

# 博士論文（要約）

日本の住宅内外の家電製品とその色の変遷

伊藤 潤

## 目的

本論は、日本の住宅が家電製品をどのように受容したのか、またその過程で家電製品がどのように変遷したのか、を明らかにすることを目的とする。特に色を切り口にすることで、家電製品と住宅のデザイン史について従来とは異なる視角を提示し、その相互関係について新たな理解を得ることを試みるものである。また分野横断的に資料を収集・分析することにより、結果的に既往研究の矛盾点や事実誤認を解消し、デザイン史を更新することも目的とする。

## 分析対象

- 1) 洗濯機：最も普及が早く、また最も設置場所が変化した家電
- 2) 冷蔵庫：ダイドコロ空間にあり続けた家電
- 3) テレビ：オモテ空間にあり続けた家電
- 4) エアコン：室外機も含め、住宅の内外壁に取り付いた家電

これらは「三種の神器」（洗濯機、冷蔵庫、白黒テレビ）や「3C」（乗用車、クーラー（エアコン）、カラーテレビ）と称された、戦後の復興や発展を象徴する製品群である。戦後の進駐軍とともにもたらされたアメリカ的電化生活、という生活様式の大きな変化に目を奪われがちであり、それぞれの製品が住宅内でどのように受容されたのか、ということにはあまり傾注されてこなかったように思われる。また、それぞれの製品群のデザインに関する既往研究は行われているが、横断的に論じた研究はほとんど存在しない。

本論では、上記4製品群とその前身と捉えうる製品群を分析対象とする。

## 論文の構成

本論は8章からなる。

第1章では、家電普及初期の東京地区における3つの電化住宅について論じる。すなわち、山本忠興邸、田園調布の「電気ホーム」（渋沢秀雄邸）、成城学園の「朝日住宅」である。3つの電化住宅は、メディアを通して紹介された個人宅、複数の企業による個人宅のオープンハウス、設計コンペによる分譲住宅のオープンハウス、とそれぞれ異なる性格をもつものであった。また、業界団体である家庭電気普及会が「住み良い家」として、住宅の配線の啓蒙活動を行っていたことを指摘する。

第2章では、「白物家電」という語に着目した。新聞記事の調査により、「白物家電」は英語の“white goods”の訳語であること、また「白物」と「黒物」の関係に対応する語としてAV機器は“brown goods”と呼ばれていることが明らかになったため、米国を代表する辞典『Webster's Dictionary』（Merriam Webster社）ならびに英国を代表する「世界最大」の辞典『Oxford English Dictionary』（Oxford University Press社）をはじめとする各種英英辞典における“white goods”と“brown goods”の掲載状況の比較調査をおこない、掲載時期の差により、“white goods”は英国語ではなく米国語であると結論付ける。また、Oxford University Press刊行の『Oxford Dictionary』シリーズのフランス、ドイツ、イタリア、スペインの各国語の辞典の比較により、生活家電各種を“white goods”と表現するのは英語特有の表現であると結論付ける。

また、“white goods”が日本に導入されたのは、第二次世界大戦後「DH住宅（Dependents Housing）」と呼ばれる連合軍住宅向けの什器としてであることを資料によって示す。GHQから日本政府に対して1946（昭和21）年3月6日に発せられたSCAPIN第799号「占領軍およびその家族住宅建設計画に関す

る件（Housing Program for Occupation Forces and Their Dependents）」は日本の各地に2万戸の占領軍家族用住宅（Dependents Housing）の建設を命じているが、住宅そのものだけでなく、家具、什器、家電製品まで要求され、サイズと数量も指定されていた。実際に納入された製品の仕様については、従事した日本人スタッフによってまとめられた『デペンデントハウス（DEPENDENTS HOUSING）』（技術資料刊行会、1948）から判明している。

以上より、「白物家電」という語ならびに概念は日本の生活環境の中で自然発生的に成立したのではなく、外来の、特に米国より持ち込まれた概念が元となり成立したものと結論付ける。

第3章では、洗濯機のデザインに関して論ずる。

従来、東芝の社史やWebサイトでの情報発信により、三井物産が1922（大正11）年に米国より輸入した「Thor」洗濯機が日本の洗濯機の始まりであり、東芝の前身である芝浦製作所が1930（昭和5）年に制作した「Solar」洗濯機が国産初号機だとされてきていた。本研究では、資料の精査により、最初期の輸入事例と国産初号機について新たに発見された早期事例を報告する。また、戦前に輸入された洗濯機や国産の洗濯機のうち、製品色が特定できる範囲では白色のものはほとんど存在していなかったこと、また戦後もほとんどの期間を通して白かったが、最終的には黒物にまで至ったことを明らかにする。また、操作パネルはごく初期からカラー化しており、その色は青中心で推移したことを指摘する。

第4章では、冷蔵庫について論じる。

冷蔵庫は木製の「氷冷蔵庫」から電化したものと捉えることができる。冷蔵庫は「氷箱」として居場所を確保した後に電化したといえる。電気冷蔵庫のデザインの変遷を検討する前に、それ以前の「氷箱」から電気冷蔵庫へ至る時代を検討する。

洗濯機とは対照的に、冷蔵庫は戦前の輸入段階から白い製品であったが、「氷冷蔵庫」の段階で白く塗られた製品はほとんど確認されない。また、すなわち、日本においては、氷冷蔵庫から電気冷蔵庫になる際に突然白化したのが、それは米国から導入された色彩嗜好であると結論付ける。

戦後の冷蔵庫も基本的には白色であり、部分的にカラー化するものの、洗濯機以上に白色を保っていたといえ、戦前に受容した白色嗜好が日本に定着したものと理解する。

第5章では、テレビについて論じる。

テレビはラジオの延長線上にある製品と捉えることができる。

テレビの外観は、木製の筐体と、正面に埋め込まれた丸みを帯びたブラウン管、そしてその間を埋めるフロントマスクが主要な要素である。洗濯機や冷蔵庫などの「白物家電」に対して「ブラウングッズ」や「黒物家電」とも呼ばれた時期があるが、特に「ブラウングッズ」は筐体が木製であることに由来する。その後筐体が樹脂製に変わると主に黒色へと変化していく。一方、フロントマスクは白黒テレビと初期のカラーテレビの時代には白いが、やがて黒くなる傾向が見られるものの、最終的にはブラウン管が四角形に近付くにつれて筐体に吸収されるように消滅する。

これらの経緯から、映像を映す画面の額縁としてではなく、設置された空間での佇まいという観点からテレビの製品色は決定されてきたと結論付ける。

第6章では、エアコンについて論じる。

エアコン以前に誕生した涼を取るための家電が扇風機である。扇風機はモーターの軸に羽根を取り付けることで作ることができるため、最初期に開発された家電である。芝浦製作所が1894（明治27）年に製造した「国産初号機」の扇風機は黒い塗装であり、戦前の扇風機はほぼすべて黒色をしていたとされるが、その説に異論を唱え、黒色以外の扇風機の実例を挙げる。

エアコンも戦前から開発が進められており、日立製作所は1937（昭和12）年のパリ万博に「ルームクーラー」を出展した。戦前のエアコンの筐体は木目調であったと見られる。

戦後は1952（昭和27）年に日立が日本初のウインド型ルームエアコンを発売し、他社もそれに追随した。初期の製品色は水色であった。これはカラー化した扇風機同様、清涼感を表現したものと推察するが、その後グレーを中心とした中間色が主流となる。1959（昭和34）年頃から室内機と室外機とが分かれた「セパレート型」が現れるようになる。1965（昭和40）年頃からエアコンは室外機も含めて「木目調」すなわち「ブラウングッツ」へと変化する。さらにその後1980年代前半には白色の機種が主流を占めるようになり、その後は「ブラウングッツ」から「白物家電」へと再変化した経緯を指摘する。これは他の製品群では見られない大きな特徴であるが、設置された空間での佇まいを重視した結果であると結論付ける。

第7章では、松下、東芝、日立の住宅産業への進出について、その経緯や、出稿した広告などの比較を通し、日本の住宅産業へ及ぼした影響について論じる。家電メーカーの住宅産業進出時期は比較的早いですが、主要な家電製品の普及率急増を受け、将来的に頭打ちになるであろう需要を文字通り住宅で囲い込む狙いがあったと考えられることを指摘する。

第8章では続いて、本論で分析対象とした4製品群の設置場所を、伝統的な日本の住宅の間取りにおける「オモテ」と「ウラ」という視点から、「オモテ」空間に「ブラウングッツ」が、「ウラ」空間に「白物家電」が設置されていたと理解することが可能であることを指摘する。米国ではまず「氷冷蔵庫」で内部の貯蔵槽が白い珪瑯のものが現れ、次いで木製の筐体が白く塗装されるようになったという経緯を指摘する。また、住宅のnLDK化が進んだ際に、冷蔵庫がDK化を促進し、テレビがLD化を促進した媒介となったと結論付ける。また、エアコンの「ブラウングッツ」から「白物家電」への変化は住宅内部の見切り材などに代表される木材の存在の多少と連動しているであろうことを指摘する。