

新製品開発におけるフロント・エンド・ローディング
‘製品価値の寿命とテーマ創造’
— 2030年の技術 —

(株)ジヨンクエルコンサルティング 落合 以臣

A Front End Loading in New Product Development

‘Lifetime of product value and theme creation’

-Technology of 2030-

Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

Keywords:

製品価値・労働価値説・効用価値説・満足度・短命化・中命化・トレンド予測・知恵

少し大上段に構えて、経済学的な見方で製品価値を分析しますと、労働価値説からの見解と効用価値説からの見解に分かれるといわれています。労働価値説からの見方は、製品価値は製品そのものの中に含まれ、社会的必要労働の量によって規定されると定義されているようです。この考え方は、ウィキペディアによれば、イギリスの医師でもあり経済学者のウィリアム・ペティに始まり、アダム・スミス、リカードにより体系づけられ、マルクスによって集大成されたといわれています。つまり、製品価値を生む源泉が、製品そのものが持つ価値ではなく、その物を生産し、運搬してきた労働に対して対価を支払っているという考えで、古典的な経済理論といえるでしょう。効用価値説からの見方は、製品の価値は効用（満足度）の大きさと決まるとする理論で、ある製品を消費したとき、それによって得られる効用（満足度）が価値であると定義しています。この効用（満足度）の評価が、同じ製品を使ったときでも人によって満足度は当然違うので、その製品の値段に対して高いと思う人もいれば安いと思う人もいます。つまり個人の主観に相当な部分委ねられているので、一方では主観価値説とも呼ばれているそうです。

こうした2つの価値基準から製品寿命を探ってみますと、1980年代頃までは便利さを追求しながら、製品を作る過程で起きる品質の課題、安全性などを重要視した開発が行われていたと思われる。また、その過程でTQC活動が盛んになった背景を理解することができます。しかしながら、現在の製品開発を見ますと、効用（満足度）を優先するあまり、マスコミベースに乗せられた表面的な製品を作ることに専念していると思われる。たとえば、無料の写真共有アプリケーションソフトウェアをつかって投稿できるインスタグラム（Instagram）は、現時点でのやりがいが写し出され、それが瞬く間に世界中に広がり、あたかもその写真集が流行しているような状況を作り出すという一種の虚構の世界を演出しています。この虚構の世界に製品企画に携わる人々が群がり、これがテーマだテーマだと虚構の世界を盛り上げているにすぎないのですが、当人はまったくそれに気づいていないといえます。ある意味では、製品寿命の短命化は、自身が作り出しているといえるのではないのでしょうか。

こうしたことに鑑みますと、製品寿命を短命化へ向かわせるのではなく、長命化というより中命化へ導く方法は、5年先、10年先をニュートラルな視点で見る目を養うことが必要ではないかと思われる。なぜならば、製品開発における社会環境は、熾烈な価格及び販売競争の中で、年々技術・製品価値が失われようとしており、製品開発の要を担っているR&D及び開発現場では、過酷な開発環境を強いられている状況だからです。これを打破するためには、ニュートラルな視点で近未来を見据えたうえで、R&Dの内容を決めることが重要で、R&Dは、新製品・新製造方法の開発、改良のための研究、製造や販売へ技術的を提供することができます。現代のように混沌としたときほど、「念には知恵を入れる」開発が必要と思われる。

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。
