



株式会社ヒロハマ 社内報

<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、原理原則にのっとなって対処しよう
- 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

| | | | | | | | | |
|-------|---------|---------|--------|-------|--------|--------|---------------|---------------|
| 6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 | 198,380 | 193,400 | -4,980 | 97.5% | 906 | 100.5% | 402,225 万円 | 393,179 万円 |
| 営業利益 | 7,176 | 7,947 | 771 | 110.7 | -2,414 | 76.7 | 11,379(2.83%) | 17,956(4.57%) |

<上期はまずまずの折り返し

／下期はいかに値上げの影響をしのぐか>

7月に入り盛夏を迎えていますが、6月のような1週間以上35℃を超える日照りが続くという事はなく、暑さは少し落ち着いているようです。とはいえ、体調管理が難しい季節に変わりありません。引き続き体調には十分注意してください。

さて、6月を終えたところでヒロハマとしての上期を終了しました。新型コロナウイルスの収束はまだ見通しがつかないものの、売上はまずまずの数字で推移し、営業利益は計画をリード。市況は決して上向いていませんが、営業による新規品販売の健闘が光っています。

今年の特徴といえば、「値上げ」に尽きるのですが、ヒロハマではどのような影響を受けているのでしょうか。実際にこれまでの状況を見てみますと、主な材料であるブリキを筆頭に、プラスチック、印刷、包装資材、運賃、そしてお昼の弁当や作業服などの身近なものも総じて価格改定となっています。この流れに抵抗すべく、営業所では「販売単価の値上げ」、工場では「仕入品の価格抑制」に努めています。加えて、皆さんがそれぞれ「やるべき事をやる」ことが何より大きな力になります。お客様へ良い製品を納期通りに安心(クレームがない)とともにお届けする。言葉で言うのは簡単ですが、当たり前なことを当たり前に行うことが最も難しいと思います。定常業務こそ大事に進めていきましょう。

【6月までの全社品質目標達成状況】

安全第一 労災事故0件：千葉にて91日間、大阪にて821日間、労災事故ゼロ継続中。

| 6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 | 21,960 | 21,878 | 633 | 932 | 3,273 | 4,012 |
| 千葉工場 | 20,329 | 19,920 | 788 | 705 | 3,505 | 3,765 |
| 大阪営業所 | 13,137 | 12,977 | 112 | 374 | 266 | 880 |
| 大阪工場 | 10,551 | 10,324 | 224 | -21 | 132 | -710 |
| 全社 | 35,097 | 34,855 | 1,757 | 1,990 | 7,176 | 7,947 |

品質クレーム：全社年間22件以内の目標に対し、累計で14件発生。大阪工場では社内クレームが丸1年間ゼロとなりました。極めて素晴らしい実績です。

納期遅れ：なし

コストダウン：計画2,622万円⇒実績3,539万円(135%)

新規品売上：計画6,851万円⇒実績8,474万円(123%)

<新型コロナウイルス感染症・第7波への対応について>

このところ、新型コロナウイルス感染症が再び拡大しています。7月20日時点で、複数の都府県で1日1万人を超える感染者数が発表されています。ヒロハマにおける必要な出張業務に関しては、都道府県をまたぐ制限は現状は設けませんが、各自が基本的な感染対策を徹底し、遂行していく事とします。新型コロナウイルスワクチン4回目接種の対象範囲が徐々に広がっていますが、取り扱いには3回目と同様に特別有給休暇で対応します。(詳細は社内掲示にて)政府からの方針に基づいて、また皆さんの安心と事業継続性の観点も踏まえながら、今後も慎重に判断して参ります。
7/20 廣濱 庄一郎

<我が社の持ち味>(12)

g. 経営全般-4

4)ISOを活用した一定程度の管理体制

ヒロハマでは、品質のISO9000と環境のISO14000に取り組んでいます。公共工事等でISOが受注における必須要件という訳ではありませんので、あくまでも事業に役立つかどうか、経営理念の具体化に寄与するかどうか、有意義かどうかの判断基準となります。

ちなみに、このISO、さすがに頭の良い人たちが考えたものだな、と感心する部分が多くあります。その最大のものは、「必要なプロセスが網羅されている」こと。要は、これに沿って物事を進めて行けば、「これをやっておけば良かったのに…」と、後から後悔する場面が激減するということです。有効活用しない手はありません。

これまでの取り組みで多くの成果が出ていますが、最も特徴的なのは「開発プロセス」かな、と感じています。ISOで明確に示された「製品企画書」「検証」「妥当性確認」というプロセスが、そのまま製品化に生かされてきていますので、「製品開発が成功すれば必ず売れる」という状態にかなり近くなってきた。そんな感じさえ持っているところです。

ということですので、ISOを実際の仕事において、いかに有効に活用するか、ということについては、全社を挙げて取り組む必要があり、毎年行われている「内部監査」でも、そこ

は外してはならないポイントです。多くの方が内部監査員としての役を担っていますので、念頭においていただければ幸いです。

5)健康経営への取組み(銀の認定証)

「健康経営」とは、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践することです。

病気になるって仕事が出来ない状態になってしまうような大きなマイナスだけでなく、仕事のパフォーマンスにも健康状態は大きく影響しますので、ヒロハマとしても積極的に取り組んでいます。

「健康企業宣言」をして、実際に課題に取り組んだのち、約1年が経過してから「健康企業宣言実施結果レポート」を提出・審査。80点以上を達成した企業には「健康優良企業 銀の認定証」が交付となり、ヒロハマも無事いただきましたが、よくよく聞いてみると点数は99点だったとのこと。マイナス1点は、予定していたメンタルヘルズ教育が、コロナの関係で実施できなかったことによるものでした。

この健康への取組み、会社としての取組みも外せませんが、何といっても決め手は本人の自覚です。特に食事・運動・睡眠等、良き生活習慣を心掛けることが中心ですが、それを自律的に取り組むことには大変大きな意味があると思います。

健康管理は、努力の結果が結構はつきり出ますので、自分の人生を自分で創っていく自己啓発の第一歩としても最適です。御自身のためでもあり、家族のためでもあります。みんなで取り組みましょう。
7/20 廣濱 泰久