

BANZAI NEWS

2007

Spring

262

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 PART2

クルマに一言、の団塊世代に
ピットから発信する感動メッセージ





苔寺(西芳寺) ————— 京都市

7世紀、天平時代の開山になると伝えられる古刹、西芳寺。庭園の一面に、緑のじゅうたんを敷きつめたように広がる苔のしとね。120種類ともいわれる苔は、石と水、木々の合い間を埋め尽くして、柔らかな起伏を庭園の隅々に広げている。

★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
- 6月 5日 環境の日
- 10日 時の記念日
- 22日 夏至



●目次

- ★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 PART2……………①
クルマに一言、の団塊世代に
ピットから発信する感動メッセージ
- ★モデルショップ訪問① 宮城三菱自動車販売(株)泉インター店…⑥
お客様にアピールする店舗・サービスで、
「拠点の特色づくり」を推進
- ★モデルショップ訪問② (株)三浦自動車整備工場……………⑧
「信頼いただける企業に」のポリシーを
具現化した最新サービス工場を完成
- ★ショールーム……………⑩
- ★トピックス<海外情報>【ベトナム】……………⑫
市場経済化が進むベトナムに、
トヨタ車のサービス拠点が誕生
- ★工房シリーズレポートNo.21……………⑭
株式会社海南シルバー自動車 カーターラス リペア工房
- ★ロータリー……………⑯
- ★BANZAIガイド……………⑰

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～

PART 2



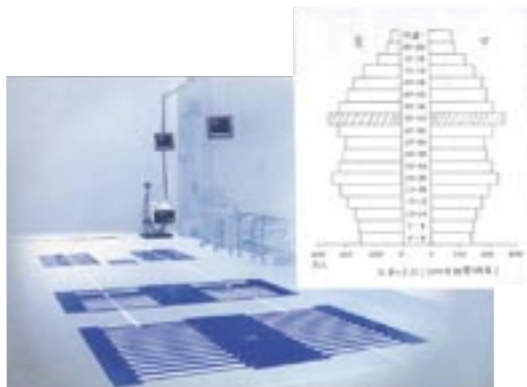
クルマに一言、の団塊世代に ピットから発信する感動メッセージ

世の中、様々な感動に出会い、心を揺るがし涙腺を熱くするシチュエーションは少なくありません。例え涙はなくても与えられた事象に感激し感謝することもあり、満面の笑みを見ることもできます。この笑顔が実は「ありがとう」と言っているのです。もちろん、声に出して一言云う人もおられるでしょう。でも、笑顔は唯一人間に与えられた感情表現であり、コミュニケーションの方法の一つでもあります。



“チョイワルオヤジ” の観察力は鋭いぞ！

自動車整備工場においては様々なクルマが持ち込まれますが、お客様の性格はもちろん、カーライフのキャリアも異なります。今言われる“チョイワルオヤジ”はかつてキャンパーを広げ、ローダウンにして青春時代をブイブイ言わせていたジェネレーションといえます。昔のクルマは自分でプラグを交換し、そこにカーボンが溜まっていたら掃除をし、アクセルスプリングが破損すれば落ちていた針金を拾い、緊急対応するすべを持っていました。しかし、さすが“チョイワルオヤジ”も今のクルマに手出しはできません。したがってこのジェネレーションが集まると回顧録に花が咲き、クルマ談議も「今のクルマは触ることができなくてつまらない」とのたまうことになるわけです。今年“チョイワルオヤジ”も含まれる団塊世代（通称・金時族…金を持っていて時間にも余裕がある）、約1000万人がリタイヤし、その退職金は約50兆円、うち36兆円が株式ファンドに流れると予測されています。しかし団塊世代、或いはシルバーエイジは生活を護るための手段だけを考えている層ばかりでなく、憧れ



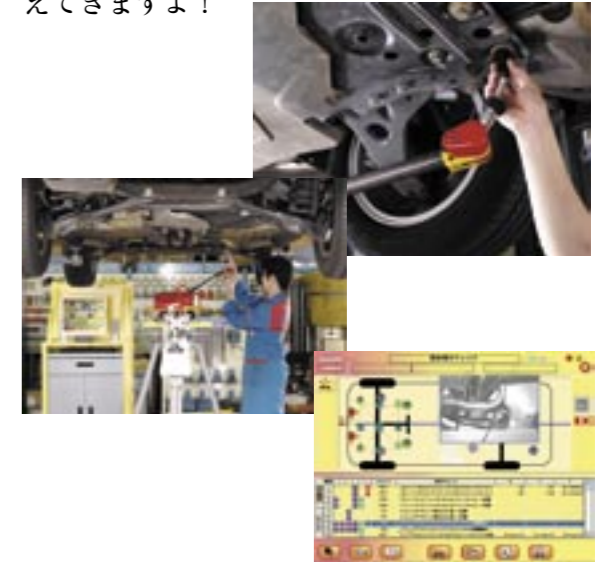
ていたクルマを手に入れたいと考える人も少なくありません。そしてモータリゼーションの発展とともに年を重ねてきた団塊世代は、実はクルマにも一言持っているし、お客様の対応についてもなかなかウルサイ、やっかいな世代なのであります。つい最近まで役員や部長さんとして多くの部下を持ち、売上げやお客様の満足度、礼節や常識などについて指導してきた人たちだからです。それだけのお客様として訪れる場合でも対応方法やお客様を理解させるためのスキルについて胸中でジャッジメントしているわけです。逆にこの層に評価されれば、暇になったオジサンはブラリと遊びにくることもつながるはずで。一言もった団塊世代から優しい笑顔を得ることができたら、その整備工場はCS教育ができていくということになります。団塊世代に対しては神経も使いますが、囲い込みに成功すれば上客の一人になること間違いありません。そこに笑顔、感謝、感動が生まれるのです。例えば、お客様が旅行の土産に地方の美味しい菓子を届けてくれたら経営者や従業員は感激するはずで。車検や法定点検だけのお知らせ葉書を出すのではなく、気軽に、時間つぶしに訪れたい「スポット」としてお客様の頭をよぎる存在感のある整備工場になって欲しいと思います。整備工場は様々なメニューを構築し、お客様の誘引を展開していますが、最も大事なことは心が通い合える場所になっているかどうかです。

ピットでの交流がお客様の記憶に残る

お客様はどこを見て自動車整備工場を評価しているのでしょうか。ここでは対応風景などCSにとまなう内容は省きます。お客様がピットを見て感じることは整理整頓ができていて、ストールに余裕があって機械類が

入庫されているクルマに接触する心配がないこと、整備されているクルマが大事に扱われていること、近代設備が整っていることなどでしょうか。工具類や設備機械も汚れや傷ついていけば例え高品質な機械でも古く、時代遅れの機械に見えてしまいます。または乱暴に扱われているという印象も…。最近では立会い車検も増加し、かつては見ることがなかったピットは“見られる存在”に変貌しつつあります。ピットで作業を行っている時にも、お客様から「その機械は何？」と訊ねられることもあるでしょう。「ハイ、これは従来使用していた黒煙測定器（PM）に替わる測定器でオパシメーター（光透過式排ガス測定器）と言います。最近のディーゼル車は黒煙がほとんど排出されなくなっていますが有機性可溶成分（SOF）が増加し、今までの測定器ではこれを測定するのが難しくなっており、先取りしてこの測定器を導入したのです」。或いはアンダーボディを測定する“ナジャ”を見たお客様には「中古車を販売する前にシャシーなどが歪んでいないか測定する装置です。正しい数値がコンピュータに入っており、その誤差を検知します。お客様にクルマを販売する場合、信頼を得ることが大事です。例え中古車でもお客様を裏切ってはいけないと考えています」。このような説明ができればお客様は、この工場を再認識し信頼を寄せるはずで。そしてそれは小さな感動につながります。何故なら新しい知識を得たことで、整備工場で使用している機械についてもっと知りたいという意欲が生まれ、メカニックの仕事に対して畏敬の念を持ち、企業理念を垣間見ることができるからです。もちろん、作業をしているメカニックに必要以上に話しかけるヤカラは迷

惑な話ではあるのですが…。しかし、見せる整備工場、なら、ささいな質問に答えてくれる雰囲気があってもいいのではないのでしょうか。きっと、よりお客様との心の交流が芽生えてきますよ！



お客様第一主義なら実践あれ！

かつてこの特集でも、カーライフならぬ「ライフサポート」提案として取り上げたことのあるミサワホームの事例をご紹介します。

阪神淡路大震災が起きた時、同社が建てた家屋のうち、最も被害が多かった神戸、阪神、淡路の3地区の6580棟について、地震直後ただちに全国から社員を結集して調査に入りました。その結果、地盤による損傷58棟、外壁モルタルのはがれ、内装の傷などの補修が必要なもの1818棟、類焼による焼失5棟、全壊・半壊はゼロでした。そして、一軒一軒調査に着手したミサワの社員は損傷状態を把握するためだけではなく、すべてのお客様に薬類と食料品を配布したそうです。この行動にお客様は感激したことは言うまでもありません。道路は寸断され、電話も使用できないパ

ニックの状況に同社の社員はバイクや自転車に乗ってすべてのお客様の家を訪問しました。その行動は俊敏で決断力の早さにお客様からは最高の賛辞を受けました。これはCSを超え、今でこそ当たり前のように企業がスローガンにしているCSRの実践でしょう。それでも、ここまで行動を起こすべきなのかという声もあるかもしれませんが、経営トップの決断の早さとお客様第一主義を掲げる企業理念に頭が下がる思いです。

大衆に感動を与えたココシャネル

企業はCIを導入し、アイデンティティなどという難しい語彙をつかって企業理念や方向性を明確にし、外に向けて企業としての主張を通してブランドイメージを図ったり、企業の存在感をPRしている会社も少なくありません。ブランドといえばファッションの世界ではルイヴィトンやエルメス等、最近ではニューヨーク発信のコーチなどが挙げられるでしょうか。この世界ではリアルブランド(真のブランド)の定義として①長い歴史②独特の技術とノウハウ③一貫した伝統④ブランド独自の考え方・哲学⑤独自の美意識⑥高品質と保証…等を謳っています。ヴィトンは荷造用木箱製造メーカーとして1854年に創設され、本格的に日本での販売は1981年でした。日本人が最初にヴィトンのハードトランクを購入したのは1883年、坂本龍馬と同じ土佐出身の後藤象二郎。現在でも彼が購入したトランクのマスターキーがヴィトン本社にあります。エルメスは馬具専門メーカーで、同社がつくるスカーフのデザインがその象徴として現在でも描かれています。エルメスの商標に使われている馬車は「デュック」(公爵)と命名され、当時、多くの型式があった馬車の

中で、この商標が付いている馬車は、今の時代で言えばリムジン、つまり、最もステータスの高い馬車の称号でした。ヴィトンとエルメスが共通していることは当時、欧州の貴族専属のメーカーだったことです。一般市民にはとても手が出せない高額品で、すべてオーダーメイドでした。つまり、リアルブランドの原点です。これに対して、一般大衆の女性こそお洒落を楽しみ、髪をカットし、自由奔放に生きるべきだと考えたのがココシャネルです。リアルブランドに対してラグジュアリーブランド創設の第一歩です。当時、地をほうようなスカートを身に着けていた女性は、動きやすいように裾を短くし、一人ひとりが個性に合った服が選べるように楽しいデザインを考え出し、これが大衆から支持されました。そして香水からバッグ、スカーフなど女性が必要とするほとんどの商品に“シャネル”のロゴをつけました。1900年台初頭、女性のほとんどは自分の手で服をつくっていたので、この作業から解放され、好みの衣類を自由に選べる時代の扉を開けたシャネルは多くの女性に支持され、感謝され、豊富なデザインに感動したと言われています。“伝説とは名声が永遠になること”。シャネルが残した言葉です。



信頼はメンテナンスシート作成から

昔は車検や整備・修理を依頼すると2・3日かかっていました。詳しい説明もなく(お客様も当時は説明を求めることがすくなかったことも要因ではあるが)、「終わったよ!」と言われて黙ってお金を支払って、クルマを持ち帰ったものです。しかし、今の時代は自分のクルマの情報を知りたいというお客様も増えてきました。基本的にはお客様の要望にかかわらず整備後は不具合になった起因と整備内容、今後のアドバイスなどをお客様に説明することがいいと思います。それは病院と同じで、患者の質問に対して親切に丁寧に説明してくれる病院に対しての選択基準が多いからです。しかし、整備工場においては急がれている方や説明を聞くことを遮るお客様もいますので臨機応変に対応する必要がありますが…。では評価される整備工場になるにはどうしたらいいのでしょうか。裏づけあるデータが記載されたメンテナンスシート(カルテ)をお客様にお渡しすることです。もちろん手書きではなくプリントアウトされたものです。メンテナンスシートには正常範囲(許容値)が記され、お客様の現状数値と対比できる方法がいいかと思います。例えば、立会い車検で、部品交換や消耗品についてアドバイスしても「車検がとおるなら、今回はいいよ」という答えがお客様から返ってくる可能性があり、これに対処した方法なのです。つまり我々が健康診断を受けた後、いただく健康診断書と同じです。お客様は整備後に説明を受けても日にちが経過すれば、その内容を忘れ、アクシデントがあって、初めてアドバイスを思い出すものです。したがって帰宅後、じっくり目を通していただくためのメン

テナンスシートは必要なのです。万一アクシデントが起きたときに、お客様は始めて、入庫した工場や説明したフロントマンに畏敬の念を持ちます。つまり、過剰サービスのためにアドバイスしなかったこと、記入されたデータは正しかった、そしてプロフェッショナルであることを再認識するはず。この小さな歩みが信頼を確保し、感動につながるのです。そして真の顧客として、友人や仲間を誘引してくれることにつながるかもしれませんね!



お客様にアピールする店舗・サービスで、「拠点の特色づくり」を推進

仙台市を中心として、宮城県内に販売店網を展開する宮城三菱自動車ではこのたび市内の2拠点を統合した新店舗「泉インター店」をオープン。ショールームからサービス工場まで明るく快適な環境と、お客様との接点となるコミュニケーション機能を随所に盛り込んだ、新しいディーラー拠点を完成されています。



取締役サービス部部长
古川 三男氏



泉インター店店長
早坂 春男氏



各系列ディーラーが立ち並ぶ国道4号線バイパスにデビュー

明るく開放的なイメージのショールーム、フロント



10ストールと検査ライン、洗車場を併設したサービス工場の全容



お客様の接点となる店舗コンセプト

仙台市の北部、国道4号線のバイパス沿いに開けた泉区は近年急速に開発が進み、人口の増加にともなって商業地域としても活性化が著しい地域です。このたびオープンした「泉インター店」は国道に面したガラス張りのショールームと、これも開放的なサービス工場があいまって、明るく新感覚のショップイメージをかもし出しています。

「仙台の北部エリアの中核となる拠点として、広さを生かしたキャパシティとお客様への来店しやすさを第一に考えました」と、店舗のコンセプトを話されるのは同社の古川三男取締役です。オープンで来店しやすい店舗デザインとレイアウト、アクリルのシャッターを採用した開放的なサービス工場、そしていつでも問診・診断に対応できるコミュニケーションピット。こうした随所にお客様との接点としての拠点コンセプトが反映されています。



アクリルのスライドシャッターを採用。工場の前後から出入庫が可能

独自の視点で商品化のメニューづくり

約1,800坪のサービス工場は、コミュニケーションピットを含め合計10ストール。ダブルバスカル、ドライブオンバスカル、アライメント対応のワークステージのほかタンデムリフト5基が導入されています。サービスストールは前後2列に配置されており、工場の両面を開放して出入庫が行なえるようになっています。

さらに、お客様にとっていかに足を運びやすく、しかも来店していただくためのメリットをどう提供するか、そこに同店の独自の「サービス商品化」の発想があります。

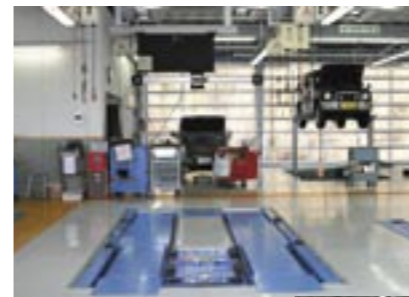


コミュニケーションピットにはダブルバスカル、ドライブオンバスカルを設備

コミュニケーションピットに隣接するホイールアライメントストールに導入された「ジオライナー」は、こうした商品化を前提としたメニューづくりの一環です。従来のアライメントテスターが「サービスに手間と時間がかかるため、十分活用されていなかった」(古川取締役)ことから、「サービス提案に最適」として、今回導入されたものです。

もうひとつは早坂店長の発案による下回り洗車の商品化プランです。融雪剤による塩害など降雪地特有のニーズに対して、自動下部洗浄機の活用によりお客様に効果を実感していただけるサービスメニューとして商品化を検討されているとのこと。

また定期入庫につながるオイルボトルキープなど、各種のサービスメニューの充実を図り、こうした「拠点の特色づくり」を通じてお客様のご来店促進につなげていきたいとのこと。



アライメント商品化の期待を担うジオライナー



広いストールに、さらに余裕ある空間をつくるタンデムリフト



門型洗車機と自動下部洗浄機を備えた洗車ストール



ネットワークシステムで、スムーズで安心感ある検査業務を実現



フリードリンク、キッズコーナーも完備



フロント、待合コーナーからコミュニケーションピットを一望できる

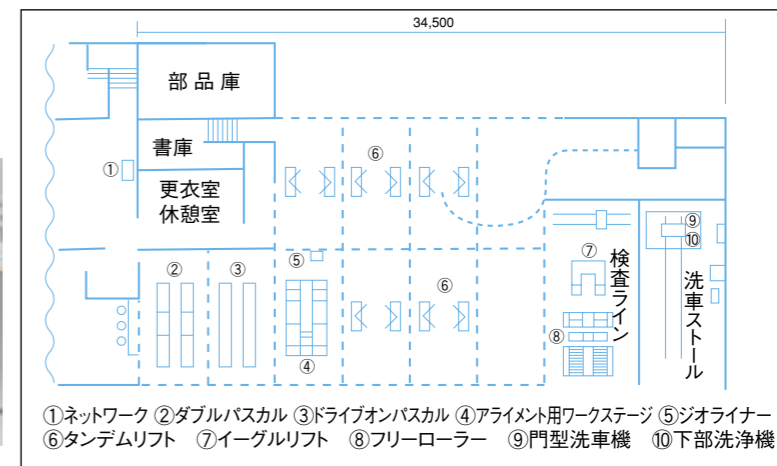


部品庫から二階のタイヤ置き場へ専用リフトを設置

お客様の目に触れる場所で、目に見えるサービス

これらのサービスは「お客様の目にサービスを見えやすく、分りやすく」という商品化の発想から生まれたものです。アライメントも一部のユーザーだけでなく、もっと一般のユーザーにも利用していただけるように、とリーズナブルな測定料金を設定。独自の販促ツールにより提案を行っています。

また検査ラインに導入されたネットワークシステムも「検査員の負担を軽減できる、安心につながるシステム」として高く評価され、さまざまなサービス提案、来店促進策と連動して、きめ細かい顧客管理を図ってきたいとのこと。



「信頼いただける企業に」のポリシーを具現化した最新サービス工場を完成

藤沢周平の描く時代小説の舞台として、昨今話題を発信している山形県鶴岡市。この地で昭和43年から自動車整備を手がける(株)三浦自動車整備工場は、このたび新潟と山形を結ぶ日本海沿岸道路の計画にもなつて社屋を移転・新築し、整備、钣金塗装をはじめ車に係る全般のサービスに対応する設備機器を導入した最新工場として新たにオープンしました。



敷地の左側にある钣金塗装工場



専務取締役
三浦 正嗣氏



切妻風の大きな屋根をデザインした本社屋・整備工場棟

「サービスこそ整備業の柱」その想いを設備に表現

山形県の日本海側に広がる庄内平野の一角に新たにお目見えした(株)三浦自動車整備工場の新工場は、落ち着いたグレーの外観に金文字と深紅のロゴマークがシックな印象を添えています。約2,050坪という広大な敷地にショールーム・整備工場、钣金塗装工場の2棟を配置。販売からサービス全般にわたる最新設備を導入されています。

「設備機器については一切妥協しませんでした」といわれるのは同社の三浦正嗣専務。創業以来3世代目の経営者として、新社屋の全面的なプランニングを推進されてきました。

その言葉のとおり、新工場には「欲しかった設備はほぼ全て導入」されたとのこと。

整備、钣金塗装の両部門にわたって導入された、最先端の設備機器は「整備業の柱はサービス」と断言される、同専務のポリシーの表現でもあります。



ジオライナーを導入した「コミュニケーションストール」と検査ライン



フラットな床面で作業性の高いタンデムリフトを計6基導入

タンデムリフトは2系統の油圧システムで安定性抜群

高品質なサービスの提供に、最新設備は不可欠

「まず、きちんとした整備を提供することが前提。それともなつて販売がついてくると思います」と三浦専務。最初に販売ありき、ではなく高品質なサービスでお客様に信頼を得て、それともなつて販売につながる形がサービス業にとっては理想的であるということです。

「コミュニケーションストール」に導入されたアライメントテスター「ジオライナー」、車体整備の完璧な仕上がりを確認できる3次元車体計測器「ナジャ」などは、「高品質なサービスの実現に不可欠」とされ、またネットワークキー、ネットワークマスター、フロントマスターは、車両・顧客管理と同時にコンプライアンス対応も実現するシステムとして合計5台を導入されています。

「お客様が求めているのはきれいな店舗、工場はもちろんですが、やはり基本はサービス」、すなわち最新の設備があつてこそ高品質なサービスが提供できるからです。



「高精度な車体計測に不可欠」として導入されたセレット「ナジャ」



定評あるジグベンチ式のセレット「グリフォンVB」、及び床式修正機を導入



下地処理から塗装ブース、磨きまでB&Pラインシステムを導入



床面吸塵ダンパーの採用で理想的な下地処理環境を実現



明るく広いフロント、右手窓からコミュニケーションストールが見える

コントロールルームで活躍するネットワークシステム



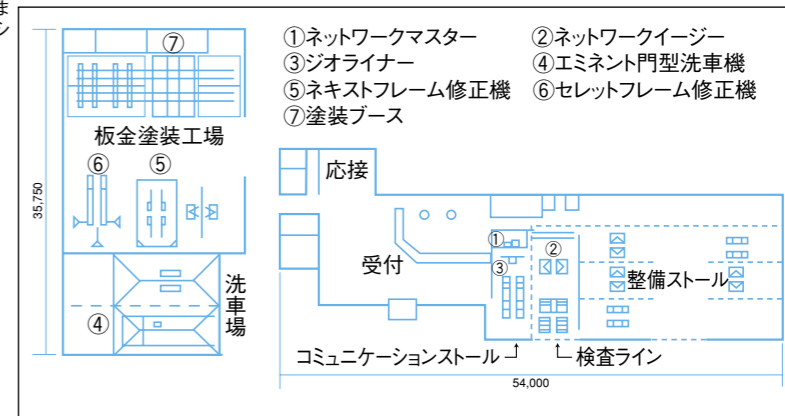
LLC交換機、ATF交換機、ローター研磨機など、サービスの付加価値アップにつながる周辺機器をフルに導入

「きちんとした整備」で選ばれる工場に

同社の顧客の多くは長年にわたり同社との信頼で結ばれたお客様です。「私が生まれる前からのお客様も少なくありません」といわれるほど信頼関係の強いお客さまがいる一方で、多くの顧客が世代交代を迎えていることも事実です。

しかし、そのような変化の中でも「とくに特定の年代層のお客様にターゲットを絞っているわけではありません」と強調される三浦専務。年代層にかかわらず、「きちんとした整備を望むお客様すべてがターゲット、そのようなお客様に選ばれる工場でありたい」というのが新工場の企画にあたってのコンセプトだからです。

新工場のオープンにもなつてスタートした土日営業も徐々に浸透し、手ごたえを実感されているとのこと。器づくりが完成した今、「どうやって顧客を増やしていくか、さらにソフトの部分を構築していきたい」と抱負を語っておられました。



SHOW ROOM

最新版アライメントデータ



2006年4月までの発売車種を網羅したB-DYNA用オートデータです。

オートデータ型式	DWA-CD-06-8000	DWA-FD-06-WIN	DWA-FD-06-DOS
対応テスター型式	DWA-8000 DWA-8100 DWA-9000	DWA-7100A DWA-7100B 62101800	DWA-7000 DWA-7100

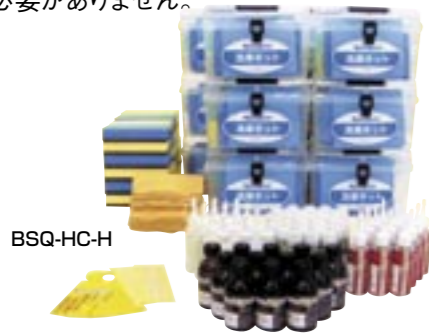
<セット内容>

- メディア(フロッピーまたはCD) : 1セット(写真①)
- アライメント基準値メニューリスト : 1冊(写真②)
- 車両基準値インストール方法 : 1冊(写真③)
- 4輪トータルアライメントサービスマニュアル : 1冊(写真④)
- オートデータブック(外車のアライメントデータ) : 1冊(写真⑤)

クリスタークォーツ (ボディコーティング)

●あらゆる汚れ、錆から愛車を守る画期的な
クォーツガラスコーティングで、従来のコー
ティングのような手入れの手間やワックス
の必要がありません。

●0.25ミクロンで石英ガラスと同じ表面硬度を
つくり10年以上の耐候性を発揮します。



型 式	BSQ-HC-S	BSQ-HC-H
構 成 品	親水タイプ	撥水タイプ
	クリスタークォーツ 12、パット 24、ウェス 12、空ボトル 12、ベースコンディショナー 12、洗車キット 12、施工ステッカー 12、施工済タグ 12	

ウルトラ ウィン (カーボンヒーター式赤外線塗装乾燥機)



- 小さなエネルギーで大きな赤外線出力が得られる
カーボンヒーターを採用。
- コンピュータ制御で超高張力鋼板にも対応できます。
- 全ての塗料に対して効果的な乾燥が行えます。

型 式	UG600	UG600-B
ブ ロ ー	無	付
定 格 電 源	200V、三相、20A	
消 費 電 力	6.4kw	5.4kw
寸 法	幅 1,350×奥行 1,640×高 1,683mm	

SHOW ROOM

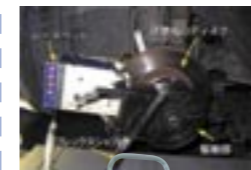
トリプルナイン (AT&CVT診断機能搭載プリント付全自動トルコンチェンジャー)



- 診断結果を光と音声で告知。
光センサーで、適切なATF交換
時期をお知らせします。
- ATFの汚れ状態をセンサーで
診断。グリーン、イエロー、レッドの
三段階の色で確認できます。
- プリント機能付なので記録として
残すことができ、お客様とのコミュ
ニケーションが得られます。
- 販売集計機能搭載で、累積販
売量をワンタッチで表示するこ
ともできます。
- 車種・油量等に時間差がありま
すが、約8分で交換可能です。

型 式	モーター	タンク	全 高	重 量
AMC-999P	AC100V 47w	新油・廃油 各20L	950mm	約50kg

ニューオブザカースタンド



バンザイがご提案している中古車高品質化商品にブレーキ
ディスクレールがありますが、安全・確実に研削が行えるよう
ローターを車両から取り外してセットできる専用のスタンドです。
(ブレーキディスクレールA5型はバンザイニュースNo.258で紹介)

型 式	対象車種	全 高	備 考
NOST-3	軽自動車~RV車	1200mm	A5型ブレーキ ディスクレールと併用

(A5ブレーキディスクレール) ニューオブザカースタンド

アタックドライバーセット



ビス、ボルト、ナット等が錆びついて緩められない時、又特
に強く締めつけたい時に効果を発揮するドライバーで、ハン
マーでたたいて使用します。
(左右回転切替え可能)

型 式	セット内容	ケース寸法
AN112A	本体(差込角12.7mm)1個 アダプター 1個 ⊕ビット 2個 ⊖ビット 2個	190×59×45mm

海外情報 広島トヨタ自動車(株)

トヨタ・ヒロシマ・タンカン TOYOTA HIROSHIMA TAN CANG-HT

■ベトナム



首都ハノイの街角。バイクの保有は1,700万台と世界トップクラス



ハノイの整備工場。モーターホスピタルという表示がある



1Fのリフトは床面フラットのパンタグラフリフトを導入



多数の来賓を招いて開所式典が挙行された

検査ラインは主に整備後の完成検査に使用



現地サービススタッフも勢揃い



トヨタ・ヒロシマ・タンカン 自動車サービスセンターの外観

経済成長を背景に自動車需要が拡大

20年にわたるドイモイ(刷新)政策のもとで市場経済化と対外開放を進めるベトナム社会主義共和国では、近年8%を超える経済成長の中で、自動車産業も活況を呈しています。

ベトナム国内における自動車保有台数は全体で約63万台、乗用車はそのうち約22万台と市場規模はまだ小さいものの、めざましい経済発展を背景として今後さらに市場の拡大が見込まれています。我が国からも各メーカーが進出しており、トヨタ自動車では現地法人トヨタ・モーター・ベトナム社が現地生産を行っています。

一般整備、車体整備にハイレベルな設備を導入

その中で一昨年10月、広島トヨタ自動車(株)ではホーチミン市に自動車サービスの拠点としてトヨタ・ヒロシマ・タンカン(TOYOTA HIROSHIMA TAN CANG-HT)を設立しました。ベトナム国内でも最大級となる同社の自動車サービスセンターは地上2階建て、一般整備、車体整備のほか部品の供給を行なっています。また同センターには別に270



清潔な銀金塗装工場、もちろんブースも完備



明るく快適な作業環境を実現



広島トヨタの藤井一裕社長に工場の鍵が手渡された

平米の展示場も併設しているほか、屋上には54台収容の駐車場を備えています。

サービス工場は1階が一般整備と車体整備、2階が一般整備となっています。主な設備は、リフトでは1階には下降時に床面とフラットになるパンタグラフタイプのリフト、2階には2柱リフトが設置されています。また1階には主に整備完了時の確認検査に使用される検査ライン、およびブースなどの車体整備機器が設備されています。また2階には待合ラウンジが設けられており、サービス工場が見えるようになっているなど日本式の工場コンセプトも導入されています。

日本スタイルの工場コンセプトを導入

また日本人スタッフも配属され、現地スタッフの指導教育に当たっており、挨拶、応対、礼儀正しさなどの面でもハイレベルな顧客対応を実現されています。

ベトナムにおいては本格的なマイカーブームの到来はまだこれからとされていますが、我が国とのパートナーシップも密接なものとなっており、同サービスセンターがベトナムにおける自動車サービスの一翼を担うことが期待されています。

ショールームの後方にサービスセンターが続く



株式会社 海南シルバー自動車 カーテラス リペア工房

和歌山県和歌山市毛見1437-102 TEL.073-446-7888

●リペア工房

来店しやすい店舗づくりと 見積り提案で、高い直需比率を実現



和歌山市の(株)海南シルバー自動車では、钣金塗装部門の強化、拡充を図るため一昨年、新工場・店舗を開業。立地の良さ、鮮やかなオレンジ色の看板が目立つ「リペア工房」の導入により、新規顧客の拡大につながる来店型ポデーショップを実現されています。



常務取締役 サービス部長
木地 利幸氏

国道42号線と旧道の分岐点にあたる好適な立地

■直需100%、個人顧客を ターゲットにしたショップ戦略

まさに、来店型にふさわしい立地ですね

木地常務：国道42号線と旧道が分岐する角地に当たっています。これまでの钣金塗装工場は裏手にあるのが普通でしたが、来店しやすさを第一にこの場所に決定しました。もともと入庫車のほとんど100パーセントが自社顧客で、一貫して直需志向です。この工場も個人のお客様をいかに増やすかという目的で計画したものです。

リペア工房の看板も集客に一役かっていますね

木地常務：钣金塗装プロショップ「カーテラス リペア工房」というネーミングで独自のショップ形態をとっています。本体の海南シルバー自動車と連動して、新・中古車販売から整備、保険までを含めたトータルサービスを提供する形です。おかげさまでオープン以後、飛び込みのお客様、とくに女性のお客様の来店が目に見えて増えています。

ショップ開設にあたって、他のFCは検討されたのですか

木地常務：FCへの加盟はまったく考えませんでした。これからはFCに対抗できる店舗づくり、商品づくりが必要になると考えました。そこで、簡単な補修は1万5千円から、といったようにお客様にとって手軽な補修のメニューが必要になります。そしてそれを実現するには、そのための設備が必要になると考えました。



車体修正、下地処理、ブースへと効率的な流れを実現

土日、祝日営業が集客のポイント



旧国道側に面したカーテラス入口、分りやすく入りやすい

「安心、信頼、満足」を提供する感動工場の証し

■現場のノウハウを生かした独自の ショップ作り

設備・設計面でのポイントはどこにありましたか
木地常務：大ダメージは全損になるケースが増えています。そのため入庫の大半を占める中・小ダメージ車両を、いかに効率的に流せるかが決め手です。そのため、下地処理からブースまで横移動できるラインシステムを導入しています。またカーテンを下せばすぐに下地作業ができる簡易ブースも当社オリジナルの設備です。



カーテンを降ろすだけで簡易ブースに早変わり



ライン化のカナメ、下地処理に2ストールをあてる



高品質な仕上がりを実現するノバベルタ塗装ブース



吸塵ピットとB&Pラインシステムが、環境と効率の相乗効果を実現



本社サービス工場、来店型ショップへのリニューアルを予定

国道に面して、ショールームのようなアライメントコーナーを設置

しかも来店型にふさわしい、たいへん清潔な工場ですね

木地常務：塗装ミストもそうですが、サンディングダストは作業者がほとんど一日中浴び続けるわけですから、環境面での対策が不可欠です。当社では従来から独自設計のブースを使用していますが、この工場にもそのノウハウを盛り込んでいます。深く掘り下げた吸塵ピットと、大容量のプロワーの採用により、工場周辺への環境保護と作業者の健康管理を実現しています。

個人のお客様へのアプローチはどのようにされていますか

木地常務：オープニングのイベントではキズ取り、洗車と撥水コーティングなどを無料メニューとして実施しました。その際、洗車、乾燥、コーティングなど、乾燥機などの設備を使ってパフォーマンスしました。これはたいへん好評で、その後リピートにもつながっています。また、車検時にへこみ、キズなどの見積りを行い「一緒に修理されてはいかがですか」と提案しています。

■お客様の視点に立った「見積り、提案」が受注力の秘訣

お客様への効果的な提案方法はどのようにされていますか

木地常務：補修の程度にもよりますが、例えばバンパーの角のこすり傷などの場合、交換、本格修理、軽補修というふうを選択肢を設定して価格を提示します。その上で「お客様のお車はまだ年式も新しいし、これから何年も乗ることを考えてきちんと修理してはいかがですか」と提案すると、ほとんどのお客様は通常の補修を選んでいただけます。お客様の立場に立って、ニーズを見極めた提案をすることが大切と考えています。

本日はありがとうございました

感動のサービス、感動のお店づくりへ全国の工房シリーズ会員が結集 感動夢工場、第6回定時総会・第12回研究会が開催されました



新たに着任した高間新会長



閉会の辞を述べる高間前会長

■照沼丸から高間丸へ、 新たな船出へ夢ふくらむ

「感動夢工場」ではさる2月21～22日、第6回定時総会ならびに第12回研究会を開催しました。総会においては、平成18年の事業報告、収支決算報告および平成19年の事業計画案、収支予算案の審議と併せて会則の一部改正案審議、役員改選が行われ、いずれの議案も滞りなく審議可決されました。これにより同会の会長は照沼正氏((株)TASコーポレーション代表取締役)から、高間専逸氏(江別協同自動車(株)代表取締役)へとバトンタッチされ、感動夢工場は新年度へと新たなスタートを切りました。

■変化をチャンスに変えるヒントが満載!

研究会では記念講演として、(株)フロントオフィス代表取締役、野崎英直氏より「変化の時代はビジネスチャンス」と題して、1時間半にわたり熱のこもった論旨を展開されました。企業間格差が拡大する時代背景において、「営業力強化は生き残りの条件」、「サービス経営におけるマーケティ



野崎講師の気迫のこもったメッセージが送られた



日刊自動車新聞、佃常務による講演

ング活動」など、野崎講師の力強いメッセージは会員に強い共感を与えていました。

■IT化、ユビキタス社会への扉を開く!

第二日目は(株)日刊自動車新聞社、常務取締役主筆、佃義夫氏による「ユビキタスと自動車社会のこれから」と題する講演からスタート。自動車の新技術と安全、快適なモータリゼーション実現のための国とメーカーの取り組みの全体像を分かりやすく紹介されました。その後、会員は江東区有明の「パナソニックセンター東京」と港区新橋の警視庁・交通管制センターを見学。近未来のユビキタス社会を体験できるパナソニックの展示と、円滑な交通を支える交通管制センターのシステムに感銘の目を見張っていました。

経営に役立つ最新情報・取組み事例を2日間の研究会で相互研鑽 MSC経営戦略会議 第88回研究会開催

■会員各社を集め、「宮田式」発祥の地へ

今年、設立以来30年目を迎えるMSC経営戦略会議は、さる2月2～3日の2日間にわたって名古屋市および三重県上野市で第88回研究会を開催しました。

第一日目はショップ見学として、宮田自動車販売(株)のホンダカーズ伊賀北山出店・印代店をそれぞれ見学、厳しい市場競争の中で高いCS(顧客満足度)を武器に販売・サービス戦略を展開する同社の実践的な取組みについて見学しました。とくに車検整備自動ラインで30年のノウハウをもとに開発された自社独自開発の1柱式回転リフトは、立会い車検に対応する最新システムとして、会員各社の注目を集めていました。



CS経営の取組みに関心が集中

■サービス業の柱となる、近未来技術を学ぶ

会場を名古屋市内に移しての研究会では、MSC賛助企業として、あいおい損害保険(株)より「教育インストラクター派遣研修」、および(株)バンザイより「お客様の視点から始まる感動ストーリー」のご提案が行われました。また講演はオートリード(株)の山岡丈夫代表取締役により「ハイテク化する車検とエンジン診断について」と題し、車検技術の革新がもたらすサービスの変化、商売繁盛につながる整備業の条件として「情報」「計測機器」「教育」「反復訓練」を取り上げ、熱のこもった講演が行われました。とくにエンジン診断の要となるOBD IIと今後の車検制御の方向性について、サービス業にとってはすでに不可欠の課題として強調されました。



88回の蓄積で活動もさらに充実

BANZAI GUIDE

社団法人 日本自動車機械工具協会主催

第31回 オートサービスショー2007

6/15(金)～6/17(日) みんなの願い 環境整備と安全整備

会場 東京国際展示場「東京ビッグサイト」
バンザイブース/東館4ホール及び屋外展示場



2年ごとに開催される自動車サービスの祭典、オートサービスショーも31回を重ね、きたる6月15日から17日までの3日間、江東区有明の東京国際展示場「東京ビッグサイト」で開催されます。バンザイでは満足を感動に変える「感動品質」の実現を通じて、皆様のサービスビジネスの繁栄をサポートさせていただくため、「ヒューマンスペース2007 感動品質実現へのステップアップ」をコンセプトに「明日の扉を開くために」と題して、皆様への各種ご提案をプレゼンテーションさせていただきます。



(写真は第30回オートサービスショー)

オートサービスショーへご来場の節は、ぜひともバンザイブースへお運び頂き、皆さまのご参考に供して頂ければ幸甚に存じます。皆さまのご来臨をお待ち申し上げます。

京都営業所移転のご案内

京都、滋賀エリアのお客様にお引立てを頂いております、バンザイの京都営業所はこのたび移転いたしました。なにとぞ倍旧のお引立てを賜りますようお願い申し上げます。

新住所 〒612-8457 京都市伏見区中島宮ノ前町4-2
新電話番号 075-621-8213 新FAX番号 075-621-8242



編集後記



ニュースの編集委員として初めてとなる今回の取材は、仙台市にある宮城三菱自動車販売。ここ数年来、開発が進んだ国道4号線のバイパスエリアの中に、ひととき輝いているガラス張りのショールームが私の眼前に登場した。約1,800坪と、私がこれまで見て来た工場の中でも群を抜く広さと、ただ広さだけでは無い来店のしやすさをコン

セプトに設計された工場デザインには、ただただ目を見張るばかり。これだけ開放的で明るさが備わっている工場は、間違い無く、このエリアの中でのひとつの顔になることを確信して、取材を終えた。お忙しい中、取材させて頂きまして有難うございました。

<河野>

走りの「品質」を極める、ビーダイナ。

ドライブオン ダイナミック ホイールアライメントテスター

B-DYNA 9000

SPEED

計測 5分30秒

調整 15分

※計測・調整時間は、車種により前後することがあります。

**アライメント、それはクオリティの証明。
いまカーオーナーが求める、品質の基準は「足回り」へ。**

車社会が成熟化へと向かう中で、サービスへのニーズも広がっています。
安全で快適なカーライフ、さらに高感度な走りを求めるカーオーナー…。
多様なニーズに対応するサービスが志向する次のステップ、
それはアライメント、足回りサービスです。
より高品質なサービスとしてユーザーに提案できる、
アライメントのビジネス提案……「ビーダイナ」が実現します。



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: hiroshima_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

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

●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)

 **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
本部及び営業所
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。