

巻 頭 言

21世紀の基礎作り Building a Foundation for the 21st Century

取締役
勝丸 桂二郎



ここ2年程でネットワークが加速的に普及し、デジタル化の波が家庭にまで押し寄せた。この動きは、業種や企業の垣根を壊して新しい市場を造り出そうとしている。携帯電話や携帯型情報端末等開発すべき機器やサービスは多種多様になり、次に来る技術の主流は見えにくくなる。こうした変化は必要になる技術の質を変える。

この事は多くの企業にとって新しい市場を造り出すチャンスが広がった事を意味する。変革の時だからこそ、他社とは異なる技術の機軸がこれ迄以上に重要度を増す。新しい市場を誰よりも早く開拓出来れば、その市場を席卷出来る可能性は高まるからだ。

日本の2000年の技術開発による成果は、インターネット、デジタル放送、携帯等の盛り上がりを受け、通信、放送、ネットワーク、ソフトウェア、デジタル家電に関する成果が多かった。最も多いLSI、次世代素子に関しても上記3分野と関連する製品や技術が全などを占めた。

2000年は数ある企業の中でどの分野に力を入れてゆけば良いかが明確になって来た年だと考える。これらは集中と選択を意識して来た結果であろう。

グローバルな市場で競争力ある企業になるためには、世界で勝てるための技術を開発しなければならない。

技術開発の主な使命は新規事業の開発と既存技術の改良である。現在の技術だけにとらわれていては駄目である。手持ちの技術からどのような事業が出来るかも大切な事と考えるが、世の中の変化で発生した新しい事業に必要な技術は何かと云う事をとらえ、集中と選択、意志決定を早く行ない開発を推進、促進させる事が必要である。

変革の速い、激しい時に、自社の技術を集約しても、弱い分野や足りない分野などが出て来る。その場合には、他社と協業を進めてゆく。協業を進めるうえで重要なのが、自社技術の客観的判断である。

協業相手が同じ技術を持ちいづれかを選択する場合には、各技術に対して、ベンチマークを用意し、優劣を判断出来る様、社内の技術開発力を客観的に数値化して評価出来る様にする事も重要な課題である。

ベンチマークは、これからの通信，放送，ネットワーク等に向けてターゲットを絞り込むにも有効だと考える。ベンチマークで比較し、世界レベルの高い技術開発を効率的に開発すべきである。

世界ではどの位の速さで技術開発が進んでいるのか、世界レベルの技術開発速度を知らないと「努力しているが成果には時間がかかる」等の言い訳が出て来る。「開発が進まないなら、別の方向、別の事を考える」と云う対応が必要である。批判や評価がない様な状況ではこうした甘い考えが出て来る。この雰囲気は外部との競争による評価があれば打破出来る。世界に目を向けた技術開発により、より競争力の強い技術，商品，システムをスピーディに実現出来る。

誰もが手を引いた、あるいは誰も手を付けていなかった研究・開発テーマ、こうしたテーマが新市場を作り出す原動力になる。他社と同じ事は追わない。自社の強みを打ち出すのは、企業の「個性」であり、それを構成する技術開発部門、技術開発者の個性だ！自社のコアとなる技術と組み合わせ、標準技術を使いこなす。重要なのはそれを利用して、自社の強みを如何に引き出すかだ。

42.195kmを走るマラソンランナー、これを制覇する者は、先づ自己の能力を高めるため、あらゆる手段・方策を考え、周到に準備し、実行する事から始まる。

走行コースの条件、競争相手の能力（長所、短所）等々、さらに全工程において、どの地点迄にどう走るか、どこで仕掛けるか、確実にマイルストーンを設定し、これを確実に実践出来た者が、オリーブの王冠を手に入れる事が出来る。でも一人で成し得るか？否である。個人の能力は大きなウエイトを占めるが、数多くの協力者の力が必要なのである。

スピード・チャレンジ・革新をスローガンに全社ベクトルを一にして強い技術、世界に通用する技術を武器に21世紀の成功体験を重ねてゆきたい思いでいっぱいである。