

VOL.10

2025.9.16発行

ハシダタイムズ

気になるあの工場に潜入!



Vol. 3

図面1枚を送っていただけたら、金型製作から製品化まですべて名阪工場内で完結できる。そう語るのは、9つの棟に約100名が働く名阪工場のサブマネージャー。グループを牽引する工場の圧倒的な強みと、それを支える組織力に迫ります。

データと団結力でリードする、グループのマザー工場 名阪工場編

私たちが紹介します!!

名阪工場 サブマネージャー

R. T さん

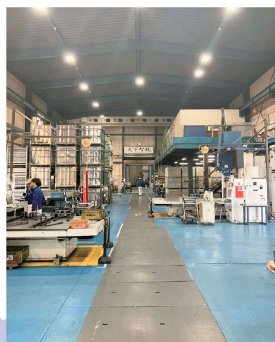
名阪工場

R. M さん

名阪工場

100名の大所帯! 多種多様な製品を生み出すグループの心臓部

主力製品は、ガスタービンの「インサート」と呼ばれる部品。このほか、トラクターのフレームや船舶に搭載する大型の触媒装置など、国内外に向けた製品を手掛けています。グループ会社から部品を集めて完成品として出荷することが多いのも特徴の一つ。「マザー工場」としての役割も担っています。



▲工場全体の様子



工場全体の雰囲気

01 棟の隔たりなく助け合う 約100名の一体感

第1工場から第9工場まで、9棟の工場におよそ100名の従業員が働いています。大所帯ではあるものの、従業員同士の仲が良いのも自慢できるポイント。棟ごとに隔たりはありません。休憩時間には自然と人が集まって話しています。

02 現場主導の情報交換が 迅速な連携プレーを生む

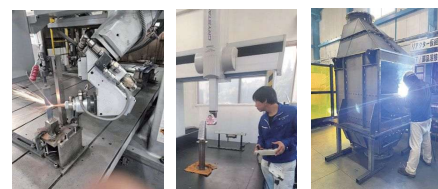
たとえば休憩中に「うちの部署が忙しい」という話が出れば、「じゃあ応援に行こうか」と自然に助け合いが生まれています。作業者同士での情報交換がスムーズで、管理者が把握する前に現場で率先して動いてくれることもあるため、非常に助かっています。

名阪工場の強み

ものづくりのスピードを 加速させる「金型部門」

最大の強みは、通常は外注することが多い「金型部門」を工場内に持っていること。お客様から図面を1枚いただだけで、金型の製作から製品化まで一貫して生産できる体制が整っています。製造部門と金型部門が隣接しているため、調整やトラブル対応もスピーディー。「一社に任せられるから楽だ」とお客様からも言われます。

また、新商品の立ち上げを任されることも多く、他工場との関わりが深いのも特徴です。繁忙期には互いに応援し合うなど、助け合いながら良い関係を楽しんでいます。



▲三次元レーザー加工機

▲三次元測定機測定風景

▲半自動溶接風景



▲機械加工風景

▲金型メンテナンス風景

▲TIG溶接風景



▲CAD(設計)風景

▲VTM風景

名阪工場オリジナルの取り組み

01 データ分析で課題を根本解決

何か問題があれば、まずデータを取って分析する文化が根付いています。例えば、各工程の作業時間を計測・分析し、ボトルネックを特定して時間短縮やコストダウンを実現しました。

改善事例

以前、原因特定が困難だった製品の不良に対し、1年間データを記録し続けました。そのデータを分析して原因を特定し、改善を重ねた結果、3年目には不良をゼロにできました。この成功体験が、データ分析文化が生まれたきっかけです。

02 現場の声から 新たな可能性が生まれる

各チームが週に一度など時間を決め、自主的に安全や品質、生産性について話し合う会議を行っています。現場からの提案で新しい設備が導入されることもあります。



▲3000tプレス風景



▲1700t油圧プレス



▲500t油圧プレス



大型自動溶接機 (ホジロボ 31仕様)

今後の目標

一つは年間利益 円の達成。もう一つは、品質、安全、売上利益のすべてにおいて常に先頭を走り、皆のお手本となるような工場になることです。現在は目標達成のために、人材育成による個人の技量アップに向けて奮闘中。加えて、仕入れ先を見直して経費を年間2%削減するなど、現場の皆が自ら協力して利益創出に取り組んでいます。

Check it!

名阪工場への質問はここから!



全社の知恵が集結!

技術展示会

完了レポート Technology Exhibition

今夏開催された『第30回 機械要素技術展』。当社が全力をあげて参加し、大きな成果とともに幕を閉じました。今回は、プロジェクトを牽引した S さんが登場。困難から回結へと至った舞台裏、そしてすでに動き出している次回へのビジョンについて伺いました。

展示会の概要

日程 2025年7月9日(水)~11日(金) 会場 幕張メッセ
10:00 ~ 17:00

主要参加工場 東京、稲沢、名古屋西、八尾、岡山の5工場に
その他拠点も加え、総勢十数拠点に参加

東京工場 営業部
チームリーダー

J. S さん

03

次回への展望

新たな舞台への準備はすでに始まっている

ハンダ技研内では、本展示会の重要度が年々高まっています。従って、来年に向けた出展準備は、本社の経営支援室が主導する形へと変更。従来は最短で3か月という短いスパンで準備する拠点もありましたが、**次は1年をかけて計画を進めていく**ことになりました。実は、先日第1回のミーティングが行われ、今回の分析結果の共有を終えたばかりです。来場者の業界やお問い合わせジャンルなどのデータをもとに、「**需要があるものをどうアピールしていくか**」「**デザインはどうするか**」といった戦略を練っていきます。

皆さんへメッセージ

最高の仲間と最高の機会を創りたい

皆さんのご協力によって、良い展示会が実現できました。「お客様にアピールできる絶好の機会だった」と実感するとともに、「**次回はもっと良いものにしたい**」という思いです。展示会での「ご縁」を大切に、それがいつか実を結ぶことを信じて、引き続き取り組んでいきます。



切

参加者のコメント



名古屋西工場
マネージャー K. N さん

手応えを感じた瞬間・エピソード

得意とする『金属板の曲げ』の見本を展示したところ、同業者の方から「ここまで美しくはできない」と高く評価していただけたことは、技術者として大きな喜びでした。後日、工場見学のお話もいただき、今後のビジネスに繋がる確かな手応えを感じています。

新たな発見・学びと今後の抱負

改めて、ハンダ技研の対応力の幅広さを実感し、他工場のことも深く学び、より広い提案をしていきたいと思いました。また、展示していたランプシェード風のオブジェが「商品として売れる」と好評で、実際にご購入くださる方まで現れたのは大きな発見でした。何気ない展示品から新たな価値が生まれるという、ものづくりの原点に触れられた、刺激的な経験となりました。



本社
経営支援室 R. I さん

手応えを感じた瞬間・エピソード

特に印象深かったのは、他社ブースの巧みな「魅せ方」です。照明やパネル配置一つで、一瞬で内容が伝わるブース構成は大変勉強になりました。次回は入り口すぐの場所という絶好の機会をいただけますので、「**気になる**」と思っていただけるようなブースを目指してまいります。

新たな発見・学びと今後の抱負

お客様から寄せられる技術的なご質問に対し、現場経験の乏しさからの確かな回答ができない場面があり、歯がゆい思いをしました。お客様の課題に真に寄り添うため、この経験を糧に加工に関する知識を一層深め、ご期待に応えられるよう努めてまいります。



▲準備期間



八尾工場
サブマネージャー K. U さん

手応えを感じた瞬間・エピソード

板金加工と塗装を別々に発注する手間にお困りだったお客様に、八尾工場での一貫対応をご案内したところ、大変喜んでいただけました。当社の強みがお客様の課題解決に繋がったことにやりがいを感じ、後日、具体的な引き合いをいただけたのは大きな成果です。

新たな発見・学びと今後の抱負

他工場の製品や技術を深く学べただけでなく、共に協力してお客様にアピールできたことで、工場間の絆が深まったと感じています。ここで築いた「顔の見える関係」は、将来困難な場面が訪れた際に必ず助けとなるはずです。この繋がりを大切に、グループ全体の力でお客様の期待に応えたいです。



稲沢工場 N. T さん

手応えを感じた瞬間・エピソード

事前準備で担当した紹介動画に、多くのお客様が足を止めてくださった時に達成感がありました。また、工場紹介パネルの説明を通じ、各工場の強みを活かすハンダグループの総合力を高く評価いただく場面も多く、私たちの体制そのものに価値を感じていただけたのは大きな収穫です。

新たな発見・学びと今後の抱負

マネージャー方が高度なご相談にも即座に対応する姿から、グループの技術力の高さを再認識しました。その魅力を余すことなくお伝えできるよう、稲沢工場以外の知識も深め、お客様のあらゆる課題に応えられるようになりたいと考えています。



▲展示会当日

01

出展の狙いと成果

全社一丸で揃んだ、次のビジネスへの確かな一歩

この展示会には、ハンダ技研の前身となる墨田加工時代から参加していました。「樹脂と金属分野の拡販を」というテーマで出展していましたが、今年はビジョンをさらに拡大。主要5工場のみならず、他の拠点の製品なども展示し、**ハンダ技研としての知名度アップとPR**を狙って臨むこととなりました。

そして迎えた展示会当日。数多くの方にブースへお越しいただき、**名刺交換をさせていただいた人数は延べ272名!** 昨年の253名を上回ったこともあり、おかげさまで東京工場では**3社から具体的なお引き合いをいただく**、という成果につながっています。

02

準備期間中の苦労とチームの成長

「距離の壁」をハンダ技研オールスターで乗り越える

今回の出展で掲げたのは、「多岐にわたる製品をハンダ技研としてどうアピールしていくか」という当社初となるテーマでした。しかし、各拠点が離れているため、何を決めるにしてもメインはWeb会議。しかも、20名以上のメンバーが揃う大所帯です。**意思疎通を取りづらい環境の中で、前例のないPR手法を模索していくことになりました。**全員で悩み抜いた結果、展示物を置けない拠点は、「**紹介パネル**」や「**ポスター**」を会場に貼り出してPRする、という方針で決定。そのプロセスの中で、**当初はバラバラだったチームに一体感が生まれ、最終的には一つの方向に向かって進むことができました。**