

もっと走る もっと運ぶ もっと稼ぐ

FUSO

No. 59

magazine

2017
09/10
September / October

特集1：内装を一新！

新型ファイター誕生

特集2：メタボ上等！

全国メガ盛り選手権

Our Pride：ユーザーインタビュー

大島産業グループ（福岡県）



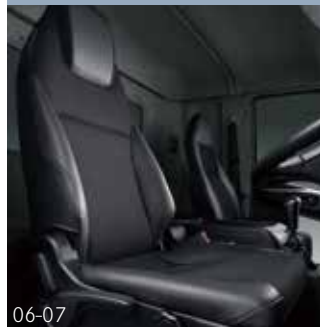
FUSO magazine

2017 September/October No.59

C O N T E N T S



03-05



06-07



08-09

03 - Our Pride

大島産業グループ
CEO最高経営責任者 大島康朋

06 - 特集 1

内装を一新！
新型ファイター誕生

08 - 特集 2

メタボ上等！
全国メガ盛り選手権

10 - コミュニケーションシーン別 対処法 - 5

スピーチ・プレゼンの極意

12 - Front's Eyes

エレメント類の定期的な
点検や交換をしましょう

13 - 世界を駆けるFUSO 第5回

「ダイムラー・トラック・アジア台湾」の
オフィスが台北に開設

14 - Trivia Column 第5回

ティッシュペーパーのトリビア

15 - Time Trip 第5回

「ファイター」誕生(1984年)
From Editors



表紙Photo :
新型「ファイター」撮影用特別仕様車

日々臨戦態勢で経営強化を

福岡県宗像市に本社を置く大島産業グループは、運送業では九州トップクラス、土木業では福岡県トップクラスの業績を両輪とし、事業規模を飛躍的に広げている会社である。同グループを率いるのは、最高経営責任者の大島康朋氏。総指揮官自ら戦いながら日々、前進と語る大島氏を訪ねた。





大手輸送会社の幹線輸送を担当

— 現在は主にどのような輸送を行っていらっしゃいますか？

父親から引き継いだ土木建築会社を経営する一方で、33歳の時に輸送の仕事を始めました。大手宅配業者2社との契約が取れたのを機に、4トン車を1台購入して運送業をスタートしました。当時は、宅配便の需要が伸びていた時期で、車両もドライバーも年々増やし事業を広げていきました。それ以降、現在まで一貫して幹線輸送をメインにしています。今では、取引先の荷主も4社に増えました。いずれも国内大手の輸送会社です。

現在の営業範囲は北陸、北関東から鹿児島県まで、兵庫県には拠点として営業所を設置しており、当社の所有するトラックの半分は姫路ナンバーです。直近では和歌山にも進出しています。

CEOが育む社員を大切に作る社風

— ドライバーの定着率が高く、若手も多いと聞いておりますが？

当社はまだ発展途上です。継続して発展していくためには、社員の頑張りや、良好な人間関係が大切です。私はグループ内でCEOという立場ですが、自分の役割のひとつは管理職たち経営陣の後方支援だと考えています。実は管理職というの

は、業務以外ではなかなかドライバーと話す時間がないものです。ですから、私は日々積極的にドライバーに話しかけ、彼らの考えていることや状況を把握して、経営陣に伝えるようにしています。

ただし、仕事の話はしません。「子どもは元気がとか」「休みはどうだったとか」、あえて家庭や生活などプライベートな話をしていきます。関係ないと思うような雑談から、睡眠不足や精神的な不安、何か悩みを抱えているようだなど、わかってくることも多いのです。そうした不安材料を取り除き、ドライバーの事故を回避することも私の大切な仕事です。

また、当社のトラックのナンバープレートには、すべて意味があります。例えば、その車両に乗っているドライバーの子ども誕生日や、趣味に関連する数字など、ドライバーごとに設定しているのです。ですからナンバーを見ると、「そろそろ子ども誕生日だね」とか、「最近、趣味の方はどうだ」とか、そこから会話が広がります。もちろん待遇面でも、退職金制度の導入や手当、住宅ローンのサポートなど福利厚生も徐々に整えて、働きやすい環境を作っています。

— 若手の育成や採用で工夫していることはありますか？

県内の自動車科のある高校と協力して、インターンシップで2年生と3年生を受



右ノドライバーの井上縁さんは21歳で大型免許を取った翌日に入社。現在は福岡、佐賀を担当している。同社には現在2名の女性ドライバーが所属、評判も上々で今後も増やしていきたいとのこと。左ノラッピングトラックのほか、「ガンバル!!」の文字の入った同社のトラックは地元でもおなじみ

け入れています。2年生は職場見学のような内容ですが、3年生は進路決定の学年ですので、入社後にギャップを感じないよう、学校の了解も取って通常の勤務時間で働いてもらっています。そうした学生たちが今年3人入社しました。高卒で入った新人は、まずは準中型に乗せ、ゆくゆくは大型に乗れるように育てていきます。来年は2人の採用が決まっており、今後毎年2〜3人採用する予定です。

とにかく挑戦！話はその後で

——社訓の「仕事が先金は後口は最後の言葉の意味をお教えください。」

これは私が考えた言葉で、社屋にも額に入れて掲げています。例えば、発注を受けたらまずは断らずに仕事をする。そして対価を頂戴する。そのうえで時間やコストなど条件面の交渉をする、ということ。中途採用の場合も、前職がどうであれ、当社に入社したら新人ですから、まずは実際に仕事をしてもらい、対価として給料を支払う。そしてその後お互いに評価をして交渉をする、ということではないでしょうか。「どうこういわずにまずはやってみる、その結果問題があったら話し合う」というのが社訓の言葉の意味です。

奨学金で交通遺児をサポート

——地域や社会貢献にも力を入れていらっしゃるそうですね？

「大島奨学金制度」を設立して、交通遺

児の高校進学のお手伝いをしています。この奨学金には、会社ではなく個人の資金を充てており、「福岡県交通遺児を支える会」を通して毎年募集をかけ、給付型の奨学金を出しています。もう10年以上続けていて、この奨学金で卒業した学生も10人以上になりました。個人的な活動ですが、ドライバーたちに安全運転に対する注意を促せればと考えています。

「宗像・沖ノ島と関連遺産群」のラッピングトラックは、地元と行政へのお返しです。当グループには建設会社もあり公共事業を請け負っていますので、世界遺産の登録を目指していた行政の応援を、ラッピングトラックという形で3年前から行っていました。

——三菱ふそうとは長いお付き合いで、新型車両の導入予定もあって伺いました。

三菱ふそうとの付き合いは父親の代からですので、かれこれ50年になります。33歳で輸送業を始めたときに、最初に買った4トントラックも三菱ふそうでした。

8月には新型スーパーグレートが3台納車されることになっています。現在、保有しているトラックの1/4にあたる25台を順次新型に入れ替える予定です。当社のトラックは非常に稼働率が高いので、どうしても古くなると故障の確率も高くなります。故障は遅配につながり、荷主さんにご迷惑をかけますので、新しい車両に対する投資は惜しまず行っています。新型車両には、新機能の搭載や新たな試みもあるようですので期待をしています。



大島産業グループ

本社敷地内には寮も完備する。人との繋がりを大切にす
る、CEOの精神が会社の風土や社員にも行き渡り、著しい
発展の源となっている。

福岡県宗像市
大島産業グループ
CEO最高経営責任者 大島康朋
会社設立：昭和48年
社員数：130名／保有車両数：120台

内装を一新！ 新型ファイター誕生

稼働シーンを選ばない、安定の走りが幅広い支持を集めるファイター。
より快適に、よりクリーンに、この秋装いを新たにデビューする。



1984年のデビューから33年。モデルイヤーごとに進化を重ねてきた中型トラック「ファイター」。常に先端技術で時代のニーズに応えてきた歴史がある。

新型ファイターのベースとなるのは、2010年8月にポスト新長期排出ガス規制適合車としてデビューしたモデルだ。

商用車に求められることが、かつてのエンジンパワーから経済性能と環境性能へと評価基準が変化しており、今回のリニューアルにあたっては、そのニーズに確実に応えることが求められた。

新型ファイターは、ポスト新長期（JP09）排出ガス規制で採用したBlueTec®テクノロジーを改良し全車に搭載、NOx排出量を現行から40%低減、2016年排出ガス規制をクリア。環境性能が大幅にレベルアップしている。

先進のエコ&クリーンなイメージは、キャブデザインのスタイリングにも表れている。クリーンでシンプルなパネル構成はそのままにフロントパネル部に「エコブルーグリル」を採用（標準車のみ）、ブルーラインがよりクリーンなイメージを演出している。

三菱ふそうのトラックの中でも、ファイターは幅広いラインナップを揃えており、平ボデー・バン・ウイング・ダンプ・ミキサなどが多彩に選べる。さらに「ベストワンシステム」という独自のオーダーシステムがあり、ボデーのカラーやシート表皮、キャブのタイプやヘッドライトの位置など、内装から外装までをお客様の好みや用途に応じて最適な車両選択できるのも特徴だ。

16年型ファイター(ベーシック内装)



17年型ファイター(ベーシック内装)



画像は開発時のイメージです。



シートバック形状を
変更した運転席シート
(ラグジュアリー内装)

運転疲労を大幅に軽減した 運転席シート

インテリアのリニューアルに伴い、運転席シートも見直し、シート色、シートバック形状を変更、ロングヘッドレストや大型のサイドサポートにより、ホールド性を向上させ、運転疲労の軽減を図った。また、助手席シートおよびセンターシートも運転席シートと統一したカラーに変更した。

内装仕様は 選べる3タイプ

ブラックを基調としたシックな内装。仕様は、「ベーシック」「ビジネス」「ラグジュアリー」の3タイプを用意した。ニーズに応じた車両選択が可能になっており、お客様に選ぶ喜びを提供することができる。

ドライバーサポートを追求した メータークラスター

燃費情報やウォーニング表示など、ドライバーが必要とする車両情報を的確に得られるマルチ情報システムIvis(アイヴィス)を搭載。安全走行を支え、走行燃費などリアルタイムな情報を活用することで、エコドライブのサポートも実現。



Ivis搭載メータークラスター

クールさと快適性を兼ね備えた インテリアとエクステリア

今回、フルチエンジンに近い大幅なリニューアルをしたのが、内装だ。インテリアは、シックなブラック基調に一新。ステアリングホイールやドアトリム、ベッドも黒で統一し、クールで上質な空間へと生まれ変わった。黒という色は、質感により印象が大きく変わるため、素材のひとつひとつにまで吟味を重ね、快適性と質を追求した。

快適性の面では、新型運転席シートを採用、長時間運転しても、疲れを感じにくい形状でプロドライバーに配慮している。

ファイターならではのスタイルとして2タイプのヘッドライト位置が選べるシステムは継続。バンパー搭載型とキャブ搭載型から選定可能で、幅広い用途に使われる中型トラックならではの装備だ。

直6インタークーラーターボ エンジンを継続採用

エンジンは現行と同じ、7.5L直6インタークーラーターボエンジンを搭載。フル積荷でも余裕ある安心の動力性能を発揮、低回転域から高トルクを発生、トップエンドまでスムーズかつ滑らかに吹き上げる回転フィーリングは軽快そのもの。発進時もアクセルペダルを多く踏み込まないですむため、すぐれた実用燃費にも貢献する。燃費性能に関しては、排出ガス

規制強化に対応した新型ファイターでも、平成27年度重量車燃費基準をクリア(除くFQ)している。

その他、環境性能向上のためBlueTec®を改良、サイズを大型化し、形状も変更したほか、NOx浄化効率を高めるミキサー機構などを追加採用した。

BLUE TEC



尿素水タンク



写真は6M60(T3)エンジン

1984年のデビュー以来、中型トラックとしてのあるべき姿を追求してきた「ファイター」。進化を重ね、より円熟味を増した新型ファイターは、オールマイティに使われる中型ならではのバランスの良さとドライバビリティが光る一台だ。

メタボ上等！
第二回

全国メガ盛り選手権



4日間煮込んだ厚さ2cmのチャーシューがドーンと4枚！

味のー龍 スーパージャンボチャーシュー



北海道



あっさりとした豚骨スープに、中細麺を1玉半、その上に4日かけてじっくり煮込んだチャーシュー4枚1キロ超がドーン！厚みがあるが、頬張るとホロホロとろけて、旨味が口全体に広がる。

☎0144-73-0751

北海道苫小牧市しらかば町 3-31-19

人が持つ三大欲求のひとつを心から楽しませてくれる、メガ盛りメニュー。
「大盛りは日常、メガ盛りは祭り」。
そんな読者におすすめしたい、とっておきの「個性派」をご紹介します！

編集部選
敵

前人未踏の五重塔は、ハンバーグだけで5キロの超ヘビー級！

ハンバーグの店 **オニオン** ハンバーグ五重塔



宮城



五重塔はハンバーグ5キロ、ライス、サラダ、スープ付。60分以内に完食すれば無料。挑戦するにはまず、2キロのハンバーグを60分以内に完食し、その後、3キロ、4キロとクリアするのが条件。

☎022-358-1092

宮城県富谷市日吉台 2-24-9

北海の幸がこぼれんばかりに丼をうめつくす、海の宝石箱

寿司のまつくら デカ盛り海鮮丼



北海道



増毛特産の甘えびやホタテ、アワビなど13種以上のネタがぎっしり。鮮度は折り紙付き、ひとつひとつのネタが大きく、並んででも食べたいと、遠方からも多くの客が訪れる。

☎0164-53-2446

北海道増毛郡増毛町大字弁天町 1-22

お客様のリクエストで生まれたメガ盛りは、約4500キロカロリー！

リバーサイド 布佐駅前交番スペシャル



千葉



布佐駅前交番スペシャルは、ナポリタンとドライカレーがワンプレートになったメニュー。大盛はゆうに4キロ超。他にもユニークな名のメガ盛りメニューが揃っている。

☎04-7189-1949
千葉県我孫子市布佐3804-2

秋葉原に半世紀君臨。常軌を逸したごはん大盛りは2升！

ごはん処 あだち あだちランチセット



東京



人気のあだちセットは、ギガ盛り白米と唐揚げ、コロッケ、天ぷら、厚焼き玉子、煮物がてんこ盛り。ご飯は普通で1升、大盛り2升、おかわり自由と日本昔話顔負けのボリュームだ。

☎03-3253-3017
東京都千代田区外神田3-11-6

炭水化物3種盛り！これぞお皿の上のオリンピック！

店麺多房 あいうえお でらモコ



愛知



特大ステーキ、パスタ、ウインナー、大盛りサラダにロコモコがワンプレートに。食べごたえ抜群で、バラエティに富み、デカ盛りコーナーの中でも味のテーマパーク的な一品だ。

☎052-803-8639
愛知県名古屋市中北区平針3-704

尋常ならざるオーラを放つ、座布団サイズのかき揚げ。

魚啓 かき揚げ



静岡



直径約40cmのかき揚げは、通称「座布団」と呼ばれ、桜エビ、シラス、小柱の3種の中から選ぶことができる。サクサクの食感が評判で、テイクアウトも可能。魚屋が直営する繁盛店だ。

☎0550-88-0081
静岡県御殿場市印野1648

計3枚、4.5キロのスペシャル焼きは、60分以内完食で無料に！

蛸之徹 スペシャル焼き



大阪



スペシャル焼きは、直径約30cm、1.5キロ、山盛りのキャベツと自慢の九条ネギ、豚・牛肉・蛸・海老・イカをふんだんに入れ、最後にふっくらと卵で包んだミックスお好み焼きだ。

☎06-6345-0301
大阪府大阪市北区梅田1-9-20
大阪マルビルB2F

高さ25cm！チキンカツタワーは、もはや異次元の盛り。

とんまさ 若鶏かつ定食大



奈良



使用するのは最高鮮度の国産若鶏500g。朝採れ卵を二度漬けた衣をキャノラー油で揚げたカツは、サクッとジューシー。土日は一日30食出る人気メニューだ。

☎0743-55-2075
奈良県大和郡山南市南郡山町363-23
梅花ハイツ1F

WANTED

おすすめメガ盛りメニュー募集！

探せばあるある、メガ盛りメニュー。編集部では、既に第2弾を企画中。皆さんがご存知のメガ盛りメニューのある店をぜひご紹介ください。(採用された方には、FUSOオリジナルグッズを差し上げます)
宛先：FUSO magazine 編集部
fuso.magazine@sohjusha.jp

取材したどのメガ盛りにも、店主の温かい心が料理と共にたっぷり盛り込まれている。挑戦するときは、ぜひ、その商品のルールも訪ねてみてほしい。

そびえ立つ35cmの天ぷらは、質・量ともにレジェンド！

徳島



魚榮 スーパー天丼



活魚専門店ならではのイキのいい魚介類が存分に味わえると評判の人気店。40cmはある特大穴子を中心に、海老7本、旬の野菜数種が織りなすスーパー天丼のフォルムは、もはや芸術の域。

☎088-625-6567
徳島県徳島市住吉6-7-57

*営業日、時間等は各店舗へ直接お問い合わせ下さい。

こんな時、どうすればいい？
コミュニケーションシーン別対処法-5

スピーチ・プレゼンの極意



お客様やお取引先への説明・提案はもちろん、社内においてもプレゼンやスピーチなど、役職・立場に関わらず、「1対多」のコミュニケーションを迫られることがあると思います。一方、そういった場で考え・思いが伝わらず、悩む方も少なくありません。では、どうすればいいか。今号ではそのポイントを紹介します。

「伝わる」話の構成

結論から申し上げましょう。伝わるか伝わらないか、それを決める一番のポイントが話の構成（流れ）にあります。

「結論↓理由／背景↓具体例↓結論」

常にこの流れを意識してください。もちろん伝えるための細かいテクニック（後述）もありますが、それは枝葉末節の話。まずはこれを押さえていただく必要があります。

聞き手の心理を逆手に取る

なぜ、そのような構成にすると伝わるか。それは聞き手の心理に起因します。雑談と違い、プレゼンやスピーチでは話し手は必ず目的（結論）を持っています。聞き手からすると、プレゼンやスピーチの冒頭というのは、「いったいこの人は何を言いたいのか？ 早く結論をいってよ」という疑問を持った状態にあるわけです。

例えば社内会議で新商品企画を発表することになったとしましょう。集まったメンバーが思うのは「どんな案が出てくるんだろう？」という疑問。ですから提案の概要（結論）を最初に伝えます。聞き手が知りたいことを話すわけですから興味を持って聞いてもらえると思います。か。ちなみにこの場合の結論とは、一番いいことですが、それを一言で伝えるのが難しい時は「これから話すのは、

Satoshi Kaneko

金子 誠志

自立型ビジネスマン育成塾
塾長



大学卒業後27年間、NECグループ内外計4社10部門に籍を置く。営業は元より、経営幹部サポート、中期計画検討、海外事業再構築、CS改善活動等の全社レベルから、面接官含む人事担当、部門管理運営の総務職まで多岐に渡るキャリアを積む。多くの人に仕事に役立つノウハウを提供したいとの思いから、2013年「自立型ビジネスマン育成塾」開始。塾長として、ビジネススキルアップに役立つセミナー開催と教材（DVD）開発に携わっている。

ブログ
URL:<http://jbi-school.jp/blog/>
オンラインショップ
URL:<http://jbi-school.jp/shop/>



〇〇についてです」といったように、何について話すか、その概要を伝えるだけでも構いません。

理由が信頼性を左右する

さて、では結論の次は何を話せばいいか。先ほどの商品企画の例で考えてみます。あなたは冒頭で「今回提案するのは、中高年世代を対象とした〇〇」という商品です(結論)」と告げました。すると出席者は思います。「なんで今このタイミングに〇〇なんだ?」と。つまり、理由を知りたくなるわけです。ですから、その商品を提案する理由や背景を説明すると、再び聞き手の疑問に答えることとなり、興味が続きます。

ここでは結論を裏付ける数値(データ)やアンケート結果、マーケット情報等の詳細を盛り込むと、信びよう性が増し、聞き手の納得感が高まるのはいうまでもありません。ですから、必要に応じそれらを盛りこんでください。

例えば「自分のこと」と感じさせる

ここまでくると、一般に聞き手の頭の中は大枠を理解した、という状態になります。なんとなく理解したけど、まだ他人事状態、といった方がいかもしれません。では、自分のこととしてとらえてもらうにはどうすればいいか。そこで役

立つのが具体例。商品企画提案でいえば、使用シーンを説明したり、具体的な効果(メリット)を挙げてもいいでしょう。

イメージしにくい内容の場合、聞き手が知っているであろう似たようなことを引き合いに出すのもいいかもしれません。例えば新宿の歌舞伎町を知らない人にそこがどのような場所か説明する場合、聞き手が北海道の人なら「札幌でいうすすきの」のような場所です」といえば伝わりやすし、九州の人なら「福岡の中州が近いですね」といえば良いわけです。相手の身近な例を挙げてください。

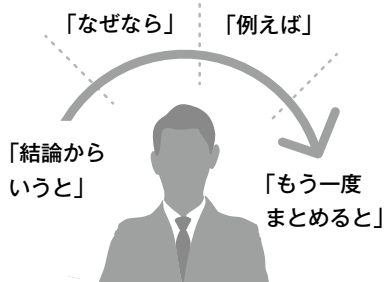
繰り返しますが、重要なのは、聞き手のふわっとした理解(イメージ)を例を示すことで具体的な形にし、頭に残してもらうこと。こうすることによって、聞き手の記憶に定着しやすくなるからです。

大切なことは繰り返し伝える

その上で最後にもう一度結論を繰り返しましょう。大切な情報を繰り返すことで聞き手の理解はさらに深まります。

話の構成(流れ)における各パーツの意味を説明してきましたが、これを話し言葉に置き換えると、次のようになります。

「結論からいうと(結論)」「なぜなら(理由・背景)」「例えば(具体例)」「もう一度まとめると(結論の繰り返し)」



以上を押さえた上で伝える力が高まる
テクニクを3つご紹介しましょう。

1 マジック3(スリー)

「三人寄れば文殊の知恵」といわれます。「三本の矢」という言葉もあります。この他、例えば「三種の神器」など、「三」にまつわる言葉は少なくありません。

何かを挙げる際、「三」という数字は絶妙なバランスを醸し出す力を秘めています。二つでは少なく感じられ、四つでは多すぎてもとまりのないように見えてしまうのです。ですから、プレゼンやスピーチでは「マジック3」を意識してください。

理由を説明する際、それが複数ある場合、3つにまとめます。ポイントを伝える場合も3つに絞り説明すれば、それだけで聞き手はきちんと体系立てられたまとまりある話と認識してくれます。

その際、指を使うと相手の視覚にも訴えることができ、効果が増します。まずは指を一本立て「一つ目は…」、次に二本立て「二つ目は…」と話す、というわけです。

2 キーワード化

いいたいことをキーワード化できると、相手の印象に残りやすくなります。その際、オリジナルのものを創作しても良いですよ。例えば上述の「マジック3」もキーワード化したもの。説明の中で何度かそれらキーワードを使えば、その言葉自体が聞き手の記憶に留まるようになります。

3 まとめ言葉

少し長めのプレゼンやスピーチになると、聞き手はなにがポイントか、途中で分からなくなってしまうことがあります。聞き手が不安げにしていたり、集中力が途切れてきたと思われる際は、まとめ言葉で注目を引くと良いでしょう。

まとめ言葉とは、「要するに…」、「何がいたいかといいますと…」、「つまり…」、「結局…」、「誤解していただきたくない点は…」といったような言葉のことです。

こういった言葉が発せられると、聞き手の集中力が再び高まる効果が期待できます。「最低限ここだけは記憶に留めて欲しい」という場合に試してみてください。

大勢の人を前に話す際は、構成(結論↓理由/背景↓具体例↓結論)の順に、そして3つのテクニクを意識すれば、あなたも「伝わる」プレゼン・スピーチができるようになるはずです。

いつまでも安心してお使いいただくために

エレメント類の定期的な点検や交換をしましょう。



車両には、オイルやエンジンの性能をキープするため、いろいろなエレメントが使用されています。不純物やホコリなどを除去・分離するエレメントは、トラブルの原因や燃費改善にもつながる重要な部品ですので、必ず定期交換を行ってください。

大型



17年型 スーパーグレート
(6S10、6R20エンジン)



17年型 エアロQueen、
エアロエース(6S10エンジン)

エンジンオイル (ふそうエンジンオイルDH-2 使用時)	50,000km、1年または稼働時間が1500時間ごと シビアコンディション20,000km、1年または稼働時間が1500時間ごと
エンジンオイル (ふそうハイグレードエンジンオイル 使用時)	60,000km、1年または稼働時間が1800時間ごと 100,000km、1年または稼働時間が1800時間ごと シビアコンディション20,000km、1年または稼働時間が1800時間ごと
エンジンオイルフィルター (ふそうエンジンオイルDH-2 使用時)	50,000km、1年または稼働時間が1500時間ごと シビアコンディション20,000km、1年または稼働時間が1500時間ごと
エンジンオイルフィルター (ふそうハイグレードエンジンオイル 使用時)	60,000km、1年または稼働時間が1800時間ごと 100,000km、1年または稼働時間が1800時間ごと シビアコンディション20,000km、1年または稼働時間が1800時間ごと
燃料フィルター	100,000kmまたは1年ごと
尿素水フィルター	2年
エアークリーナーエレメント交換時期	100,000kmまたは1年ごと

中型



16年型 ファイター (6M60エンジン)



16年型 エアロエースショートタイプ、
エアロミディ (6M60エンジン)

エンジンオイル (ふそうエンジンオイルDH-2 使用時)	20,000kmごと シビアコンディション10,000kmごと
エンジンオイルフィルター	40,000kmごと
燃料フィルター	50,000kmまたは1年ごと
尿素水フィルター	200,000kmまたは2年ごと
エアークリーナーエレメント交換時期	80,000kmまたは1年ごと

小型



17年型 キャンター (4P10エンジン)



16年型 ローザ (4P10エンジン)

エンジンオイル (ふそうエンジンオイルDH-2 使用時)	20,000kmごと シビアコンディション10,000kmごと
エンジンオイルフィルター	40,000kmまたは1年ごと
燃料フィルター	40,000kmまたは1年ごと
エアークリーナーエレメント交換時期	40,000kmまたは1年ごと

点検・整備についてご不明点などございましたら、お近くの三菱ふそうサービス工場にお問い合わせください。

世界を駆けるFUSO 第5回

「ダイムラー・トラック・アジア台湾」の オフィスが台北に開設



今年4月、台湾の台北市に「ダイムラー・トラック・アジア台湾」のオフィスが開設されました。台湾市場は1934年に初参入して以来、83年に渡りビジネスをしてきた所縁のあるマーケットです。

商用車シェアトップ

台湾は親日家が多いことで知られ、人口は2355万人。歴史的にも関係が深く、経済交流も盛んです。

FUSOブランドは1934年に小型バス「B46」で台湾市場に初参入し、その後、1973年に大型トラック、1983年には主力製品である小型トラック「キャンター」の現地組み立てを開始しました。2013年には台湾初のハイブリッドトラックとして、小型トラック「キャンターエコハイブリッド」を発売。台湾の商用車市場でFUSOはトップシェアを維持しており、2016年には34%のシェアを獲得しました。台湾はFUSOブランドにとって3番目に大きい市場となっています。



台湾 台北市で行われた「ダイムラー・トラック・アジア台湾」のオープニングセレモニー

台湾有数の商用車ディーラーとタッグ

「ダイムラー・トラック・アジア台湾」(以下DTAT)は、台湾の商用車販売大手 順益貿易股份有限公司(Shung Ye Trading Co., Ltd)以下SYC社と2016年8月に設立した合弁会社です。台湾では1958年以来、SYC社を通じてFUSO製品を販売しています。

DTAT設立により複数の企業が同事業を行っていた従来の体制を「新・小・中・大型トラック、バスのすべてのFUSO車両を一括して輸入・卸売事業を行い、台湾での製品ラインアップを拡充、市場のニーズに見合った製品を投入します。

今年投入予定の1つが、独立懸架のフロントサスペンション装備した総重量3.49トンの小型トラック「キャンター」です。機械式自動トランスミッション車とマニュアルトランスミッション車



台湾仕様の小型トラック「キャンター」

の両バージョンを揃えます。2つめは、台北市が導入予定している許容総重量に関する新規制に準拠した6.5トンの小型トラック「キャンター」の導入です。また、最先端の車両を提供するため、台湾市場でも、電気小型トラック「eCarter」導入の可能性について調査を開始します。

オープニングイベントで、セールスマーケティング本部長兼副社長であるミハエル・カンパー氏は、「ダイムラー商用車のアジア部門での成功の力を握るのは市場での高いプレゼンスです。私たちは「重要市場でお客様に近い存在になる」というミッションを掲げています。台湾は世界で最も重要な市場のひとつです。ダイムラー・トラック・アジア台湾を通して直接関与することで、プレゼンスを一層強化し、カスタマーサービスをさらに高い水準に引き上げることができると信じています」と述べました。

DTAT設立により、FUSOブランドは台湾での新たな1ページを開くことになりました。SYCおよびDTAT社会長 林純姫氏は「お客様のさまざまな輸送ニーズに応えることが、私たちにとって最も重要な責務です。台湾のお客様のニーズに応えたFUSO製品を順次投入し、ご満足いただける革新的なサービスも導入します」と意欲を示しました。将来的には社会貢献プログラムを通じて、人材育成にも寄与するなど、今後益々同国との関係性が高まりそうです。



トリビアコラム 第5回

ティッシュペーパーのトリビア

1日何回となく使っているティッシュペーパー。使用する世界150カ国の中でも、日本は世界で類を見ないティッシュペーパー消費国。第5回目はティッシュペーパーのトリビアに迫ります。

まずはおさらい ティッシュペーパー、 トイレットペーパーの違い

ティッシュペーパーは木材からとれるパルプが主原料で、トイレットペーパーは、パルプが主原料のものと、古紙が主原料のものがあります。どちらも薄くてやわらかい紙ですが、ティッシュペーパーは水に濡れてもある程度の強さを保つように原料に薬品を混ぜています。一方、トイレットペーパーは水につけると絡み合っていた繊維同士の結合がほどけて弱くなり、ほぐれやすいのが特徴です。

ティッシュペーパーは 「綿の代替品」として開発された

01 Trivia

世界で初めて登場したのは1924年（大正13年）のこと。第1次世界大戦中に不足した「脱脂綿」の代替品とした「セルコットン」の技術を用いてアメリカのキンバリー・クラーク社が発売したのが「Kleenex® Tissue」です。当時はメイク落としに布やタオルを使っており、洗う手間がかかり、非衛生的になりがちでした。その後メイク落としだけでなく「使い捨てのハンカチ」として浸透していききました。日本初の箱入りティッシュは1964年（昭和39年）2月山陽スコット（現日本製紙クレシア）から「スコッティ・フエイシャルティッシュ」が発売。同年6月には十

條キンバリー（現日本製紙クレシア）から『クリネックス・ティッシュ』が発売され「アメリカ生まれの万能ハンカチ」として販売量を伸ばしていききました。



1964年発売当時の初代パッケージ

ポケットティッシュ配りは 日本独自の文化

02 Trivia

ポケットティッシュは「ハンドバックにも入る大きさのティッシュ」という求めに応じて開発されました。

1964年に山陽スコットポケットサイズバックが、翌1965年にクリネックスポケットバックが発売され、1960年代後半から銀行や信用金庫の販促物として配られるようになりました。日本ではおなじみの街中でポケットティッシュを配る光景。これは日本だけで見られるもののようです。

ティッシュペーパーは なぜ2枚組が多いのか？

03 Trivia

2枚重ねの理由には下記の3つがあります。

① 厚い紙を1枚使うより、薄い紙を2枚重ねた方が強度が増す上、手触りがやわらかくなる。

② 2枚の紙の間にできる空気層の部分で水分を吸収する。

③ 紙には表裏があり、裏のザラザラしているほうを内側にして、肌に触れる外側がツルツルの面になるようにしてある。

日本人の1年間に 消費する箱ティッシュは？

04 Trivia

2016年の調査では、全国平均で15・0箱。トップは福島県の22・0箱。最も少ないのは島根県の10・5箱で、トップに比べ、半分以上の購入水準となっています。全般的に、東北地方の県が上位にランキングしています。

独自の進化を遂げた 「高級ティッシュ」

05 Trivia

高額にもかかわらず、やわらかで滑らかな質感で人気を誇る高級ティッシュ。どのようなものがあるのでしょうか。

◎「クリネックスティッシュ 至高 極」

4枚重ね／560枚（40組）／日本製紙クレシア
ふつくら感も滑らかさも「ふつくらすべすべした赤ちゃんの肌」を目標にした、究極のフエイシャルティッシュ。1箱1000円と高額ながら、「肌ざわりが別次元」との口コミも多くギフト好適品と

して人気を博している。

◎「エリエール 贅沢保湿」

2枚重ね／400枚（200組）／大王製紙

ローションティッシュの人気商品。柔らかな秘密は2種類の柔軟剤。保湿成分をたっぷり配合し、しっとりとした肌触りを実現。薄いの破れにくく、鼻の下が荒れなくなったという声も多い。価格は1箱150円程度。

◎「ネピア鼻セレブ」

3枚重ね／450枚（150組）／王子ネピア

ダブル保湿と天然由来スクワラン配合で、しっとりやわらか。頻繁に鼻をかんでも痛くならず、一度使ったら手放せないというファンも。パッケージのかわいらしさも人気。価格は1箱200円程度。



クリネックス至高シリーズ 極

50余年の間に進化したティッシュペーパー。クオリティの高さと種類の多さに注目が集まり、来日外国人がお土産に持ち帰ることも多いそうです。様々な種類の中から、用途に応じて使い分けるのもいいかもしれませんね。



Time Trip 第5回

1984年「ファイター」誕生

「ファイター」が誕生した1984年は、空前のヒットとなった
中型トラックT620型4トンを発売して20年にあたる、大きな節目の年でした。



中型トラック発売20周年を記念して制作されたリーフレット。歴代の中型車が紹介されている。

1984年、中型トラックとして初めてニックネームを冠して誕生した「ファイター」。後期型、フロントマスクに個性的な「ブラックマスク」を装着して人気を誇ったFKシリーズをフルモデルチェンジして発売されました。

キャブ内全体をソフトパッドトリムで覆った完全トリムの内装、多点吹き出し式の空調システムなど、室内環境の快適性が格段に向上。更に、多くの調整機能を備えたフルアジャストシート、上下・前後に調整できるテレスコピック・ティルトハンドル、クラス初のハロゲンヘッドランプ、エンジン自動予熱システムなど最新鋭の装備が採用されました。

エンジンはパワフルで低燃費な195馬力ターボエンジンを筆頭に、175・160馬力の3タイプ、車種構成も豊富で、新搭載されたエアロダイナミック・キャブは空力特性に優れた経済的な走りをバックアップ。テレビCMのキャッチコピーは「稼げるD195馬力、あなたの虎の子ぶそうファイター」。本物の小虎が登場し、話題になりました。

1984年(昭和59年)の出来事

- 日経平均株価が初めて一万円を突破、日本が世界一の長寿国(男性74・54歳、女性80・18歳となりました)。
- ロサンゼルスオリンピック開催
米カール・ルイスが4種目で金メダルを獲得。日本は金10・銀8・銅14のメダルを獲得、柔道無差別級で優勝した山下泰裕が国民栄誉賞を受賞しました。
- 初代マッキントッシュ発売
米アップルコンピュータが初代マッキントッシュを発表。1月のスーパードラマ放映に向けて、映画「エイリアン」で知られるリドリー・スコットが制作したテレビCMは、広告史上最大のヒット作品となりました。
- 新札3種同時発行
一万円札に福沢諭吉。五千円札に新渡戸稲造。千円札に夏目漱石。明治の文化人を肖像にした新札が発行されました。
- コアラブーム
オーストラリアから6頭のコアラが贈られ、日本に初上陸。列島はコアラブームに沸きました。ロッセ「コアラのマーチ」もこの年発売になりました。
- 「禁煙パイポ」が大流行
アルマンが発売した禁煙グッズ「禁煙パイポ」は、テレビCMがきっかけで、19億円もの売上を上げるヒット商品となりました。

From Editors

アンケートにご協力いただいた方に
FUSOオリジナルグッズをプレゼント!

今号の「FUSO magazine」はいかがでしたか?
今回は素敵なプレゼントをご用意いたしました。
ぜひ、ご応募ください。

■ プレゼント賞品

・スーパーグレートオリジナル
今治タオル&ステッカー … 10名



■ 応募方法 WEBから応募できるようになりました

プレゼントご希望の方は、下記の方法よりご応募ください。
アンケートに回答された方の中から、抽選でオリジナルグッズをプレゼントいたします。

◎PCから

FUSOオフィシャルサイト▶ニュース&メディア▶FUSO magazine▶
アンケートフォームよりご応募いただく際のキーワードは「ファイター」です。

※「FUSO magazine」のバックナンバーもこちらのURLからご覧いただけます。バックナンバーをご希望の方は、ご希望の号をお知らせ下さい。

◎FAX/ハガキから

ご希望商品と、〈1〉〜〈5〉を明記の上、下記までふるってご応募下さい。

〈1〉今月号で面白かった記事(次の中から選択し、番号をご記入下さい)

① Our Pride ② 特集1 新型ファイター誕生

③ 特集2 全国メガ盛り選手権

④ コミュニケーション別対処法 ⑤ Front's Eyes

⑥ 世界を駆けるFUSO ⑦ ティッシュペーパーのトリビア ⑧ Time Trip

〈2〉「FUSO magazine」で取り上げてほしいテーマ

〈3〉最近印象に残ったテレビCMは?

〈4〉三菱ふそうへのご意見・ご要望

〈5〉お客様情報(氏名、〒、住所※自宅か勤務先かを明記、TEL、メールアドレス)

ご職業(次の中から該当番号をご記入下さい)

① 会社役員 ② 管理職 ③ ドライバー ④ 運行管理 ⑤ 事務 ⑥ その他

■ 応募締切

締切は10月31日(火)。 当選者の発表は、賞品の発送をもってかえさせていただきます。
(発送は11月中旬を予定)

※ご記入いただきました内容は、「FUSO magazine」誌面充実のためにのみ、利用させていただき、ご本人の同意なく、個人情報等を第三者に開示することはいいたしません。個人情報に関するお取り扱いにつきましては、三菱ふそうトラック・バス

のホームページをご覧ください。
http://www.mitsubishi-fuso.com/jp/pi_protection/

■ 応募先

「FUSO magazine」編集部 Email:fuso.magazine@sohjusha.jp FAX:03-3555-1911

■ お問合せ先

TEL:03-3555-3114(「FUSO magazine」編集部)

次号は11月中旬発行の予定です。

◎スマートフォンから



手にした者にだけ、 輸送の新時代が訪れる。

日々稼働するたびに、ビジネスに貢献するコストパフォーマンス。
アクセルを踏むたびに、ドライバーに伝えるドライビングパフォーマンス。
そして、見る者全てを魅了するスタイリング。
ぜひその手で、新たな輸送の扉を開いてください。



SUPER GREAT

待望のトラクタ、ついに登場！
さらなる低燃費で、大量輸送を牽引



トラック・バスのお問い合わせは、三菱ふそう販売店へ



<http://supergreat.jp>



三菱ふそう / FUSO Japan
<https://www.facebook.com/FusoOfficial/>



三菱ふそう
公式チャンネル

<http://www.youtube.com/user/Fusoofficial>



三菱ふそうトラック・バス株式会社
www.mitsubishi-fuso.com