

# 第38回 信頼性・保全性シンポジウム ルポルタージュ

第38回 信頼性・保全性シンポジウム ルポルタージュ

## グローバルビジネスにおける「品質と信頼性」 —ブランド戦略のコア・コンピタンス—

開催日：2008年7月14日(月)～15日(火)  
会場：日本教育会館(東京都千代田区)

### はじめに

第38回を迎えた2008年度の信頼性・保全性シンポジウムは、東京・一ツ橋にある日本教育会館で232名という非常に多くの方に参加いただき、開催されました。

今回のシンポジウムのテーマは、“グローバルビジネスにおける「品質と信頼性」”です。21世紀のビジネスはグローバル化が必然で、その中で、企業のブランドを高めていくためのコア・コンピタンス (core competence, 中核的能力) としての「品質と信頼性」の重要性を認識し、そのためには日本企業は何をすべきかを考えようという宮村鐵夫組織委員会委員長(中央大学教授)の発案です。初日は、このシンポジウムをテーマとした宮村委員長の基調講演ではじまりました。

続いて、2007年度(第37回)R&MS推薦報文賞(3件)、奨励報文賞(1件)、特別賞(1件)の表彰式が行われました。佐藤吉信推奨報文小委員会委員長(東京海洋大学教授)から選考理由が述べられ、宮村委員長から表彰状と記念品が授与されました。

午後には、一條和生先生(一橋大学大学院教授)をお招きし、「グローバルビジネスを創るリーダーシップ」というテーマでの特別講演をいただきました。一條先生の世界的視野から実例を挙げての企業戦略に関するご講演は、非常に魅力的で示唆に富むものでした。

また、シンポジウムのテーマをより深く議論する企画として、メインテーマを主題としたパネル討論を行いました。様々な立場からのパネラーのホットな話題提供、宮村委員長からの課題に対する議論、また、会場からの質問に対する熱い討論など、予定時間をオーバーするパネル討論となりました。

### 基調講演

宮村委員長が本シンポジウムのテーマである“グローバルビジネスにおける「品質と信頼性」”について

講演されました。グローバル化は、国内の顧客にのみ対応する場合とは異なり、世界の地域や個々の国々のローカルの文化や産業政策などが、製品サービスの「品質と信頼性」のあり方に自ずと影響します。そのため、その地域の文化、法律、社会・経済システム、顧客の好みなど、ルールをローカルに学び、それを満足させる製品を開発、生産するためにグローバルに考え行動する(Learn locally, think and act globally)ことが重要です。そして、戦略レベルの組織学習により「品質と革新による競争」を展開することが企業の社会的責任遂行と経営の進化・持続的成長を両立させるためには不可欠となります。

一方、グローバル化により民間部門の権力および影響の増大も進んでおり、製品・サービスにおける「品質と信頼性」だけでなく、ビジネス行動における「品質と信頼性」、すなわち、グローバルガバナンスへの新しいあり方を再構築し責任を果たしていくことが、ブランド戦略、企業の持続的成長にとって不可欠であります。それを実現するには、グローバルに通用するルール作りへの貢献し、リーダーシップもとれる人材の確保、および、現地の人材の教育、キャリア形成重視の価値観を共有し、変化への迅速な対応を可能とすることが重要であると述べられました。

### 特別講演

特別講演では一橋大学の一條和生先生をお招きし、「グローバルビジネスを創るリーダーシップ」というテーマでお話いただきました。ZARA(サラ)というスペインのアパレルメーカーの例を挙げ、経営の基本に忠実な経営戦略、その際に、スピーディーな意思決定が可能なシステムが成功の基本であること。すなわち、事業のグローバルな展開にあたって直面する「グローバル統合」と「ローカル適合」のジレンマをいかにスピーディーに解決できるかにグローバルな事業展開成功のカギは握られており、組織のあらゆる階層におけるリーダーシップが、スピーディーな意思決定を可能



基調講演(宮村鐵夫委員長)



特別講演(一條和生先生)



パネル討論

とする、と強調されました。

一條先生のご講演で印象を受けたのは、伝統的なパラダイムである、“Think Globally, Act Locally”では、ローカルなルールへの対応、顧客のマインドを掴むことができない、グローバルリーダーシップに関する新しいパラダイムは、“Learn Locally, Act Globally”である、ということでした。また、本物のリーダーシップとは“あなた自身のリーダーシップ”で、“誰もがリーダーシップを発揮できる力を持っており、あなた自身のリーダーシップを見つけ、あなた自身のリーダーシップスタイルを身につけなさい”という主張も印象的でした。

### パネル討論

パネル討論は、宮村鐵夫委員長をパネルリーダーとし、北川則道氏(株小松製作所 顧問)、袖川芳之氏(株電通 ソーシャル・プランニング局 部長)、谷みどり氏(経済産業省 商務情報政策局 消費者政策研究官)、齋谷佳和氏(株村田製作所 生産本部資材部 部長)をメンバーにお招きして開催しました。

議論の一部をご紹介しますと、まず、日本は“ものづくり”を得意とし、“ものづくり”ビジネスでグローバル展開していく必要がある、ということが共通の理解として述べられました。その「ものづくり」において、“日本の強みは、「品質と信頼性」である”、“厳しい顧客に鍛えられ、これが「カイゼン」へ大きなインセンティブになっている”、“日本はこの当たり前の品質は強い。しかし、魅力的品質、製品づくりが弱く、物語性が弱い点がブランドづくりに影響している”、“他企業と同じ品質になってくると商品の良さを物理的な特性では判断できないのでポジショニングが重要”、すなわち、“物語性が重要で、生活にとってどういう意味をもっているかを顧客に訴えることが重要である”、

など、日本企業の強み、弱みが議論されました。

この「ものづくり」の意味に関して面白かったのは、日本語の「もの」は3つの意味、すなわち、物、人、鬼の意味を有し、英語にはない概念である、という指摘でした。関知できる物理学的「もの(物)」、人を指す「もの(者)」、もののけ(鬼)に見られる「もの」で、「ものづくり」は「人作り」にも通じる。すなわち、「ものづくり」とは「人作り」であり、そのためには、いろいろな面で人のモチベーションを高めることが基本であること。また、市場とのコミュニケーションによる「商品開発」も人の役割であり、品質情報の活用は信頼性向上には不可欠であることなど、議論されました。

### 最後に(全体を通じてのまとめ、提言など)

以上のように、今回のシンポジウムは多くの参加者を得て大盛況のうちに終わりましたが、グローバル化におけるビジネスモデルに関する人々の関心の深いことを改めて認識いたしました。基調講演、特別講演、パネル討論に共通する視点は、結局は、ローカルに考えグローバルに行動できるリーダーシップをとれる人材の育成でした。また、8つのセッションにおける多数の一般講演(32件)、3つのチュートリアルセッションにおいても、活発な議論がなされました。

文責：木村忠正  
(電気通信大学教授  
電気通信学部電子工学科)



※本シンポジウムの詳細はホームページにてルポを掲載します。  
※今回は2009年7月13日(月)～14日(火)に日本教育会館において開催を予定しています。

【お問合わせ先】クオリティマネジメント1課

TEL: 03-5378-9850 E-mail: re-group@juse.or.jp