

はじめに

1 本編の狙い

1.1 “ものづくり” へのこだわり

第二次世界大戦後、安かろう、悪かろうと卑下された日本製品が、品質に優れた“ものづくり”に心血を注いできた諸先輩の努力と工夫により、短期間で世界を凌駕する品質レベルに達しました。

また、北陸地区では世界的に評価されている多くの伝統工芸品や、“ものづくり”分野でオンリーワン製品を数多く世の中に送り出しています。

この背景には、諸先輩が培ってきた、品質に優れた“ものづくり”へのこだわりがあります。このこだわりは、標準化などによって形式知化されたものもありますが、殆どは暗黙知の領域です。

“ものづくり”へのこだわりを永続的に後世に引き継いでいくことは、資源に乏しい日本、とりわけ北陸地区にとっては大切なことです。

1.2 “ものづくり”の^{かなめ}要は管理者のマネジメント能力

“ものづくり”には、製品開発、生産技術、生産管理、購買管理など多くの部門（工程）が関与しています。品質に優れた“ものづくり”を永続的に実現していくためにはこれらの多くの工程が、顧客満足と顧客感動を念頭において、自らの役割を果たすことと、パートナー企業を含めた工程間の緊密な連携を持った取り組みが必要です。

自工程の都合を主張したり、責任を転嫁したりしては、良い“ものづくり”はできません。自工程内のとりまとめと工程間の連携をとるのは管理者の重要な仕事です。特に、生産工程においては品質だけでなく、量、コスト、安全など多くの機能の責任を担っています。その中で、品質第一を貫き通して顧客満足度を高められるかどうかは、管理者のマネジメント能力に大きく左右されております。

1.3 クオリティ・マネジメントの重要性

企業存続の鍵を握る品質に優れた“ものづくり”を、永続的に実現していくためのキーマンである生産工程管理者のクオリティ・マネジメント能力を高めたい、というのが本編“クオリティ・マネジメント”の狙いとしているところです。

2 学習目標

本科目の受講生は顧客満足、品質第一の観点から、必要な場面に、必要な手法を駆使して生産部門のクオリティ・マネジメントが実践できると同時に、後継者にクオリティ・マネジメント手法を伝承できるようになることです。

3 本編の構成

生産工程管理者のクオリティ・マネジメント能力を高めるために、製品の立上げ、日常管理、取引先との連携、社内部門間の連携について、理解しておくべき基本事項とマネジメントの要点を記載しています。

なお、研修は、研修室で実施する講義、演習と、企業の“ものづくり”現場で行う実習の三部構成となっています。

本編では講義、演習の分野を掲載しています。

3.1 基本

“ものづくり”のツールを理解せずしてマネジメントはできません。

顧客第一、品質第一を軸足に置いたクオリティ・マネジメントシステムの大切さと品質管理の基本的ツールである QC 7 つ道具と新 QC 7 つ道具の用途と使い方の勘所を理解していただきます。

3.2 新製品立上げ

世界に冠たる日本の“ものづくり”の優秀さはこのステップにあります。

設計の後工程である生産工程では、狙いの品質（設計品質）への適合性を高めるために、生産に関わる 4 M（作業員、設備、材料、方法）を整備し、必要

な工程能力を確保してから生産を開始します。この間の活動のプロセスとマネジメントの勘所を理解していただきます。

3.3 日常管理

日常管理のポイントは異常検知（感知）と変化点管理です。

製造品質にはばらつきがあります。ばらつきの要因が4Mです。4Mの一つは、必ずミスを犯す人間です。バラつきが少ない製品を継続的に生産するのが生産部門の大きな使命です。

また、日々の生産活動においては製品品質に影響を与える異常や予期せぬ事件が発生します。このような変化点をいかに迅速・的確に発見して対応できるか、更には、事前に予測して予防処置を講ずることができるかが、他社との差別化を図るポイントです。日常活動におけるマネジメントの勘所を理解していただきます。

3.4 前後工程・供給者との連携

顧客満足を高めるためにはクオリティ・チェーン・マネジメントが必要です。

顧客満足度の高い製品を作り出すために、社内、社外を含めて多くの人が関わっています。夫々に上下関係はありません。関係者は全員パートナーです。

顧客満足を共通の目的として、情報を共有化し、緊密なコミュニケーションの基に活動するマネジメントの勘所を理解していただきます。