

ポーライト株式会社



本社所在地	: 埼玉県さいたま市北区日進町 2-121
創業	: 1952 年(昭和 27 年)11 月
資本金	: 9000 万円 (グループ約 50 億円)
代表取締役社長	: 菊池 真紀
従業員数	: 370 名 (グループ約 2900 名)
事業内容	: 粉末冶金法・MIM 製法による各種機器向けの焼結 含油軸受け・機械部品の製造・販売
URL	: ポーライト株式会社
利用製品	: 「サイボウズ ガルーン」

機械部品を製造するメーカーであるポーライトでは、すでにくつつかのグループウェアを活用していたが、全社、他部門間の情報共有をポータルに集約すべく EIP 型グループウェア「サイボウズ ガルーン」を導入した。

その経緯や目的、効果、決め手など常務取締役 菊池 洋文 氏に聞いた。

- ▼ [プロローグ グローバル企業が求める厳しい要求に応える](#)
- ▼ [課題 個人の力を組織の力へ。情報共有で高める競争力](#)
- ▼ [解決 縦軸（経営）と横軸（部門）の情報をポータルに集約](#)
- ▼ [解決 生産・販売管理の既存システムの連携でパワーアップ](#)
- ▼ [エピローグ ガルーンで無駄を省いて年間 800 万円の効果あり？](#)

プロローグ グローバル企業が求める厳しい要求に応える



▲常務取締役 菊池 洋文 氏

ポーライト株式会社は、OA 機器や AV 機器、自動車等で使われる小型モーター用の含油軸受けや歯車などの機械部品を製造するメーカーである。同社の製品は主として金属粉を成形・焼結する粉末冶金法と呼ばれる方法で作られ、低コストで複雑な形状の部品ができるのが特徴。粉末冶金法で作られた多孔質の素材に潤滑油を含ませ、自己給油ができる含油軸受け(オイルレスベアリング)が主力商品となっている。取引先は大手電機メーカー、自動車メーカーと半数以上が海外に製造拠点を持つ企業であるため、早くから海外に拠点を展開してきた。現在、国内に 2 工場と 3 つの支店/営業所、海外には台湾、中国、シンガポール、アメリカ、フランスなど 11 拠点を持つ。同社は品質、コスト、スピードすべてにおいて高い水準が求められる業界において、競争力を高めるため「サイボウズ ガルーン」を導入した。導入にあたってはサイボウズ製品以外にも他社製品を含め検討されたが、「簡単で使いやすい」といった機能面のほか「導入実績の多さやサポートへの安心感」などサイボウズに対する信頼が決め手になった。

▲「トピックス」に戻る

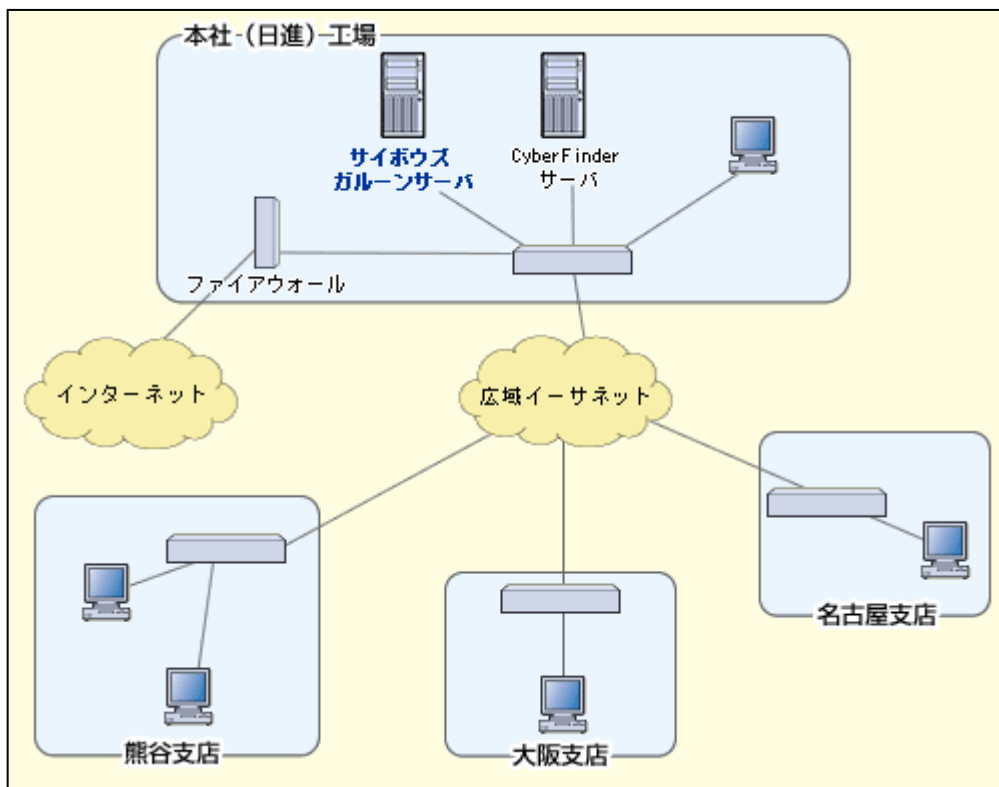
課題 個人の力を組織の力へ。情報共有で高める競争力

ポーライト株式会社は 1999 年にグループウェア（他社製品）を導入したものの、部長職以上のスケジュール調整と施設予約程度にしか使われず、利用者は 10 人から 15 人と社員の 5%にも満たなかったという苦い経験がある。今回はその経験をふまえ本格的なグループウェアの活用に取り組んだ。

前回は「導入の目的が明確でなく社員にも積極的に活用しようという意識が希薄だった」という反省から、各部門からプロジェクトメンバーを集めてグループウェア運営委員会を設立。常務取締役の菊池洋文氏が陣頭指揮をとり導入が進められた。

菊池氏は「全社、部門間での情報共有ができていないばかりでなく、同じ部門内でも情報共有がされていない。いわば個人商店の集合体になっていました。品質、コスト、スピードあらゆる面で厳しい競争が強いられる業界において、組織の力が生かされなければ生き残れません。情報共有によって組織の力を生かすことが急務でした」とグループウェア導入の目的を説明する。

2004 年 9 月にグループウェア運営委員会が発足し検討が始められ、2005 年 1 月には「サイボウズ ガルーン」を試験導入。4 月から本格運用に移行した。今回はすでに社員の 7 割以上が活用しているというから大成功と言えるのではないだろうか。



▲「トピックス」に戻る

解決 縦軸（経営）と横軸（部門）の情報をポータルに集約

同社では情報共有を進めるため『縦軸と横軸の情報』という考え方を取り入れた。縦軸とは経営者から社員へ、経営方針や会社の動向を周知させるということ。横軸は部門をまたがる情報の共有である。菊池氏は「この 2 つの軸の情報をひとつに集約する

ことが、情報の共有と活用を進めるポイント」と考えた。

製品を選定する段階では「Office 6」も候補に挙がっていたが、「**「全社共通の情報、部門ごとに必要な情報を整理して提供することが必要である**」

という判断から、「サイボウズ ガルーン」で、全社、部門ごとのポータルページを作ることにした。社員は入社すると、まず全社ポータルページで全社員への通達事項を確認。それから各ポータルページで必要な情報を確認するというスムーズでわかりやすい情報共有が実現した。

「今回の導入では社長が一番積極的でした。どうしても全社員に向け経営に関して話す機会は限られてしまいますが、ガルーン導入後、月に1回は全社ポータルページにメッセージを掲載して、その機会を補うようにしています。全社員に自分の考えをダイレクトに伝えることができるようになり、経営のスピードもアップできると期待しています」

同社は「サイボウズ ガルーン」の導入を契機に、個人商店の集合体から経営者の強いリーダーシップによる組織の力で戦える企業に変貌している。



▲全社ポータルページ。社長からのメッセージを掲載することで経営方針や会社の動向を全社員に知らせる。

▲「トピックス」に戻る

解決 生産・販売管理の既存システムの連携でパワーアップ

同社ではすでに稼働している生産管理・販売管理システムとの連携という課題もあったが、パートナーの大塚商会の支援により、製造情報、営業管理のポータルページにそれぞれ必要なデータをリアルタイムで表示させ活用している。

「当社の国内工場は本社と熊谷の2カ所にあります。製造情報のポータルページでは、それぞれの工場ごとに入庫数（生産数）や工程ごとの仕掛数、製品情報を見ることができます。製造部門では使い勝手がいいと生産管理システムを使わず『サイボウズガルーン』から製品情報を検索する社員が増えています。

販売管理のポータルページでは拠点毎に予算対実績や在庫情報を確認できるので、営業力の強化につながると期待しています」また、見積り台帳、設備台帳、クレーム台帳など、これまでエクセルで作成されていたデータを「デヂエ」に集約。サイボウズガルーンとの連携も進めている。

「営業、品質管理部に集まるクレームは、それぞれの部門のクレーム台帳に記録されていました。これがエクセルだったりメールだったり形式を統一しないで蓄積してきましたから、クレーム情報を検索して有効活用することはできていませんでした。

そこでデデエにクレーム情報を集約しデータベース化。『サイボウズ ガルーン』を使って部門にまたがって共有、有効活用することで、品質向上や営業活動に役立てたいと考えています」



▲製造情報ポータルページ。

製品情報のほか、入庫数、仕掛数など生産情報を集約。



▲営業管理ポータルページ。

スケジュール調整のほか、在庫・入庫・工程情報が把握でき
営業支援ツールとして活用されている。

▲「トピックス」に戻る

エピローグ ガルーンで無駄を省いて年間 800 万円の効果あり？

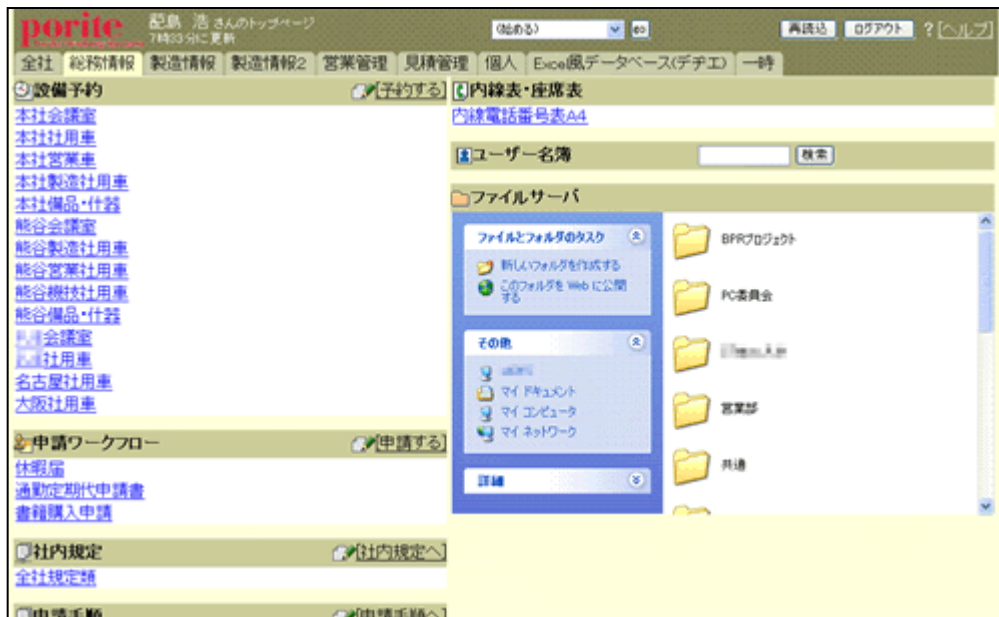
同社では今回の導入にあたり興味深い導入効果の試算をしているので、参考までに紹介しておこう。

業務の中で書類の作成とスケジュール調整、連絡などにかかる時間は意外に多い。グループウェア導入によって社内文書管理の合理化や再利用を進めることで節約した時間を金額換算すると、約 580 万円。スケジュール調整などの効率化で約 110 万円。その他、顧客管理、電話の取り次ぎなどの業務効率化を含めると、年間 800 万円程度の効果があると見る。

「全社員に必要な通達は、これまで同報メールで行ってきましたが、『サイボウズ ガルーン』の掲示板機能を使うことで楽になりました。部門間のスケジュール調整もよく使われています。さまざまな規定についても以前は紙で管理されていたため、問い合わせで無駄な時間を費やしていましたが、デジタル化で解消できました。効果があらわれるのはこれからだと思いますが期待できそうです」

同社の顧客の半数以上が海外に事業展開をしているグローバル企業であり、同社にも厳しい国際競争に適應できる人材、技術、経営が求められている。なかでもコストとスピードについての要求レベルは高い。「サイボウズ ガルーン」はこうした厳しい要求にも耐えうる製品と言えるだろう。

菊池氏は「今後、モバイル対応で機動力を高め、海外の拠点、特に現地の駐在員との情報共有も積極的に進めていきたい」と話す。



▲総務情報ポータルページ。社用車の予約や各種届け出に関する情報を集約。

▲[「トピックス」に戻る](#)