

キャッチフレーズ:みんなで築こう健康世紀(健康長寿社会に貢献する世界一の歯科企業への挑戦)

Ⅰ. 経営理念(企業ビジョン)

2021年に世界No.1の歯科工場を目指す

Ⅱ-1. 企業概要

代表者 : 池谷 智明 (取締役富士小山工場長)
 所在地 : 静岡県駿東郡小山町中日向584-1
 事業科目 : 歯科用セメント、歯科用ユニットの製造

従業員 : 230名(正社員 109名、他37名)
 資本金 : 95億円 (株式会社ジーシー)
 関連会社 : (株)ジーシーデンタルプロダクツ、(株)ジーシーアサヒ、大成歯科工業株式会社、新発化学工業株式会社

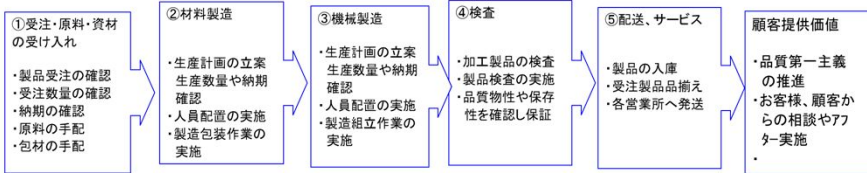
Ⅱ-2. 沿革

- 1921年2月 会社設立
- 1978年3月 富士小山工場 竣工
- 1980年4月 第二工場
- 1988年 月 第三工場
- 2008年 月 第四工場

Ⅱ-3. 受賞歴・認定・資格等

- 1994年11月 ISO9001認定
- 2000年11月 デンコ賞受賞
- 2004年11月 日本品質管理学会賞
- 2008年10月 日本歯科センター会賞受賞
- 2010年4月 GOC/産大賞受賞
- 2014年10月 日科技術品競争力ランキング2位受賞→2018年日科技術品競争力ランキング4位

Ⅲ-1. 内部環境(業務の流れ)



業務の流れ	他社との差別化に繋がっている取組
①受注・原料・資材	年間生産計画とも合わせ月々の受注量を確認し原材料手配も合わせ各部署がオンラインで確認。
②材料製造	生産計画を立案し製造開始から入庫までを一括管理し納期遵守や受注残防止を図っている。
③機械製造	生産計画を立案し組立開始から入庫までを一括管理し納期遵守や受注残防止を図っている。
④検査	より良い製品の品質維持に向けての検査業務を強化しての中間製品や最終製品の確認を実施。
⑤配送、サービス	各営業所への工場から直送を実施。
顧客提供価値	お客様に対しての品質第一主義を徹底し信頼に応える。

Ⅲ-2 内部環境(強み・弱み)

<p>【自社の強み】</p> <p>ジーシーグループ全体で進めている中で富士小山工場として「絶対品質」を実現する世界NO.1の歯科工場をめざし、現場でさまざまな品質管理や改善活動を進める独自の工場革新活動「GC Factory Way」を実践。その活動成果は世界の工場にひろがっています。また、社内の専門教育機関である「ものづくり大学」を併設し、高い技能を持った人材を育成して海外の生産拠点へ送り出しています。</p>	<p>【自社の弱み】(経営課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新製品の開発設計に対する生産設備の強化 ・工場技術人材の育成の強化
<p>【その理由・背景】</p> <p>ジーシーは21世紀を「健康世紀」と位置づけ、世界中の人々の生きる力を支え続けていく、世界NO1の歯科医療総合メーカーをめざします。</p> <p>口や歯の健康にかかわる歯科医療は、人々のQOL(Quality Of Life)の向上に直結するもので、「生きる力を支える医療」として一層の役割を果たすことが求められています。ジーシーは、世界的な高齢化・健康志向などの世の中の変化に対応し、「健康長寿社会」づくりを通じた「健康世紀」の実現に貢献してゆく所存です。</p>	<p>【その理由・背景】</p> <p>「生きる力を支える歯科医療」に携わるジーシーでは、臨床データに裏付けられた安全性・有効性に関するEBD(Evidence-based medicine)を蓄積し、「研究開発」「生産・製造」「営業・販売」それぞれの分野が互いに関わりあいながら高品質な製品を生み出し、世界の人々に真の健康を提供する世界No.1の歯科医療総合メーカーを目指しています。</p>

Ⅳ. 外部環境(機会と脅威)

機会	取組の優先順位
歯科材料において高付加価値製品が求められる傾向にある。	1
歯科医師・歯科ユーザーへの市場調査の実施。ホーム診療などが求められている。	2
国内外における歯科材料・歯科用ユニットなどのデンタルショーの実施しにおいて高品質製品が求められている。	3

脅威	取組の優先順位
国内外の地域や物価により高価製品よりも低コスト製品の要求が大きいの。	1
海外メーカーの規模や販売網が大きく販売拡大に大きな競争力が必要となっている。	2
優れた人材の育成が必須(資格者・マイスター・技術者)となっている。	3

Ⅴ. 今後のビジョン(方針・戦略)

外部環境と知的資産を踏まえた今後のビジョン	①	年度毎の生産計画の予算に対しての目標達成に向けての業務改善を継続し生産実績を残す(生産性倍増)。
	②	生産工場としての人材育成・教育指導を行い資格者の育成を行う(グローバル人材の確保)
	③	次世代への経営戦略としてのリーダーシップ人材の育成を行う(管理職確保)。
今後のビジョンを実現するための取組	①	年度の方針管理の推進し業務効率化を図るための改善活動を実践して行く。
	②	OJT教育、多能工などを推進し技術や知識習得を推進する。
	③	特別教育や管理職教育などを計画をもって進める。

Ⅵ. 価値創造のストーリー

知的資産-ドット	<p>【過去～現在のストーリー】(2000年～2010年) 知的資産の活用状況</p> <p>人的資産 ※従業員が退職時に一緒に持ち出す資産(ノウハウ、技能、経験、モチベーション、経営者の能力など)</p> <p>1)人材育成としてのリーダーシップ人材の確保 3名/年 2)マイスター人材 0名 3)管理者教育の推進 定期講義や通信教育の実施。</p> <p>構造資産 ※従業員の退職時に企業内に残留する資産(システム、ブランド力、もつたる仕組みなど)</p> <p>1)工場革新活動「GC Factory Way」の推進。 工程生産性100% 2)ものづくり大学の推進 入学者の希望・育成。 3)従業員アンケートの充実 社員満足度70%以上</p> <p>関係資産 ※企業の対外的関係に付随した全ての資産(販路、顧客・金融機関などとの関係など)</p> <p>1)歯科関係友の会会員 15000名 2)製品販売のデパート販売 3)歯科衛生士への工場見学や大学・高校への就職活動を推進。</p> <p>その他 ※上記3分類に属さないもの(資金、設備など)</p> <p>1)新製品の創出 2)生産工程の半自動化 3)原価低減活動の推進。</p>	<p>【現在】</p> <p>-工程生産性 100%</p> <p>-売上高 100%</p>
	<p>【現在～将来のストーリー】(2011年～2017年) 知的資産の活用目標</p> <p>人的資産</p> <p>1)人材育成としてのリーダーシップ人材の確保 5名/年 2)マイスター人材 3名/年 3)ものづくり大学を開設 生徒数77名 工場独自の人材育成(リーダー・管理者教育の育成強化)</p> <p>構造資産</p> <p>1)工場革新活動「GC Factory Way」の推進 工程生産性200%倍増 2)ものづくり大学の推進 卒業生の講師・マイスターとしての国内外派遣。 3)従業員アンケートの充実 社員満足度100%</p> <p>関係資産</p> <p>1)歯科関係友の会会員 35000名 2)工場・受注センターから直送販売 コスト削減、リードタイム短縮。 3)歯科衛生士への工場見学 来場1000名/年間 大学・高校への就職活動を推進強化。</p> <p>その他</p> <p>1)新規分野への進出 2)生産工程の自動化 3)国内外に向けて工程・製品のトランスファトによる効率化・低コスト生産の実現。</p>	<p>【将来】</p> <p>工程生産性 200%</p> <p>売上高 200%</p>