

株式会社ニコー
代表取締役

藍野雄一郎氏

「二度と同じミスを発生させない 仕組みづくりに取り組んできた。」

会員会社に得意分野やこだわり、独自の技術について聞く会員会社紹介。今回は、株式会社ニコー 代表取締役の藍野雄一郎氏をお訪ねしました。同社ではどのようにしてクレームゼロを達成したのか、その秘密を中心にお話をお聞きしました。

“アシカショーのお兄さん”から 印刷会社の営業職に

一昨年、先代の社長から事業を引き継いだばかりです。入社の際をお聞かせください。

藍野：新卒で入社したのは水族館だったんです。アシカのショーなどを担当していたのですが、より専門性の高い分野への関心から次にペットショップに就職しました。同じショップでアルバイトしていた学生の父が弊社の創業社長です。知り合った時に営

業をやってほしいと声をかけてもらいましたが、その時すぐには入社しませんでした。その後、結婚を機にもっと生活リズムが安定した仕事をすべきだと考えて、弊社に転職したんです。

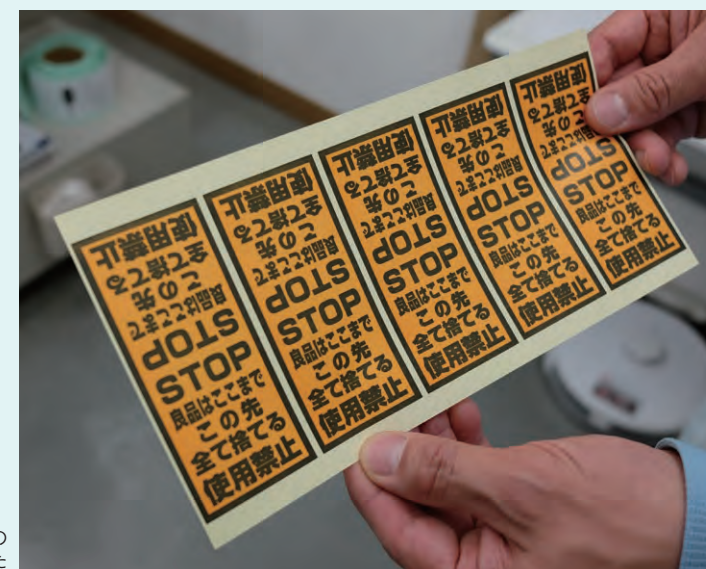
印刷の知識はゼロでしたが、もともと工作やDIYが好きで、理科も全般的に好きだったので、印刷業とは共通点があって、異業界とはいえ入りやすいと感じました。といっても印刷の実務は研修の3ヶ月間だけで、それから最近までは営業一筋でした。

業務の一工夫

ミスをなくすための 目印シールも作成

全員に等しく理解できる環境整備は、ミスを削減することに直結している。そこで、廃棄すべきミスプリントの目印も統一することにして、誰でも一目でわかるよう、専用のシールを作成した。

廃棄を示す専用の
目印シールを作った



営業は、人と会って先のことを話し合う仕事なので、肌に合っていました。ただそれまでの仕事が忙しすぎて、効率的な仕事の仕方を考えて実行する習慣が身につけていたので、もっと効率化できるのにな、と思っていました。現場の職人さんたちとの間に、作業効率や新しい取り組みへの挑戦、完成度に対する温度差があることを感じており、理想的な生産体制に至るための落とし所を探るのは少し苦労しました。

一温度差を具体的にどのようなところで感じていたのですか？

藍野：僕は「こうしたらうまくいくのでは？」と工夫して、より良い方法に変えていきたいタイプなんです。職人さんたちには重ねてきた経験がありますから、営業職の僕が提案しても、当初は実現性への疑問の声がありました。でも「一度試していただませんか」と頼み込み、試行錯誤を重ねる中でたまに成功することも出てくるようになり、そのうちに、「やってみたらできることもあるんだね」と僕の提案を受け入れてくれるようになりました。アットホームな会社なので、熟練の職人さんに頼みやすい雰囲気だったのがよかったのだと思います。

クレームを減らすには、 ミスの原因を分析し、対策する

一ホームページで、「クレームゼロ」と謳っています。藍野：製品のニーズやクオリティへの要求は、時代と共にどんどん変化します。それに応じてクレームへの対応も変わってきました。十数年前までは、クレームが出て謝罪をし検品を強化すれば解決しましたが、今は非常にレアで再現性が低いミスであっても、クレームになったら、対策を明記した顛末書を出さなければいけません。さらに、過去のクレームの履歴も検索すれば簡単に閲覧できるようになりました。ですから昔通りのやり方ではもう追いつかないため、社員の意識改革に真剣に取り組みました。

そこで、社員には、クレーム対策を実行することは自分たちの身を守ることだという認識を持ってもらい、その上で、「二度と同じミスを発生させない」ことに、重点的に取り組んできました。ミスの発生原因を分析し、意味のある対策を考え、そして、毎日欠かさず実施しています。対策の仕組みを考えることは、大変ですが工夫する楽しさもあります。

クレームをゼロにするためには、「ヒューマンエラーは起こるもの」という前提に立って、いかに確



食品工場向け包材専業であるため、エアシャワーも設置している

機械操作マニュアルを近くに掲示したことによって、誰でも担当できる作業の領域が増えた

実に確認するかを実践することが必要です。そこで、自動化できる部分は自動化に徹することにしました。機械も故障しますが、機械の故障に気づく仕組み作りや適切なメンテナンスの実施体制を整えれば、エラーの頻度を減らすことができます。

例えば、ミスの原因の一つに転記ミスがあります。転記の回数が増えれば、それだけ転記ミスの確率も上がるので、デジタル化によって情報を一元化して転記を極力減らせれば、転記ミスというヒューマンエラーを減らせませす。

クレームゼロを目指した結果、万が一の際にも「ニコーさんは普段とても信頼できる」と取引先が言ってくれるほど信頼していただけるようになりました。そして今期はついに、クレームゼロを更新し続けています。ヒューマンエラーを完璧につぶすのは大変ですが、地道に行なうからこそ、取引につながると信じています。

—ヒューマンエラーを減らすための具体的な取り組みには、どのようなものがありますか？

藍野：例えば出荷の期日の7～10日前に、外注先からの出荷を確認するチェックを自動でできるシステムを設定して、出荷ができていなかったらアラートが出てリマインドされる仕組みを作りました。人間の確認では漏れてしまう部分を補完できますので、こうした自動確認機能をいろいろなところで使っています。

また、職人の仕事になる印刷の工程では、人間が確認しなければならない部分も多々あります。でも、ミスの原因を分析して、エラーを出さないための仕組みを作っておけば、確認の漏れを減らすことができます。例えば、人が関わる作業の周囲には、死角ができないようにカメラを複数台設置しています。録画を見ればどこでミスが発生したかわかるのです。品質向上とプロセス改善を目的として、ミスの原因を速やかに判明させるためであり、また、弊社が原因ではないミスが発生した時にも、こちらにミスがないことを証明する手段にもなっています。

自動化・デジタル化のシステムをAIを使って自分で構築

—自動化・デジタル化に積極的に取り組んでいますね。

藍野：僕は工作が好きなので、AIを使ったデジタル工作をしているようなものです。AIはChatGPTとClaudeとGemini、自社に適合させたローカルシステムを主に使っています。これで自社の業務に合致させたデジタル化が進みました。以前は自分で1週間かけて組んでいたプログラムも、AIが10分くらいで作ってくれるので、とても楽になりました。

—AIをいろいろと活用しているのですね。

藍野：僕が着手するまではすべてアナログで行っていたのが、かえってよかったのかもしれません。既存のシステムを考慮したアップデートではなく、

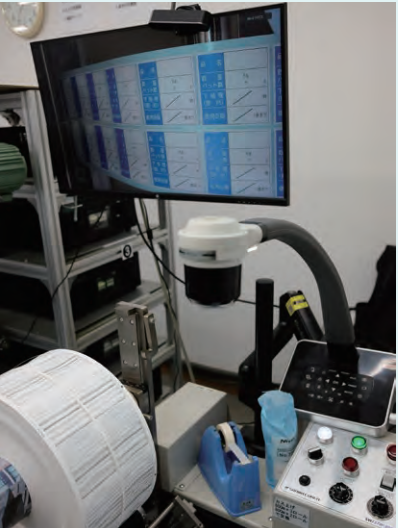
我が社自慢の仕組み

ビデオ撮影でミスの原因分析に役立てる

ビデオで作業工程を撮影していると、どこでミスが発生したのかを、ミスの発生後に検証しやすくなる。そこで、人が作業を行う機械周辺には、動画撮影用のカメラを複数設置して、半年間は必ず録画を保存するようにしている。



複数のカメラを設置して作業を録画し、のちの検証に役立てている



ゼロから一気に最新のものにデジタル化できたので、効率的でした。基幹システムに新規の機能を組み込む改造も簡単にできるので、「次から伝票にこの項目を入れてチェックできるようにします」と、クレーム対策では具体的にアピールできるのもメリットです。

ホームページもAIを活用して作ったんですよ。AIを活用した分析により、数値で示せる強みを明確化し、今期製造分のクレームゼロを打ち出すことにしました。

専門性を明確にすることで、より価値の高いサー



食品メーカーの信頼を得たいと、作業には、食品メーカーと同様に、白衣で携わる

ビスを提供できると思うんです。だから、新たな顧客を紹介してもらったとき、先方を見て、魅力を感じてくれるようなホームページにしたかったんです。そこで、印刷技術を列挙するよりも、食品工場に訴求できる内容を心がけました。

—新規顧客を紹介されることが多いのですか？

藍野：冷凍食品業界の専門家である西川剛史氏とのつながりができ、「パッケージについてはニコーさんにお問い合わせすれば安心」と新規参入の食品メーカーを紹介してもらう機会が増えました。

顧客の困りごとに対して、「ニコーさんなら安心」と言ってもらって紹介を積み上げていけば、着実に顧客基盤を拡大していくと考えているのです。

株式会社ニコー

所在地 東京都西東京市南町1丁目5-8
<https://nicoh.jp>
1969年大田区にて創業。1971年より印刷事業を開始し、1983年に業務および工場、倉庫を現地に移転。主な事業は、食品用包材関連。
代表取締役 藍野雄一郎（あいの・ゆういちろう）

1980年生まれ。水族館勤務、ペットショップ勤務を経て2006年入社、2024年11月より現職。趣味は小動物のブリーディング、AIを使っのシステム構築など。