

次世代ワークフローシステムの活用による 短納期・小ロットへの対応と提案型営業への変革

概要

顧客が求める短納期・小ロット対応を実現していくためには、時間的ロス等を限りなくゼロに近づけることが課題となる。そこで、次世代ワークフローシステムを導入し、情報の一元管理を発展させ、各工程の効率化に取り組んだ。また、営業活動においては、効率化により捻出した時間を有効活用し、従来の受注型営業から顧客への新たな価値提案を行う提案型営業への変革を図った。

取り組みのきっかけ

これまで、印刷物における企画・デザイン制作～加工・納品まで一貫して対応し、地域に根差した印刷ビジネスを展開してきた。

しかし、印刷物を電子媒体に置き換える動きが進み、情報とコミュニケーションを支援する事業への転換を図り、同業他社との差別化を明確に打ち出す必要が生じてきた。

特に、営業活動、短納期対応、小ロット対応に問題があると考えた。

取り組みの目標

(1) 提案型営業への変革

システム導入により効率化された各工程の最適人員を算出し、営業活動にあてる時間創出を目指し、受注型営業から脱却を図る。

※旧システムによる見積り受注事務作業と新システムによる作業時間を計測し、比較を行う。

(2) 短納期対応

製版工程のうち、刷版工程での時間的ロスを削減することで顧客の短納期要望に対応できるか検証を行う。

※納期設定する際に用いる標準時間を20%以上削減

(3) 小ロット対応

フレキシブルな校正紙出力（ブルーフ出力）を行い、低いコストと早いタイミングで顧客に提案することにより、デザイン制作部門の魅せるノウハウの訴求や販売促進に関する総合プロデュース等、付加価値の高いサービスを提供することで、小ロットの採算向上を図れるか検証した。

※粗利益20%以上確保

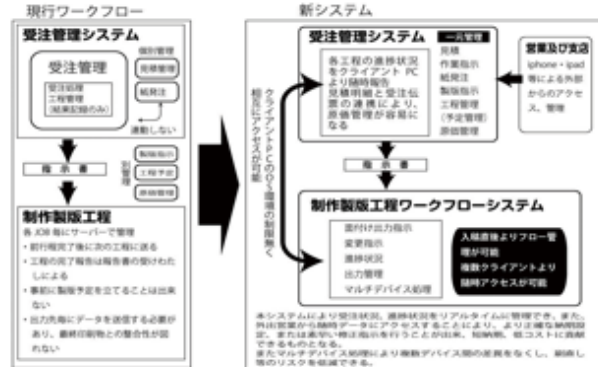
取り組みの内容

(1) 次世代ワークフローシステムの導入

各工程の効率化と提案型営業への変革を図るため、目的に合致した新しい「受注管理システム」と「制作製版工程ワークフローシステム」を導入した。

また、システムの稼働準備に必要な作業の洗い出し・整理、管理基準・業務運用ルールの整備、役割と責任の明確化、作業実行責任者の選出、システム導入に向けた研修実施などの体制整備を行った。

<新システムのイメージ>



<システム導入に向けた研修の様様>



◆システム導入の目的

①営業・制作支援

- ・インターネットを活用することで新しい情報を即座に反映させ、印刷物の付加価値を一段と向上させ、納期の大幅な短縮につなげる。
- ・いつでもどこでも誰もが同じ画面で進捗状況を確認できることで、顧客、営業部門、生産管理部門、デザイン制作部門が共通の認識で作業を進められるようにする。
- ・客先への移動や打ち合わせ等、時間に追われる営業担当者が、インターネットで随時校正等の作業を行えるようにし、営業活動の大幅な効率化を図れるようにする。
- ・修正前後のデータを1画面内で比較でき、校正履歴も残せるため、校正紙が溜まってしまふことを防ぐ。

②製造工程の効率化

- ・刷版に対する用紙の配置位置や目標とする色調に対するCMS、紙伸び等、見当ズレに対する台形

上野印刷株式会社

代表取締役 池澤 素直

所在地：三重県伊賀市四十九町2110番地

連絡先：TEL 0595-21-0801 FAX 0595-21-2818

E-mail：yokoyama@ueno-pri.co.jp（担当：横山）

URL：http://www.ueno-pri.co.jp

補正を自動的に設定することで、作業負担を大幅に軽減し、工程の時間短縮を図る。

- ・ワークフロー設定を切り替えるだけで出力条件やブルーフ（安全対策機能）等が自動的に変更されるため、急な印刷機の変更や印刷条件の変更に対し、データの投げ直しやジョブ設定のやり直しを防ぐ。
- ③タイミング、コストに応じた最適なブルーフ出力
- ・単ページ、見開き、面付け済み等、目的に応じて最適なタイミングでブルーフ出力が可能となり、さらに、高品質な束見本の作成等により早い段階で顧客の合意が得られ、工程の後戻りが防げるとともに、ブルーフ手段の使い分けでコスト削減と工程の時間短縮を図った。

(2) 提案型営業への変革

- ・受注管理システム導入により効率化された各工程の最適人員を算出し、営業部門への配置転換をすることで営業力を強化する。
- ・提案型営業への変革のため、企画提案力の向上にむけた社内講師による勉強会、顧客の売上向上支援に向けた社外講師による勉強会を行った。

(3) 短納期対応

- ・制作製版システム導入による時間的ロスの削減効果を、検版や印刷合わせなど製版工程の各工程ごとに計測。新たな標準作業時間を設定し、繁忙期の短納期対応力を強化した。
- ・受注状況や進捗状況など各種情報の一元管理と全工程での情報共有を図った。進捗状況を即座に確認できる仕組みを確立し、短納期対応の実現を目指した。
- ・営業担当者は、ネットワークを活用して顧客と画像データの確認や校正作業等を行い、早い段階で合意を得ることにより短納期対応を図った。

(4) 小ロット対応

- ・ワークフローシステム導入による資材ロスや時間的ロスの削減効果を工程ごとに計測、新たな標準原価を設定し、多品種少量生産への対応力の強化と標準原価の精度向上に努めた。

取り組みの成果

(1) 提案型営業への変革

- ・デザイン知識のある営業を配置することでお客様のニーズに合ったデザインや印刷物を提案するこ

企業概況

従業員数：20 名

資本金：1,000万円

業 種：印刷業およびインターネット関連事業（ウェブ制作、サーバーホスティング等）

特 色：「アイデアをカタチにできる会社」として、パンフレットやポスターなど各種印刷物の企画・デザインから印刷まで一貫して対応できます。

とが可能となった。システムを導入することで営業事務時間を短縮し、空いた時間をお客様への企画立案の時間や販促ツールの企画にあてることが可能となった。

見積書作成時間の短縮について

仕様例：8ページパンフレット、全頁4色、コート紙 62.5K、中綴じ、2,000冊
見積書作成時間：旧システム10分/件→新システム 4分/件
月間見積件数：平均92件
月間の改善効果：92件×（10分/件－4分/件）＝552分/月

(2) 短納期対応

C T P（印刷用版）出力の工程において、ワークフローの変化により校了後から刷版出力の手順が簡略化された。検証した4件の平均値は23分であった。刷版の精度が高くなり刷り出しにかかる時間も刷台1台につき10分短縮できた。

この2つの工程の短縮により従来の本工程所要時間につき、40%～50%（ケースにより異なる）の削減が実現できることが検証できた。

(3) 小ロット対応

資材ロス・時間的ロス、作業単価を測定し、標準原価の精度を向上させ、小ロットな提案型営業にも適正な価格で対応できるようになった。

開発製品・技術等のアピール

事務作業の省力化と顧客・営業担当者・制作担当者の情報共有を行い、顧客の短納期・小ロットな注文に対応できる。

売上を上げるための販促ツールをコーディネートすることで、顧客に新たな価値提案を行うことが出来る。

今後の展望

業務の効率化（営業余力の確保）により、これまで注力できなかった地域や顧客に営業を行い、収益向上を図る。

制作・営業両部門にデザイン技術の高い社員を配置することで、柔軟な企画提案、バリエーションの多いデザイン提案を行い、顧客のより高い要求にこたえていく。