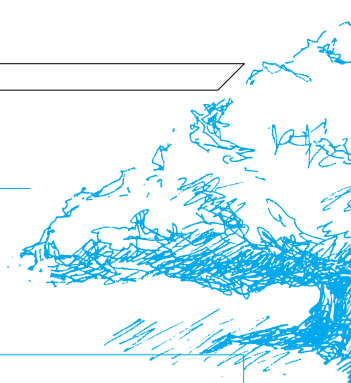


# 会員のひろば



## プレス金型部品を一個づくり オネストン株式会社

代表取締役社長 佐々木 正喜



### 会社の沿革

大学卒業後、工業用ゴムメーカーに勤めていた際に、プレス金型に使用するウレタンの営業を、担当しておりました。偶々、研修旅行で米国の金型工場を見学し、金型部品の将来性を認識したことから、昭和46年に、金型部品商社としてオネストン商事株式会社を創業しました。昭和52年に、天白区に移転、昭和58年、小牧営業所、工場社屋を完成し移転しました。平成3年に、オネストン株式会社に、社名変更しました。平成8年に岡崎工場を設置し、平成11年に、一個づくりの専用工場として、小牧工場を完成移転しました。平成15年9月には、ISO9001を認証取得しました。社名オネストンの由来は、名前正喜の正から採ったHonestと、創業の際支援を受けた、(株)エラストマー技術研究所の、高弾性体ウレタンゴムの商品名、

Elastone からの和製英語です。

「スピードこそ命」をモットーに最近の技術の進展は速く、最新の技術も、明日には、時代遅れになってしまうほど、目まぐるしく変化しています。産業界には、絶えず時代を読み、リードし続ける責任があると考えています。今私たちに、求められているものはスピードです。ニーズを的確に捉え、最短のリードタイムで、商品を選択・製造し、提供することを心掛けています。その実現のため、私たちは、プレス金型部品というカテゴリの中、進化を続けてきました。現在小牧市と、岡崎市に、最新の設備と熟練の技術者を擁する、自社工場が稼働しています。一個づくりの思想のもと、ニーズにお応えする特注製品づくりに、全力を注いでいます。しかしそこには、創業以来変わらない心、お客様の、モノづくりのお力に、なりたいと願う「役立ちの精神」が、今なお受け継がれています。

### 時代が求める一個づくり

一個づくりというのは、切削加工・熱処理・研磨・仕上げ・検品という、モノづくりの一連の作業を、一人の技能者が責任を持って行う「自己完結型」の、セル生産方式です。リーダーを中心に、最小人数で構成されたチームが、互

いの技術を切磋琢磨し、個々の能力を、最大限に発揮しています。工場内の装置は、作業者を中心に配置されており(写真1)、効率の高い作業が可能になっています。最新の設備とともに、材料の手配から、旋盤や研削盤などを自在に操れる多能工の育成が、カギとなります。オネストンの、平均受注数は1.4個であり、この多品種少量化に適応した、独自の生産システムが「リードタイムの短縮」、「コストの削減」、「品質向上」を実現しています。

一個づくりは、顧客を繋ぎとめるために仕方なく対応しているのではなく、「一個でも喜んでやらせていただきます。」という積極的な姿勢で、行われているのも、オネストンの特徴です。創立当初、金属部品の扱いを目指して、創業したにも関わらず、当初は、ウレタンしか扱えない、苦しい状況が続きました。その中で標準部品を二次加工して使用する取引先が多いことに気づき、サービスの一環として、二次加工を請け負うことにより、差別化を図ることを考えました。単純な加工の受注は、自社で対応可能にするために、事務所の一隅に、研磨機を導入したのがその始まりでした。現在では各種の複合旋盤やマシニングセンターを保有し、商社でありながら、複雑な受注にも対応する、製販一体体制を敷いています。

### 人づくり

どんなに最新の機械を導入しても、どんなに技術が優れていても、

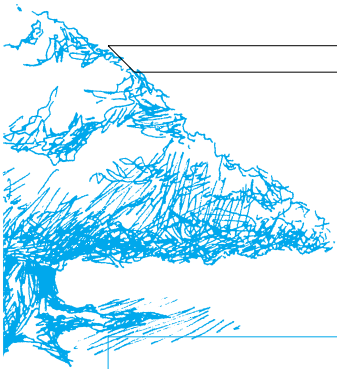


写真1 工場内の装置配置

「お客様の立場」を考えたサービスが、ご提案できなければ、意味がありません。重要なのは、「人材」です。オネストンでは、社員一人ひとりが、それぞれの潜在能力を最大限に発揮できるように、職場づくりに力を注いでいます。オネストン独自の「ステップアップシステム」もその一つです。社会人としての基本的な知識や、マナーを、習得するステップ1から始まり、取扱い商品、並びに関連技術の基礎知識を、習得するステップ2、グループリーダーによるOJTを行うステップ3、業務の実地を通じた自己研修を行うステップ4と続き、最終段階のステップ5では、EHCという11のH（Happiness、Hope、Humor 他）に基づいた勉強会、精神的向上・充実を図っています。ステップ毎に、設定する個々の目標に向かって、主体的に取り組むことが可能なこのシステムは、OJT研修はもとより、外部の研修にも積極的に

参加でき、スキルアップを強力にサポートしています。

従業員59名の内、女性が26名と半数近くを占めています。営業は25名で、平成5年度から採用を始めた女性営業職も7名います。少子高齢化が進めば、金型部品・機械部品の社会でも、男性だけでは、対応できなくなることを見込んで、女性が活躍できる体制を早めに整えました。一個づくりでは、小口注文になるため、注文伝票が8000~9000枚/月にも上ります。リードタイムを短くするためには、営業職が図面が読め、細かい注文を迅速に処理する必要があります。そしてお客様は、大抵が男性という世界ですが、女性の営業職について、「木目細かい対応が、頼りになる。」と大き

な信頼をいただいています。

#### 米国進出

国内の金型業界は、中国を筆頭とする低コストの、東南アジアの追い上げを受け、最適地を求めて海外進出するか、より付加価値の高い商品へ切り替えるのかの選択を迫られています。オネストンは、一個づくりのお陰で受注先業種も企業も分散しており、市場の開拓余地は、国内にも残されていると考えています。しかし、発注メーカーの海外進出の動きも強まっており、国内に固執するのではなく、海外展開も検討しています。進出先として考えているのは、進出ブームとなっている、中国や東南アジアではなく、米国です。手間の掛かる単品受注が、日本以上に嫌われる傾向が強い米国で、一個づくりのコンセプトが、生きてくるものと考えています。現在ケンタッキー州で、販売拠点作りを進めています。



写真2 一個づくり品