

## 株式会社 東京千曲化成

Webでの打合せ・新商品販売へのリンクツール公開。  
無人機の段取り作業の効率化。

効率的な案件の精査と移動時間の削減。  
苦手としていた多種少量生産に対応。

### 1 従来の課題

Task

当社は高精度プラスチック成型分野で、多くの取引先に幅広い精密部品を提供しております。新規顧客の開拓は常に行っていますが、実際の営業につながる設計相談や材料選定などへの対応も多くあり、そこに関連する時間外労働が発生しており、案件の取捨選択が課題でした。さらに、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて直接面談ができなくなったことが影響し、受注量が減少しており、営業頻度を上げるため、直接の対面営業に代わる遠隔営業ができるシステムの整備が課題となっています。また大量生産は得意分野ですが、発注の流れが多種少量生産に進んでいく中で、ロットが少ない、強いて言えば1個でも対応できるようにする少量生産に向けた、工程改善、材料管理など新しい仕組み作りが必要とされていました。

### 2 取組概要

Approach

そこで、営業につながる顧客情報を収集するためのツールとして、単なる情報収集ではなく、オンライン会議を取り入れた遠隔営業活動により情報の精査や受注獲得を評価できる仕組みの構築を目指しました。

自社サイトを含むインターネットによる問い合わせが営業に



Webの問い合わせフォームにオンライン会議へのリンクを併設

有用となるケースが少ないため、当社の得意とする具体的な業務内容や設備情報を明確にするとともに、問い合わせフォーム段階での自動精査ができるようなWebサイトの改良を行い、さらにコロナ禍に対応した営業方法として、オンライン会議へのリンクツールも設けました。

一方で、多種少量生産にシフトしていくための問題点を抽出したところ、段取り作業の効率化が課題として挙げられました。そのため現場作業員の力量による作業時間のばらつきを平準化するため、国家資格である技能士の資格取得を推奨し力量向上による段取り作業の効率化と、それによる一人当たりの労働時間の短縮を実現させました。



技能士等の公的資格取得者の掲示

### 3 実施効果

Effect

集客・販売ツールの導入により、効率的な案件の精査、またオンライン会議が増えたことで営業社員の訪問往復時間が削減

### COMPANY PROFILE

- 業種 製造業
- 事業内容 OA機器用部品 / 医療機器部品 / その他受注により生産各種電子部品 / 食品・薬用容器
- 設立 1970年5月
- 代表者 代表取締役 坂本 猛
- 所在地 川崎市中原区宮内1丁目19番29号
- 従業員数 17名 (国家公認一級成形技能士4名、国家公認二級成形技能士4名)

<https://www.tokyochikuma.co.jp/>



でき、交通費の削減にもつながっています。Webサイトに掲載した当社の設備を適切に把握してもらうことで、そこからリンクした問合せに関しては信頼性の高い案件情報につながり、目標の案件獲得数を達成することができました。また生産計画システムによる在庫量の繊細な把握により入手困難な材料の小ロット受注にも対応でき、顧客からの信頼につながっています。段取り回数は従来の2倍以上となっていますが、段取り完了後の生産が早くなったことから、無人稼働への調整時間が充分に残り、無人異常停止数が減少、稼働率には支障がない状態を保っています。

#### Web打ち合わせの導入による効果

営業社員の移動時間の削減時間数  
6時間×2名×12ヶ月 = **144時間**

#### 段取り時間削減による効果

営業社員の移動時間の削減時間数  
週あたり残業時間 **9時間 → 2時間**

#### 成功要因

製造部員が段取りを早く完了させ、全作業完了時に定時終業が実現でき、また残業時間が短縮しても職務手当の支給によりモチベーションが向上し、計画的な合理的作業による稼働率向上が実現した点。

#### 社員の声

段取りの効率化や稼働率向上に向けた教育を通じて、自分の実力の確認と指導力の向上につながるとともに、信頼関係も深まりました。

#### 今後の展開

今後は、価値のある営業活動を重視し、売り上げの向上につなげるよう、最適な運用を引き続き模索して参ります。取組前の段取り作業時間は平均3時間を要していましたが、現在2時間以内(67%)は達成できており、少量生産に対する効率化につながっているため、この流れをさらに推し進めて参ります。今後は、生産性向上の可視化を図り、新入社員が自分の工数削減によって会社の成長にどのくらい貢献しているかの「見える化」を通じたモチベーションの向上につとめます。

また、自社製品である「プリーツマスク用インナー Spacer」は、マスクに装着して口元に空間をつくることで呼吸、会話を楽にする新商品で、従来は店頭卸だけに留まっていましたがECサイトを介したネット販売による販路を拡大して参ります。

今回オンラインミーティングを取り入れたことで、国内だけではなく海外顧客も含めたコミュニケーションが深まったという効果もありました。顧客のオンライン会議に参加することにより、材料調達などについての問題点を共有することで、入手困難な材料の小ロット受注に対応することができると、顧客からの大きな信頼につながっています。また、製造部新社員と指導者(技能士資格取得者)の信頼関係が深まり、力量も向上しています。それが残業時間なしで給与アップという形で還元され、モチベーションもアップしました。若手社員の教育と若手社員を教育できる社員の育成にも注力しながら、今回の取組から得たノウハウ・知見を活かし、働き方改革・生産性向上の推進に向け、引き続き取り組んで参ります。



代表取締役 坂本 猛