油外収益用品 TBASP 機器版

日刊油業報知新聞の購読の申し込みはフリーダイヤル０１２０・６６・９２０１でお願いします。

ブリヂストン「REGNO」の新商品

「GR－XI」と「GRVⅡ」をプレゼン

試乗体験会と安全啓発デモ実験公開

ブリヂストンは、三日午前一〇時から栃木県那須塩原市のブリヂストンプルービンググラウンドで、「タイヤが変わればクルマも変わる?」をテーマにREGNOの新商品「GR－XI」「GRVⅡ」の試乗体験会と安全啓発デモ実験を行った。これは、八日の「タイヤの日」に先駆けて行われたもの。

タイヤ業界では、四月八日を「タイヤの日」とし、より多くのドライバーにタイヤへの関心を高めてもらうため、タイヤの正しい使用方法を啓発し、交通安全対策などの推進活動を行っている。当日は技術プレゼンテーションとして、デザインや音に対するこだわりなど消費者にとって身近なタイヤの役割・価値をREGNO開発チーム「チームREGNO」が紹介した。

技術プレゼンテーションには、チームREGNOの司令塔であるタイヤ開発第2本部構造設計第1ユニットの杉本香居氏、溝のスペシャリスト・デザイン企画部長の氷室泰雄氏、音のスペシャリスト・タイヤ研究部音響研究ユニットの和氣充幸氏、プルービンググラウンドのテストドライバーでもある実車試験部実車試験第3ユニットリーダーの小澤通夫氏が出席。

チームREGNOの左から杉本氏、氷室氏、和氣氏、小澤氏

はじめに、杉本氏が二月から発売しているセダン・コンパクトカー向け「REGNO GR-XI」と四月から発売しているミニバン専用「REGNO GRVⅡ」について説明した。

商品コンセプトは、上質な静粛性能、優雅な乗り心地、冴えわたる運動性能。タイヤに求められる七つの性能（直進安定性能、ドライ性能、ウェット性能、低燃費性能、耐摩耗性能、静粛性能、快適性能）を高次元でバランスさせている。同社独自の最適タイヤ設計技術「アルティメット アイ」によりこれを可能にした。

従来のREGNOも静粛性能の高い商品であったが、今回の新商品においては東京大学と「心地よさに影響する周波数域」を共同研究し、「上質な静粛性能」を実現した。

また、チームREGNOについても紹介。「チームREGNO」とは、オールブリヂストンでのチーム開発体制で、研究、実験、製造技術、工場が一つのチームとなって今回の新商品を設計した。

タイヤデザインについては氷室氏が説明した。

REGNOデザインの三〇年の歴史は、安全性を基本に、美しいかたちと居住性向上の進化の歴史である。

八〇年代には、ブロックの位相ずらしや、リブブロックによる低ノイズ化で居住性に優れたパターンデザインを工夫。

九〇年には、高級セダンユーザーにふさわしいスピード感を控えた外観と静粛性を兼ね備えたクリスクロスサイプを発案した。

新商品については、一つの消音器で二本の溝の気柱管共鳴音を低減することができる「ダブルブランチ型消音器」を採用。美しさと静粛性向上を兼ね備えた、新世代のREGNOデザインとなった。また、「GR-XI」のサイドデザインは、光の反射が織りなすREGNO独自の模様リッヂにより高級感を演出している。

音響工学については和氣氏が説明した。

車室内音に影響するのは、振動が伝播する「間接音成分」と騒音が伝播する「直接音成分」の二成分がある。

間接音成分とは、サスの振動により低い音を発生するもの。サス・ホイールの動特性も考慮しタイヤ構造を進化させることによりタイヤ振動を制御、低い音を抑制する。

直接音成分とは、路面走行による騒音である。東京大学生産技術研究所音響工学研究室と共同研究を行い、心地よい音色を実現するため、多くの評価・解析を実施した。

荒れた路面では、路面凹凸によるベルトの振動で「ゴー」「ガー」音が発生する。それが中・低周波ロードノイズで、振動に合わせシートの剛性を最適化する「ノイズ吸収シートⅡ」により抑制することができる。

平坦な路面では、溝と路面間の共鳴音「ヒュー」「シャー」音が発生する。それが高周波パタンノイズで、ダブルブランチ型消音器により制御する。

これら特定周波数音の抑制で、新商品ではさらに上質な静粛性能が実現。快適性が向上した。

プルービンググラウンドのコースを使った試乗体験と安全啓発デモ実験では小澤氏が説明を行った。

▽試乗体験

新商品の「REGNO GR-XI」と「NEXTRY」の装着車を乗り比べ、高い静粛性能を体感。さらに、ミニバン専用の「REGNO GRVⅡ」装着車も試乗することができた。

▽安全啓発デモ実験

「GR-XI」装着車を使用しての実験。

①空気圧実験

坂道からニュートラルで走られたクルマで、空気圧が通常の場合と三〇%下がっている場合とを比較。空気圧が下がっている場合の方が、二割ほど手前で停車した。これにより、空気圧が下がると転がり抵抗が高くなってしまい、燃費も悪くなることを実証。

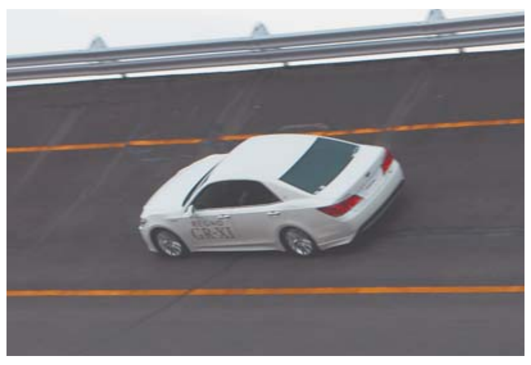
②ウェット実験

時速八〇キロメートルで走行のクルマがウェット路でフルブレーキ。通常のタイヤと人工的に溝を削ったタイヤを比較。通常のタイヤの方が、二割ほど前で停車した。これにより、溝がないタイヤだとウェットブレーキ性能が落ちることを実証。

◇　◇　◇

また、八日にはブリヂストンとしての「タイヤの日」の活動を行った。同社グループの九六人が販売店や取引ユーザーへ表敬訪問。その中のブリヂストンタイヤジャパン本社メンバーは代理店やカンパニーを表敬訪問し、安全点検や安全作業の重要性を啓発した。

「REGNO GR-XI」の試乗体験


バンク角最大50度の高速周回路を走る「GR-XI」装着のクラウン。テストドライバーの運転に同乗体験

安全啓発デモ実験の空気圧の実験。右の看板は空気圧が通常の場合の停止位置

空気圧が30%下げたことで、内圧警報装置が赤く光る

ウェット実験。緑のパイロンでフルブレーキ。前の看板は溝のないタイヤの停止位置

溝のないタイヤ（右）と通常の溝のタイヤ

JX日鉱日石トレーディング

ENEOS エアクリーンフィルター 全国セルアウトコンテスト実施中

昨年実績（8万9261個）超目標

JX日鉱日石トレーディング（東京都千代田区、小倉章敬社長）は、四月一日から「ENEOS エアクリーンフィルター」の全国セルアウトコンテストを実施している。期間は五月三一日までの二カ月間。このコンテストには、全国から四三〇〇SSが参加。販売計画としては、昨年のコンテストでの実績（八万九二六一個）以上を目標としている。

多くのクルマに装着されるようになったエアコンフィルターであるが、装着車両の約六割が未交換とのこと。交換しているクルマの約八割がカーディーラーで交換している。この数字から見て、SSはまだ伸ばせる余地があると考えられる。

取り組むポイントは二つ。

①特に認知度がまだ低く、車内のニオイや清潔に関心の高い女性へのアプローチ。

②装着品番の多い車種に絞った取組み。

同社は、販促キットとして、ポスター、のぼり、リーフレット、新旧比較POPを用意している。

コンテストの報奨内容は次の通り。

▽セルアウトボリューム賞

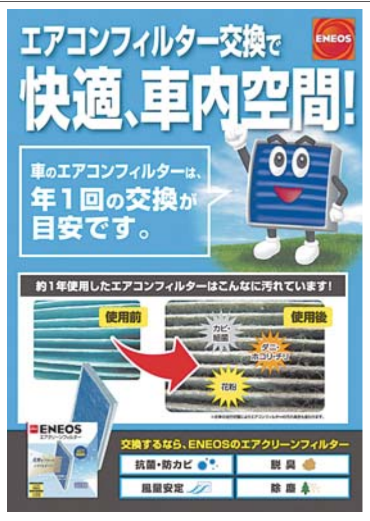
期間中のセルアウト数量上位二〇〇SSにビール券（三五〇ミリリットル×二缶）を進呈する。

一位：一〇〇枚、二～三位：九〇枚、四～一〇位：八〇枚、一一～二〇位：七〇枚、二一～三〇位：六〇枚、三一～四〇位：五〇枚、四一～五〇位：四〇枚、五一～一〇〇位：二〇枚、一〇一～二〇〇位：一〇枚。

同数量の場合はガソリン一キロリットルあたりのセルアウト数量が多いSSを上位とする。

▽特別賞

セルアウトコンテストの上位二SSを全国表彰式とハワイ報奨旅行に招待する。


ENEOS
エアコンフィルター交換で
快適、車内空間!
車のエアコンフィルターは、年1回の交換が目安です。
約1年使用したエアコンフィルターはこんなに汚れています!
使用前
使用後
カビ・細菌
ダニ・ホコリ・チリ
花粉
交換するなら、ENEOSのエアクリーンフィルター
抗菌・防カビ
脱臭
風量安定
除塵

CN
CN CARD
ClubNets
Team of professionals of sales promotion
かっぱぺ いわき
長崎さるく CNポイントカード
season seat
OFFICIAL FAN CLUB

石油事業者と協業強化、全国展開へ

ポイント事業大手 クラブネッツ

「ご当地ポイント」立ち上げ 地域活性化に取り組む

「CNポイント」のブランドで共通ポイント事業を手掛けるクラブネッツ（本社＝東京都渋谷区、冨安仁社長）は、各地で石油事業を展開する企業と提携し、地域毎の「ご当地ポイント」を立ち上げ、地域活性化の取組みを行っている。

例えば、長崎県では石油事業を中心に展開しているフジオカグループと提携し、長崎市が運営するイベント「長崎さるく」のマスコット「さるくちゃん」をモチーフにした「長崎さるくCNカード」を発行している。フジオカグループの運営するSS、車検センター、ゴルフ練習場を中心に、その近隣の飲食店や物販店、さらには、長崎県庁生協やコンビニなども加盟店化したことで、会員は長崎県下のあらゆるシーンでポイントが貯められる。

また、プロサッカーチーム『V・ファーレン長崎』のオフィシャルファンクラブカードとも連携し、ファンクラブ会員が地域加盟店でポイントを貯められる仕組みを構築したことにより、ファンクラブ会員の満足度向上にも寄与している。

ほかにも、沖縄県ではSSやホテル、ゴルフ場を運営している白石グループと提携し、白石グループが運営するゴルフ場を中心に、沖縄県内のさまざまなお店でポイントが貯められる仕組みを築いている。

これにより、ゴルフ場の会員が近隣店舗でポイントを貯められ、近隣店舗の会員がゴルフ場の利用でもポイントを貯められるなど、地域内での相互送客を見込んでいる。

そのほか、各地の企業との協業を進めているが、各企業とも地域住民や観光客にご当地ポイントカード（会員証）を発行し、自社店舗の来店促進や、周辺加盟店・地域イベントへの送客を図ることで「地域内の消費活性化」に貢献している。

クラブネッツは、上記エリアをはじめとした全国およそ七〇拠点で展開しており、各地域の市場規模や特性に応じて一地域あたり五〇～三〇〇店舗が加盟店となり、CN会員は約五〇〇万人となっている。

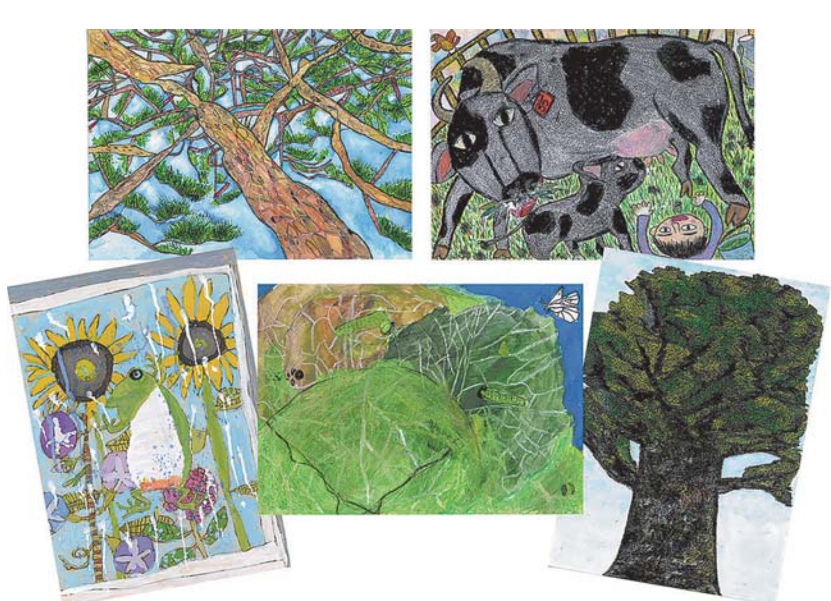
CN会員は、それぞれの地域の加盟店だけでなく、全国のクラブネッツ加盟店で「CNポイント」を貯めることができ、貯めたポイントは、Tポイント、nanacoポイント、楽天スーパーポイント、JALのマイル、など八つの大手ポイントと交換ができる。

クラブネッツは今後、北海道から沖縄まで全国各地の石油事業者との協業を推進していく予定。CNポイント事業についての問い合わせ先＝TEL〇六―六三九二―八五五一（ポイント事業本部、担当唐津）

大賞受賞５名を表彰

第12回ブリヂストンこどもエコ絵画コンクール

全国から3万8929点応募


ブリヂストン大賞の作品。右上から時計回りに「ウシの親子」「なにが見えるかな?」「なぜ虫は、かたちが変わるのか?」「雨にぬれてたのしそうにしているカエル」「見上げたら、松」

ブリヂストンは、ブリヂストンサイクルおよびブリヂストンスポーツとともに、三月三一日午後一時から東京都港区のブリヂストングローバル研修センターで「第一二回ブリヂストンこどもエコ絵画コンクール表彰式」を開催した。

審査員を務めた、同社の津谷正明CEO、漫画家のヒサ クニヒコ氏、絵本作家・画家のミロコマチコ氏、ブリヂストン美術館の貝塚健・学芸部長、日産自動車の川村修グローバルコミュニケーションCSR部課長が出席。

同コンクールは、未来を担う子どもたちに、絵を描くことを通して自然の大切さについて考えてもらいたいという想いで二〇〇三年から毎年開催、延べ二五万六九九一点の絵が寄せられている。

今回のテーマは「みつけよう　おもしろいしぜん」で、全国から三万八九二九点の応募があった。

表彰式では、審査風景の映像が流れたあと、津谷CEOが「当社は創業以来、社会への貢献をまじめに考えてきた会社である。環境問題についても同じで、このコンクールも環境活動の一環として行ってきている。今後も長く続けていきたい。私たちの環境活動のスローガンは、〝未来の子どもたちが安心して暮らしていける社会を残していく〟こと。われわれ地球に暮らす人たちは一つのチーム〝ワンチーム ワンプラネット〟であると考えている」とあいさつ。続いて、ブリヂストン大賞が発表され、受賞した五人に表彰盾とエコツアーが贈られた。

【受賞者と作品名】

▽八木喬基さん（九歳・大阪府大阪市）…「なぜ虫は、かたちが変わるのか?」／ハワイエコツアー

▽梁田菜摘さん（七歳・千葉県市川市）…「雨にぬれてたのしそうにしているカエル」／オーストラリアエコツアー

▽開澤快さん（九歳・静岡県裾野市）…「見上げたら、松」／北海道エコツアー

▽伊沢直留さん（一〇歳・徳島県徳島市）…「ウシの親子」／沖縄エコツアー

▽内田百奏さん（九歳・千葉県印西市）…「なにが見えるかな?」／屋久島エコツアー

他に、「ブリヂストンサイクル賞」、「ブリヂストンスポーツ賞」、「ブリヂストン賞」、「エコ絵画賞」、「ターナー色彩賞」、「団体上位賞」、「参加賞」、「実践アイディア賞」も発表された。

総評ではヒサ クニヒコ氏が「エコというと難しいが、桜がきれいとか自然を楽しもうということが原点だと思う。応募してくれた皆が自然について考えてくれた。応募作品の人数だけ自然がある」と述べた。

◇　◇　◇

表彰式終了後には、「ブリヂストン大賞」五点をはじめ、「ブリヂストンサイクル賞」一〇点、「ブリヂストンスポーツ賞」一〇点、「ブリヂストン賞」七六点の合計一〇一点がデザインされた電気自動車「日産リーフ」の除幕式が行われた。同車は現在、企業博物館「ブリヂストンTODAY」（東京都小平市）で展示されている。

表彰式の様子。後方中央が津谷ＣＥＯ。後方右から貝塚氏、ヒサ　クニヒコ氏、一人おいて、ミロコマチコ氏、川村氏。前方右から受賞者の伊沢さん、梁田さん、八木さん、開澤さん、内田さん

入賞作品101点がデザインされたエコカー「日産リーフ」の除幕式