



＜経営理念＞

- 一、缶パーツとその関連技術を通じて、缶の社会貢献を全面的に支援しよう
- 一、一人一人の持つすべての能力を、共にベストの形で花開かせよう
- 一、現場で現物を見て現実を把握し、原理原則にのっとって対処しよう
- 一、お客様と我々自身に還元するために、一切のムリ・ムダ・ムラを無くして最大の利益を追求しよう
- 一、国内外を問わず、自らの可能性を追求し、仕事を通じて社会に貢献しよう

10月迄業績	計 画	実 績	差 異	%	昨 年 比	%	12 月迄成り行き	昨年度実績
売 上	393,241	392,900	-341	99.9%	28,748	107.9%	475,812 万円	443,782 万円
営業利益	18,269	32,803	14,534	179.6%	24,274	384.6%	38,416(8.07%)	15,200(3.43%)

＜10 月は健闘も売上未達／営業利益は更に積上げ＞

11 月もあと僅か。もう少しで師走ということで、紅葉散る季節になりました。インフルエンザが猛威を振っているようです。外出時は入念な防寒装備でお出かけください。

さて、10 月ですが売上は未達ながらも対計画 98.1%で検討。営業利益は材料費仕入費が抑えられ、5,205 万円を更に積み上げました。品質クレームについては、先月まで 5 ヶ月連続全社ゼロ継続中でしたが、10 月に一件の計上(ポリ・ショート不良品)があり途切れました。とはいえ、品質レベルの全体底上げを大いに実感できました。今後もメーカーとして高い品質水準を維持することを期待します。

【全社品質目標の達成状況】

安全第一 労災事故 0 件：10 月度 0 件。累計 4 件。
品質クレーム：10 月度、千葉にて 1 件計上(社外)。
全社年間 20 件以内に対し、累計 11 件。千葉 9 件(社内 1 件、社外 8 件)、大阪 2 件(社内 0 件、社外 2 件)
大阪工場の社内クレームは 23 ヶ月連続でゼロ継続中です。
納期遅れ：なし。
コストダウン：10 月迄累計 計画 4616⇒実績 6593(142%)
新規品売上：10 月迄累計 東営 6844⇒6265(91%)
大営 1442⇒2602(180%) ※万円

10月単月 単位:万円	売 上		営業利益		営業利益累計	
	計 画	実 績	計 画	実 績	計 画	実 績
東京営業所	27,702	27,892	1,596	1,823	12,013	14,002
千葉工場	25,242	24,567	967	2,190	3,276	10,910
大阪営業所	16,703	15,684	694	641	4,286	5,747
大阪工場	12,921	13,633	175	551	-1,308	2,144
全 社	44,405	43,576	3,432	5,205	18,267	32,803

稼働率：10 月迄累計 千工 目標 81% ⇒ 実績 80.3%
大工 目標 80% ⇒ 実績 80.1%

＜12 月予定＞

- 12 月 3 日(水) 取締役会・合同会議(本社)
 - 12 月 8 日(月) 大阪生販合同会議・昼礼
 - 12 月 9 日(火) 東京千葉生販合同会議・昼礼・三咲神明宮月次祭
 - 12 月 10 日(水) アルトップ月次会議(会長・社長行)
 - 12 月 16 日(火) PS 八街経営会議
 - 12 月 23 日(火) 大日製罐様ヒロハマ大阪工場来場
 - 12 月 26 日(金) 仕事納めの会
- ※予定を変更する場合がありますのでご了承ください。

11/27 廣瀨 庄一郎

「失敗学」から学ぶ>(14)

【(6)ミスを通して「伝達力」をつける方法】

続けて、伝達不良から、ミスや失敗を克服し、成長する方法を考えていきましょう。

多くの仕事が一人心では完結しない以上、業務において伝達は必須です。しかし、日々多くの失敗が、伝達せず(伝達足りず)によって起こっています。忙しさにかまけて指示を出し忘れていたり、出した指示が不十分だったり、誤解されていたりという状況です。

これらの伝達不良の改善として、「電子メール」を有効活用することをお勧めしています。これは、これまで紙で伝えていたことを電子媒体で伝える、という単純な置き換えではありません。検索ができ、文書の配布先を選択しやすく、蓄積できる。サーバーのような役割としてのメールです。

しかし、「それで伝達不良は 100%解決！」といえないのが、私たち人間の悲しいところ。メール文化が浸透するにつれ、メール関連のミス・失敗をよく聞くようになりました。そこで、本章ではメールなどの電子やり取りを基本に、伝達をより良くする方法について見ていきます。

①「メールが多すぎる」問題

前述のように、メールは伝達における様々な問題を解消してくれました。しかしその分、何でもかんでもがメールで伝え

られてきます。手元に飛び込んでくる情報を確認するだけでも、大変な手間と時間のかかる時代になってしまったわけです。となると、情報をどう整理し保管するかが、伝達力の向上につながります。

②「指示があいまい」を防ぐには？

あいまいであることがそのまま、業務の滞りにつながります。また、自分だけの「当たり前」を振りかざしては、何事もうまく進みません。こと納期や締切についての指示や依頼の明確化は、絶対です。

また、もし暗黙の了解で進めようとして思い通りにいかなかった場合には、相手を叱責するのではなく、自分の伝え方を省みたほうがいいでしょう。

指示が明確でないと「クレーム」や「やり直し」「コストアップ」「納期ひっ迫」など、ありとあらゆるトラブルが発生します。間違えようのない形での指示をめざしましょう。

特に数字で表現できるものは数字で伝えるようにしましょう。例えば「納期」などは「大至急！」ではなくて「1 時間以内で！」というように。

また、図面や仕様書などに基づいての指示は確実性が高まりますので、それが無い場合は作成していくことが求められます。

11/27 廣瀨 泰久