

わが社の研究開発に思う

Some Thoughts on R & D at Horiba

21世紀を目前にして、我々を取りまく企業環境は加速度的に厳しくなってきました。それぞれの企業は、ある時には採算を度外視した研究開発投資により、サバイバルの糸口を探そうとしています。

わが社は、これまで限られた人材、費用を集中的に研究開発に振り向け、「キリの理論」で、いわゆるニッチ商品を開発してきました。これらの商品の基本要素部品は必ず社内開発・社内生産を基本とすることで優れた品質を維持し、世界的にも市場占有率の高い商品群を持つ開発指向型の分析計專業メーカーとして発展してきました。しかし、最近では顧客ニーズの高度化、多様化が急速に進んできており、これまでの研究開発指向の考え方だけではこれからの先端ニーズ、技術を反映したタイムリーな商品開発能力を維持することは難しく、わが社の21世紀への成長にとって不安要素ともなってきました。

そこでわが社では、中長期的な視野に立った市場指向型企业への体質変換を目指した営業・開発・生産の基盤の整備、機能改革をはかる中で、図に示すような市場ニーズから遊離しない新しい研究開発の体制、すなわち市場ニーズを中心にマーケティング研究-開発-設計生産-営業のサークルをイメージし、かつそれぞれの機能をしっかりとリンクした「市場指向型“もの造り”研究開発体制」の強化をはかって行きたいと考えています。

一方では、これまでわが社の中で培ってきた一つの強みでもある、技術屋のロマンや自己主張、感性を前面に出した商品開発が可能な創造性豊かな研究開発環境を作っていくことが大切であると思います。さらには、最先端の分析計測技術を常に追求し、ユーザーニーズに的確に応えられよう我々の受信感度を高める不断の努力と、同時に我々が積極的な情報の発信源となり、ニーズとシーズの融合基地としての機能を果たせるような研究開発活動を続けて行きたいと思う次第です。

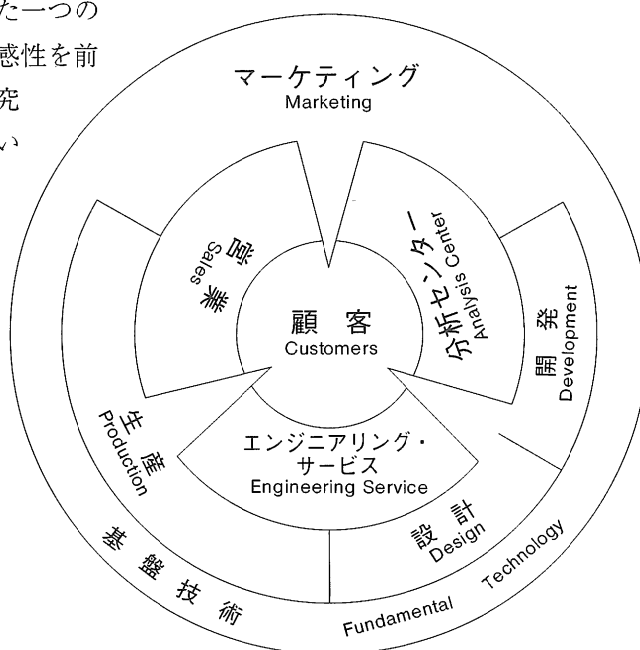


常務取締役

石田 耕三

工学博士

Kozo Ishida, Dr. Eng.
Managing Director



市場指向型“もの造り”研究開発体制
Research and Development for Market-Oriented Products