

SMI(サンデン経営研究所) メールマガジン 第4号

【本号のテーマ】

- ・連載・自伝エッセイ<新しい旅>
[加藤幸男著](第2回)
- ・編集者のつぶやき
「品質管理ツールの使い道」って何?(第1回)
- ※編集後記<編集者より>

サンデン経営研究所・庭園



2022年12月1日発行

連載・自伝エッセイ[加藤幸男著]第2回

SMI

■自伝エッセイ<新しい旅>を連載で掲載します

この度、SMI加藤常務理事より、A4版8枚からなる自伝エッセイが寄稿されました。この場をお借りして順次紹介してまいります。ご自身の教育・芸術に対する思いや、米国留学時代の半生がありのままに記述されております。皆さま楽しみにしてください。

●経験談の出版

私は、1991年1月24日の東京新聞に「生涯学習と大学の役割」、1991年4月7日～28日の朝日新聞の日曜版「ハーフミラー」には、「新入生」、「ホームステイ」「学び心」、「リエンタリー」と題し、フルブライト留学体験から得た異文化交流についてのエッセーを書かせていただきました。いずれも、当時の朝日新聞社社会部の敏腕デスク越村さんの破格な推薦により実現したものでした。

その後、「ゆっくり時間をかけて自分を伸ばせる海外短期留学の企画」「身の丈にあった生涯学習」等を紹介する本を出版しました。「生涯学習と大学」—海外に広がる学習機会—(1993年 早稲田大学出版部)がそれです。現在、異常な物価高に喘ぐニューヨークにしてみても、日々刻々と新しい姿に変貌しています。

私は、自分自身が書いた本を手に持つてもう一度、克明にパリやニューヨークを歩き回り、本に書いてあることが本当かどうかを確かめ、状況を再確認し、記述を改めるべきだと思っております。



●わが師 平岡篤頼先生

私が、フルブライト留学で得た体験を綴った著書は、[加藤幸男著/平岡篤頼監修](#)となっています。平岡篤頼先生とは、「[博士の愛した数式](#)」「[ミーナの行進](#)」等の著書で有名な芥川賞作家の小川洋子さんの早稲田大学文学部在学中の師匠です。平岡篤頼先生ご自身も「[変容と試行](#)」「[消えた煙突](#)」等の著書の他多数の翻訳書があります。

私は、小川洋子さんの学生時代の思い出を何かの機会に読んだことがあります。小川洋子さんは、学生時代から試作した小説を[平岡篤頼先生](#)に見ていただいておりました。先生は、一定期間預かった原稿を読み終えては、丸めた原稿用紙をポンポンと軽く叩いて「これは良い、これは、良いよ！」と、嬉しそうに、洋子さんに返却されたという話でした。



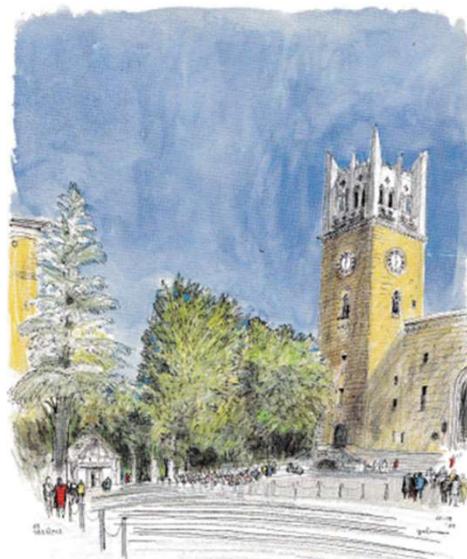
(経験談の出版と当時の思い出)

私が読んだ小川洋子さんの文章は、ただそれだけを描写したものでしたが、洋子さんが、返却なった原稿用紙を胸にかかえ、まっしぐらに文学部の長い廊下を走って帰る姿を、彷彿とさせる見事な文章でした。皆様ご存じのように、芥川賞の選考委員、各種の社会的役割もなさりながら、人々の心を揺さぶる作品を書き続け、今や世界的な御存在となっている洋子さんのご活躍は、私などが申さずとも、つとに有名なものとなっております。

平岡篤頼先生は、私財をなげうって「早稲田文学」を復刊させ、亡くなるまで発行し続けました。小川洋子さん、見延典子さん、荒川修作さん等をはじめとして先生が、育てた作家は、枚挙の暇もないくらいです。若い才能を見出し、小説に向かわせた先生、若手作家の育成に賭けたご生涯でした。墓碑銘ではないですが、私の本に平岡篤頼先生の名が冠されている喜びは、私だけの格別なものがあるのです。



(わが師 平岡篤頼先生)



(薮野健 作品)

私の著書の「生涯学習と大学」—海外に広がる学習機会—(1993年 早稲田大学出版部)は、2500部を売り切ったところで絶版となりました。その後、メジャーな新聞社等からの私に対するエッセーの執筆依頼は、皆無となり、完全に途絶えました。わざわざ出かけて行って学ぶのではなく、ネット等で居ながらにして世界の名講義が聞けるという時代が、到来したからにはほかなりません。勿論、平岡篤頼先生が、私におっしゃった「文章の仕事は、内実が良いものでないと、次は、来ないよ」という實に簡潔にして明瞭な教訓は、私の中で今も健在です。(つづく)

編集者のつぶやき

■問題解決[品質管理ツールの使い道]って何？(第1回)

●Q=C・Vの法則

モノとコトは違う、モノゴトの価値、コスパがいいとは

さて、皆さん、今回から『編集者のつぶやき』として、「問題解決[品質管理ツールの使い道]って何？」を連載?で始めます。第10回くらいまで予定しておりますので、息切れしないよう、かつ、本メールマガジンの趣旨としての「ありのままで肩の凝らない読み物」として、真に役に立つ情報を発信していくという方針で、あまり頑張らない程度にありのままに発信して参ります。今回は、その第1回(落語のまくら)です。では、本題に入りますね。

・モノゴトという言い方をよくしますね

「モノ」と「コト」は違うといわれています。最初から哲学みたいな話になりました。[閑\(しづか\)さや岩にしみ入る蝉の声\(松尾芭蕉・奥の細道\)](#)では、「モノ」…蝉・岩・蝉の声という音、「コト」…閑(しづか)さ、と分類できるのでしょうか？

[林檎\(りんご\)が木から落ちるのを見て万有引力を発見\(ニュートン\)](#)では、「モノ」…林檎(りんご)・木・落ちるという現象、「コト」…万有引力、でしょうか？

洋の東西を問わず、やはり、「モノ」(形のあるもの・行動・現象)と「コト」(想い・感動・真理法則)の両方がないと、人間は風情(ふぜい)や意義・価値を感じないのでしょうね？歌・劇や芸術といえば、それに感動するからこそ価値が認められるのですね。

この「モノ」と「コト」の両方をもって、価値のある対象とみなしましょう。



・ $Q(\text{電荷}) = C(\text{容量}) \times V(\text{電圧})$

突然ですが、これは、コンデンサと呼ばれる電子部品に蓄えられる電荷の量を表現した物理法則の式です。コンデンサはスマホなどの、半導体ICを駆動させる電気を供給する、縁の下の力持ちみたいな電子部品なんですね。この式をマジック(手品)で書き換えると…

$$\cdot V(\text{ヴァリュー:価値}) = \frac{Q(\text{クオリティ:品質})}{C(\text{コスト:価格})}$$

という、ヘンテコな式になります。つまり、お客様がモノゴトに感じるヴァリュー(価値)は、クオリティ(品質)が高いほど良くて、コスト(価格)が安いほど大きくなるのですね。つまり「CS:顧客満足」って、V(ヴァリュー:価値)をいかに高くするかっていう話なんですね。

なーんだ、ムズカシイ物理法則の話かと思ったら、当たり前の話じゃん。世の中の仕組みって、意外と簡単な~んですね。

・ $Q(\text{クオリティ:品質})$ のお話し

じゃ、クオリティはどこまで高ければいいんでしょう？ スマホを購入することを考えれば、一般の人が要求する機能の多さ・形状・大きさ・重さ・電池のもちやすさ・安全性・通信機能・写真の解像度などは、まあ、大体同じような基準ですね。あえて言えば絶対に故障しない、というのが基本的な条件でしょうか？

そうすると、お客様の要求品質というのは、中途半端は無くて、完全無欠で、「わたし、(絶対)失敗しないので」というのが要求されるのですね。これを最近では「ZD:ゼロ・ディフェクト」という言い方をします。



(積層セラミック・コンデンサ)



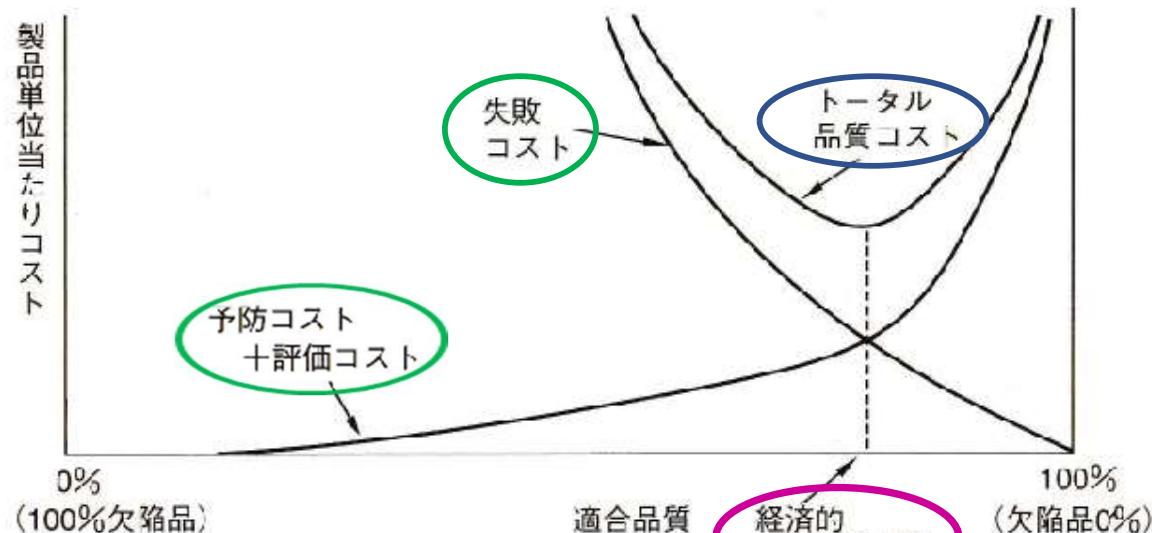
・C(コスト:価格)のお話し

これは、安けりや安いほどいいに決まっていますね。ちょっと前まで、あまり安いと「何か怪しい」と思って、購入を控えるひともいましたが、最近のコスト競争は半端ありませんね。



以上が「コスパがいい」の全体像ですが…

つまり、市場の原理って、牛丼屋の「うまい、はやい、やすい(モノ)」、「だからうれしい(コト)」、でしかないのかな？過去にこんなモデル図を描いた人がいました。(品質コストマネジメント)



(出所) Schneiderman, 1986, p.395. ただし、一部加筆のうえ掲載

この図は、今となっては、かなり供給者側の理屈であって、どうすれば最大利益を得られるか、という収益優先の思想で、これには「CS:顧客満足」とか「ZD:ゼロ・ディフェクト」といった現代のメイン思想は感じられませんので、現代では少し不十分ですかね？

(この改良モデルも提示はされておりますが…)

(つづく)

※編集後記<編集者より>

■三共電器・サンデンの歴史トピックを改めて振り返る(その三)

●アイス屋さんの進化

昭和30年代くらいまで、アイスってこんな自転車に乗ったオジサンが来て売られていましたよね。(この自転車にもダイナモ発電機とライトがついています！)

ところが、昭和30年代の終わりになると、お菓子屋の店先にこんな斬新な「冷凍ショーケース」が登場しました。

アイス製造会社の広告付きという、今でも通用するデザインですね。この当時から、常にモノづくりに加えてコトづくりを優先する姿勢が伺えますね。

でも、その広告とは関係なく、中には〇〇乳業の「ガリ・君」の元になった、青い氷の塊り？アイスが入っていたりしましたね。（当たりくじ付きでした。2本連続で当てたひともいました（自分）。懐かしいです…）



昔のアイス屋



サンデン
冷凍ショーケース
の登場