2006-12-18

「産業界からみたMOT教育への期待」

三菱電機(株) 常務執行役 開発本部長 久間 和生

環境の変化

外部環境

「量」の重視(大量消費) 一部の国に技術と富が集中



「質」の重視,価値観の多様化ボーダーレス化(技術・人材の分散)



内部環境

強い生産技術とコスト競争力 人材の強み(忠誠心/高等教育)



アジア台頭によるコスト競争力低下(中国等) 技術高度化と品質力のアンパランス 個性重視(愛社精神低下),基礎学力低下

市場の変化

_	マーケットギブン	マーケットイン	マーケットクリエイト
ニーズ の特徴	·ニーズが自明 ·作れば売れる	・顧客の分析からニーズ抽出 ・マーケティング力が重要	·ニーズが不透明 ·市場探索型 , 市場創造型
技術の 特徴	・ロードマップが明確 ・インテグレーションが小規模	・インテグレーションが進む	・ロードマップが作りにくい ・インテグレーションが大規模化 ・H/WとS/Wが融合
ビジネス モデル	・護送船団方式・シェアー分割型	・マーケットイン(協業 = 事業) ・ソリューション事業(顧客が提供)	・競争の激化とボーダーレス化 ・顧客との協業(形を作って実用化判断) ・ソリューション事業増加(自ら創造)
製品例	·DRAM ·パソコン ·光ファイバー通信	・システムLSI ・ICカード応用ビジネス ・ハイブリッドカー ,	・エネルギーソリューション , セキュリティ ・IMS (Intelligent Manufacturing System) クリーンエネルギー

企業に与えられた課題

このような環境の中で,世界で通用する製品の継続的開発と持続的成長が求められている.



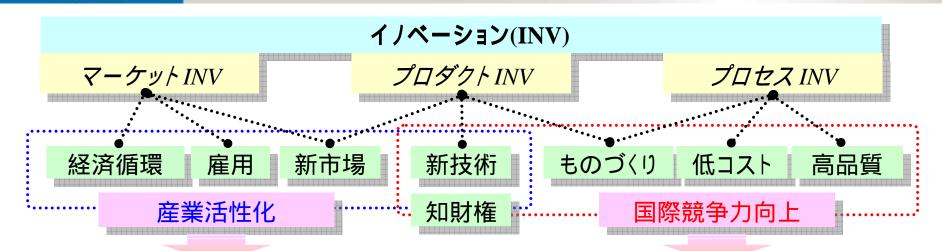
新時代の企業経営に求められるもの

- 1. 変動する価値観への適応力
- 2. 事業戦略, 開発戦略, 知財戦略の三位一体の推進
- 3. 強力なリーダーシップを持つリーダー
- 4. 理念を共有する組織(人材)とその育成システム

MITSUBISHI 三菱電機

イノベーションへの期待

Changes for the Better



競争力の強化(国),生活の向上(国民),事業利益(産業界)

- ▶ わが国が勝てる分野を重点化
 - わが国の強みを生かせる産業・技術分野を設定,勝てる競争軸で勝負する.
 - 例)デバイス,生産技術など.
- ▶ 産業・技術のロードマップ共有
 - 産業界のロードマップ,技術開発のロードマップを策定する。
 - ロードマップを産学官がグランドデザインとして共有。
- 人材育成(望まれる人材像)
 - 技術革新の芽を作ることができる人材
 - 技術革新をイノベーションに変革することができる人材
 - イノベーションの連鎖を起こすことができる人材

Copyright reserved 三菱電機株式会社

MOTのあり方

- 1. 企業のR&Dトップには経営センスが不可欠.
- 2. 企業においては,技術力なくしてMOTなし.
- 3. 企業のMOT = MBA + MOT
- 4. 一般的知識も必要だが,自社の戦略に合致した考え方と実践方法の習得が最重要.
- 5. MOTの考え方を組織全員に普及することが不可欠 経営層だけではな〈, 開発提案を行う層に浸透させる ことが重要.