

製品開発におけるフロント・エンド・ローディング  
— 連動経営の基本プロセスと開発テーマとの関連 —

株式会社ジョンクエルコンサルティング  
代表取締役 落合 以臣

**Keywords**

**VOC、開発テーマ、コンカレント、コンセプト、連動経営**

製品開発のテーマ発掘では、顧客の声 (Voice of customer、略してVOC) を第一とするというスローガンを掲げる企業が、ここ数年増えてきたのではないのでしょうか。テーマとは製品としての機能付けです。本当に、消費者の声は存在するのだろうか。確かに「こんな機能が搭載された製品」、あるいは「このようなデザイン」等の単純な要望はあるでしょうが、これら要望を満たす製品を市場化しても、売れる保証はありません。また、企業ではVOCを聴取するために、モニターなる人々を確保しています。モニターからの情報の質を問うことなしに、その声を反映しさえすれば VOC を聴取していると勘違いする経営者も少なくないでしょう。また、製品開発におけるコンカレント・エンジニアリングの有効性に関する調査研究においても、コンカレント・エンジニアリングがうまくいったとする企業が、VOCを製品開発に活かしたという評価は低く、その代わりに市場のニーズに結びつけることができたという報告が最も多いという報告があります。この調査結果は矛盾のように聞こえますが、うまく開発ができたという場合にはVOCを反映したというよりも、見えなかったニーズを掘り起こしたという場合が多いと解釈できます。コンカレント・エンジニアリングがうまく行くという場合には、製品コンセプト形成も含めてVOCをそのまま反映して製品づくりをするのではなく、製品コンセプトを徹底的に衆知・結集して作りあげることができた結果、消費者も評価する製品に仕上がったということと解釈できます。その意味では製品開発における有効なテーマをいかに形成するかが重要なポイントになります。

実際、製品開発の現場で起きている問題の多くは、製品のテーマの不明瞭性に原因があると言えます。そのために起こる問題が2つあります。ひとつは、早い時期に新機能を搭載した製品のモックが製作されないこと、ふたつ目は、固有のテーマを追求することができず、他社の動向を窺って製品開発の新しいテーマとすることです。

こうしたことを鑑みますと、製品開発を連動経営プロセスの一環として位置付けるためには、確実性のある開発テーマを得ることが重要なことと考えられます。この *JQ International Review* が、愛読される方の背中を押すことができれば幸いです。