



巻 頭 言

戦 略 発 想 (チャレンジ)

常務取締役 小 林 育 也

21世紀はすぐそこまで来ている。日本の自動車業界は低迷し、減収減益の嵐に苦しむ企業が多い。中短期事業計画を立てて成長をつづけていた2年前までの私達の“戦略”のどこが悪かったのか？ 戦略は正しかったが戦術がまずかったのか？ いやもともと“戦略”が間違っていたと反省すべきなのか？ ……

今、当社は組織の活性化、効率向上をめざしてRT95運動(Renewal TEN '95)を展開している。その活動の中で、各部門が現状の分析と認識を徹底的に行い、新たな発想で、“リストラ”を行わなければ、21世紀への展望は開かれないと思う。

AVC事業といい、モートロニクス事業といっても明確に境界があるわけではない。要はカーエレクトロニクスという巨大なマーケットの中で我々は何を取り込み自社の経営基盤とするか、もう一度、事業ビジョンを見直し、技術開発戦略を立て直すことが必要である。

自動車のユーザ(我々のお客様)は価値のあるものとしてどのような商品を買ってくれるのか？ カーオーディオやビジュアル商品でも、平均的ドライバーと特定ドライバーとではお客様の要求は全く異なる。“自分のポケットマネー”で買う気になる商品かどうか開発担当者は今一度自問自答してみる必要がある。その時重要なのは、性能、機能、信頼性だけでなく、操作のし易さ、意匠や価格等が購入意志決定のキーポイントである場合が多いということである。

自動車は公道を走行する社会的商品でもあり、それに求められる特性(商品性、機能)は環境保護、安全性、PL対応など年々厳しくなるばかりである。そこで、わが社の得意とするエ

レクトロニクス技術（AVC、モートロニクス）が活かされるチャンスは非常に多い。特に、自動車に欠けている通信情報機能はインフラの整備に依存するところ大であるが、今後確実にのびる分野である。

また当社が長年研究しているミリ波レーダに関して言えば、'95,6年頃には60GHz帯が自動車向けに開放されることが期待され実用化も近い。まだ解決すべき課題が多く、一般乗用車に広く搭載されるのは21世紀へ入ってからになると思われるが、業務用車両や人員輸送車両等には安全上必須の商品になるであろう。

このように我々のカーエレクトロニクス分野は21世紀まで着実に成長する分野と考えている。

今こそ絶好のチャンス到来と考え、若い人々の戦略発想（チャレンジ）を期待します。

