

長田 洋著「きしむ品質 トヨタリコール問題を聞く」日本経済新聞 2010年2月17日を読む

アメリカの長期的競争力とは何か

Q 1 . 日本の製造業は品質が強みだったはずだが

A 1 . 品質に対する顧客の評価には苦情と、その手前の不平不満がある。日用品メーカーなどは不安を集めて分析し品質面の事故を防ぐ努力をしている。企業の多くはトヨタ生産方式に代表される製造現場の品質改善を得意としていた半面、顧客の手に渡った後の品質情報の収集・分析がやや足りない。顧客が発する小さなシグナルも見落とさないように努力し、それを設計にフィードバックしていく姿勢が求められる。

Q 2 . 膨大な手間がかかる作業だ。

A 2 . 運転する地域や気象条件、具体的な使い方によって顧客がクルマをどう評価するのか。細かい情報を収集し、統計的な手法で分析するネットワークを構築する必要がある。トヨタをはじめ多くの企業がIT（情報技術）を使って取り組んでいるが、その質をどう引き上げるかで企業としての評価も決まる。

Q 3 . 品質管理を担う人材が不足している。

A 3 . 製造開発には品質を社内の第三者の目で評価するデザインレビューが欠かせない。人材育成が追いつかないため、そこに内輪の人間を加えざるを得ないなど十分に機能していない例もある。海外生産の拡大や技術の高度化に伴い、企業単独で必要なだけの人材を育てるのはますます難しくなるだろう。。

Q 4 . 企業の競争力を低下させない自体だ。

A 5 . 産学官の連携など長期的な取り組みが求められる。大学院生や社会人が品質管理を学ぶ環境整備に企業も国も力を貸すべきだ。社会に育った品質管理の担い手を活用できれば、企業は独りよがりにならず客観的な視点を手にできる。

