

## 新製品開発におけるフロントエンドローディング

### ‘研究理念の可視化’

#### — 新設計基準の創生 —

(株) ジョンケイルコンサルティング 落合以臣

A Front-End Loading in New Product Development

‘Visualization of research philosophy’

- Creation of new design standards -

Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

**Keywords:** 世界経済・枠組み・後退・研究理念・発想の転換・創意工夫・奮起・起死回生

世界経済の枠組みがドラスティックに変革する中で、日本の製品開発は、確実に新たな発見をして強くなってきたといえます。しかしながら、株価が高騰して膨大な含み資産を抱え込みながら、基礎研究に、どれほどの投資をしてきたかといえば、株主対応を優先するあまり、研究については後退していると言っても過言ではないでしょう。言い換えますと、ここ5年の企業運営は財務を中心とした戦略に偏り、リスクのあるものへの積極的な展開を敬遠してきたために、守りの姿勢になってきたと言えます。この結果、いつの間にか前に向かって強く前進し、勝つことの喜びを糧とすることを忘れてしまったのか、あるいは勝つことに負けてしまったのではないのでしょうか。企業は前へ進めるための幾つかのエンジンを持っていますが、特にここに来て企業本体の主力エンジンに火をつけることよりも付随的なエンジンをこまめに起動することに力を注いできたため、主力エンジンがすでに冷えつつあると言ってもいいかも知れません。この内容は、2012年の12月のJQ International Reviewに書きました。あれから7年の歳月が経ても、同じ状況が今も続い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、冷えつつある主力エンジンに火をとますためには、少なくとも5年～10年先の世情を俯瞰したうえで、企業の進むべき方向性を持つことが必要と思います。それは、顧客ニーズの先取り、海外の最先端企業の動向を伺うことなども考えられるでしょうが、そのもっと先にあるもの、つまり、企業自身の“研究理念”を、単なる言葉遊びに悠々とするのではなく、可視化することではないのでしょうか。この“研究理念”を構築することができれば、企業特有の新たな市場を作ることできるはずですが、また、日本企業の強さは発想の転換を誘引し創意工夫を加え、自らの新たな市場を創造で作ってきたことでした。こうしたことが、日本を牽引するひとつの求心力となって、日本から世界へと展開し得る原動力となり、これが本当のグローバル化を形成するはずですが、しかしながら、我々日本人にとってのグローバル化は、ことあるごとに“グローバルだ、グローバルだ”と声高く騒いでいる人が主役になっており、本来の意味を理解している人は少ないと言えます。なぜならば、日本から見れば、諸外国への進出はグローバル化かもしれませんが、その国の国情に入っていきますと、その国の法律、習慣があるからです。

かつてGE (General Electric) が、エジソン生誕100年を記念して掲げた「エジソンに戻ろう」は、見事にGE自身のあるべき姿を明確にし、その結果、全社員のDNAを奮起させ新規製品の発掘、効率的な製品開発へと連動し起死回生を果たしたことは、今だ時が過ぎても我々にとりましてよいお手本となるはずですが。

今一度、名だたる企業においては、日本そして世界を牽引するために、冷えつつある主力エンジンに火をとますことを真剣に考えてもいいのではないのでしょうか。そうすれば、かつての日本企業の強さを取り戻し、バランスと友愛を持って世界へ発信することができるのではと思います。

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。

---