

2026年度 自動車工学関連講座
第2回 中堅技術者向け Web セミナー
「トヨタ生産方式～中級編：問題解決8ステップ」
参加者募集ご案内

次世代自動車センター浜松では、会員企業の皆様から希望の多い中堅社員向け社内教育として、汎用的なテーマを取り上げ、中堅技術者向け Web セミナーとして順次実施しています。

第2回目の今回は「トヨタ生産方式～中級編：問題解決8ステップ」を開催致します。

多くの社員の皆さんが自社内で受講できるこの機会を企業力アップに、ご活用ください。

■ **日時**： 2026年6月11日（木） 13：30 ～ 15：30

■ **参加費**： 無料

■ **対象**： 次世代自動車センター会員企業

■ **募集期限**： 2026年6月4日（木）

■ **申込方法**： 次世代自動車センター浜松の WEB サイトからお申込みください。

「参加申込フォーム」はGoogleフォームを使用しています。

Googleフォームが使用できない場合は、メール本文に必要な事項（①会社名②所在地③TEL
④参加者（氏名・所属・役職・E-mail）※3名まで）を(evc@hai.or.jp)宛て、E-mailにてお送りください。

※ホームページ：<https://www.hai.or.jp/evc/news/seminar/2026/00100/>

（6月8日までに、参加者宛、「セミナー参加用 URL」、「参加者アンケート」、「テキスト」をお送り致します。）

■ **ご参加にあたって**

- ・ 接続数（参加申請者数）は最大3以内でお願いいたします。
- ・ 1接続で多くの方が視聴して頂いて結構です。
- ・ 参加される企業の通信環境によって、画像解像度や音声状態が変わります。
- ・ 参加者アンケートを受講後、次世代自動車センター(evc@hai.or.jp) 宛てご返送下さい。

■ **今期中堅技術者向け Web セミナー実施予定（ソフトウェアは Zoom を使用します）**

開催回	内容	講師	実施予定日
第1回	「リーダーが知っておくべき生産現場管理の基本」	カイゼン ベース	5月14日（木）
第2回	「トヨタ生産方式～中級編：問題解決8ステップ」		6月11日（木）
第3回	「なぜなぜ分析実践のコツ」		7月15日（水）
第4回	「継続的な品質改善の仕組みづくり」		9月16日（水）
第5回	「現場における KPI 管理実践」		10月21日（水）
第6回	「原価が分かると仕事が変わる！はじめての原価」		11月12日（木）

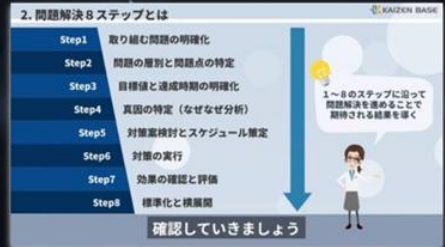
■ **お問合せ窓口**： 次世代自動車センター浜松 担当：山村・田光

Tel：053-489-8111 E-mail：evc@hai.or.jp

アニメで学ぶトヨタ生産方式 中級編 問題解決 8 ステップ

本学習コースの狙い

今や生産活動における基本中の基本、トヨタ生産方式。本コースでは、おなじみの「なぜなぜ分析」等を含む計8ステップを体系的に学び、確実な問題解決ができる知識とスキルを身に着けます。本コースでは全体像の理解とStep8までの進め方について、具体的な事例を踏まえて学習を行います。



受講対象者：全部門（係長／次長・課長）

学習画面 イメージ

Lesson構成

問題解決の重要性

問題解決 8 ステップの概要

Step1 取り組む問題の明確化

Step2 問題の層別と問題点の特定

Step3 目標値と達成時期の明確化

Step4 真因の特定（なぜなぜ分析）

Step5 対策案検討とスケジュール策定

Step6 対策の実行

Step7 効果の確認と評価

Step8 標準化と横展開

① 問題解決の重要性

1. 変化に対応するための問題解決力

非常に不安定な経済情勢

市場の大きな変化の速さ

影響の伝播の高速化

経済のグローバル化

変化する市場環境による大きな変化の増大

人口減少により徐々に縮小する先進国

急務とする新興国の企業が存在

競合他社の市場参入による競争性の低下

変化への対応力が益々欠かれない現代

なるのでしょうか？

② 問題解決 8 ステップの概要

2. 各ステップの概要

- Step1 取り組む問題の明確化
- Step2 問題の層別と問題点の特定
- Step3 目標値と達成時期の明確化
- Step4 真因の特定（なぜなぜ分析）
- Step5 対策案検討とスケジュール策定
- Step6 対策の実行
- Step7 効果の確認と評価
- Step8 標準化と横展開

落とし込む訓練を

③ Step1 取り組む問題の明確化

2. Step1における注意事項

❗ 自現場がコントロールできないものを設定しないこと

狙い値（製造部門の場合）

お客様が1日までに納品を要求より10%以上増やして購入している状態になっている

営業部の立場としてはOKだが、製造部としてはNG

自分の職場・立場における、あるべき姿

自分の職場

④ Step2 問題の層別と問題点の特定

3. 問題点の特定のポイント

全ての問題に対して満遍なく取り組むことは効率的ではない！

狙われた経営資源（人・モノ・金・時間）を最大限有効に活用する

問題を発生させたには優先順位を明確化することが大切！

効果の大きいものにターゲットを絞って改善し、費用対効果を最大化にする

重点指向

取組みを進めます

⑤ Step3 目標値と達成時期の明確化

2. 定量的・具体的とは

数値化しやすい定量的な目標

Quality (品質)
Cost (コスト)
Delivery (納期) etc.

数値化が難しい定性的な目標

Safety (安全)
Morale (士気)
Environment (環境)
Customer Satisfaction (顧客満足度) etc.

定性的な目標の数値化の例

部下の士気（モチベーション）の向上

月に1件以上
部下の人数を

どう変化するには？