

株式会社アドバネット
株式会社アドバネットR&D
代表取締役社長

田中 一義 氏

KAZUYOSHI TANAKA

我々は
ものづくりを
応援します

“EdMS”でR&D機能 北米展開を開始

ディベロップメントとデザインを
鮮明に打ち出した“EdMSカンパニー”

— M(製造)の前にd(開発・設計)をつけて“EdMS”を改めて掲げられた意図は何でしょう。

田中 10年ほど前から標榜しているEMSカンパニーは、顧客企業の製品企画に基づいて、我々が設計開発、部品調達、実装、試験・検査まで一貫して担当するという意味です。実装を受託するだけのEMSとは違うことを強調する狙いで、カンパニーをつけたわけです。2003年に東京にアドバネットR&Dを設立しましたが、関東のビッグユーザーの需要を開拓するには開発・設計機能をさらに強化しなければならない。そこに向かって前進しようとキャッチフレーズを改めたわけです。

EdMSを名乗る企業は他にもありますが、開発設計から製造、試験まで責任をもってやれるのは当社だけと自負しています。

— アドバネットR&Dが目指す技術開発の方向について聞かせてください。

田中 技術開発をリードしているのが畔津明仁アドバネットR&D取締役です。我々の技術領域では知る人ぞ知る有為な人材です。

畔津 1つは、お客様のニーズに合致した最適なものをつくること。ここで最も大事なのは、我々が開発する部品はお客様にとってあくまでも手段だということです。メモリーボード1つの開発もこの視点を外してはいけません。

もう1つの方向は、要素技術です。例えば低消費電力を実現する新技術を開発すれば、多くの分野に応用されます。ただ、要素技術の開発には体力が必要です。現在のところは第一の方向が中心ですが、できればこの両面のアプローチでアドバネット独自の開発を指向していきたいと考えます。

— 北米での展開を始められるようですが、どのような戦略ですか。

田中 アメリカのシリコンバレーのベンチャー企業RADIC Technologies社と、2月上旬にパートナーシップ契約を結びました。我々と彼らのベクトルが一致したからです。北米における我々の製品の販売と技術サポートをするということで、手始めに3月7日からサンフランシスコで開催される展示会(Embedded Systems Conference/ESC)に、アドバネットが初出展しました。まずは、CPUボードを中心にアドバネット製品の北米での販売、OEMビジネスのマーケティングをしてもらいます。また、アメリカの優秀な開発設計者と我々の技術者がジ

EMS(エレクトロニック・マニファクチャリング・サービス)カンパニーのアドバネットは、“EdMSカンパニー”を宣言、R&D機能を一段と強化する。解析センターを設置し顧客第一主義を徹底する一方で、北米に進出する新たな戦略を打ち出した。

機能を強化し

ョイントして、日米双方で開発を行うことも考えています。

さらに、アメリカの商品開発の情報をいち早く入手して日本での開発に結びつけたり、逆に彼らが我々の商品に付加価値をつけて売ってもらってもよい。将来はアドバネットUSAを設立する可能性もあると考えています。

解析センター設置で
さらなる顧客第一主義を目指す

— アドバネットでは「クレームファースト」、クレームがあったら何を措いても迅速対応する顧客第一主義を堅持されています。この面での新たな展開は。

田中 トラブル対応ということで、岡山の本社に最先端の解析センターを設置しました。有機物、無機物の解析装置とX線を導入、プリント基板の断線部分なども実装前にX線で検出可能となりました。

解析センターの目的は2つあります。1つはフィールドに出てからの不具合の対策で、何らかの不具合で戻ってきた商品に対して、製造過程でトラブルがあったのか、あるいはお客様の方での使用環境に問題はないかなどについて、科学的に分析します。従来は外部の研究機関に解析を依頼していましたが、

解析機能を社内にもつことによって、改善についての十分なコンサルティング、提案が可能になりました。

既に解析データをもとにお客様との協議を通してお客様が自社の設置環境を調査し改善につながるなど良い方向に向かっています。

もう1つ、EdMSカンパニーとしてEU(欧州連合)のRoHS(電子・電気機器に

要素技術の開発に チャレンジしたい

対する有害化学物質使用制限指令)対応は極めて重要です。自社内での解析により解析期間を短縮し、良い製品をいち早く世の中に送り出せるとみえます。

— 製造面でのIT投資はどうなっていますか。

田中 生産管理と納期管理、月次決算までを含めたかたちでERPシステムの本体化、自動化を進めているところです。

我々の仕事は、少量多品種生産で納期が短い。しかも、飛び込み、割り込みのオーダーが入った時に、どのオーダ

ーを最優先にするかという経営判断が大事です。緊急のオーダーを何とかしなければならない場合、工程を変更するしかない。お客様の満足度はそこにあるわけで、我々が伸びている1つの理由はそれができるからです。

そこで、突然の変動に対応し、優先順位を自在に変えられるERPシステムを導入します。ところが、量産を前提とした既存のパッケージソフトは、そのままでは使えません。今考えているのは、我々の目指す方向に近いパッケージを複数導入し、我々自身がリンクして完成させるという方法です。できれば



畔津 明仁 氏

アドバネットR&D取締役 技術部主席研究員

2005年度中に完成させたいと思っています。

— なるほど、アドバネットのお客様第一主義はさらに先をいくわけですね。

田中 これまでお話しした環境整備や戦略に立って、優れた少数精鋭の頭脳集団として陣容を拡充し、EdMSカンパニーとして、アドバネットをよりハイグレード、ハイレベルな企業にしたいと考えています。

田中 一義(たなか・かずよし)
プロフィール

1990年(株)アドバネットシステムズ(現(株)アドバネット)入社、取締役就任。94年専務取締役就任、2001年から現職。03年(株)アドバネットR&D代表取締役就任

お問い合わせ

Advanet Inc.

株式会社アドバネット 株式会社アドバネットR&D
本 社 〒700-0971 岡山市野田3-20-8
TEL.086-245-2861 FAX.086-245-2860
東京支社 〒101-0046 東京都千代田区神田多町2-2 ハヤカワNo.3ビル3F
TEL.03-5294-1731 FAX.03-5294-1734 http://www.advanet.co.jp