



製品サンプル

精密板金加工で 試作品を短納期で供給

株式会社 大京精研

事業内容と沿革

小ロット品が得意

昭和63年に京山英治社長が立ち上げた個人経営の「大京製作所」がルーツ。当初から板金加工が主体で特定顧客に過度に依存せず、幅広く顧客を開拓してきた。展示会などを通じて顧客を増やし、現在の取引先はざっと100社余り。業種の幅が広いので経営的に安定した体質を築いてきた。小規模な企業ながらプレス加工機、各種溶接機、油圧プレス機、レーザー加工機、タレットパンチングプレス機など多彩な設備を保有し、木村典昭営業部部長は「顧客にうちではできません、と言ったことがない」という。製品サイズも幅広く、手のひらに収まるサイズから長さ3m近いものまで対応できる。特徴的なのは製品ロット数で木村部長は「当社では1ロット100個もあれば量産の部類」と笑う。1、2個単位のものも多い。保有設備が充実していることもあり納期対応には自信がある。「納期で困った企業が駆け込んでくるケースも時々ある」という。問題解決型の業態なので価格競争に巻き込まれることを嫌う。顧客の課題に対応するのが中小企業の生きる道だと考えている。設備投資も意欲的で、平成27年もレーザー加工機を更新した。5年に1度ほどのペースで新鋭設備を導入している。

強み

YAGレーザー溶接機導入で 業務拡大図る

技術力に磨きをかけるため、YAG(イットリウム・アルミニウム・ガーネット)レーザー溶接機をいち早く導入した。顧客から薄板の突き合わせ溶接を依頼されたもののTIG(タングステン不活性ガス)溶接や半自動溶接では期待される品質が得られず、困っていたところにこの装置と出会った。高価だが、トップの判断で平成12年に購入した。当初まだこの装置を保有する加工メーカーは数少なく、単品の試作品用に使っているところは大阪府内でも珍しかったという。現在ではロケットタイプとハンディタイプの両機種を稼働させている。従来工法と比べ加工時間が大幅に短縮され、仕上げ加工の負担も軽減できた。品質も良好で、設計の自由度も高まる。よってトータルコストではかなりのメリットがある。その結果、この装置の導入で顧客層がさらに広がった。工場運営の基盤づくりの一端で5S活動(整理・整頓・清掃・清潔・しつけ)も推進。2年前から取り組み、今でも毎月10日に全社員が集まり、改善テーマを出しあう。すっかり定着しており、従業員のコスト意識や不良内容の分析など社員のモチベーションは着実に上がっている。木村部長も「この2年ほどで職場は大きく変わった」と手応えを感じている。



ビーチアDX



工場内



若手が目立つ工場内



本社工場

- 企画提案
- 試作受託
- 短納期対応
- 多品種少量
- 量産対応
- コスト相談
- オンラインワン

最新設備で
他品種少量生産を極める



代表取締役
京山 英治さん

他品種少量生産という現代の産業ニーズは板金業界においても例外ではありません。しかも世の中はめざましいスピードで進歩しています。創業時からユーザーのどのような要望にも応えられるように、最新設備を導入し確かな技術と責任感を備えた人材の育成に取り組んできました。その結果、豊かな感性や個性を持ち仕事に対して前向きな積極派がそろっています。今後もますます多様化するユーザーニーズにより早く、より正確にお応えすべく尽力していきます。

主な事業内容

家電製品の試作板金部品、各種精密板金部品の製造・販売、福祉機器の製造・販売

主な取引先(納入先)

大手電機メーカー、自動機メーカー、食品メーカーなど

【住 所】〒571-0043 大阪府門真市桑才新町21-5
【T E L】06-6916-2177
【F A X】06-6916-2188
【創 業】昭和63年3月 【設 立】平成7年1月
【資本金】1,000万円 【従業員】25名

カドマイスターの取り組み

福祉機器「浴槽用入浴車」も 開発

加工業を主とする一方で完成品を持つメーカーになるべく試行錯誤を続けてきた。それが形になったのが福祉機器の浴槽用入浴車「ビーチアDX」。介護施設から相談を受けたのを契機に開発に取り組み、平成21年頃から販売を始めた。入浴者を座らせたまま浴槽に入れるので、ヘルパーの負担も軽減される。垂直に上下動するのがポイントで、微妙な調整も自由自在。入浴者は手すりなどにつかまることなく、肩までつかって温まることができる。板金加工だけでなくパイプ加工など多彩な技術と設備を保有する強みを生かし、すべて自社内で生産している。価格は競合商品と比べかなり割高だがすでに200台以上の実績があり、木村部長は「開発の方向性は間違っていない」と自信を見せる。価格面だけでなく顧客と長く付き合うというポリシーがここにも生きている。販売は直販方式がメインで手間にかかる半面、顧客の声がストレートに伝わるメリットも感じている。

今後の展開

5S活動ベースに 攻めの経営へ

加工メーカーとしては念願の完成品を保有するメーカーになった。受け身の仕事ばかりではなく、メーカーの考え方を自ら理解したうえで事業に付加価値を見いだしている。基本的には現在の業態を維持したまま発展させることになる。5S活動を開始してから売り上げの推移をグラフにより「見える化」したところ、売り上げ増が実感できるようになった。「これまでは不良発生の内容分析や原価意識など考えたこともなかった」だけに効果は大きい。社員の平均年齢が20歳代と若いこともあって浸透は早かった。5S活動を生かして企業の基盤を確固たるものにし攻めの経営に転じる。人材も戦略的に採用する方針で、木村部長は「製造現場はきつい仕事だが、何とか人材確保したい」と語る。基礎固めは着々と進んでおり、売り上げも堅調に推移している。「どこにでもある鉄工所ではなく、大手企業の良いところを参考にしつつ将来のイメージを描きたい」と、“次の一手”を打ち出すタイミングは近づいている。

<http://www.daikyo-seiken.co.jp>

