

お客様の顔を見てつくる 4-2

どれほど緻密な生産計画を立てたとしても、お客様の嗜好^{しこう}を完全に読みきけることは難しいものです。ましてや「見せかけの需要」や「勝手な予測」にもとづくモノづくりは過剰在庫・過大設備を生み、企業を危うくするだけです。お客様のニーズに対応し、ムダなモノをつくらないためには、受注から納品までのリードタイムを極力短くして、見込み生産から受注生産へ移行することが必要です。つくった商品を倉庫に運び込むのではなく、すぐにお客様のもとに届ける。これがお客様の顔を見てつくるということです。

1 見込み計画生産から受注生産へ

ロットでモノをつくるのは、作り手にとっては都合のよいことですが、実際の市場ではお客様はロットではなく、必要なモノを必要なだけ買っていきます。市場でお客様が自分の好きな車を好きな仕様で1台ずつ買う以上、つくる側も1台ずつ違う車をつくるというのがトヨタ生産方式の考え方です。お客様からの注文に在庫で応えるのではなく、注文を受けてすぐにつくる。これがムダのない、お客様志向のモノづくりです。

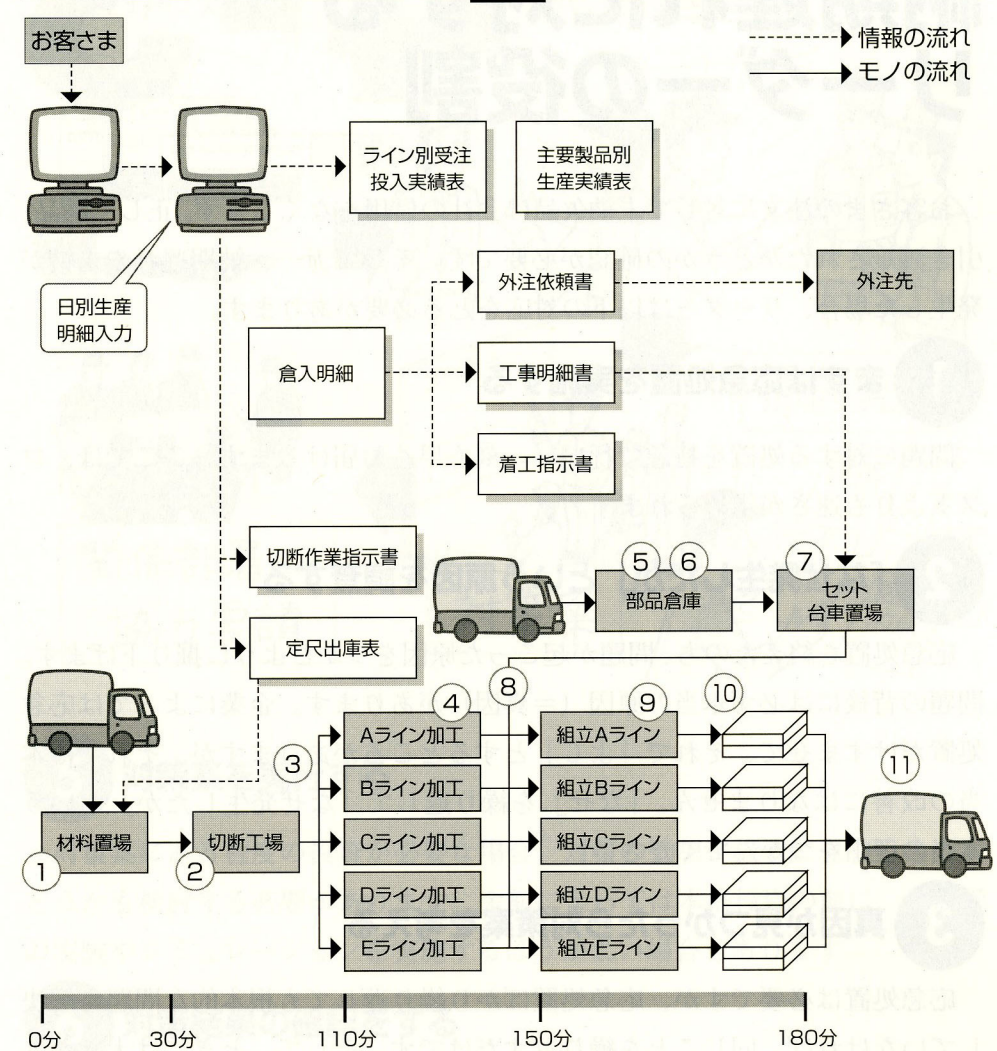
2 売れたモノだけをつくる

売れないモノを「売れる」と思って勝手につくるほど、大きなムダはありません。基本はお客様の注文を受けてすぐにつくることであり、店頭で売れたモノを補充するという観点ですすぐにつくることです。売れないモノ、ムダなモノはつukらないという姿勢が大切になります。

3 受注から納品までのリードタイムを短くする

「注文を受けてからつくる」といっても、納品に何日もかかっているお客様は待ってられません。お客様は、必要なモノを「必要なとき」に欲しいのです。リードタイム短縮に努め、お客様のニーズに素早く応える体制づくりが求められます。

サッシメーカーの受注生産の仕組み



- ① 受注情報から定尺出庫表に従ってピッキングする
- ② 切断:ピッチ調節はバーコード(作業伝票)により自動で行う
- ③ 所定の台車へ切断した部材を置く
- ④ 加工:担当者が顧客別に引いて来る
- ⑤ 商品別ピッキングアドレスを見て、ピッキングカードを取り出す
- ⑥ ピッキングカードに従って、顧客別商品別に部品をピッキングする
- ⑦ 1商品分を子台車にセット(顧客別着工指示書を付ける)
- ⑧ 連結用駆動ラインへ子台車をセットする
- ⑨ 顧客別生産をする
- ⑩ 梱包
- ⑪ 納品