

大量生産を前提とした

モノづくり — 序論 —



Mitsuo Emoto

●プロフィール
1949年生まれ、岡山県出身。72年大塚化学(株)入社。77年大塚食品(株)へ移籍、研究所、開発部、生産技術部、市場開発部、マーケティング部を経て、現在は生産技術本部に勤務。専門は栄養製品、経腸栄養剤(医薬品)、流動食、レトルト食品、冷凍食品。ISO 9001・ISO 22000審査員補。ワインアドバイザー(一般社団法人日本ソムリエ協会)。11年より食品技術士センター会長。

昨年、「和食…日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録

され、日本社会において「食」があらためて見直されている。また、食品工場の製造設備やシステムを紹介するテレビ番組によって、家庭やレストランにおける調理作業が、機械化されハイスピードで大量生産される様子を見ることができ、一般の視聴者の関心が高まっていると思われる。

大量生産される商品も、通常の調理と同様、まず「最初の一品」を研究所で試作するが、この一品は工場生産に適するものではない。その後、工場で大量生産されて「製品」となり、これを営業に託して一般市場に広めて知名度を上げる。消費者に届いて初めて「製品」から「商品」となるのである。さらに、市場で販売を拡大することで利益を回収するのが、会社経営への貢献であろう。そして、この「商品」が大義名分のあるものとして消費者に認められてこそ、社会貢献であろう。

筆者は、食品企業の研究開発部門に在籍



する間に、多くの商品の最初の「一品」を手掛けることができた。清涼飲料水、レトルト食品、栄養製品、流動食、経腸栄養剤(医薬品)、冷凍食品、粉末食品などで、現在も国内外で市販されているものもある。この中で、開発から商品化まで関与できたのが、こんにやく生まれの米粒状加工食品商品である。研究所で最初の一品を試作して、当時の副社長と研究所長にプレゼンテーションし、開発が承認された。そして、現在のグループ会長が名付け親となった。

通常の業務の流れでは、研究者と技術者は製品の仕様を確立し、工場の立ち上げをした段階で製品への関与を減らし、次の開発業務に専念するが、この商品に対しては愛着が増すばかりであった。そこで、商品の市場展開を担当するプロダクトマネージャー、その後担当部長を拝命し、この商品を世界に通用するものにすべく奮闘した。この経験を踏まえ、開発から生産体制の確立、市場展開に至るプロセスについて次号より述べていきたい。