

2017

JAHFA
JAPAN AUTOMOTIVE HALL OF FAME

論壇

Contribution to
JAHFA



ダイハツらしさを磨き上げ 「お客様に最も近い グローバルブランド」を 目指します

ダイハツ工業株式会社
代表取締役社長

奥平 総一郎

私どもダイハツ工業は、「発動機製造株式会社」として1907年に誕生して以来、軽自動車やコンパクトカーを中心に、お客様に寄り添ったユーザーオリエンテッドな姿勢で、良品廉価なクルマづくりに取り組んでまいりました。今年で創立110周年を迎えましたが、昨年にはトヨタ自動車株式会社の完全子会社となり、新たな協業体制のスタートという大きな節目を迎え、その中で今後トヨタグループにおける小型車事業を主体的に担う立場となりました。

このような大きな変化の中、当社は2017年3月に、ダイハツグループスローガンを「Light you up～らしく、ともに、軽やかに～」に刷新いたしました。「Light you up」の「Light」には、「光」と「軽やかさ」の2つの意味を持たせています。お客様一人ひとりを照らし、きめ細やかな商品やサービスを実現することで、輝いたライフスタイルをご提供すること。暮らしや環境への負担が少ないスモールカーで軽やかな気持ちをご提供すること。ダイハツの2つの「Light」で、お客様一人ひとりに輝いていただき、「デライト、喜び」を感じていただきたい、という思いを込めております。

そして今後の成長の方向性として、この「Light you up」を指針に「モノづくり」「コトづくり」を主軸に

事業を推進し、ダイハツブランドの進化を目指すという、中長期経営シナリオ「D-Challenge2025」を策定いたしました。

「モノづくり」ではDNGA(ダイハツ ニュー グローバル アーキテクチャー)の実現を目指します。これはダイハツらしいクルマづくりのコンセプトであり、ダイハツ独自の価値を具現化します。「コトづくり」ではダイハツならではのやり方で、お客様や地域の方々との接点を拡大してまいります。この2つを相互にスパイラルアップさせていくことで、ダイハツブランドを進化させてまいります。

2017年6月に社長に就任した私がこれから果たしていく役割は、このシナリオの「実行と実現」です。これまでのユーザーオリエンテッドで良品廉価なクルマづくりで培った「ダイハツらしさ」をさらに磨き上げることが、トヨタグループの中におけるダイハツの存在感を高め、結果としてトヨタグループへの貢献になると考えています。「ダイハツらしさ」を磨くことは、モノづくりにおける「DNGAの実現」そのものです。

DNGAは、軽を基点としたクルマづくり。すなわち「小から大」のクルマづくりとなります。このDNGAを実現するため、①選択と集中による更なる良品廉価



Light you up を指針にダイハツブランドの進化を目指す



産官学民で連携した、地域密着の「コトづくり」取り組み
(写真は運転能力維持に向けた運動指導の風景)



トヨタグループにおける新興国での小型車事業を主体的に担う
(写真はインドネシアのシグラ)



ユーザーオリエンテッドで良品廉価なクルマづくりを目指す
(写真はミラ イース)

の追求、②先進技術の採用、③ポストSSC(シンプル・スリム・コンパクト)の確立、の三つのテーマに全力で取り組みます。

一つ目の「選択と集中による、さらなる良品廉価の追求」では、新プラットフォームを開発し、環境性能や安全性、快適性を大幅に向上しながら、圧倒的な低コスト化を推進し、お客様が最もお求めやすい商品をお届けいたします。

二つ目の「先進技術の採用」については、ダイハツとしてやれることが、「まだまだある」と考えています。キーワードは、「先進技術をみんなのものに」です。衝突回避支援システム「スマートアシスト」に代表されるように、全てのお客様にこのような技術をお求めやすい価格でご提供すること、すなわち先進技術をみんなのものにすることが、ダイハツの役割だと考えています。

三つ目の「ポストSSC(シンプル・スリム・コンパクト)の確立」ですが、SSCとはただの「低コスト・高効率な生産」に止まらず、品質向上・人材育成にもつながる「ダイハツの心・精神」です。これを継承しながら、低コスト、高品質をさらに進化させ、ダイハツの競争力をより一層、強固なものといたします。

この三つをテーマに、DNGAの実現をやり切り、東

京オリンピックまでに、第一弾となる軽自動車を投入する予定です。

一方、「D-Challenge2025」のもうひとつの軸である「コトづくり」では、「お客様や地域の方々との接点拡大」を主眼とした活動を、待たなしで取り組み、人と人とのつながりを、今まで以上に強くし、プラスαのサービスをご提供することで、販売強化につなげてまいります。

「コトづくり」の一環として、2016年から「高齢者の事故低減に向けた産官学民の取り組み」を開始しました。これは、高齢化が進む地域社会で、「産＝ダイハツ／JAF、官＝地方自治体、学＝理学療法士協会、民＝地域社会」の連携により、「いくつになっても自由に移動できる自立した生活」を地域と連携してサポートする活動です。今後も地域に密着したクルマづくりを行ってきたダイハツの強みを生かし、「コトづくり」についても積極的に推進していく所存です。

最後になりますが、今後もグローバルな市場の動きと、技術変化を見据えながらも、ローカル(地域)のお客様一人ひとりを最優先した商品やサービスをご提供し、今以上に「ダイハツらしさ」を進化させて、「お客様に最も近いグローバルブランド」に成長させていきます。