

心の通った技術開発



愛知電機商事株式会社 取締役社長 高橋守彦

現在の生活環境から、私の入社した昭和21年の頃を顧み、当時の日本のおかれた立場と今日の科学技術の発展を思うと、戦中派の一員として感無量のものがある。昭和もいまや60年代に入り、我々の周囲は情報化時代の真只中にあり、社会的変動と価値観の変化も激しいものがある。

物を買うという面では、販売会社がメーカーで造った商品を市場で売り捌くだけの時代は過ぎ、自ら企画したものをメーカーと共同して造る時代に随分以前から入っている。

我々の生活自体は恵まれた環境の中にあり、衣食住は充足され、技術の粋を集めた高級商品が簡単に手に入るようになった。しかし、人々はまだより文化的な生活、精神的豊かさを求めて止まない。

商品開発は更に価値観の多様化により細分化が進み、差別化、高級化がはかられている。例えば、車は住居としての機能が加えられ、住宅はオール電化ハウスとなって現われている。家電商品はシャンプー化粧台や自動パン焼機にみられるように必需品ではないが“あれば便利”というものがヒット商品となっている。昔の家事労働からの開放を目的とした商品ではなくなってきている。これらは総て市場の要求にあわせた技術開発のお蔭であろう。

歴史の中で、人類は昔から海や大陸や宇宙に向けて果敢に挑戦し、永い年月をかけ15世紀には米大陸を、次いで北極・南極大陸を、20世紀には月を征服し、火星まで手に入れようとしている。これらも又飽くなき人類の挑戦意欲と技術開発の成果であろう。特に、宇宙への挑戦の成果は情報化時代という大きな恩恵を我々にもたらしている。こうした人類の「あるもの」への挑戦こそが“技術開発の原点”であるという気がしてならない。

企業にとって「あるもの」とは商品であろう。特に販売会社にとって商品は“命”である。絶えず移りゆく環境動向の中から開発商品を発見していかなければならない。そしてそれは常に競争と採算を重視し、世の中の役に立つものでなければならぬと思われる。

我が社も開発チームを作り、開発商品を追い求めて来たが決して易しくはない。しかし、諦めてしまってはならない。昔の人々のように素直に結果を恐れず挑戦する必要があるだろう。

これらの開発商品に求められるものは、

①特許に守られているか、他にない特長を備えているもの。そしてその特長はそのままキャッチフレーズになるもの。

②省エネ化、自動・電子化、新素材化された高技術なもの。

③多種少量のものであっても、その業界に必要なもの。

であろう。それらを備えた商品は、高い評価を受けることができるであろう。これの実現にも技術の力がどうしても必要である。そして、その開発手法としてはマーケティング部門と商品開発部門が一体となって進めるべきであり、特に客先ニーズと商品の有用性は開発部門もニーズの先端に出向いて確認し合って物を創造する必要があるだろう。それは商品を世に送り出す期間の短縮と心の通った商品の創造になるであろう。

技術は社会を変えることができるので、それに携わる方々はそれを使命として、更に技術を磨き、人類の文明に役立つ開発をされることを願って止まない。

我々販売会社も積極的にそのコーディネーターとしての役割を果たしたいと常に思っている。