

性能品質から 魅力品質へ

編集理事 森川博之



製品の品質を検討する枠組みの一つに狩野モデルがある。顧客満足度を垂直軸に、性能特性を水平軸にとると、顧客の反応は「当たり前品質（壊れないテレビ）」、「性能品質（画質の良いテレビ）」、「魅力品質（テレビを常につけておきたいほどに新しい使い方を顧客に提供しているテレビ）」の三分類できるとしている。

この狩野モデルの枠組みから電子情報通信分野の研究開発を眺めると、長年の研究は「当たり前品質」や「性能品質」を満たすためのものであったと位置付けられよう。有線で高品質映像を伝送したい、より高速なCPUが欲しい、消費電力の少ない新たなデバイスが欲しい、大容量データを高速に処理したいなどという要求に基づいて研究がなされてきた。

しかしながら、本学会の諸先輩方の長年のたゆまぬ努力により、ある程度の性能は得られるようになりつつある。1Gbit/sでの移動通信も視野に入りつつあるし、映像処理も手軽に個人PC上で行えるようになった。20年前、10年前の状況にかんがみると、隔世の感がある。

このような電子情報通信技術の進展は、研究開発の目的が「性能品質」の実現から「魅力品質」の実現に移行しつつあることを示唆していよう。限界は性能や効率で規定されるのではなく、アプリケーションやタスクに関する我々の不完全な理解で規定されるようになりつつある。製造コストや資源の効率的利用などといった視点と比べて、設計コストの低減、市場に出るまでの時間の短縮、新たな使い方の提案などといった視点の重要性が高まりつつある。

すなわち、従来のモノの視点に加えて、ヒトが新たな視点として入りつつある。例えば、デジタル回路、コンピュータハードウェア、プログラミング言語などの分野では抽象化が重要なツールとなっている。また、SOA (Service-oriented Architecture) や Web サービスなども一種の抽象化であるといえることができる。抽象化にあたってヒトの視点を避けて通ることはできない。

新しいインターネットアーキテクチャを考えるにあたって、ユーザ、ベンダ、ISP、政府などといった多様なステークホルダの要求を満たすように設計していかなければならない。iPodがインターネット上での新たな音楽配信構造を提示したことで成功したように、新しい構造や組織のあり方を探っていくことも必要である。これらにおいても、社会の中のヒトという視点が求められている。

工場に投資して大量生産をすれば利益が出る産業資本主義の時代は終わった。ポスト産業資本主義の時代には、利益の源泉は工場ではなくヒトになる。このような会社のあり方の変化もヒトの視点を後押ししている。

もちろん性能を極限まで追求していくことも続けていかなければならない。これに加えて、ヒトの視点に立ち「魅力品質」への転換を進めるような研究開発環境を整えていくことが必要だろう。

「魅力品質」実現を目指した研究開発では、評価のあり方も考えなければならない。定量的な評価が難しく、グラフで有効性を示すような論文を書けないためである。極論であるが、「作品」として評価することなども一つの視野に入ってこよう。更には、社会の中のヒトといった視点で沈思黙考することのできる人材を生み出すための教育のあり方も考えていかなければならない。電子情報通信学会への期待は大きい。

もちろん、電子情報通信学会自身がどのような品質を実現して学会の商品力を高めるのかについて、これも切り離すことのできない課題である。