

巻頭言

マツダブランドという襷を夢への挑戦でつなぐ

執行役員 藤原清志
Kiyoshi Fujiwara

2010年、創立90周年を迎え、このマツダ技報も1983年創刊以来28回目を無事発刊できるのは、これまでの諸先輩方の努力とマツダを思う熱き想いが、駆伝の襷のごとくつながった証である。更なる100周年に向け、この襷をつないでいく責任の重さを感じ、感謝の気持ちと共に、夢実現に向け、変革の努力を続けたいと考えている。

マツダの「襷」とは…と思い、今一度その歴史を振り返ってみると、創刊号の山本 健一氏の巻頭言には、「我社の歴史の根底には、挑戦と前進によって、個性化への強い願望と自覚が息づいている。Something Different, Something Distinctive, Something Innovative...」とある。また、21世紀初刊号の故 以南 文昭氏の巻頭言には、「夢を持たねば革新は進まず、自然の理を解さねば革新は成就しない。」と書かれている。そして昨年、龍田康登氏の「エンジニアの夢のサイクルを回し続けることが、エンジニアの本質であり、エンジニアの持つ夢を考えるだけでわくわくする。」まで、一貫して、「個性化への夢、その夢への挑戦、そして前進し革新を起こす」を言われ続けている。

これこそが、マツダのエンジニアの受け継いできた「襷」であり、最近の言葉で言えば「ブランドDNA」であると考えている。

我々、自動車業界、もしくは産業界には、二つの大きな課題があると言える。一つ目は、100年に一度の経済危機と共に、自動車の新動力源の時代の幕開けが始まったこと。二つ目は、若きエンジニアの疲弊感と、直接的なコミュニケーション能力不足からくるストレス過多。この二つは、将来の創立100周年に向け、またマツダ技報を50回、100回と続けていく上で、解決しなければならない大きな課題である。

この二つの課題解決を考えるキーワードは、「ブランディング」にあると考えている。まず、マツダの考える夢・Visionは、“今までも、そして、これからも、子供の時に感じた「動くことへの感動」「乗りこなした・使いこなした時の感動」「美しいものを持った時の感動」を愛し持ち続ける人々に、心をときめかせ、新しい自分を発見し、はつらつとした姿を、また、いつまでも、挑戦し続け、活気あふれる人生を楽しむ姿を、そして、大空に向かいのびのびと、情熱的に人生を楽しむ姿を、また、スマートで、前向きに、独創的に人生を楽しむ姿を通じて、関わる人々が心ときめかせ、はつらつとした笑顔になるように、そして、世界を明るくするために、いつまでも、『心がときめくドライビング体験』を提供し続け

ます。”であると信じている。小さい企業ながらも、いつも感動を与え続けること、これこそが、マツダとお客様が共に創り出し、お互いが期待していることであると信じている。

将来、新しい動力源の時代は来ることは間違いないと言える。ただし、このお客様との約束・期待を達成できることが同時に求められていると考えなければならない。そのためには、いつまでも、五感すべてに感動を与え続けながら、地球のために笑顔になれる技術を開発し続けることが必要である。独創的な考えにより内燃機関の理想を追求し続け、その上で、段階的に電気デバイスを進化させ、世界中のどこでも、マツダ車に乗れば、こころときめく感動を与えつづけることが、一つ目の課題解決であると確信している。つまり、マツダのエンジニアの夢、それは受けつがれてきた「独創的な技術を開発する」というマツダのエンジニアの襁でもあり、それがMazdaのブランドとして受け継がれていくものであると信じている。

もうひとつの課題解決は、「何のために働くのか？」の質問にあると考えている。最近の若手エンジニアの声を聞いてみると、みんな高い志、やる気は持っている。仕事をしたい！と思っている。ただし、目的を失いつつある、もしくは目的を見つけれずにいる。そのためにも、「ブランドのために働く！」ちょっと奇異に感じるかもしれないが、日本人の達成感、組織に貢献できたという効力感であり、全員が同じ目的に向かった仕事をしている姿、つまり「ブランドのため」という姿を作り出すことが重要ではないかと再認識している。自らの目的＝“夢”を追求、忠誠心の対象は仕事、仕事を通じた自己実現＝夢実現 ではないかと。自分の目標実現のため、パートナー（＝仲間）としっかりとコミュニケーションを通じて仕事を楽しむ、このような人間になりたいと、若いエンジニアは考えているように感じている。つまり、その答えは、「ブランドのために」であると信じている。

この3年間、エンジニアに、「10年、15年後の理想の姿を示せ！」「その理想の姿に向けて挑戦することは何だ！」「その挑戦的な厳しい仕事を楽しくもう！」と言い続けてきた。関係するエンジニア全員が同じ理想像＝ゴールを共有化し、その実現に向け、各人が自分の持場（コントロールできること）で自分の仕事の目標を立て、それを実現する。その厳しい過程を、一緒に楽しんできた。エンジニアは、夢実現に挑戦しているとき、素晴らしい目と顔をしている。それが楽しんでいることを表しているバロメーターであり、これこそが、ブランドのために、仕事を楽しんでいる理想の姿であると言える。これこそが、マツダのエンジニアの引き継いできた襁であり、ブランドであると信じている。

マツダブランドのために、仕事を楽しんできたエンジニア達の夢実現の第一弾の予告編として、本誌では、2009年東京モーターショーで発表した「SKYシリーズパワートレイン」、そのパワートレインを搭載したコンセプトカー「清」などの特集を掲載している。90周年から100周年に向けての基盤となる技術であり、これを開発し続けるエンジニアの志、夢、想いを感じていただければ幸いである。

最後に、マツダ技報は、夢実現に向け、多くの素晴らしいマツダのランナーが、諸先輩から受け継いだ襁を持ち走り続けてくれた歴史であり、その成果の一部である。寄稿してくれた皆様に感謝するとともに、今後とも、この襁をつなぎ、マツダブランドのために独創的な技術を開発し続けていただきたいと願う。また、その夢実現に微力ながら、いつまでも貢献したいと考えている。