

製品開発と市場の変化

江 守 新 八 郎

去年は、3月の東日本大震災、福島原発事故に続き、わが社では塩ビモノマー爆発火災事故という、尊い人命を失う重大事故を引き起こした。まさに安全神話の崩壊であり、安全という言葉の重みを改めて痛感させられた1年であった。

事故が起きるたびに「想定外」の言葉が飛び交う。どこまで想定していたか、想定できなかったのかという「想定範囲」が、その保有する技術レベルによって規定されるものであるとするならば、想定範囲を広げリスクを最小限に抑えるための技術レベルの底上げが重要になってくる。仮に、永年培われてきた技術の上に慢心という空気が横たわっていたとしたら、これは謙虚に受け止め払拭し、製造技術のブラッシュアップと後世代への適切な技術の伝達についての再検証が求められる。

ところで、近年の高付加価値製品といわれる市場の変化は激しいものがある。特に液晶パネル、太陽電池、携帯端末といった先端分野は、ほんの数年前までは日本企業が先頭に立って技術開発を進め優位性を維持していた。それがこの2～3年で様変わりしている。アジアの新興企業は、電子機器の受託生産方式やファブレス化といった新たなビジネスモデルにより、新興国市場向けに大幅なコスト削減を実現している。日本の大手電機メーカーは、「6重苦」という固有の問題もあり、コスト競争力で付いていけず生き残りのため事業構造の大幅な見直しを迫られている。

これは、ハイテク、高品質製品が必ずしも事業の成功をもたらすとは言えないことを意味している。高付加価値製品もいずれはコモディティ化の対象となり得ることを想定しておく必要がある。市場の変化が激しい中、市場のニーズに合った製品をいかにタイムリーに提供できるかが勝負の分かれ目となっている。

当社の研究開発部門の使命は、ファイン・スペシャリティ分野を中心に、新製品開発や製法改良を行い事業化に資することである。

ハイテク製品に使用される素材の開発は、より高付加価値、高品質化に向けて熾烈な競争を繰り広げている。開発は時間との競争でもある。過去に蓄積された技術をいかに活用し、開発スピードを上げるかが問われている。過去の成功例、失敗例を問わず、それまでに培われた技術を体系化し、次の製品開発につなげていくことが重要である。

また開発の方向性が市場のニーズに適合しているかどうかの検証が常に必要であろう。研究開発部門と事業部のより密接な連携のもと、市場の方向性・変化をいち早く察知し、その方向に向けて開発を推し進めていくことが肝要である。

今年のオリンピックで活躍した選手達も、更に4年後の表彰台を夢見て、日夜努力を重ねている。わが社の研究陣も、次のテーマ目標に向けて更なる研鑽を重ね、輝かしい成果をあげ、新製品事業化という夢を実現してもらいたい。