

2024年（令和6年）1月17日

フジコン

代表取締役社長 大島 右京



2023年は非常に厳しい年とな
っているが、「お客さま密着」をス
ローガンに掲げ、案件数は過去最多
となっている。社長直轄チームで案
件管理を行い、その進捗を全社に見
える化して現状を共有し、全社一丸
となって復調期に備えた仕組みの整
備を進めている。

特に力を入れているのが「納期の
強み化」。納期とは、お客さまに製

お客さま密着と納期対応強化

いた。

製品の納期についても、少し先の
納期にも先行して着手できるように
なり、正確な納期回答もできるよう
になった。またさらなる納期の強み
化施策として、「計画生産」にチャ
レンジし、需要が予測しやすい売れ
筋商品やカスタム製品は在庫を持
ち、即納できる体制を整えている。

品を納入する納期だけでなく、サン
プル提供や評価データや環境デー
タの提出、見積もり回答など全てを対
象とし、できるだけ早く対応するこ
とに全社的に取り組んだ。お客さま
はコロナ禍と部品不足への対応で新
製品開発が遅れ、今それを取り戻そ
うとしている。お客さまからの依頼
に対するスピードを価値として取り
組み、お客さまから高評価をいただ

また生産改善チームを立ち上げ、生
産の自動化にも取り組んでいる。こ
れまで外部委託生産が多く、納期や
コストがかかっていたが、少しずつ
内製を増やし、短納期と品質安定化
を進めていく。

「お客さま密着」をさらに強化す
る取り組みとして、製品を購入して
くださるお客さまはもちろん、後工
程や外部パートナーもお客さまと定
義し、各部門で後
工程の満足度を高
める活動を202

3年度下期から始めた。社内部門
間の壁をなくし、コミュニケーション
の壁を減らすことで、スピード感
が高まり、納期も短くなり、最終的
にはエンドユーザーの満足度を高め
ることにつながる。まずは後工程が
何に困っているかを言語化すること
から始め、来期には具体的に改善活
動を始めていく。