

# スマートアプライアンス特集によせて

パナソニック（株）本社R&D部門  
デジタルネットワーク・ソフトウェア技術担当 理事  
(2012年9月30日まで)

パナソニック（株）AVCネットワークス社 常務 岡 秀幸



白物家電の本質は、お客様の日常生活のお困りごとを解決することにあります。1927年、アイロンがまだ一般家庭には手の届かない高級品であった時代に、当社はお求めやすい価格でスーパーアイロンを発売し、一般家庭に広く普及しました。また主婦の家事負担が大きかった1950年代から1960年代にかけて、当社は冷蔵庫(1953年)、洗濯機(1954年)、炊飯器(1959年)、電子レンジ(1966年)を相次いで発売しました。これら白物家電群の普及により主婦の家事労働削減に貢献し、女性の社会進出の後押しをしました。2000年代に入り、省エネには関心があるがどうすればよいか分からないお客様に向け、エコナビ搭載家電を発売し、お客様の暮らしに合わせた節電生活を提案しています。

これまで当社の白物家電は、例えば汚れがよく落ちる洗濯機など、一般のお客様に共通するお困りごとに着目し、家電の搭載機能を改良し続けていました。しかし、多くの白物家電が発売から50年以上経過し、一般のお客様に共通するお困りごとはほぼ解決されてきました。そのため、今後は特定のお客様がもつこだわりのお困りごとについても、こたえていく必要があると考えます。例えば、離乳食レシピに対応する電子レンジです。そのようなお困りごとの特徴は、時間とともに変わる点にあります。そのきっかけは、出産や入学などの生活スタイルの変化や、世間の流行など、お客様によりさまざまです。一方で、これまでの白物家電は購入後に一切機能が向上しない、という前提がありました。したがって、この前提のままでは、時間とともに変わるお客様のお困りごとに十分こたえられないという課題がありました。

このような課題を解決して、新たな価値を提案している商品の例としてスマートフォンが挙げられます。スマートフォンの特徴は、インターネット上のクラウドと連携し、一体化して動作する点にあります。この特徴により、お客様の要求が時間とともに変化しても、その要求に追従してスマートフォンを進化させることが可能となりました。クラウド上にある好きなアプリケーションをいつでも導入できる機能はその1つの具体例といえます。

今後の白物家電において、多種多様化するお客様のお困りごとに的確にこたえるためには、お客様が購入後に白物家電を進化させることが重要になると考えます。そこで今回当社は、クラウドと連携し一体動作させる白物家電群であるスマートアプライアンスを提案します。当社が目指すのは、個々のお客様のお困りごとが時間とともに変化するという前提で、白物家電を進化させることにあります。この実現のために、お客様のことをより深く知り、タイムリーに価値提案する場を構築していきます。

将来的には、お客様が保有する複数の白物家電をクラウドと連携させることで、従来家電単体では提供困難であった新たな種類の価値をお客様に提案できると考えます。このためには、お客様の日常生活での要求を広い視野でとらえ直し、その要求を核として白物家電をリデザインすることが必要になります。すなわち、お客様は本質的には冷蔵庫や活動量計が欲しいのではなく、疲れた夜に冷えたビールを飲みたいのです。そうとらえると、宅配サービスとの連携が考えられ、白物家電の役割が従来の日常生活のお困りごと以外にも広がっていきます。この意味でスマートアプライアンスは、白物家電自身の役割を広げる可能性ももっています。

今回の特集号では、一橋大学大学院国際企業戦略研究科藤川准教授による『製造業のサービス化：「サービス・ドミナント・ロジック」による考察』を皮切りに、①スマートアプライアンス概要、②スマートアプライアンスシステムにおけるシステムアーキテクチャ、③NFC (Near Field Communication) 応用スマートアプライアンスサービス(生活家電)、④健康機器向けNFC応用アプリケーション、⑤スマートアプライアンス向けNFC技術応用タグ、⑥無線対応スマートアプライアンスサービスを取り上げました。

当社は今秋、白物家電8商品を同時にクラウド連携することを発表し、今後もスマートアプライアンス事業の強化を図ってまいります。今回の特集号が、スマートアプライアンスのさらなる進化・展開を加速するうえでの手がかりとなれば幸いです。