

「感動」を届けたい
お客様に「ソリューション」とともに



株式会社村田製作所
代表取締役社長

村田 恒夫 Tsuneo Murata

1951年京都府に生まれる。1974年同志社大学経済学部卒業、株式会社村田製作所入社。1988年Murata Europe Management GmbH ゲシエフツフューラー。1989年村田製作所取締役、常務取締役、専務取締役、副社長を経て、2007年代表取締役社長に就任。

趣味は、蘭の栽培、写真撮影。

リーマンショック以降、世界の金融が大混乱し、世界の实体经济も急速に縮小しました。その後、各国政府の財政出動で持ち直しましたが、まだまだ不安定さは残り、これまで経済のけん引役だった先進国の力が衰え、新興国が経済を引っ張るといった環境変化が生じています。

しかし、この経済の低迷期にも、消費者の心を捉え、売上を大きく伸ばした商品もありました。その代表がスマートフォンとハイブリッド車です。スマートフォンは、大きな画面に操作のアイコンが表れ、タッチパネルで操作するという斬新で優れた操作性やインターネットにつながり、いろいろなサービスを受けられる利便性が多くの人に支持され、大きな成長を続けています。ハイブリッド車は、世界的な温暖化防止への世論の高まりもあり、燃費が良くCO₂の排出量が少ないことから、政府支援の後押しも加わり、大きく伸びました。

ムラタの商品群も、スマートフォンには多数の積層セラミックコンデンサなどの汎用部品や高周波部品が採用されたり、必須の機能であるワイヤレスLANにおいても多くの機種でムラタの超小型モジュールが採用されるなど、高い利便性の実現に貢献しています。また、ハイブリッド車においては、ムラタの高信頼性積層セラミックコンデンサやノイズ対策部品、センサ商品がたくさん使われ、電子化の流れをサポートしています。

ムラタの中期計画では、マーケットを「中核市場」、「新興国市場」、「新規市場」として捉え、それぞれの市場に対して戦略を立てて対応しています。

「中核市場」ではスマートフォンに見られるように常に新しい技術を要求されますし、消費者の求める機能、欲求を満たすソリューションの提供が必要です。ムラタは技術先行型の会社なので、お客様に対しても技術の良さを知ってもらうための紹介から

始めてしまう場合が多いのですが、お客様が求めているのは技術が如何に優れているかということではなく、どれだけ「お客様のお客様(消費者)」に対して魅力的なソリューションを提供できるかという訴求ポイントこそが重要なのです。もちろん、ソリューションはシステムレベルの機能提供という意味もありますが、それだけを指すのではなく、使い勝手の良い部品や信頼性に優れた部品の提供、適切な使い方の紹介といったことも、お客様にとっての困りごとを解決する重要なソリューションです。我々部品メーカーとしては、それらのお客様のニーズを考え、お客様の声に敏感でなければなりません。しかし、時としてお客様自身も自らが求めていることを表現できない場合があり、いろいろな投げかけややり取りの中で求められているものが明らかになることもあります。それらのプロセスを積み重ねる努力と関係作りが必要です。

「新規市場」では、これまでムラタに馴染みのないエネルギーやヘルスケア市場に参入しようとしています。これらの新市場でお客様の困りごとを知るのにはさらに大変なことです。市場のことを良く知ったパートナーとの関係作りも必要でしょうし、市場ごとに異なった商習慣を学び、専門用語を理解できるようになるにも時間がかかるでしょう。サンプルを幾度も持ち込み、いろいろな指摘を受けながらお客様の要求に少しずつ近付け、実現していく根気が求められます。これまで市場で大きなシェアをいただいた、ムラタの多くの商品もそのような先人の根気と頑張り、執念によって誕生したものです。お客様が意識されていなかった要求まで、期待されていなかったレベルの機能まで実現することで、お客様に感動していただき、ムラタのファンになっていただけるよう努力を続ける所存です。