



神友商事株式会社

パチンコ屋さんの改善 学びの場にも 店舗づくりにも

兵庫県下に遊技場7店舗とボーリング場を展開する同社。2年前、社長のひと声からスタートしたカイゼン活動は、全店舗すべての社員が参加する実施型の取り組みだ。「カイゼン通信」や「赤ペン一発解説」など事例共有化ツールが、学びの場、コミュニケーションツールとして機能し、人材育成や店舗づくりにも大きく寄与している。

3月

カイゼン カエルの カレンダー

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
			 火曜日は カイゼン曜日だよ		1 マーチの日	2 ミ二の日
3 ひなまつり	4 baumクーヘンの日	5 困ったこと 書こう！ 改善メモを 書く日	6 世界一周記念日	7 警察制度改正 記念日	8 国際女性の日	9 雑穀の日
10 農山漁村婦人の日	11 独立記念日 [リトアニア]	12 改善セミナー 上級編 東京 	13 サンドイッチデー	14 ホワイトデー	15 世界消費者 権利デー	16 国立公園指定 記念日
17 漫画週刊誌の日	18 点字ブロックの日	19 創意とくふう 読んでね！ ひとくふうの日	20 春分の日	21 世界詩歌記念日	22 改善セミナー 上級編 大阪 	23 海の日[ボリビア]
24 31	25 ドラマチックデー	26 カイゼン できた？ 改善メモを 見直す日	27 世界演劇の日	28 三つ葉の日	29 八百屋お七の日	30 国立競技場 落成記念日

3月のエラ〜イひと 朝永 振一郎

(1906年3月31日生まれ) 物理学者

そこでもしダンコフがこういう間違いをしていなかったら、この量子電磁気学の歴史は完全に実際と違っていただろうという感じがいたします。

朝永振一郎著 江沢洋編「量子力学と私」より



カエルのひとこと 間違っても、やりなおせば答えに近づくんだケロ。

「〇〇の日」はウェブサイト「今日は何の日〜毎日が記念日〜」(<http://www.nnh.to/>)を参考にしています。

具体的カイゼン事例から風営法を学ぶ

カイゼン事例は最高の教科書

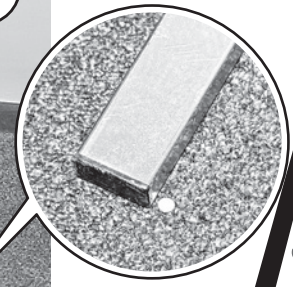


事例 イーゼルを置く位置が人によってバラバラだった。
そこで、置く位置を決め、目安となる**丸シール**を貼った。

目安化 → **定置化**



丸シールに合せるだけで、誰でも、キッチリ置ける



カイゼンが意外な効力を発揮している。ナント、パチンコ店での話だ。法規制や行政規定など、意外と「縛り」の多い、この業界。そのひとつが『風営法』で、知らずにしたスタッフのチョットした行為が法律違反と見なされ、営業停止処分を喰らうこともある。だからこそ、その辺りを店舗スタッフにもしっかり学んでほしいが、法律や通達をそのつど読んで理解するのは大変だ。

「そこで、カイゼン事例なんです」と、同社で改善事務局を担当する北村信也さん。

たとえば、こんな事例がある。『新機種導入の案内や店内ルールなどの看板をイーゼルに載せ、店内に設置しているが、人によって置く位置がバラバラ。そこで、小さな丸シールを貼って、置く位置を示した。』

を妨げる設備、たとえば、仕切や衝立など、高さ1メートル以上のものを設置するのはNG。だが、例外もある。

＊壁に付設される設備（壁と設備との間に人が入れる隙間がないもの）

＊パチンコ台の島（列）端に掲示される看板や、島端に接するイーゼルなどだ。そこで、店長や幹部は「イーゼルはパチンコ台の島端や壁に沿わせて設置」とスタッフに伝えている。

が、法律を知らないスタッフが、だいたいこの辺とアバウトに置いて、イーゼルが壁などから離れていたら、どうか。それだけで法律違反になるのだ。



カイゼン事務局を担当する
営業企画部 課長 北村 信也さん

「そうならないように、こういう大事なところこそ、カイゼン事例を通して憶えてもらいたい。具体事例なら、わかりやすいし、『こうしたらよい』という対策もわかる。カイゼン事例は最高の教科書」と、北村さん。だから、事例共有化にもかなり積極的だ。

カイゼン共有化で違反を未然防止

お客様がパチンコ玉を「景品」に替え、それを店外の交換所で買い取ってもらう——というシステムがある。

お客様に交換所の場所をよく聞かれるため、カウンターに案内地図を用意したらどうかというカイゼンが提案された。イチイチ説明不要、お客様にも便利で良し——と思いきや、実はコレも『風営法違反』にあたる。

「店舗と交換所は関わりナシ」が原則のため、店内での交換所の案内も風営法では禁止されているのだ。そこで、事務局ではこの事例をとり

上げ、臨時の『カイゼン知っ得情報』を全社に発信。「カイゼンとしては間違っていないが、そこに法律が絡むと、違反になる」と示した。

※

『風営法』だけではない。たとえば、緊急時の対応などもカイゼンを通して学ぶことが多い。たとえば——

お客様が倒れたり、ボヤ発生などで救急車や消防車を呼ぶとき、慌てることがある。そこで、半年に1度の消防訓練のときにスタッフが消防署員に聞いて、対応マニュアルをまとめた。これを見れば落ち着いて対処できる。

「カイゼンがなかったらマニュアルを作ることもなかった。カイゼンをツールに、いろいろ勉強できる。その広がりがおもしろい」と、北村さん。

接客に忙しいカウンターに代わって ホールで空き台案内放送を担当

改善前

店内放送はカウンタースタッフが担当していたが、受付業務に慌ただしくなると放送がままならなかった。台が空いても待っているお客様を案内する放送ができない事がしばしばあった。



改善後

空き台を案内する放送は、ホールスタッフが放送業務を常時担当する事にした。責任者だけでなく一般スタッフも携わるようになった。



効果

・空き台待ちの時間が大幅に短縮された

定石 「誰でもできる化」

回収するしくみで パチンコ玉の持ち出しを防ぐ

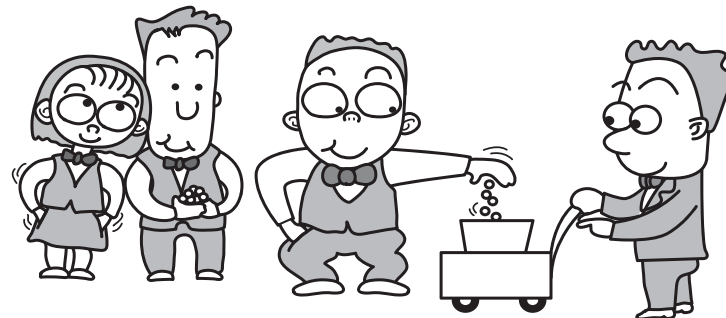
改善前

フロアにパチンコ玉がよく落ちている。スタッフは本来拾った玉を倉庫に返却しなくてはならない。しかし、ポケットに入れたまま更衣室に持ち込まれる事がたびたびあり、時には床に落ちている事もあった。

改善後

手元の玉を確実に回収するしくみを作った

回収ボックスを準備、終礼時に責任者立会いのもとで返却するしくみにした。



回収ボックス

底にマジックテープを貼り付けて着脱をワンタッチに。テープは販促ポップ用に購入したものを利用。



効果

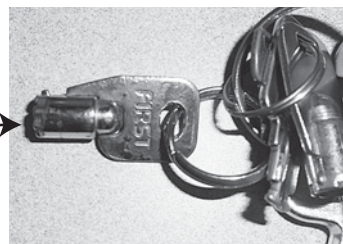
- ・しくみを作った事で返却もれを防げるようになった
- ・責任者もいちいちスタッフに注意しなくてもよくなった
- ・更衣室の整理にもつながった

定石 「気をつけよう」より
気をつけなくてもいいしくみ

台鍵差し間違いを防ぐ 目印シールの連続カイゼン

改善前

鍵束に台鍵とよく似た形状の鍵があり、何度も差し間違えていた。



この鍵を取り出したい

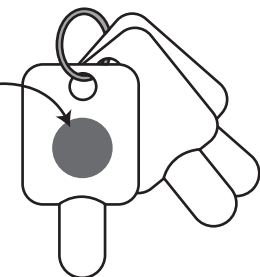
改善1

台鍵に識別用シールを貼り付けて、他の鍵との見分けができるようになった。

だが

使っている間にシールがはがれてきた。

ワンポイントシール

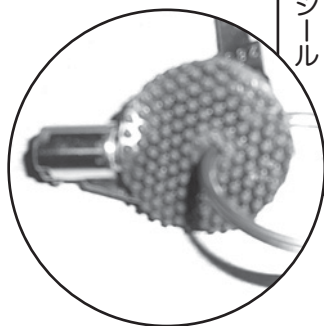
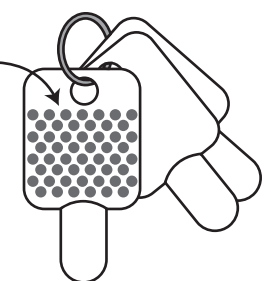


やってダメならまたカイゼン

改善2

タンスのすべり止め用のイボ付きシールに変えた。ポケットの中に入っても触ただけでわかる。

イボ付きシール



定石 「視てわかる」⇒「触ってわかる」

発注を指示する貼り紙で おしぼりロールの在庫切れを防ぐ

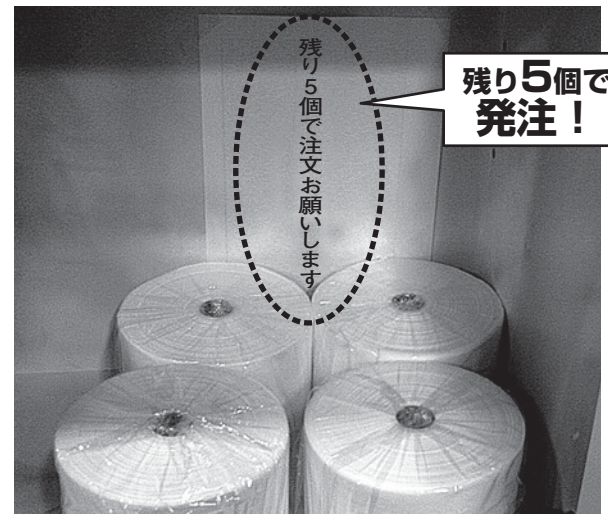
改善前

おしぼりロールが残りをわずかに
なっても発注されず、
在庫切れになる事がたびたび
あった。



改善後

ボックスの奥に発注を指示する
紙を貼り、この紙が見えたら
必ず発注するようにした。



定石 「発注点管理」

テープで色分け ケーブルの付け間違いを防ぐ

改善前

同じ列に複数のメーカーのパチンコ台が並んでいる。台の上にあるデータランプ（台の回転数を表示する機械）を取り替える際、データランプ用ケーブルの付け間違いが発生した。

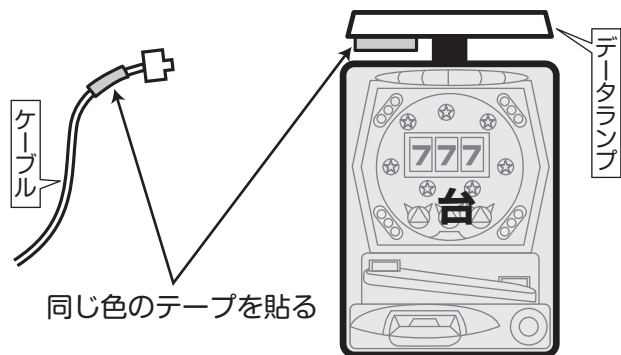


原因は？

ケーブルは見た目には似ているが形状が微妙に違い、どのデータランプのものなのかすぐにわからなかった。

改善後

データランプとケーブルそれぞれに同じ色のテープを貼り付けた。色分けによって付け間違いがなくなった。



定石 「色に仕事をさせる」

たばこの銘柄の番号化で 二度聞きを防ぐ

改善前

カウンターでパチンコ玉とたばこを交換する際、音がうるさくて銘柄を聞き取るのが難しかった。時には二度聞きでお客様が怒りだす事もしばしばあった。



改善後

交換表にそれぞれの銘柄の番号を記載した。番号で銘柄を確認する事でお客様に二度聞きする必要がなくなり、交換もスムーズになった。

交換表		
① セブンスター	② セブンライト	③ ラク
④ マイルドセブン	⑤ マイセン	⑥ マルボロ

定石 「番号に仕事をさせる」

カイゼン通信

vol.4

編集 / 発行 神友商事株式会社 カイゼン事務局
題字 / イラスト 営業企画課



◆なぜカイゼンを書くのか

前回「カイゼンの考え方」について確認したので今回は「なぜワザワザ、カイゼンを書いて出すのか？」を説明してみます。

カイゼンとは「今までのやり方」を「変える」ことです。

それはつまり…

従来のやり方への「小さな変革」「反逆」でもあるのです。

ところで職場には、ふたつのタイプの人間がいます。

現状維持派…「まあまあ、今のままでいいじゃないか」

現状改革派…「よりよく変えていこう！」



自分がしたカイゼンを「実施」、やりっ放しにせず書いて出す。そして顕在化されたカイゼンが職場で共有されています。

- 神友グループで例を挙げると
- ・カイゼン通信の発行
- ・防犯・業務向上プロジェクト担当者の顔とし込み
- ・決起大会での発表と表彰 など…

「共有化」によって“みんなでやれば怖くない”

ふつうにカイゼンができる雰囲気職場に…。

カイゼンをやっ放しにせず書き出す。自立させる。

「丁寧に、ぎっしり書かなくてはいけない」

「あれこれ書かなくてはいけない」

と言うのは間違い。

「何を・どう・変えたか」で十分です。

それなら誰でも簡単に書けるはず。

だからカイゼンしたことは自立するように書き出そう

カイゼンを書くことはまわりまわって自分の為なのです。



ともすれば、「余計な波風を立てず、少しの不便には目をつぶる」という現状維持派が多数を占めます。

まさに多勢に無勢。

カイゼンしたら孤立するようでは、カイゼンしようという意欲も無くなる…

でも…カイゼンしているのは自分だけじゃないと判ると勇気百倍!!

だからカイゼンしたことは自立するように書き出そう

カイゼンを書くことはまわりまわって自分の為なのです。

いかがでしたか? なぜ毎月「カイゼン報告書」を提出しているのか

意味合いが理解できたと思います。

これからもドンドン「カイゼン報告書」書いていきましょう!



誌面に登場するカエルのイラストは、『改善基礎講座』のイラストをアレンジしたもの。社内の絵の得意な人が擬カエル化して描いている。季節に合わせてアイテムを変えるなど、芸の細かさか「飽きられない」秘訣かも!?

最初は改善前と後に分け
月1件完結方式

同社では、月に一人1件、カイゼン報告を提出することが業務の一環として決まっている。ユニークなのが、そのプロセスだ。

1か月を「前半」と「後半」に分け、前半の1～15日で「困ったこと」「こうしたい」を見つけ、カイゼン報告書の「改善前」欄に書き出す。後半の16日～30日で実施して、「改善後」欄に書き込む。

「改善前」を書き出した時点で一度、店長に提出。NGなら、そこでおしまい。OKなら、改善策を実施する。

「当初は前半（改善前）しか書いてい

ない店舗も。そのときは、店長がアドバイスやヒントをコメントしてあげてね、と言ってきました。」

たとえば、消臭剤ボトルがバックヤードのアチコチに置きっ放しになっていて困る——という問題。

店長には、「元に戻さない人がいたら、そのつど注意」ではなく、「置く場所を定置化して、そこに容器と雑巾を置いて、戻しやすい」など、具体的な方法をアドバイスしてほしいと伝えられている。

「こうしたやり取りを通して、スタッフも自分の意見が採用され、キチンと評価されていると実感できる。これが次のやる気につながる」と、北村さん。

最初は改善前と後に分け

月1件完結方式

同社のカイゼン活動は2年前の10月、社長のひと声からスタート。当初は「改善って、何? そんなむずかしいの、できるわけない」と、社内は誤解の嵐。そこで、北村さんは営業企画の仕事で店舗を巡るついでに、「改善って何?」との質問に答えて歩いた。

3つの視点で「エイヤー」

ポイント制で「優」の数を競う

カイゼンの審査は、基本「エイヤー」方式。だが、採点側の「見方」「考え方」が偏ると、審査にも偏りが出る。だから、本社、店舗、いずれも経験者の中から1人ずつ、採点者を選出。三者三様、各々別の角度から採点する。

「僕は本社なので、事務的なカイゼンがよくわかる。だから、すごく評価するんですが、現場のカイゼンはずっとわかりにくい。『あ、そう』で終わる。でも、店長とか現場一筋の人は逆に『それ、いいね』と。3人の得意分野が違うから、いい」と、北村さん。

採点方法はこうだ。提出されたカイ

※詳細な審査に時間をかけず、バツと感覚で評価する方法。

カイゼンが コミュニケーションの 空気をつくる

同店で活動のリーダー役を担う青木さん。
第一回「改善MVP」受賞者でもある。
社内、店舗内でのカイゼンの役割について、
北村さんと青木さんにお話を聞いた。



NEO伊丹店
主任 青木 太郎さん

——カイゼン導入後、店舗内に変化はありましたか？

青木 はい。店舗のスタッフはルーティンワークが多く、日々の仕事を漫然とこなすだけでは、おもしろくない。でも、月に1件、カイゼンを考えることで、刺激になり、発言の機会も多くなりました。一人ひとりのモチベーションアップにもつながっていると思います。

——アルバイトさんたちは？

青木 活動対象ではありませんが、話をする中で意見を吸い上げたり、それが改善のきっかけになることも。以前は「こうしたらいい」とか、アルバイトさんからは意見が出なかった。そういう空気ではなかったんです。

——カイゼンが話しやすい空気を作っている、と？

青木 そうですね、知らないうちに(笑)。

北村 本社と店舗間も同じ。(カイゼンを導入するまで)本社では各店舗の一般スタッフと接点がなく、すべて店長を通してのやりとりでした。その垣根を取っ払うきっかけになったのがカイゼン。

たとえば、店舗スタッフから「大きな箒を買って掃除がラクになるけど、お金がかかる。上に言いにくい」というカイゼン(提案)が出されれば、事務局が店長に伝え、フォローしたり。本来なら、そうしたコミュニケーションは現場でするのが一番ですが、シフト制でタイミングが合わなかったり、店舗の空気などもあって、なかなかむずかしかったようです。

事務局ではそういうことをなるべく見逃さないようにしてきました。

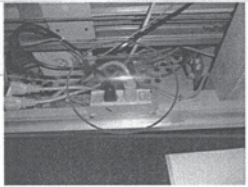
——現在はどうですか？

北村 カイゼンレベルの小さいことに関しては、今まで許可をとっていたことでも、店長がその場で判断できるようにしたので、店舗内でモノゴトがはやく進むようになったようです。

同社にとってカイゼンとは、単なる「効率化の手段」ではなく、「学びの場」とあるとともに、コミュニケーションツールとしても機能しているようだ。

9月度月間カイゼン大賞①

青木主任：NEO 伊丹店

実施型カイゼン報告書(小変)		提出日 (2011年4月1日の場合110401と記入) 2 0 110921	
氏名	青木 太郎	所属	社員番号 1549
改善前(こんな問題点があった)	改善後(このように対策した)		
コンセントにメダルが噛み	コンセントカバー(ラミネート製)		
ショートする時があった	を用意した。		
ショートさせない化		カバー化	
補足説明 写真・図など ※大きい場合は裏面を使用			
上からのメダルを 完全シャットアウト			
結果こうなった(効果) メダルがコンセントの間に入りこむのを完全に防ぐ事が出来、 営業中のショート、トラッキング火災など予防しました。			
「カバー化」により「ショートさせない化」に成功			
上司からのコメント 「前半」通電は出来るだけ避けたいので危機回避してください。 「後半」了解しました。材料費もかかってないので良いですね。			

『カイゼン通信 vol 1』から一部抜粋

カイゼン赤ペン一発解説

『カイゼン通信』と

『赤ペン一発解説』で共有化

活動スタートから1年、初「MVP」事例を紹介するために『カイゼン通信』を作成。以降、これを毎月、定期的に発行することにした。

目的は、改善指南と事例の共有化。

A4オモテ・ウラの1枚完結スタイル。オモテは「改善って何?」「どうやるの?」の声に応える内容。(前頁参照)

「毎月、『改善基礎講座』の内容を小分けにし、かみ砕いて解説しています。ココ大事というところを抽出して、パクって(笑)。本1冊読むのが大変な人も、これなら5分で読めます。」

裏は『赤ペン一発解説』。毎月「カイゼン大賞」をとった事例をそのまま掲載。ここに赤ペンで「定石コメント」を書き入れ、カイゼンの勘所を短い言葉で解説している。

サクッと気軽に読めるのが魅力の同社流改善テキストだ。