

巻 頭 言

IT革命と“ものづくり”の変化

IT Innovation and Change in Manufacturing

専務取締役

森田圭二

K. MORITA



21世紀，自動車産業をはじめあらゆる産業分野を顧客とする我々ユニット部品メーカーは新たな格闘の歴史が始まったと言っても過言ではない。

それは，

「情報技術(I T)革命が加速するグローバルゼーション」

「地球環境との共存がベースとなる産業環境の変化」

「完成品メーカーと部品メーカーとの関係を大きく変えるニューエンジニアリング」

の三つの大きい波である。

これらの大きい波への対応として，当社でも数年前から，スタッフ全員にパソコンが配布され光洋グループ会社のグローバルな情報が，個人レベルで共有できるようになっている。設計部門では3D-CADが導入され，新商品の開発設計と同時に全部品の素材から完成品までの工程展開が仕入先を含めて併行展開され，開発から生産準備・量産完了迄のトータル期間を大幅に短縮するプロジェクトが進んでいる。

One to One Marketing

現在はもの過剰の時代であり，買う側の論理でものの価値が決められる。例えば，靴を買う店に行った時，選べるサイズの種類が増えたとはいえ左右ともにぴったりと合う靴にはなかなか出会うことができないものである。

ところが，足の形を非接触三次元計測装置で前後左右から記録して電送するとコンピュータ処理して，光造形装置でその人にぴったりの靴型ができる。服のオーダーでも同様のシステムとなるのは近いと言われている。我々の商品も，完成品メーカーの商品の個々のニーズにマッチした機能を発揮するもの，いわゆるワン・ツー・ワンマーケティングの商品を目指した商品開発をしていきたいものである。

ものの価値観の変化

当社も地球環境保全委員会で光洋グループ会社を含めた全社組織としてゼロエミッションの達成へ向けて活動しているが，CO₂の削減問題をはじめ，ものを大切に扱う事に対する地球規模でのニーズは年々高まってきている。世の中はものを所有する考えに替わって，ものを使用する権利，つまり，ものそのものよりも，ものが生み出すサービスに重点をおいた考え方に変わりつつある。

従って，我々メーカーはハードだけをつくって売る時代ではなく，いかに良いソフトをつくるかという，ものの価値がソフトで裏付けられる時代になって来たことを認識して日々の技術開発・ものづくりに取り組んでいかねばならない事を痛感する次第である。