

お茶うけ 第59話

メーカーのための商品テスト

花森安治は、「暮らしの手帖の商品テストは消費者のためではなく、メーカーにいい商品を作ってもらうためにある」として、次のように言っています。

「店に並んだ商品が、ちゃんとした品質と性能をもっているものばかりであったら、消費者は自分のふところや趣味と相談して、どれを買うかを決めればよいのである。そういう世の中になるために、商品を作る人や売る人が、そんなふうを考え、努力してくれるようになるために、そのために『商品テスト』はあるのである」

「暮らしの手帖」が国産品の商品テストを始めた昭和29年(1954年)当時は、日本は戦後の復興の最中であったので、すぐれた外国の商品を商品テストに加えてその品質の高さを証明することで、国産メーカーに注文をつけました。グローバルに競争できるくらいの良い国産品を、日本の消費者に与えたかったのでしょう。

昭和35年(1960年)の第1回目の石油ストーブの商品テストで、英国製の「ブルーフレーム」(アラジン社)は、デザインがよく、暖かく、においがなく、多くの点で国産製品より優れていて、抜群の1位の成績でした。それから8年後の昭和43年のテストでは、国産製品は英国製に匹敵する良い品質であると証明されました。

外国製品が必ずしもよくないことがわかったのは、昭和47年(1972年)にスチームアイロンをテストした時でした。アメリカGE製のスチームアイロンは、それまでの昭和35年と42年の2回のテストでは、断然よい成績でしたが、この年は取り寄せた18台の新型商品のうち、その半数で肝心の蒸気が出ないなど、13台もの欠陥商品がありました。1971年にニクソン大統領のドル防衛策が打ち出されるなど、アメリカの世界経済での王座がゆらいできたと言われた時代のことです。

この頃には、国産メーカーは高い品質のものを作る力をつけていました。その後、大きなものでは電気冷蔵庫、小さなものでは魔法瓶など、商品の比較テストで国産品の成績がアメリカ製を上まわってきました。

商品テストの結果に対する対応には、お国柄が見られるようです。

一般にアメリカの企業は、テストで商品の欠点を指摘されると、テストの欠点を探し、弁護士を立てて争う構えをみせます。ヨーロッパのメーカーは、欠点を言われても、作り上げた製品をがんこに変えない傾向があります。

それに比べて、日本のメーカーは、指摘された欠点を改良することをためらいません。それで、日本の製品は比較的にはやく良くなるようです。

日本の家庭電化は、昭和35年に週刊朝日が「洗濯機と冷蔵庫 - 家庭電化時代来る」と特集した頃から急速に広がりました。「暮らしの手帖」は、その動きに遅れないでタイムリーに、使う人の立場でこれら家庭電化製品の商品テストを行ってきました。

花森安治は、商品テストの対象商品を、多くの人の暮らしに「あったほうがいいもの」から優先して選びました。それで、家事労働を軽くする電気洗濯機、共働きの家庭の毎日の買い物の負担を軽くする電気冷蔵庫、生活環境を快適にするルームクーラーなどの家庭電化製品を、比較的早い時期からとりあげました。

今思いますと、これら家庭電化製品の商品テストは、単に電気製品の使い勝手を良くしただけではなく、利用者を思いがけない事故から守るのに大きな貢献をしたのです。

花森安治は、商品について、目盛りが見にくい、つまみの位置が悪い、板が切りっぱなしで危ない、取っ手がかみにくい、運びにくい、掃除がしにくい、など細かい注文をつけました。小さな何でもなしのようなことの改良の積み重ねが、ボタン一つで動く家電製品に不慣れであった当時の家庭の人々を、けがや事故から守るのにどんなに役立ったことでしょうか。

以上

参考文献:

『花森安治の仕事』 酒井 寛著 朝日新聞社刊 (1988年11月15日発行)