

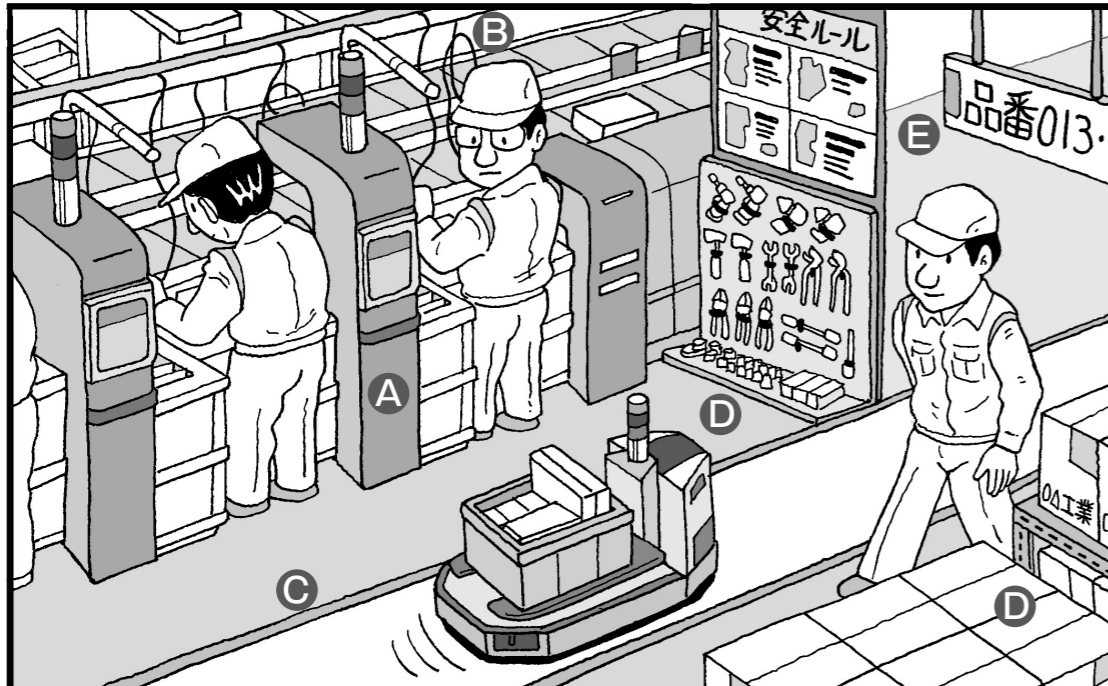
## ここを確認しよう

**A 生産設備**

何を作っており、どの取引先に納品するのか確認。新しい設備なら導入の背景に注目

**B 稼働状況**

稼働していない設備や生産ラインがあれば、その理由をヒアリングする



**C 作業現場の区別**

管理の行き届いた現場は、人の通行と運搬・見学で道を分けている

**D 5Sの状況**

在庫や道具類の整理整頓など、5Sが実践できているか確認

**E 掲示物**

作業内容が分かる掲示や安全の注意喚起から、工場の管理状況がうかがえる

# 3 工場などの製造現場 整理整頓状況や工程の流れ・ 新しい機械などに注目

**工** 場などの製造現場については、渉外担当者のほうから「工場を見せてください」と言わなければ何も始まらない。担当になって1年も2年も経ってからは言い出しにくい。ため、できれば着任早々に申し出よう。

数年経過してしまったとしても、工場見学をしないまま済ませてはいけない。次のようなトピックで切り出してみよう。「これまで御社をずっと担当してきましたが、実は、御社の工場をまだ拝見していないのです。ぜひ一度、見学させていただけますでしょうか」

以下、工場を見るときのポイントを挙げていこう。

### 1. 全体

工場見学に慣れていなくても、その会社の「レベル感」はある程度感覚的に理解できる。良い工場は、①床に白線が引かれ「作業エリア」と「運搬・見学エリア」を分けている、②天井からは、そこでの作業内容や物の置き場所（番地）が分かるような表示が下がっている、③工程の流れがスムーズで、途中に滞留在庫がない、④整理整頓などの5Sができていて、といった特徴がある。また擦れ違う従業員からしっかりと挨拶があるかどうかで、会社の活気も確認できる。

製造現場の状況を、頭の中で財務諸表の数値と関係付け、あ

### 2. 生産設備

生産設備を見て「それが優れているかどうか」を判断することは、製造のプロではない金融機関の行職員では難しいだろう。しかし、新しい機械があれば、なぜその機械を買ったのか（どんな顧客からどのような受注や引合いがあるのか）に着目したい。これを聞き出すことで、その会社の戦略が見えてくるため、ビジネスマッチングのニーズがつかめる可能性がある。

「新しい機械がありますね。どのような注文に応えるための機械なのですか」

工場のチェックポイントではないが、その会社が「設備一覧表」を作ってホームページ上に

たかも両眼視をするように見ること、会社の全体像が立体的に理解できるだろう。

**新しい機械があった場合は受注の見合いなどを確認**

公開しているかどうかにも着目したい。インターネット上に自社の設備などの情報をきちんと載せている会社は、ネット経由でも受注を獲得していることが多い。近隣で加工サプライヤーを探しているメーカーの調達担当者は、インターネットで「工作機械の型番」と「県名」を入力して検索するからだ。

このようなホームページの作成ニーズがあれば、ビジネスマッチングや補助金サポートにつながる可能性がある。

### 3. 生産工程と納期

生産工程に問題が起きていたり、受注は堅調でも人手不足が起きていたりすると、納期遅延となって現れる。これは、生産管理システムや、自動化設備の導入により、改善が可能な場合もある。

工場見学をしながら、納期の遵守状況を聞いたり、人手不足の話題を振ってみたりすることで、こうした設備投資ニーズが

### 不稼働の理由を確認し ビジネスマッチングを検討

4. 稼働していない機械

工場見学の際は、動いていない機械にも着目しよう。稼働していない理由を質問し、切り口を探るとよいかもしれない。

機械は本来、営業時間中は常に動いているべきである。止まっているならば、そこには何らかの理由がある。故障しているのか、メンテナンス中なのか、単に仕事がなく遊ばせているのか（昨今は仕事がないという企業は珍しい）、まずは理由をしっかりと確認しよう。

故障やメンテナンスならば、さらに自社の社内で解決できるのか、設備メーカーを呼ばないといけないのかを質問する。設備の保全やメンテナンスができる別の取引先があれば、ビジネスマッチングによって解決できる可能性がある。