

『ことづくり』で プラスアルファの価値と感動を



14年度から「ことづくり」の実践に動きだした文化シャッター。ことづくりを推進するためには、基盤となる開発も従来の枠組みにとられない体制が要求される。ことづくりの戦略について新事業や商品開発を統括する嶋村悦典取締役に聞いた。

「なぜ今、ことづくりなのでしょうか。」
「他社と競争が激しくなる中、コスト競争力にとどまらない価値が今後の差別化のカギになっている。当社グループの強みはものづくりに加え、販売や施工、メンテナンスまでトータルで顧客に商品・サービスを貫いて提供できる責任体制にある。これらまさに『ことづくり』と共通する。ユーザー視点の取り組みを『ことづくり』にまとめ、これまで以上に実践していく」

「ことづくりに向けた商品開発の体制も変化が求められます。」
「実は、部署横断で商品や新事業のアイデアを生み出すカンパニープロジェクトを数年前から始めている。生活者の視点を取り入れ、どのような付加価値のある商品・サービスが提供できるのかを関係者が出身部署の利害を超えて議論している。今、力を入れている止水事業もこのプロジェクトで生まれた」

「新しく女性の視点を活用した取り組みも始めています。」
「男性だけの視点ではどうしても硬直化する。そこで女性だけのプロジェクトチームも立ち上げた。その名も『なでしこBX』。グループ会社を含め、開発やスタッフ、品質保証など部署横断の9人の精鋭が集まり、ことづくりにつながる新事業に向けて、議論を重ねている」

「グループ力を活用した取り組みも力ギとなります。」
「当社の強みは開発や営業、製造、工事などの総合力にある。すでに営業マンが商品づくりを後押しする取り組みを実践している。実際に現場に近い営業マンの方が、開発の人間より顧客のニーズを肌で感じている。そこで現場からのアイデアを開発に伝え、商品開発にフィードバックしている。毎年何千件もの案が開発に寄せられおり、これから自動車のエンジンを入



会議に臨む「なでしこBX」

一問一答インタビュー

嶋村 悦典 取締役(新事業・新商品担当)

文化シャッターはこの生活者視点の取り組みを改めて「ことづくり」というビジョンにまとめ、14年度から経営に反映させている。同社が扱うシャッターやドアなどは労働者、生活者の目に直接触れやすい最終製品。それだけにものづくりをことづくりに進化させることは顧客満足度を高め、付加価値を生み、そして企業の持続的成長にもつながる。

「ことづくり」を具現化する取り組みとして今、同社がグループを挙げて力を入れているのが「防災」と「エコ」。



掛川工場(静岡県掛川市)メガソーラー

「プロジェクトでは皆が100%納得するものは採用しない。そういったものはすでに他でも考えられている。逆、事業化されているからだ。逆に30%程度の賛成の案件をどんどん進めていく。これと参加者には話している。違った意見があった方が、事業として、止水事業も当初は反対意見がたくさんあった。だが指摘された課題をその都度解決していくことで、より洗練された事業に出来上がった。新しい提案がより出てくることを期待している」

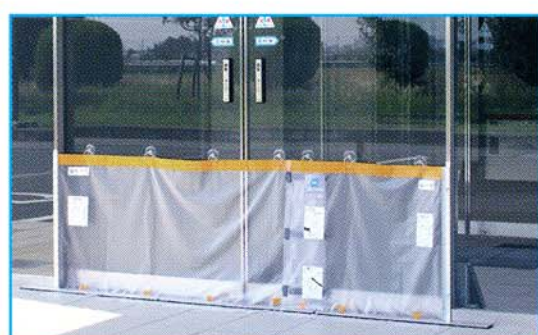
「防災やエコだけでなく、高齢化、人口減少など同社を取り巻く社会的課題は多い。それだけに『ことづくり』が担う役割も非常に幅広いといえる。14年度以降、本格的に『ことづくり』を実践する同社がどんなソリューションを生み出すのか、目が離せない。」

『ことづくり』から 新事業へ

に関するソリューション活動だ。近年の異常気象や、11年の東日本大震災以降、深刻化してきたエネルギー問題が新たな社会的課題となる中で、これらの社会的課題を解決することづくりには市場からの期待も大きい。

「防災」を代表する事業にあるのが止水事業。これは近年の異常気象で一時間に50mm以上の降雨量を記録するゲリラ豪雨が多発する環境を受け、住宅やオフィスビルなど建物への浸水を防ぐ目的で12年度に立ち上げた事業だ。

従来から浸水対策として土のうなどが存在していたが、重量があり設置に手間暇がかかる上、使用後は流れ出した土を洗浄しなければならず、商業施設などで敬遠されやすい傾向にあった。こうした課題を解決しつつ、浸水を防止できる商品として同社が開発したのが止水シート「止めビタ」だ。厚さ0.2mmの樹脂製のシートながら、その特徴は簡易かつスピーディ設置にある。豪雨が発生時にシャッターにシートをマネットで貼り付け、重りを床面に密着して固定するだけで完了する。設置時間は最短で3分。使用が済めば、収納袋に詰める。手間が大きく省ける上、建物外観の意匠制も損なうことは少ない。



止めビタ(フロントタイプ)を設置したビルエントランスの自動ドア

「エコ」では震災以降太陽光や風力などの再生可能エネルギーへの関心が社会的に高まる中で省エネルギーを推進する太陽光発電システム事業を始めた。住宅・産業用に太陽光パネルをのせる架台の設計から施工、アフターメンテナンスとパネルの設置を一括で提供。主力商品であるシャッターの販路を活用し、関東エリアを中心に営業を展開している。13年には掛川工場(静岡県掛川市)の屋根に出力1512kWの太陽光発電設備を設置し、自らも大規模太陽光発電「メガソーラー」事業に着手した。屋根だけでなく遊休地も活用し、柏崎市では発電出力994kWの高松市では発電出力495kWの発電事業を進んでいる。現在は4拠点で発電事業が進んでいる。

市場展望を見据えた イノベーション

建設業界では今、非住宅建築物を中心に建設需要が拡大している。国土交通省がまとめた13年度の非住宅の着工床面積は前年度比8.1%増の5625万平方メートルを記録した。特に首都圏では都市部を中心にオフィスビルなどの再開発が活発で、幹線道路沿いには大型物流施設の建設ラッシュが続く。

さらに東北地方では震災からの復興が本格的に始まり、20年には東京オリンピック・パラリンピックも控えており、受注増は持続する傾向だ。追い風が吹いている。建設業界だが、決して楽観視はできない。積み上がった注への対応から職人不足が深刻化し、施工体制の整備が喫緊の課題となっているからだ。

同社も物流施設の着工ラッシュで重量シャッターの受注が好調なため、生産だけでなく、現場で取り付けるための施工力の増強策に追われている。現在は三つの施策で対応している。まずは施工技術者の増員。現在の中期経営計画の最終年度である15年度までに施工人員を現状より17%増の約2400人に増員する。新人工事育成制度により、同社専属で工事を担当する職人を増やすほか、職人の紹介制度なども活用して必要な技術者を確保する。これに関連して姫路工場(兵庫県姫路市)に新たな施工技術を習得する研修施設を6月までに立ち上げる。

工事会社の大型化も進める。一人親方のような体制では社会保険の問題から建設現場に入るのが難しくなっている。このため、法人化を後押しすることで対応する。

施工性を高める商品開発も重要になる。工場でのユニット化などを進めることで現場での工数を減らし、施工性を高める取り組みを進める。

例えば重量シャッターでは電装品をユニット化し、配線をコネクタ化し、現場での作業性を高めた。施工の短縮化は顧客にとっても時間という価値を提供できる。

同社では従前から開発の段階で、最低でも3回の商品評価を行う「デザインレビュー」を実施してきた。この場には工事関係者も参加し、施工性の観点からの評価も加えている。評価が総合的に悪ければ現場に差し戻す場合もある。こうしたレビューを重ね、より厳しい審査をくり抜けた商品ほどより施工性が高まる。

14年度もシャッターに限らず、ドアやエクステリアなど全ての商品で施工性を高める商品づくりを推進する。

Life in & Lifelong Partnership

文化シャッターはお客様に安心・安全を提供する「快適環境のソリューショングループ」を目指します。

BX
文化シャッター

「快適環境のソリューショングループ」を目指している文化シャッターは、
「ものづくり」から「エコ」と「防災」をキーワードに、
強化・拡充に努めてきました。
これからも文化シャッターは、
生活者の皆様の視点に立って高い付加価値を提供する「ことづくり」によって、
力強い二段スタートを決め、
さらに社会に貢献していきたいと考えています。
文化シャッターは、「ものづくり」と「ことづくり」にこだわり続け、
新しい明日をご提案します。

「もの」「ずっと」「こと」「スタート！」

