



株式会社幸和製作所
福祉用具総合メーカー
ご利用規模：150 ユーザー
導入パートナー：株式会社大塚商会
<http://www.tacaof.co.jp/>

ペーパーレスの実現で、意思決定のスピードが劇的に向上しました

Garoon&kintone が支えるスピード経営

シルバーカーのトップシェアメーカーが福祉用具総合メーカーとしてさらなる飛躍を目指す

概要

昭和 40 年創業の幸和製作所は、お年寄りの散歩や買い物をサポートする歩行補助具、いわゆる "シルバーカー" という製品分野をいち早く開拓したパイオニアだ。様々な企業が参入したことで競争が激化した現在の国内シルバーカー市場においても、シェア 50% を維持している。現在では、シルバーカーやその発展形だけにとどまらず、車イス、杖といった移動補助具、さらには入浴関連や食事関連などの介護補助具に至るまで、幅広い分野の製品を「Tacaof (テイコフ)」ブランドで展開。並み居る競合を制し、「福祉用具の総合メーカー」として成長を遂げるためには、意思決定のスピードアップが求められる。そして、意思決定のスピードアップのためには「Garoon on cybozu.com」(以下「Garoon」)と「kintone on cybozu.com」(以下「kintone」)が不可欠だったという。その導入までの経緯、および、現在の利用状況を同社のシステム担当者にかがった。

導入前の課題

競合他社の 6 倍のペースで高品質な新製品を生み出すには、消費者や販路からの情報活用が不可欠。

幸和製作所の企業理念は、より多くの方が幸せに、そして心豊かに日常生活を過ごせるよう、"よりよい製品づくり"を目指すことだ。高齢者人口が増加し、福祉用具全般の市場が拡大していく中で、この企業理念を実現し続けるためには、ビジネスのスピード感が重要だと考えており、他社は年間で 30 種類程度の新製品を出しているところ、幸和製作所では年間 200 種類以上の新製品をリリースしている。販路としては、介護と量販店という 2 つのチャネルがあるのだが、ホームセンターや大手スーパーといった量販店の場合は、次々に新たな製品を求められるという。「もちろん、売れ行きを考えての要望ですが、やみくもに製品数を増やすわけにはいきません。弊社では年間 1000 通を超える購入者からのアンケートはがき、あるいは市場動向を綿密に把握し、それを社内ですっかり共有することで、他社を圧倒するペースで新製品を送り出していると自負しています。」

シルバーカーはお年寄り本人よりも、その子供や孫が母の日や敬老の日のプレゼントとして購入することが多い。その点も考慮して、同社の製品ラインナップにはカラフルでおしゃれなものが多い。このように市場ニーズにあわせた製品を、スピード感を上げてリリースしていくために、開発と営業だけでなく、修理窓口や直販サイト担当者なども含め、様々な部署間で情報交換や意思疎通を図っている。そうして全社から集まってくる情報をデータ化し、開発方針を判断する材料にしているのだ。

また、対象がお年寄りや体の自由がきかない方々だからこそ、品質にも相当なこだわりを持っている。シルバーカーなどの福祉用具は、国家標準である JIS (日本工業規格) で基準が定められていない。そのため、日用品の安全性保証を目的とした一般財団法人製品安全協会の SG マークの認可を受けることになるが、同社ではそれだけでは不十分だと考えている。より高い強度を目指した独自基準を社内で作っている。そうした独自基準の作成と、しかも形骸化しないよう維持するためには、どうしても社内の各部署間での密接な連携が不可欠なのである。