

人づくりの基礎は5S

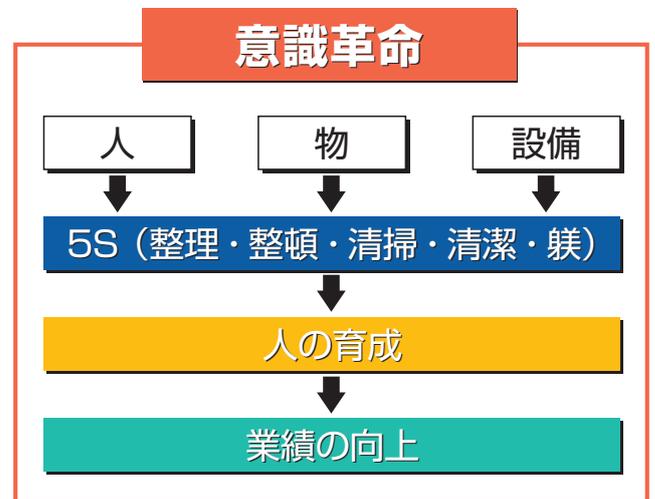
財団法人大阪科学技術センター
ATAC 会員 廣谷倫成

昨今国際経済戦争はますます激化し、製造業ではただ単にコストを下げて製品やサービスを提供するのではなく、品質、納期、技術力、顧客への協力度等の顧客満足の向上を強く求められるようになってきました。このことは、企業のあり方自体が大変革を成し遂げる必要性を示唆したもので、それに対処するためにATACでは、中堅・中小企業の方々への活動の一環として、整理・整頓・清掃・清潔・躰という「5S活動」のコンサルティングを行なっています。

ATACの5S活動に関するコンサルティングは、「5Sチームの結成」、「5S活動計画立案」、「5Sチームによるパトロール」、「問題点の抽出・原因の特定・原因除去の方策立案・実施・評価」という通常の手順を採用はしていますが、次に述べる3つの特色があります。

1. 5S活動の最終目標は業績の向上であるという方向性を明示する。
2. コンサルティングの進め方の基本を「人づくりの基礎は5Sである」ことに置いている。
3. クライアントのご要望や状況を踏まえて、準備段階や実践段階に合わせて、コンサルタントの知識・経験に基づいて問題点を抽出し、その対応策を提案・実施するという進め方とクライアント自身が問題点を見つけ、その発生原因を究明・特定し、対応策を立案・実施するというクライアントの自主性や主体性に重点を置いた取り組み方を併用しながら進める。

顧客への協力度等の顧客満足を達成するためには、仕事に従事する一人一人の行動が重要ですので「躰」に重点を置くこととなります。5S活動の最終の到達点は「業績の向上」にあることを明確にし、そのためには5Sを基礎とした「人づくり」が不可欠となります。ATACでは、社長或いは経



営陣と面談して、この方向性について十分な話し合いを行なったのちにコンサルティングを開始します。

クライアントにとって、5S活動開始を決断した背景には、顧客から指摘された、親会社から要請された、ISO規格の認証取得準備に必要ななど、そのきっかけは様々ですが、5S活動開始に当たって、社長や経営陣がこの方向性を十分に理解して、従業員を全面的に支援することがきわめて重要であると考えています。そのためには、社長、経営陣、関係者に対して、自らの意識革命を訴えることもしばしばあり、そのことが究極的には5S活動⇒人の育成⇒業績の向上という成果を生み出すことになると考えています。

「人の育成」、「業績の向上」という目標に向かって、コンサルティングの原点である現場・現実・現物という三現主義を貫き、今後とも研鑽を積み、微力ながらも中堅・中小企業の方々のお役に立ちたいものと意気に燃えています。

災害下で中小企業が生き残るためには どうすればよいか

第11回社長懇話会 - 事業継続計画 (BCP) に関する講演会 - 報告

今回の社長懇話会は災害時の事業継続に関する講演会であったが、三十数名の企業関係者の出席を得て盛会であった。講演は、遠藤勝裕氏（日本証券代行(株)取締役相談役、阪神・淡路大震災当時日本銀行神戸支店長）および丸谷浩明氏（京都大学経済研究所教授）の講演と、中尾敏彦氏（(株)向井珍味堂代表取締役社長）の事例発表の3件であったが、要点を紹介する。

◆遠藤勝彦氏

「阪神・淡路大震災当時の私の行動」

平成8年1月17日未明、激震で官舎のベッドから放り出された。日銀神戸支店へ駆けつけ、直ちに「災害対策本部」を設置し、まず金庫の安全確認に取りかかった。停電で自動扉が開かず、手動で勝手口を開けて建物に飛び込もうとしたり、ナンバーワンが最初に入るのはいけないと引き止められた。やっと金庫にたどり着くと、札束の箱は荷崩れしていたが、幸い県民1か月分の資金1.5兆円は無事であった。



日銀支店の組織使命は、①通貨の円滑な供給と、②金融システムの安全である。当日定時の9時に営業を開始することを決断し、官庁給与の一部3千万円を支払ったが、民間は仮死状態で、やっと翌日から大量の現金供給が始まった。

17日12時に「非常事態宣言」を行い、傘下の銀行・金庫窓口で通帳・印鑑がなくても本人確認が出来れば支払うことにした。各銀行・金庫の被害は甚大で、本支店のうち助かった店舗で業務を再開したが、傘下1200店舗のうち18日になってもやっと650店舗しか開けなかった。また、18の銀行・金庫には助かった店舗がなかったので、18日午後に日銀支店内に14行庫、さくら銀行内に4行庫の店舗を開いた。これは原爆被災時の日銀広島支店以来のことであった。

焼けた紙幣は2/3以上あれば全額、2/5以上なら半額で取り替えたが、2114件、15万枚、7億円に達した。

振り返って、すぐに銀行内部に入れなかったことなど反省点は多い。教訓を挙げると、

① マニュアルと訓練は重要。日銀のマニュアルは膨大で、要旨のみをいつも携行していたが、書かれていない、トップが自分で決断すべきことを知るのに役立った。

② トップとして、まず自分の命を守ること、次に社員・家族を守る、その上で企業を守る。

◆丸谷浩明氏

「災害下で中小企業が生き残るために」

新潟中越沖地震で5ヶ月休業した企業は顧客を失った。ユーザーの応援を得て2週間で復旧した企業は生き残るといふ明暗を生んだことは記憶に新しい。



耐震補強をした工場でも、復旧は早くて2週間、遅

ければ2ヶ月くらいかかる。一度顧客が他社へ移ると戻ってきてくれないと覚悟すべきである。

事業継続で重要なことは、①指揮命令系統の明確化、②本社等重要拠点の機能の確保、③対外的な情報発信及び情報の共有、④情報システムのバックアップ、および⑤製品・サービスの供給である。たとえ⑤が一時停止しても、①～④が機能しており、停止期間が許容範囲内であれば災害を切り抜けられるであろう。

取引先との連絡、特に重要業務を停める・停めないの連絡は大事である。

重要業務の停止に関しては工場・設備のダブル化を是非考えて欲しい。ダブル化しても地震・津波などで同時に被災する場所は避けるべきである。また、別のダブル化の方法として離れた場所にある他社と組んで被災時に備えるのもよい。

重要業務停止の順序付けは日ごろから行っておく。これはBCPのみでなく経営改善にもつながる。

BCP策定の目標を今後10年間で大企業ではほぼ全て、中小企業で過半数を目指している。しかし現状は大企業の策定は8%、中小企業にいたってはまだ10数社に過ぎない。地域別に見ると大阪は東京の1/10と低い。ATACのようなBCP策定支援組織の活躍に期待したい。

◆中尾敏彦氏「事例発表」

当社は45年来大阪市平野区で香辛料等の製造販売を行っている。赤(唐辛子)、青(のり)、黄(黄な粉)三色の小さなマーケットであるが、黄な粉で年千トンと関西の2/3を占めている。



この数年の間に近所でボヤが3回もあり、怖い思いをしたが幸い延焼は免れた。阪神・淡路大震災では被害は軽かった。

20数年前にHACCEPに取り組んでからコツコツとやってきた。BCPでは初心者であるが、できることから一歩ずつやっていこうと思っている。

続いてBCP担当の寺西正幸氏から取組み状況の補足説明があった。

BCPとして火災を取り上げ、工場の隅々からの避難訓練と類焼に関する外部情報のキャッチを重点に、ATACの専門家と月1回の会合を重ねてマニュアル構築に取り組んでいる。社員のBCPに対する意識も協力的になりつつある。

◆講演会終了後の懇親会で講師と参加者との交流

これまでBCPについてほとんど知識がなかった参加者にも、2件の講演と事例発表でBCPの中味と重要性を認識していただけたのではないかと自負している。

(池田・加瀬記)

読者の皆様との交流頁

この頁を読者の皆様と ATAC との相互交流に使っています。

企業

PR
コラム

あなたの大切な物を 大地震から守ります

株式会社 免震工房
代表取締役社長 古田健治

(株)免震工房はオーダーメイドの免震、制震装置を作る会社です。

昨年12月に(株)飯島建築事務所の出資協力を得て、構造事務所の専門性の高い技術力やノウハウをものづくりに生かす目的で設立致しました。

今回、三次元免震台を紹介させていただきます。

当社が開発した三次元免震台は主に軽量(30kg以下)を対象に開発したもので、そのきっかけは新潟中越地震で長岡市十日町の博物館で免震台上の火災縄文土器が直下型の地震で転倒崩壊したことを知ったことです。免震台上のものを、もっと安全に守るためには直下型の地震にも対応できる免震台が必要と感じ、開発に着手致しました。たまたま当時三次元の制振装置を開発・商品化出来ていましたので、その専門技術やノウハウを応用し



た結果、性能の良い三次元対応型免震台を開発・商品化する事が出来ました。「大阪ビジネス EXPO2008」の展示会でも好評でした。

これを機会に多くの皆様に知って頂けたらと願っています。当社へお越し頂ければデモ機での実演もご覧頂けます。「百聞は一見にしかず」です。お待ちしております。



▲小型三次元免震台(美術品搭載用)

▲大阪ビジネス EXPO2008

株式会社免震工房

住所：〒590-0117 堺市南区高倉台4丁31-57
TEL：072-291-2824 FAX：072-291-7664

ATAC
ひと言

ATACの社員教育・研修コース 一味違う「フレッシュマン・パワーアップ研修」スタート

ATACでは、中堅・中小企業の経営や技術そしてモノづくりなど支援活動を行っています。支援先の多くの企業では、「人材の確保」や「社員教育の必要性」などを重要課題にあげておられます。そのため、本年よりクライアント様の要望を受けて、4月に3日間コースの「フレッシュマン・パワーアップ研修」を開講しました。

本年は、第1回目ということで、PR不足もあり受講者は少なかったが、受講者からは「社会人一年生の私にとって大変勉強になり、貴重な経験になりました。研修の結果は、行動で示すよう頑張っていこうと思います。また悩むことがあれば、ご指導のほどよろしくお願いたします」などの感想が寄せられています。

ATACは、ご存知のように、大手企業で生産活動に従事したり、社員教育や指導を行ってきた経験者ばかりです。このようなメンバーが講師を務めますので、他の研修機関が主催する内容とは一味違ったものです。

企業内で、すぐ役に立つ内容を重点的に指導し、即戦力化をねらっています。

今回の研修の内容の一部をご紹介します。例えば社

会人・ビジネスマンとしての心構えやエチケット・マナーの基本、コミュニケーションとチームワークの大切さを習得。また実践に役立つ効率のよい仕事の進め方、PDCAのサイクルを回すこと、報・連・相の大切さ、生産活動から販売の役割と仕組み、お客様満足度の向上、5Sとは何か、原価の考え方、生産効率化、QCDなど。最終日には、各自が「明日から実行すること」をみんなの前で決意表明して、実行を誓い合いました。

他社の社員との交流を通じて相互の親睦と啓発をはかるために、講師も交えての懇親会を設けています。楽しい一時で、大変盛り上がりました。

10月頃には、実施状況を確認し、さらなる飛躍をめざした「フォローアップ研修」を開催する予定です。

今後、各階層別の教育研修「管理・監督者コース」「中堅社員コース」のほか、「個別テーマの職能別研修」も逐次計画してまいります。なお各企業に出かけて行って実施する出前研修も行っていますのでお問い合わせください。

(多根井記)

ATAC事務局 ATACニュースに関するご意見、今後のご要望をどしどしATAC事務局までご連絡ください。

〒550-0004 大阪市西区靱本町1-8-4 大阪科学技術センター 技術・情報振興部
TEL06-6443-5323 FAX06-6443-5319 e-mail: atac@ostec.or.jp

詳しい事業内容、最新情報はコチラからご覧下さい▶▶▶ URL <http://www.atac.ne.jp>

ATACの内容

本会は長年の経験により独自の技術とノウハウを有する技術者・管理者を結集し、お互いの知恵を出しあい、学習しあい、ネットワークを活用するとともに、中堅・中小企業が抱える国際化、技術開発、人材育成等の諸問題の解決を支援することにより中堅・中小企業の発展に資することを目的とする。
～ATAC規約第2条より～

1. コンサルティング

中堅・中小企業の抱えるさまざまなテーマについて600件のコンサルティング業務に携わってきました。

2. セミナー開催・講師派遣

従業員教育、経営管理、ISO関連、品質管理などのセミナーを企画・実施し好評を博しています。また、講演会・研修会などへの講師派遣も行っています。

3. 書籍刊行

- ・ ATACの経営便利帳
- ・ 現場の課題解決はこうする(中堅・中小企業の業務改善事例)
- ・ 中堅・中小企業へのATAC提言集
 - ①新商品開発のヒント ②ISO9000 認証取得の手引き
 - ③ISO14001 認証取得の手引き ④中小企業のためのIT
 - ⑤材料選択の手引き ⑥設計を考える
- ・ 目からウロコのアドバイス ～中小企業経営者への提言～

4. NASCA(産学連携のお手伝い)

企業の技術ニーズをお預かりして、最適な技術シーズを持つ大学や研究機関などを探し、ご紹介する業務です。

5. 公的支援情報送信サービス

ご希望の企業に、国や府県等による研究開発補助金等の公的支援募集情報をタイムリーに分かりやすくe-mailやFAXで無料配信する業務です。

新たに公的支援情報送信サービスをご希望の企業の方は下記の申込書にご記入の上、**FAX (06-6443-5319)** でお申し込みください。

| | |
|--|-----|
| 企業名 | 担当者 |
| 所在地 | |
| TEL | FAX |
| E-mail | |
| <input type="checkbox"/> FAX <input type="checkbox"/> E-mail に送信希望いたします。 | |



「会社の品格」

小笹 芳央著 幻冬舎新書 お3-1 (2007.9.30) 定価(720円+税)

本の帯には「社員を大切にしない会社は必ず滅ぶ」とあります。経済合理性で動く会社は、放っておけばお金儲けや自己保身ばかりを考えて病んでいく。そして、社会の感覚から逸脱したときに不祥事を起こしてしまい、会社は「品格」を問われます。

筆者はまず会社とは「人間が自分たちの夢や希望を実現するために、その手段として作った人工物である」と定義付けを行います。つまり欲望を持った人間が集合して作り出した“概念”であり、その特性を、①お金の事しか考えず、経済合理性を主軸とした行動原理を持つことを最大の特徴とし、それ故に②周囲との摩擦を起こしやすい「問題児」であるとしています。その上で最近取り上げられているコンプライアンスやコーポレートガバナンス、内部統制、企業の社会的責任などを、もともと不祥事を起こしやすい企業を統制して監視しようとする必要な動きと考えます。

会社の品格を保つ上で、経営者や上司の役割がすごく大きいものと思われがちであるが、筆者は、むしろ社員にその役割を期待しています。その理由として、①社員は株主と違い、出資はしていないが、自分の人生をかけた「最大の時間投資家」であり、②会社の内側、最大の当事者であり、③利の源泉である顧客と直接の接点を持っており、④経済合理軸だけではないモチベーションを持ち行動している。さらに、⑤情報化社会によって、外部と自社の対比ができ、会社が品格を持つ上での主役たり得るとしています。

会社のことを一番よく知っている社員が、自らの目線で企業体質を見抜き、会社の品格を支えているのです。今や、『社員と会社の関係が「相互拘束」から「相互選択」へと変わってきた』。

これからは「辞めにくい会社(辞めてほしい人には辞めてもらう)」を創るよりも、「辞めやすい会社(辞めてほしくない人を惹き付ける)」を創ることが重要です。

本の結びでは会社の品格を高めるためのヒントが挙げられています。

読み進むうちに「そうだ! その通り」と同感を覚える箇所が幾度となく現れ、スムーズに読みおえる事が出来ました。

(田村記)

