



楽しさの追求と社会課題の解決で、みんなの未来を創る

Pursuing Fun and Solving Social Issues to Create Our Future

小松 賢二

How many years has it been since we were told we were in a “once-in-a-century period of profound transformation”? It is said that this was first said by President Akio Toyoda of Toyota Motor Corporation in 2018, so if that is true, it will be six years. Has this period of great change ended in these six years? We cannot say whether this was a period of change, but drastic changes such as of the environment and diversifying needs continue. How should we adapt to such a period of time? In addition to shortening development time to adapt to rapid changes in the environment and expanding the product lineup to meet diversifying needs, it has recently become necessary to achieve carbon neutrality and comply with various regulations that are becoming stricter year by year. Do we have too many things to do that we do not have enough time to conduct R&D to achieve differentiation?

Last year, the Company has renewed the Technology Vision and newly defined three new core technologies: 1) Intelligent Systems, 2) Software Services, and 3) Energy Management, and added 4) human research as the foundation to support all of the conventional core technologies. Positioning human research as our core of the Technology Vision, we aim to maximize human potential. The results of human research will bring new value to our products and further enhance fun and attachment for users.

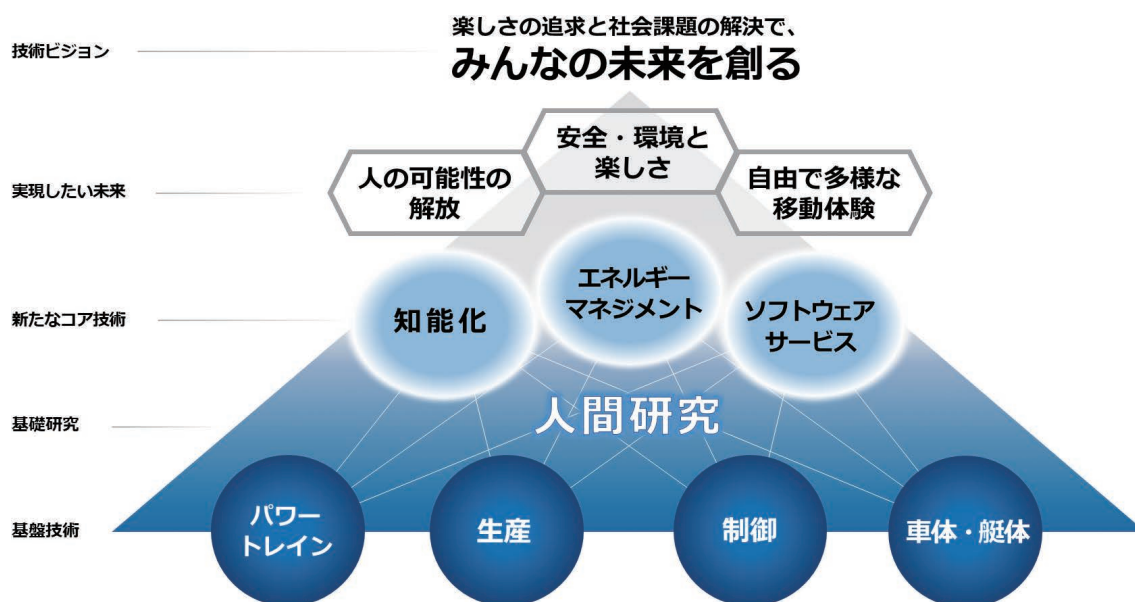
I believe that fun and attachment will be more important than ever for Yamaha Motor products in the future. The technology of internal combustion engines, which are the power source, has reached maturity, and the performance of electric powertrains has become more standardized, making differentiation with powertrains difficult. There is a lot of work to be done to adapt to the period of change, but we must pursue new values such as fun and attachment as differentiating technologies more than ever. To achieve this, we must improve the efficiency of conventional core technology development, and at the same time, shift human resources to the development of new core technologies, new value creation, and human research. We engineers must also change our mindset, and we need to challenge ourselves to acquire the skills and technologies needed in the future, instead of remaining at our current levels.

Since the founding of the Company, we have always pursued fun based on the concept of a *Kando Creating Company. Our diverse product lineup includes motorcycles and marine products, as well as robotics and electrically power assisted bicycles, all designed around fun and solving social issues. This fun, and solving societal issues, enriches people’s lives, and is a driving force for creating the future. Our motorcycles are loved by people across the globe. Riding a motorcycle has gone beyond simply being a method of transportation; it is the experience of feeling the wind and enjoying the freedom. Yamaha’s motorcycles offer the ultimate fun to our riders, both in terms of their design and performance. Boats and personal watercraft also take the fun of leisure activities on the sea and at lakes to another level. We will continue to pursue fun with the unique style of Yamaha and will continue to take on the challenge of creating our future while improving and evolving the value we provide to our customers through the development of new core technologies, the creation of new value, and the results of human research.

*Kando is a Japanese word for the simultaneous feelings of deep satisfaction and intense excitement that we experience when we encounter something of exceptional value

「100年に一度の大変革期」と言われて何年経ったのでしょうか？ 2018年のトヨタ自動車 豊田章男社長の言葉が最初だと言われていますので、それが本当なら6年になりますね。この6年間で変革期は終わったのでしょうか？変革期と言えるかどうかは分かりませんが、環境やニーズの多様化などの激しい変化は続いていると思います。そんな時代に我々はどうか対応していくべきでしょうか？速い環境変化に合わせるための開発期間の短縮やニーズの多様化に対応するための商品ラインナップの拡充などはもちろん、最近はさらにカーボンニュートラルや年々厳しくなる各種の規制対応なども必要になってきました。やることがいっぱいである中で差別化のための研究や技術開発に費やす時間がなくなっていないでしょうか？

昨年、技術ビジョンを刷新し、新たに3つの新コア技術 1)知能化 2)ソフトウェアサービス 3)エネルギーマネジメント を定め、従来コア技術を含めた全体を支える基盤として 4)人間研究を追加しました。技術ビジョンとして人間研究を中心に据え、人々の可能性を最大限に引き出すことを目指しています。人間研究の成果は、我々の製品に新たな価値をもたらす、ユーザーにとっての「楽しさ」や「愛着」をさらに高めていきます。



今後のヤマハ発動機の商品にとって「楽しさ」や「愛着」は今まで以上に重要になると思います。動力源である内燃機関の技術は成熟期を迎え、電動のパワートレインの性能は画一化しており、パワートレインでの差別化は難しい状況であることから、今後は今までにはない新しい価値での差別化が重要な時代になります。変革期への対応でやることがいっぱいだと思いますが、差別化技術として「楽しさ」や「愛着」などの新しい価値を今まで以上に追求しなければなりません。そのためには従来コア技術開発の効率化を進め、同時に新コア技術の開発や新価値創造、人間研究に人財リソースをシフトしなければなりません。また我々技術者の意識も変えなければならず、現状のスキルや技術に留まることなく、将来必要になるスキルや技術を獲得するためのチャレンジも必要になります。

我々は創業以来「感動創造企業」を基に、常に「楽しさ」を追求し続けてきました。バイクやマリナー製品、さらにはロボティクスや電動アシスト自転車など、多岐にわたる製品群は、すべて「楽しさ」や社会課題の解決を中心に設計されています。この「楽しさ」と社会課題の解決は、人々の生活を豊かにし、未来を創造する力となっています。

我々のバイクは、世界中で愛されています。バイクに乗ることは、単なる移動手段を超え、風を感じ、自由を味わう体験です。ヤマハのバイクは、そのデザインや性能において、ライダーに最高の「楽しさ」を提供します。ボートや水上オートバイも海や湖でのレジャーを一層楽しいものにします。これからもヤマハらしく「楽しさ」を追求し続け、新コア技術の開発、新価値創造、人間研究の成果によりお客さまへの提供価値を向上、進化させながら「みんなの未来を創る」ためのチャレンジを続けていきます。

■ 著者



小松 賢二
Kenji Komatsu
執行役員