

新製品開発におけるフロント・エンド・ローディング**“製品開発の崩壊”****—製品価値の限界と超越 (その 2)—**

(株) ジョンケルコンサルティング 落合以臣

Front-end loading in new product development**“The collapse of product development”****- The Genesis of new product development (2) -**

Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

Keywords

SNS・人間環境・情報・製品価値・テーマ創造・超越・リスク

SNS, human environment, information, product value, creation, transcendence, risk

製品価値の創造というブーム

「製品価値の創造」というタイトルがブームになりましたのは、おおよそ 15 年前、2007 年～2009 年の間であったでしょうか。当時の製品価値に関する考え方は、製品自身の血流にテーマが浸み込み、製品の価値となって現れるとききました。それだけ、テーマの創造に力を注いでいた証拠ともいえます。しかしながら、人と人との社会的な繋がりを維持・促進する様々な機能を提供するということを掲げた会員制のオンラインサービスである SNS が、人間を取り巻く様々な環境に上手く入り込んだために、生活自体が大きく変貌しました。また、コロナ禍の世界的蔓延が、製品開発の遅れに拍車をかけたと言えるでしょう。

IT 用語辞典を参照すれば、確かに、友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地域、出身校、あるいは「友人の友人」といった共通点や繋がりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供してくれる大変便利なツールといえます。この便利さが、いつの間にか思考能力を支配し、Web サイトや専用のスマートフォンアプリなどを通して入手する内容が、すべてであるかのような錯覚をしてしまう。言い換えますと、自身は主体的に動いていると思いが、結局は日本人が一番好む「皆さんそうしています。ああそう」という渦の中に巻き込まれているわけです。誰かが SNS を通して、あの製品は素晴らしいという情報を発信すれば、瞬間に地球の裏まで届くわけです。それとは反対な情報も同様になるわけです。ある意味では、極めて住みづらい世の中になったともいえるでしょう。

製品価値の限界

こうした状況の中で、製品価値をどのように表現していくのか、どのように作っていくのか、今までにない時代に突入したと言っても過言ではないでしょう。では、どのような方法で、製品価値を表現したらよいのでしょうか。それは、その製品の原点に戻り、製品以上の価値を造ってきたものを一度整理することから始めてはどうでしょうかという問いかけです。もう少し簡略化して述べますと、製品の中に不必要なものが多すぎるということです。例えばランドリーを見た場合、いかに汚れを落とし、きれいにするかということが目的のはずですが、そこにアンドロイドのソフトを読み込ませるようなソフト・機能を入れ、スマホと連携させて、スマホで管理させる方法は、本当に便利でしょうか。ほとんど使わないソフト・機能が多すぎるのではないのでしょうか。

製品価値の創造

こうしたことに鑑みますと、一度、製品そのものを整理し、5 年先、10 年先を見据えたテーマを創造し、そのテーマをしっかりと製品に乗せて行くことが、本当の意味での製品価値を超越することになるのではないのでしょうか。

やはり、人間力を基本に置いたテーマ創造は、何よりも勝ると思います。特に、ロシアが仕掛けたウクライナ戦争、最近になって勃発したイスラエル-ハマスの戦争は、世界経済の停滞をさらに引き延ばしていると言っても過言ではないでしょう。それらの戦争がいつ終結するのか、神のみが知ることになるのでしょうか。

ただ現状を直視しますと、我が国においては、米国との大きな金利差によって円安が今後も進行し、競争力の低下が続くことは事実として捉えることが重要と考えます。筆者自身も、米国への支払いを円高になるまで順延してもらってきましたが、そのツケが降りかかり 132 円が 151 円になりました。やはり、リスクの先送りは大きな損害を被るということを実感している次第です。