田中社長が創業以来、万全の信頼を置く車体修正装置は「セレット」で、現在同社では7基をフルに活用しています。

セレットクラブの会員である田中社長がセレットを愛用されている理由は、欧州車メーカーの多くから指定を受けていることと、その修正方式が車種別専用ジグであることです。「カーメーカーの生産方式と同じ原理のジグベンチなら、正確に直せるのが当たり前」ということになります。

このような車体サービスに関する高度な技術と品質により、「英」の社名は全国のポルシェオーナーやレース愛好家にとって車体整備の「ブランド」として知名度の高い存在となっています。



精密な三次元車体測定を可能にする「ナジャ」



セレットが精密な修復技術の裏づけとなっている

精密修正をデータで証明「ナジャ」

創業以来、独自のサービス保証を打ち出してきたことも、同社の技術力の証明といえるでしょう。もともと輸入車の整備で技術を磨いた田中社長は昭和44年、31歳で同社を創業されました。当時、急速な進歩をとげた国産車の技術革新により、「これからのクルマは壊れなくなる」との予想から車体整備に着目されました。そして、車体修正の技術力をもとに修理車両に対して「2年間保証」を付けることにより、カーオーナー、カーディーラーから高い信頼を頂いたとのことです。そしてこのたび、その信頼性をさらに確実なものとするため同社では、セレットの車体計測システム「ナジャ」を導入しました。これにより完成車両の精密な車体修正と高度な復元技術をデータで証明することが最大の目的です。

「ホイールアライメントだけでは、精密な修正の証明にはなりません」と田中社長。ボディアライメントがきちんと修正できていなければ、ホイールアライメントだけを合わせても意味がないからです。ボディアライメントを正確に合わせておけば、ホイールアライメントも精密に復元できることになります。



明るく清潔なサービス工場(第一工場)



ヘッドライトテスター、サイドスリップテスターも導入



第二工場の外観



ポルシェだけでなくレースマシンも手がける



オーバースライダーシャッターで快適な作業性を確保

カーオーナーへの安心を提供

「ポルシェに限らず、きちんと修理すればどんなクルマでも本来の性能を発揮できます」と田中社長。むしろ、現在の国産車は全般的に車体が高精度に製造されており、アライメントの調整個所が少ない車種が多いため、精密なボディ修正がさらに不可欠なものになっているとのことです。

「クルマはお客様の生命を乗せるもの」であり、車体整備の重要性はさらに今後も高まっていくものと予想されます。修復の不具合によってカーオーナーが危険にさらされることは万が一にもあってはいけなく、そのような企業のコンプライアンスにも関わる「完璧修復」こそが、まさに同社の「ブランド」の支えになっているようです。

SHOW ROOM

トリプルテスター(ブレーキ・スピードメーター・サイドスリップ複合テスター)



新メーター▶



- デジタルメーターの内部基板が一新され、小型軽量になり、デザインも新しいイメージに変更になりました。
- 表パネルは上方へ開く構造となり、基板調整のためのボリューム類は正面から調整できます。
- 光リモコン受信器が指示計内部取付け型になりました。
- 本体およびローラーの標準塗装色も一新されました。

商品型式	型式試験番号	許容輪荷重	本体寸法	メーター寸法
ABSTE-150B-2	JASEA-A-7 JASEA-B-S-9	1,500kg	長1200×幅2900 ×深さ240mm	縦300×横460 ×奥行150mm

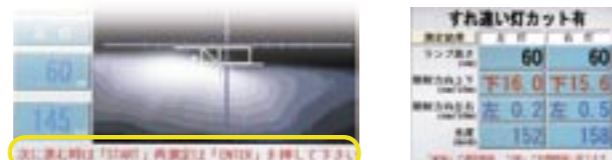
▲標準付属のワイヤレスリモコン

画像処理方式ヘッドライトテスター



HT-702シリーズ

HT-718シリーズ



操作メッセージ例

測定結果画面例

- すれ違い灯の測定に最適なCCDカメラを搭載しております。
- 測定結果は1台分記憶できます。(左右の光度、照射方向、取付け高さ)
- LCD表示部に操作メッセージが表示されるので、迷うことなく測定できます。
- ヘルプ機能が内蔵されています。
(取扱いの概要を随時、確認しながら測定できます。)

商品型式シリーズ	HT-702シリーズ	HT-718シリーズ
測定方式	手動式(画像)	全自動式(画像)
型式試験番号	JASEA-H-23	
測定距離	1m	
指示範囲	走行灯 0~120,000、すれ違い灯 0~40,000cd	
照射方向	上 20.0 ~ 下 35.0cm/10m	
(走行灯、す)	左 35.0 ~ 右 35.0cm/10m	

音量計<自動車検査用機械器具(車検機)の音量計として技術基準に適合>



型式	NL-260029
型式試験番号	JASEA-0-4
測定レベル範囲	A特性 30~130dB C特性 36~130dB



型式	SV-6230
型式試験番号	JASEA-0-5
測定レベル範囲	A特性 30~130dB C特性 36~130dB

SHOW ROOM

ML5000TECH マイクロライン・ホイールアライナー



- OSにWindows-XPを採用。高解像度グラフィックで19インチの大型ディスプレイに表示します。
- センサーシステムとランアウト補正機能により、精度の高い安定した測定が行えます。
- 8つの赤外線センサーを使用。車両の前方、側面だけでなく、後方にも赤外線を通します。
- ケーブル接続を行わないセッティング、容易な無線通信システムです。

型式	ディスプレイ	許容輪重	対象ホイールサイズ	測定ホイールベース
ML5000TECH	19インチ TFT	最大 1,000kg	12~22 インチ	最大 5m

モンティ タイヤチェンジャー



- アダプター不要で10~23インチに対応できる、スタンダード・マストフルト式のタイヤチェンジャーです。
- マウンティングヘッドは扁平タイヤ考慮した形状。タイヤホイールに無理な力がかからず安心して脱着作業が行えます。
- テーブルの回転速度がペダル操作で2段階に切替え可能。脱着の難度に応じて速度が切替えられるので、効率の良い作業ができます。

型式	適用リム	タイヤ径	電源&エア圧
MON-3300A	径 10~23インチ 幅 3~12インチ	最大 990mm	AC200V、三相、0.9kw 800~1,000Kpa

(オプションのタイヤサポートアームキットの併用で、更に容易かつ短時間のタイヤ脱着が可能です。)

フォーミュラ VECTOR ホイールバランサー



- ディスタンス自動入力、ウェイトクリップ、スポークプログラム、ウェイトマッチング機能を搭載。タイヤ交換作業を豊富な機能でサポートします。

自動入力：IN、OUTにアームを当てるだけで入力完了。
ウェイトクリップ：ウェイト修正位置を確実にキャッチ。
スポークプログラム：スポークホイールも美観を損なう事なく修正。
ウェイトマッチング：最適な組合せをコンピュータが計算。

型式	対象ホイール	測定範囲	電源
V9700	最大重量 ホイール径 ホイール幅	アンバランス 0~225g	AC100V 単相 250w
	65kg 8~23インチ 3.5~20インチ		

海外情報 自動車関連の国際見本市

「インターオート2006」「オートサロン」「モスクワ国際モーターショー」開催

■ロシア



クロッカス・エキスポ国際展示場のシンボル、メインゲート



会場内にはおなじみのブランドが目白押し



世界が注目、ロシアの自動車市場

社会主義経済から資本主義経済への移行を目指すロシアでは、近年とくに世界的なエネルギー資源需要を背景に急速に市場経済が拡大しています。その中で自動車、とりわけ乗用車の販売台数も2005年には171万台と大幅に伸長、そのうちの40万台を輸入新車、とりわけ日本車がその約半数を占めているといわれます。

このような市場を背景として各国の主要自動車メーカーもロシア市場へ本格的に進出しつつあり、我が国からもトヨタ、日産が工場を建設中です。また急増する自動車保有に対してアフターサービスのニーズも拡大しており、整備、部品など関連業界からも熱い視線が注がれています。



モーターショーには我が国主要メーカーも出展

注目の見本市、3つのショーが同時開催

そこでこのたび、首都モスクワで開催される運びとなった自動車部品、アクセサリ等をはじめ自動車関連の設備機器などの見本市「インターオート2006」と、同時に開催された「オートサロン」および「モスクワ国際モーターショー」の視察に、バンザイから専務取締役・関谷徹、執行役員海外販売部部长・藤下努の2名が現地を訪れました。

去 年8月30日から9月10日まで、「インターオート2006」の会場となったのはモスクワ市北西部の郊外に2004年にオープンした近代的な見本市会場、クロッカス・エキスポです。展示面積は屋内9万㎡、屋外7万㎡と広大さを誇り、「オートサロン」「モスクワ国際モーターショー」もこの会場で同時に開催されました。



サンクトペテルブルクの郊外にあるトヨタレクサスディーラー



サンクトペテルブルクの郊外にあるマツダディーラー



最新モデルはもちろん、中古車、二輪、部品、用品、アフターサービスもすべてここでOK



ネヴァ河から望む世界でも名高いエルミタージュ国立美術館

イワン雷帝の建設になる「聖ワリシー聖堂」

アレクサンドルII世暗殺の地、キリスト復活聖堂

超大型現地ディーラーも視察

出 展者数は30カ国、計1000社以上、会期中の来場者数はオートサロンに約101万人、インターオート、モーターショーは約43万人にのぼっています。

また、これら見本市視察のあい間をぬって、「車のデパート」と呼ばれるヨーロッパ最大級の大型ディーラー「モスクワ」や、ロシア第二の主要都市サンクトペテルブルク市のトヨタ販売店、マツダ販売店ほか自動車関連の店舗を見学しました。



最新の高級車から中古車まで、あらゆる車がここで選べる



来店客の目を奪う、立体的ディスプレイ



赤の広場にて、(右) 関谷徹専務、(左) 藤下努執行役員



株式会社 ファミリーオート

山梨県南都留郡富士河口湖町船津1339-1 TEL.0555-72-1215

●リペア工房 ●四輪工房

「分かりやすさ」が「来店しやすさ」、看板とPRが集客型ショッップの両輪



国道139号線に向かう河口湖のメイン道路に面した店舗とサービス工場

山梨県河口湖町のファミリーオートは新車、中古車販売から整備、钣金塗装、保険販売まで、トータルなサービスメニューの提供により、お客様の固定化を推進。リペア工房と四輪工房の導入により、車体整備とホイールアライメントサービスのメニュー化を実現しています。



営業 渡辺 剛志氏

■立地の良さと看板で来店を促進 地元では長年の歴史をお持ちのことですが

渡辺:創業は祖父の代です。最初は自転車から二輪、そして四輪へという形でした。祖父は戦争中、軍隊で車輛整備をしていたので、戦後すぐ地元で整備を始めたそうです。ですから地元でも歴史は古いです。現在は父が二代目社長となっています。

■お店もいい場所にありませぬ

渡辺:この場所は8年ほど前に中古車の展示場を始めたのが最初で、整備工場はもともと別の場所にありました。最初は整備工場とは別会社の形で販売部門をスタートしましたが、その後敷地を広げて、工場もこちらに移転しました。現在では販売から整備も钣金もファミリーオートとして統合し、すべてこの場所で行なっています。

■商圈も広そうです

渡辺:富士吉田から富士五湖周辺までです。人口でいうと河口湖町は2万5000人ほど、富士吉田市で5万人近くになります。地域柄、クルマは必需品ですので、クルマは一人に一台と言ってもいいくらいです。各家に2台、3台と保有されていますので、最近ではやはり軽自動車売れ筋です。

■販売、サービス、保険のトータルサービス カーマーカーの看板も並んでいます

渡辺:そうです。各メーカーの看板と、ヤナセのLショップもやっています。入りやすいお店づくりということで、お客様

から見て何を売っているのが分かり易いことがポイントです。販売がなければサービスも入庫しません。私自身は販売から入っていますが、サービスにつながる販売、販売につながるサービスという両方の側面が必要だと思います。



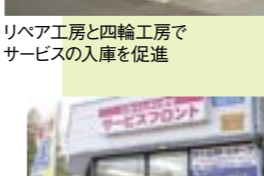
工場は一昨年にリニューアル、明るく清潔にされている



国産全メーカーを取扱い



リペア工房と四輪工房でサービスの入庫を促進



感動夢工場がまごころサービスの「看板」だ



フロントにはお客様待合室を併設

感動夢工場の導入もそのような考えからですか

渡辺:そうです。サービス工場、とくに钣金塗装工場というイメージだと一般のお客様にはとつきにくい、入りにくい部分があるんですね。その意味でサービスについてもこれからはお客様にわかりやすい「看板」が必要だと感じていました。そのため現在はリペア工房と四輪工房の看板を掲げています。

車体整備の入庫はどのようなお客様ですか

渡辺:損保のDRPもありますが、やはりお車をお買い上げいただいたお客様が中心です。いわゆる下請けはほとんどありません。お客様にとってクルマを買った店は一番なんでも頼みやすいんですね。限られた市場ですから、一人のお客様からどんなサービスも任せていただけるような形でなければいけないと思います。



自社販売車両が中心というサービスの理想形



トリプルテスターを設置した検査ライン



車体修正機から塗装ブースまで完備した最新の钣金塗装工場



明るく快適なショールーム、キッズコーナーも併設

■アライメントもユーザーに少しずつ定着 四輪工房のほうはいかがですか

渡辺:アライメントは現在は車体整備の完成検査が主体ですが、これも単独のサービス商品として一般のお客様の利用を拡大していきたいということで、診断・調整のメニューをご用意してあります。車種別のセット価格と、車検時の特別セット価格、さらにチューニングの価格も設定しています。

お客様からの「アライメント」のニーズはありますか

渡辺:先日、20歳くらいの女性が「アライメントを見て欲しい」と入庫されました。その方はホームページで調べたらしいのですが、そのように徐々にアライメントという言葉も浸透しつつあるようですね。

■ホームページはヤング世代への必須のメディア ホームページもきれいに作られています

渡辺:若い人は何かあるとすぐインターネットで調べますね。その意味でも情報発信が不可欠です。いわば看板とPRは集客の両輪ですね。また限られた市場ですので口コミの力も大きいですね。いい口コミを広げてもらえるように、一人ひとりのお客様を大切にしたいと思います。

来店型ということですが、土日営業ですか

渡辺:お正月の三が日以外は年中無休です。サービスも交代で出しています。来店型といっても、引き取り、納車はもちろんあります。いろいろお客様のニーズがありますので、当社としてもできる限り対応していきたいと考えています。

感謝イベントを実施されているとか

渡辺:お客様への感謝祭として、以前から開催していたのですが、ここ数年は年に一回、9月上旬の土曜日の開催が定着しています。抽選プレゼント、フランクフルトなどの模擬店など、すべて無料です。DM発送のお客様で5000軒ほど。二日間で3000人くらいのお客様が来店されます。全従業員の手作りなので、準備などは本当に大変ですが、お客様にも喜んでもらえるので、大きな手ごたえを感じています。

本日はたいへん有難うございました

大型車のホイールナットの締め付けは大丈夫ですか？



国土交通省より、大型車の車輪脱落事故の防止対策についての指針が示されています。この指針には、タイヤ交換等ホイールを取り外して行う整備作業時における注意事項が指示されています。(以下抜粋)

- インパクトレンチで締め付ける場合は、締め付け時間、圧縮空気圧力等に留意し、締め過ぎないように十分注意を払い、トルクレンチでの確認等を併用すること。
- 一定期間(50～100km)走行後、ホイールナットを規定トルクで増し締めをすること。



あらかじめ数値を設定しておけば、その数値に達したらそれ以上締め付けることができない、トルク管理のレンチも注目されています。

また自動車関係の行政・団体・メーカー各社も点検・整備等の不良を原因とした大型車の車輪脱落事故の防止対策について、対応策を具体化する動きが出ております。バンザイでも昨年開催された全国縦断提案会、感動プロジェクト2006において、大型車整備効率化へのご提案コーナーでトルクインパクトレンチの実演を行い関心呼びかけました。



(社)日本自動車機械工具協会においてもJASEAニュース等に広く報道し認識を呼びかけています。

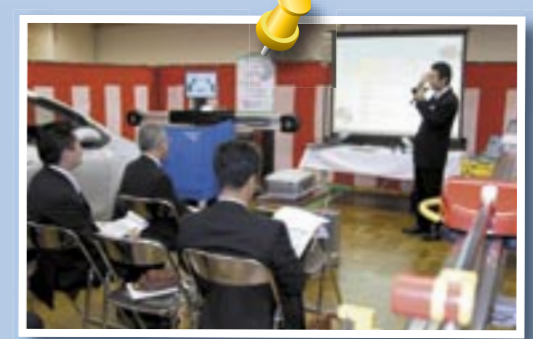
BANZAI GUIDE

感動品質・実現へステップアップ!

感動プロジェクト2006

全国縦断提案会

全国8会場 ご好評のうちに終了！
ご来場ありがとうございました。



「感動品質・実現へステップアップ!」をテーマに、10月13日の福岡会場から全国8か所で皆様にご提案してまいりました「感動プロジェクト2006」は、皆様のご好評のうちに11月22日の仙台会場をもちまして盛況のうちに閉幕させていただきました。各会場に足をお運びいただきましたお客様に、あらためて厚く御礼申し上げます。

長野営業所移転のご案内

弊社、長野営業所は昨年12月18日より下記へ移転いたしました。今後とも倍旧のお引立てをお願い申し上げます。

〒381-0031 長野県長野市大字西尾張部1118-8
TEL.026-263-1433 FAX.026-263-1401

編集後記



私が編集委員として初めてとなる取材は、モデルショップ訪問でご紹介したいです。自動車中国殿。中国地区をカバーする責任感と、国内輸送の一翼を担う使命感がヒシヒシと伝わってきた。驚いたのは、男子トイレはツナギを脱いで用を足しやすいように、かなり大きな個室となっていたこと。ほっと一息つける空間を大事にする、まさに「人に優しい」を

具現化した施設となっている。反面、コンプライアンスには断固とした意思があり、違法改造を続けるドライバーには次回入庫をお断りすることもあるとか。他の方の意見を聞きたいから「客観的な目で記事にしてください」という新祖部長の真摯な姿勢に感銘を受けながら、広島を後にした。

<田川>

セレット ナジャ・エボリューション

CELETTE®

NAJA

アンダーボディ計測、
もっと効率よく、もっと正確に!
コンピュータ車両計測器

EVOLUTION



より高品質な商品化に役立つ

「ナジャ」!



NA-3000J-CL

損傷度合いを0.1mm単位で表示。
あらゆるシーンで最高の精度を
お約束します。

- 入庫検査(見積り)
- 中間検査(修正計測)
- 完成検査(品質管理)など

ナジャはベンツ、BMW、VW、アウディ、ボルボ、プジョー、
ルノー等多くのカーメーカーの承認を受けています。

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: eigyo@banzai.co.jp

関東支店
さいたま市緑区原山4-1-3
TEL 048-881-7941
E-mail: kanto_br@banzai.co.jp

大阪支店
東大阪市長田東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

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: hirosima_br@banzai.co.jp

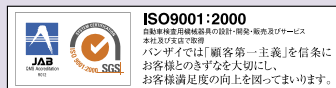
- 出張所 帯広・函館・富山・松山
岡山・山口・長崎・大分・熊本

- 販売会社 バンザイ鹿児島販売(株)
バンザイ宮崎販売(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



ISO9001:2000
自動車検査用検査器具の設計・開発・販売及びサービス
品質及び信頼性確保
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し、
お客様満足度の向上を図っています。