

大量生産を前提としたモノづくり

試作から量産へ

生産技術の確立



Mitsuo Emoto

[プロフィール]
1949年生まれ、岡山県出身。72年大塚化学(株)入社。77年大塚食品(株)へ移籍、研究所、開発部、生産技術部、市場開発部、マーケティング部、生産技術本部に勤務。2014年に大塚食品(株)退社後、日本食品技術(株)設立。専門は栄養製品、経腸栄養剤(医薬品)、流動食、レトルト食品、冷凍食品。ISO 9001・ISO 22000 審査員補。ワインアドバイザー(一般社団法人日本ソムリエ協会)。11年より食品技術士センター会長。

「最初の一品」は大量生産が可能な仕様であることが必要である。商品化とは、家庭で作る調理品を基に、製造工場の設備をイメージしながら形づくる作業だが、これが完成すれば、次に大量生産のための生産技術の確立が必要になる。

ここで留意すべきは、効率の良い生産システムを確立するために、製品のコンセプトや味を犠牲にはならないということだ。生産技術とは、少量での商品化技術を援用して工場での大量生産技術を確立し、最適な生産設備を選定するものである。さらに、生産開始後も生産の効率化とコストダウンを目指し、常に改善を行う。

既存の生産設備が利用できればよいが、他社との差別化を図った新商品では、新たに設備投資が必要となる場合が多い。ちなみに、筆者の所属していた企業では、新技術には新規設備を躊躇なく導入してもらえ、状況であったため、イメージした設備が工場に次々と設置されていく素晴らしい経験を見せてもらった。



人件費の面では、技術の熟練度との兼ね合いとなるが、正社員のほかに契約社員やパート社員の採用が想定される。その後の段階の選択肢として、外部委託(OEM)の検討となるが、OEMを選択した場合、新規設備投資を低減できる半面、技術蓄積ができない上に、自社技術の流出が懸念される。

通常は、販売当初にOEMで商品を市場に展開して状況を確認し、大量消費の可能性があれば自社で設備投資する。最初から設備投資を前提に設計する場合もあるが、これもまた資金の余裕がある企業でなければできないことであろう。

このように、生産技術を駆使することによって、工場出荷原価のうち加工費・人件費のコストダウンが行われる。原価を低減させることにより、粗利の増加が可能となる。粗利が増大すれば、市場展開のためのプロモーションに多くの経費を確保できる。すなわち、高い商品力によって、高い営業力が維持できることになる。