『ふとん乾燥機』誕生秘話

睡眠中に人体より発散される水分は、一晩で牛乳瓶一本といわれている。そのため天日に干したふとんは気持ちいい。だから梅雨時や太陽を見ることの出来ない冬場の豪雪地帯、そして住宅事情によって干す場所のない家庭にとって、敷いたまま天日乾燥と同等の効果が得られる家庭用「ふとん乾燥機」は、最高の福音であった。

当初このふとん乾燥機は、三菱電機中津川製作所で開発研究されていた。 外部よりアイディアの持ち込みがあったもので、「ヘアードライヤーをふとんの中にいれてかわかすと具合がいい」。 そこから開発がスタートした。開発者は、ふとんの中全体に均一に温風を吹きいれる方法 に苦労した。ビニールパイプに穴をあけたり、ビニールシートに穴をあけたり…と、いろいろ試行錯誤の末、ジャバラホースで布袋の中に温風を吹きいれる方式に落ち着いた。

当時ふとん乾燥機には、「ふとん乾燥車」の中にふとんを入れて乾かすものと、鉄棒にふとんを 掛けて 周囲から温風を吹き付けて乾かすものがあったが、いずれも外から温風で乾かす方式で あまり普及していなかった。このふとん乾燥機は全く逆の発想だった。

試作品が完成した。早速主婦対象のグループインタビュー調査が行われた。 いつでも天気を問わず乾燥できる点は好評だったが、敷いたまま室内で乾燥させる点に抵抗があり、全体としてあまりいい評価ではなかった。 開発はそのまましばらく見送られていた。

昭和51年8月、中津川製作所の技術部長「K」が群馬製作所の副所長として群馬県尾島町に やってきた。同時にふとん乾燥機の開発も群馬製作所に移管された。「K」は早速、ふとん乾燥 機の開発にとりかかった。9月には最終仕様が決定され、12月北陸3県でテスト販売が実施された。 この年は記録的な豪雪であった。1000台のテスト販売用は、またたく間に売れた。テスト販売を札 幌、東北、新潟に拡大したが、調査より物よこせの状態が続いた。

昭和52年4月全国発売。この時の営業所の販売見込みは、年間10万台であった。「K」は一喝した。30万台にしろ! 北陸での購入者の追跡調査が報告された。96%の人が評価85点以上。ほぼ全員の人が、他の人に薦めたい。申し分のない満足度であった。まもなく販売計画は、60万台に修正された。 全国発売すると、まもなく全国の販売店から直接工場に出荷の督促が相次いだ。生産が追いつかない。製品のとりあいとなった。なかには工場にトラックで製品を取りに来る店もあった。「K」は、発売後すぐ大増産とともに、モデルチェンジと機種系列拡大の指示を出した。

他社の追随を感じていた。6月、案の定他社が同じような商品を出してきた。この年の梅雨は幸い長雨。一気にふとん乾燥機の傘が開いた。マスコミがこぞって取り上げた。「売れて、売れて」「市場一気に急上昇」「意外?なヒット」「主婦に大もて」・・・新聞にこのようなコピーが躍った。

9月、第二弾の新商品を発売した。普及タイプ・高級タイプ・業務用タイプの3系列だった。これで一気に他社を引き離した。10月にはほぼ全メーカー出揃い、「ふとん乾燥機」の市場が確立された。 結局三菱は、この年、修正計画の60万台を売り切った。それまで尾島の工場は、古い建物にすすけた煙突だけが目立つ赤字工場であった。それがこの1年で大幅な黒字工場に変わった。 巷では、このような言葉が聞かれた。「潜水艦が空を飛ぶ」。 その後尾島の工場は、このふとん乾燥機をきっかけに「オーブンレンジ」「石油ファンヒーター」など次々に新商品を世に送りだしていった。