

巻/頭/言

家電機器特集号に寄せて

Foreword to Special Issue on Technology of Home Appliances

荒木 茂
Shigeru Araki

三菱電機のリビング・デジタルメディア事業本部は、ルームエアコンや業務用エアコンなどの空調冷熱事業、住宅用太陽光発電システム事業、IH(Induction Heating)クッキングヒーターやエコキュートなどの電材住設事業、冷蔵庫や液晶テレビなどの家電事業、大型映像表示装置などのデジタルメディア事業の5つの事業分野から成り立っている。これらの5事業分野共通で目指していることは、商品を通じて新しい価値観の提案ができるかどうかである。

当社はかねてから“人も地球も気持ちよくユニ&エコ(ユニバーサルデザイン&エコロジー)”をスローガンとして、マーケティングに立脚した開発力・技術力によって、豊かで持続可能な暮らしを提案する“ソリューションビジネス”を推進してきた。オール電化などはその代表例である。2009年に制定された当社環境ステートメント“エコチェンジ”のもと、“ユニ&エコ”のスローガンも“ユニ&エコチェンジ”へと進化させた。当社は省エネルギー、リサイクル、太陽光発電による“創エネ”において高い技術を持っている。ヒートポンプ、モータやパワーデバイスセンサなどの省エネルギー技術は当社の大きな強みである。これら省エネルギー技術を核とし、家庭におけるエコの見える化と、だれもが使いやすいユニバーサルデザインの追求を機種横断的に“群戦略”として強化していく。三菱なら省エネルギーの状態や電気代が見える。だからユーザーは省エネルギーのための行動ができる。つまり商品を通じて“省エネルギーのための行動”という新しい価値観を提案しているのである。ユニバーサルデザインは製品の軽量化や、リモコンに表示される文字が大きくて見やすい、ボタンが大

きくて使いやすいなどに配慮することで、だれもがこの新しい価値観を享受できるように提案の幅を広げているのである。

今回の特集である家電・電住機器の市場は成熟市場だとよく言われている。低価格化が進み厳しい市場だが、今回の特集で紹介するようなオンリーワン技術を搭載した商品を投入すれば、単価アップや規模拡大をねらうことができる市場でもある。ルームエアコン“霧ヶ峰”に搭載したムーブアイの技術は、エコの見える化の先駆けとなり、当社の冷蔵庫や家庭用除湿機にも応用している。ちなみに、エコの見える化をイメージする葉っぱのマークのデザインもルームエアコン霧ヶ峰から機種横断的に展開したものである。“光を利用した保存、衛生の技術”を搭載した冷蔵庫“Eシリーズ”“水冷式蒸気回収システム”による蒸気レス炊飯器は大ヒット商品となっている。また“家電商品における自己循環リサイクル適用事例”のようなリサイクル技術も家電・電住機器の市場を持続させ、ひいては我々の日常生活を高い次元で維持させることにつながるのである。

今後も、エコロジーとユニバーサルデザインにこだわったものづくりを推進していく。“ユニ&エコチェンジ”でユーザーに生活の新しい価値観を提案し続け、持続可能な社会の実現に貢献できるよう挑戦を続けていく。

皆様のなご一層のご助言、ご指導をお願いするとともに当社ユニ&エコ製品を実際に使用していただき、ご親戚、ご友人やお知り合いの方々におすすめていただくことを是非ともお願いする次第である。