



慶應義塾大学ビジネス・スクール

三洋電機株式会社

洗剤のいない洗濯機 —超音波と電解水で洗おう—

5

「洗剤のいない洗濯機」に洗剤業界の逆襲：果たして勝者は？

「汚れを落とさない洗濯機に消費者は満足しない」—平成13年10月2日、東京都内で行われた記者会見の席上、洗剤メーカー25社が加盟する日本石鹼洗剤工業会（以下石洗工）の神田豊輝専務理事は、洗剤ゼロコースつきの新洗濯機を激しく非難した。話題の洗濯機は、三洋電機株式会社（以下三洋）が“超音波と電解水で洗おう”とうたって発売した全自動洗濯機、ASW-ZRである（添付資料1参照）。この洗濯機は、ユーザーが洗剤ゼロコース、洗剤半分コース、そして標準コースの3つの洗濯コースを選べるようになっていた。洗剤メーカーの反発は、もちろん、洗剤ゼロコースに対するものである。平成13年8月2日の発売以来、ASW-ZRの大手電機量販店での売れ行きは好調で、一番のヒット商品となっていた。しかし販売開始から2ヶ月後、この新製品の将来に大きな壁が立ちはだかることとなった。石洗工の会長は、洗濯洗剤売上げ第一位を誇る「アタック」を販売している花王の後藤卓也社長。市場にはじめて登場した「洗剤のいない洗濯機」が逆襲の「アタック」を受けたような、象徴的な事態となった。

この「三洋対石洗工」のバトルは海外のメディアでも取り上げられるほど国内外で注目を集め、ASW-ZRの売上げだけでなく、洗濯機業界の競争や消費者の考え方にまで影響を及ぼす事態へと到った¹。このバトルの結果、短期的には洗剤メーカー側に軍配が上がりつつあるようであった。発売当初2ヶ月間は過去の三洋製品の5割増、三万台に達していたASW-ZRの洗濯機の販売台数が、この逆襲をきっかけに下降しはじめたのである。

三洋の井植敏会長が、「洗濯機の歴史を変えるであろう」とまで語ったこの製品。だが、勝敗を決めるはずの市場の反応は、現段階では微妙である。果たして、この製品の導入は三洋にとって成功だったと言えるのであろうか。

本ケースは慶應義塾大学大学院経営管理研究科助教授浅川和宏の指導の下、カナダ・マギル大学経営学修士の小池T和佳子、真鍋恭子、丸岡紀子がクラス討議の題材として作成したもので、経営管理の適否を例証するものではない。

¹ Harney, Alexandra. “Losing the Soap: A washing machine designed for use without powder has irked the country’s detergent-makers.” Financial Times. 19 January 2002: p10.