

SOMMAIRE



Sensei Yoshida
Partenaire de
LEAN TRAINING®

**Les vieilles
entreprises
japonaises,**
par Sensei Yoshida.

A vos calendriers

Séminaire:

« *Le Lean Manufacturing dans le process, exemples Danone et Henkel* »

*Le 9 Décembre
2008 à Bayeux (14)
avec la visite d'une
usine de Danone.
Programme et
inscription sur notre site
www.lean-training.eu*

Remise de diplôme - ECAM Lyon

La cérémonie a eu lieu le 17 Octobre à 18h pour les élèves de la première promotion du mastère spécialisé « Lean Management et Amélioration continue », plus d'information :

www.ecam.fr, Rubrique Actualités

Sensei Yoshida nous parle

Les vieilles entreprises japonaises

J'ai eu l'idée d'écrire cet article après avoir vu une émission télévisée appelée «Le Japon, pays des vieilles entreprises».

Actuellement, un nombre de plus en plus important de chercheurs étrangers, spécialisés en affaires et management, essaient de comprendre pourquoi il y a tant de vieilles entreprises encore actives au Japon.

Suivant une enquête de NHK Broadcasting Corp., il y a environ 3000 entreprises anciennes encore en activité au Japon, fondées il y a plus de 200 ans, par rapport à 800 en Allemagne, 200 au Pays Bas, 14 aux USA, 9 en Chine et 3 en Inde.

Voici quelques cas :

Kongo Gumi, entreprise japonaise de constructions, la plus ancienne entreprise du monde (fondée il y a 1400 ans), devenue filiale de Takamatsu. Elle est spécialisée dans la construction et la réparation de temples Bouddhistes et Shintoïstes et emploie une centaine de charpentiers hautement qualifiés.



Travailleurs de Kongo Gumi, début 20ème s.

Le trente-neuvième président de Kongo Gumi dit que ses ancêtres ont bâti le célèbre temple Shiten Noji, à Osaka, et beaucoup d'autres, il y a près de 1400 ans. Ils ont assuré ensuite la maintenance de ces bâtiments en bois, qui sont encore debout aujourd'hui. Il soutient que les constructions en bois sont plus durables que celles en béton et acier. Les éléments d'assemblage utilisés dans le temps n'étaient pas métalliques mais en bois. Ce matériau est, en outre, facilement réparable. La résistance du bois s'améliore continuellement pendant plusieurs années et décroît lentement dans le temps. A l'opposé, l'acier est beaucoup moins durable.

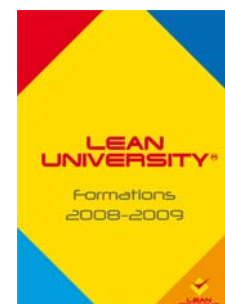
Ainsi, l'Empire State Building de New York, devra être complètement démolé dans un avenir plus ou moins lointain.

Une leçon à retenir : se concentrer sur son cœur de métier.

Demandez votre exemplaire

*Nouvelle plaquette de formation 2008-2009,
avec 11 nouveaux modules et un programme
de fidélisation (de 5 à 25% de remise).*

**Pour la recevoir, inscrivez-vous sur notre
site ou contactez-nous :
formation@lean-training.eu**





9 rue du Général Leclerc
67270 HOCHFELDEN

TÉLÉPHONE :
+33 (0)3 88 89 03 79

TÉLÉCOPIE :
+33 (0)3 88 89 03 79

ADRESSE ÉLECTRONIQUE :
france@lean-training.eu

Nouveautés :

- un programme de fidélisation, des tarifs préférentiels et dégressifs, tous les détails en page 5,

- une remise de 25% accordée pour toute inscription dans le cadre du Droit Individuel à la Formation (DIF), rendez-vous en page 17

de
notre nouvelle brochure

Rejoignez-nous
sur notre forum :

www.datalean.com
Espace réservé exclusivement
à nos clients.

Les vieilles entreprises japonaises (suite)

Nabeva

Fondée il y a 450 ans dans la région de Gifu, Nabeva est une fonderie, spécialisée dans les cloches pour temples, mais aussi casseroles, fours et cuiseurs pour riz. De nos jours, Nabeva produit aussi des pièces métalliques pour l'automobile et l'aéronautique. Son quinzième président, Tauemon Okamoto, a cédé récemment l'entreprise à son fils, comme cela se pratique dans l'entreprise, de génération en génération.

Le jeune patron s'est lancé dans l'automatisation des processus, en sous-traitant entièrement le projet auprès d'un cabinet d'ingénierie.

Contre toute attente, les résultats n'étaient pas satisfaisants. Les systèmes étaient trop compliqués, et les personnels n'étaient pas motivés à les faire marcher, car ils n'avaient pas été impliqués dans le projet. Mais l'investissement de 40 millions de dollars devait être rentabilisé coûte que coûte. Le PDG a alors changé de stratégie. Il a décidé de passer son temps sur le gemba, et de solliciter les idées de son personnel pour adapter et mettre au point les nouvelles lignes. Ainsi, une des idées appliquées a été la suppression de certaines opérations automatiques et leur remplacement par des opérations manuelles.

Finalement, aujourd'hui, plus de 50% du volume de l'entreprise est assuré par ces nouvelles lignes.

La leçon à retenir : privilégier le travail d'équipe sur le gemba.

Leçon de japonais

日本語レッスン

Mizusumashi : Terme japonais, désignant un opérateur, le « Mizusumashi », prépare un chariot de commande à l'opérateur d'assemblage, pour que celui-ci se concentre sur la Valeur Ajoutée.

Kao

Kao a été fondée il y a 230 ans et fabrique des produits chimiques à usage domestique, comme le savon et les détergents.

Ses parts de marché sont écrasantes au Japon : 60% pour les savons et 70% pour les lessives.

Kao est connue également pour ses activités Lean et est un modèle dans l'application du TQM. L'entreprise est aussi un exemple de combinaison efficace de la tradition et du modernisme.

Ainsi, il y a une vingtaine d'années, Kao a pris comme orientation stratégique la diversification, et s'est lancée dans la production de disquettes d'ordinateur. Mais l'apparition des autres technologies de stockage de données l'a fait arrêter ces productions il y a dix ans environ, alors qu'à l'époque, cette affaire était encore prospère. Cette décision a été si rapide, que le retrait de ce marché s'est fait sans pertes financières.

Kao a eu plus de succès en améliorant sans cesse ses produits traditionnels, qu'en se diversifiant.

Prenons comme exemple leur détergent phare « Attack ». Il a été créé en 1987 et depuis, il a été profondément modifié plus de vingt fois.

Autre élément intéressant : il y a trente ans, Kao a créé la première hot line du Japon, pour écouter la voix du client. Plus de 300 informations sont collectées chaque jour, et servent à l'amélioration des produits. Ces réclamations et suggestions sont la principale source de développement des produits.

Les leçons à retenir : améliorer sans cesse ses produits et technologies, être clairvoyant et à l'écoute du client.

