

# BANZAI NEWS

2007

*Summer*

263

**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 PART3

**格差化、二極化の時代を勝ち残る  
マイブランド構築作戦**





美瑛(びえい)の草原 ————— 北海道上川郡美瑛町

太陽の日差しをいっぱい浴びて大地はエネルギーを蓄え、畑を緑の牧草に変える。青空高く浮かぶ羊雲と牧草畑に点在する牧草のロール。急ぎ足で過ぎ去っていく北海道の夏…。ほんの少し秋色に染まった風が、丘上の「絵本の木」を揺らして吹き過ぎてゆく。

★歳時記

- 7月16日 海の日
- 8月 6日 広島平和記念日
- 8日 立秋
- 9日 長崎原爆の日
- 15日 終戦記念日
- 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 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 PART3……………①  
格差化、二極化の時代を勝ち残る  
マイブランド構築作戦
- ★モデルショップ訪問① (株)ヤナセ 奈良支店……………⑥  
最新の設備で「ヤナセ」ブランドの  
高品質サービスを提供
- ★モデルショップ訪問② JA北ひびきメカニックセンター……………⑧  
安心、信頼につながる  
「透明感」のあるサービス環境を実現
- ★エポック 第31回オートサービスショー2007ご来場御礼……………⑩
- ★ショールーム……………⑪
- ★トピックス 2007年ユニバーサル技能五輪  
国際大会のご案内……………⑭
- ★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 3



### 格差化、二極化の時代を勝ち残る マイブランド構築作戦

皆様には行きつけの店があるかと思います。それも、それほど深く考えずに「いつもの店」に足を運んでいるのではないのでしょうか。しかし脳のどこかにインプットされた情報によって行きつけの店が決定しているのです。振り返ってみてください。購入するものによって訪れる店は異なるにしても頭のどこかで整理され、「いつもの店」が頭をよぎるのではないのでしょうか。そして高額商品については第一候補が「いつもの店」であっても他の候補店も視野に入れて検討しようとするはずで



**商売の原点はヒューマンコミュニケーション**

“**行**きつけの店”になるためには消費者の購買意欲を刺激する様々な要因が存在していなければなりません。例えば食料品をスーパーで購入する消費者は価格が安い、新鮮である、種類が多い、おかずや弁当の種類が豊富、社員教育(パートも含め)ができていて、豊富な駐車場スペースがある等でしょうか。一方、スーパーの台頭によって、特に地方の個人商店が大きな影響を受けていることも事実です。それでも都会の個人商店はしっかり商いを続けている店も少なくありません。個人商店が成功している理由は商才に長けているからという人もいます。つまりヒューマンコミュニケーションの確立です。「〇〇さんのおばあちゃん、足の方はだいぶ良くなったようだね」。商店主が苗字を覚えていてくれることに高齢者は心地よさを覚えるようです。最近では都会も一人暮らしや、体のどこかに病気をもっているお年寄りも増えて会話に飢えている人も多いと聞きます。スーパーで欲しいものをカゴに入れ、当たり前のようにレジで支払



を済ませるシステムは、或る意味で無味乾燥な時間かもしれません。年配の方にとっては…。しかし時代の流れは効率化、利便性、利益率を追求することが企業の宿命だと、考えるのが一般的です。年配のお客様の求めるお店と、企業としての営業効率を考えた店舗づくりは必ずしも一致しません。だからこそ個人商店の生きる道があるのです。人の性格や考え方、暮らしている環境などが異なるのですから、店舗はすべてのお客様を満足させることは困難でしょう。

**無視できないIT時代！されど味方につければ追い風が…。**

**カ**ーオーナーが自動車整備工場を選択する場合、クルマを購入した店舗に限定している人や整備・点検については何らかの理由で個人観念をもって整備専門者に入庫する人、さらに様々な情報を手繰り寄せて決定する場合もあります。しかし最も大事なことはファーストインスピレーションです。感じが悪い、何となくオーバークオリティ(過剰サービス)を打診してくる、整備する理由と整備の方法を尋ねても誠意ある説明が返ってこない、料金についても詳細な説明がない等…を感じると、お客様は不安と疑問をもつようになります。現代は情報過多と言われるぐらいに情報が氾濫していますがIT時代の負の部分でもあるかもしれません。例えばインターネットの書き込みによって大きな影響を受ける店舗もあります。逆に入庫が増大している整備工場もあります。かつて、ある自動車整備工場経営者が「数人のお客様から当店に対する意見がインターネットに書き込まれ、その内容は“とにかくお勧めの整備工場、特に外車の整

備もめっぽう強し、社長・メカニックともナイスガイ”という、ありがたい評価でした。この書き込みを見たという新規客が増えまして、さらに口コミでお客様が増大しています」と話していました。人に感動を与え、心をいくらかでも揺さぶることができたらお店にとって追い風になるという事例です。文明の利器であるインターネットの存在は、暗黙のうちにジャッジメントの役割も果たしているようです。

**「個客」の創造が「マイブランド」に…。**

**ブ**ランドには一定のレベルの品質を持った商品を、多くの店で販売する「知名度」ブランドと、さらに品質を向上させ、存在感をアピールし、限定した地域・顧客に販売する「品質」のブランドがあります。例えばデパ地下には知名度の高いブランド食品がテナントとして入っています(マスブランド)。一流のデパートの紙袋に、知名度の高い包装紙に包まれたモノを贈ることが贈り主のセンスとされている風潮が正しいかどうかは別にして、それを受け取る人は悪い気はしないはず。例えば羊羹や和菓子をつくっている「虎屋」もそうかもしれません。一方、デパ地下に入っているテナント店もデパートの紙袋を使用しないで、自社オリジナルの紙袋を使用する例も多く、黄金色に黒で虎を墨絵のように描いた紙袋は「虎屋」であることが歴然と分かります。1241年創業の歴史と老舗を織り込んだデザインに一分のブレもない企業ポリシーを感じる事ができます。この「虎屋」は1980年にパリ店を、1993年にはニューヨーク店をオープンしました。

また、「品質」のブランドについては“マイブ

ランド”を踏襲し、どちらかと言えばマスブランドを否定する気持ちが経営者の胸中にあります。例えば東京や大阪などの大都市に超高層ビルが完成近くなり、ビルオーナーは完成するビルにふさわしいテナントを探そうとします。当然、知名度の高い店舗をテナントとして誘引しますが、他のビルに入っていないかつ、名品といわれる「通」に知られている店舗を入れたいと考えます。しかし、誘いを受ける会社は身の丈に合った商売でいい、と思っているところも少なくありません。したがって売上げを伸ばしたいと考えたとしても通販



でのセレクトショップ“名品工房”で十分と考えることもあるわけです。だからこそ名品・名産というイメージ商品が存在しているのでしょう。また、「マイブランド」はアパレルやモノアイテムの世界にも多く存在し、「マイブランド＝オンリーワン」として独自の経営手法を取り入れています。このような店舗は大衆に迎合することより、商品の良さや特徴、オリジナリティを理解できるお客様だけをターゲットにしています。



## 整備工場も旅館同様「おもてなしの心」で。

自動車整備工場も「マイブランド」の構築をお勧めします。それはお客様にとっての指定する整備工場です。「個客から顧客」へのためのプロセスが重要です。したがって、まず「個客」づくりに向けてお客様のクルマに対する思いや考え方、日常のカーライフについてヒアリング(何気ない会話の中で)することも重要です。クルマを大事に長く乗る、車検をパスすればいい、細部に渡ったメンテナンスチェックを求める、経年化していても新車同様の走りを追求する、足回りに重点を置くお客様など様々ですからね。ヒアリング後に、それぞれのお客様のメンテナンス方法や



アドバイスをシミュレーションしてみます。整理してみるとお客様のクルマに対するメンテナンス方法が見えてくるはずですよ。したがってお客様が望まないことは、アドバイスはしても押し付けることは厳禁であることも浮かび上がってくるはずですよ。お客様にとっては付加価値サービスも金銭的に負担となることもあるわけですから…。「個客」の創造の基本はお客様のクルマに対する考え方はもちろん、お客様の性格も読み取れるようにならな

ければいけません。また、お客様が勤務している会社やポジション(リタイヤした方はこれらの過去)によっても異なります。だからこそフロントマン研修やピットスタッフ研修が必要なのです。総じて言えばこれらは会社というより経営者のセンスによるところが大きいと言えるでしょう。

「個客」として店を認めさせるためには何らかのインパクトが必要です。自動車整備工場は今や“修理してやる”では通用しません。職人気質と、もてはやされたのは過去のことです。サービス業であることの認識を持たなければ生き残っていきません。ものの本には日本標準産業分類の大分類Iの項にサービス業について書かれていますが旅館・ホテルなどに加えて自動車修理業もこの項に記載されています。お客様をもてなすという意味あいでは旅館などにピッタリする言葉ですが、お客様から高い評価を受け、リピート客に結びつくかどうかについては自動車整備工場も変わりありません。今や世界一の広告代理店となった電通の“電通鬼10訓”には、①仕事は自ら「創る」べきで、与えられるべきではない②頭は常に「全回転」。八方に気を配って一分のすきがあってはならぬ。サービスとはそのようなものだ…と、書かれています。松下幸之助著「商売心得帳」には“…見知らぬ人であって、お得意さんかどうかわからなくても、とにかく一応頭を下げて会釈する、これは人間としての一つの心得です。…自分の勤める会社に来た人に対しては、何らかの関連がある人だから、ちょっと笑顔で会釈をして通ることが、サービスです。サービスというのは、人間としての正しい礼儀だと思うのです”と記されています。

## お客様の表情が評価を下している…。

「顧客」を増やすためにはお客様に感動していただく何かが必要になります。感動という言葉には実に深い意味があり、感情が高ぶり涙するシチュエーションもあり、情緒的な感動もあります。笑顔や微笑みも感動の表現の一つです。ですから整備工場において整備や修理、車検業務が終了し、お客様を見送るときにお客様が微笑んでくれたら、それは謝意を表し、アリガトウを言っているのです。実はこれも感動の表現なのです。

最近では整備工場の作業風景を見ているお客様も増えてきました。素人であってもメカニックの動きに興味をもつお客様は結構多いものです。仕事の合間、或いは作業終了後に話しかけてくるお客様がいたら、つかの間で結構ですから是非、お相手をしてください。DIYの趣味があるお客様ほど使用している機械に興味をもっていますよ！例えばピット内に置かれた窒素ガスインフレーターについて聞かれたら「最近では菓子袋に乾燥剤が入っていないことが多いですが、実は窒素ガスを封入してあるのです。ポテトチップスも乾燥剤が入っていません。しかし、長期に渡りパリパリ感が損なわれません。航空機用のタイヤやF1のタイヤも窒素ガスが封入されており、最近では一般乗用車のお客様も使用しています。従来のように頻繁に空気圧をチェックする必要がないので安心してカーライフを楽しめますよ！」と、説明するとお客様は新たな発見に感激するはずですよ。ポテトチップスが入っている袋とタイヤに入れる空気が同じだったことにお客様は驚きを覚えるでしょう。また、「ナジャ」を使用してアンダーボディの測定を



しているシーンにお客様が遭遇して、作業内容について訊ねられたら「当店は中古車を販売する前にフレームや骨格に歪みがないかどうかを必ず測定しています。歪みがあるとハンドリングやタイヤを含めて足回りに支障をきたしますからね。お客様の信頼を裏切らないためにも中古車と言え、品質のいい商品を提供するのが当社のモットーです」と、答えられればお客様は小さな感動を覚えるはずですよ。お客様の脳や心に「感心した」「新たな知識を蓄積できた」「会話が楽しい」「とても有効な時間を与えてくれた」等がインプットされたら、それは評価されることになり、「顧客」に結びつくことになります。お客様から「マイブランド」の称号を得るためには奇策を講じることでなく、それぞれの「個客」を知り、サービス業の原点に立ち返ることだと思います。

# 最新の設備で「ヤナセ」ブランドの高品質サービスを提供

奈良県を中心とするメルセデス・ベンツ、クライスラー車の販売店、株式会社ヤナセ奈良支店ではこのほど店舗、サービス工場を移転し、国道に面した好立地に加えて規模、設備ともに充実した、新しい販売・サービスの拠点として営業を開始しました。



奈良市を南北に縦断する国道24号線沿いの好立地



サービス課 課長  
宮原 起美氏



ショールームは明るく開放感のある落ち着いた雰囲気

## メルセデス・ベンツ、クライスラーのCIを導入

京都から南へ奈良、和歌山へと結ぶ国道24号線に面して、シルバーグレイの外観に装われた(株)ヤナセ奈良支店の新店舗は向かって右にメルセデス・ベンツ、左にクライスラーと、2棟に分かれて独立したショールームとサービス工場をもち、建物と駐車場を含めた敷地面積は約1000坪となっています。

今回の店舗移転にあたっては販売、サービス両面にわたるキャパシティのアップと、より好適な立地環境を求められたとのことです。新店舗ではデザインからインテリア、さらにサービス工場の設備に至るまで各ブランドの店舗基準を導入しており、建物側面の「YANASE」のロゴが販売店としてのヤナセのブランドを表現しています。

## 最新の設備で安心と安全を提供

サービス工場は両ブランドを合わせて11ストール。そのほかアライメントストール、レセプションストール及び検査ラインの合計14ストールとなっています。

整備ストールにはタンデムリフトが11基、またアライ

メントストールには「マイクロライン」とアライメント用ワークステージが1基、さらに今回とくに「検査業務の流れをスムーズにしたい」(宮原起美サービス課長)とのことから、タンデムリフトを併設した「スーパーマルチテスター」を検査ラインに導入しています。

とくにメルセデス・ベンツをはじめとする輸入車においては「安心と安全を求めるお客様に選ばれる」とい

われるだけに、同店では「きちんと整備して安全にお乗りいただくことがサービスの役割」として万全のアフ

メルセデス・ベンツのサービス工場、右端が検査ライン



クライスラーのサービス工場、全ストールにクーラーを設備

ターケアを提供しています。また快適性や走行性能に対してもこだわりを持つユーザーが多く、とくに欧米では「アライメントは定期的に調整するもの」という認識が普及しており、同店においてもアライメントは不可欠の診断サービスと位置付けられています。

## 伝統が支えるサービスのクオリティ

メルセデス・ベンツをはじめ輸入車の市場で「ブランド」を確立しているヤナセ。その基盤となるのは長年にわたるお客様の信頼であり、さらにそれを支えているのは販売・サービス両面での「人のクオリティ」の高さです。

サービスの面では独自の教育システムによる技術面のスキルアップはもちろん、さながらヨーロッパの徒弟制度のように、先輩から後輩へ受け継いできた「伝統」



アライメントストールにはマイクロラインとワークステージを導入



全てのホイールをトルクレンチで確認



タンデムリフト付のスーパーマルチテスターを導入



工場の床は全面タイル張り、清掃も行き届いている



床面がフラットになるタンデムリフトで安全な作業環境を実現



サービス受けもショールーム内にレイアウト



奈良県全域と、京都、三重、滋賀の一部がマーケット

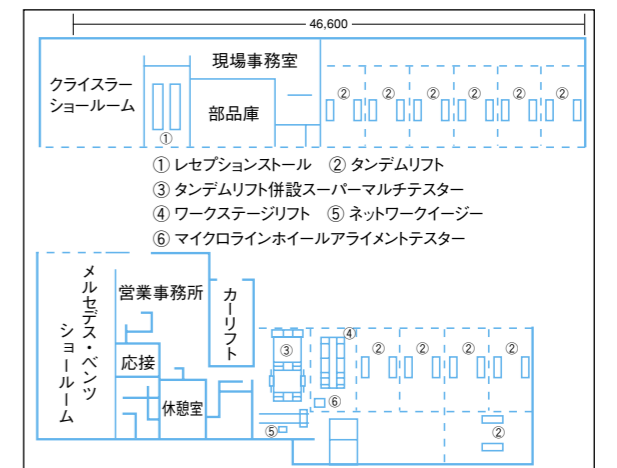


クライスラーのショールーム。色調、天井高さなどもメーカー基準に準拠

の中でプロとしてのマインドが磨かれ、それが高品質の支えとなっているようです。

こうしたヤナセの良き「伝統」を守りつつ、「高品質」とさらにお客様の「早く、安くというニーズにも対応していく」ことが課題とされ、今回の設備導入はそのための「作業効率」と

「安全性、環境」を両立するためのものということです。昨今はメルセデス・ベンツ、クライスラーともに幅広く車種を拡大していることから、今回の店舗計画においては、より幅広いユーザー層に「ヤナセのブランドイメージをアピール」していくことが狙いとされています。そのため「人」とショールーム、サービス工場などの設備も含めた「ヤナセらしさ、を積極的にアピールしていきたい」(宮原課長)とのことです。



# 安心、信頼につながる 「透明感」のあるサービス環境を実現

北海道の中央からやや北部に位置する士別市、和寒(わっさむ)町、剣淵(けんぶち)町を基盤とする農業協同組合、JA北ひびきではこのたび、従来の3箇所の自動車整備工場を統合、集約した「メカニックセンター」を開設しました。最新の施設、環境の中で「安全、安心なカーライフサービス」の提供をコンセプトに、組合事業としてのサービスを推進されています。



新車・中古車販売、買い取りまでのトータルサービスに対応



メカニックセンターの外観、延床面積約1300㎡

## 集約化で、集客・誘客型のサービス拠点へ

旭川市から道央自動車道を北へ約40キロ、三浦綾子の小説で有名な塩狩峠を越えると和寒、剣淵、士別へと続く広大な丘陵地帯が広がっています。北海道でも有数の農業地帯として知られるこの地域の5農協が合併し、JA北ひびきが誕生したのが平成16年のことです。農産物の販売、金融、共済など広範囲にわたる組合事業の中でも、自動車整備工場としては従来3工場があり、これらを集約した形で今回完成したのが、この「メカニックセンター」です。

士別市を南北に貫く幹線国道40号線沿いにはスーパー、ホームセンターなどが集中し、これらの大規模商業施設と並んで、新しく開設されたJA北ひびきのメカニックセンターがあります。国道に面してセルフのガソリンスタンドと中古車センターを併設、敷地面積も約3ヘクタールと広大です。

組合員、準組合員を対象とする事業を主体とするJAにとって、自動車整備は組合員以外の一般カーオーナーにも積極的に利用促進を図り、「組合員に利益を還元できる収益部門」(経済事業本部、本部長 今野恵一氏)として位置付けられています。



経済事業本部  
燃料自動車部 部長  
土屋 明人氏



経済事業本部  
燃料自動車部自動車課 課長  
寺嶋 孝一氏

そのため企画にあたっては、一般のユーザーにも安心、信頼感をアピールできるよう、「透明感のある工場づくり、お客様の目に見えるサービス」(同)を重視し、設備、設計の全般にこのコンセプトが貫かれています。

## 「透明感」を一般ユーザーにアピール

中でもお客様との接点となる「チェック&アドバイス」ストールは、診断、提案を通じてお客様とのコミュニケーションを図る場として位置付けられています。待合コーナーからガラス窓越しにサービスが見られるよう、ここには作業時も、不使用時も床面とフラットになるフラットワークステージ、アライメントテスター



検査ラインにはスーパーマルチテスターとイージーネットを導入

「マイクロライン」、及びスーパーマルチテスターを導入した検査ラインが併設されており、ショールーム、待合コーナーからも容易に点検、サービスの様子が見られるようになっています。

また冬季は氷点下30度にも達するという寒冷地とあって、暖房、採光など環境面での配慮もきめ細かく実施されています。各ストールから排気ガスを強制排出できる排気ガスリールが備えられているほか、遠赤外線暖房、トップライトによる採光など、明るく快適な作業環境を実現されています。



アライメント対応フラットワークステージ



すべてのストールに移動式の排気ガスリールを設備



マイクロラインでアライメントサービスを推進



タンデムリフト6基、プラットフォーム1基を備える車検整備ストール



低床車も簡単にリフトアップできるエアロバスカル



フロントには各種POPで情報提供



「チェック&アドバイス」ストールが見える待合コーナー

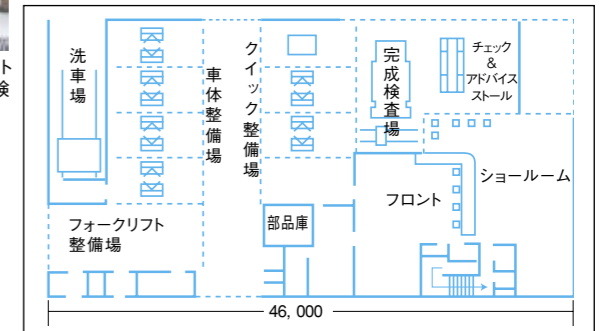


ショールーム

## ユーザーの利便性に配慮した誘客型店舗に

同センターにおける入庫促進の決め手は「まずはこの工場を利用していただくこと」(土屋明人部長)です。実際に設備を見、サービスを体験していただき、それによって「安心、安全、確実な整備をしてもらえるという印象を与える工場にしたい」(同)とのことです。そのためセルフSSと連動した様々な入庫促進策を展開するとともに、「オイル交換、タイヤ交換などをきっかけとして、そこから車検その他の整備につなげていきたい」(同)とのことです。

ユーザーの利便性に配慮した「土日営業、夜7時までの営業」も徐々に浸透しており、一度入庫していただいたお客様からは、「きれいな工場、入庫して良かった、という感想を多くいただいています」(寺嶋孝一課長)とのこと。こうしたお客様の反響を従業員とも共有し、今後のサービスに生かしていきたいと今後の展望に期待されています。





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

## ～明日の扉を開くために～

### 第31回オートサービスショー2007

バンザイコーナーへ、ご来場ありがとうございました。

さる6月15日～17日の3日間、(社)日本自動車機械工具協会の主催による「第31回オートサービスショー2007」が、江東区有明の東京ビッグサイトにて開催されました。今回の出展社数は144社、屋内1,226小間、屋外29小間の展示スペースで、3日間の来場者数は約77,000人にのぼりました。

おかげをもちまして、バンザイコーナーも連日大勢の皆様にご来場いただき、大盛況のうちに閉幕することが出来ました。誌上をもちまして御礼申し上げます。

各展示コーナーにおきましては、法対応、環境対応など整備業における課題への対

3日間の好天に恵まれ、盛況となったオートサービスショー



前回は大幅に上回る77,000人の来場客で賑わう会場



開会式のスピーチに臨む、栗本忠雄実行委員長



4軸のキャタピラダブルツイーンIIにも高い関心



洗車機、中古車高品質化、環境機器の各コーナーにも高い関心が寄せられた



明日への扉をイメージしたバンザイコーナーの入口



スマートメーターのデモンストレーションに視線が集中

応策として各種の機器とソリューションをご提案申し上げ、皆様より高い関心をお寄せいただきました。

バンザイでは皆様からの反響、ご要望をもとに引き続いて「感動品質」実現へのご提案を申し上げてまいります。なにとぞ従来に増してのご支援、ご要望を賜りますようお願い申し上げます。

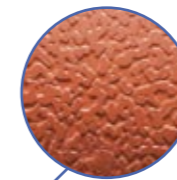
# SHOW ROOM

## スマートメーター (Bluetooth 携帯端末PDA)



- 車検テスターも携帯時代の到来を予感させられる画期的なメーターです。
- 吊下式メーターに代わり、表示画面が手元で見られます。工事費が軽減できるばかりでなく、検査員の動作が大幅に簡素化されます。
- 携帯端末PDA(スマートメーター)で車検テスターのリモート操作が可能。計測データの取込み、判定結果の表示や車両データの保存も行えます。
- 無線ミニプリンター(オプション)で診断結果をお客様に説明することもできます。

## 大型車用サイレントコンビ (エンボスローラー大型車用コンビネーションテスター)



エンボス加工ローラーで80km/hのスピードリミットチェック時でもタイヤ騒音が気にならない程、減少します。

商品型式	BSTE-500シリーズ
型式試験番号	申請中
許容輪荷重	5,000kg
ブレーキ指示範囲	0～3,000daN
スピード指示範囲	0～120km/h
駆動モーター	AC200V、三相、2.2kw x 2



指示メーターはデジタル式、アナログ式、吊下げ式、床置き式の種類があります。

## オパシメーター (光透過式スモークメーター)

最近のディーゼル車は黒煙がほとんど排出されず、有機性可溶成分(SOF)が増加していることから、黒煙テスターから光透過式スモークメーター(オパシメーター)での検査に移行しつつあります。



型 式	不透明度	吸光係数
	0～100%	0～99.99m <sup>-1</sup>



型 式	不透明度	吸光係数
MEXA-600S	0.00～99.9%	0.000～9.999m <sup>-1</sup>

※型式申請中

# SHOW ROOM

## 自動車排気ガス測定器

より多機能になって新登場



型 式	標準測定	オプション測定
MEXA-584L	CO, HC, CO <sub>2</sub> AFR, λ	O <sub>2</sub> , NO エンジン回転, オイル温度

## ダイアグモニター HDM-3000

総合自動車故障診断システム。車両を制御するコンピュータと各種センサーの不具合診断が、分解することなく行えます。



型 式	電源電圧	本体寸法
51400303	DC 10~32V	293×137×69mm

## フラット・ワークステージX (埋設Xリンク式ドライブオンリフト)

リフトを上げてても下げてても、足元スキリの作業空間を作ります。



<リフト上昇時>

<リフト下降時>

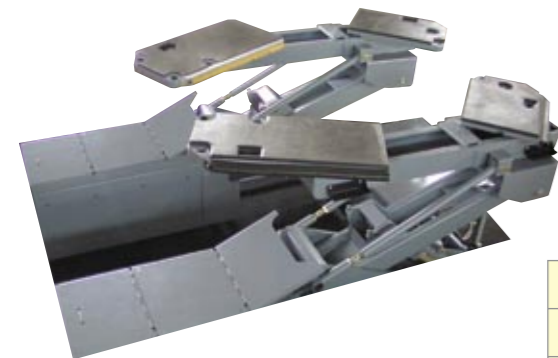
上昇、下降時いつもフラットになる、新機構の床用リフトが内蔵。

スクロール式スクリーン (オプションで安全整備をイメージアップ)

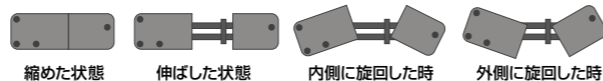
型 式	WSX-F130AZG-SL	WSX-F130ZG-SL
用 途	アライメント仕様	一般整備用
能 力	3ton (メインリフト、フリーホイールリフト共)	
モ ー タ ー	AC200V、三相、2.2kw	



## ウイング イーグルリフト



●受台はスライドと屈折ができるので、車のセッティングが容易にできます。



●据付ピットの深さが570mmと浅いため、二階以上のフロアーにも設置できます。

型 式	油圧ユニット	能 力	揚 程	モーター
ZLY-30WA	埋設式	3,000kg	1,800mm	AC200V、三 相、 1.5kw
ZLY-30WB	別置式			

# SHOW ROOM

## アーティグリオBZ (コルギー・レバーレス・セミオートマチックタイヤチェンジャー)



- 新設計のモービルMDヘッドユニットにより、タイヤレバーを使用することなくタイヤの脱着ができます。
- ホイールリフトが標準装備。

型 式	ART-BZ
適 応 リ ム	径 12~30インチ、幅 15インチ
最大タイヤ外径	1,200mm(47インチ)
適 応 タ イ ヤ	PC、LT、ランフラット、PAX
電 源	AC200V、0.98kw

## キャタピラダブルツインII (前輪2軸後輪2軸車用 4柱式リフト)



- 車両の軸数・軸位置に対し、素早く合わせられ、より安全に効率よく、リフトアップ操作ができます。
- 独自のキャタピラ折り畳み収納方式 (PAT.P) を採用。キャタピラ上面と床面がフラットになり効率よい作業環境がつけれます。

型 式	能 力	揚 程	動力源
	16ton×4	1,500mm	200V、三相、64A以上 エア / 0.5~0.7Mpa

## キャタピラツインII用 リモート受台



低床車の普及やサイドガードの取付などで、アクスルへのリフトアタッチメントのセッティングが面倒な作業になっています。リモコンでリフトの前後移動、受台の左右移動が自由にでき、アクスル下部位置まで容易にスタンバイすることができます。受台の駆動は復動エアシリンダー方式。



# 世界の優れた技能者が集う、「技能の祭典」を オフィシャル・サプライヤーとしてバンザイがサポートします!

**2007年ユニバーサル技能五輪国際大会**

**11月15日(木)～18日(日)** ※競技開催期間

静岡県静岡市・沼津市で開催!  
皆様のご来場・ご見学をお待ちしております!



世界のトップクラスの優れた技能者が集う、技能の祭典「2007年ユニバーサル技能五輪国際大会」が今年、11月15日から18日まで、静岡市、沼津市で開催されます。バンザイでは「ものをつくりだす人と技」「ユニバーサル社会の実現」という本大会の主旨が弊社の企業活動・社会貢献活動の方針に合致することから、オフィシャル・サプライヤーとして本大会に協賛し、競技に使用される各種機器の提供を通じてこの大会をサポートしています。



## 約60カ国からトップレベルの技能者が集う

この大会は、22歳以下(一部職種を除く)の若い世代の技能者が世界のトップを目指して競う「第39回技能五輪国際大会」と、障害のある技能者が世界レベルの技を競う「第7回国際アビリンピック」の2つの大会が世界で初めて同時に開催されるビッグイベントで、二大会を合わせて世界約60カ国・地域から、約80の種目に約3,900人の選手、審査員等が参加し技能を競います。

二つの大会を通じて、障害の有無にかかわらず技能の素晴らしさを伝え、誰もが社会に参画し、支え合う「ユニバーサル社会(共生社会)」の実現を目指すものです。



## 約80種目で世界トップの技能を競う

「第39回技能五輪国際大会」では電気、機械、建築、料理、美術など幅広い分野にわたる38種目の正式種目を中心に技能を競うもので、国際大会として2年に一度開催されています。自動車関連では自動車工、自動車板金、車体塗装の3種目があり、わが国からは昨年



10月に香川県高松市で開催された国内大会で選抜された、各種目の代表選手が参加します。また「第7回国際アビリンピック」は「職業技能競技」のほか、障害のある人の素晴らしい才能や能力をアピールする「生活余暇技能競技」などを実施するもので、国際大会としてはほぼ4年に一度開催されます。

## 自動車関連種目にバンザイがサポートします

バンザイでは世界各国の国内大会を勝ち抜いた選手たちが技能を遺憾なく発揮できるよう、オフィシャル・サプライヤーとして、この大会をサポートしています。

また「ものづくり」の技能者を間近に見学できるチャンスとして、皆様に本大会をご案内申し上げます。世界各国の若者たちが能力を最大限に発揮して競技に挑む姿にご声援いただきますようお願い申し上げます。



※写真は前回の2005年ヘルシンキ大会のものです。

## 「2007年ユニバーサル技能五輪国際大会」

### ●名誉総裁

皇太子殿下 徳仁様

### ●主催

(財)2007年ユニバーサル技能五輪国際大会日本組織委員会  
名誉会長 奥田 硯氏  
会長 御手洗 富士夫氏

### ●共催

ワールドスキルズインターナショナル (WSI: WorldSkills International)  
国際アビリンピック連合 (IAF: International Ability Federation)  
国際リハビリテーション協会 (RI: Rehabilitation International)  
静岡県・静岡市・沼津市

### ●後援

厚生労働省/内閣府/外務省/文部科学省/経済産業省/国土交通省/  
(独)高齢・障害者雇用支援機構/(独)雇用・能力開発機構/  
(社)全国技能士会連合会/全国知事会/全国中小企業団体中央会/  
中央職業能力開発協会/2007年ユニバーサル技能五輪国際大会静岡県推進協議会/  
(社)日本経済団体連合会/日本商工会議所/(社)日本新聞協会/  
日本放送協会/(社)日本民間放送連盟

### ■大会ホームページ

<http://www.skillsfestival2007.or.jp/jp/index.html>

### ●会場・日程

開会式(合同開催): 11月14日(水)  
会場: 静岡市・グランシップ  
閉会式: 技能五輪 11月21日(水)  
会場: 沼津市・キラメッセ沼津  
アビリンピック 11月18日(日)  
会場: 静岡市・グランシップ

### 競技会場

○第39回技能五輪国際大会  
競技開催: 11月15日(木)～18日(日)  
競技会場: 沼津会場・門池地区(静岡県沼津市)  
○第7回国際アビリンピック  
競技開催: 11月15日(木)～17日(土)  
競技会場: 静岡会場・ツインメッセ静岡

※見学は無料です。

※詳細につきましてはバンザイまでお問合せください。

TEL.03-3769-6880

## 継続は力！各研究会、研修会活動に意欲的な取組みが展開されました。

### セレットクラブ平成19年度定時総会

[4月15日]

セレット修正機による先進車体整備工場の集まりであるセレットクラブでは、横浜にて本年度の定時総会を開催、役員改選及び19年度の事業計画をはじめ各議案の審議を行いました。またセレットチーフトレーナー西川信一氏による「昨今のBP市場の現況」をテーマとした講演、事例発表など充実した研修会が開催されました。



挨拶に立つ金城有助会長  
開会の辞を述べる千葉由則副会長

### 第10回リペア工房実務者研修会

[4月25～27日]

感動夢工場・リペア工房分科会では、仙台市内にて実務者研修会を開催。主に実務経験3年未満のメカニックを対象に、钣金塗装の下地処理を中心としたトレーニングを行いました。3日間にわたる研修とあって実技・実習も充実、参加者にとって実り多い研修会となりました。



マンツーマンで実技を修得  
下地処理のポイントを伝授

### 「最新エンジン診断の極意」技術研修 [5月17～18日]

MSC、感動夢工場、セレットクラブ各会員を対象とした合同技術研修会が埼玉県北本市のバンザイR&Dセンターにおいて、オートリード(株)代表取締役、山岡丈夫氏を講師に招いて開催されました。従来の整備技術が通用しないといわれる最新エンジンの点検整備と故障診断について、OBD診断機を駆使し、座学・実技にわたるトレーニングで実践に活用できる知識と技術を修得しました。



会の枠を超えて参加者が集合  
実車を前に診断の極意を学ぶ

### 感動夢工場第13回研究会 [6月14～15日]

感動夢工場の第13回研究会は東京港区のホテルJALシティ田町にて開催されました。今回は講師として、自動車部品流通戦略研究所所長、白柳孝夫氏を招き「顧客ニーズ対応型整備の需要創造」と題して講演が行われ、また懇親会において各会員相互の情報交換、2日目は有明の東京ビッグサイトに研究の場を移し、第31回オートサービスショーの見学を行いました。



感動品質の創造に向けて研究会を展開  
新たな需要創造を訴える講師、白柳孝夫氏

### MSC経営戦略会議第30回定時総会・第89回研究会 [6月15～16日]



30周年へ向け、決意を表明する若杉利男議長  
最新機器を熱心に見学

今年、設立30年を迎えたMSC経営戦略会議の定時総会・研究会が東京港区のホテルJALシティ田町にて開催されました。総会では役員改選、本年度の事業計画などの議案審議が行われ、その後、研究会においては日刊自動車新聞社常務取締役主筆、佃義夫氏による「ユビキタスとこれからの自動車社会」と題する講演が行われました。また2日目は第31回オートサービスショーの見学会と充実したスケジュールの研究会となりました。

# BANZAI GUIDE

## 新役員のご紹介

バンザイでは6月27日に開催された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、下記の通り就任いたしました。今後とも皆様の一層のご支援とご指導を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役会長	栗本 忠雄 (昇任)
代表取締役社長	関谷 徹 (昇任)
専務取締役 (営業本部長)	吉田 勝男 (昇任)
専務取締役 (管理本部長)	中村 正人 (昇任)
常務取締役 (営業副本部長兼名古屋支店長)	山口 猛 (昇任)
常務取締役 (営業副本部長兼調達部長兼技術部担当)	中村 郁稔 (昇任)
取締役 (海外販売部長)	藤下 努 (新任)
取締役 (関東支店長)	高山 正敏 (新任)
常勤監査役	三浦 弘 (重任)
監査役	原田 進安 (重任)
監査役	及川 恒夫 (重任)

### 旭川営業所移転のご案内

札幌支店旭川営業所は6月25日より新住所にて営業しております。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

〒070-0027 旭川市東七条五丁目2番3号  
電話番号 0166-29-6050 FAX番号 0166-29-6051



#### 編集後記



ゴールデンウィーク明け直後の今回の取材、気分はまだバケーション？いえいえ今回のJA北ひびき殿への訪問は、お客様からのお話を伺えるだけでなく、私が開発を手掛けた新商品との再会でもありました。訪問先は、旭川から北へ約40km、羊で有名な士別市です。桜の花がこれから咲き始めるまだ肌寒い時期の訪問でした。真新しい大きな工場の看板に掲げられた「ALLOK(アロック)」の文字が全てを物語っていました。ALLOK=オールOK! 整備のことなら何でもOK!! 看板

<根本>  
に偽り無し。バンザイの最新鋭の機器類をお客様に見える整備、見せる整備に心掛けたJAとして、初めての試みが十二分に発揮されていると言う、嬉しいお言葉を頂きました。私の手掛けた開発品もお役に立てていたので安心。「頑張って働いてくれ！」と装置に一声掛けて帰路に付きまして。三浦綾子さんの小説にもある、かつては交通の難所であった塩狩峠を通り旭川へ。今は高速で楽々通過！時代の流れを最後に感じさせられた今回の取材でした。

水性塗料時代に最適

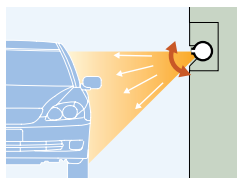
# 水性塗料塗装ブース

アイリス・フレックス BWB-FX-S/BWB-FX-W

<PAT.P>



高い安全性と優れた操作性をベースに、  
水性塗料対応型へと進化しました。



水性塗料の乾燥を  
促進させる高い風速を確保

ノズルのスウィングは塗装  
ブースに適したエア駆動式

型 式	本体外寸法(W×L×H)mm	熱源kcal/h	ファン(給気・排気)	ノズル用ファン	ノズル
BWB-FX-S	4,500×7,350×4,000	150,000	#4 1/2×7.5kw	#3 ターボファン 3.7kw×2台	20台 (右壁8 左壁8 後壁4)
BWB-FX-W	5,000×7,350×4,000	200,000	#5×11kw		

既存のブースがそのまま活かせる

## 水性塗料 乾燥装置

BWS-01



型 式	BWS-01
本 体 寸 法	幅 1,000×長 750×高 2,200mm
水平スライド距離	600mm
上下スウィング角度	45度
ノズル位置高さ	床面より 770~1,800mm
動 力	エア
ホ ー ス	耐熱ホース 4m
熱 源	ブース備付けの熱源を使用

**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  
本社及び各営業所で  
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。