

事例III ファイナルペーパー

テーマ	安く品質の良い製品を納期通りに、混乱なく効率よく作って、売っているか？			
重要フレームワーク	PQCDSME、特にQCDの改善 生産計画は立てられているか？→統制はされているか？生産性・生産効率は良いか？			
SWOT分析		H28 第1問 (a) H28 第1問 (b) H27 第1問 設問1 H27 第1問 H26 第1問 H25 第1問 設問1	業界における事例企業の強み 業界における事例企業の弱み 自動車部品分野に参入する際の強み① 自動車部品分野に参入する際の強み② 業界における事例企業の強みと弱み 首都圏市場への参入で活用すべき競争優位性	強みは～ 弱みは～ 強みは～ 強みは～ 弱みは～ 優位性は～
4M+I	Man(人) Machine(機械) Material(材料) Method(生産方法) Information(情報)	社長の強み・熟練工の存在 独自の設備・設備保全 材料・現品管理体制・調達先 生産方法・ノウハウ・技術 IT・システム・データベース		
生産管理	計画 統制	手順計画・工数計画・日程計画 一部のみの計画になっていないか？ 計画のスパンは長くないか？(大日程→中日程→小日程 / 年次→月次→週次→日次) 見直しはなされているか？タイミングは適切か？ 生産計画立案が片手間に行われていないか？専任担当はいるか？ 進捗管理 余力管理(工数管理) 現品管理	H29 第1問 H28 第2問 H26 第3問 設問2	CNC木工加工機の生産販売を進めるために検討すべき生産管理上の課題と対応策 収益改善のための生産管理面での対応策 業務移管に対応するための、生産計画や資材調達計画の改革案
生産性 生産効率向上	単能工 自己流の作業 情報非共有 各工程のバラツキ 段取り時間に無駄が多い 工場のレイアウトが非効率 設備保全に問題 コストダウン・リードタイム短縮 IT活用	→ 多能工 → 標準化・マニュアル化・教育の実施 → 情報共有(IT・データベース活用) → ラインバランス・ボトルネック管理 → 内段取りの外段取り化、無理ならシングル段取り化 → SLP(Systematic Layout Planning)による最適化 → 事後保全→予防保全→生産保全→自主保全→予知保全 → IE(Industrial Engineering)の導入 → POP(Point of Production): 工程ごとの生産数・良品数・不良品数などの情報をバーコードやPCで記録し、リアルタイムで生産工程の状況を把握する → 生産管理システム: 生産技術情報(各種マスタ)→生産計画→資材手配→工程管理→在庫管理を一元管理できるシステム(ERPソフト)	H29 第2問 H27 第1問 設問3 H27 第2問 H27 第3問 H25 第2問 設問1 H25 第2問 設問2	生産能力向上と、それによる余力を活用するための課題と対応策 短納期に対応するための改善策 鋳造工程優先の設備投資による、生産工程に生ずる問題点と改善策 生産管理をIT化するにあたり、活用すべき情報 問合せ対応の迅速化・短納期化を実現するために、共有が必要な情報 部内で業務効率化を図るための具体的改善内容
生産方式	連続生産 少種多量生産< ロット生産 多種少量生産< 個別生産 セル生産方式 デカップリングポイント トヨタ生産方式 P-Q分析	製品別レイアウト >見込生産< 機能別レイアウト >受注生産< 固定式レイアウト 1人または少数の作業チームが、部品や工具をU字型などに配置したセルと呼ばれるラインで、製品の組み立て工程を完成まで受け持つ生産方式。 受注に対してどのタイミングで在庫を持つか。見込み生産と受注生産・計画業務と実業務の切り替えポイント。 Just In Time(JIT)・後工程引取方式・カンバン方式・自動化・平準化生産・5S・5回のなぜ		
品質改善			H28 第3問 H26 第2問	クレーム改善のために、着目すべきクレームと対応策 加工不良率改善のための具体的対応策
経営判断			H27 第1問 設問2 H26 第3問 設問1	自動車部品を受注することによるメリット 取引先の唯一の国内調達先となるメリット
営業体制強化	提案型営業の実施・企画機能強化 ITを使った情報発信(HP・SNS・お問い合わせフォーム) 顧客データベースの活用		H29 第3問	潜在顧客獲得のためのHPの活用方法と、受注に結び付けるための社内対応策
経営戦略 今後の展望			H29 第4問 H28 第4問 H27 第4問 H26 第4問 H25 第1問 設問2 H25 第3問	設備投資・人員増なしで事業を進めるための製品・サービスの方策 顧客要望・生産管理レベル・経営資源を勘案した新規事業と社内対応策 国内生産を続けるために、強化すべき点と理由 新規販路開拓を成功させるための提案 首都圏市場への参入するために、変えるべき関東工場の役割と具体的対応策 過去の新規事業の失敗の要因と、今後の新規事業開発の留意点
その他のキーワード	マスカスタマイゼーション 購買管理 CAD/CAM コンカレントエンジニアリング 外注管理	セミオーダーメイド 長期取引・共同購買・コンパの実施・VA(VE)・在庫・発注方式(定期・定量・2棚法) CAD(Computer-Aided Design:コンピュータ支援による設計) / CAM(Computer-Aided Manufacturing:コンピュータ支援による製造) CADでデザイン設計を行い、CAMでNC加工プログラムの自動作成などを行い、NC工作機械で加工・生産を行う 製品設計・製造・販売などの統合化・同時進行化を行うための方法。製品ライフサイクル(概念設計～生産～販売～使用～廃棄まで)を開発初期段階から考慮 品質管理・納期管理・製造ノウハウ教育 カムアップシステム:外注先の工程管理を積極的にバックアップし、指定納期を守らせること		