

今すぐアクセス! WEB版「季刊cognition」公開中!
 スマートフォン表示対応はじめました。
 WEB版には紙面に掲載しきれなかった情報も公開しています。おたのしみに!



読者限定サイト!

バックナンバーもここから!

プレゼントの応募 解答の確認!

スマホから!

QRコードを読み取ってアクセス!

下にスクロール

Web版季刊cognitionはこちら

季刊cognitionページ内のWEB版季刊cognitionボタンをクリック!

最新号

バックナンバー クイズの解答

様々なコンテンツが楽しめます!

パソコンから!

www.cognition.jp

パスワード入力画面で cogni と入力!

サポート&サービスのプルダウンメニューから季刊cognitionをクリック!

漢字パズルの解答はWEB版季刊cognitionのみからのご応募となります。

漢字パズル

解き方 下のリストの中から漢字を選んで熟語になるようにマスに埋めていきます。全部入れてから残った文字で作った熟語が答えとなります。

雲	花	空				嫁
散	者	少	色		灯	火
涼	大	納		量		根
歩	無	積	年		会	
			乱	徒		医
			海	道	楽	

解答

モバイルバッテリーをプレゼント!

抽選30名様

軽くて便利! スマートなデザインのモバイルバッテリー

漢字パズルの解答はWEB版季刊cognitionのみからのご応募となります。

応募方法

解答は、WEB版季刊cognitionの各種ご応募の「応募フォーム」からご応募ください。正解者の中から抽選で「モバイルバッテリー」を30名様にプレゼントいたします。締切は8月31日(金)。解答はWEB版季刊cognitionにて発表いたします。 ※季刊cognition 05号 漢字パズル当選者の発表はプレゼントの発送をもってかえさせていただきます。

cognition

2018 Summer Vol.6



コグニビジョン・チェックアップレポート 付加価値高単価路線と攻めの営業で 顧客満足と収益の両立を図ろう

コグニユーザーを訪ねて 有限会社 齊藤自動車钣金塗装工業

新連載 “神技”を持つ板金の達人 杉山裕二が直言 技ありボデーショップへの道

第1回 技術者は自分を日々“更新”する意識が不可欠 必要なのは「命を預かる乗り物を直す」心構え

コグニビジョンからのお知らせ 2018年10月にコグニセブンがバージョンアップします

今さら聞けない!? パソコン活用術 第2回 ウェブブラウザの便利機能を使いこなそう!

メガネスーパー流、新戦略の立て方

付加価値高単価路線と攻めの営業で 顧客満足と収益の両立を図ろう

ボデーショップを経営する中で有効な次の一手がなかなか見つからない時、他業種の成功事例がヒントになることがあります。そこで、取り上げるのが、メガネスーパーなどの眼鏡チェーン店を全国に展開するビジョナリーホールディングスです。今回は、同社を実際に取材。会社存続の危機から復活するまでに打ってきた施策の中で、ボデーショップでも応用できそうな視点をピックアップし、具体案を交えて紹介します。



眼鏡の専門技術に優れた社員が武器 アイケアカンパニーを標榜して再生

メガネスーパーは1973年に設立され、ピーク時は全国に約550店を展開した眼鏡チェーン店の老舗です。しかし、新興勢力をはじめとする他社との低価格販売競争の結果、リーマンショック後に赤字に転落し、一時は会社の存続が危ぶまれる事態に陥りました。

ファンドの支援を受けて再生支援が始まったのは2011年末です。まず、他社にはない会社の強みを見直すことから始めました。判明したのは、検眼や眼鏡のフィッティングなど専門技術に優れた社員が多いこと。逆に言えば、それくらいしか優位性は見いだせなかったのです。また、低価格路線の新興勢力が主に若い世代を中心に支持される中、同社の顧客は40代以上の中高年が7割。ただ、この中高年世代は、老眼をはじめ目の問題を多く抱えており、昨今はパソコンやスマートフォンの普及で、悪化する傾向が顕著でした。

そこで、同社が打ち出した新戦略が「アイケアカンパニー」を目指すことです。技術力の高い社員が、中高年を中心とする来店客の検眼を徹底的に行い、各自に最適なレンズの眼鏡を提案して、「目の悩みを解決する」方針を宣言したのです。一般的な眼鏡チェーン店の検

眼は無料で15項目程度ですが、メガネスーパーは有料でおおよそ40～50項目以上に及びます。有料でも、他社にはない緻密な検眼で自分の目の状態と解決策を知りたいニーズはあり、顧客獲得の新たな武器になったのです。

自社の強みと顧客の問題点をマッチング 付加価値の高さで顧客の心を掴む

さらに、ライフスタイルに合わせた眼鏡を提案することもポイント。例えば、スマホを見る時と運転する時、あるいはデスクワークの時と休日ゴルフをする時では、近くを見やすい眼鏡と遠くを見やすい眼鏡を使い分けた方が、パフォーマンスが良くなり、目の負担も軽減できます。

平均単価も従来の倍以上の3万8000円と高単価に設定。それに検眼の有料化や眼鏡を複数作ることが上乗せされると、顧客にとっては大幅なコスト増です。しかし、それに見合う付加価値を提供することで、既存の低価格店に必ずしも満足していなかった顧客の心を掴み、業績回復に成功したのです。

こうしたメガネスーパーの施策は、ボデーショップの戦略を考える際の示唆に富んでいます。必要なのは、自社ならではの強みとターゲット層が抱える問題をマッチングさせることです。例えば、修理や整備の技術が他社より優位であれば、高級車をターゲットに、通常より点検

項目を増やしたり、高単価なサービスを提供することなどが考えられます。重要なポイントは低価格に走らず、付加価値高単価路線のサービスにシフトすることです。

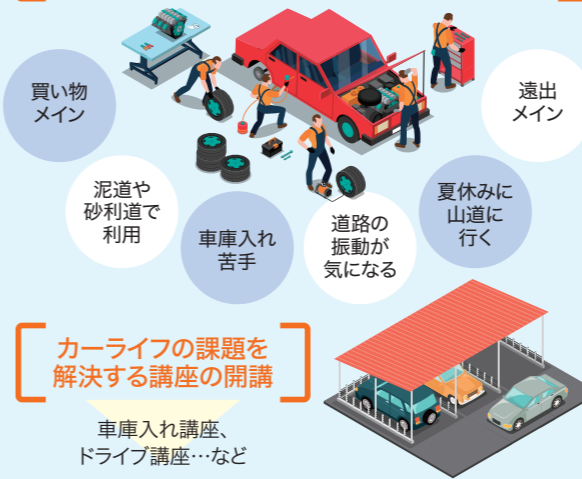
生活や問題に応じたサービスを提供 カーライフケアカンパニーを目指す

一方、ライフスタイルに合わせたサービスも重要。車の使用が買い物メインなのか、休日の遠出メインなのかなど、個々のカーライフを丁寧にヒアリングし、最適なタイヤ選びなどの提案につなげることも有効ではないでしょうか。車庫入れ講座、疲れしないドライブ講座など、ターゲットが抱える課題を解決する無料講座も一つの手。そうして、カーケアにとどまらず「カーライフケアカンパニー」を標榜することも、他社との差別化につながる方策となるでしょう。

メガネスーパー流具体策

その1

個々のカーライフに合わせたサービスの提供



待ちの営業に攻めの営業を加える 収益と従業員の士気を同時に向上

メガネスーパーでは、他にも他社が取り組まない新戦略を断行しています。その一つが「出張訪問サービス」です。眼鏡店に行くことができない高齢者施設の利用者に対し、店を休業してでも出張して眼鏡を無料で調整するサービスを提供しています。それは、来店が不確かな飛び込み客を店で待つより、今自分たちを確かに必要としている顧客への対応を大事にしたいという思いからです。つまり、顧客の来店に頼っていた「待ちの営業」に、出張する「攻めの営業」を加えることで、新たな需要の開拓を図ったのです。施設では眼鏡の調整だけでなく、その場で購入する人もいるため、新たな収益につながります。出張部隊の売上は月間約3000万円と、同社の平均的な店の5～6店舗分を稼ぎ出すまでに拡大しています。そして、さらなるメリットは、「眼鏡難民」とも言わ

れる施設の高齢者から感謝され、社会貢献的な意義もあることから、社員の仕事への誇りやモチベーションが向上することです。

出張サービスは、待ちの営業が大半のボデーショップにとっても参考になるでしょう。オイルやタイヤの交換に加えて、点検や整備、簡単な補修なども客先で行う「移動メンテナンス」は、施設や個人向けの新ビジネスとして、可能性があるのではないのでしょうか。収益源になり、感謝されて従業員の士気が高まる効果も期待できます。

メガネスーパー流具体策

その2

出張メンテナンスサービス

施設や個人宅に向き、点検や整備、簡単な補修を行う



有料保証サービスで顧客を囲い込み 他業界の成功事例のアレンジが近道

一方で、他社よりも注力しているのが「保証」です。購入後、見え方に不満がある場合、レンズ交換期間は3か月が一般的ですが、同社は半年までなら何度でも無料でレンズ交換に応じています。さらに業界初の有料保証も実施。月々300円を払うと、壊れるなどした場合に6000円で同等のフレーム+レンズを購入可能です。ボデーショップでも有料保証会員制度を用意し、月額でいくらか支払うことによって、小さな傷が付いたり、ちょっとした故障が起こったりした際に、無料もしくは割引で修理を受けられるサービスは、顧客の囲い込み策として一考の余地がありそうです。

今の時代に大切なのは、同業他社が行っていないことを導入し、いかに差別化を図るかです。その点で、こうして他業界の成功事例をアレンジして検討することは、一つの近道と言えるでしょう。

メガネスーパー流具体策

その3

有料保証会員サービス

月額課金の有料保証サービスを導入



万一の傷や故障の場合…



無料か割引で修理!

メガネスーパーの成功事例をヒントにした新戦略を立てるステップ

STEP 1 他社にはない自社の強みの見直し
例) 修理と整備の技術や設備が優位

STEP 2 ターゲットの絞り込みと問題点の洗い出し
例) 高級車オーナーは従来の点検や整備、修理に不安や不満?

STEP 3 問題点と自社の強みをマッチング
例) 通常より点検項目を増やして徹底的にチェック
例) 安全性や操作性を一般的な基準より高める

低価格ではなく、付加価値高単価路線にシフトする!



検眼やリラクゼーションサービスなどが充実する次世代型店舗の高田馬場本店

今回のレポートは、メガネスーパーやメガネハウス、シミズメガネなどを傘下に収めるビジョナリーホールディングス(HD)を取材し、まとめました。ビジョナリーHDは、業界大手では唯一3期連続の2ケタ伸長を達成する好調ぶり、昨今は一人勝ちの状況。2019年にはウエアラブル眼鏡を製造や物流、医療などBtoB向けに投入し、未来に向けた新ビジネスも展開していく計画を立てています。



埼玉県さいたま市
有限会社 齊藤自動車 钣金塗装工業
 代表 高橋秀行 様

会社名
 有限会社齊藤自動車钣金塗装工業
(ユウゲンガイシャサイトウジドウシャバンキンソウコウギョウ)
 代表取締役
 高橋秀行
 所在地
 埼玉県さいたま市西区中野林422
 設立年
 昭和40年
 社員数
 6人
 コグニソフト使用歴
 平成15年～
 入庫車数
 80台 / 月平均

追求する設備と理想の接客

充実した設備こそ差別化できる“強み” お客さまにアピールし、直需を獲得

埼玉県の大宮駅から西へ約3km。田畑と住宅が広がり、車の往来も多い道路沿いに、齊藤自動車钣金塗装工業は、板金・塗装を行う本社工場と、車検・一般整備を行う新工場の2拠点を構えています。経営する高橋秀行社長（44歳）は、元々は東京の大手ディーラーの整備士。工場を創業した先代の三女と結婚し、数年後に請われて一員に加わりました。しかし、高橋社長は当時の工場を見て愕然とします。「設備は古く、電話対応、接客もレベルが低い。時代に取り残されたような工場でした」（高橋社長）。

高橋社長は自ら改革に乗り出します。まず、直需の獲得を目指して電話対応や接客を自身が行き、質の向上に着手。その後、35歳の若さで2代目として工場を継いでからは、設備投資も積極的に進めました。「メカニックの腕が良くても、設備が旧式では、進化している車に対応できない。加えて、充実した設備こそが、お客さまに対して最も説得力のあるアピールになり、他の工場と差別化できる“強み”になるのです」（高

橋社長）。塗装ブース、フレーム修正機、スポット溶接機…。高橋社長は次々と導入して近代化を断行し、直需の獲得に注力しながら、安心、安全かつ高品質な修理を実現していったのです。

新事務所の接客スペースをカフェ風に 融資獲得の秘訣はビジョンを語ること

そして、最大の投資が、平成29年7月にオープンした事務所兼新工場の開設です。こだわったのは、事務所棟に広く取った接客スペース。白壁とウッド調の店内に2つの丸テーブルとカウンターを備えるカフェのような作りにしたのです。「ボデーショップ業界はサービスを標榜しているのに当社も含めてまだ不十分。そこで、壁紙や什器などの内装から外装まで社員全員で徹底的に議論。最終的にカフェ風にしてお客さまにとっての居心地の良さを追求しました」（高橋社長）。

建設には銀行からの多額の融資が必要でしたが、交渉の末、メインバンクー行からの融資契約に成功。高橋社長は融資を得る秘訣を、こう話します。「書類を揃えるだけでなく、5年後、10年後の業界動向の予測や、どう経営の舵取りを行っていくか、ビジョンを

語る事が重要。今回、当初は複数行による融資を打診されながら一本化できたのは、そうしたプレゼンが銀行の心を掴んだからだと思っています」。

接客で最初に直すのはお客さまの心の傷 飛び込み客の大半から受注の獲得に成功

一方、実際の接客でも独自の手法を取り入れています。お客さまの来店時、最初に観察するのは乗ってきた車の中です。チャイルドシートや野球、サッカーの道具類、ペットの毛などをさりげなくチェック。そうすることで、家族構成やライフスタイルが見えてきます。そして、それらをヒントに、最初は日常会話でお客さまとの距離を近づけていくのです。

「特に事故後は不安で一杯。いきなり修理や料金の話をすれば不快に感じるでしょう。一番に直すべきはお客さまの心の傷。何気ない会話をして気持ちがほぐれてきてから本題に入るのが、お客さま目線の接客だと考えています」（高橋社長）。くつろげる空間に配慮の行き届いた接客。目指してきたサービス業のあるべ

き姿がここに結実しています。その結果、飛び込みで入ってきた来店客の大半が受注につながるほど好調で、リピートも増えているそうです。

大切なのは変化する時代に合わせた経営 到来する電気自動車時代に必要な備え

洗練された雰囲気のある事務所兼新工場は周囲からも注目され、新規で車検を受注したり、中古車店から新たに整備の依頼が舞い込むなど、さまざまな効果も出ています。今後は新車の販売にも注力する方針で、さらにその先の戦略として3拠点目となる中古車販売店の開業も視野に入れているそうです。

「将来的に電気自動車が普及するのは間違いない。そうすると、電子・電気技術の知識や資格を持つことが欠かせず、新たな設備投資も必要になるでしょう。大切なのは、変わっていく時代を見越して経営していくことです」と、話す高橋社長。古い体質を改め、果敢に手を打ってきた経営手腕は、劇的に変革する未来の車社会でも発揮されることでしょう。

- 1 コグニソフトは協定業務の効率化を図るために導入。
- 2 レンガ風の外壁に会社のイメージカラーの黄緑を使った明るい外観の新事務所、駐車スペースも広く確保。
- 3 車の往来が多い場所に建つ本社工場。
- 4 新事務所内の接客スペースはカフェを意識した作り。非常に居心地が良く、顧客との商談もスムーズに進む。
- 5 板金塗装の技術力は高く、遠方から来店する顧客も。
- 6 ベテラン社員が充実した設備を使って丁寧に直す。
- 7 最新の補修用塗料を揃え、入庫車の色を忠実に再現。
- 8 空気中のチリを激減させ、塗装終了後の乾燥まで行うことができる自慢の塗装ブース。
- 9 事故車を修理するプロセスは細かく写真を撮影し、納車時、iPadを使ってオーナーに丁寧に説明する。「こうして説明責任を果たすことが何より重要」（高橋社長）。
- 10 30代～70代まで幅広い世代の社員が工場を支える。



お客さまの命に関わるため、特にブレーキは重点的に点検しています。
 整備担当 安崎 哲生 さん

従業員のみなさんに聞いてみました！
Q
 仕事で一番に心掛けていることは？

どんなキズやヘコミでも、わからないように完璧に直してお返します。
 板金塗装担当 諸江 吉昭 さん

新連載

“神技”を持つ板金の達人
杉山裕二が直言

技あり ボデーショップ への道

2017年、優れた技術者に国が贈る最高の栄誉「黄綬褒章」を授与された杉山裕二さん。板金の世界を極め、現在も全国各地の研修で技術の伝承に務める板金の達人が、どうすれば超一流の技術者になれるか、あるいは育てられるかを直伝します。では、最初に杉山さんの半生と人物像に迫ることから始めましょう。



Profile

1946年、北海道足寄郡陸別町生まれ。板金塗装工場、輸入車ディーラーを経て、自研センターリサーチ部で長年勤務。退職後、大手損害保険会社の研究所に勤め、同社講師として研修を実施。退職後も個人として多くの研修を実施中。厚生労働大臣認定「現代の名工」、東京都知事認定「東京都のマイスター」、千葉県知事認定「千葉の名工」に認定され、自動車車体整備士、塑性加工科一級技能士、各職業訓練指導員など数多くの資格を保有

若くして上京し、輸入車の板金に専心 自己投資を惜しまず、資格も積極取得

北海道釧路市にある一般板金塗装工場。1965年、杉山さんはここを皮切りに、自動車板金の世界に入りました。しかし、当時は北の外れにある工場まで板金に関する最新情報は届かず、技術のレベルアップを図るためには東京に行く必要があると決意。上京し、輸入車ディーラーの板金課に勤める道を選んだのです。「昼間は板金課、夜は他のディーラーでアルバイトをして、四六時中、輸入車の修復に明け暮れる日々。他の技術者とも情報交換を活発に行い、貪欲に知識、技術を吸収していきました」と、杉山さんは振り返ります。

同時に、心がけていたのが知識習得のための自己投資です。時間さえあれば書店に立ち寄り、自動車や板金関連の技術書を手にして、勉強に励みました。さらに、必要な資格は自分で受験方法を調べ、独学し、積極的に取得。1973年、自動車車体整備士の資格制度が発足すると、真っ先に受験して有資格者になり、塑性加工（打ち出し板金科）一級技能士免許は“第一号”の有資格者になるなど、技術者のトップを目指して、自力で道を切り拓いて行ったのです。

ヘッドハンティングで自研センターへ 逆境の毎日が技術者としての進歩に

そうして自己研さんを重ねる中、ある日、ヘッドハンティングの声がかかります。それは、自研センターからのリ



2017年に受章した黄綬褒章 褒章の記・褒章

サーチ部への入社要請。杉山さんは迷ったものの、最終的に受け入れ、自研センターの一員になったのです。

取り組んだのは、国内自動車メーカー 8社の発売前の乗用車に対して、車体の修理性の良し悪しを検討し、悪ければ改善点を提案すること。つまり、発売後に事故で破損しても直しやすい車体にすると共に、実際の修理技法を確立させることなどが主な仕事でした。

全てはメーカー各社のシークレットルームで行われる機密扱いの作業。世の中の誰もがどうやって直すかわからない車体と対峙し、ゼロからその方法を発案し、改善に導く仕事は、毎日がプレッシャーとの戦いでした。「逃げればさぞかし楽になるだろうと何度思ったことか。しかし、追い詰められても、前を向き続けました。その繰り返しが成長につながったわけです。職人にとって、“逆境こそが進歩を生む”と今では断言できます」（杉山さん）。

修理書と雑学が修理の重要なヒントに “なぜ”と問う癖がレベルアップの極意

杉山さんが自研センターで向き合ってきた、「事故後の破損をどう修理するか」という難題は、全国のボデーショップの技術者も日々直面していることです。では、杉山さんは毎回なぜ答えを見つけ出せたのでしょうか。その秘密は、普段の地道な努力にあります。

一つは、メーカーが作成した各車種の修理書を自己資金で購入し、メーカーを引いたり、メモ書きを入れながら、頭に叩き込んでいたこと。そしてもう一つが、自動車の修理とは一見無関係な「雑学」を調べて、発想の肥やしにしてきたことです。例えば、「新幹線はなぜガタゴトと音が鳴らずに走るのか」「なぜ光ファイバーは1本で電話を何回線もつなげるのか」など、疑問に思ったらすぐに調べます。「修理書の知識も雑学も、頭の片隅に記憶として残す。それが、修理でアイデアが出ない時にふと頭をよぎり、重要なヒントになることが今まで何度もあったのです」と、杉山さんは話します。

こうして疑問を問う癖は、「修理技術を極める際にも大切」と、杉山さんは説きます。「溶接も単に行うのではなく、鉄は何℃で溶けるのか、なぜくっ付くのか、アルミニウムとどう違うのか、それぞれの長所と短所は何か、不活性ガスは何のために使うのかなど、裏付けとなる知識や理論を学んでおけば、行き詰った時にも何らかのアイデアが出てくるもの。頭の中の“なぜ”を放置せず、調べて身に付けることこそが、レベルアップの極意であり、自分もそうやって進歩してきたわけです」（杉山さん）。

育ててくれた業界に研修を通じて恩返し 地位を上げるには技術力向上が不可欠

自研センター退職後は、大手損害保険会社の研究所に勤務しながら、全国を研修講師として飛び回る生活を送りました。そして、退職後の現在も個人として、全国自動車車体整備協同組合や一般板金塗装工場、全国のコグニ会で技術者研修を行い、年間1000名以上の受講者に対し、技術を伝授しています。最近、話題になっている「あぶり出し板金」（損傷した部位を加熱し、鋼板を柔らかくして修復する技法）も、座学と実技の両面で教え、技術を持ち帰って自社の工場で実践する技術者も増えています。「私を、黄綬褒章を授与するまでの技術者に育ててくれた板金業界に、今度は自分が恩返しをする番。コグニ会も含めて研修を通じて、貢献したい」と、杉山さんは言います。



懸念するのは、ボデーショップの世界に入ってくる若者が年々減っていること。解決するには、この業界の技術者の社会的な地位や待遇を上げていくことが不可欠です。「そのためにも技術のレベルアップは必須。私が視察したドイツやイタリアでは修理内容に関する法規制が整っており、自動車修理技術者のマイスター制度が確立されています。そのため、自動車修理技術者の地位や待遇は弁護士や医者と同格です。だから若者が続々と業界に入ってきます。日本が追い付くには、資格がなければ修理できないなど、ドイツのような制度作りが必要。それを国に働きかけるためにも、業界全体の技術力向上は欠かせないのです」（杉山さん）。

培ってきた技術を残すため、全国を奔走する杉山さん。その精力的な活動は、ボデーショップ業界の未来を切り拓く懸け橋となるに違いないでしょう。

テキスト本+実演DVD「匠技」

「あぶり出し板金」など、杉山さんの技術が詰まったテキスト本+実演DVDが、「匠技」として、販売されている。問い合わせや注文は、塗料・機械工具販売店か、制作元のプロトリオスまで

次ページより連載の第1回がスタートです！

技術者は自分を日々“更新”する意識が不可欠 必要なのは「命を預かる乗り物を直す」心構え



大分コグニ会でのあぶり出し板金研修

毎日仕事のスピードや品質を上げる
安易に交換せず、修理の可能性を探る

板金の世界で頂点を極めた杉山さん。どうすればトップ技術者になれるのか。そのために必要な考えや行動をこう話します。

私が常に気を付けていたのは、「人と同じことはやらない」と意識することです。例えば、毎日同じ「板金」という仕事を行っているのであれば、同じ時間内であれば回数を重ねるごとに品質を少しでも良くする。あるいは同じ品質であるなら、昨日より今日、今日より明日と、仕事のスピードを速めなければならない。私はそれこそが本物の職人だと思っています。そうやって毎日、毎月、毎年自分自身を更新し続けることで、他の技術者と差を付けられるのです。

また、「できないで済ませない」ことも重要。アルミニウム、高張力鋼板など新素材だから直せないと行って、すぐに交換するのでは、全く成長がない。もし直せないなら、何が原因で直せないのかを追求することが大切です。その原因が分かれば、直すための手段も見えてくるでしょう。安易に交換せず、修理方法をとことん考えてみる。そうやって1ミリでも1センチでも前に進むことが、積み重なって大きな技術力につながっていく。そして、人ができないことをクリアできて直せるようになれば、それが差別化の源泉となり、「工賃」という工場にとって最も重要な収益を上げられる技術者へと成長できるのです。



“ 「人と同じことをやらない」
「できないで済ませない」が、
差別化された技術を生みます ”

目標は階段形式に細分化して設定
成功や失敗は振り返り、次回に役立てる

杉山さんは、差別化するための意識や実際に技術を身に付けることに加え、目標を持つことの大切さも説きます。ただし、それには少し工夫が必要です。

技術者も経営者も、5年後、10年後に自分や自社の工場をどうしたいか、しっかりと目標を立てることは、成長のために不可欠です。ただし、初めから頂点を目指すと多くが挫折してしまうでしょう。回避するためのポイントは、目標を階段に細分化して設定すること。例えば、「10年で技術レベル日本一の技術者（もしくは工場）になる」が目標であれば、そのために必要な1年ごとの目標（資格の取得など）を立てたり、もっと細かく1カ月ごとの目標を立てます。達成すれば成功する喜びが味わえ、それが目標に向かう力になるのです。

さらに、成功した場合はなぜ上手くいったのか、逆に失敗した場合はどこが悪かったのかを、毎回振り返ることも大切。それが、2年目、3年目に修正したり、正しく行っていくためのヒントになります。私もそうやって目標を成し遂げてきて、今があるわけです。

相手の意見を「違う」と絶対に言わない
有益な部分だけを自分に取り入れていく

若い頃から、他の工場の技術者と積極的に交流し、技術情報の交換を行ってきた杉山さんは、今も自分にはない知識や技術を持っている人に“教わる姿勢”を大切にしています。

世の中の技術が劇的に進歩する中、私が知らない技術も増えています。ですから、自分が絶対だとは全く考えず、研修で行った先でさえも、受講生の意見に耳を傾け、優れている考えや方法は、取り入れる意識を今

でも忘れてはいません。

人の意見を聞く時、昔も今も大切にしているのは、自分と考え方が異なっても「違う」とは決して言わないこと。違うと言ってしまったら、相手は口を閉ざし、その先の話で得られたはずの情報を入手できないからです。

考えが違っていても最後まで聞き、話が終わっても、「違う」「間違っている」とは絶対に言いません。重要なのは、相手の話のうち、有益な部分だけを自分に取り入れること。その「取り入れる」「取り入れない」の分別は、帰ってから人知れず行えばいいだけの話なのです。常に「聞く耳」を持ち、面と向かって相手を否定しないことは、技術向上の秘訣の一つだと思います。

“ 技術を高めることは、
乗員を守ることも
つながるのです ”

法律に適合させて復元するのが最低限
板金パテの使い方危険度に差が出る

修理のスピードや品質の向上、高い目標、教わる姿勢……。トップを目指す技術者にはどれも欠かせない要素ですが、もう一つ絶対に必要な心構えがあると、杉山さんは言います。

損壊した車を修理する技術者にとって必須なこと。それは、「命を預かる乗り物を直している」という心構えです。したがって、道路運送車両法に適合するように復元することが最低限の条件。法律をしっかり勉強して、それに合わせて直すという認識が必要なのです。

板金パテの使い方一つとっても、命に関わる可能性があります。例えば、修理する際、60%をハンマーで叩くなどして直し、残り40%をパテで塗って直した場合、90~95%叩いて薄くパテを塗る直し方は、見た目では等しくきれいに直っているように見えるかもしれませんが、加重性を比較すると、前者の方が弱く、後者が強いことは明らか。その後再度事故を起こした場合、本来守られるべき乗員の危険度に違いが出る

可能性もあるわけです。

叩くなどで90~95%をスピーディーに直すには、ベテラン級の高い技術が必須。つまり、技術を高めることは、乗員をよりしっかり守ることもつながるのです。これは、有資格者でなければ修理をできなくするなど、ライセンス制度の必要性にも関わる問題であり、国や業界全体で改めて議論することが求められます。

事故は減るが、修理箇所は数十倍に？
環境が激変する中、必要な体質の変革

最後に経営者の方々へ。衝突防止、自動運転など技術が進化していく中で、交通事故は大幅に減り、板金塗装の仕事がなくなると危惧する声もあります。経営者はどう備えるべきでしょうか。

車が高度化する未来で、事故は確かに減るかもしれませんが、一方で、事故を起こした車の修理箇所は増え、1件で今の数倍や数十倍の仕事量になることも想定されます。センサーやコンピュータ、電子回路が増える中で、修理の作業も増加、複雑化するからです。つまり、修理や整備の工場として生き残りを図るためには、センサーや電子回路、コンピュータの知識や技術力に強くなり、高度化する車を細部まで直して利益を上げる体質に変わっていくことが求められるわけです。加えて、電気自動車（EV）や燃料電池車（FCV）が普及する世の中になれば、高電圧部位を取り扱える資格と知識、技術が必須になります。

私は技術者の中でも他者に先んじて資格取得や勉強に力を入れてきましたが、ガソリン車からEVやFCVへの劇的なシフトが予測される中、将来を見越して、資格や技術を予め備えておくことが、今後はより重要になってくるでしょう。

トップ技術者になるための5か条

- 1 同じ時間内なら品質、同じ品質ならスピードを上げる意識を常に持つ
- 2 直せない原因を追求し、直すための手段をとことん考える
- 3 大きな目標を細分化し、階段を上るようにゴールを目指す
- 4 相手の意見を最後まで聞き、有益な部分だけを取り入れる
- 5 「命を預かる乗り物を直している」という心構えを決して忘れない

杉山さんへの質問
募集中!

質問はWEB版季刊コグニビジョンの
各種応募のフォームから送ってください。

2018年10月にコグニセブンがバージョンアップします

リリースに先立ち、ここで新機能の一部をご案内いたします。



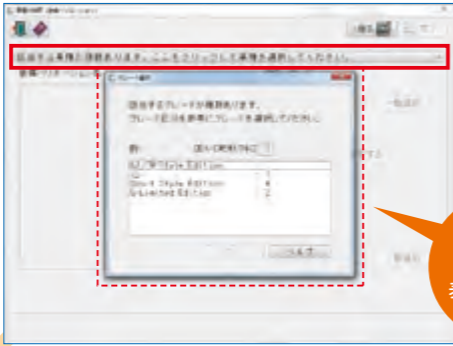
車種検索のバージョンアップ

車検証検索時にグレード選択画面を追加しました！

1 車検証情報を入力して、次へ進みます。

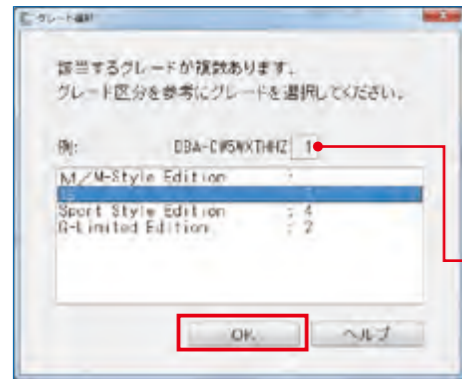


2 今までは装備バリエーション画面のプルダウン（赤枠部分）で選択するようになっていましたが、グレード選択画面（点線部分）が表示され、ネームプレート情報が確認できるようになります。



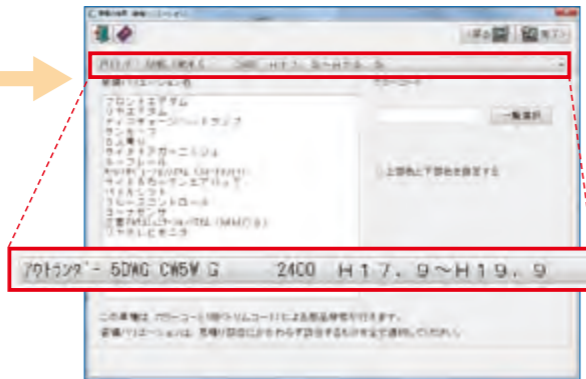
グレード選択画面が表示されます ※グレードの複数候補がない場合は表示されません。

3 対象のグレードを選択してOKボタンを押します。



POINT
今まではグレードを特定する手がかりがありませんでしたが、グレード例を参考にネームプレートを確認すればグレードが特定できる!!

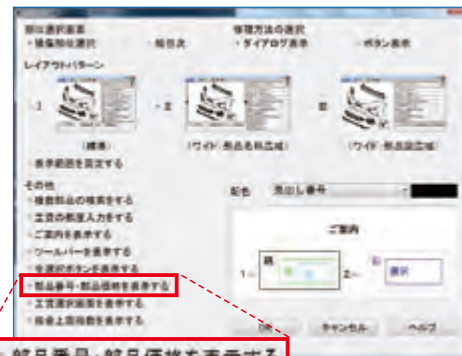
4 装備バリエーション画面にグレード内容が反映されます。



電子ワークシート画面のバージョンアップ

部品番号と部品価格が表示可能になりました！

1 “部品番号・部品価格を表示する”にチェックをいれます。



※電子ワークシート設定画面は、初期設定から開けます。

2 部品番号と部品価格が新たに表示されるようになります（赤枠部分）。なお、部品番号・部品価格がクリーム色になっている部品は取替時に複数部品から選択する必要があります。



POINT
部品計上前に部品番号や部品価格を確認できる!!

※横長になりますので電子ワークシート設定の画面設定は推奨サイズでご覧下さい。

バージョンアップ内容はまだまだございます！

続きはWEB版季刊cognivisionのWEB版増ページに記載しておりますので、ぜひご確認ください！

今すぐホームページをチェック！ WEB版季刊cognivisionでは、より詳しい内容を紹介しています。

コグニビジョン 検索 http://www.cognivision.jp/

スマートフォンからのアクセス 右のQRコードが便利です！



今さら聞けない!? パソコン活用術



第2回

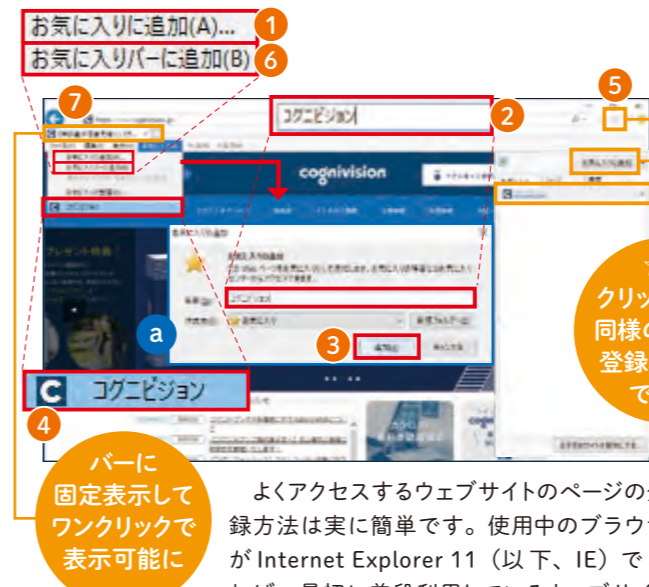
ウェブブラウザの便利機能を使いこなそう!

≫ Internet Explorer11 編

コグニビジョンのホームページなど、よく利用するウェブサイトなのに毎回検索したり、アドレスを入力したりするのは面倒。あるいは、特定のウェブサイトにはアクセスできなくなって困った……。今回はそうした問題点を一掃するウェブブラウザを使う際の便利な機能を紹介します。

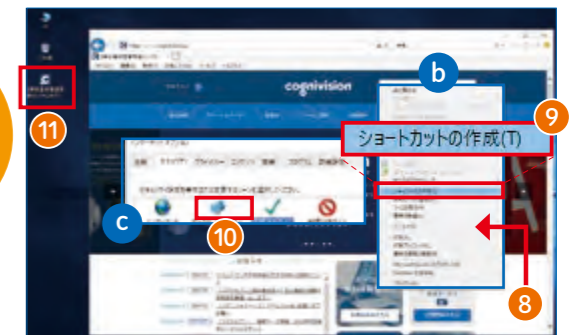
▲文中の「クリック」とはマウスの左側のボタンを押す「左クリック」のことです。右側のボタンを押す場合のみ「右クリック」と記述します。また、レイアウトの便宜上、一部画面を合成しています。

よく使うウェブサイトのページは登録しておこう



をクリックして行うことも可能です(5)。なお、「お気に入り」の中から6「お気に入りバーに追加」をクリックすると、7画面上部のバーに常時登録ページが固定して示され、それをクリックするワンタッチ操作で表示できるので便利です。

☆をクリックしても同様の操作で登録、表示ができる!



もっと便利に! 応用機能 さらに省力化したいのであれば、デスクトップ上にショートカットを作る機能を使うと良いでしょう。8ウェブページ上のコンテンツがない白い部分にカーソルを移動させ、右クリックすると、別画面bが出てくるので、メニューから9「ショートカットの作成」をクリック。表示された別画面cで10「はい」をクリックすれば、デスクトップ上にショートカットのアイコンが作成されます(11)。後は、このアイコンをダブルクリックするだけで、いつでも当該のウェブページを瞬時に開くことができます。

接続できない場合は「信頼済みサイト」に登録しよう

特定のウェブサイトへアクセスしようとすると、何らかの警告が出て正しく表示されなかったり、接続ができない時は、「信頼済みサイト」に登録することが解決手段の一つです。1バーの「ツール」タブ、(もしくは右上の歯車のボタン)→2「インターネットオプション」をクリックし、表示された別画面aで3「セキュリティ」のタブ→4「信頼済みサイト」→5「サイト」ボタンの順にクリックします。すると、別画面bが現れるので、「このWebサイトをゾーンに追加する」の下に、接続したいウェブサイトのアドレスがあるのを確認(6)。一番下の「このゾーンにサイトをすべてのサーバーの確認(https)を必要とする」のボックスにチェックが入っていたらクリックして外し(7)、「追加」のボタンをクリックして(8)、「Web サイト」の下にアドレスが移動するのを確認してから(9)、「閉じる」ボタンをクリックします(10)。最後に11「OK」ボタンをクリックすれば登録完了。ウェブブラウザを一度



歯車ボタンをクリックしてもOK