

関係者インタビュー

株式会社東郷製作所
開発室 課長 大井茂雄氏、大川正人氏

2012年11月29日 インタビュー:中部オフィス 大石 誠



電動義手

義手は体の支え、心の支え ～使い手の「心の声」に耳を傾け、最善を尽くす～



大井 茂雄氏

当社は、バネを利用した自動車部品生産が99%を占めるものづくりメーカーですが、その技術を活かした介護用品「おきらく」を15年前に開発・発売して以来、医療福祉分野への取り組みも続けてきました。急速に進む高齢化社会と社会経済の変化に対応するため、自動車以外の医療福祉分野への取り組みを強化する為、新たに開発室を立ち上げるに至りました。ここでは大学との共同研究を軸に、義手をはじめとした医療福祉製品等の研究開発を進めています。今回は、この医療福祉分野への取り組みをより加速させるため、研修に参加し、HOSPEXへの出展も行いました。

◆15年前からの課題、販路開拓

自動車のビジネスモデルが定着している中で、新事業分野の販売ルートを自分たちで開拓していく事は非常に難しいと感じています。物を作る所まではいいのですが、販売して売り上げにつなげていくところまで引張って行くのは非常に難しい事です。「おきらく」の販売実績が伸び悩んでいる中、この分野に対する社内的なコンセンサスを得ていくことも課題でした。

そのような中で、今回初めて技術者に必要とされるマーケティング手法を学びました。我々技術者はこれまで、「いい物を正確に作る」という作りこみの部分を重視してきましたが、顧客視点のマーケティングにおいては、何よりもまず「ユーザーが何を要求しているのか」を考えて進めていかないといけない。この頭の中の切り替えには苦勞しました。これにより、異業種に参入する際のものの見方を変える大きなきっかけを得たと考えています

◆お客様の目線に立つということ

仮想カタログを作成するにあたっては、義手メーカーさんに伺い、聞き取り調査をしました。義手を使う方たちは実際にどのような機能を希望し、妥当な価格帯はどの程度か、という調査でしたが、予想外の結果となりました。現在多く市場に出ている「重いものを持ち上げられて、自動車1台分の価格のもの」よりも、「ネクタイを1本つかめるような機能が備わり、50万円程度のもの」を求める声の方が多いとのことで、ここに「作る側」と「使う側」のミスマッチの源泉を見た気がしました。技術者が顧客視点でマーケティングを行い、製品づくりに活かしていくことの重要性を改めて感じた場面でもありました。

HOSPEXでは、来場者からの意見や要望など今後活かせる課題発見の場にもなり、出展した意義はあったと感じています。今後はHOSPEXの経験を踏まえ、より福祉や義手領域に特化した展示会にも出展していきたいと考えています。

◆「使い手への思い」を製品に込める

我々は、使い手の方々の体の支え、心の支えとなるものを作り出したい、という強い思いを持ち、日々研究開発を重ねています。

今後は、義手を必要とする方のニーズに応えるために、「良品を安価で作る」ということを実践していきたいと考えています。そして、そこから生み出されたノウハウを医療福祉の分野で適用すべく、努力していきます。

これからも、ものづくりメーカーとして社会的な要請に応えられるよう、医療福祉分野の研究開発をさらに進め、より豊かで快適な生活のお手伝いをしていきたいと考えています。



大川 正人氏

■ 本事業に関するご紹介はこちらから >> http://www.jmac.co.jp/special/health_care/

【お問合せ】株式会社日本能率協会コンサルティング

TEL.03-3434-0982 mail :healthcare_jmac@jmac.co.jp

URL:<http://www.jmac.co.jp>