

サプライチェーン全体での付加価値向上のための ベストプラクティス

一般社団法人日本自動車部品工業会

部品メーカー等は、これまでの共存共栄の思想のもと、サプライチェーンが一体となって付加価値向上のための取組を行ってきた。

日本の自動車産業の更なる競争力強化のため、これまで各社の行っている付加価値向上の好事例をとりまとめ、自動車業界全体で共有する。

1. 経営力の向上

＜経営戦略策定の支援＞

- 取引先を対象に、品質、コスト、納期、技術技能、経営及び安全環境の6項目について、チェックシートに基づく自己点検や、昨年からの変化点など相互確認を行い、強み・弱みを「見える化」して、取引先にフィードバックすることにより、取引先の活動方針や計画策定の参考にしてもらっている。
- 取引先と事業動向や製品ロードマップ等を共有し合う会議を開催し、双方の戦略がWIN-WINとなる協創関係を構築している。
- 取引先の中長期経営戦略の策定のための情報提供として、自社の技術・生産技術、品質、BCPに関する取組を紹介するセミナーを開催している。
- 取引先を対象に双方のトップ同士が個別懇談会を実施し、自社の発注方針に対する取引先の経営戦略の方向性を相互に確認している。

＜海外進出の支援＞

- 国内に限らず、自社の世界各生産拠点への部品・製品納入の機会を取引先に提供することにより、取引先の事業拡大につなげている。
- 取引先と一緒に、現地生産会社を設立し、自社からは現地会社運営ノウハウの提供と資金調達を行い、取引先からは遊休設備の提供と駐在員の派遣を行い、それぞれの得意分野や資源を有効活用している。
- 取引先が海外展開を検討する際に、他の取引先との合弁会社を設立するためのコーディネート要望がある場合は、コーディネート等海外進出を支援している。効果としては海外拠点の間接コスト削減や、金融機関や現地行政機関の仲介を行うことで、事務工数を削減している。

＜経営支援＞

- 取引先を対象に、経営トップと年1回、決算に関する面談を行い、取引先の財務状況を把握するとともに、適切な経営支援を実施している。
- 経理機能が脆弱な取引先からの要望を受けて、利益計画の立案方法や資金繰りの月次管理の方法等について、アドバイスしている。

- 設立後間もなく、金融機関との取引体制が十分に整っていない取引先からの要望を受けて、取引体制の検討を行った結果、政府系金融機関との取引を開始させるなど、安定した金融機関との取引体制の構築を支援している。
- 取引先の経営を立て直すため、低金利貸付銀行への借換えによる返済額低減など資金繰りの改善策をアドバイスしている。
- 取引先の公的資金の活用を助言するとともに、申請手続きに同席するなどして、資金獲得を支援している。

<経営人材の能力向上>

- 取引先の若手経営者層を集めて、能力向上のための見学及び研修等を実施している。
- 取引先の次期社長候補を集めて、工場見学会、勉強会、成長シナリオ策定等の相互研鑽会を実施している。
- 取引先を4つのテーマにグループ分けて、取引先と自社の経営者が活動事例の発表や、質疑応答による意見交換をすることによって、取引先間の相互啓発を促進している。
- 取引先の経営トップ層を対象に、経営の参考となるテーマについて、外部講師を招き講演会を実施しており、経営者としての意識を高め、レベルアップを図っている。

2. 生産現場の生産性等向上

<生産性、品質等の向上>

- 取引先の生産性の向上、品質の向上を目的として、自社の専門性の高い技術者を派遣し、取引先の技術者と共同して、製造工程や製造方法の改善を行い、製造仕様書などを見直している。
- 取引先の希望会社に対して、在庫低減やリードタイム短縮によるムダ取りを進めるための研究会、納入不良や工程内不良を低減するための研究会を開催している。取引先の生産現場に6ヵ月通って、改善の考え方を学び、実践し、最終的には各社が自立的に改善を進められるようになることを目指している。
- 通常は、取引先との個別で改善活動を行っているが、前後工程の取引先と一緒に集まり、トータルコストを低減する取組みを実施している。
- 自社の調達部門、技術部門、生産部門など必要な部署が連携を図って、取引先を訪問し、生産性改善活動を実施している。
- 取引先に対して、自社の工場生産部門により定期的（月1回）に生産性向上支援活動を実施している。アドバイスだけでなく、実際の現場改善まで踏み込み、手法の教育も含め実施している。
- 取引先と協同して生産現場でムダを発掘し課題を相互で改善する活動（ロス改善、手待ち改善、在庫改善、検査改善、荷姿改善等）を実施している。
- 取引先からの要望を受けて、品質保証の維持・向上を目的とした検査機や製造装置の導入を指導・補助している。

○☆ものづくり強化に取り組みたいが人材不足で満足に活動できない取引先からの要望を受けて、取引先の品質改善指導チームを自社に設置し、1次取引先のみならず、2次・3次取引先に現地派遣して、改善活動や従業員の指導を実施している。

☆1次取引先の要請を受け、2次取引先へ指導員を派遣し、品質向上活動を支援している。

<人材派遣による生産現場の課題解決力の向上>

○取引先の要請を受け、自社のOBを紹介及び斡旋することにより、取引先の技術や管理力の向上を支援している。

3. その他生産性向上

<運送コストの低減>

○自社と取引先間の納入・支給の輸送、近隣の取引先間の輸送をネットワーク化し、全体の輸送効率を高めている。

○自社の専用コンテナを安価に貸し出すことで、取引先での物流コストを低減するとともに、自社での受入荷姿の最適化という相互効果を生み出している。

<その他コストの低減>

○取引先を含めた共通素材等について窓口を一本化し、ボリュームメリットを生かした調達を実現している。

○☆受発注（EDI）システムについて、自らの取引先以降の取引先まで導入を支援している

○☆取引先から、取引量の増加により広い工場が必要になるまでの間、費用負担の少ない賃貸で小さく事業を始めたいという要望を受けて、工場敷地を取引先に貸し出すとともに、工場のインフラを提供している。

○取引先の製造部門だけの現場改善活動だけでなく、事務などの間接部門での改善活動も支援している。

4. 技術力・開発力の向上

○新規部品開発において、取引先と自社開発部門メンバーが、開発段階から協業して、品質、生産、技術の観点を織り込み、競争力のある製品開発に取り組んでいる。

○魅力的な商品の開発と世界NO.1の競争力を確保するため、自社と取引先が一体となって、自動車メーカー等に対して新しい開発プランを提案する活動を実施している。

○取引先と共同の会議体を設けて、定期的に新商品開発の検討を行っている。

○新技術やコスト改善に関する展示会を開催し、取引先に、コスト改善案や新材料・新技術情報を持ち寄ってもらい、そこに自社の開発メンバーや購買等が参加することにより、お互いのシーズ・ニーズの吸収ができる機会を設けている。

- 取引先の技術に関する展示会を開催し、取引先の相互研鑽の場を作っている。
- ☆取引関係のないサプライヤーを含めた技術・新工法展示会を開催することで、自社の必要な技術・工法を保有している取引先の発掘の場としている。
- ☆取引関係のないサプライヤーと、競争力のある材料や加工方法等を開発するために定期的な技術打合せを実施している。

5. 人材育成

- 取引先の将来の経営層になり得る若手を対象に、生産性の改善及び現場改善力の育成等について、2年間の教育プログラムを設けて、育成している。
- 取引先を対象に階層別の教育カリキュラムを設定し、基礎技能習得の研修から各種マネジメント研修まで約80科目を用意している。
- 取引先を対象に後継者を出向として受入れ、生産管理、工程改善等希望に合わせたカリキュラムを作成し、一定期間(1年～3年)かけて学んでもらう機会を作っている。
- 取引先の次期幹部候補や技術者の育成の為に、取引先からの要望を受けて実習生としての受け入れを実施している。また、自社から取引先へ出向者を派遣し、人材育成のサポートを実施している。
- 単に取引先の原価低減を支援するだけでなく、取引先に自律的・継続的に改善を進められる力を涵養するべく、取引先のリーダー人材育成するための研修会を開催し、座学や実践を通じて取得を支援している。
- 自社の教育プログラム、安全性教育研修について、取引先にも門戸を広げ、希望者による教育機会を創出している。
- 自動車メーカーにより、部品メーカー向けに品質講習会を実施しているが、自動車メーカーの承諾を得た上で、取引先にも案内し、参加を可能としている。
- ☆部品メーカーが、地域の高等専門学校と一緒に、実習するための講師、教材、生産現場を提供し、技能・技術を持った即戦力になる人材を育成するプログラムを実施しており、卒業生は自社だけでなく、地元企業の人材として採用されている。

6. リスクマネジメント・コンプライアンスの向上

<BCP策定等を支援>

- 取引先に対して、自社指定のチェックシートで、生産拠点毎に定期的に震災対策状況の自主診断を行ってもらい、復旧リードタイムを算定し、フィードバックすることで、取引先のBCP課題を共有している。
- 立地リスクのある取引先について、自社で作成したBCP自主診断の実施、取引先訪問による実態確認、BCP取組み施策を紹介するなどして、取引先のBCP対策を支援している。
- 部品メーカーが、取引先と火災発生リスクの高い生産設備、鋳造・塗装・受変電・半導体設備等の重点点検を行い、補強対策等を実施している。

- 取引先を対象に、BCPの必要性、トラブル発生時の体制確保の重要性、BCP策定手順等の勉強会を実施している。
- 自社の専門家をアドバイザーとして参画させ、取引先相互の工場安全診断で危険個所を洗い出し、自主対策活動の推進や安全対策事例を共有化している。
- 部品メーカーが、購買時に環境負荷物質を含んでいないことを確認した材料・部品を取引先に支給し、取引先がその部材を使用して生産することにより、環境負荷物質のリスクを低減している。
- 環境に関する法令順守と取組強化に向けたマネジメントシステムの構築及び運用について、希望した取引先には個別訪問し、説明を行っている。

＜自動車ガイドライン等の浸透＞

- ☆自動車産業適正取引ガイドラインの周知として、説明会を実施している。
- 下請法等に関する勉強会を開催している。

注)「○」は1次取引先が対象、「☆」は1次取引先と協力し、2次取引先以降が対象。