

Title	Y社生産工場における日本的ものづくりの移転 : Y社が必要とするMade by Japanese companyへの進化の提言
Sub Title	
Author	山崎, 裕明(Yamazaki, Hiroaki) 河野, 宏和(Kono, Hirokazu)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2012
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2012年度経営学 第2803号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002012-2803

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2012 年度）

論文題名

Y社生産工場における日本的ものづくりの移転
— Y社が必要とする MADE BY JAPANESE COMPANY への進化の提言 —

主 査	河野宏和 教授
副 査	坂爪裕 教授
副 査	大藪毅 専任講師

2013 年 1 月 7 日 提出

学籍番号	81131054	氏 名	山崎裕明
------	----------	-----	------

論文要旨

所属ゼミ	河野 研究会	学籍番号	81131054	氏名	山崎 裕明
(論文題名)					
Y 社生産工場における日本的ものづくりの移転 —Y 社が必要とする MADE BY JAPANESE COMPANY への進化の提言—					
(内容の要旨)					
<p>近年のグローバル化に伴って、日本の製造企業の多くは海外各国に生産拠点を持つに至っている。しかし、安価な労働力を求めるだけの海外工場移転では、コスト競争力という新たな強みを得る一方で、今まで日本が培ってきたものづくりの文化や、そこを起点とした日本製造業の本質的な競争力が失われてしまうリスクがある。すなわち、日本のものづくりは、MADE IN JAPAN から MADE BY JAPANESE COMPANY への進化を求められていると考えられる。日本企業が持っている日本的なものづくりの競争優位性を海外生産工場へ移転し、国籍や民族を超えて共有していくことが必要である。</p> <p>一方、筆者の家業である濾過フィルターメーカー Y 社も、フィリピンに海外生産工場を設立し、コスト競争力の恩恵を得て、生産活動を展開している。しかし、将来的に、海外現地における国民所得が上がったら、新たにコスト競争力のある国へ生産を移管し、現在の工場を閉鎖するのだろうか。それでは、社是である「仕濾過事」に反することになる。海外生産が進む中で、日本のものづくりの基本的な強みとは何かを明らかにし、それを Y 社に移転し実現していくための方策を考察することが本研究の目的である。そのために、本研究では、日本固有の現場改善手法として有名な 5S 活動を足掛かりに調査を行った。</p> <p>研究アプローチとして、はじめに 5S 活動から得られる効果について、文献研究により活動と効果のつながりについて理論的な因果関係図を作成し、それを基に 5S 活動に取り組んでいる足利市の企業 3 社での事例研究を行った。そして、3 社で共通に実施されて成果を挙げている活動を明らかにし、それらの内容を MADE BY JAPANESE COMPANY の要件として抽出した。次に、Y 社セブ工場でのフィールドワークから、Y 社での活動と成果を理論因果関係図上に示し、先の足利での調査で明らかになった要件と比較し、Y 社の特徴と課題を導出した。最後に、その課題に基づいて、Y 社が MADE BY JAPANESE COMPANY に近づいていくための提言を考察した。</p> <p>以上の研究作業の結果、MADE BY JAPANESE COMPANY の要件として、自発的な活動が促される機会があること、直接効果よりも間接効果を志向した取り組みであること、成果を見える化してフィードバックする仕組みがあること、の 3 点が明らかになった。一方、Y 社セブ工場では、日本人スタッフ主導の活動がほとんどであり、自発的な活動を促したりフィードバックする仕組みが不十分であること、効果についても直接効果を得る取り組みが中心であることが確認された。このことから、従業員の自発的活動を促す仕組みの構築や、問題解決能力育成といった間接効果を志向することが、Y 社の課題として明らかになった。その上で Y 社への提言として、現場班長クラスの人材の育成と、セブ工場の正社員比率の引き上げ、および、現地法人だけでなく本社のコミットメントも重要であることを指摘した。</p>					