

# MiniReader™ ミニリーダー

エンジンシステムの故障コード(Pコード)の読取と消去に対応!

読取りわずか15秒!  
誰でも簡単操作!

WE3031JPB



ポケットに1台  
診断整備の  
必需品!!

- ✓ 軽量コンパクト、お求めやすい価格でメカニック1人1台の保有を可能にします。
- ✓ 操作が非常に簡単。入門機として最適。
- ✓ OBDII、J-OBDIIにも対応。
- ✓ 診断ソフトのアップデートが可能。購入後も安心。
- ✓ Pコード一覧表標準付属。

対応車両

- ◆ プロトコル  
KWP2000・ISO9141-2・J1850(VPM、PWM)  
ISO15765-CAN  
国内メーカー独自規格(トヨタ・日産・スズキ・ダイハツ)  
プロトコルも搭載

◆ 対応年式

日本車	普通車・軽自動車(一部ディーゼル車非対応)J1962 16ピンコネクタ装備車でP****の4桁コード採用車 (H12年前後以降の車両が目安です)
米国車	OBDII 規格車両—1996年以降
欧州車	EOBD規格車両—2000年より順次採用

※今後の新規格にもアップデートが可能です。

# BANZAI NEWS

2009  
Summer  
271

特集  
BANZAI NEWS

感動プロジェクト2009  
感動品質&環境整備  
～人と車の未来のために～  
PART 3

チェックしてみませんか、  
あなたのお店の「見える」度は?



BANZAI 株式会社 バンザイ <http://www.banzai.co.jp>

- |   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
| <p>本社<br/>東京都港区芝2-31-19<br/>TEL 03-3769-6880<br/>E-mail: eigy@banzai.co.jp</p>            | <p>関東支店<br/>埼玉県北本市朝日4-553<br/>TEL 048-590-3700<br/>E-mail: kanto_br@banzai.co.jp</p>     | <p>大阪支店<br/>大阪市長田東3-3-11<br/>TEL 06-6744-1041<br/>E-mail: osaka_br@banzai.co.jp</p>       | <p>海外販売部<br/>東京都港区芝2-31-16<br/>TEL 03-3769-6894</p>   | <p>●営業所 旭川・青森・秋田・盛岡・郡山<br/>山形・新潟・長野・前橋・宇都宮<br/>水戸・埼玉・千葉・横浜・静岡・多摩<br/>北陸・三重・京都・神戸・高松</p> |
| <p>札幌支店<br/>札幌市西区24軒1条7-3-10<br/>TEL 011-621-4171<br/>E-mail: sapporo_br@banzai.co.jp</p> | <p>東京支店<br/>東京都港区芝2-31-16<br/>TEL 03-3769-6840<br/>E-mail: tokyo_br@banzai.co.jp</p>     | <p>広島支店<br/>広島市西区南観音2-7-10<br/>TEL 082-233-3201<br/>E-mail: hiroshima_br@banzai.co.jp</p> | <p>●出張所 帯広・函館・富山・松山<br/>岡山・山口・長崎・大分・熊本</p>  | <p>●販売会社 バンザイ鹿児島販売(株)<br/>バンザイ宮崎販売(株)<br/>バンザイ沖縄販売(株)</p>                               |
| <p>仙台支店<br/>仙台市宮城野区福室2-8-21<br/>TEL 022-258-0221<br/>E-mail: sendai_br@banzai.co.jp</p>   | <p>名古屋支店<br/>名古屋市中区大須1-29-36<br/>TEL 052-201-7551<br/>E-mail: nagoya_br@banzai.co.jp</p> | <p>福岡支店<br/>福岡市博多区那珂5-3-15<br/>TEL 092-411-1261<br/>E-mail: fukuoka_br@banzai.co.jp</p>   | <p>ISO9001・ISO14001<br/>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<br/>バンザイでは「顧客第一主義」を信条に<br/>お客様とのきずなを大切に、<br/>お客様満足度の向上を図ってまいります。</p> |   |





東京湾アクアライン 千葉県木更津市

太平洋に臨む海の入口として、タンカーや貨物船が航行する東京湾。その海を越えて、今日もたくさんの車が走る海の道、東京湾アクアラインは二つの岸を隔てる距離と時間をひきよせ、新しい人と物の流れを創り出しています。その長さはトンネルと橋を合わせ、全長15.1キロ。ここは船と車が行き交う海の立体交差点なのです。

### ★歳時記

- 7月 7日 七夕
- 20日 海の日
- 8月 6日 広島平和記念日
- 7日 立秋
- 9日 長崎原爆の日
- 15日 終戦記念日
- 9月 21日 敬老の日
- 22日 国民の休日
- 23日 秋分の日
- 10月 12日 体育の日



### ●目次

- ★特集【感動品質 & 環境整備】……………①  
～人と車の未来のために～感動プロジェクト2009 PART 3  
チェックしてみませんか、  
あなたのお店の「見える」度は？
- ★モデルショップ訪問【西武バス株式会社 所沢営業所 整備工場】…⑥  
最新設備の導入で、バス整備の  
効率化と環境対応を実現
- ★モデルショップ訪問【学校法人小倉学園 専門学校 東京自動車大学校】…⑧  
設備、指導、最高の教育環境で  
全国トップの実績を誇る
- ★ショールーム……………⑩
- ★トピックス＜海外情報＞中国……………⑫  
拡大する中国の自動車サービス市場へ  
BANZAIブランドの各種機器をアピール
- ★感動夢工場・工房シリーズレポート No.28……………⑭  
らくらく車検工房／四輪工房 (有)タッカー
- ★ロータリー……………⑯
- ★BANZAIガイド……………⑰

# 特集

BANZAI NEWS



## チェックしてみませんか、 あなたのお店の「見える」度は？

整備工場、サービスショップ、カーピット…、呼び方はさまざまですが「お店」にはそれぞれの経営者の感性や企業ポリシーが表れるもの。親しみ感のあるお店、格調のあるお店、その反面、敷居が高いと感じられたりするお店などさまざま。普段行きつけのお客様なら、気さくな営業マンがいて、いつも笑顔のフロントがいて…、などとお店のことも分かっているでしょうけれど、初めてのお客様、見ず知らずの人に、どのようにお店をアピールするか。企業の存在感をどのように表現していくか、そこに「安・信・感」ショップへのヒントがありそうです。

## お客様に「見える」企業へ、情報の発信を！

もうずいぶん言われていることですが、市場の成熟化、少子高齢化や若者層の車離れなどによる販売不振、保有台数の頭打ちなど、自動車市場の厳しい環境が続く中、アメリカではビッグスリーのうち2社までもが経営破綻におちいるなど、自動車業界にとどまらず世界の経済情勢はまだまだ明るさを見出せないようです。

自動車サービスの市場においても、総整備需要が横ばいになっている現状から、顧客の囲い込みと台当り整備売り上げの確保が当面の課題となっています。その前提となる顧客満足度、さらに「満足から感動へ」というご提案を、この特集でも継続してとり上げてきました。

さて、本年、特集シリーズでご提案しているのは、企業の透明化、それによる「安・信・感」の提供を通じて感動品質を実現しましょうということです。

ここ数年、企業活動におけるさまざまな不祥事が、企業の実態について消費者の不信、不安を引き起こしてきました。しかも、時あたかも環境問題への対応、サステナビリティ(持続可能な社会)など、企業としても対応が不可欠な課題が山積しています。

すでに安い、品質が良

い、だけでは満足から感動への新たな価値提供はできません。社会的なコンプライアンスへの対応とそうした企業情報の発信が、新たな2010年代への企業基盤作りに不可欠といっても過言ではありません。企業の核心にある部分をオープンに「見える」ように、「透明性」のある企業づくりへ、さまざまな情報を積極的に発信していこうではありませんか。

## 「感動品質」に隠された企業のストーリー

スーパーマーケットの乳製品のコーナーで、今週のお買い得として紙パックの牛乳が並んでいました。お買い得のほうはあまりなじみのないブランドです。さて、ちょっと高くてもいつもの牛乳を選ぶか、それともお買い得の牛乳を選ぶか？

地方へ出かけたときなども、普段なじみのないブランドにお目にかかることがあります。コマーシャルなどでもあまり知られ



ていない、その地元の企業の製品などの場合です。

そんなとき、その商品に対する不安を解消するものが、ひとつにはブランド(ここでは単純に知名度と理解してください)であったり、商品のスペック(成分表示や製造年月日、消費期限などの情報)であったりするのでしょうか。昨今の消費者は以前より熱心にこれらの表示に目を凝らしているようです。そのように「情報」は商品を選ぶ際の最大の基準になります。品質を目に見える形にしておくことが大切なのです。

価格は最も目に見えやすい情報です。品質も、例えば一回お買い上げになれば、まあおいしいか、まずいかは分かるでしょう。安くて、品質もそこそこ釣りあっている、あるいは高くても品質はやはりそれなりにいい、ということであればお客様は満足するわけです。さらに、「安くて品質もいい」、ということであればなおさらです。そこには何らかの企業努力があるはずですよ。

そういう企業努力のストーリーがお客様の感動につながります。低価格と高品質の二律背反の常識をくつがえして見せた、かのカジュアルウエアのメーカーなども、そうしたいくつものストーリーの積み重ねで消費者の支持を得てきたわけです。

そして重要なことは、そういう企業努力やコンプライアンス情報などは企業の側からオープンにして発信していかないことには、受け手である消費者には伝わっていかないのです。

## 「顔が見えない」不安をどう解消するか？

冒頭に、お店には顔があると述べました。お店の外観、看板、フロントや整備工場で働く人たち、そのような目に見えるものや雰囲気のようなものまで含めて、「入りやすそう」、「ちょっと敷居が高そう」などと、お客様はイメージするわけです。さて、あなたのお店では、そのようなお店の顔を、お客様によく「見える」ように向けているのでしょうか。

最初にあげた看板もそうですが、まず外観がきれいなことです。お店の大小や設備の新しい古いに関わらず、清潔であること、整頓されていることが「見える」お店の第一条件です。



## お客様に安心を与える、お店には情報がいっぱい！

お店に一步足を踏み入れてみましょう。フロントにはサービスメニューが掲示されていますか？料金も分かりやすく表示されていますか？単なる工場とお店との違いは、サービスという「目に見えない無形財」を目に見える形で商品化することにあります。



また最近ではスタッフを「見える」ように紹介しているお店も増えてきました。ボードにスタッフの顔写真とプロフィールを簡単に紹介するコメントを記載してあったりします。「足回りサービスの専門家です」などといったプロフェッショナルとしての技術力の紹介はもちろん、「赤ちゃんが生まれました。ほやほやのパパです」などといったプライベートな紹介も、親しみのもてる工夫といえるでしょう。そのスタッフに会ったことのないお客様にも安心感を持たれること請け合いです。

**まさに「透明正大」、これぞ「安・信・感」ショップ！**  
整備作業を「見える」ようにするのも「透明性」の一環です。「立会い車検」は、お客様のお車の状態をお客様自身で確認していただき、整備の時期を判断していただくというプロセスを踏む上で、まさしく「見える」サービスの決定版です。整備工場を見ていただけるよう、オープンな形態にしておくことが大切です。検査の流れや、どういう項目について点検す

るかなどを説明する資料やパネルなどを用意しておくことも必要でしょう。工場のさまざまな設備、機器をお客様に分かりやすいように紹介してある工場もあります。車検機器や診断機など、主な設備やアピールしたい最新機器などをパネルで分かりやすく解説してあれば、お客様にとっても工場に対する信頼感や安心感につながるのではないのでしょうか。もしスタッフの手が空いていれば、整備をお待ちのお客様に工場ツアーを提案してみるのはいかがでしょうか。主な整備機器や、最近導入した設備など、また廃棄物の処理方法などについてご説明することも良いのではないのでしょうか。もちろん、工場内を安全にご案内できるようにしておくことが絶対条件です。さらに言えばスタッフ自身も自分のお店、工場に誇りを持っていなければこのような提案は出来ません。従業員満足が顧客満足の前件になる「インターナルマーケティング」、すなわち、従業員も企業から満足を提供される顧客に準じる存在だという考えかたです。

**提案も「対話」で分かりやすく、オープンに**

オイルチェッカーでエンジンオイルを点検したメカニック、「診断機の表示が赤なので、交換しないとダメです」と、何となく上から目線になってしまいました。プロがそう言っているのだから、とは思っても何となく釈然としないのではないのでしょうか。「おかしいな、〇ヶ月前に交換したばかりなんだけど」とお客様。オイル診断機を葵の御紋の「印ろう」のように振りかざしたのでは、お客様も納得されないでしょう。せっかくの提案も「押し付

け」という印象をもたれてしまいます。「このようにオイル交換が必要という結果が出ているのですが、いつ頃交換されましたか」、「〇ヶ月前に交換したばかりだけど」、「走行距離がだいぶ出ていますね」、「そういえば、高速が1,000円になってから、このところ週末に何回か遠出をしたから」、「なるほど、それですね」と対話型で診断、提案を進めればお客様も納得、というわけです。診断機の判定結果から、お客様のカーライフスタイルも見てくるのではありませんか？

**WEB時代のメディアを活用しよう！**

企業の情報発信のメディアとしてもはや必須といえるのがホームページです。最近では初めてのお店に行くときには、必ずといっていいほど、ほとんどのお客様がホームページをチェックするといわれます。自動車サービス業ではまったくの新規のお客様といえば、転勤などで引越されたときなどでしょう。また、宣伝メディアよりも口コミ、というお店も多いでしょうが、それで

も情報の窓口があるかないとでは大違いです。とくに表現に凝る必要はないでしょうが、企業としてのポリシーが伝わる内容であればよいでしょう。企業のメッセージが的確に伝わるホームページは、とくに若い人たちにとっては不可欠の情報源といっても過言ではありません。

**整備には4つも提供できるサービスがある！**

さてこのように考えてみると、企業の透明性とはお客様との距離感を縮めること、とも言えるのではないのでしょうか。

よくいわれるように、サービスには4つの形があります。

- ①**精神的サービス**: あなたのカーライフをいつも見守っていますよ、というサポーターとしてのサービス。
  - ②**態度的サービス**: 態度、すなわち接客にあたる人の笑顔や表現、動作などを含めた気持ちの良いマナー。
  - ③**業務的サービス**: 本来の、商品として提供するサービス。確かな整備を、迅速に、的確に提供すること。
  - ④**犠牲的サービス**: いつもお世話になっているから、特別にサービスしちゃいましょう、といういわゆる「サービス」。
- このようにサービス工場には本来のビジネスとしてのサービスだけでなく、これだけ提供できるサービスがあるということでしょう。これらのサービスが相互に連携してお客様との距離を密接にできるよう、まだまだ工夫できる余地はあるのではないのでしょうか。



# 最新設備の導入で、 バス整備の効率化と環境対応を実現

東京都と埼玉県を中心に路線バス、高速バスなどのバス事業を営む西武バス(株)では、このたび所沢営業所と整備工場を移転新築し、各種最新設備を導入した大型車整備工場として全容を一新。車検、点検整備の作業全般にわたって大幅な効率化と環境改善を実現されています。



管理部長  
山内 智矢氏



管理部 整備課長  
小湊 裕一氏



所沢営業所整備工場 工場長  
関口 典彦氏



所沢営業所(左)と整備工場(中央奥)の外観



指定整備工場として、グループ各社の車検に対応



バスの整備に周辺機器を最適レイアウト

**グループの各種バス整備に対応**  
西武バス(株)は東京都の西北部から埼玉県の南西部にかけて、12拠点の営業所と約400系統の路線網を持ち、整備工場としては認証工場が7工場、指定工場1工場、特定指定工場1工場を有しています。このたび完成した新工場は従来新所沢にあった指定整備工場の周辺の市街地化などともない、設備の一新を図るため移転新築されたものです。

同社およびグループ会社で保有する車両台数は路線バス、高速バス、観光バスを合わせて約1,200台、そのうち新工場の入庫対象車両としては所沢営業所と周辺営業所の路線バスおよび観光バス、高速バスで、そのほか一部ハイヤー、タクシーも含まれます。



検査ラインにはネットワークシステムを導入、検査業務をIT化

大型観光バスにも余裕のスペース

## 各種の最新設備で省力化、環境改善

所沢市の郊外に開設された新工場は、広大な敷地に所沢営業所と大型車整備工場とを併設、新工場の主な設備はバス専用の整備ストールにツインエースが5基、小型車整備にタンデムリフトが2基となっており、そのほか検査ライン、洗車場に各1ストールが設けられています。また周辺設備として吊下げリールによる集中給油、ハイブリダー、エア、パキューム装置などをストールごとに導入。これらの設備をバス整備に最適のレイアウトとすることで、最も効果的に作業の効率化が図られています。また洗車ストールには自動下部洗浄機を導入、とくに「従来、高速バスに付着する凍結防止剤によるリフトの腐食、故障が多かった」(関口工場長)ことから、これも効果的な活用が期待されています。



バス整備に5ストール、小型車に1ストール(2台)のキャパシティ



キャタピラツインエース5基が大型車整備の効率化を実現

作業の効率化と環境改善を実現

エア、オイル、ブレーキフルードその他、リールで各ストールに供給



新整備工場は駐車スペースも広大、入出庫にも余裕の広さ



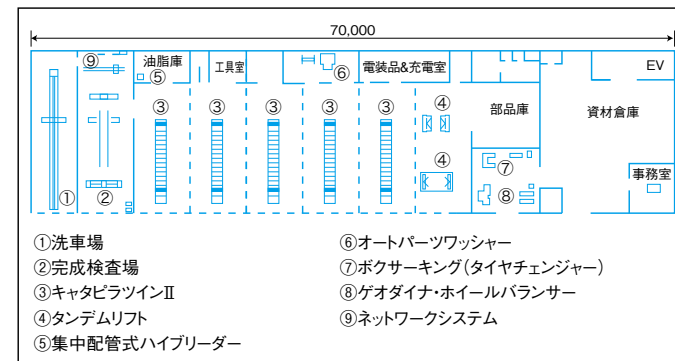
自動下部洗浄装置で洗車作業を省力化



洗車場(左)完成検査場(右)

## 「グリーン経営」認証を会社で取得

また新工場は環境面における同社の取組みに対応するものとなっています。同社では、業界に先駆けて「グリーン経営」認証を全営業所で取得、現在2回目の更新に向けて全社一丸の取組みを推進されています。そのため同工場においても、点検・整備や廃棄物の適正処理など、全般にわたって認証基準に則った運用が行われています。整備項目においては、車検整備、法定点検はもちろん、オイル交換をはじめ独自の基準に基づく自主点検など、環境面の対応もふまえた点検整備や、さらに客室内の安全、衛生管理までが含まれるとのこと。実際面の効果としては「以前に比べてメカニックの作業時の移動が目に見えて少なくなっている」とのこと。安全、快適という公共輸送のニーズに加え、さらに環境対応とバスの整備も大きく変わりつつあるなかで、新工場でのサービス体制の確立により、グループ全体へのサポート効果も期待されています。



# 設備、指導、最高の教育環境で 全国トップの実績を誇る

学校法人小倉学園を母体とする自動車整備の専門学校、東京自動車大学校ではこのたび車体整備の学科として「ボディクラフト科」を新設。2級、1級整備士はもとより車体整備士まで、自動車整備に関わるすべての技術を学べる、総合的な設備と教育体系を実現されました。



校長 工学博士  
小谷 将彦氏



新設されたボディクラフト科、4号館の外観

東京自動車大学校の外観、姉妹校として群馬自動車大学校、新宿鍼灸柔整専門学校、早稲田美容専門学校がある



下地工程には床面吸塵装置、ブースへの移動レールを設備



吊下げ乾燥装置、床面吸塵装置を完備した2F実習場

## 車体整備を超える「ボディクラフト」目指す

葛飾区西亀有の同校キャンパスには2年制の2級整備士コース、4年制の1級整備士コースの教育実習施設としての1~3号館と、本年新設された「ボディクラフト科」の校舎として「4号館」が新たに建設されています。ボディクラフト科の新設については「近年カーディーラーによる車体整備の内製化など、車体整備技術者の養成が求められていること」などが背景となっていることから、2級整備士又は、1級整備士の課程を修了した学生を対象に設けられたものです。「ボディクラフト」の呼称も学内から募集したもので、これまでの钣金塗装、車体整備を超える、魅力ある分野として学生の意欲を喚起したいとのことです。



部品塗装、部分塗装など活用範囲の広い簡易塗装ブース

## 全国に先駆け、初の水性塗装を導入

4号館は1、2階に実習場、教室が設けられ、各工程に最新鋭の設備が導入されています。钣金、下地工程ではフロア式2基、ベンチ式車体修正装置が1基、各種溶接機など、また塗装工程では全国に先駆けて採用された水性塗料による調色システム、塗装ブースなどのほか、静電気を防止するエアシャワールームなどの最新設備も完備されています。もちろん床下吸塵装置その他の環境対策も万全です。

導入にあたっては「すべての設備に、一番いいものを」が同校のポリシーとのこと。将来的に実施が予想される大型車1級整備士、二輪車1級整備士の実習に対応する設備もすでに完備されています。

環境時代への対応として水性塗料を採用、調色用キャビンも完備



粉塵の除去、静電気を防止するエアシャワールーム



車体修正、下地工程、塗装ブースまで最高の設備を完備(1F実習場)



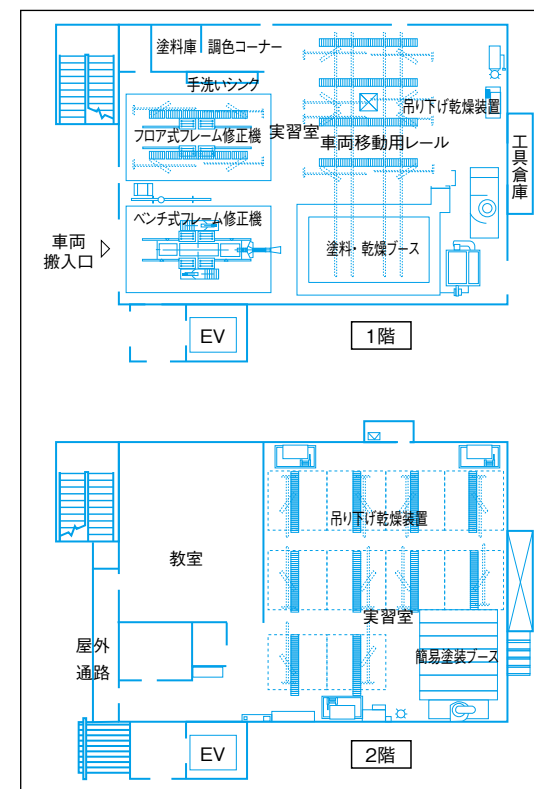
車体修正システムは、床式にネキスト、ベンチ式にセレットを採用



三次元ボディ計測システム「ナジャ」も導入

## 「上質な教育の提供」により合格率200%!

「入学した時点では学生の資質はさまざま、一人も挫折させることなく育てるのが本校の使命」と小谷校長先生。同校では毎年2級コースの卒業生と1級コースの2年修了者の全員が2級ガソリン・ジーゼル両方を受験し、全員が両方の試験に合格、すなわち200%の合格率を達成されています。また同様に大手カーディーラーをはじめとして100%の就職率をあげられています。こうした高い実績は「最新の施設、教材、先生の熱心な指導、全てがあいまってこうした高い成果につながっている」とのこと。同校の誇る「より上質な教育内容の提供」により、「ボディクラフト」の分野にも、学生たちの新たなチャレンジの舞台が広がられていくことでしょう。



# SHOW ROOM

## トリプルテスター(ブレーキ・スピード・サイドスリップ複合機)

許容軸重  
3.6ton

エンボス  
加工

本体サイズ  
業界最薄

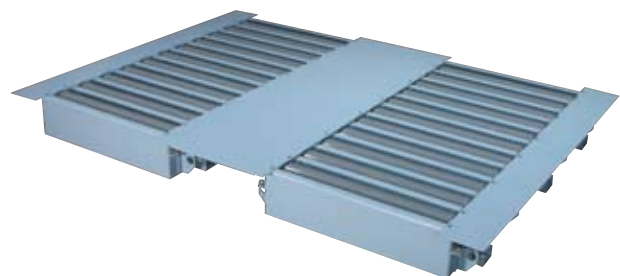
更に進化して新登場!



- エンボス加工と本体の薄型設計に加え許容軸重をアップいたしました。これにより、消防車、救急車、クレーン車(ユニック等)、バッカー車の検査にも対応できます。

型 式	ABSTE-180
型式試験番号	JASEA-A-13 JASEA-B・S-24
許容軸荷重(輪荷重)	3,600kg(1,800kg)
駆動モーター	AC200V 三相 1.5kW
本体寸法	長1,200×幅2,900×深さ240mm

## 多軸型・固定式 フリーローラー



許容軸荷重3.6ton(許容輪荷重1.8ton)に能力アップ!

- フルタイム4WD車のスピード測定時に、測定していない側の駆動輪を空転させるための装置(ローラー)です。
- 測定車両のホイールベースに合わせる必要がありません。
- インターロック機能付で、車両が5km/h以上の場合、ローラーロックの操作が出来なくなり、車両の飛び出しの心配がありません。(ABSTE-180と連動時)

## ワイヤレスリモコン式 オパシメータ(光透過式スモークメータ)



●スタンドはオプション



運転席から無線操作で排ガスをチェック!

### MEXA-600SW

- 従来の光反射式黒煙測定器に比べて測定精度や再現性に優れ、低濃度スモークまでより正確に測定することができます。
- 操作部に内蔵したプリンターから測定結果を日本語出力します。
- カウントダウンタイマー方式で操作性抜群。(自動シーケンス方式採用)
- 不具合や故障箇所を表示する自己診断機能付です。

### AVL4800-P

- カウントダウン&自動トリガー機能搭載(ガスを自動検知し、自動的に測定に入ります。)
- 優れたメンテナンス性(光学プロテクタ取外し可能)
- 直線性チェック機能による自動較正(PAT.)
- プリンター標準装備



●スタンドはオプション

# SHOW ROOM

## 下向き対応ヘッドライトテスター(手動式・スクリーン方式)



配光が見やすい大型スクリーンを前面に配置!

- 大型スクリーンが本体前面上部に配置されているので調整しながら配光を確認できます。
- スライド式上下機構で受光部の上下移動がラクです。(ハンドル形状を一新、更に操作がしやすくなりました。)
- バランスメーターの感度向上により、調整時のメーターの振れがなめらかになりました。(光度の低いランプの調整時に威力を発揮します。)
- 車高が低い車に対応。ランプ中心位置42cmより測定可能です。

型 式	型式試験番号	測定距離	光 度	照射方向
HT-517 シリーズ	JASEA-H-18	1m	走 行 0~120,000cd すれ違い 0~120,000cd	上15.0 左35.0 下35.0 右35.0

## エminentスカイX(静音タイプ門型洗車機)



業界 最静音タイプ!

乾燥音が約19%低減! (当社従来機種比)

電気使用量約30%削減 水使用量約25%削減

(当社従来機種比)

(当社従来機種比)

- 3.5kWの乾燥機とハニカム構造のノズルを使用することで、5.5kWの乾燥機と同等の乾燥能力を発揮します。
- フレーム構造の変更で本体が軽量化されています。
- レール全長が7,950mm(業界最短)で設置スペースが約25%縮小。

型 式	電源・エア	給水量	本体寸法	本体重量
RO-95BWP-SL	200V 三相 0.7MPa	80L/min 以上	W3,631×D2,328×H3,040mm	約1,750kg

## エコノミータイプ ナイスホット(高圧温水洗浄機)



高効率ボイラー搭載で燃費アップ・CO<sub>2</sub>22%削減!

(当社従来機種比)

- 密閉型蓄圧式ステンレスボイラーの採用で、燃料使用量が削減し、CO<sub>2</sub>の排出も低減されました。
- 燃料タンク外付け形で燃料の残量確認や補給がラクです。(タンクを取外し、燃料補給することも可能)
- 高い給水圧対応の逆止固定減圧弁及び作業性向上のゴム製高圧ホース採用。
- サイズを大幅にコンパクト化いたしました。

型 式	KHW-1100B
吐 出 温 度	常温~最高80°C
吐 出 量 / 吐 出 圧 力	約1000L/h(無負荷時) / 約9MPa
モ ー タ ー	AC200V 三相 2.2kW
タンク容量 / 燃料消費量	14L(白灯油) / 約5L/h
本 体 寸 法	W700×D620×H1,055mm



北京市郊外の展示会場、スケールの大きさはさすが中国

## ■成長続く中国市場で、サービス機器にも高まるニーズ

世界経済が低迷する中で、最大の成長市場として期待されている中国。根強いマイカーブームを背景に、2009年には中国国内での販売台数は1,000万台を超えるものとみられ、世界最大の自動車市場になると予想されています。その中で、自動車サービス市場も大きく拡大し、整備機器にも高いニーズが寄せられています。バンザイでは、さる2月25日から28日まで中国・北京で開催された展示会に独自のブースを出展、多くの来場者に各種の整備機器をアピールしました。



関係者とメディアを集めて開催されたオープニングセレモニー



4日間、45,000人の来場者で賑わった



豊田通商殿のブースと隣接したバンザイブース



万歳汽車設備商貿(上海)有限公司の増田総経理(右から2人目)、星副総経理(中央)、各スタッフの協力のもとに展示が行われた



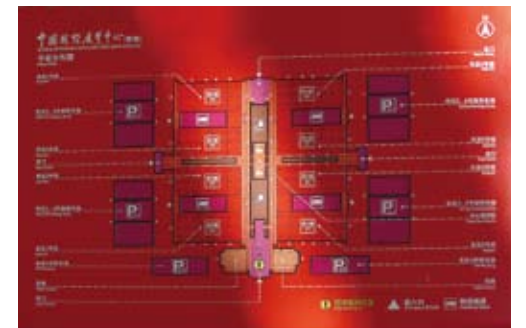
各種機器のデモに高い関心が寄せられた

## ■オートサービスショーの4倍のスケール！

この展示会は、北京市の郊外に昨年新たに建設された中国国際展覽中心(CIEC)新館を会場に開催された、自動車整備機器と車体整備機器を中心とする国際展示会「AUTOMAINTENANCE + REPAIR 2009」で、バンザイでは中国市場をターゲットとした各種整備機器の展示とデモンストレーションを行いました。会場はHALL 1~4まで、わが国のオートサービスショーのおよそ3~4倍もの広さ、出展者数も603社とこれも4倍以上というスケールの大きさです。



入場の際は検査も厳重に行われる



オートサービスショーをはるかに凌ぐスケール

## ■デモンストレーションに来場者も注目

欧米の有名ブランドをはじめ多数のブースが並ぶHALL 2の一角にバンザイはブースを構え、バンザイの現地法人である万歳汽車設備商貿(上海)有限公司との協力のもとに、ガレージジャッキ、コンプレッサー、リール類、エアーツール類、車体修正装置、ハンドツール類等を中心に展示を行いました。

4日間の来場者数は約45,000人にのぼり、バンザイブースにも多数のお客様にご来場いただきました。デモンストレーションをまじえた展示に、興味を示されるお客様も多数にのぼり、今後ますます重要となる市場に大きな手ごたえが感じられました。





有限会社 タッカー

福井県大野市中野10-2-1 TEL.0779-65-8811

# 立会い車検と独自のメンテパックで 顧客に密着した店舗スタイルを確立



国道185号線、美濃街道に面した店舗。工房のサインがずらり

福井県大野市の(有)タッカーは、現社長の高岡純一氏のご尊父からご子息の正和氏まで、三世代にわたるカーサービスショップです。もともとタイヤなどの用品ショップからスタートしたとあってショップ感覚の店舗づくりと顧客対応はお手のもの。現在はらくらく車検工房として立会い車検を軸に顧客の拡大と固定化を推進されています。



代表取締役  
高岡 純一氏

専務  
高岡 正和氏

## カーショップとサービスを融合した店舗にお祖父様の代からとのことですが、この店舗の形になったのは？

正和氏:現在の場所は中古車展示場だったのですが、4年前にカーショップをここに移転し、サービス工場を併設して現在の形になりました。もともとは祖父がタイヤ整備店としてスタートし、父の代にタイヤ、アルミホイールの販売と喫茶店を併設した店舗を始めたのがルーツです。現在は(有)タッカーと钣金塗装のカーボ大野店、大型車整備の高岡車輛(資)の3拠点がグループです。

## 用品コーナーも充実していますね

正和氏:今は縮小していますが、以前は改造パーツなどをメインにタイヤ、アルミホイール、バッテリーなどを取扱っていました。現在は新車・中古車販売から整備、用品まで、ガソリン以外はすべてグループ3店舗でトータルサービスの体制です。

## いわばスタートから集客・来店型のスタイルですね？

正和氏:大野市は独立した商圏ですから、地域の顧客を確実に守っていくことが大切です。そのため「立会い車検」による顧客拡大と、独自の「サポート24」を軸に固定化に力を入れています。「サポート24」は整備につながるきっかけ作りのシステムで、車検時から6ヵ月、12ヶ月、日常点検を含めた2年間のメンテナンスパックです。日常点検は無料という意識で受けていただけるため、今では毎月のように来店されるお客様が増えています。



検査ラインにはネットワークを導入

ビーダイナはディーラーからの在庫も多いとのこと



店内に一步足を踏み入れたいくなる、ショップ感覚の店舗



見える点検整備が立会い車検の基本

## 立会い車検90%!スタッフが連携して顧客対応 立会い車検の割合はどのくらいですか？

正和氏:すでに4年目になっていますので、今では個人客の90%が立会い車検です。特別の場合以外は当たり前のように立会い車検としています。短時間で集中して作業するため、作業の効率面でも、またお客様のお支払いの面でも非常にいい形になっています。

## 待合コーナーやキッズコーナーなど店舗も立会い型ですね

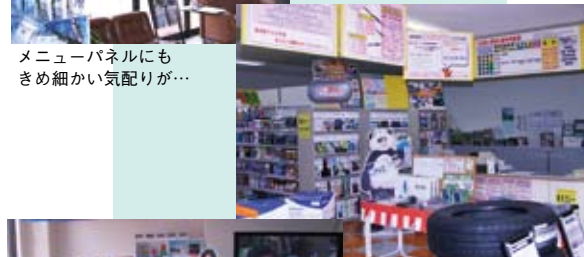
正和氏:お客様がつねに居やすいように配慮しています。立会い車検は2~3人で作業にあたります。その間に業務担当者が書類を作成し、また部品代がかかるような場面では営業担当者がお客様に説明するようにします。とくに立会い車検の多い休日などはスタッフ全員が相互支援体制で顧客対応にあたっています。

## スタッフの意識も高いということですね？

正和氏:立会い車検ではお客様がお待ちになっているという感覚があるので、作業の動きが違ってきます。またメカニックもお客様と必ず対話をし、お見送りをしますので立会い車検が増えるとともにスタッフの意識も高くなっていますね。



メニューパネルにもきめ細かい気配りが...



パネル類もきれいに整頓されている



「お待ちのに…」と、正和氏お勧めの新聞書がずらり



カーショップ店の強みを生かした用品コーナー



手作りの「かわら版」、表面には車以外のニュース、裏面には車関連の情報を掲載

## さまざまな形でメッセージを発信 チラシなどは出されているのですか？

正和氏:「かわら版」という手作りのミニコミ紙を毎月発行しています。スタッフが協力して作っていますが、お客様にはたいへん好評です。また現在では新規のお客様にはホームページが不可欠ですので、これも新しくリニューアルしました。立会い車検などの動画も近々アップしようと、鋭意制作中です。「当たり前」の満足でなく「感動」にまでお客様の気持ちを高め、リピーターになっていただけるよう、つねに一歩でも先に進めていきたいですね。

## 感動夢工場のコンセプトそのものですね

正和氏:「良い商品を安く」は当たり前であって、感動にはつながりません。感動はお客様に喜んでいただけて、かつ他店にはない誠意のこもった「サプライズ」があって初めて生まれるものだと思います。それが常に提供できたとき、初めて「顧客」になり得るのだと思います。お客様は新しい物好きですが、飽きてしまうのも早いですね。最高の設備を生かし、感動のサービスを継続して提供できるように、日々スタッフ同士で相互支援の習慣付けを徹底しています。

## 以前の工場ではシャシーダイナモメータ、現在ではビーダイナなど、高度な設備は社長の発想によるものですか？

高岡社長:もともとパーツの取付けなどのお客様が多かったのですが、今の車はお客様に「変わった」と実感していただける整備の分野が「足回り」くらいしかないですね。そのため技術力をアピールできる設備としてビーダイナを導入しました。これも採算面よりも、むしろ「広告塔」として機能している部分が大いいですね。

## 今では正和さんも経営の一端を担われていますね

高岡社長:以前は経営のこととなると私の考えと色々対立する場面もあったのですが、私の体調面もあって2年ほどすべて任せて口を出さないようにしました。現在では一生懸命自分のやり方を社員に浸透させて、良くやっています。おかげで自分も子離れできて、いい形になっています。

## 本日はたいへんありがとうございました。



お客様を退屈させない、待合コーナーにもさまざまな「仕掛け」がされている



もちろんキッズコーナーも完備

第32回定時総会・第95回研究会を開催

MSC経営戦略会議ではさる6月19日、東京港区の東京グランドホテルにおいて第32回定時総会ならびに第95回研究会を開催しました。

総会においては平成20年度事業報告及び決算報告、役員改選、平成21年度事業計画及び会計予算案などの各議案がそれぞれ審議、決議されました。

今回の研究会においては(株)フロントオフィス代表取締役、野崎英直氏を講師に招き、「本物のお客様作り『自整業のクルマ販売の実践』」～固定化と付加価値はクルマ販売から～と題して講演が行われました。野崎講師は、安定経営のための付加価値を計画的、継続的に実現するためには自動車販売が最も有効とし、そのため①顧客情報こそクルマを売るための条件、②提案型販売の実践、③展示会の実践、の3つのステップについて実践的な取組みの必要性を述べられました。

自整業のみならず経済環境の厳しい中、全国各地から参集した各会員はMSCという共通の取り組みの中で、個々の企業における成果や情報の交換を積極的に行われていました。



挨拶に立つ議長、若杉利男氏



「本物のお客様作り」を熱く語る(株)フロントオフィス代表取締役、野崎英直氏



全国から意欲的な会員が参集



各種の支援策をご提案する、賛助会員、あいおい損害保険(株)自動車営業開発室次長、渡辺祐氏

…MSC経営戦略会議…



開会の辞を述べる副議長、平田行雄氏

第1回研究会・情報交換会を開催

セレット車体修正機を使用する先進的な車体整備業の経営者たちの集まりである「セレットクラブ」では、このたび浜松市において第1回研究会・情報交換会を開催、車体整備ビジネスの現状や課題について研究および情報交換を行いました。

今回は浜松市内の会員、(有)ツネハマ鋳金を見学した後、会場をアクトシティ浜松に移し、(株)損保ジャパン代理店サポートの顧問、杉浦清氏による「地域オンリーワン店を目指して」と題する講演が行われました。



(有)ツネハマ鋳金の店舗、工場の外観



セレットクラブ会長、金城有助氏



新時代を生き抜く対応策について語る、講師の杉浦清氏



リサイクルパーツの有効活用について(有)ツネハマ鋳金代表取締役、鈴木庸夫氏より事例発表

…セレットクラブ…

BANZAI GUIDE

新役員のご紹介

バンザイでは6月25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、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	関谷 徹
取締役副社長(管理本部長)	中村 正人
専務取締役(営業本部長)	山口 猛
取締役(海外販売部長)	藤下 努
取締役(関東支店長)	高山 正敏
取締役(経営企画管理室長)	高野 茂
取締役(東京支店長)	浅沼 芳政
常勤監査役	吉田 勝男
監査役	原田 進安
監査役	及川 恒夫

2009  
**新商品・新ビジネス内覧会**  
 安心・信頼・感動を創造する、新時代の自動車サービスに向けて  
 ひと足早く、最新情報をお届けします。

**安・信・感** ショップへ、  
**整備機器とビジネスの最新情報を先取り!**

ハイブリッド車をはじめ、さらに進化する自動車の新技術、環境への配慮やコンプライアンス対応、そして多様化するユーザーニーズへの対応など、自動車サービスビジネスが直面するさまざまな課題に、BANZAIからホットなソリューションをご提案!  
 全国各地の会場から、皆様へ価値ある最新情報を発信します。

**新ビジネス 収益アップ セミナー**

主なセミナー内容

- ・収益アップ・これからの考え方
- ・クレーム対応とリピート率向上の極意
- ・最新・CVT装置の現状

内覧会会場名	開催期日
宇都宮会場	7月7日～8日
広島会場	7月10日～11日
埼玉会場	7月17日～18日
新潟会場	7月24日～25日
名古屋会場	7月28日～29日
長野会場	8月4日～5日
岡山会場	8月21日
大阪会場	8月27日～28日

内覧会会場名	開催期日
高松会場	9月5日
仙台会場	9月10日～11日
千葉会場	9月16日～17日
青森会場	9月19日～20日
帯広会場	10月7日～8日
札幌会場	10月9日～10日
福岡会場	11月6日～7日

※会場等詳細につきましてはお近くのバンザイまでお問い合わせ下さい。

編集後記



今回お邪魔したのは「学校法人小倉学園専門学校 東京自動車大学校」様、取材に応じて頂いたのは小谷校長先生、三田寺次長先生でした。学校に入ってまず感心したのは、生徒の皆さんがきちんと挨拶をされる事。校長先生によると、整備士の前にまず人間としての人格形成が大切との事で、「人間力」を掲げて指導にあたられているとの事です。その結果が、高い就職率や2級自動

車整備試験100%合格という驚異的な合格率に表れているでしょう。教材である設備機器も積極的に最新の機器を採用されており、「水性塗料」や、最新の車輛、最新の教材を取り入れることにより、時代のニーズに合った整備士の育成に努められているなど、教育に対する前向きな姿勢を感じました。ご多忙の中お時間を頂戴し、ありがとうございました。

<米川>