

事例8：電気ヒーターのモデルチェンジ

◆ 行動の手引（P.9～15） ◆

- 2-3 <効率優先への戒め> 2-4 <経済性優先への戒め>
- 4-2 <所属組織の災害防止> 5-2 <情報の公開>
- 5-3 <守秘義務と情報公開> 5-6 <社会との調和>
- 6-2 <科学的事実の普及> 8-1 <指導者の規範>

家電メーカーのZ社では、電気ヒーターI型が発売されてかなり年数が経ったことから、新しいヒーターの開発に着手した。基本的にはI型をモデルチェンジする予定だが、時代の要請に合わせ、省エネ・低コストを改良の主眼に置いている。暖房機シーズンの到来に間に合わせるため、開発スケジュールは逼迫していた。

開発チームのリーダーは、技術課のYさんである。若手技術者の中から抜擢されたYさんは、張り切って開発に取り組んだが、思わしい結果を得るまでには相当の時間を費やした。少ない電力で高い暖房効率を実現しようと、材質の見直しから取り組んだためである。いくつも試作品を作っては動作試験を繰り返し、ようやく考えていた通りの装置を完成できたのは、冬のボーナス商戦までぎりぎりのタイミングというときだった。

進捗が遅いことに気を揉んでいた開発課長は、「よくやった。早速製造に回す手続きをしよう」と大喜びだ。しかし、Yさんには若干の懸念があった。

Yさん： 「実は、電熱部分を覆うガラス管の強度試験がまだなのです。この部分については変更していないので、後回しにしていたんですが……」

開発課長： 「いまさら、何を言ってるんだ。ただでさえぎりぎりなんだから、そんな時間はないよ。動作試験のときは、異常なかったんだろ？」

Yさん： 「はい、通常の使用であれば問題ないと思います」

開発課長： 「だったら、それ以上の試験を行う必要はない。元々変更していない部分なんだから、問題があるはずはないだろう」

課長にこう言われた以上、強行することは難しい。自分のせいで製品の発売を遅らせるわけにはいかないので、懸念には目をつぶり、強度試験は行わないことにした。

こうして発売されたZ社の新電気ヒーター・K型は、「少ない電気代で暖房効率アップ」のキャッチフレーズが功を奏して、瞬く間に同社の売れ筋商品となった。Yさんも、若手ながら開発チームのリーダーとして取り組んだことが評価され、主任に昇進。更なる改良型の実験に取り組んでいた矢先、K型ヒーターのガラス管にひびが入るといった報告を受けた。やはり電熱部を新しくしたため、旧来のガラス管では耐熱性が不足してしまっていたのだら

うか。今度こそ試験を行うべきだと考えて、Yさんは開発課長に申し出たが、結果は以前と同じだった。

開発課長： 「今さら実験をして、耐熱性が不足していましたと言ったところでどうなるんだ。それより早く改良して、新型を発売したほうがいいだろう」

Yさん： 「K型はもう市場に出回っています。一度買ったお客様は、少なくとも5〜6年は使うはずですよ。万が一ガラス管が破損すれば、発火事故になる可能性もあります。私も開発に携わった以上、認めたくはないんですが、危険性があるということを監督官庁なりに届け出ておくべきではないでしょうか」

開発課長： 「それでもし、自主回収ということになったらどうする。わが社の損失は甚大だよ。たった1件の報告があっただけで、そんなにあわてることはない。そもそもこのユーザーは、一晩中ヒーターをつけっぱなしにしていたそうじゃないか。そんな無茶な使い方をすれば、どこの製品だって問題が出てくるよ。当面わが社が対応する必要はないと思うね」

結局、監督官庁への報告は見送られることになった。Yさんは被害が出ないことを祈りながら、今日も電気ヒーターの改良に取り組んでいる。