

挑戦者たち

不退転の決意で20%値下げに成功したカーラジオ

1961年（昭和36）、松下通信工業*に、トヨタ自動車からカーラジオの値段を20%下げてほしいという要請があった。

トヨタ自動車には、その数年前からカーラジオを納めていて、“コロナ”につけるラジオの値段を5%、大変な思いをして下げたばかりであった。今回こそ本当にどうにもならない、と皆が諦めていたが、当時、同社の社長であった創業者は言った。「これはチャンスだよ。ここで20%も安いラジオをつくることができれば、一気に競争力がつくじゃないか。5%のコストダウンはできないが、20%ならできる」

この直後に、テレビ事業部の部品工場長から、カーラジオ事業の責任者として第二音響工場長に任命されたのが、店員養成所一期生という生粋の松下マン、36歳の新屋純之輔であった。新屋は、“大量生産”の経験がない松下通信工業の生産技術者たちを、テレビとラジオの工場に連れて行って勉強させた。工場の従業員370人が全員で経営するのだと、QCサークルも立ち上げた。関東では東芝やNECに比べ、松下電器に対する信頼性が低かったことから、主要協力会社15社に、松下電子工業やテレビ事業部等、最新鋭の工場を見学してもらったりした。



1961年（昭和36）20%のコストダウンに成功したカーラジオ「PT-20」

そして「実際に車に乗ってみないとカーラジオの使い勝手はわからない」と、自分で車を買って、毎日通勤に使った。「工場の従業員みんなに自動車を運転してもらいたいから」と、会社近くの自動車学校に頼みこんで、従業員の入学金も免除してもらった。

毎日工場を回り、疑問に感じたことを絶えず技術者に質問した。ラジオを分解してすべての部品をボードに貼り、横に価格を書いて、一番高いものから原価を分析した。また、毎朝11時に、前日の工程不良を記した表をチェックし、一番多く不良を出している従業員の横に座り、原因を一つひとつつぶしていった。

こうして、2枚のプリント基板が1枚に、取り付けのビスが3つから1つになり、不良率も格段に下がった。

創業者の発言から約1年後、性能は同じで値段は20%安いカーラジオが誕生した。1962年、第二音響工場は自動車ラジオ事業部として独立し、新屋が初代事業部長に就任、当社をカーラジオのトップメーカーに押し上げていった。



1965年（昭和40）
自動車ラジオ生産累計100万台を達成、
右端で万歳をしているのが新屋事業部長

新屋は言う。「絶対に、業界のトップでなければ許されないと思ってやってきた。松下の事業部長は、それだけの覚悟が必要なんです」

*現AVC ネットワークス社