

**Mobile Scan Tool**  
**LOSSO-9**  
**Lotas Smart OBD Kyushu**

ロータス同友  
導入事例集

2011/09/01 UPDATE

# 「LOSSO-9」を導入したことで、社内作業の効率化が図れ故障診断を新しい収益源として確立。

## 福岡県 A自動車様(お客様プロフィール)

創業：1946年(昭和21年) 従業員数：11名

事業内容：国内メーカーの新車/中古車販売、車検、一般整備、钣金塗装  
損保代理店業務など

2007年8月に先代社長から経営のバトンタッチを受けた現社長は、より良いサービスの提供と、同業他社との差別化が生き残り策において重要であると考えていた。

2008年10月に法令化された『OBD-Ⅱの義務化』に伴う変化への対応にもいち早く取組み、その第一歩として、スキャンツールを活用した新しい顧客サービスを提供し、顧客満足度アップと他社との差別化を実現している。



〈BEFORE〉 以前から、三菱純正の診断機を保有していたものの、他メーカーの入庫にも対応するため、2005年に某社のコードリーダーを導入した。しかし、その機械は、診断にかかる時間は短いものの、エンジンのECUしか診断できず、また、車種対応していないケースも多かったため、徐々に使用しなくなってしまった。コードリーダーでは、各メーカーにきちんと対応するのは難しいものと諦めていた。

〈AFTER〉 そんな中、エンジン・エアバッグ・AT・ABSをオールスキャンできる「LOSSO-9」を知り、導入を決めることに。現在はコンピュータ診断をサービスメニューに導入し、有料で診断を行っている。「LOSSO-9」は診断した結果を簡単に印刷できるため、納車時に診断結果をお客様にお渡し、お客様満足度アップにも功を奏している。有料診断を始めて1年間で、診断料売上は70万円を突破している。

## 導入の背景

チェックランプが点灯した車両が入庫するケースが増加しており、自社での故障診断対応の必要性を感じていた。以前より所有していたコードリーダーではエンジン以外の診断は出来ないという事もあり、低コストで導入できる新たなスキャンツールを探していた。

## 導入のポイント

- ・エンジン以外のECUにも対応していること
  - ・診断時間が短いこと
  - ・低コストで導入できること
  - ・端末の操作が簡単なこと
  - ・新車対応が早く行われること
  - ・診断した車両情報を保存できること
- 上記の要件を全てクリアしていたのが唯一「LOSSO-9」であったことが導入の決め手となった。

## 導入の効果

導入後1ヶ月くらいは経営者と現場との温度差があり、思うように診断件数が伸びなかったが、「LOSSO-9」は「整備ツール」ではなく、「提案ツール」なのだ、と全社員が共通認識できるようになった頃から、入庫全台の診断がスムーズに行えるようになった。また、お客様からも「ここまで整備してくれるのは安心だ」「こんなサービスがある事を知らなかった」とのお声をいただけるようになり、少しずつではあるがお客様の認知度も上がってきている。有料診断はルーティンワーク(基本業務)として定着してきたので、今後はエラーコードの消去のための追加整備をいかに獲得していくか、を課題にしている。

# 車検のメニュー項目にコンピュータ診断を追加 お客様へ今まで以上の「安全と安心」を提供する事が可能に

## 長崎県 B自動車様(お客様プロフィール)

創業：1987年(昭和62年) 従業員数：11名  
月間入庫台数：270台  
事業内容：車販、車検、一般整備、钣金塗装、損保代理店業務など

創業当初より幅広い事業展開を目指し、これまで順調に事業を拡大させてきた。しかし、2009年後半あたりから、販売台数・整備入庫台数・整備単価の減少に危機感を覚え始めていた。

「LOSSO-9」の話聞いたところ、整備単価の増加だけでなく、整備の効率化・お客様からの信頼度向上へ繋がるのではないかと思い、導入を決めた。



**〈BEFORE〉** 主にスズキ車を取り扱っていることもあり、スズキ純正診断機を保有。他メーカー車がチェックランプ点灯で入庫した場合、ディーラーへ持ち込み、診断してもらっていたが、時間もかかり、整備効率も悪い状況だった。また、診断機本体も大きく、持ち運びが不便なことから事務所に常備し、使用するとき工場へ持って行くという事が日常化していた。診断機にはアクティブテストなどの機能も付いていたが、使用する作業の大半が故障コード有無の確認であった為、全ての機能を使いこなせていなかった。

**〈AFTER〉** 「LOSSO-9」を導入してからは、スズキ車以外の診断も可能となっただけでなく、従来、ディーラーへの持ち込みに要していた時間や外注作業料金を節約でき、効率がUPした。今までは担当整備士も、スズキ車以外の場合は、「自社では診断が出来ない事」をお客様に告げなければならず、対応に苦慮していたが、導入後は全メーカーの診断が出来ることを、自信を持って伝えることができています。

## 導入の背景

近年、自動車の電子化が進んでおり、整備には故障診断機が必要不可欠なものになってきたと感じていた。入庫してくる車の多くは、スズキ車ではあるが、他メーカー車の入庫もあり、特定のメーカー純正診断機だけでは、対応に限界を感じ始めていた。

また、電気関係の整備が苦手な整備士や、経験の浅い整備士でも、簡単に使うことが出来る診断機を検討していた。

## 導入のポイント

整備作業のフローを変更することは出来ない為、事務スタッフでも簡単に操作出来る簡便性をポイントとした。せっかくご来店頂いたお客様をお待たせする時間が長くなれば、不満が生じてしまうと思っていた。また、「LOSSO-9」は専用管理画面にアクセスすることで、いつでも診断履歴を確認することが出来る為、後日お客様に整備の提案をする際にも役立つ点も大きなポイントとなった。

## 導入の効果

今までは、診断に時間が掛かっていた為、チェックランプが点灯している車だけを診断してきた。簡単に診断できるLOSSO-9を導入してからは、車検のメニュー項目にコンピュータ診断を増やし、入庫全台のエラーコード有無の確認をしている。納車時にお客様に診断結果表(人間でいう健康診断表)を提示することで、お客様に「安全と安心」を提供できるようになった。

また、チェックランプが点灯していない車からもエラーコードが検出されることもあるので、提案整備による一般整備獲得も出来るようになった。

今まで車検の単価UPに四苦八苦してきたが、車検項目に入れることで無理なく売上・利益率を向上させることができています。

# 「全台診断しよう！」と社内で意識統一することで コンピュータ診断を車検メニューに組み込むことに成功。

## 宮崎県 C自動車様(お客様プロフィール)

創業：1965年(昭和40年) 従業員数：8名 月間入庫台数：60台  
事業内容：車販、レンタカー、車検、一般整備、钣金塗装、損保代理店業務、  
ロードサービスなど

宮崎県東臼杵郡門川町(人口19,000人)で地域のお客様を  
中心に事業を展開している。

会社の方針は「笑顔で明るく」、お客様から喜んで頂ける  
会社を目指しており、お客様が困っている時に全力でサポ  
ートができ、なおかつお客様に喜んで頂ける24時間ロード  
サービスに特に力を入れている。



〈BEFORE〉 入庫する全メーカーに対応するため、某社のコードリーダーを導入。

端末の操作は簡単であったが、故障診断に時間がかかり、使用頻度も少なくなっていた。

スキャンツールは整備作業で使用しているだけで、お客様に対しコンピュータ診断等のPRをしていなかった。また、チェックランプの消去や、対応できない修理などは、ディーラーに持ち込むことが当たり前だと思っていた。

〈AFTER〉 「LOSSO-9」の導入後は、診断時間が短縮され、以前よりも作業時間が短くなった。これにより、車検のメニューに組み込むことが出来るようになった。

日常的にスキャンツールを使用するようになったことで、従業員の故障診断に対する意識も自然と高まってきている。その結果、ディーラーに持ち込む頻度も下がり、コスト削減・納車期間の短縮が可能となった。

## 導入の背景

近年、自動車の電子化が進んでおり、自社での故障診断対応の必要性を感じていた。

以前導入したコードリーダーのように、診断時間が長く手間に感じてしまうと、結局使用しなくなってしまい、意味がないと感じていた。

ロードサービスに力を入れていることもあり、出張先でも使用できるコンパクトなスキャンツールを探していた。

## 導入のポイント

- ・診断時間が短いこと
- ・コンパクトなサイズで持ち運びが簡単であること
- ・出張先でも故障診断ができること
- ・端末の操作が簡単であること

上記の要件を全てクリアしていたのが唯一「LOSSO-9」であったことが導入の決め手となった。

## 導入の効果

導入した当初は、卓上POPやチラシなどでコンピュータ診断を提案していたが、なかなか受注に

結び付かずだった。そのため、3パターンある車検コースの中にコンピュータ診断項目を組み込むことで、受注につなげることに成功。項目名はパソコンのウイルススキャンをイメージし、お客様にも分かり易いように「OBD-II ウイルスチェック」としている。

納車時には、診断結果表を提示することで、お客様の評判は良く非常に満足いただけている。

車検項目に組み込むだけでなく、「どんなに良い機械や高い機械を買っても、使わなければ意味がない。全台診断しよう！」と社内の意識を徹底した結果でもある。

今後は、車種別に確認できるエラーコード統計を活用し、予備パーツなどの準備を行う際の参考値として役立てたいと考えている。



# 「LOSSO-9」を導入したことで、車検と一般整備の基本メニューに故障診断を導入し、売上と顧客満足度アップを実現。

## 神奈川県 D自動車様(お客様プロフィール)

創業：1956年(昭和31年) 従業員数：10名 他2店舗  
月間入庫台数：500台  
事業内容：国内メーカーの新車/中古車販売、車検、一般整備、钣金塗装  
損保代理店業務など

スズキアリーナ店や大手ボランタリーチェーンに属し  
事業拡大に成功してきた。  
神奈川県内でLOSSO-9をいち早く活用を開始し、  
一般整備だけではなく車検での故障診断ビジネスにも尽力してきた。  
お客様との新しいコミュニケーションツールとして、顧客満足度を高め、  
併せて新しい売上の獲得にも繋げられるようになった。



〈BEFORE〉 スズキのアリーナ店であるためスズキ純正の診断機を保有。スズキ純正の診断機は診断時間が長いことから、全ての入庫車両の故障確認をすることが手間だったため、チェックランプが点灯している時のみ使用していた。また、スズキ純正の診断機は本体が重く持ち運びが不便なため、出張サービスなど工場以外の場所には持っていけなかった。

〈AFTER〉 「LOSSO-9」の導入後は、診断時間が短いことから全ての入庫車両に対し診断を行えている。また、全ての入庫車両に対応できることから車検メニューに故障診断を追加。有料にて故障診断を行っている。診断結果が簡単にプリントアウトと出来るため、納車時にお客様にお渡ししている。お客様からの反響もあり顧客満足にも繋がっていることも実感している。

## 導入の背景

年々顧客単価が下がっている中で、どうにかして新しい収益を得ようと考えていた。そんな中「LOSSO-9」の紹介を受けた。当初は他の診断機との違いが理解できなかったが、詳細を知るうちに、他の診断機のような整備用ツールではなく収益を上げ顧客満足度が向上できるツールであることに気がついた。そのため導入を決意する。

## 導入のポイント

- ・新しい収益になるツールであること
  - ・診断時間が短いこと
  - ・低コストで導入できること
  - ・お客様の満足度が向上できること
  - ・端末の操作が簡単なこと
  - ・出張サービスに使用できること
- 上記の要件が「LOSSO-9」を導入する決め手となった。

## 導入の効果

導入後は、今までの一般整備時の故障診断に加えて、車検メニューに故障診断を追加している。車検代+故障診断料で注文を受けるため、顧客単価アップに成功している。入庫前には、お客様に対し当社の車検では「車のウイルスチェック」をやっていることを説明し、他社との差別化としても利用している。また、コンパクトなサイズで持ち運びにすぐれているため、出張サービスには欠かせないツールとなっている。出張先で故障確認をする事で、その場でおおよその修理金額・部品発注・入庫誘導までをスムーズに行えるため、業務効率化や顧客満足度が高まっていると感じている。

# 「LOSSO-9」を商品車に使用することで、お客様に車両情報を開示。 中古車販売営業の強みとし、他社との差別化にも成功。

## 北海道 D自動車様(お客様プロフィール)

創業：1962年(昭和37年) 従業員数：8名

月間在庫台数：350台

事業内容：国内メーカーの新車/中古車販売、車検、一般整備、钣金塗装  
損保代理店業務など

大手ボランタリーチェーンに属し地域事業拡大に成功してきた。

神奈川県内でLOSSO-9をいち早く活用を開始し、

一般整備だけではなく車検での故障診断ビジネスにも尽力してきた。

お客様との新しいコミュニケーションツールとして、顧客満足度を高め、  
併せて新しい売上の獲得にも繋げられるようになった。



〈BEFORE〉チェックランプが点灯している車両にのみ診断機を使用。診断機は振興会から借りることで対応していた。複数社で1台を使用しているため、他社が使用している場合すぐに借りることが出来ず、納期が延びてしまうなどお客様をお待たせしてしまうリスクがあり購入検討をしていた。

〈AFTER〉「LOSSO-9」を導入することで、すぐに故障診断の対応ができるようになったのはもちろんのこと、簡単な操作で故障診断表を作成ができるため、お客様に対して故障診断の説明が円滑にできるようになった。また、中古車販売では故障がない事をお客様にアピールすることができ、車の購入の喜びと共に今までの以上の安心も提供できるため他社との差別化に繋がっている。

## 導入の背景

故障診断を行うだけで顧客情報や車両情報、故障があれば故障情報まで全て収集でき、ひとつの画面で管理ができる事に興味があった。収集した全ての診断結果から故障の傾向値など確認できるためアフターマーケットの現実を把握できると感じた。

また、車検に故障診断を導入することで、お客様とのトラブルを減らすことができると考えたため導入を決意。

## 導入のポイント

- ・診断時間が短いこと
  - ・端末の操作が簡単なこと
  - ・お客様に対する説明資料が簡単に作成できること
  - ・お客様の情報と診断データをデータベース化できること
- 上記の要件が「LOSSO-9」を導入する決め手となった。

## 導入の効果

「LOSSO-9」を導入するまでは、故障診断を行っても詳細な作業内容をお客様に説明をしていなかったが、説明資料が簡単に作成できるため、故障診断を行ったお客様には説明を行っている。特に故障コードが検出された際に役立っており、工場全体の接客能力が向上したと感じられる。

中古車販売では、故障診断を行っていることを広告掲載の際にアピールを行ったり、展示車に診断結果表を貼り付けている。何よりも、故障がない車両である事がはっきりしているため、担当営業の販売に対する自信に繋がっている。

また車検ではメニューに「故障診断」を追加することで、新しい収益としても成り立っている。

# 「通信型スキャンツール」を導入したことで、社内業務の効率化を実現・商品の付加価値とすることを旨す。

## 埼玉県 E自動車様(お客様プロフィール)

創業：1969年(昭和44年) 従業員数：145名(4店舗)  
月間入荷台数：3,000台  
事業内容：自動車解体、リサイクル部品、リビルト部品

リサイクル部品を使用した修理方法は、整備工場や钣金工場では知られていますが、一般のユーザーにはまだまだ馴染みが薄く浸透していない。

一般のユーザーに認知してもらい、リサイクル部品の需要を増やしていくため我々は日々高品質なリサイクル部品の提供を行うよう努力を行っている。



**〈BEFORE〉** リサイクル部品として出荷するためには解体し、1つ1つパーツを車両から取り出していかなくてはならない。パーツ単位で目視や専用テスターを使用しパーツの状態を確認をした後、在庫商品としてストックされる。1つ1つのパーツを専用テスターで確認を行っていくことは手間であり、センサー系はなかなか確認ができないため廃棄になるパーツが少なくないのが現状だ。

**〈AFTER〉** 簡単な操作で誰でも短時間で故障診断ができることから、解体前に通信型スキャンツールを使用し診断を行っている。各センサーや各コンピューターの動作確認が安易に行えるようになったため、検査の時間が減り社内のコスト削減にも繋がっている。また、廃棄量が減少したため売上アップの効果も見込まれる。

## 導入の背景

解体前の車両はチェックランプが点灯していることが多くある。そのままの状態では解体してしまうと実際どこが壊れていたのか単体毎ちゃんと調べていかなくては分からないことが多くある。解体前に車両情報を確認するテスターはないか探していた。

## 導入のポイント

- ・誰でも使用できること
- ・短時間で確認ができること
- ・低コストで導入できること
- ・エンジンだけでなくABSやATなどの確認ができること
- ・汚れた手で使用するためタッチパネルではないこと

上記の要件が「通信型スキャンツール」を導入する決め手となった。

## 導入の効果

導入当初はなかなか使用頻度が上がらなかったが、現場が慣れてくると自然に使用頻度は上がってきている。だが一番は実体験が使用に繋がっている。先日クレームで戻ってきたスロットルボデーがあり、たまたまだったが同型の車両が入荷されていたので、スロットルボデーの交換を行った。作業後通信型スキャンツールを使用し診断をしたが特に問題はなかった。お客様によく確認を行うと、取り付けの際に使用したガスケットの不良で、2次エアを吸っていたのが原因のようでスロットルボデーには不良はなかった。これで品質の証明は出来たのだ。

今後はこのような経験をいかし、出荷を行う製品には故障診断表(検査証)を添付し品質の担保や付加価値をつけていけることが出来ればと考えている。