

お客様第一主義の商品開発に思うこと

— Thoughts Regarding Product Development Based on Customer-First Philosophy —

専務取締役
伊藤 寛*
H. ITOH



米国のサブプライムローンの金融問題が引き金となり、世界的規模で実経済が急速かつ急激に悪化しました。その中で、市場環境やお客様のニーズが急速に変化し、たとえば、自動車産業では、地球環境課題、BRICsへの普及拡大などを背景に、小型車化とハイブリッド、燃料電池車、電気自動車への移行が予想より加速し進展しつつあります。一方、産業機械産業では、風力発電、太陽光発電などCO₂削減のために化石燃料からの脱却を目指した技術開発への期待が増えています。今後の市場の回復期に必要とされる商品も大きく変化し、企業においてはお客様のニーズに的確に対応できるかどうか生き残りのための最重要課題と思われまます。開発技術者にとって、お客様からの新たなニーズにスピーディかつ的確にこたえられる商品をタイミングよく提供することが責務となっています。

もう十数年以上前の私事ですが、当時すでに米国や日本では自動変速機が普及していました。欧州でも普及の兆しがあり、歯車式手動変速機（MT）の効率の良さに着目して、MTの自動化の開発が各社で競争して進められました。MTのギヤ段の選択はマニュアルシフトレバーでHパターンのセレクトゲートを選択する方式が採用されています。このギヤ段の自動選択時間中は動力が遮断されるためにドライバビリティが悪化し、この自動選択時間を大幅に短縮することが最重要課題でした。小型モータの活用や各種のアイデアで大幅に短縮されましたが十分ではありませんでした。Hパターンは歴史が古く当時は絶対的な構造でした。そのようなときに、独自技術に強い某社から「ギヤ段が選択できればよいのだから、この選択の自動化に適した構造に変更すればシンプルで選択時間も数分の1になります。」と言わ

れました。本来の課題の解決を、従来の技術にこだわることなく、最もシンプルで信頼性の高いアイデアを発想するという開発の基本を再認識し、大いに反省させられました。

研究開発センターでは、2007年に、基盤技術を強化するために各部に分散していた人材を集約して、計測技術研究室や解析技術研究室など5室を新設し、組織改編を行いました。また、研究開発設備の充実も図り、メンバーのミッションが明確となりチャレンジ精神が高まりました。さらに、社内各部門からの研究依頼が増加し、さらなる挑戦に向けて成長しています。人材とチャレンジ精神の育成のために、中堅技術者を少人数集めて新技術開発へ挑戦させるためのチームをつくりました。失敗も多くありましたが、新技術の開発プロセスの確立と加工時間の50%削減技術など多くの新技術の開発成果に結びつきました。このチームは2009年に組織化しました。マネジャーは、人材の育成と独創的な開発を成功させるために辛抱が大切だと思います。過度のアドバイスはマネジャーの技術力で技術者を縛り付けることになり魅力的な商品の芽を摘むことになると思います。しかし技術者は、「やりたいこと、できることをする」面も持ち合わせています。本当にお客様のニーズにこたえるために、論理的な思考で考え抜いた独創的なアイデアの新商品の開発を進めると同時に、「やらねばならないこと」を「やり遂げる情熱と粘り」で推進していける人材の育成という課題に挑戦していきたいと思っています。

最後になりますが、ジェイテクトはモノづくりの会社であり、その改革に取り組むと同時に、お客様のニーズにこたえられる新しい価値を備えた新商品をタイムリーに提供し続け、社会に貢献していきたいと思っています。

*研究開発センター センター長