

もの造り元年

Year One for “Production Innovation”

わが社が国産初の pH 計を開発し、計測・分析機器市場に第一歩を記していらい、既に40年近くになります。20年前から海外に積極的に進出し、欧米の先進諸国を中心に、主に自動車排ガス測定装置の製造・販売活動を展開してきました。オリジナルティーに富んだ開発技術を基盤とする製品は、他が真似できないユニーク性を発揮し、国内外でホリバ・ブランドの優位性を揺るぎないものにしました。

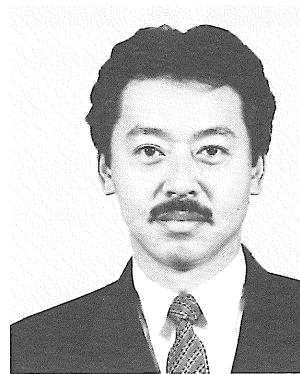
当初、我々のユーザは、学者や企業の研究者などのエキスパートが大半で、製品のオペレーターも分析の専門家が殆どでした。この方々のニーズは、「計れるのか計れないのか？ いかに高精度に計れるのか？」という事が最優先で、良いもの（高精度のもの）が高価なのは仕方ないと、多少高額な製品も喜んで受け入れてもらえました。

しかし、計測や分析が、専門家の域を越え一般の人々にも身近になるにつれて、状況は大きく変わってきました。今では、特別のトレーニングを受けていない人が、ボタン一つで簡単に、従来の熟練分析者が得たと同等のデータをとれる事が前提条件となっています。こうした分析機器の汎用化は、コスト・パフォーマンスに対するユーザの厳しい査定を促し、現在では、良いものは高性能で安価なもの、というのが常識となっています。しかも、技術革新や情報伝達のスピードは日毎に加速しており、家電製品なみの短納期の要望が顕著に高まって来ています。

こうなると開発力だけのホリバでは、企業としての存在意義が薄れていきます。どれだけ素晴らしい製品を開発しても、これをコスト・パフォーマンスのある商品としてタイムリーに市場に投入できなければ、この業界の先進企業としての貢献は果たせません。常に価値ある商品を提供するためには、生産能力を向上し続けなければなりません。即ち、ソフトとハードの両面で優れた、多種少量生産が可能な開発生産システムこそが、ユーザ・ニーズであるコスト・パフォーマンスと短納期化を可能にすると考えます。

現在、わが社が＜もの造り元年＞をキャッチフレーズに、様々な断面から生産の改革を集中的に行っているのは、このような基本方針を具現化するためです。

わが社の場合、技術力という単語は、これまで製品開発を前に置く熟語として使われてきました。しかし、メーカーであるホリバは、「求められる計測・分析装置をリサーチする」、「その装置を開発する」、「その装置を生産する」、「その装置を使ってデータを得る」……などなど、広範囲にわたる高度な技術力を蓄積していかなければならないと、再認識している次第です。



専務取締役

堀場 厚

Atsushi Horiba

Senior Managing Director