

発行

株式会社 エスクリエイト

名古屋市中区錦一丁目4番16号 日銀前KDビル4階

TEL: 052-222-3600 FAX: 052-222-3699

URL: <http://screate-soft.co.jp/>

担当: コンサルタント 石垣 智博

tomohiro.ishigaki@screate-soft.co.jp

花粉症で悩む方が多い季節ですね。筆者は「スギ花粉」による花粉症でした。

「でした」と言うのは、今年は症状がひどかったので、「いったい何の花粉が原因なのだろう?」と思い、病院でアレルギーを特定する血液検査をしました。アレルギーを検査することで、何時どの様な対応をすれば良いのか分りやすくなるということをお医者様が仰っていました。

案の定「スギ花粉」がアレルギーとなっていました。驚いたことに今までアレルギーと思いこんでいた「ヒノキ」「ブタクサ」はアレルギーではありませんでした。

潜在化しているものが「見える化」され、何が原因か分っただけでも気持ちが楽になりました。

さて、むりやりこじつけた感がありますが、今月は「見える化」にまつわる記事にしたいと思います。

TOYOTA の工場を見学してきました

先日、休みを利用してトヨタ自動車株式会社(以降、トヨタ)の工場見学をしてきました。一般に公開されている工場見学です。

詳細は「トヨタ会館」のHPを参照ください。工場見学の予約もこのHPからできます。

http://www.toyota.co.jp/jp/about_toyota/facility/toyota_kaikan/index.html

◆トヨタ生産方式って?

トヨタの生産と言えば、付加価値を高めないものをムダとし、徹底したムダを排除することが有名ですね。(作り過ぎのムダ、在庫のムダ、不良をつくるムダなど7つのムダの排除)

そして、「ジャストインタイム」と自動化ではなく「自働化」というトヨタ生産方式の2本柱があります。

ジャストインタイムとは、「必要な物を、必要な時に、必要な量だけ」生産するというもので、「カンバン」というラベルを利用していることで有名です。

自働化とは、異常や不具合が発生したら直ちに生産ラインを停止させ、問題を解決して不良品を後工程に引き継がせないというものです。生産ラインを停止したことが分るツールとして「アンドン」があります。

◆高岡工場にて

トヨタの高岡工場の組み立てラインを見学してきました。高岡工場では、カローラやオーリスが生産されています。

自動車は「プレス」→「溶接」→「塗装」→「組立・検査」という工程で生産されます。その最後の工程を見学してきたこととなります。(ホントは全て見たかったのですが、そんなことできるわけありませんね。)

工場見学はとっても面白かったです。

まず、工場に入って気になる「プッ、プッ」という音。それは、部品を運ぶトレーラー風の荷車があるのですが、それを運転している方がクラクションを鳴らしている音でした。どうも、発車する際や工場内の交差点で注意喚起のため鳴らしているようです。

また、部品をピックアップする仕組みが面白かったです。整然と並んでいる部品箱からどの部品をピックアップすればいいのかが一目瞭然となるように、部品箱に備え付けられたランプが光り、どの部品をピックアップすれば良いのか誰でも分かるようになっていました。

そして、見学には女性のガイドさんが同行しているのですが、工員がカイゼンした事例を色々と説明くださいました。一緒の見学グループだった方が、ガイドさんもカイゼン提案したことがあるのですかと質問していました。ガイドさん

は「はい、工場見学のバス待合に関して提案し、カイゼンされました」と返答していました。

あと、工員の服装は自由だったなあと、ちょっとした驚きがありました。外見ではなく中身で勝負ですね。

◆工場見学の感想

「なにからなにまで、目に見えるようになっていいる」と感じました。アンドン、床の白色・オレンジ色などライン、部品箱のランプ、工員休憩スペースにあるカイゼンに関するはり紙、安全パトロールのベスト、喫煙場所、工場見学の集合場所……。また、表記も短い言葉で分かり易くされています。まさに「なんでも見える化」です。（前述の「プッ、プッ」という音は「聞こえる化」かな？）

そして、カイゼン活動。特にガイドさんが実施したカイゼン活動で気付きました。

ガイドさんは入社1年目とのことでした。1年目の社員がカイゼン提案するという行為も、素晴らしいです。そして、それを無視せず受け入れる上長が存在し、さらにそれを実施する実行力を組織が持っています。組織風土がそのようなになっていないと、乱暴な言い方ですが「小娘に言われたくない」と受け入れられなかったり、現場で対応できる力がないとカイゼンが上手く実行されない状態になるのでは？と思いました。

トヨタの強さを肌で感じた1日でした。

「本は考える為のサプリメント」(その24)

今月紹介する本を工場見学の後で再度読み直すとより腑に落ちることもありました。この書籍もトヨタを参考にしている部分が有り、工場見学とセットにすると良い勉強になります。



「見える化 強い企業をつくる『見える』仕組み」

(遠藤 功 著)

◇「視覚」というのは、行動を起こすトリガー（引き金）となる最も重要な入口である。

◇異常や問題があればその場でラインストップするという「止める経営」こそが、トヨタの経営の真髄である。

◇「見る」ではなく「見える」、多くの場合、ITに過度に依存した仕組みになっていて、自然と目に飛び込んでくる「見える化」ではなく、人間の意思を前提にした「見る化」で終わってしまっている。

◇「見える化」とは「見せる化」であり、「見せよう」という意思と知恵がなければ、「見える化」は実現できない。真の「見える化」を実現するには、「見せる化」を推進することであり、そのためには、「見せよう」とする「人づくり」こそが鍵なのである。

◇「四つの落とし穴」

①IT 偏重 ②数値偏重 ③生産偏重 ④仕組み偏重

◇「見える化」の基本的な目的は明確である。それは「問題解決」だ。

本書を読んで、工場見学で感じたトヨタの強さの理由が理解できました。組織全体として「見える化」が実践されており、それができる組織風土が醸成されています。「人づくり」がしっかりされているからではないでしょうか？

一朝一夕では組織風土は醸成できません。しかし、見せたくない物を見せるようにしていただくだけでも何かが変わるかもしれませんね。「見える化」が全ての問題を解決できるわけではないですが、何が問題なのか？が見えないと解決できません。

本書は「見える化」の概要と事例が記されています。どの様にすれば問題解決するのかを考えるための材料になると思います。また、その際に本書事例と比較して、より良いカイゼンを行う素材として本書を活用できるのではないのでしょうか。

編集後記

工場見学では、外国の方も工場見学をしていました。私たちと同じような興味があるのでしょうか？はたまた、敵情視察(笑)？

そして、日ごろ使用していたり、口にしていたりする物の製造過程を見学するのはとても有意義ですね。

さて、新年度です。気分一新して頑張っていこうと思います。今年度もよろしくお願いいたします。(石)

