



石油ストーブと家庭用電器

Foreword

専務取締役 工学博士

大 富 真

General Managing Director Makoto Ohtomi, Dr. Eng.

先日ある新聞になにも電機メーカーが石油ストーブまで売らなくてもよさそうなものだとの記事がのっていた。筆者も個人的には正に同感なのである。このような電機メーカーは外国には例がないのではなからうか。ではどうしてこんな事態になったのであろうか。

昨年も続いての設備投資抑制のお蔭で重電機メーカーにとっては誠に苦難な年であった。どの重電機メーカーも多い少ないの差はあっても皆業績は低下したと思う。勢いどこの重電機メーカーでも重電機部門の不振をカバーするために軽電機部門、特に消費ブームにのった家庭用電器部門の販売に大きな比重を置かざるを得なかったと思う。

従来家庭用電器として売られているものを大別すると夏期に需要の多いいわゆる夏物と、冬期に需要の多い冬物および季節にあまり関係しないものがある。扇風機、電気冷蔵庫などは夏物の雄であり、電気ストーブ、電気こたつなどの採暖器具はいうまでもなく冬物であり、電気洗たく機、電気調理器、テレビ、ステレオなどは多少時期的に変動はあっても年間を通じて需要のあるものである。メーカーとしては年間を通じて一様な売行きが望ましいことはいうまでもないが、どこのメーカーでも商売としては冬物は夏物に比べて弱いのである。これは家庭電源の関係上電器の単器容量として1kW以上のものが許されないことおよび電気料金などわが国の特殊事情によるものなのかも知れない。そこで冬物の弱さをカバーするのに電気採暖器具の競争相手である石油ストーブのブームに目をつぶっているわけにはいかないのである。これは電気に関係のない物でも単にブームであるから売るといふのは大いに訳が違うのではないかと思う。

さて本来の家庭用電器についてであるが、わが国の現状を見ると、ことを技術的な分野

に限ってもメーカーとしてなお反省すべきことが多々あると考える。

わが国の家庭用電器はわが国独自の生活様式から生まれたものは別として大部分のものは外国品の模倣で始まっている。いまではそれを器用に模倣した上それに必要以上の機能を付加することの競争をお互いにやっているように思える。例をタンク形真空掃除器にとってみよう。ごみがいっぱいになると赤ランプがつく、ゴムホースの先端に手元スイッチがある、吸込管の長さが伸縮自由である、電気コードを自動的に巻込むなどというような機能がごみを吸うということ以外に付加されている。これは日本人の器用さであり、日本品の一つの特長かも知れないが、これらの機能はただではできない。それぞれに原価高を来たすものである。外国の真空掃除器はわが国より以前から製造されていて今でもこんな機能を備えてはいないのである。ごみを確実に吸うことが本命であり、それで充分なのである。この狭い国内市場で自由化になった外国製品と競争をし、さらに国際市場に乗り出すのにこう必要以上の機能に金をかける必要があるか、金をかけるならもっと肝心な所に金を掛けるべきではなからうか、電気七輪その他の電熱器類のスイッチ類が外国品に比べてきゃしゃなのは常に気になるのである。

それに加えて乗用自動車なみのひんばんなモデルチェンジは全くのむだではないかと思う。売らんがためのモデルチェンジであろうけれど、売れない証拠とも解せられる。売れる品物であればモデルチェンジせずとも売れるものである。ある外国製トースタはここ十年來モデルを変えていない例さえある。さりとてわが社だけが孤高を守ってみても商売はむずかしいとは思いますが、せめて数年間モデルチェンジをしないで売れるような器種をふやしていきたいのが筆者の念願である。



*本誌に記載されている会社名および製品名は、それぞれの会社が所有する
商標または登録商標である場合があります。