

企業の強みの研究

Strength of the company



代表取締役社長 岩崎滋典氏

Voice

アルミ建材製品の取り扱いでは京滋トップの実績を持つ建材販売会社です。滋賀では多数の建設会社や工務店とお付き合いし、県内ホームセンターの外構も設計施工。近畿全域ではマンション等の大型建築へサッシやドアを提供しています。

Profile

- 本社/大津市大石中6-2-43
- 設立/1970年
- 資本金/8,000万円
- 従業員数/60名
- 事業内容/建築用資材の販売・設計施工（ビル用・住宅用サッシ、ドア、カーテンウォール、住宅設備品、インテリア内装建材等）、増改築設計施工・外構工事、アルミ型材・モヘア販売、リフォーム関連資材の販売

<http://www.daisen-kogyo.jp/>

株式会社ダイセン工業

「サッシに関する総合力」という強みから、「時代に適した新たな強み」を創るチャレンジ。

営業、設計、生産各部門が協力して「より利便な商品」を提案できる

サッシや窓枠でも、設計事務所が意図する建築図では施工や建設会社の予算を大幅にオーバーすることが多い。そのため、営業担当と設計部では建築図の意図を読み取り、要望に適した代替仕様を建設会社へ提案する。また、設計部で図面化するにあたり、より価格を抑えられる商材や生産部での工数・施工の工夫による納期の短縮も検討提案して発注予算より安く実現できることもある。

この事例はダイセン工業の「強み」を端的に物語る。同社の事業の中心はサッシやドア、シャッターなどのアルミ建材製品や建築資材の販売。「建築市場はいまだに厳しく、私たちが扱うサッシやドアへの予算にも余裕がなくなっていく。そんな中で、流通の中継ぎ機能だけでなく設計機能も施工管理機能もトータルに持つ当社だからこそできる」コスト削減提案は建設会社さんにもメリットが大きい。中継ぎ機能だけの商社の場合、コストを下げる方法には限界がある」。岩崎滋典社長は、この点こそが同社がリーマン・ショック後に建材

流通業界を見舞った「淘汰の荒波」を乗り越えられた一番の理由だと話す。

「コストダウン意識を浸透させた「DAISEN SYSTEM」

経営理念は「創（つく）る」。創業者の岩崎辰雄会長は大手建材メーカーが作らない斬新なデザインのサッシを手掛けることで業容を拡大した。その過程でサッシまわりの設計や求められる仕様への建材加工、施工管理といった総合力を蓄えてきた。この点だけでもゼネコンや設計事務所にとつては重宝だったが、リーマン・ショック以降は

この総合力が別の強みをダイセン工業に与えることになった。

サッシに関する業務を一貫して行う。こんな同社の特異性を生かして、利益率確保や設計・生産・施工の効率化に役立てる仕組みがある。独自開発のトータル管理データベース「DAISEN SYSTEM」だ。

通常なら分散する積算管理、設計管理、生産・品質管理といった業務管理データベースを統合したもので、品目ごとに設計や施工に要した時間や、各工程における利益率もつづきに調べられる。特に重要なのは営業が組んだ予算を全部門が共有で

きる点だ。「購入から施工に至るあらゆる段階で工夫を重ねて、可能な限りコストダウンに努める。そんな意識を社員に定着させる基盤になった」。

低成長時代に光る新たな強みで関西圏トップの売り上げを達成

岩崎社長が目指すのは、仕入れ値を引き下げる等のコストダウンではなく、工数や時間のムダを省きながら良質な商品を提供する「創造的なコストダウン」だ。冒頭に紹介した事例もその一例だ。「実はリーマン・ショック時に危機感を抱き、従来

とは概念が異なる形での「ムダの削減」を徹底させた。これが当社に「新たな強み」をもたらす第一歩になった」。

ISOの品質管理概念を営業、総務などの生産部門以外に応用しコストダウンを図るプロジェクトにも取り組む。対象部門の社員全員が業務効率化への目標を「数値」で設定。毎週、その達成度を部門長が判定して改善策を提案する。社員にすれば「売り上げを伸ばせ」と漠然と叱咤されるよりも達成への道筋が見えやすい仕組みだ。

これまでに紹介したシステムや取り組



窓まわり、ドアまわりのアルミ建材



トータル管理データベース「DAISEN SYSTEM」

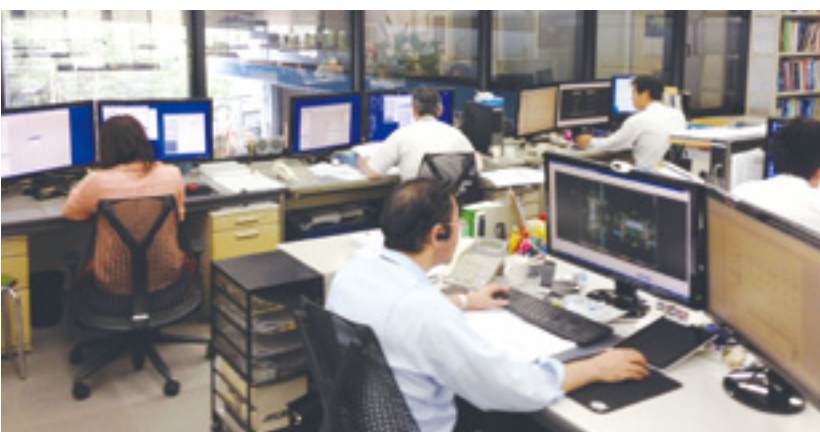
み、そして、それが高めた従業員意識によつてダイセン工業は低成長時代にこそ光る強みを獲得できた。限られた受注額の中からでも収益を得られ、昨年、「主にサッシを扱う会社」としては関西圏トップの売り上げを達成した。

さらに高い企業価値を目指して最新の業務改善手法を導入

さらに、「攻めのIT化による生産性アップ」にも挑む。パソコンのディスプレイを24型以上へ大型化しマルチディスプレイ化。ハードディスクも高速処理できるSSD（ソリッドステートドライブ）に交換した。

「1日5分のロスをなくせば費用対効果は十分。勝残るためにはコストを抑えるだけでなく、追加投資してそれ以上の効果を上げる」攻めの施策も必要」と話す岩崎成孝経営企画室長は、大手IT企業の勤務経験者。ペーパーレス化により業務データをサーバーに集中管理して営業が社外からタブレット端末で設計図等を見られるようにする、本社の被災に備えてサーバーの重要データを「クラウド」に保管するなど、いわゆるエクセレントカンパニーの業務改善手法を次々と導入する。

また、最少の歩数でコピー機まで行けたり仕事に集中できるよう配置された座席レイアウト、社員の体の負担を軽減する快適椅子の導入など、オフィスでもさらなる



さまざまな業務効率アップの工夫を取り入れたオフィス

る業務効率アップの工夫を取り入れる。岩崎社長が特に重視するのは「美しく気持ちのよい職場づくり」だ。週1回、机やパソコン機器、電話機の拭き掃除や整理整頓を徹底するなど、社員個々に「ムダがどこにあるか」を気づかせる。そこから「こうすればもっと良くなる」と考える習慣が育つ。「考える人材を育てていくことが強い組織を創っていく。消費税増税などで市場の将来性を楽観視できない今だからこそ、さらに高い企業価値を目指したい」。