

# 本書のねらい

## 第3集のテーマは「日本のモノづくりの強みである“当たり前”を

『日本の現場で発揮できる「上手いモノづくり」を、海外でも実現したい』

製造現場の“つくりの上手さ”よりも…

- 欧米や中国・東南アジアの生産拠点において、近年よく耳にする“嘆き”＝エンジニアリングと生産現場との乖離が進んでいる。つまり…
- 赴任技術者・出張技術者と現地従業員との距離感が縮まらない、手離れしない
- 現地の教育ツールは日本のものを直訳したレベルで、「分からせ方」が分からない
- 文化の違いから、日本で当たり前のことが通用しない
- 現場に基準類があっても守られない、利用されていないなど

海外で、日本での「現場の強み」が発揮できたら…

日本では当たり前すぎることで、認識されず見逃されているためでは？

厳しい競争環境で勝ち抜くために、従来からの「自社の常識」に安住せず…

『強みを生み出す“当たり前（組織風土・文化）”を築きたい』

計画準備に工数をかけ、関係者を巻き込み、動機付けしながら展開する全社革新活動  
 ＝一定の成果が出た“後”が伸び悩み、停滞する

これを打破するために…

全社革新活動を通じて、注目が集まる成果の陰に、とかく隠れてしまいがちな、自然と身につけているはずの“よき当たり前”を再確認。

## 現場で確かめ、伝える

商品力ある“開発技術”を強みに…

- 製品の特性（ライフサイクル等）から、つくりの上手さは差別化要因にならない＝グローバル規模でも輝きを失わない商品開発力が勝負の決め手となる。
  - しかし…
  - 顧客の求めるものに、世界的レベルでライバルに先んじて応えられない
  - 満を持して世に送り出した開発品の良さを、市場は理解してくれない
  - アイデアは開発者の個人的力量に“お任せ”
  - ルーチンの業務に奔走していて、新しいことを考えるヒマがないなど
- かつて世界中があこがれた「Made In Japan」で、再びモノづくりをリードできたら…

『日本メーカーとしての存在意義を、開発力で示したい』

世界をリードする新技術を「生み出す要素」だけでなく「生み出させる要素」の重要性を再認識するべきでは？

身に付いた「当たり前」を強みと認識して、さらなる活動のステップアップの武器にできたら…

全社革新活動を通じて、注目が集まる成果の陰に、とかく隠れてしまいがちな、自然と身につけているはずの“よき当たり前”を再確認すべきでは？

第3集は、「当たり前」をどう認識し、次の一手のための強みにしていくべきか、問題を提起する3つの事例を掲載

これらのケースについての解決策のヒントを求めて、JMS推進機構企画委員会では『現場実践研究会』を立ち上げ、企業の現場へ現場観察、関係者との直接対話から、強さの秘密を研究

「当たり前」とは何かをテーマにした前2集



『コミュニケーション』を取り上げた第1集



『組織で業績を達成するためのマネジャーの行動』を題材にした第2集



- ①日本で「当たり前」にできている、よい“現場マネジメント”を、海外でも確実に実行するために  
 →日本車輛製造(株)豊川製作所での現場実践研究会『日本の現場の良さをアメリカの生産現場で再現し確かな車両づくりを実現する』
- ②日本メーカーとして“自分たちだからこそ生み出せる技術”を開発し、世界のモノづくりをリードし続けるために  
 →ヤマハ発動機(株)AM事業部AM第2技術部での現場実践研究会『顧客が真に求める価値をゼロから生み出し、感動を創造する』
- ③あるべき姿に向けて、全社が一丸となり突き進む革新活動の重要性を訴えるために  
 →高周波熱錬(株)IH事業本部電機部での現場実践研究『部門間の連携により、従来の延長線上にない付加価値を実現し、活動が風土となる』

海外拠点に、  
次世代人材に、  
全部門に  
伝えたい。



強みの源泉となる“当たり前”を海外へ、次世代へ

日本車輛製造(株)

日本車輛製造(株)  
豊川製作所  
平成22年10月21日



参加メンバー

\* 秀雄 委員(イビデン(株)生産推進本部ものづくり教育G GM)  
沢井 誠二 委員(ヤマハ発動機(株)AM事業部長)  
アドバイザー 中部産業連盟 太田昭男(JMS推進センター客員研究員)

(肩書は訪問時)



大きなライン構成ながら、  
3定システム(いつ・どこで・何を)に  
基づき整然と  
組み立てられていく

第1部 強みの源泉となる“当たり前”を海外へ、次世代へ ■日本車輛製造