

新製品開発におけるフロント・エンド・ローディング

‘世界を驚愕させる日本製品と技術力’

— IOT の利用と新製品開発 —

(株)ジョンケルコンサルティング 落合 以臣

A Front End Loading in New Product Development

‘Japan products in the world and technical capabilities’

-IOT utilization and a new product development-

Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

**Keywords:** 品質・IOT、マーケティング・ネット情報・フィードバック・個・集団

最近、日本の新製品開発に疑問を持ち始めたという評判が、ちらほらと聞こえるようになりました。かつての“品質イズナンバーワン”という評価は、後退しているのではと思われまます。いろいろなことが起因すると思われまます、現代のIOTのマーケティングへの浸透状況を見ますと、生きた顧客情報の収集不足ではないかと考えられまます。ひとつの例として、2015年10月にアメリカ合衆国に本社を置く世界最大のコングロマリットであるゼネラル・エレクトリック社(GE, General Electric)が、これまで全社横断的に点在していたデジタル関連機能を1つに集約する変革的な取組みとして、GEデジタル社を発足させまました。この企業は、GEソフトウェアセンター、グローバルIT部門、各事業のソフトウェアチームと、2014年に買収したWurldtechのインダストリアル・セキュリティ部門を統合させ、徹底して顧客情報を収集するというのが目的です。たとえば、GEの販売するタービンの主要な箇所にセンサーを付け、そのセンサーから運転状況、電気使用量などを収集し、顧客に効率良く運転できる情報を提供する、いわばフィードバックを充実させ、次の新製品開発に役立てる方法です。まさに、IOTをフルに活用して顧客の欲するものを先取りしている訳です。これに比較して、日本の新製品開発はどうでしょうか。一部の企業では、顧客の情報を収集し利用しているでしょうが、製造業にいたってはほとんど実施していないといっても過言ではないでしょう。これでは、顧客の欲する情報を入れた新製品を作り出すことは難しいのではないかと考えられまます。かといって、Voice of Customerを第一と考えた方が良いと言う訳ではなく、利用の方法が重要ではないかということです。

このようなことに鑑みますと、半歩先を見据えた売れる新製品開発を行うためには、どうしてもIOTの力が必要となるのではと思ひまます。数年前にスマート家電という言葉が流行りまました。しかしながら、メーカーから一方的に押し付ける情報では、顧客は満足感を得ることができないために、今ではその言葉さえもどこかへ吹き飛んでしまつたようです。日本人ほど繊細で、人のいうことを聞き、いち早く欲することを取り入れる人種でありながら、ネット情報を上手く使いこなす工夫に慣れていないのかもしれない。最初は、2番手3番手の位置にいたのが、いつの間にか1番手になった途端、あっという間に先を越されてしまうという現象が見られまます。これをある人に言わせれば、ハングリー精神が足りないから起こることであると言い切るでしょう。本当に、そうでしょうか。この満ち溢れた世の中で、ハングリー精神を醸成できるのでしょうか。あるいは、ハングリー精神があれば何とかなるのでしょうか。このような、昔気質みたいなものが、未だに企業の開発現場に巣くつているのではないかと考えられまます。

では、現代、近未来を見据えた売れる新製品開発作りとは、どのようなものなのだろうか。それは、集団から個への移り変わりのように思ひまます。数か月前から流行っています“ポケモンGO”が良い例と思ひまます。つまり、携帯と個人のつながりの中に、生きがいを感じるということでしょう。電車に乗り合わせてみれば、10人のうち8人は携帯に触れていまます。これでは、集団で何かをしようとする気持ちか湧いてくるはずがありません。この時代的な背景を無視することはできず、逆に取り入れることができれば、個が集団を形成するので、集団で物事を行うということではないはずです。今一度、新製品開発にGEのような顧客情報収集ネットワークを構築しては、いかがでしょうか。

この JQ International Review が、愛読される方の背中をさらに押すことができれば幸いです。