

新製品開発におけるフロントエンドローディング
‘人類の危機とテーマ創造’

— テーマ創造 —

(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

“Human crisis and theme creation”

-The creation of a theme-

Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

Keywords : 新型コロナウイルス・影響・世界経済・クライシス・テーマ創造・機能・過程・醸成・製品化・上市

ここ 10 年間の新製品価値

新型コロナウイルスの影響を受けて、世界経済は見事に止まってしまいました。同時に、ここ 10 年の間、企業は新製品開発に力を注いでこなかったと言っても過言ではないでしょう。確かに、新型コロナウイルスは、今までにない異種のウィルスで、それに対応した処置が難しいと言われていることも事実でしょう。また、3 密を避ければ少しでも蔓延することを妨げることができると言われてはいますが、少なくとも技術立国ともてはやされてきた我が国の先端技術を持ってすれば、アナログ的な解決策でない方法で対応策ができるはずでしょう。例えば、空調設備などは、その一つの対応策になることができます。

しかしながら、現在の空調設備を見た場合、10 年前と比較してどれほどの進化を遂げたといえるのでしょうか。コストダウンのみを踏襲し、人類が遭遇するであろう悪環境に対する技術開発をおざなりにしてきたと言えます。したがって、人類のクライシスと言われてはいます今、技術が何の役にも立たないわけです。この現象は、人類にとってどのような警笛を鳴らしているのでしょうか。

テーマ創造の重要性

改めて、テーマ創造の必要性を考えますと、テーマそのものが売れる製品となるのではなく、テーマをシンボルのような形式として捉え、そこから機能へと展開して行く過程で培われる思いが、製品に埋め込まれそれが製品価値となって世に出ていく姿のように思います。言い換えますと、テーマとは希望に満ち溢れた素晴らしいものではありませんが、後工程である製品化までの過程を含めた大変な労力の結晶と言えるのではないのでしょうか。したがって、斬新なテーマを創造したことに満足し、製品化までの過程を予測できない開発エンジニアには、テーマ創造の重要性すら分かり得ないと思います。

約 7 年前に、アルコール飲料を生産・販売する企業で、5 年・10 年先の世情をニュートラルな視点で垣間見て、そこから新製品のテーマ創造し、新たな製品、XYZ 飲料を生み出した過程を振り返りますと、まさに、現実の世情を予見し、そこから重厚な思いで作り上げた製品であったなという邂逅に浸る思いです。

テーマ創造とは

こうしたことに鑑みますと、テーマ創造とは 5 年、10 年先の世情をニュートラルな視点で垣間見て、そこから機能へと落とし込む過程で製品価値を醸成させ、そしてその結果として上市するという、いわば一種のメソドロジーと言えるのではないのでしょうか。また、テーマ創造の本質は一過性の活動ではなく、地道に世情を把握するための情報を収集し、その収集した情報を整理していく作業が、大変重要なことであると言えます。したがって、テーマ創造はかっこの良いものではなく、むしろ大変な労力を費やして行う現場仕事と言ってもいいかも知れません。

新型コロナウイルス影響の最中ですが、収束後の新たな世情を垣間見る思考を身に着けることも重要な一歩であると思います。そして、後になって新型コロナウイルスは大変なクライシスを引き越したけれど、人類にとって考える時間を与えてくれたなと振り返ることができることを期待したいと思います。