

SSの洗車ビジネスは業態の変化とともに個性化が進んでおり、市場性や経営形態、油外商品内での位置づけなどで戦略が大きく異なってきた。洗車機メーカーでも、それぞれのSSの個性化する戦略に合わせ様々な機能を持つ洗車機や洗車ノウハウを開発し、SSに提案している。ハイブリッド車や電気自動車の普及が問題となり、ガソリンを主体とするSSビジネスには限界を感じている特約店幹部も多い。こうした中で洗車機メーカーの洗車を通じた社員教育の在り方や、節電・節約に関心が高まる状況で、

SSの洗車ビジネスは社員教育と環境問題

次ページ、足立石油様事例参照

SSの洗車ビジネスは業態の変化とともに個性化が進んでおり、市場性や経営形態、油外商品内での位置づけなどで戦略が大きく異なってきた。洗車機メーカーでも、それぞれのSSの個性化する戦略に合わせ様々な機能を持つ洗車機や洗車ノウハウを開

発し、SSに提案している。ハイブリッド車や電気自動車の普及が問題となり、ガソリンを主体とするSSビジネスには限界を感じている特約店幹部も多い。こうした中で洗車機メーカーの洗車を通じた社員教育の在り方や、節電・節約に関心が高まる状況で、

節電・節水のノウハウを紹介する。洗車ビジネスはSSの大きな収益源であり、将来的にも油外収益として可能性は高い商品。しかし消費者のカーライフの変化はSSの洗車ビジネスにも大きな影響を与えている。汚れを落とす洗車から

ボディを保護し安全運転を確保する洗車への転換。さらに省エネによる節電・節水の対応など、今後のSSが洗車ビジネスの中で考えなければならぬ課題は多い。社員教育としての洗車や節電や節水を求められる状況の中での洗車戦略を紹介する。

「洗車は安全走行を推進する手段」

ダイフクプラモア 洗車研修で社員教育

SSの洗車コンサルタントを通じた社員教育を提案するダイフクプラモア（柿沼清毅社長）は、プロとしての洗車ビジネスを提案し、収益アップとともにSSメンバーにも車のボディの状況や汚れの種類、それに対応する作業などプロのスタッフが行うSS洗車ビジネスを提案している。

7月8日石川県小松市の藤井商事今江SS（山本里美主任）で行われた洗車講習会は、各SSから主任クラスのスタッフが参集し、プロとしての洗車ビジネスを学んだ。担当したダイフクプラモアCARWASHカンパニーの筒井敦史インストラクターは「汚れの実態を知り、洗車商品の全てを知ることが研修の目的。社員教育の一貫として

も効果がある」と話す。

8日の午前中は今江SSの2階会議室で座学が行われ、ボディの塗装の種類、汚れの種類や落とし方の方法などについて学んだ。特に汚れについてボディの部位別に分けて説明。水アカ・鉄粉・花粉や樹液・鳥の糞・虫の死骸・タールやピッチ・黄砂・イオンデジソット・ウォータースポット・酸性クリーナー・洗剤の残滓クレーター・ガラス油膜・ガラスうろこなどの13種類に分類し、汚れの原因となった状況やその性質、洗車の対応の仕方

方を細かく指導した。筒井インストラクターは「汚れは実態を知ることが大切。何も知らずに対応すると失敗する」と話す。汚れがボディの塗装面にどのよ

うな影響を与えているのか判断し、それぞれの状況にあった洗車技術を活用することが付加価値の高い洗車戦略に求められる。車齢が長期化し、ボディの手入れにこだわるドライバーも増加しているだけに、セールストークの中でボディや汚れの状況を的確に説明することがメンバーへの信頼性にもつながる。洗車のプロとしての社員教育は益々重要になっていくのだ。

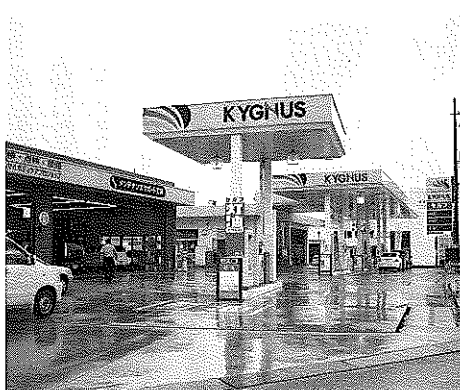
座学に続いて体験学習に移り、実際に車両を使い、最近流行のレンズ磨きやポリッシャー

ティンキングなどを実践的に学んだ。レンズ磨きでは左右のレンズの状況を把握することと、車検時の照度の問題を指摘。レンズが汚れていると車検時にも問題になるとして、慎重な対応を求めた。レンズ磨きの後はボディコーティングに移り、ボディコーティングは安全運転を確保するためのものであり、ボディを保護することは車を大切に

乗るといふドライバーの意識高揚に大きく貢献することだと説明。コーティング処理では液剤の適切な使い方やポリッシャーに



熱心に説明する筒井インストラクター



会場となった藤井商事今江SS



午前中に行われた座学

よる具体的な作業や、トラブルにならない対応などプロとしての洗車作業を実際に行い体験した。筒井インストラクターは「ボディコーティングは確実にやるべき、ボディコーティングは大きく変化する。ドライバーにも納得してもらえ、技術を磨いて欲しい」とメンバーを激励した。研修会の最後に筒井インストラクターは、洗車の商品化についても触れ、シーズンの特色を生かしたメニュー化や複数の商品を組み合わせたセット商品化、季節感を訴えるセールス活動など、年

間計画の中で洗車ビジネスを確立する必要性を強調した。個々のSSの洗車戦略が個性化する中で、作業内容やチラシなどの販促ツールにも個性的な内容が目立っている。経営トップが洗車ビジネスをSSの中でどのように位置づけるのか。それが洗車ビジネスの成果に大きく影響することになる。車をキレイにすることはドライバーの安全運転をサポートすることであり、快適なカーライフをエンジョイする手助けをすることもできる。洗車ビジネスを単に収益源としてみるだけでなく、CSの観点からみる必要もありそうだ。

通年ビジネスとしての洗車を確立しドライバーの意識変化を促す

一部のカーディーラーや整備工場が洗車機を設置し、SSに対抗すべく新車の納入時や点検後の洗車に力を入れているが、ま

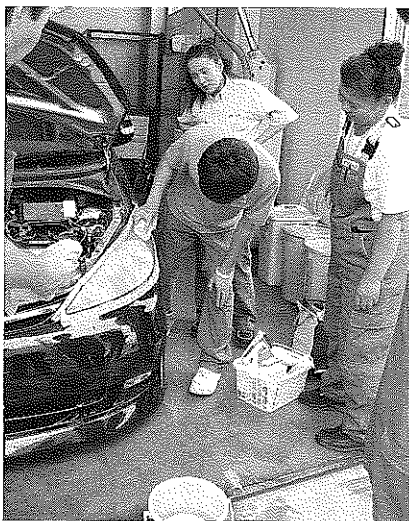
だまだ洗車の「質」や作業内容には格段の違いがあり、SS業界の洗車の優位性はゆるぎがないようだ。

ハイブリッド車や電気自動車普及しても洗車商品はドライバーのニーズとして残ることは確実であり、ビジネス化を進めれば安定した収益源として定着させることが可能だ。問題は継続性である。洗車は気候変化に大きく左右される商品であり、商品価値を一定に保つのも難しい

うえ、前売り券などで短期的に大きな収益を上げて、翌月にはダウンするケースも多い。メンバーへの作業負担が大きいのことや降雨などの自然環境に左右されやすいことも継続性



実際にボディコーティングに取り組む



レンズ磨きも学習

KEYSで節水と節電に本格的な取り組み 安価な環境マネジメントで意識高揚

【足立石油】

東日本大震災の影響で関西のSSでも節水や節電への対応が求められている。京都府北部のコスモ系足立石油（足立経彦社長）は、京都のNPO法人が主催する「KEYS・環境マネジメントシステム・スタンダード」に加盟し、直営6SSで節電・節水に取り組み成果を上げている。

このKEYSは「国内版ISO」と呼ばれるもので、地球温暖化防止京都会議が開催された時に設立された市民、事業者、行政が協力して立ち上げたパートナーシップ組織「京アジエンダ21フォーラム」を母体として運営されている。2007年からは特定非営利活動法人「KEYS環境機構」として活動を行っ

ている。このKEYSに加盟することで、省エネ、省資源・リサイクルなどでコスト削減を実現し、環境に優しい企業として認知され、社会的責任を果たしていることになる。また、法規制順守、従業員の環境意識の高揚にもつながるなどのメリットもある。

足立石油ではKEYSのコンサルを受け、本社やSSでは節電や節水に昨年7月から取り組んでおり、各事業所に「削減マニュアル」を配布し、それぞれの順守状況をSSで確認することで、節水・節電を実践している。同社の宮津SS（岩見常夫所長）は、マニュアルに従業員控え室に貼り付け、さらに独自に水廻りの対応を強化することで節水に努めている。この節電・節水活動を統括する足立克徳専務取締役は「社員の意識が大きく変わる。導入コストも高くなりなく本社やSSでも活用は容易だ」と話し、積極的に取り組

んでいる。

節水・節電方法のマニュアルでは①初回だけ直ぐにできること、②継続して直ぐにできること、③保留、の3項目に分け、それぞれ具体的な行動を説明している。節電で①初回だけ直ぐにできることは、①事務所の電気は使用中の時だけ付ける。②クーラーの風を扇風機で循環させる。③グロー球を電子式に変える。④節電の表示をする。⑤自動販売機の電灯を消す。以上の5項目。②継続して直ぐにできることは、①雨の日は洗車機の電源を切る。②エアコンの温度設定を27℃にする。③コンプレッサの水をこまめに抜く。④エアコンのフィルターをこまめに掃除する。⑤電気はこまめに消す。の5項目。③保留は①常夜灯は消す。②センサー付き電灯に替える。③エアコンの外接機に日よけを付ける。④LED電灯にする。⑤ドアを閉める。⑥電球のワット数を上げ

にも納得されやすく、店頭での対応もSSペースになり、メンバーの作業負担も軽減される。さらに洗車以外のビジネスにも拡大することが期待できる。筒井インストラクターは「レジャーシーズンのお出かけ前洗車やお帰りの洗車などで、遠出する時期を選んで洗車をすれば、点検・整備など他の油外収益に繋がる可能性も高い」と話す。オーナー客は車をレジャーに使うケースが大半で、G・Wや夏休みなどはこうしたレジャーを活用した洗車の販促活動は効果的だ。その時に点検・整備を行うことで、付加価値を高めることもできる。点検・洗車が安全走行をサポートし、カーライフを楽しく過ごさせる商品であることとを認識する必要がある。「洗車は単に収益を確保するだけでなく、ドライバーの意識を変え、ドライブレコーダーの意味を変える可能性のある商品だ」と筒井インストラクターは話している。

絆～復興へ向けて

360年の信用堅実で未来にはばたく

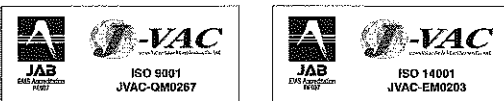


太田商事株式会社 泉石油株式会社 泉合資会社
株式会社和泉屋 株式会社オーティーエー

太田商事株式会社

代表取締役社長 太田 啓一

本社/愛知県刈谷市南桜町1丁目73番地
☎0566(23)5835(代)
<http://www.ota-shoji.co.jp>



NESは土壌汚染対策法に基づく
指定調査機関に認定されています。
環境大臣 指定番号：環2003-1-197

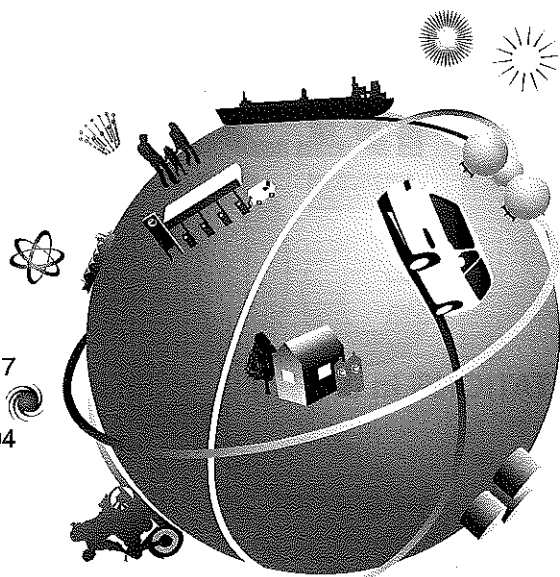
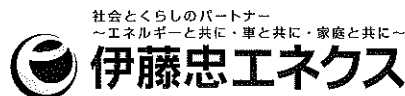
NES 日本エンジニア・サービス株式会社

中部支店 支店長 川口 満男
名古屋市東区矢田3丁目2番25号

エネルギーの恵みをすべての人に。

エネルギーは毎日の暮らしや社会を支えています。
必要なエネルギーを必要な時にお届けする事は、
わたしたちの重要な責任です。

カーライフ事業本部 中部支店
支店長 山田 耕二
東海オフィス
名古屋市中区錦1-5-11 TEL:052-203-2717
北陸オフィス
金沢市広岡1-1-18 TEL:076-224-5494



KESのリーダー足立克徳専務取締役

難だが、こうした節電・節水対策を本社が講じること、各SSのメンバーの意識にも大きな変化が出ており、宮津SSでは必要度の低い水道の元栓を絞るなどの対応で節水を推

る、の6項目。こうした課題の実践で各SSの電気使用割合(対営業時間)は、月々10・5ポイント改善されている。水道削減マニュアルでは①初回だけ直ぐにできることは、①水道の蛇口の元栓を絞る。②節水の表示をする。③ホースの先にストップパノズルを付ける。④ホースの太さを細くする。⑤継続して直ぐにできることは、①窓拭きのタオルをSS毎に洗える量を確認し、カゴ等に印をつけて一定量貯まったら洗い、洗濯の回数を減らす。②水道の締め忘れをチェックする。

③トイレ掃除はピンポイントで行う。④マット洗い機の水量を絞る。⑤手を洗うときは水を出しっぱなしにしない。⑥水撒き回数を減らす。⑦洗車時には少ない枚数で拭き上げをし、余分な洗濯物は減らす。⑧保留は①地下水を使う。②早番は1日の水道注意管理する。③雨水を利用する。④使用しないカランは撤去する。⑤洗車場の廃止。⑥毎日使用量を報告する。⑦自動手洗いカラにする——以上と



足立石油本社

進んでいる。このKESには京都地域で多くの事業所が加盟しており、SS業界では三洋商事、吉田商事、向井石油などの各社が加盟し、環境マネジメントに取り組んでいる。「ISO」では経費が膨大なことや国内ビジネスでは大きなメリットが無いなどのことから、企業では消極的な姿勢が目立っている。だが、このKESはボランティア活動がベースと



足立石油宮津SS

なっていることや、3カ月の実践活動で良いこと、さらに全国に普及していることなど、国内での企業活動には最適な条件を整えている。SS業界も社会的責務や環境問題への対応などで、地域社会とは密接な関係をもつ必要がある。東日本大震災で節電が大きな話題となっているが、これを機会に日本版ISOの「KES」を活用してコスト削減対策を推進する必要もありそうだ。