



執行役員 石川 卓

「私達の目指すもの」

「もっといいクルマをつくろうよ」これは、トヨタ自動車㈱の豊田章男社長が、社長就任以来、社員に向けて投げかけてきた言葉です。今では、この抽象的な言葉が、トヨタという会社を、そして、トヨタグループの枠さえも超えて、日本のものづくり復活に向けた旗頭のようになりつつあると感じているのは、私だけではないのではないのでしょうか。

会社をリードしていく上での数値目標の重要性は、語るまでもありませんが、規模の大きな会社になればなる程、いくつかの数値目標だけでは、社員の気持ちを一つにまとめることが難しい。と同時に、日本人固有のメンタリティ、一人がヒーローになるのではなく、チームワークで戦う。その為には、数字ではない、もっと漠とした理念というか概念のようなもの・・・

これが、ものづくりに携わる者にとって、非常に心地よく、かつ全社員が各々の目先の利害を超え、最終目標に向かう大事な道標なのだと感じています。

さて、振り返ると我々にも、TG 2020 VisionとTG Spirit, そして「One team, One TG.」というスローガンが示され、価値観の共有がグローバルに行われつつあります。

また、事業部制から本部制に戻り、技術部門は開発本部として一枚岩になるべく、多様な施策を打ちつつ、再出発しています。幸いなことに、豊田合成の事業領域は、オートモーティブシーリング (AS) 領域、機能部品 (FC) 領域、内外装 (IE) 領域、セーフティシステム (SS) 領域、オプトエレクトロニクス領域、特機領域と非常に多種多様で、幅広い技術を有しています。

このような多様な知識・技術を融合し、「もっといいクルマづくり」を念頭に置いた上で、TG 2020 Visionを達成していくには、何が必要か？ 技術トレンドの先を読み、お客様の立場に立って、開発提案をし続けていくためには何が必要なのか？ どうやって新製品・新商品を産み出していくのか？ 大変難しい問いではあると思いますが、その指針が、今回の技報に織り込まれていると期待しています。

今を知る・・・ベンチマーク、トレンド調査等をした上で、自分達の立ち位置を知る

先を読む・・・上記を理解した上で、求められているものを予測・推測する

これらを組織として、「労を惜しまず、継続」し、更には全員が「高い目標に向かって愚直に開発に邁進」し、「付加価値を付ける」ことを意識、徹底していきたいと思っています。

今回の技報では、冒頭、デザインと設計の両方の観点から各々の取組みについて記載しています。その心は、「デザインを実現させる技術」と「技術を活かすデザイン」、この2つがお互いを尊重し、付加価値を付けあいながら、いい商品企画・開発を進めて行きたいとの思いからです。

自動車を取り巻く環境は大きく変化しています。お客様の価値観も多様化しています。

この中で存在感のある商品を産み出していく為には、仕事のプロセスも変革していく必要があると感じています。従来の開発手法から脱し、自ら変化を感じ、新しい成長曲線を描くことを目標に「もっといい商品づくり」に取り組ましましょう。

今回は、特別寄稿として、トヨタ自動車㈱のデザイン領域長である澤常務理事に執筆をお願いしています。「もっといいクルマづくり」と「TNGA」に向けたデザイン領域の取組みの一旦を知ることが出来ると思います。私達が仕事を進めていく中で、大変関係深い内容だと思しますので、興味を持って読んで頂きたいと思います。