



## 一人光る 皆光る

The glow of success is contagious. When one person shines with success, others around him / her will also shine.

常務取締役  
熱機器事業グループ長 深谷 紘一  
Koichi FUKAYA

今、日本は、そして日本人一人ひとりも、変わらざるを得ない時代にいる。デンソーの主力事業・カーエアコンも変貌してゆかねばならないし、自主的・主導的に変貌させつつあると自負している。

バブル崩壊後、我が国の産業界がその後遺症に傷つき、悩み苦しんでいる中、勢いを取り戻した欧米産業界は、あらゆる分野で日本に対し、攻勢をかけ、我々自動車・自動車部品産業も現在、この攻勢の渦中にあり、21世紀への生き残りをかけた熾烈なサバイバル競争の状況にある。

また、一方で、20世紀の急激な経済発展と人口増加は、地球全体の資源や環境をおびやかすまでになり、この問題は21世紀初頭の最大の課題と言われている。産業界にとって、環境や資源への確実な対応は、今や待った無しの状態にある。

更に、人々の生活スタイルに目を転じると、我が国を初め、経済成長を果たした国々の人々は、より豊かで自分らしい生き方を求め、消費者として、物やサービスを鋭く選択するようになってきている。

このような時代の大きな変化に対応して変貌させつつあるカーエアコンの特集を今回組ませていただきました。

変貌の第一は、地球環境の改善に最大限貢献できる商品を提供することと同時に、この豊かな時代、お客様それぞれのライフスタイルや好みに合った快適さや新機能を提供できるカーエアコンの商品化である。これらは、世界初、世界一の技術とダントツの出来映えゆえ、高い関心呼び起こし、感動をもって待ち受け入れられる憧れの商品づくりである。その意味で、ますます「気にかけてもらえるエアコンづくり」が第一の課題と考える。

他方、カーエアコン事業は限られた人々が手にできた高嶺の花なる商品の時代から、その成長期を経て、既に世界の多くの人々に愛用されている。特に先進国では、高い普及率になっており、今や文明国の必需品と言えるまでになった。有って当たり前の商品として、気にならない送風音、気にならないサイズ、更に気にならない価格など、カーメーカーやユーザーの更なる要求を満足させ、究極の安心と信頼を勝ちとる「気にならないエアコンづくり」がもう一つの課題と言える。一見地味ながらも寡占化した戦いの中で、メーカーとしての実力や真価が厳しく問われるところである。

この変貌をなし遂げることは、我々の使命であり喜びである。その基本となるものは、従業員一人ひとりの能力と心の有様である。高い志・目標を持ち、いつも生き生きと考え行動する。何とも頼もしい姿ではないか。人間には、随分保守的な一面もある。だが個人として、ある能力面で日進月歩を感ずるとき、それは実に楽しく、更なる自己研鑽を引き出してゆく。この良サイクルは、組織体としても同様に思える。良き仲間と共に明日を切り開く。人々の役に立つ・一歩リードの仕事をする。それは、実に楽しい仕事であり、大きな喜びにつながる。

ある方より教えて頂いた一言だが、陶芸家の河合寛治郎氏は「一人光る、皆光る、何も彼も光る」という言葉を残しておられます。私はカーエアコンづくりに携わる従業員の一人ひとりが、その仕事を通じて、喜びや楽しみを見出し、光り輝く、そのことが、周りの仲間を光り輝かせ、世界に大きく貢献してゆく。そんな高邁な夢を是非とも現実のものにしたいと思っている。