

医薬品向けから電子材料、航空機搬送向けと専門化、高度化していくプラスチック容器の清浄度、見えないコンタミとの戦いを一緒に乗り越えるパートナー（仮）

軟膏用のプラスチック容器のメーカーに次々に飛び込んでくる、新規顧客からの依頼。海外への取引先の展開。要求されるスペックは、今まで考えたこともない「見えないコンタミ」の除去である。新たな取引を支えたNTT-ATCR。両社の「組織力を重視する価値観」の共鳴が成功の鍵だった。

Y社は創業から半世紀を超える容器メーカーである。製薬業界向けに100ccの小さいものから1リットル程度の容器をインジェクション成形により製造し販売してきた。ここ数年で電子材料業界、国内市場から海外へと取引先が拡大した。容量では7リットルなど大容量のもの、有機溶剤などの耐性、空輸などに耐えうる気密性や頑丈さ、そして、目に見えないコンタミの除去など顧客からの要望は多様化高度化している。そんな顧客ニーズに立ち向かうY社に洗浄工程のパートナーとしてのNTT-ATCRの評価を伺った。

広口容器の商品力と商品を作り出す技術力

Y社の商品の強みは、広口容器を開発できることである。ここ10年に起こった最先端の電子材料向け、航空機搬送向けのボトルの設計製造。その技術の変革をどの様に乗り越えてきたのか？営業部M部長とI主任に伺った。「Y社の技術の源泉は、諸先輩方が築き上げた基盤・技術を継承していることです。」M部長はモノづくりのポイントを説明する。「設計に始まり、次に重要なのは材料そして金型です。長年の経験で培ったメキキ力で、要求条件を満たす材料の選定をしています。最終的な決め手になるのは金型です。金型メーカーとは長年の密な連携で多様化していく顧客ニーズに応える成形品製造を可能にしています。」M部長は最近の顧客ニーズについて語る。

「容器にはペースト状の内容物を入れる顧客が多いため、無駄なくペーストを掻き出せること。ペースト状の材料には有機溶剤が入る事もあり、材料には耐薬品

性も求められます。又、最近では電子機器の小型・薄型化による見えない異物の除去についてニーズが高まりました」

海外のメーカーからは空輸しても漏れない高密閉型容器の作成テーマを頂き、容器にはIATA規格への対応が求められました。M部長は解説する。「同業者でもIATAを取得しているメーカーは少ないと思います。IATAでは容器に過酷な内部圧力をかけても、容器から内容物（水）が漏れない事が求められます。それまでは、製薬業界向けの100cc～1リットルの軟膏容器を作ってきた弊社には大きな挑戦でした」。そしてI主任がつづける「容器口部が大きくなるほど、かかる内圧は相当なものです。材料収縮率の計算、材料選定、設計、金型の調整などを何度も繰り返してきたのです。」

広がる取引先と要求される仕様の高度化

今どこの企業でも求めているのは新しい顧客の獲得である。なぜ、Y社の取引先が電子材料へ、そして海外に広がったのか？

M部長は顧客拡大について、Y社の品質の良さに起因する競合同士の口コミであると説明する。「〇〇会社でY社の容器を使用している。となると、その実績から今度は競合企業からの提供依頼が増えていく。採用された容器が市場に出回ることで更なる需要拡大へ繋がった。」

I主任は振り返る。「顧客の拡大のきっかけは液晶ディスプレイの需要拡大です。それに伴い要求仕様が高度化しました。製薬医薬品向けの容器だと目に見えるコンタミの除去で充分でした。しかし、電子材料向け容器の開発には大きな課題が目の前に立ちふさがりました。」

目に見えないコンタミと共に向き合うパートナー

液晶ディスプレイ製造メーカーからの「目に見えないコンタミの洗浄」要求。

Y社ブランドへの信頼を大切にしながら、洗浄工程を任せられる企業を探さなければならなかった。

Y社がNTT-ATCRとの取引を決めた理由は何だったのだろうか？ M部長が語る。「営業担当者の熱心さ、スピード感のある対応です」。そしてI主任は「とにかく組織が一体となって顧客の課題解決に尽くしてくれる。対応が早いのです。訪問時もそれぞれの部署の担当者が出てきてくれる。組織として聞いてくれる。そこが安心でした。」と個人と組織、両面から評価している。

では、両社の間はずっと安泰だったのだろうか？ I主任に伺ってみた。「大変だったのは、お客様とNTT-ATCRとの間の仕様の摺り合わせです「規格値、何ミクロンがいくつ以下」ということです。お客様により仕様が違います。純水洗浄が必要＝内容物が高価な物が多く、仕様の摺り合わせには時間と手間が必要でしたね。又、NTT-ATCRは価格的にも魅力的な提案をしてくれますね。」

Y社とNTT-ATCRは一度大きな危機に遭遇している。M部長は振り返る。「始めの頃、大手メーカーの取引立ち上げ時に、納品物にコンタミ付着がありました。危機的な状況だったので取引をどうするか迷った。」I主任がつづける。「それでも、持ち前の肌理の細かい対応とスピードで、いろいろな問題に最終的に応えてくれた。作業環境の導線作りなど、やれることを徹底して問題解決に挑んでくれた。だからこそ現在も、液

晶ディスプレイに限らずスマートフォンや有機EL向けの商流が確保出来ているのです。」やはり、NTTAT-CRの組織力と課題への果敢な対応を評価している事が覗えた。

エンドユーザからのおしかりにも、すぐに徳島から飛んでくる。

M部長「始めに心配だったのは、東京と徳島の距離。でも取引を始めたら1時間ちょっとで来てくれる。大阪に行くより近い感じがします。(笑)」これに対して、営業担当者は「朝9:00に徳島に電話があったことがあります。『午後の早い時間帯に東京近郊のユーザまで来て欲しい』という要望です。徳島から1時間ちょっとで羽田です。」とフットワーク良さをアピールする。

Y社とNTT-ATCRという異なる組織と組織を束ねているものは何なのか？

答えはY社の営業部長M氏と主任のI氏、NTT-ATCRの営業担当者の元気に示されている。設計技術、調達部門などの各部署が組織でお客様に伝えてくれる。それが分かっているから営業が元気に動ける。組織の連帯感、組織への信頼感が大切であると知っているからだ。

組織でお客様の課題に向き合おうという共通の価値観

最後にNTT-ATCRへの励ましの言葉を伺った。M部長「営業担当者が技術にお客様からの要望をしっかりと伝えているから組織がちゃんと動いている。」I主任は「社内の各部署からもNTT-ATCRがいい。という声が聞こえる。」「組織の対応力は申し分ない。仮にクレームがあっても、品証が対策会議をやって報告書が上がってくる。」M部長「何かあっても一緒に乗り越えられる。そんな組織力、総合力を感じる。」

エンドユーザの拡大に伴う要求の高度化と専門化、この課題に“組織でお客様の課題に向き合おう”このシンプルな価値観に両社が共感し合い協力しながら取り組んでいる事が覗えた。