花王×パナソニック

「ドラム式洗濯乾燥機」体験発表会を開催

花王・村田氏が「極ラク汚れはがし」の開発経緯を語る

パナソニックは9月26日、パナソニックセンター東京にて「ドラム式洗濯乾燥機＆セパレート掃除機」体験発表会を開催し、同社と花王が共同開発した洗濯用洗浄強化剤「極ラク汚れはがし」の開発経緯や、開発において苦労した点、抱負について、パナソニック ランドリー・クリーナー事業部 商品企画の中込光輝氏と花王 H&LCFC商品事業開発センターの村田大也氏がトークセッションを行った。

パナソニックによると、全自動洗濯機の出荷台数が2020年（約470万台→2024年400万台）を境に減少に転じる中、ドラム式洗濯乾燥機（2017年＝13%→2024年＝25%）は伸長を続け、2024年度に100万台に到達することが見込まれている。

同社では、2003年に業界初のなめドラム洗濯乾燥機の生産を開始して以降、「温水泡洗浄」「液体洗剤・柔軟剤自動投入」「ヒートポンプ乾燥」「IoT対応」「撥水回復」など様々な新しい価値を提供し、業界をリードしてきた。

2024年度のドラム式洗濯乾燥機の新製品（LXシリーズ、7機種、10月上旬発売）では、新しい洗濯のスタンダードに向けた取り組みとして、衣類を清潔にする洗浄力を大きく進化させた新コース（専用剤コース）を搭載し、「新次元の汚れ落ち」を実現する。

パナソニックが実施した消費者調査では、半数以上の人が予洗いを行っており、約70%の人が皮脂汚れが原因の汚れやニオイに悩んでいることがわかった。そこで「つけおき」「予洗い」なしでも汚れをしっかり落とすことを目指した汚れはがしコースを新ドラム洗濯乾燥機に搭載することにした。

「予洗いなしを実現するため、洗濯用洗剤№1メーカーである花王様に協力を仰いだ。花王様にはトリプル自動投入機能を活かした専用剤の開発をお願いし、パナソニックは専用剤のパフォーマンスを最大限に発揮できるコースの開発に注力し、化学力と機械力のコンビネーションにより、約3年半という歳月をかけ、予洗いなしで新次元の洗浄力を実現する洗濯用洗浄強化剤、汚れはがしコースを搭載したドラム式洗濯乾燥機の開発にこぎつけることができた」（中込氏）

新LXシリーズでは、ライフスタイルや好みに合わせて使用する剤を変えられる業界初の選べるタンクが新たに「汚れはがし剤」にも対応。汚れはがしコースとトリプル自動投入専用の汚れはがし剤でつけおき・予洗いの手間を軽減、頑固な汚れもラクにキレイに仕上げる。洗剤にプラスして洗濯用洗浄強化剤「極ラク汚れはがし」（想定価格＝900mL・1320円）を使用することで、つけおき・予洗いが必要となる頑固な蓄積皮脂汚れ、食べこぼし汚れなども、予洗いなしで通常の洗濯プロセスのみで落とすことが可能になった。

「新たに搭載した専用剤コースを選択すると、まず汚れはがし剤が自動投入され、汚れを変質させて落としやすい状態にした後、次に洗剤が自動投入されるので、汚れが引きはがしやすくなる。新しい工程を作り、その後洗剤を投入して頑固な皮脂汚れを引き剥がすことにより、洗浄力を飛躍的に向上させることができるようになった」（中込氏）

中込氏（左）と村田氏

花王の村田氏はトークセッションにて「パナソニック様との洗濯用洗浄強化剤の共同開発の話を聞いたとき、非常に心躍る気持ちになった。しかし両社の商品開発フローが大きく異なるうえ、新型コロナの流行にも見舞われたため、それぞれ独自で開発を進めなければならず、そうかといって試験条件は合わせる必要があるため、非常に苦労した。しかし苦労の末、『洗濯の新しいスタンダード』をパナソニック様と一緒に提案できたことは大変光栄なことだ。一緒にタッグを組めたからこそいい提案ができたと考えており、一人でも多くの方に汚れはがし剤の新次元の汚れ落ちを体感して欲しい」とコメントした。

（禁無断転載）©R
本紙の全部または一部を無断で複写複製（コピー）することは、堅く禁じられております。
本紙からの複写を希望される場合は、出版者著作権管理機構（JCOPY）（03-3513-6969）まで必ずご連絡下さい。

The Voice

プラネット
代表取締役社長
坂田 政一 氏

1500社のネットワークを構築 3つの領域で業界協調を推進

プラネットは現在、資材サプライヤー168社、メーカー884社、卸売業490社の計1542社（2024年8月末実績）を超える大規模な企業間EDIネットワークを構築している。

坂田政一代表取締役社長は、「現代の企業は、CO_2削減やプライバシー保護の強化、賃金の上昇、原材料の高騰、さらには消費者ニーズの変化などさまざまな課題に直面している。限られたリソースをどこに集中させるべきか、また不足している部分にどう対処するかが今後の経営において重要な課題だ」と話す。

特にITの活用範囲は社内の効率化にとどまらず、企業間でのデジタル連携へと拡大している。しかし、IT活用の取り組みにおける大きな課題としては「DX推進に必要な人材の不足」が圧倒的に多く挙げられており、このような状況の中で競争力を高めるためには外部のパートナーと連携することが不可欠であるとする。ITを有効に活用し、自社のコア・コンピタンスを強化することが、変化の激しい市場において優位性を確保するためには不可欠といえる。

同社は、単なる通信経路の提供にとどまらず、標準化対応や企業間調整、システムの開発・運用など総合的な支援を行っている。運用や管理に関するあらゆる対応を完結できるため、参画企業は効率的にビジネスを進めることが可能になる。

「今後は、事業対象である商流、物流、マーケティングの3つの領域での業界協調を推進していくとともに、参画企業にとって欠かせない戦略的パートナーとして、競争力や生産性、企業価値の向上を支援し、共に成長していくことを目指す」（坂田社長）

3つの領域における業界協調を進めるための重点項目としては①EDIの安全性強化、②マスタ情報の再整備、③持続可能なロジスティクス、④POSデータクレンジング、⑤返品適正化プラットフォーム構想の5つを挙げ、今後注力していく方針を示した。（竹）