

寸言

ナブテスコ株式会社
航空宇宙カンパニー社長
片多 博



ファンボロー・エアショーに初めて出展するにあたって

弊社ナブテスコの航空宇宙カンパニーは、パリ国際航空宇宙展及び国内開催の国際航空宇宙展（JA）にSJAC会員として従来から参加・出展してまいりましたが、本年7月、英国で開催されるファンボロー・エアショーに、初めて会員企業の一員として共同参加させていただくことといたしました。

エアショーへの参加目的は、ビジネスチャンスの掘り起こし、プロダクトパートナーの拡大等、それぞれの企業で異なると思いますが、弊社はとりわけ「ブランド」のアピール・浸透に重点を置いております。その理由を説明させていただく前に弊社の生い立ちを少し述べさせていただきます。

弊社は1944年帝人人造絹絲の機械部門が独立して帝人航空工業を立ち上げ、戦後、帝人製機への社名変更を経て1955年から航空機部品の製造を再開、設計・製造能力を蓄積してきました。1970年代に米国民間航空機市場へ進出、ボーイング757並びに767型機のフライトコントロールアクチュエータの受注を経て、1992年には米ボーイング777型機のフライバイワイヤー・フライトコントロール・アクチュエーションシステムを、一次サプライヤーとして受注することに漕ぎ着けました。現在では、多くの民間航空機、自衛隊機の開発に参画させていただいております。

さて、ご存知の皆様もおいでのことと思いますが、弊社名「ナブテスコ」は2003年に帝人製機(株)とナブコ(株)の経営統合により誕生いたしました。したがって「ナブテスコ」ブランドイメージは、両社の歴史を引き継いだとはいえまだまだ白紙の状態であり、この

ブランドイメージにどの様にどんな色を付けていくかが、会社として重要な基本戦略であると考えております。「ナブテスコ」という社名を聞いただけで、「お客様にとって、社会にとって、価値ある会社である」とイメージいただけるようになりたいと願っております。

この企業ブランドのイメージは、日頃のあらゆる企業活動の結果ではないでしょうか。例えば、営業担当のお客様への対応、お客様のニーズに対する迅速な提案のご提供等について、どうすればより改善できるかということ、経営トップを含めて従業員一人一人が日々生懸命考える、そういう企業文化（風土）を映すものでしょう。グローバルなビジネスである航空産業にあって、理想的な企業イメージを造り上げ、そのブランドを浸透させ高めるには、相当の時間と努力が必要と思っております。私ども「ナブテスコ」ブランドイメージは、白紙であるがゆえに今後の精進次第で素晴らしい色に染まるとのプラス思考に徹し、まずは「ナブテスコ」の知名度を上げるため、出来る限り広範囲に行動してまいりたいと思います。

SJAC殿のご指導の下、今回出展させていただくことにより、私どもの様なシステムサプライヤーが日本に存在することを世界に知らしめることは、日本の航空業界に微力ではありますが必ず貢献できると信じております。最後に、この誌面をお借りし手前勝手な意見を述べさせていただきましたが、先輩諸兄の皆様にご容赦いただきたくお願い申し上げます。ファンボローで皆様にお目にかかることを楽しみにしております。