

新しいモノ造りは人づくりから

～顧客志向と全体最適発想を柱に～

Evolution of People's Minds Leads to Innovative Products
— With the Ideas of Customer-Oriented Mind and
Totally-Optimized Operation —

常務取締役
生産本部長兼調達本部長
今田公一

Koichi
Imada



本誌『塗料の研究』は我が国を代表する塗料の学術研究誌であるべく、弊社の日頃の研究開発により誕生した新技術や新製品をいち早く皆様にお伝えすることを目的として発行させて頂いております。平素より御愛読いただくとともに、貴重な御意見を賜り誠に有難うございます。

弊社では昨年度より生産改革運動『SMASH』を全事業所で展開しております。従来、生産部門の改善運動は生産部門内の改善が中心で、「いかに効率的に、いかに多くの製品を造るか」、ということを中心としてきました。しかし、変化する環境・市場に合わせた、顧客ニーズに応えるモノ造り実現のためには、生産部門だけでは解決できない壁に突き当たるが多々あります。そこで、この壁を打ち破るために始めたのが『SMASH』運動であり、現在、受注～出荷までのリードタイム短縮をテーマにこの運動に取り組んでおります。

その活動の理念は、①顧客志向、②全体最適、③部門間の壁の打破、の三点であります。

また、「改善」ではなく「改革」と称しているのは、変化に対応できる人づくり（意識改革）を目指しているためです。研究・開発～設計～調達～生産～物流～販売までを意識した広義のモノ造りにおいて、会社の風土として、この理念を浸透させ実践していくことの重要性を痛感しております。

研究・開発、設計部門においても同様に、画期的な技術・製品は、研究室だけから生まれるものではなく、市場、すなわち顧客ニーズから生まれると思えます。今、お客様は

何を求めているか、何を世に出せば売れるかを知るためには、お客様の本音を聞き、お客様の立場に立った思考ができ、それを強烈に意識することが必要です。そういう人から画期的な製品・技術が必ずや生まれてくるのであります。

モノ造りの達成要件であるQCD (Quality, Cost & Delivery) は、設計・開発段階でほぼ決まると言われております。QCD課題を、研究・開発～設計～調達～生産～物流～販売まで全体を俯瞰し解決することが肝要です。また、この課題は物理的なものだけでなく、風土・組織といったソフトウェアも含んで、部門間さらには関連する企業間の壁を取り払い解決する、即ち、全体最適発想を設計開発段階からもつことが開発技術者の重要な役割・資質となるのであります。このような、いわば起業家意識をもつ技術者がキラ星の如く現れることを期待しております。

弊社は本年4月より第11期中期経営計画をスタートさせました。その計画は3年後に連結売上高2400億円、同経常利益300億円を達成するという、極めてハードルの高い目標です。この達成の成否のポイントは、「市場を席捲できる画期的な製品開発」と「海外事業の伸長」にあります。中期経営計画の目標達成に向け、当社の研究開発陣は、言い古された言葉ですが、「モノ造りは人づくりから」という理念の下で切磋琢磨し、お客様にとって付加価値の高い、ご満足いただける製品を他社に先駆けてどんどん世に出して参ります。今後とも、より一層のご指導とご支援をお願いいたします。