

# 出版企画原案

製品開発組織の伝統をぶち壊せ！！  
～既存の開発プロセスは嘘だらけ～

フューチャーシップ（株）  
賀門康至  
（ペンネーム）

# タイトル案

製品開発組織の伝統をぶち壊せ！！

## サブ・タイトル案

既存の開発プロセスは嘘だらけ

## 帯文案

若手が伸びず、優秀なエンジニアが次々に辞めていく  
日程遅れが常態化、市場問題に多くのエンジニアが駆り出される  
ヒット商品が生まれない  
悪いのは、開発組織の常識と伝統だった！！

# ターゲット

- 既存事業へ依存して新規事業が見えない製造業の経営者
- 製造業開発組織のマネージャー
- 製造業開発組織のエンジニア

## ターゲットの悩み、痛み

- 日程遅れや手戻りの常態化で、製品開発組織が疲弊している。
- 若手のモチベーションが低下して優秀な若手が辞めていく。
- ヒット商品、新たなコンセプト商品、新規事業などを生み出せない。
- 開発途中、あるいは市場で品質問題が多発している。

# 伝えたいこと = 正しい開発組織革新の進め方

## なぜ今の状況になっているか

- 多くの製造業が陥っている製品開発組織のジレンマ
- 既存事業の収益化を目指して取った策の問題点
- 持続的イノベーションでマーケティング力低下

## どう解決していくか

- 現状起きている問題の根本、ボトルネックを見つける（TOCの問題解決手法）
- ベストプラクティスとしてトヨタの開発手法を学び、その本質を理解する（リーン製品開発手法）
- 顧客の気づいていない新たな顧客価値を見つける（ジョブ理論）
- 自ら動ける組織に変わる

## どうやって実現させるのか

- 社員一人ひとりの成長と組織変革
- 文化や価値観を変える前の時間と障害
- トップの説得方法

# 伝え方

- 物語形式 : 企業内の開発プロセス改革に向かう姿から、製品開発の本質、成功事例としてのリーン開発手法やジョブ理論など、また、改革戦略を立てるためのTOC（制約の理論）などの本質的な意義を伝える。
- 起 疲弊して優秀な若者が次々に辞めていく製造業企業の描写
- 承 社長から状況調査と改革の実施を特命で受け、問題意識の高いメンバーでチーム編成
- 転 自分たちのやっていることを客観的に見つめ、外の世界を知り、本当にやるべきことをチームとコンサルタントが見つけていく
- 結 理想的な形と、そこに到達するための障害や副作用などの予測を立てて、社内の反対勢力についても考慮して、改革プランについてトップの了解を得ていく。

# 類書

開発戦略は意思決定を遅らせろ

稲垣公夫

中経出版

製品開発の知識

延岡健太郎

日経文庫

クリティカルチェーン

ゴールドラット

ダイヤモンド出版

# 構成案

序章 プロローグ（衰退していく組織）

第一章 決断（特命チーム発足）

第二章 社内の常識という足枷（TOCの思考プロセス）

第三章 外の世界からの学び（トヨタのリーン開発からの学び）

第四章 製品起点からの脱却（マーケティングの必要性和ジョブ理論）

第五章 反対勢力（予想される障害と副作用）

第六章 社内マーケティング（説得）

第七章 新たな船出（改革プランの承認）

# 著者プロフィール

フューチャーシップ（株）代表取締役（製品開発コンサルタント）  
1957年東京生まれ、横浜市在住

OA機器メーカー及び海外EMS企業で30年以上のモノづくり現場での経験から、モノづくり日本を再び元気にすることを目指し、製造業において、企業のコアとなる既存技術を生かしつつ、新たな製品、事業を展開するための組織改革、開発戦略策定支援を行っている。

リコーでハードウェアエンジニアとして複写機のデジタル化など新製品開発、また独自半導体開発などで活躍後、ヘッドハンティングによって米系半導体会社に転職。しかし、そこで日本流の仕事のやり方と、欧米流契約ベースのやり方で多数のトラブルに直面。日本流が世界で通用しないことを実感する。

その後もアメリカ企業側として日本企業と仕事をしながら、日米文化を融合させた独自マネージメントによって、アメリカ、ヨーロッパ、中国、台湾などのマルチ国家のメンバーを束ねて液晶テレビ、通信機器、車載機器などのプロジェクトを成功させ、多数のヒット商品を世の中に送り出してきた。

その後、日本の中小企業の経営などに従事し、新規事業開拓にチャレンジしたものの、資金繰りやパートナーとの利益配分などがうまく行かずに撤退。技術力だけでは事業の立ち上げが成り立たないことを実感。経営学を取り入れたマネージメントに進化させていく。

その後、日本企業に開発責任者として復帰し、現場エンジニアと真の課題に向き合う組織改革を実施し、立ち上げ間もない複数の非主力製品群の開発に新規技術を提供することで、3年間で2つの商品事業部の売上向上に貢献した。

これら日米企業30年の経験から生まれた理論や、リーン製品開発、TOC（制約の理論）、ジョブ理論、あるいは企業経営の経験から得た様々な経営理論などを融合させた独自の手法によって、日本製造業の活性化に日々奔走している。

## 職 歴

1981年 （株）リコー入社  
1998年 日本ケイデンス LSI設計サービス部長  
2001年 ジェイビルサーキットジャパン（株）  
設計サービスディレクター  
2009年 （株）レグラス 代表取締役  
2012年 （株）リコー WS開発本部 副本部長  
2017年 フューチャーシップ株式会社設立