

# メーカーとして永続するための 技術活動

Technology Policy for Enduring as a Manufacturer

取締役 常務執行役員  
技術、品質・環境管掌  
古川秀範

Hidenori  
Furukawa



日頃より、『塗料の研究』をご愛読いただき、誠に有難うございます。本誌は弊社の新技術、新製品のご紹介などの技術活動をお伝えさせて頂いております。本誌は、お客様とのコミュニケーションがより一層深くなることを通して、研究・開発にいろいろなご意見を盛り込んでいくことを目的としております。

皆様からのご意見、ご指摘、ご要望などお聞かせいただければ幸いです。

弊社関西ペイントは、現在創立98年目を迎えております。創立以来、塗料のメーカーとして創業してまいることができました。これも、弊社の塗料をご愛顧していただいているお客様のお蔭であり誠に有難うございます。

ここまでメーカーとして存続できた理由としましては、お客様にご満足していただける製品を安定して供給し続けることができ、多少なりとも弊社に対して信頼をしていただいたことであると考えております。

では、今後あと100年、塗料、化学品メーカーとして生き残っていくためには、どのような姿勢で世界に臨んでいかなければならないのか、地球規模の活動であり世界がどの様に変わっていくか予測が難しい状況ではありますが、常に挑戦し続けていかなければならない課題です。

長い間存続できている企業を、相当数解析してまとめた調査がありました。なぜ長年存続できているかの問いに対して、「リーダーのぶれない資質」や「企業の規律ある文化」などのいろいろな視点からの解析結果がありましたが、技術活動に関しては『技術の変化に対しては、慎重に、創造性豊かに』というまとめでした。もう少し具体的に解説しますと、技術とは常に変化し続けなければ陳腐化してしまう。しかし、変化し過ぎて厚みのない技術では勝ち残れない。不易流行という言葉がありますが、変わらなければならぬ部分と、変えてはならない部分を慎重にかつ創造性豊かに対応していかなければならない、ということです。多分に私見も入っていますが、

戦線が地球全体に及んでいる現在、市場をいかに獲得していくかという命題と、獲得した市場でいかに信頼を勝ち取っていくかという命題があり、両輪の関係にあります。これは、近未来を想定した命題です。一方、あと100年メーカーとして存続するための技術活動は、10年、20年先の将来にむけた新たな事業を創造しえる技術活動である必要性があり、いままで蓄積してきた技術に立脚しかつ変化し続ける活動であるべきです。

メーカーの役割はリージョンによって、異なっています。物作りとしての造り方(プロセスイノベーション)の付加価値を目指す活動と、もの創りとしての創造(プロダクトイノベーション)の活動のバランスが重要になってきています。別の言い方をすれば、海外ではプロセスの比率が高く、国内及び先進国ではプロダクトの比率が高いという構図です。どちらも重要であり、リージョン毎の戦略を明確にしていかなければなりません。

技術部門は、地球環境への配慮された開発、コストパフォーマンスが高くかつタイムリーな開発、などを当然意識して日々開発に邁進していかなければなりません。しかし、今後は目の前の課題に全力投球すると同時に視野を広げて、前述の『不易流行としての技術取捨選択』、『近未来と将来の考え方の明確化』、『リージョン毎の技術活動戦略』などを強烈に意識しながら活動をしなければ、今後は生き残れないと考えます。

弊社の塗料をご愛顧して頂いているお客様に、今後も末永くご愛顧いただけるように、この様な技術活動を行っていく所存であります。

皆様のより一層のご支援、ご指導をよろしくご願い申し上げます。