三重生産性革命特集

人手不足や生活の変化 重要さ増す生産性向上

企業にとって最大の経営課題は人手不足だ。女性活躍推進や高齢者、外国人労働者を活用する動きがある一方、中長期的な視点での生産性向上への取り組みが特に重要となっている。昨年からは、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う生活様式の変化で、リモートワークやテレビ会議システムの普及も急速に進んでいる。得意先の生産性向上に資する製品、サービスを展開している三重県企業を探った。

■小口輸送の積載効率向上

工場・倉庫で材料や製品を保管する棚（ラック）の製造を展開するゴーリキ（本社伊勢市大湊町、強力雄社長、電話0596・36・2104）は、トラック荷台用段積みラック「トラックラック」（商品名）を発売した。荷台の積載面積を増やし、積載効率を高めることができる。小口輸送向けニーズを見込んでいる。

小口輸送の積載効率を高めるゴーリキのトラック荷台用段積みラック「トラックラック」

ウイング車の荷台に設置して、重ねられない荷物が段積みできるようになる。幅2・25㍍、長さ3・16㍍で、荷台にしっかり収まるサイズ。高さは1・02～1・32㍍の間で、10㌢単位で変更が可能。

重さ250㌔で、耐荷重は2500㌔。4㌧車で2台、10㌧車では3台を設置できる。価格は税込みで50万円前後。

強力社長は「小口の混載便が断られるケースが増えてきて、困っている企業は多い。積載効率を高めるラックにより、運送業界、荷主双方の問題解決につながれば」と話している。

■製品安全評価の迅速化へ

自動車部品や家電製品、医療機器の安全性評価などを行うコスモス・コーポレイション（本社松阪市桂瀬町、濱口慶一社長、電話0598・60・1827）は今年6月、世界54カ国・91認証機関の認証機関が加盟するIECEE（電気機器安全規格適合性試験制度）の日本国内の加盟認証機関（NCB）に登録された。製品カテゴリーは、医療機器と計測機器の2分野。純粋な日本の民間企業として初の登録。

同制度では、認定試験所が実施した製品や部品の試験・検査結果について、NCBが審査して国際標準化機関であるIEC（国際電気標準会議）の規格に基づくCB証明書として発行すると、重複試験をすることなく加盟認証機関が提供する安全認証マークが取得可能となる。

同社では、NCB登録を機に、一層の製品安全評価の迅速化、品質向上を目指し、日本企業のグローバル展開に貢献していく考えだ。

IECEEのNCB暫定登録証を持つ濱口社長

■WEB会議システム使い分け効率化

事務機器の販売や保守管理を手掛ける四日市事務機センター（本社四日市市日永西、佐野智成社長、電話059・346・5411）で業務の生産性向上に大きな役割を果たしているのが、ウェブ会議システムだ。営業など対面でのやり取りは新型コロナで難しいなか、業務の用途別に複数のウェブ会議システムを使い分けて効率化を図っている。

同社は会議システムの特性に合わせて「Zoom」や「Teams」など用途別にウェブ会議システムを複数使い分けている。今春導入した「meet in（ミートイン）」は、会議に参加する際の面倒なログイン操作やアプリのダウンロードが不要で、強固なセキュリティーが特長。同社では社内会議や採用面接などで活用。また、本社と県内にある事業所同士を結び、情報共有に役立てている。

佐野社長は「クルマで移動する時間が減り、環境対策にもなっている。SDGs（持続可能な開発目標）の取り組みにもつなげたい」と話す。

四日市事務機センターは、用途別に複数のウェブ会議システムを使い分けている

様々な製品、サービスを展開する三重企業

■精密加工で時間・コスト削減

自動車用エンジン部品や錠前部品などの切削を手掛ける高洋電機（本社三重県玉城町中楽、高洋社長、電話0598・58・2121）は、ステンレスやハステロイといった難削材の精密加工で高い評価を得ている。

タングステンの加工で精度を高めるには、研磨するのが一般的だが、同社はプラズマイナス3℃の高い切削技術を有している。研磨レベルの工が不要で、時間とコストの大きな削減できる。

高洋電機の本社（三重県玉城町）

20年から、難削材加工を中心に米国市場の開拓に本格的に着手した。さらに、半導体装置向けの開発試作分野への参入に向けた設備計画するなど、新規市場・新規素材に積極的にアンジしている。

■営業担当者ゼロのモデルハウス

注文住宅の設計、施工販売のハウスクラフト（本社三重県菰野町福村、遠藤真二社長、電話059・344・2005）は、津市の総合住宅展示場（津市一身田大古曽261の1）で営業担当者を置かないモデルハウス見学を始めた。あらかじめ用意されたタブレットの動画を視聴しながら内覧する形式。営業担当者の声をかけられること無く、来場者が自分たちのペースで見学できるのを売りにしている。

動画は30分程度で、動画内で営業担当者が説明していく。来場者が実際に住むイメージを膨らませることができるようにと、案内の仕方にも工夫をこらしている。

モデルハウスの見学は通常、営業担当者を交えて一般的。直接的な営業要素を省くことで、見学者はより自由に見学できるとみた。遠藤社長は「総合住宅展示場のモデルハウスに、動画を置くのは珍しい。分たちのペースで話しながら見られることが、アピールになる」とアピールする。

無人見学で提供している案内動画のワンシーン（ハウスクラフト）