

大変革期を乗り越えるために

— Overcoming an Era of Drastic Reform —

現在、自動車業界は100年に一度の大変革期にあっているとされており、自動運転や電動化、MaaSによる自動車の活用拡大、GAFAなどの異業種参入などで、十年先ですら予測することが大変難しくなってきました。その中でJTEKTが持続的な成長を続けていくには、感動を与える画期的な商品の開発やそれを支えるビジネスモデルの構築ができるか否かが鍵だと思います。

感動を与えること

画期的な商品と言っても、大半は従来技術の組合せから成り立っており、それを生かすビジネスモデルの工夫により商品化が実現可能だと思います。まずは現状を把握し、さまざまな要望を真摯に聞き入れ、生かせる技術を最大限駆使し、そしてお客様の期待値を超えた時に感動を与える商品ができると思います。

たとえば、ダイソンの羽の無い空気清浄機付扇風機／ファンヒーターは、デザインが良いというだけではなく、一年中使え、使うほどに空気がクリーンになり、さらに、羽が無いので掃除が簡単にできるということから、まさに感動を与える商品だと思います。羽を無くすアイデアは画期的ですが、それを達成する技術の大半は従来技術の活用で成り立っていると思います。

トヨタグループには『そこの障子を開けてみよ、外は広いぞ』という言葉があるのをご存じかと思いますが、これこそ世界を学び、世の中における商品価値を評価し、そしてお客様の期待値を理解し、『感動を与える画期的な商品開発』のスタートになる心構えだと思います。

常務取締役
松本 巧
T. MATSUMOTO



データの活用が鍵

我々モノづくりの会社にとってサービスの提供やデータ活用は必須の要件となってきております。ウーバーでは運転手も乗客もスコア評価され、それが良ければ、運転手は仕事が増え、乗客は安く乗車できるといったメリットを得られるなど、データが個人の生活に影響を与える世界が来ております。つまり商品開発やサービスでデータを生かすことが鍵になってくると思います。

e燃費という言葉をご存じでしょうか？実燃費を自動車ユーザがデータ提供し、自動車の燃費の実力が数値化されるものです。お客様はこのデータを基にどの自動車を購入するのか参考にすることもできます。やはりNo.1にこだわった商品開発が企業の成長を決める、そしてデータを巧みに活用した方が優位になると思います。

初心忘るべからず

最近、能を鑑賞する機会を得ました。それは観阿弥・世阿弥から650年続いた理由が経営のヒントになるということからです。彼らは能を持続させるために『初心忘るべからず』という理念を掲げて常に精進していたようで、能楽師安田登著の「能—650年続いた仕掛けとは—」という本の中で説明されています。『初心の初は衣偏と刀からできており、もとの意味は衣を刀で裁つ、……中略……初心忘るべからずとは折あるごとに古い自己を裁ち切り、新たな自己として生まれ変わらなければならない、そのことを忘れるな』という意味だそうです。もう少し補足すると、『その時々で新たに得た苦い経

験を思い、それを越えるために何歳になっても自己変革しチャレンジし続ける思いを持って』との意味で、一般的な意味とは少し違っていますが、とても共感できます。

豊かな社会づくり

JTEKT が会社として目指しているのは、『モノづくりを通じて人々の幸福と、豊かな社会づくりに貢献する』です。このためには感動を与えられるような No. 1 & Only One 商品を提供し続けることが必要です。そのために社員一人ひとりが、グローバル視点で、取り組むべき課題を発見・創造し、その課題に対処できるような組織・しくみ・人財をつくることに一丸となって取り組んでいきたいと思えます。皆様のご支援を引き続きよろしくお願い申し上げます。