

A Study on the Design Development of Television Set and Kagu-cho TV in Japan

増成, 和敏

Shibaura Institute of Technology, College of Engineering and Design

<https://doi.org/10.15017/17126>

出版情報 : 九州大学, 2009, 博士 (芸術工学), 課程博士
バージョン :
権利関係 :

第2章 白黒テレビ受像機の成熟期からカラーテレビ受像機の普及期のデザイン変遷

1. はじめに

日本における白黒テレビ受像機の普及率は、昭和30年代の高度経済成長と共に加速し、1965（昭和40）年には95%となる（表1-1）。カラーテレビ受像機については、1960（昭和35）年9月1日にNHKと民放4局がカラーテレビの本放送を開始するが、当初のカラーテレビ番組は1日1時間程度で白黒テレビ番組が主流であったため普及は進まず、民放48社がカラーテレビ放送対応を完了した1968（昭和43）年においてもカラーテレビ受像機の普及率は6.7%であった（表1-1）。しかし、カラーテレビ番組の魅力とカラーテレビ受像機の低価格化によって、1974（昭和49）年には87.3%となる（表1-1）。以降現在まで、テレビ受像機は、私たちの生活に欠くことのできない家電製品のひとつになっている。そして、多くの家電製品と同様に、欧米から導入され日本の生活に相応しいかたちに変容する過程の中で、欧米製品の模倣から脱してきている。

前章では、テレビ受像機の草創期から普及期までのデザイン変遷について調査、考察した。その結果、日本におけるテレビ受像機の開発は、戦後、欧米製品の部品配置、加工組立技術を学ぶことから再開したために、技術と共にデザインも強い影響を受けたことがわかった。欧米製品を手本にしたことで日本製品に導入されたデザインは、普及の過程で日本の生活に相応しいものだけが残り変容していった。具体的には、扉付きのコンソールタイプは受け入れられなかったが、4本の丸脚付コンソレットタイプは日本の和洋折衷の床坐生活に受け入れられ主流となった。また、生活者が娯楽性を高めることを望んだためにブラウン管の大画面化が進み、音を表現する形態としては、ステレオ放送が始まる前に両袖タイプが出現したことがわかった。

本章の目的は、欧米製品の影響を受けたテレビ受像機が日本独自のデザインに変容する過程について明らかにすることである。対象は、白黒テレビ受像機の成熟期からカラーテレビ受像機の普及期にあたる昭和40年代を中心にして昭和50年代までとし、デザイン変遷と生活者の受容について調査、考察する。特に、昭和40年代の初めに日本調デザインとして主流となった家具調テレビについては、その後の展開も含めて生活者と生産者の両視点より考察し、どのような要因から変容していったかを明らかにしたい。

2. 昭和40年代のテレビ受像機

以下、昭和40年代のテレビを取り巻く状況について、新聞記事より紹介すると共に主要メーカーのひとつである松下電器のテレビ受像機のデザイン変遷について概観する。

2.1. テレビを取り巻く状況

1965（昭和40）年1月から1975（昭和49）年12月までの『朝日新聞』を通読し、テレ

しかし、実際の1965(昭和40)年の出荷台数は、10万台に満たない状況であり(表1-1)、販売の主力は白黒テレビ受像機であった。

1966(昭和41)年1月17日付朝刊²⁾

「機能とデザイン 部品交換がラク ばらばら型テレビ 飾りの少ない清潔さ」のタイトルで、欧州のテレビ受像機(図2-1)のデザインが紹介され、「写真のテレビセット、西ドイツのブラウン社の試作品……理づめすぎて、日本人には冷たいというむきもあるが、むしろドイツ人らしい清潔な合理精神の現われだろう。金ピカの飾りをつけたり、金属に木目をつけたりしてお化粧にうき身をやつした製品に比べれば、安心できる“正直なデザイン”とはいえないだろうか」と、当時の日本のテレビ受像機デザインについて批判的なコメントが述べられ、生活者には欧米のデザイン状況が伝えられている。

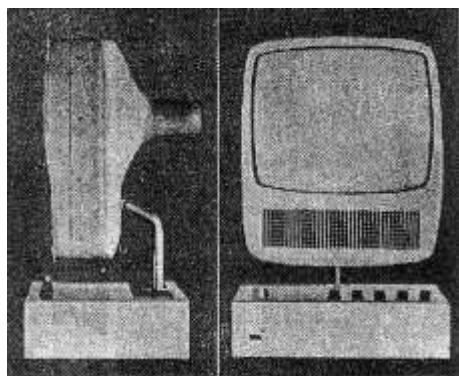


図2-1 ブラウン社の試作品
(『朝日新聞』, 1966(昭和41)年1月17日)



図2-2 三洋19-CT1000 広告
(『毎日新聞』, 1967(昭和42)年1月14日)

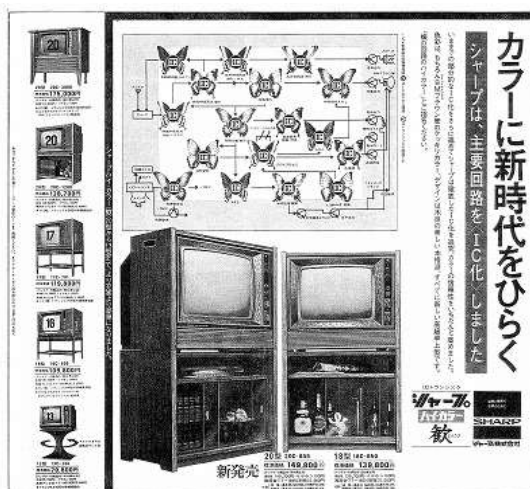


図2-3 シャープ ハイカラー 飲 広告
(『朝日新聞』, 1971(昭和46)年7月2日)

1966（昭和41）年7月10日付朝刊³⁾

「カラーテレビ生産急増 月刊三万台を突破 好調な対米輸出 業界、量産に本腰」のタイトルで、北米のカラーテレビ・ブームによる輸出量産体制が報じられている。日本のメーカー各社は、それまで米国の商社、メーカーの下請生産であったが、自社商標で米国に進出することとなる。

1967（昭和42）年1月28日付朝刊⁴⁾

「売れるカラーテレビ 普及型、予想外の人気 秋葉原では13万円台に」のタイトルで、安売り店が集まる秋葉原で実売の低価格化が進み、三洋電機株式会社（以下、三洋電機と略記する）の19インチテーブルタイプ19-CT1000（163,000円）が業界初の16万円台で発売されたことが紹介されている。図2-2は同機種の新新聞一面広告であるが、「163,000」の文字が大きく表現されていることから、当時としては衝撃的な価格であったと推測できる。

1968（昭和43）年7月18日付朝刊⁵⁾

「安い原価、半値も可能 カラーテレビ19型8万円」のタイトルで、格安のカラーテレビ受像機が東京の家電製品安売り店に現れたことが紹介されている。

1969（昭和44）年9月27日付朝刊⁶⁾

「カラーテレビ 高すぎるぞ“現金正価” 生産原価の三〜四倍 消費者協会流通機構にメス」のタイトルで、正価と実売価格の例が表で示され「正価十七万五千円前後のカラーテレビの場合……生産原価は約五万五千円程度になる」として、輸出製品に比べて国内製品が高すぎることを取り上げ、メーカーに対しては値下げを要求し、生活者へは購入を控えるべきとしている。

1970（昭和45）年2月8日付朝刊⁷⁾

「音声多重式に移す カラーテレビの重点 家電各社方針」のタイトルで、「視聴者は外国映画や国際ニュースを二ヶ国語で聞分けることができるほか、音楽番組を立体音で聞ける……万国博を契機に本放送に入る予定……十九型の音声多重カラーテレビは二十七万円〜二十八万円程度になる」として、新技術による新製品の投入で低価格化への歯止めを掛けたいとのメーカーの意向が見え隠れしている。

1971（昭和46）年1月31日付朝刊⁸⁾

「関東三社も値下げ カラーテレビ 日立など、10〜15%」のタイトルで、低価格化に消極的であったメーカー各社も値下げに応じている。

1971（昭和46）年5月14日付朝刊⁹⁾

「テレビ業界 こんどはIC化競争 まずシャープ月末に新製品」のタイトルで、メーカーは、電気部品をIC化することで、性能、品質の向上と共にコストダウンの効果が上がることを期待している。図2-3は、この記事で紹介されている20インチ20C-845（149,800円）と18インチ18C-850（139,800円）の新聞広告である。広告写真と記述より、本体

はテーブルタイプ、セット台は別売の専用台で 20 インチ用 TT-1845 が 5,900 円、18 インチ用 TT-1850 が 5,500 円とされ、本体価格を抑えたいメーカーの商品企画意図を見ることができる。

1972（昭和 47）年 3 月 8 日付夕刊¹⁰⁾

「リモコンテレビ 国会でも取り上げる 金属音に過敏な反応」のタイトルで、超音波式リモコンの誤動作が問題になっている。新たな機能の導入には、技術面での完成度が重要であり、これをきっかけにリモコンの普及は、赤外線タイプを待つこととなる。

1972（昭和 47）年 9 月 26 日付朝刊¹¹⁾

「欧州でカラーテレビ生産 家電各社が相次ぎ計画 松下・三洋も進出 特許紛争現地生産で切抜けへ」のタイトルで、日本のメーカー各社が、海外で現地生産現地販売の体制を整えていることを報じている。

1973（昭和 48）年 6 月 23 日付朝刊¹²⁾

「消費者協テスト 欠陥ないけれど画質にかなりの差 小型カラーテレビ」のタイトルで、カラーテレビ受像機においても消費者の視点が価格だけでなく品質、性能にも向けられはじめています。

1974（昭和 49）年 3 月 12 日付夕刊¹³⁾

「情報 カラ振り時代 利用わずか 4% 供給量は飛躍的に増大 余暇の過半はテレビ」のタイトルで、データ通信、画像通信、有線テレビ、宇宙通信などの新しい通信手段により情報化が進んでいるが、国民の娯楽はテレビが中心であると報じている。

以上より、昭和 40 年代前半の実需は、白黒テレビ受像機が中心であったが、生活者の関心は、カラーテレビ受像機であったと推測できる。輸出製品に比べて国内製品が高価すぎたことから、消費者のカラーテレビ受像機に対する値下げ要求が強まり、各社の新製品は、低価格化を主たる要因として変容している。結果として、テーブルタイプが主流となり、カラーテレビ受像機の普及率は、統計が始まった 1966（昭和 41）年に 0.4%であったものが、1974（昭和 49）年には 87.3%となり、この間の白黒テレビ受像機の普及率は、95.7%から 56.2%に低下している（表 1-1）。この間に、1 世帯 1 か月の実収入は、6 万 5 千円から 20 万円（表 1-1）となったこともカラーテレビ受像機の普及を押し上げることとなる。

2.2. 松下電器のデザイン変遷

昭和 40 年代の松下電器の販売占有率は、常に 20%以上あり¹⁴⁾、日本におけるデザイン変遷を見る上で適切なメーカーのひとつである。表 2-2¹⁵⁾は、1965（昭和 40）年から 1976（昭和 51）年までに松下電器より発売された機種について、時系列にまとめたものである。以下、昭和 40 年代の松下電器テレビ受像機のデザイン変遷について概観する。

1965（昭和 40）年

前年の東京オリンピック需要による反動から白黒テレビ受像機の出荷数量は前年比

83%（表 1-1 より算出）と低迷する中、5月にカラーテレビ受像機の19インチコンソールタイプ TK-91D（表 2-3 の①, 198,000 円）を発売するが、同じサイズの白黒テレビ受像機は70,000 円を切る価格で発売しており、カラー化の流れをつくることはできていない。10月に従来のコンソールタイプのデザインとは一見して異なる家具調デザインの機種として TC-96G「嵯峨」（表 2-3 の③, 73,800 円）を発売している。ポータブルタイプでは、7月に TR-10A「スピッツ」（表 2-3 の②, 39,800 円）を発売し、トランジスタ技術による小型化の機種が生まれている。

1966（昭和 41）年

4月に19インチ TK-900D（表 2-3 の④, 235,000 円）、9月に19インチ TK-980D（表 2-3 の⑦, 195,000 円）のカラーテレビ受像機をローボーイタイプ¹⁶⁾で発売している。白黒テレビ受像機でも、5月に23インチ TG-300D（表 2-3 の⑥, 235,000 円）をローボーイタイプで発売しており、高級機種は、ローボーイタイプで機種展開している。4月には、19インチコンソールタイプ TC-98H「嵯峨 1000」（表 2-3 の⑤, 69,900 円）を「嵯峨」シリーズとして発売している。

1967（昭和 42）年

カラーテレビ受像機の低価格化対応のために、2月に19インチコンソレットタイプ TK-905S（表 2-3 の⑧, 168,000 円）を発売、11月に16インチポータブルタイプ TX-601P（表 2-3 の⑨, 149,500 円）を発売している。20万円前後のカラーテレビ受像機は、ローボーイタイプからコンソールタイプに徐々に変わっている。

1968（昭和 43）年

この年の機種展開は、カラーテレビ受像機が17機種となり、白黒テレビ受像機の16機種よりも多くなる。価格帯も13インチテーブルタイプ CT-31PN（表 2-3 の⑩, 119,000 円）から25インチローボーイタイプ TK-50DN（表 2-3 の⑩, 590,000 円）まで広がっている。

1969（昭和 44）年

4月に「嵯峨」シリーズ最後の機種となる白黒テレビ受像機20インチコンソールタイプ TC-200AU「インテリア嵯峨」（表 2-3 の⑬, 76,000 円）を発売している。ポータブルタイプでは、1月に世界最小を謳った1.5インチ TR-001（表 2-3 の⑫, 99,000 円）を発売している。

1970（昭和 45）年

「人類の未来と調和」をテーマに大阪万国博覧会が開催され、建築、ファッション等のデザインは未来をイメージしたものが多くなる中で、テレビ受像機は、家具調デザインがカラーテレビ受像機でも主流となり、コンソールタイプ、テーブルタイプ共に木目を活かした木製キャビネットになってくる。白黒テレビ受像機は、5月に12インチポータブルタイプで成型樹脂キャビネットを使用したカラフルな4色（赤、黄、白、青）機種展開の TP-25Y（図 2-4）（表 2-3 の⑭, 39,900 円）を発売している。7月には6インチ

の画面が筐体からポップアップするユニークなポータブルタイプ TR-306R(表 2-3 の⑮, 54,000 円)を発売している。

1971 (昭和 46) 年

カラーテレビ受像機の機種展開はさらに拡大し、4月に13インチポータブルタイプで成型樹脂キャビネットを使用して2色(赤, 黄)展開した TH-303P (図 2-5) (表 2-3 の⑯, 79,800 円)を発売している。このデザインの原型は前年の白黒テレビ受像機 TP-25Y であることが写真から推測できる。テーブルタイプでは、4月に TH-212A (図 2-6) がキャビネットタイプの専用セット台に置かれて現れる。ポータブルタイプでは、9月にユニークな楕円球体デザインの未来的なイメージを持った6インチ TR-603A(表 2-3 の⑰, 49,800 円)を発売している。

1972 (昭和 47) 年

カラーテレビ受像機はコンソールタイプとテーブルタイプ、白黒テレビ受像機はポータブルタイプと明確な区別ができてくる。テーブルタイプでは、7月に本体をセット台に置くと側板が一体に見える TH-22-Y1 (図 2-7) を発売している。当時のカタログ写真では、セット台にウィスキーボトルやグラスが入れられ、収納家具としての役割が広告されている。



図 2-4 TP-25Y 1970
(『藤沢テレビ事業部 20年のあゆみ』,
1983 (昭和 58) 年)



図 2-5 TH-303P 1971
(『テレビ事業部門 25年史』,
1978 (昭和 53) 年)



図 2-6 松下電器 TH-212A 広告
(『朝日新聞』, 1971 (昭和 46) 年 4月 17日)



図 2-7 松下電器 TH22-Y1
(松下電器カタログ, 1972)

1973（昭和 48）年

カラーテレビ受像機は、14 インチポータブルタイプから 26 インチコンソールタイプまで機種展開され、白黒テレビ受像機は、差別化の手段としてファッション性を取り入れている。その代表的な機種が 7 月に発売された TR-505A(表 2-3 の⑩, 32,800 円)で、アウトドアユースをイメージしたデザインと「レインジャー」の愛称で月産 3 万 6,000 台～4 万台を達成している¹⁷⁾。

1974（昭和 49）年から 1976（昭和 51）

コンソールタイプの家具調テレビは徐々に少なくなり、専用セット台に置くことを前提にしたテーブルタイプの機種展開が増えてくる。

以上より、昭和 40 年代の松下電器においては、白黒テレビ受像機に導入された家具調デザインが主流となり、カラーテレビ受像機にも影響を与えたと推測できる。

ポータブルタイプにおいても、カラーテレビ受像機 TH303P の原型となったデザインが白黒テレビ受像機 TP-25Y であったことから、白黒テレビ受像機のデザインが生活者へ受容された後に、カラーテレビ受像機に採用されている。メーカーの商品企画は、普及機種と高級機種のデザインを差別化することを考えがちであるが、生活者が受容すればその必要はないことがわかる。

テーブルタイプは、値下げ要求からセット台を別売にして本体価格を抑え、組み合わせることで一体型に見せるデザインになる。

3. コンソールタイプ

白黒テレビ受像機は、昭和 30 年代に三種の神器（テレビ、洗濯機、冷蔵庫）のひとつであったが、昭和 40 年代になると新三種の神器は、3C（カラーテレビ、クーラー、カー）となり、憧れの製品としての役割を終えた。しかし、カラーテレビ受像機は、カラーテレビ番組の不足と受像機が高価であったことから普及が遅れ、昭和 40 年代前半の出荷台数は、白黒テレビ受像機が大半を占め（表 1-1）、家具調テレビといわれるコンソールタイプが主流の機種であった。現在から見ると、家具調テレビ以前のコンソールタイプは、シンプルでモダンなデザインである。一旦モダンなデザインになりながら何故家具調テレビが誕生したのかについて考察する。

3.1. 4 本の丸脚付コンソールタイプ

前章¹⁸⁾では、普及期の昭和 30 年代前半に欧米から導入された 4 本の丸脚付コンソールタイプが和洋折衷の日本の生活に受け入れられ主流となったことを報告したが、同時期の高級機種であるコンソールタイプにも短い 4 本の丸脚が付いている。米国と日本における 4 本の丸脚付コンソールタイプの出現について明らかにしたい。

(1) 米国の4本の丸脚付コンソールタイプ

4本の丸脚付コンソールタイプと同様に、4本の丸脚付コンソールタイプについても日本で主流となる前に米国で同様のデザインがあったことが確認できる。

米国における4本の丸脚付コンソールタイプについて、今回のカタログ調査¹⁹⁾では、1955（昭和30）年の米国において、Admiral（図2-8）、Philico 4118（図2-9）、GE 21C107（図2-10）、Motorola 21K24（図2-11）が何れも21インチの機種で発売されていたことが確認できた。

Admiralの広告では、「Brand New! and amazingly low-priced! ADMIRAL GIANT 21" TV only \$149.95」の記述があり、4本の丸脚付コンソールタイプは普及価格帯の製品である。

Philicoの広告でも、「Lowest priced in Philico history for a custom style」の記述があり、この機種がPhilico社にとって戦略的な低価格の製品であったことがわかる。

Motorolaの広告では、「Here's styling as modern as tomorrow! Natural birch cabinet with unique sliding front door and detachable legs」の記述があり、モダンなスタイルで、天然木のキャビネットにスライド扉付であることが訴求され、4本の丸脚は着脱式である。



図2-8 Admiral
(1955 (昭和30)年)



図2-9 Philico 4117
(1955 (昭和30)年)



図2-10 GE
(1955 (昭和30)年)



図2-11 Motorola
(1955 (昭和30)年)

以上より、1955（昭和 30）年の米国では、既に 4 本の丸脚付コンソールタイプがモダンで新しいとされ、普及機種として導入されていたことがわかる。以降、米国ではこのタイプのデザインが 1960（昭和 35）年頃まで主流となっていたことが各社のカタログ広告より確認できる。

（2）日本の 4 本の丸脚付コンソールタイプ

日本における 4 本の丸脚付コンソールタイプについて、今回の新聞広告調査²⁰⁾では、1960（昭和 35）年 4 月 9 日『毎日新聞』の日本ビクター株式会社（以下、日本ビクターと略記する）14T-700（図 2-12）が初出の機種である。広告の記述でも、「デザインは日本で最初のコンソールタイプ」のキャッチコピーがあり、「テレビも調度品の一つとして、格調の高いスマートなものをお選びください……高級木材のしゅい触感がそのまま生かされた豪華な美しいデザイン」と、デザインについての説明をしている。また、機種品番の前には、「14 型豪華コンソール」の表記が確認できる。14 インチで導入された 4 本の丸脚付矩形キャビネットのコンソールタイプは、次第に画面サイズが大型化し、メーカー各社より類似のデザインで製品を発売していたことが確認できる（図 2-13～図 2-16）。

米国製品と日本製品のデザインを広告写真で比較すると、特徴的な共通点は、4 本の丸脚、矩形のキャビネット、スピーカー部のサラネットである。操作部の配置について、管見の限りでは米国のコンソールタイプが画面の下部に位置しているのに対して、日本製品は画面の右に配置されている。これは、画面が 14 インチから 19 インチと米国の 21 インチに比べて小さかったことから、キャビネットのプロポーションを立派に見せるための配置であると推測できる。操作部の配置は異なるが、明らかに米国のデザインを手本にしており、導入された年度から日本製品が米国製品の影響を受けていたのは明らかであろう。



図 2-12 日本ビクター14T-700
 (『毎日新聞』, 1960 (昭和 35) 年 4 月 9 日)

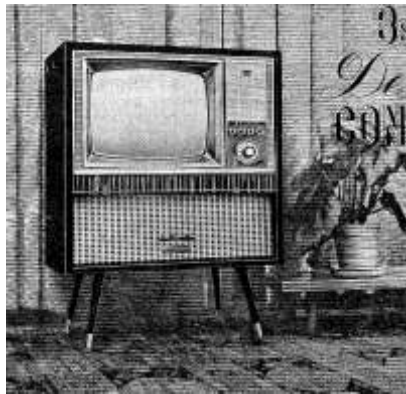


図 2-13 日立 3500
 (『毎日新聞』, 1963 (昭和 38) 年 10 月 5 日)

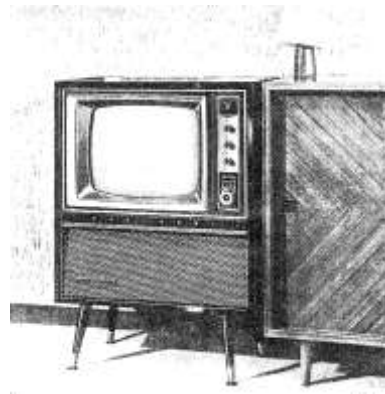


図 2-14 松下 TC-39G
 (『毎日新聞』, 1965 (昭和 40) 年 2 月 25 日)



図 2-15 三洋 16-CT50
 (『朝日新聞』, 1965 (昭和 40) 年 3 月 27 日)



図 2-16 東芝 16WR
 (『毎日新聞』, 1965 (昭和 40) 年 4 月 12 日)

以上より、昭和 40 年代初頭まで、日本におけるコンソールタイプのテレビ受像機は、米国製品を手本にしたデザインであり、日本の生活者の要望から生まれたとは言えないだろう。シンプルでモダンなデザインであったのは、米国の生活様式から生まれたデザインをそのまま導入したためであり、このことは、当時の新聞広告において、テレビ受像機を設置している空間が西洋風 (図 2-13~図 2-16) であることから推測できる。

前章²¹⁾では、4 本の丸脚付コンソレットタイプを日本で初めて導入したのは日本コロムビア株式会社であったことを報告したが、コンソールタイプにおいては日本ビクターであり、共に欧米との関係が深いメーカーであったことから、欧米製品の情報が入りやすく影響されやすかったと推測できる。

3.2. 家具調テレビ

(1) 米国の家具調デザイン

1960 年代前半の米国において、矩形キャビネットに 4 本の丸脚付コンソールタイプの次にできたデザインには、ローボーイタイプの家具様式を取り入れた動きが見られる。

1960（昭和35）年、GEのカatalogでは、「THE THREE BIG NEWS IN TELEVISION」と題して3タイプの家具調デザインが紹介されている。個々の機種には名称がついており、FRENCH PROVINCIAL, COLONIAL LO-BOY と共にカatalog上で最も大きく扱われているのが、DUNISH WALNUT（図2-17）である。

1960（昭和35）年、MOTOROLAのカatalogでは、機種の名義として、TOURAIN FRENCH PROVINCIAL CABINET, PROFILE MODERN CABINET, DECLARATION MODERN CABINET, TRAVE COURT 18th CENTURY CABINET, DUTCHESS COUNTY EARY AMERICAN CABINET と共に PROJECTION DUNISH MODERN CABINET（図2-18）が使用されている。

1962（昭和37）年、MAGUNAVOXのカatalogでも、機種の名義として、AMERICAN TRADITIONAL, AMERICAN MODERN, NORMANDY PROVINCIAL と共に DANISH MODERN（図2-19）、DANISH CONTEMPORARY（図2-20）が使用されている。

以上より、米国においては、様々な家具の様式がテレビ受像機のキャビネットデザインに取り入れられ、それらを表現する名義が使用されていたことが確認できる。その中でも、各社が1950年代に家具のデザイン潮流のひとつであったデーニッシュ・モダン・デザインを取り入れラインナップしていたことが、デザインと呼称からわかる。

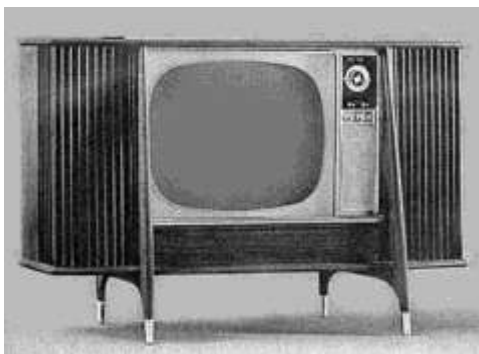


図2-17 GE
DUNISH WALNUT
（1960（昭和35）年）



図2-18 Motorola
PROJECTION DUNISH MODERN CABINET
（1960（昭和35）年）



図2-19 Magnavox
DANISH MODERN
（1962（昭和37）年）



図2-20 Magnavox
DANISH CONTEMPORARY
（1962（昭和37）年）



図 2-21 松下電器「嵯峨」広告
 (『読賣新聞』, 1965 (昭和 40) 年 10 月 27 日)



図 2-22 松下電器 家具調ステレオ広告
 (『毎日新聞』, 1965 (昭和 40) 年 11 日 8 日)



図 2-23 三洋電機「日本」広告
 (『朝日新聞』, 1965 (昭和 40) 年 10 日 18 日)

(2) 日本の家具調デザイン

表 2-3 と表 2-4 は、日本のメーカー各社より、矩形キャビネットに 4 本の丸脚付コンソールタイプとデザイン上で差別化して製品化された最初の機種から 1966 (昭和 41) 年に発

売された機種までを調査した結果である。表 2-3 は白黒テレビ受像機、表 2-4 はカラーテレビ受像機について一覧にしたものである。

今回の調査より、日本においてもテレビ受像機に家具のデザイン要素を取り入れた機種がでてきていたことが確認できる。その中で 1965（昭和 40）年 10 月に発売された松下電器の「嵯峨」（図 2-21）は、初期の機種のひとつであり、家具調テレビの典型として各社のデザインに影響を与えたとされている²²⁾。

昭和 40 年代初頭は、景気浮揚策としてカラーテレビ受像機が注目され、技術的にもカラー化の時代になっていた。しかし、1965（昭和 40）年のテレビ受像機出荷台数は 422 万台（表 1-1）で、初めて前年度割れし、7 月の生産在庫は過去最高の 60 万台²³⁾ となる。このような状況の中で、カラーテレビ受像機は高価であり販売の主軸にはならなかったことから、白黒テレビ受像機で売れる機種が必要となり、魅力的な価値を付ける手段として家具調デザインが取り入れられたのであろう。家具調デザインを取り入れたテレビ受像機は、景気後退の最中に開発された機種であることがわかる。

「嵯峨」をデザインした橋本實へ家具調デザインについてヒアリングしたところ、「日本的なデザインをしようとしたのではなく、当時注目していたデーニッシュ・モダン・デザインを学んだ結果だ」と言っている。しかし、前述の米国メーカーのデーニッシュ・モダン・デザインとされるテレビ受像機のデザインと比較しても形態上の類似点は、天板がキャビネットから張り出していること以外に認めることは難しい。米国における家具の様式を取り入れたテレビ受像機の多くが横型であるのに対して、日本のテレビ受像機は縦型が多いことも異なる点であり、これは住空間の広さによるところが大きいと推測できる。

表 2-3 の白黒テレビ受像機における機種展開をみると、「嵯峨」が発売された翌年の 1966（昭和 41）年には、メーカー各社より家具調デザインを採用した機種が出揃っていることが確認できる。また、それまでのコンソールタイプが矩形キャビネットであったために画一的なデザインに陥りやすかったのに対して、デザイン展開の幅が広い。基本形態は、縦型が主流ではあるが、日立製作所、東京芝浦電気は横型のローボーイタイプでデザインを機種展開しており、米国のデザインを意識しているとも見ることができる。各社が差異を付けている主たる形態要素としては、キャビネット天板、スピーカーグリル、脚形状の 3 点である。

表 2-4 は、表 2-3 と同時期に各社から発売されたカラーテレビ受像機の一覧である。白黒テレビ受像機に比べると家具調デザイン以前のコンソールタイプの特徴であった 4 本の丸脚とスピーカー部サランネットの機種が多いのは、西洋風で豪華に見えたこともひとつの要因であると推測できる。しかし、家具調デザインを採用した機種もあることから、高級機種であったカラーテレビ受像機においても、家具調デザインは受け入れられはじめていたと推測できる。

表 2-3 白黒テレビ受像機における各社の家具調デザインの展開

製造メーカー	松下電器		東京芝浦電気				日立製作所		三洋電機	
	盛儀 (さか)	總機1000 (さか)	武蔵 (たけし)	キングオブ19	玉座 (おらさ)	とびら	スチージャック	ハイシリーズ	ルネッサンス	日本 (にっぽん)
要称	嵯峨	嵯峨	武蔵	—	玉座	とびら	—	—	—	日本
題字	嵯峨	嵯峨	武蔵	—	玉座	とびら	—	—	—	日本
書家	陣方志功	陣方志功	—	—	大山康晴	川國康成	—	—	—	イサムノグチ
機番品番	TC-96G	TC-96H	TF-97F	18FA	18GK	19FX	N-19S	N-25S	19-Y80	19-K1
現金正価	79,900円	69,900円	71,500円	74,800円	69,900円	76,900円	79,900円	74,500円	69,500円	69,900円
初出広告日	『読書新聞』 1965.10.27	『朝日新聞』 1966.6.26	『毎日新聞』夕刊 1966.4.19	『読書新聞』 1965.7.22	『毎日新聞』 1966.10.17	『読書新聞』夕刊 1966.11.29	『毎日新聞』 1965.2.19	『読書新聞』 1966.7.13	『毎日新聞』 1965.6.13	『朝日新聞』 1965.10.18
製品写真										
製造メーカー	三菱電機	早川電機	(八咫)ゼネラル				日本ビクター	日本コロムビア	NEO	富士電機
要称	—	幸	情	金閣	金剛	金剛	—	太陽	—	富士
題字	—	幸	情	金閣	金剛	金剛	—	太陽	—	富士
書家	—	—	早川電機	—	—	—	—	—	—	—
機番品番	19K-870	44G-S1	19G-VT-VIS	19-CK	19-CZ	19BZ	19T-960	19BB7	19-Y9	TF9-87FW
現金正価	72,500円	63,800円	79,500円	69,000円	72,000円	73,000円	75,900円	69,800円	71,800円	72,000円
初出広告日	『読書新聞』 1966.6.19	『毎日新聞』 1966.4.9	『毎日新聞』夕刊 1966.11.1	『毎日新聞』 1966.7.17	『毎日新聞』 1966.10.30	『毎日新聞』 1966.10.30	『読書新聞』 1966.1.13	『読書新聞』 1966.6.30	『読書新聞』夕刊 1966.6.11	『毎日新聞』 1966.10.13
製品写真										

資料は、1965（昭和40）年1月から1966（昭和41）12月の『毎日新聞』『朝日新聞』『読書新聞』を調査し、各機種の初出新聞広告による。

表 2-4 カラーテレビ受像機における各社の家具調デザインの展開

製造メーカー	松下電器		東京芝浦電気		日立製作所		三洋電機		三菱電機
	愛称	ナショナル人工頭 脳カラーテレビ	パナカラー	ユニカラー	ステージ・レック	1966年5月から キドカラー	キドカラー	—	サンカラー
機種番号	TK-91D	TK-900D	19WB	CTS-26S	CN-70C	CN-80C	19-CT300	19-CT700	19CK-650
現金正価	198,000円	235,000円	199,000円	178,000円	198,000円	199,000円	198,000円	194,800円	198,000円
初出広告日	『毎日新聞』夕刊 1965.4.26	『朝日新聞』 1966.6.16	1966(S41)年7月	『朝日新聞』 1965.5.28	『毎日新聞』 1965.9.15	『朝日新聞』夕刊 1966.10.21	『毎日新聞』 1966.2.26	『朝日新聞』夕刊 1966.10.22	『毎日新聞』 1965.12.14
製品写真									
製造メーカー	早川電機		八欧(ゼネラル)	日本ビクター		日本コロムビア		NEC	富士電機
愛称	—	ハイ・カラー	—	ハイファイ・カラー	ハイファイ・カラー	—	ファインカラー	オートカラー	—
機種番号	19C-G9	19C-D1	1900-B	19CT-51	19CT-806	16CV3	19CT8	19-CT7	TF9-CS20
現金正価	198,000円	208,000円	199,000円	199,500円	199,800円	220,000円	198,000円	198,000円	199,000円
初出広告日	『朝日新聞』 1965.8.30	『朝日新聞』 1966.8.11	『朝日新聞』 1965.11.18	『朝日新聞』 1965.8.12	『毎日新聞』 1966.7.30	『朝日新聞』 1965.1.17	『毎日新聞』 1966.3.21	『朝日新聞』 1966.11.18	『毎日新聞』 1966.3.19
製品写真									

資料は、1965(昭和40)年1月から1966(昭和41)12月の『毎日新聞』『朝日新聞』『読売新聞』を調査し、各機種の初出新聞広告による。

(3) 和風ネーミング

表 2-3, 表 2-4 より, 1966 (昭和 41) 年までの家具調テレビに和風ネーミングが付いていたのは, 白黒テレビ受像機だけである。

家電製品で和風ネーミングを使用した初期の製品のひとつに, 1964 (昭和 39) 年 12 月に松下電器より発売されたステレオセット SE-200「飛鳥」がある。新聞広告の記述によると, 題字は女流書家の町春草²⁴⁾で, 優美でやさしい書体は, 「飛鳥」の名前に相応しいと感じる。「飛鳥」発売 1 年後の新聞広告 (図 2-22) では, 「飛鳥」に加えて「宴」「潮」のネーミングが展開されていることから和風ネーミングの使用を拡大させる宣伝戦略がとられていたことがわかる。また, 「嗟哦」をデザインした橋本が, 『「飛鳥」』『嗟哦』ともに, ネーミングは宣伝部門によって検討された」と言っていることから, 「飛鳥」の和風ネーミングが「嗟哦」に影響を与えたのは明らかであろう。

「嗟哦」と同月に新聞広告を開始した三洋電機の白黒テレビ受像機「日本」(図 2-23) は, 広告記述より, 題字は当時話題のデザイナー, イサム・ノグチであり, デザインについては, 「日本人は, 伝統を大切にします。〈匠たくみ〉とか〈職人氣質クラフトマンシップ〉がいまに生きています。……日本の伝統美・あぜくら造りを基調としたこの優雅と格調を……そして銘木の美しさ」とあり, 日本的イメージが強調され和風ネーミングとも合致している。各社が和風ネーミングを採用したのは, 先に発売された「嗟哦」「日本」に影響された面が大きく, 家具調テレビが, デーニッシュ・モダン・デザインの影響を受けていながら日本的イメージを強く持ったのは, 和風ネーミングによる広告が主たる要因であったと推測できる。白黒テレビ受像機のローボーイタイプとカラーテレビ受像機にカタカナのネーミングが多いのは, 欧米イメージ, 先進イメージに和風ネーミングが合わなかったためと推測できる。

4. テーブルタイプ

白黒テレビ受像機のテーブルタイプは, 草創期より普及機種として位置づけられ, 製品として安価に作ることが重視されていた。住空間においては, 既設の棚, テーブル上に設置されるか, メーカーが提供したセット台の上に置かれていたが, 4 本の丸脚を付けることでコンソレットタイプになった。カラーテレビ受像機のテーブルタイプは, 住空間で見やすい画面の高さを確保する手段として, 当初は白黒テレビ受像機と同様に 4 本の丸脚付のコンソレットタイプとなるが, 次第に, 木目模様の木製キャビネットタイプのセット台との組み合わせになる。

以下, カラーテレビ受像機のテーブルタイプにおけるデザインの変容について, 素材と工法を中心に考察する。

4.1. キャビネットの素材と工法

大日本印刷株式会社 (以下, 大日本印刷と略記する) 社史²⁵⁾によると, 1965 (昭和 40)

年にプラスチック化粧板用の薄葉紙をチタン紙の代わりに生産開始しており、その理由を「高級テレビやステレオなど、多くの家電製品にウォールナット（くるみ）材の突き板が使われていたが、天然木材を使用するため原材料の入手が困難になっていた」としている。テレビ受像機のキャビネットに、木目模様のメラミン化粧板、ポリエステル化粧板といったプラスチック化粧板が多く使われていたのはこのためである。しかし、家具調デザインでは天然木の肌触りが見直され、プラスチック化粧板では表現できない木目の導管を際立たせたオープンポア仕上げ²⁶⁾が求められたために、再び天然木の無垢材、天然木化粧板が使われるようになる。そして、各社が家具調テレビを主要機種に展開し大量の天然木を使用したために、今度は、天然木に代わるよりリアルなキャビネットの表面素材が求められたと推測する。

凸版印刷株式会社（以下、凸版印刷と略記する）社史²⁷⁾によると、塩化ビニール化粧板（以下、塩ビ化粧板と略記する）が日本で初めて商品化されたのは1958（昭和33）年で、同社は1963（昭和38）年に塩ビ化粧板を「トップパネル」の商品名で発売している。しかし、テレビ受像機への使用については、1968（昭和43）年の記述に、「木目化粧板用耐熱塩化ビニールフィルムが、松下電器産業株式会社製のテレビキャビネットの表面材に採用された」²⁸⁾とある。

大日本印刷社史によると、1967（昭和42）年の記述に、「より精細な木目化粧板として、塩ビダブリングエンボス化粧シートを開発……表面に凹凸エンボス（非同調、絵柄と関係なく溝がついているだけ）をつけたもので、木目模様の実物感がだせる……塩ビダブリング化粧シートは松下電器産業(株)のテレビのキャビネットに採用されたが、受注量が多かったために、自社工場のエンボス機だけでは生産が間に合わず、外注先のエンボス機を改良して増産した」²⁹⁾とあり、テレビ受像機のキャビネットに塩ビ化粧板が大量に使用され始めたのは、木質感表現がよりリアルになってからであった。

松下電器社史³⁰⁾によると、1965（昭和40）年5月発売のカラーテレビ受像機TK-91D（表2-2の①）で、天然木を使用したオープンポア仕上げが採用されている。「嵯峨」は、高級機種と同じ仕上げを採用することで家具調デザインの特長としたため、ひと目で代用品とわかる初期の塩ビ化粧板の導入には抵抗があったのであろう。当時の木目塩ビ化粧版の開発に関わったデザイナー小野紘之は、「塩ビ化粧板に必要であったのは、なんと言ってもリアルな木目表現であり、天然木に取って替わる表現性を実現するために種々の改善が必要であった」と言っている。当時のデザイナーが材料メーカーと共に、よりリアルな木質感表現を求めて塩ビ化粧版の開発に関わっていたことがわかる。そして、1967（昭和42）年には、コンソールタイプTK-970Dがエンボス加工の塩ビ化粧板を使用したフォールディング工法³¹⁾を採用している。

今回の調査では、「嵯峨」³²⁾以外の機種の素材、工法について、現物で確認することはできていないが、大日本印刷、凸版印刷、松下電器の社史と当時のデザイナーへのヒアリン

グより、本格的に木目模様の塩ビ化粧板が使用されたのは、1967（昭和 42）年に発売された機種からであると推測できる。すなわち、テーブルタイプ用の安価な木目セット台を製造するための素材と工法が、家具調デザインの普及と共に確立していったと見るができるだろう。

4.2. セット台一体型

三洋電機は、業界の低価格化を先導する機種として 19 インチのテーブルタイプ 19-CT1000(163,000 円)（図 2-2）を発売した後に、コストを抑えるために画面サイズを 16 インチに小さくしてまで家具調テレビ 16-CT70(143,000 円)（図 2-24 の左上）を発売している。画面サイズと言う最も生活者に訴えることのできる価値を下げてまで家具調デザインにするための外装費にコストを掛けたのは、生活者にとってカラーテレビ受像機のテーブルタイプが、家具調テレビと比較すると外観の豪華さでは見劣りしたためであろう。

一方、生産者にとっては、値下げ要求に応えるためにテーブルタイプを発売する必要があった。家具調テレビからテーブルタイプにすることで加工組立てが簡単になり、キャビネット工程の作業工数が下がるからである。しかし、キャビネット工場の設備投資をしていたために稼働率を確保する必要があり、セット台は下がった工数を補う製品となり得たのであろう。当時の松下電器テレビデザイン部のデザイナー三谷清へのヒアリングによると「キャビネット製造工法を活用してセット台を作成することを提案してきたのはキャビネットメーカーだった」と言っていることから確認できる。

メーカーの事情で製品化されたセット台であるが、通産省グッドデザイン選定品を時系列に見ると、セット台付のテーブルタイプは、1971（昭和 46）年に松下電器 TH-212A/TY-291（図 2-6）が初めて選定され、その後、1972（昭和 47）年に日立製作所 CE-215/PTB-215G



図 2-24 三洋 16CT70
（『毎日新聞』、1967（昭和 42）年 7 月 4 日）



図 2-25 日立 CE-215/PTB-215G
（グッドデザイン賞 1972（昭和 47）年）

(図 2-25)³³⁾、東京芝浦電気 18D2T、松下電器 TH-21H が選定されており、次第にデザインが評価されて、ひとつの様式となっている。

セット台が生活者に受け入れられた機能的な要因としては、現在最も一般的な使われ方であるビデオデッキの収納が考えられる。しかし、昭和 40 年代中頃は、ビデオデッキの普及以前であり、ステレオもコンポーネントタイプにはなっていなかったことから、セット台は、生活者の機器収納要望に応えるためではなく、コンソールタイプに代わるインテリアとしての新しい価値を提供するためであったと推測できる。

5. 昭和 50 年代のテレビ受像機

昭和 50 年代に、カラーテレビ受像機の普及率は、ほぼ 100%となる。白黒テレビ受像機で主流となった家具調テレビのデザインは、カラーテレビ受像機においても継承されるが、昭和 50 年代後半には姿を消している。以下、新聞記事よりテレビ受像機を取り巻く状況を概観し、昭和 50 年代にグッドデザイン賞³⁴⁾として選定されたテレビ受像機を中心に、テレビ受像機のデザイン変遷について考察する。

5.1. テレビを取り巻く状況

1975 (昭和 50) 年 1 月から 1984 (昭和 59) 年 12 月までの『朝日新聞』を通読し、テレビに関する記事のタイトルを時系列にまとめた (表 2-5)。新聞記事よりテレビを取り巻く社会状況、メーカーの開発状況、生活者の意識の変化について、特に注目した内容を紹介する。

1975 (昭和 50) 年 6 月 25 日付朝刊³⁵⁾

「老人世帯このさびしさ 都内に子がいても別居 生計も自分が働いて 生きがいはテレビ」のタイトルで、文京区が 65 歳以上の高齢者世帯を対象に調査した結果が掲載されている。「生きがい、楽しみは何ですか」の質問に対して、「テレビ」が 48.6%でトップであったことに対して、区福祉課のコメントとして「たいへん考えさせられるデータだ。老人の楽しみとしてはほかになにもない、というのが現実なのだろう」と報じている。テレビはベストソリューションではなく、代替えであるとの認識から、喜んで社会的に受け入れられていなかった状況が伝わる記事である。

1975 (昭和 50) 年 12 月 30 日付朝刊³⁶⁾

「はがき評 テレビと子供 どこへ導く 多大な影響 CMに注文」のタイトルで、テレビが子供たちに与える影響について「少年少女は、ますますテレビと一体感を深め、学校の教師や両親に反抗することはあっても、テレビの映像には素直に服従し、今ではテレビが彼らの『やさしくて頼りがいのある先生』の座にのし上がった感さえある」と心配する内容が、読者投稿として紹介されている。前述の記事と同様に、テレビの普及が社会に与える影響が大きくなっていることを伝える記事である。

1976（昭和 51）年 6 月 30 日付夕刊³⁷⁾

「家庭のテレビでゲーム 電子装置に切り替えて」のタイトルで、『ご家庭のテレビを使ってテニスを楽しもう』—こんなコマーシャルが、やがて日本でも聞かれるようになるだろう」と、街のゲームセンターなどでしか楽しめなかったゲームが自宅で楽しめるようになるとして、そのための装置についても紹介している。「『テレビは、放送局の電波を受けるもの』というイメージは、近い将来、くずれ果ててしまうかもしれない」と結んでいる。

1977（昭和 52）年 5 月 17 日付朝刊³⁸⁾

「七月から向こう三年間 年 175 万台で合意 対米カラーテレビ輸出」のタイトルで、昭和 50 年代になってからの対米カラーテレビ受像機の輸出問題は、両国政府間交渉となり、「年 175 万台」の数量規制で決着したことが伝えられている。この背景には、価格、性能、品質で優位になった日本製品が米国の市場、生活者に受け入れられたことがある。しかし、対米輸出の総量規制により、メーカー各社は国内市場の開拓に向かうこととなる。

1978（昭和 53）年 9 月 3 日付朝刊³⁹⁾

「テレビにステレオ化の波 茶の間“直撃”近そう ニヶ国語の「コロombo」 野球の実況にも臨場感」のタイトルで、「テレビの多重化放送……簡単にいえば、テレビがステレオ化すること……白黒、カラーにつぐテレビの「第三世代」と家電、テレビ業界の鳴り物入りの PR が間もなく始まる」として、音楽や臨場感のあるスポーツを楽しんだり、ニヶ国語放送の活用について紹介している。テレビのステレオ化が「テレビの第三世代」と騒がれたのは、個人消費による景気浮揚策として、これまでと同様にテレビ受像機が注目されたからであろう。

1979（昭和 54）年 9 月 16 日付朝刊⁴⁰⁾

「一家だんらん テレビが主役 七割の家庭で“座持ち” 子供につられて見る番組も」のタイトルで、「約七割の家庭で、夜の一家だんらんのときテレビをつけている。だんらんの話題もテレビが第二位……テレビが家庭のだんらんの“かすがい”“座持ち役”になっている」として、テレビ受像機が居間の中央にある風景が定着していたことが記事より推測できる。

1980（昭和 55）年 6 月 27 日付朝刊⁴¹⁾

「電話で呼ぶテレビ 「キャプテン」 実用化へ態勢 来年度、都区内全域実験へ」のタイトルで、現在のインターネット環境で情報を入手するのと同様に、「電話でテレビ画面に生活情報を呼び出す新メディア」として、「キャプテン・システム」が紹介されている。このシステムは普及することにはなかったが、テレビ受像機の用途はテレビ番組を観ることだけではないことを一般に知らしめる効果があった。

1981（昭和 56）年 6 月 13 日付朝刊⁴²⁾

「ソニー 米東海岸にテレビ工場 将来はVTRも生産」のタイトルで、日米貿易摩擦から数量規制対象となったカラーテレビ受像機の需要について、「米国内におけるカラーテレビは、七八年をピークに急減するかにみえたが、昨年秋口からなぜか売れはじめ」として、各社が貿易摩擦を避けるために、現地生産を急いでいた様子が報じられている。

1982（昭和57）年11月30日夕刊⁴³⁾

「情報92.8%はタレ流し 国民テレビ離れ 『個人的・専門的』を志向」のタイトルで、「この十年間、情報量はふえる一方だが、国民が受け止めた五十五年度の情報は対前年度比一・三%減、と初めて減少した。最大の原因はテレビ離れ」として、テレビは国民への情報提供メディアの首位ではあるが、テレビ以外からの「個人的・専門的」な情報を望む傾向が出てきているとしている。インターネットの個人使用が活発化するのには1990年代になってからであるが、既にこの頃よりインターネットによる情報検索が受け入れられる土壌ができてきたと推測できる。

1983（昭和58）年7月11日付夕刊⁴⁴⁾

「ニューメディアの現場④」のタイトルで、「図面をテレビカメラで写し、本社（東京）から工場（長崎）へ送る。図面を見ながら詳細の修正や打合せが瞬時にできる」として、ビジネスにおけるテレビ電話を紹介している。これらは、テレビが放送を受信するだけのものから新たな用途を広げようとしていることを伝えるものである。このコラムはシリーズで、6月27日の「ニューメディアの現場②」では、「未来派テレビ ホテルで流行の兆し 番組、案内 自在に選択」のタイトルで、近未来のホテルサービスのあり様を紹介している。

1984（昭和59）年10月3日付朝刊⁴⁵⁾

「使ってみたら INS 実験スタート テレビ電話 映りはしたけど 音声・・・いま一歩」のタイトルで、テレビ電話が家庭へ導入された場合の状況を実験例で紹介している。技術的な課題も多く、実用化はまだ先であるとしているが、技術の進歩が生活を変えてくることを一般に伝える記事である。

昭和50年代は、日本のカラーテレビ受像機の商品力が価格、品質、性能面で国際的に優位な状況となり、日米、日欧での貿易摩擦を激化させる要因のひとつとなった。結果として、輸出数量規制等で日本からの輸出が難しくなり、海外市場向けのテレビ受像機に関しては海外現地生産に移行することとなる。

一方、国内市場においては、市場の活性化を目的として、音声多重放送（ステレオ放送）の導入が白黒からカラーに続く放送の革新として導入された。テレビ受像機は、音声多重放送の普及と同時期に生まれたニューメディアと称する放送以外のメディアを映す映像機器として注目されるようになる。テレビ受像機は、家族団欒の中心にあってテレビ番組だけを見るモノではなくなった。このことが、家具調デザインに縛られていたテレビ受像機のデザインを変容させるきっかけになったと推測できる。

表 2-5 テレビに関する『朝日新聞』記事タイトル (1975~1984)

年月日	記事タイトル	年月日	記事タイトル
1975(昭和50)年4月3日	カラーテレビ 先行者明るき 三洋在庫ゼロ近づく	1978(昭和53)年8月24日	テレビ生産で英に合弁会社 東芝
1975(昭和50)年4月6日	カラーテレビ 松下が減産を緩和	1978(昭和53)年8月30日	テレビの音声多重放送 十月中にも開始 電通監理審がオーサイン
1975(昭和50)年4月8日	茶の間でうける 美術番組 生きるテレビの精髄 効果的な色彩の再現	1978(昭和53)年9月3日	テレビにステレオ化の波 茶の間“豪華”近そう ニュ国語の「コロポ」 野村の家況にも経果
1975(昭和50)年6月10日	カラーテレビ生産 全盛期並みに戻す 6月から松下電器	1978(昭和53)年9月8日	カラーの夢ももう一度 テレビ業界 音声多重放送に力 番組提供、ヒット願
1975(昭和50)年6月11日	シャープも過去最高水準に増産 カラーテレビ	1978(昭和53)年9月23日	多重放送に予備免許 テレビ民放六社とNHK
1975(昭和50)年6月25日	老人世帯このさしき 額内に子がいても別居 主計も自分が嫌いて 生きがいはテレビ	1978(昭和53)年9月28日	カラーテレビ業界 動向交渉を要望 米ダンピング問題
1975(昭和50)年12月30日	はがき辞 テレビと子供 どこへ行く 多大な影響 CMIに注文	1978(昭和53)年10月5日	多重“遺信”放送の怪 普通テレビに英語 苦情相次ぐ 業界は予備? コンテンサー容量不足
1976(昭和51)年3月31日	JCT、乱売容疑で調査 日本製のカラーテレビ	1978(昭和53)年10月14日	テレビがもたらしたもの 放送文化シンポジウムから 情報押しつけに批判 過度の期待感もある
1976(昭和51)年4月10日	日本製テレビ不正取引 米の調査に抗議	1978(昭和53)年10月18日	テレビのダンピング税 ガットへ「問題提起」日本政府
1976(昭和51)年4月24日	出張費用、テレビ会議 東京一大家間や実用化 1時間1万円前後	1978(昭和53)年11月24日	カラーテレビ・ダンピング問題 徴収、1ヵ月後手 米財務省通告
1976(昭和51)年5月8日	豪、輸入規制の可能性 日本製カラーテレビ 地元メーカーが圧力	1978(昭和53)年11月29日	日立・GEのテレビ合併 米法禁法に違反
1976(昭和51)年5月14日	大型テレビ 二年ぶりに人気 利益も大型 番組進化へ	1978(昭和53)年12月24日	カラーテレビ GEとの合併断念 日立、対米対策作り直し
1976(昭和51)年5月20日	まきは好評 テレビ会議 見学、申し込み続々 電電公社 年内には本格営業	1979(昭和54)年3月6日	カラーテレビ 対米輸出が前月の半分
1976(昭和51)年6月12日	農協テレビ局お目見え 買ひ物案内など好評 将来は優先使いる戸へ	1979(昭和54)年4月20日	日立製作所 カラーテレビ新会社 単独で米に建設 ロス郊外当初は月産一万台
1976(昭和51)年6月27日	華まよりもテレビ 主婦は1日に5時間	1979(昭和54)年8月16日	一家だらん、テレビが主役 七割の家庭で“座付き” 子供につられて見る番組も
1976(昭和51)年6月30日	出席、五月は記録的な伸び カラーテレビ	1980(昭和55)年6月27日	電話で呼ぶテレビ「キャプテン」実用化へ 他社、来年度、朝区内全編実験へ
1976(昭和51)年9月30日	家庭のテレビでゲーム 電子装置に切り替えて	1980(昭和55)年8月7日	カラーテレビ 米の輸入急減 第一・四半期
1976(昭和51)年7月15日	テレビ スイッチ部に多い故障 調査二の次、内部処理目立つ	1980(昭和55)年10月10日	アクビ、異なり…小学校 原因はテレビで夜ふかし 8時には寝もしつけが必要
1976(昭和51)年7月29日	日本製大型カラーテレビ 米が輸入制限	1981(昭和56)年2月22日	超小型のポケットテレビ
1976(昭和51)年8月27日	二千億余円 対米向けテレビなど好調	1981(昭和56)年2月26日	日本製テレビ 簡便輸入制限 仏の処置、EC了解
1976(昭和51)年8月27日	カラーテレビの生産 七月また新記録	1981(昭和56)年6月13日	ソニー 米東海岸にテレビ工場 将来はVTRも生産
1976(昭和51)年10月6日	カラーテレビ 米で生産へ 三洋電機	1981(昭和56)年6月20日	伸びが目立つ カラーテレビ 日本製品の整理結果(EO)
1976(昭和51)年10月7日	日本製カラーテレビ 独禁法問題で論争 米国際貿易委員の公聴会	1981(昭和56)年8月23日	テレビ8社 米を提訴 ダンピング問題 自由貿易に前進す
1976(昭和51)年10月29日	出欠なお整調 輸出は新記録 先月のカラーテレビ	1981(昭和56)年8月25日	フィルム不要カラー 画像、家庭用テレビで即時再生 ソニー開発
1977(昭和52)年1月4日	輸入テレビ関税延長 カナダ	1981(昭和56)年10月30日	テレビなし家庭会議は果し
1977(昭和52)年1月8日	日本製テレビ 輸入規制反対 米資金物価委員長代理	1981(昭和56)年10月31日	テレビ付き食事
1977(昭和52)年3月11日	テレビ輸入規制 米貿易委員が提議	1981(昭和56)年11月7日	作りすぎ? テレビ売った中国 値下げ期待 買い控え 魅力乏しい番組も一因
1977(昭和52)年3月19日	カラーテレビ問題 自由貿易主義を前提 米閣僚次官が姿勢表明	1981(昭和56)年11月20日	テレビ用音声受信機
1977(昭和52)年3月24日	カラーTVでも難関 規制の形式、内容のべし 交渉は難航模様	1982(昭和57)年1月30日	テレビ火災に注意 2万ボルトの高電圧回路 水とほこりが大敵
1977(昭和52)年4月20日	カラーテレビ 規制交渉持ち越す 米側“物納道”を懸念	1982(昭和57)年2月4日	テレビ産業は情報会議か
1977(昭和52)年4月29日	カラーテレビ対米輸出 先月、未成品品が増	1982(昭和57)年6月7日	テレビよりも紙芝居見よう 創造力を養えるよ
1977(昭和52)年5月17日	七月から向こう三年間 年175万台で合意 対米カラーテレビ輸出	1982(昭和57)年6月10日	テレビを愛した 証書でつづる放送史 プロレス中継にファン絶叫 街頭テレビ
1977(昭和52)年6月16日	茶の間のテレビで立体映像 今秋日本にもお目見え 新方式のメガを使う	1982(昭和57)年6月20日	腕時計テレビで本家争いか
1977(昭和52)年6月20日	テレビその四半世紀 青春結実さみ 魅力の本質、批判的熱気	1982(昭和57)年8月12日	暮らしの道具学『テレビの上』生活文化の勉強場通っけりと
1977(昭和52)年6月25日	カラーTV輸出量 日英間で協議開始	1982(昭和57)年8月28日	日本カラーテレビ 仏が一時的に制限 EC委が例外処置承認
1977(昭和52)年7月1日	カラーテレビ 輸出解禁スタート 多難な対米通商浮き見り	1982(昭和57)年10月26日	見やすい液晶テレビ
1977(昭和52)年7月6日	米でのカラーテレビ工場 操業開始を見合やす 三洋電機 部品輸出規制でお手上げ	1982(昭和57)年11月30日	情報28%は外国産 国民テレビ離れ「個人的・専門的」を志向
1977(昭和52)年9月19日	以外に売れたテレビゲーム 大人も一緒に楽しむ 新機種相次ぎお目見え	1982(昭和57)年12月9日	EO全廃へ見直し テレビ輸出 外相理、対日要求へ
1977(昭和52)年9月26日	目立つ“ながら視聴” 主婦の「暮らしとテレビ」	1982(昭和57)年12月25日	液晶利用テレビにも 腕時計画面の決め手 大型30型で新機セイユーが世界で初めて発表
1977(昭和52)年12月1日	10月のカラーテレビ輸出 4割超す落ち込み 対米は52%減	1983(昭和58)年4月19日	テレビ離れ 米で目立つ NY・タイムズ報道
1978(昭和53)年2月1日	社説 テレビ二十五年	1983(昭和58)年6月27日	ニューメディアの現場② 米米派テレビ ホテルで流行の現。番組 案内 自由の選択
1978(昭和53)年2月8日	カラーテレビ 初の落ち込み 昨年は15%減 米国向け規制厳しく	1983(昭和58)年7月11日	ニューメディアの現場③ テレビ会議 本社と違い工場から 国産の企業共有機付
1978(昭和53)年4月1日	カラーテレビの米ダンピング問題 輸出さらに制限? 電機業界、警戒強める	1984(昭和59)年2月21日	米の流行作家ジェラルド・ダズン テレビの表現 映画の水準超す
1978(昭和53)年4月20日	異種テレビ実現に一歩	1984(昭和59)年8月7日	くらべてみたら 商品テストから 副音声に難点 音声多重型カラーテレビ
1978(昭和53)年4月29日	カラーテレビ 市況やや安定 三月の統計	1984(昭和59)年10月3日	使ってみたら 365実験スタート テレビ電話 映りはしたけど 音声…いま一歩
1978(昭和53)年8月6日	米のカラーテレビ輸入減少	1984(昭和59)年11月2日	都会の子どもに テレビ離れ進む 1日98分に減る 母教の規範効果

5.2. グッドデザイン賞の変遷

昭和 50 年代のテレビ受像機のデザイン変遷をグッドデザイン賞に選定された機種より概観する。表 2-6 は、昭和 50 年代にグッドデザイン賞として選定されたテレビ受像機の代表的なデザインをコンソールタイプ、セット台一体型のテーブルタイプ、テーブルタイプ、ポータブルタイプに分けて、一覧にしたものである。表 2-7 は、昭和 50 年代にグッドデザイン賞に選定されたテレビ受像機の機種数を上記タイプ別に集計したものである。

表 2-6 テレビ受像機のグッドデザイン賞選定代表的機種


























	コンソールタイプ	セット台一体型	テーブルタイプ	ポータブルタイプ
1975年 (昭和50年)				
1976年 (昭和51年)				
1977年 (昭和52年)				
1978年 (昭和53年)				
1979年 (昭和54年)				
1980年 (昭和55年)				
1981年 (昭和56年)				
1982年 (昭和57年)				
1983年 (昭和58年)				
1984年 (昭和59年)				

表 2-7 テレビ受像機のグッドデザイン賞選定数推移

	コンソールタイプ	テーブルタイプ (セット台一体型)	テーブルタイプ	ポータブルタイプ
1975(昭和50)年	2	4	3	1
1976(昭和51)年	0	0	3	1
1977(昭和52)年	0	1	4	4
1978(昭和53)年	0	2	1	3
1979(昭和54)年	0	5	1	3
1980(昭和55)年	0	3	9	2
1981(昭和56)年	2	8	5	5
1982(昭和57)年	1	0	50	8
1983(昭和58)年	0	4	38	3
1984(昭和59)年	0	0	25	2



図 2-26 ソニーKV-1375「サイテーション」
(グッドデザイン賞 1977 (昭和 52) 年)



図 2-27 ソニー「プロフィール」
(グッドデザイン賞 1980 (昭和 55) 年)

昭和 50 年代になると、家具調テレビに代表されるコンソールタイプの選定数は少なくなり、時系列に選定されたデザインを見ると、コンソールタイプのデザイン展開は少なく、特に、「嵯峨」に代表される家具調テレビの特徴を持ったデザインは 1975 (昭和 50) 年に 1 機種のみである。そして、1980 (昭和 55) 年前後にセット台一体型のテーブルタイプの選定数が増加する。セット台一体型は、スピーカーと操作部の配置より片袖タイプ、両袖タイプ、縦型とデザイン展開が拡大し、1981 (昭和 56) 年には、8 機種が選定されている。選定数の増加は、セット台一体型のデザインが注目されていた現れであろう。

テーブルタイプは 50 年代後半になると選定数が急増し、1982 (昭和 57) 年には 50 機種が選定されている。各社がテーブルタイプでデザインを重視した機種を開発し、発売していたことの現れである。急激に選定数が多くなったテーブルタイプのデザイン特徴は、正

面視において画面だけであることを強調したコンパクトな筐体を樹脂成型の前後キャビネット構成していることであった。

ポータブルタイプについても一定数の機種が選定されているのは、小型化技術を背景にして機種展開数が増加したためと推測できる。ポータブルタイプについては、草創期の居室間を持ち運びできるものからバッテリーによるアウトドア使用を可能にしたより小型のものが主流となり、カセットテーププレーヤーとの一体化等の複合化により、個性的なデザイン展開が広がる。

以上の状況の中で、昭和 50 年代に入って特に注目したいデザインは、1977（昭和 52）年にソニー株式会社（以下、ソニーと略記する）より発売された 13 インチのカラーテレビ受像機 KV-1375（図 2-26）である。それまで樹脂成型のキャビネットは、樹脂の特性を活かしたラウンド形状が多用されていたが、この機種は矩形を基調としている。また、テレビ受像機のデザインには使用されることのなかったシルバーメタリック塗装が施されている。愛称の「サイテーション」はジェット機の名称を使用したとされ、担当デザイナーがコクピットに搭載されているモニターにインスパイアされたことから名付けられたとされている⁴⁶⁾。そして、「サイテーション」のデザインの考え方をより大型画面の機種に展開して 1980（昭和 55）年にソニーより発売された「プロフィール」シリーズ（図 2-27）は、ビデオ、文字多重放送など多彩な AV 出力に対応したモニターとして 16 インチの KX-16HF1、21 インチの KX-21HF1、27 インチの KX-27HF1 の三機種が展開されている。

グッドデザイン賞の選定数を見ると、テーブルタイプについては、1981（昭和 56）年まで一桁であったものが 1982 年（昭和 57）年の 50 件をピークに、その後も 1983 年（昭和 58）年には 38 件、1984 年（昭和 59）年には 25 件と大量に選定されている。選定された機種については、表 2-6 より「プロフィール」に類似したモニタースタイルのデザインが多いことが確認できる。そして、テーブルタイプにおけるモニタースタイルへの変容と連動するようにセット台一体型の選定数は減少している。当時のテレビ受像機の新製品開発には 1 年前後の期間が必要であったことから、1982（昭和 57）年のテーブルタイプの選定数増加は、「プロフィール」のデザインに影響を受けた各社の機種開発数の増加が要因の一つであると推測できる。

5.3. 松下電器のデザイン変遷

表 2-8 は、松下電器における 1975（昭和 50）年から 1984（昭和 59）年までのテレビ受像機総合カタログの表紙と表紙に記載されている宣伝コピーを一覧にしたものである。

昭和 50 年代初めは、片袖タイプのセット台一体型が主流の機種として表紙を飾っているが、1979（昭和 54）年には、両袖タイプのセット台一体型に替わっている。そして、1981（昭和 56）年以降は、モニタースタイルの「 α （アルファ）」になる。

表 2-8 松下電器テレビ受像機カタログ表紙の変遷

	1975(昭和50)年 11月	1976(昭和51)年 5月	1977(昭和52)年 3月	1978(昭和53)年 4月	1979(昭和54)年 2月
松下 テレビ 総合 カタログ 表紙					
表紙 コピー	—	帰ってきた木の感覚	5型から26型まで充実したパナカラー、そしてホームビデオ……いい番組をいい映像でお楽しみください。	鮮やかに見る。いい音で聞く。	音声多重テレビも豊富。パナカラー、5型から26型まで多彩に勢揃い
	1980(昭和55)年 6月	1981(昭和56)年 8月	1982(昭和57)年 12月	1983(昭和58)年 8月	1984(昭和59)年 5月
松下 テレビ 総合 カタログ 表紙					
表紙 コピー	映像と音の織りなすAVライフの新しい世界、パナカラーのワイドセレクションから。	豊かな感性と確かな技術が暮らしを磨く、パナカラー'81ニューセレクション。	画面の向こうに明日が見える。次代に応えた新しいテレビ誕生。	見えてきた、映像新時代。明日の暮らしを賑わすニューメディア対応パナカラー、新機種も加えさらに充実。	いよいよ衛星放送。本格的なニューメディア時代におくる。最新パナカラーフルラインナップ。

表 2-9 松下電器テレビ受像機カタログに見るタイプ別機種数

	コンソールタイプ	テーブルタイプ (セット台一体型)	テーブルタイプ	ポータブルタイプ
1975(昭和50)年11月	6	7	8	3
1976(昭和51)年5月	2	5	9	0
1977(昭和52)年3月	3	3	9	0
1978(昭和53)年4月	6	12	11	2
1979(昭和54)年2月	2	14	8	3
1980(昭和55)年6月	1	18	9	3
1981(昭和56)年8月	2	19	13	3
1982(昭和57)年12月	0	15	21	4
1983(昭和58)年8月	0	25	27	4
1984(昭和59)年5月	0	21	33	5

音声多重放送（ステレオ放送）が始まったのは1978（昭和53）年10月であり、これに合わせて豪華な両袖タイプのセット台一体型が、新たな家具調デザインとして主流の機種となる。モニタースタイルも同様に音声多重放送に対応する機種として現われ、次第に主流となったといったことが、カタログの表紙からも確認できる。モニタースタイルは、ビデオ、オーディオとのシステムアップをセット台、AVラック、AVファニーチャと言われる設置台兼収納家具と合わせることを訴求したために、テレビ受像機自体に家具の要素を取り入れることの必然性が低下していったと推測できる。

松下電器における昭和50年代前半の家具調デザインを代表する機種として、1976年に発表された「Woody シリーズ」がある。このシリーズは、木目塩ビシート加工技術に加えてスチロール樹脂成形によるリアルな木質感表現を目指したものであった。カタログ記述では、「自然の材質が私達に与えてくれるやすらぎとおちつき、とくに木の質感を生活空間の中にとり入れていきたい。それが新しい住いの演出法です……重厚な木質感を……高級家具の美しさに……独自のキャビネット技術が、自然の木目を忠実に再現しました」と表現されている。本物の木目導管形状から金型を起こして成形したため、一見しただけでは本物の木との差を見分けることが難しいものであった。

表2-9は、表2-8の各カタログに掲載されている機種数をコンソールタイプ、テーブルタイプ（セット台一体型）、その他のテーブルタイプ、ポータブルタイプで集計したものである。プロジェクションタイプは含まず、キャビネット色展開機種は1機種と数えている。1976（昭和51）年5月と1977（昭和52）年3月のカタログは、カラーテレビ受像機の総合カタログのため白黒テレビ受像機のポータブルタイプは掲載されていない。タイプ別の機種数の推移は、表2-7のグッドデザイン賞選定数推移とほぼ同様の傾向を見ることができる。すなわち、松下電器においても昭和50年代には、家具調テレビに代表されるコンソールタイプがラインナップから姿を消し、家具調デザインはセット台一体型テーブルタイプになり、主流の機種はモニタースタイルのテーブルタイプに移行したことが機種数からも明らかである。

5.4. 木製キャビネットの減少

草創期よりテレビ受像機のキャビネットは、コンソールタイプ、テーブルタイプ共に木製であり、キャビネットの製造については、先行して製品化されていたラジオ受信機と共通のキャビネットメーカーによって製造されていたと推測できる。図2-28、図2-29は、通商産業省調査統計部、『工業統計表品目編』（1953～1985）の、「ラジオ、テレビ、ステレオ用キャビネット」生産に関するデータをグラフにしたものである。テレビ受像機、ステレオの家具調デザインが主流となる時期と合わせて、キャビネット製造事業所数、製造出荷金額は伸びている。特に、昭和40年代になっての伸びは、家具調テレビが主流になったことによるものと推測できる。昭和50年代になると家具調テレビは、次第に減少するが、

替わってセット台一体型が主力となり、木製セット台の生産がキャビネット生産高を維持させるが、昭和50年代の後半になるとモニタースタイルが主流となったために生産高は減少したと推測できる。

昭和50年代になって製造出荷額が維持されているにも関わらず、事業所数が減少するのは、木目塩ビシートを利用した塩ビ化粧板のフォールディング加工が主流となり、大量生産を前提にした大手木工事業所に生産が集約されたためであろう。

昭和50年代は、昭和40年代に生まれた家具調テレビ、セット台一体型がカラーテレビ受像機のデザインとして展開された時期である。1978（昭和53）年に始まった音声多重放送（ステレオ放送）は、セット台一体型の家具調デザインを音の良いデザインに見せるために豪華な両袖タイプに変容させた。1980（昭和55）年6月の松下電器テレビ受像機カタログ表紙（表2-8）にある「魁」は、その代表的な機種のひとつと言えるだろう。

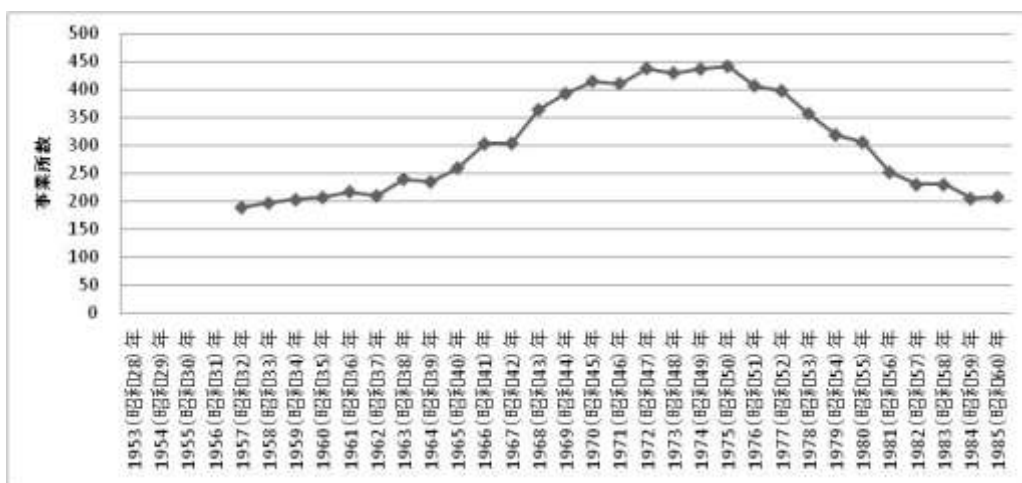


図2-28 ラジオ、テレビ、ステレオ用キャビネット製造事業所数

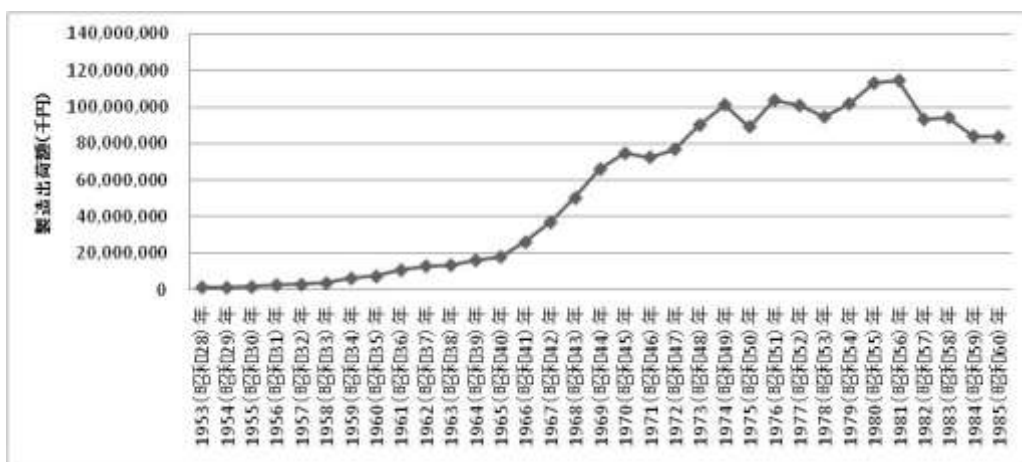


図2-29 ラジオ、テレビ、ステレオ用キャビネット製造出荷額

もう一方で、音声多重放送（ステレオ放送）は、良い音は外付けのスピーカーでシステムアップするとしたモニタースタイルのデザインを生むきっかけとなった。そして、モニタースタイルの出現を契機として、テレビ受像機自体を家具に見せるデザインは主流の機種においては減少する。しかし、モニタースタイルのテレビ受像機を中心にシステムアップされた機器類を設置、収納するために木目木質感表現された AV ファニチュアが現れ、キャビネット製造出荷額の減少を抑えたと推測できる。

6. おわりに

本章では、昭和 40 年代を中心に 50 年代までを対象期間とし、日本におけるテレビ受像機のデザイン変遷について、文献調査を中心に考察した。この間は、白黒テレビ受像機の成熟期からカラーテレビ受像機の普及期にあたる。その内容について、以下のようにまとめることができる。

1) 昭和 40 年代のテレビ

昭和 40 年代は、テレビ受像機の技術が進歩した時期であり、その第一がカラーテレビの製品化技術であった。機能、性能、品質を支える電気部品は、真空管からトランジスタ、IC へと進歩し、技術力とコスト力によって日本製品は輸出競争力を付けていった。しかし、国内では、輸出製品との二重価格問題から消費者の値下げ要求が強くなり、低価格を実現することがデザインを変容させる要因となっていった。

2) 家具調テレビの誕生

家具調テレビ以前の矩形キャビネットに 4 本の丸脚が付いたコンソールタイプは、米国製品の模倣の域を出ていなかったが、家具調テレビは、デーニッシュ・モダン・デザインに影響を受けたにも関わらず、米国製品の模倣ではない日本独自の造形によって表現された家具調デザインであった。家具調デザインは、昭和 40 年代前半の白黒テレビ受像機だけでなく、同時期のカラーテレビ受像機においても採用されており、普及機種であった白黒テレビ受像機のデザインが、中高級機種のカラーテレビ受像機でも採用されていることから、価格帯に合わせてデザインされたのではなく、受容の変化に合わせてデザインされていたことがわかる。

家具調テレビが日本的なイメージを強く持った要因のひとつである和風ネーミングは、白黒テレビ受像機では多くの機種で使用されているが、白黒テレビ受像機のローボータイプとカラーテレビ受像機ではカタカナのネーミングが多く使用されている。これは、欧米イメージと先進的イメージに和風ネーミングが合わなかったためと推測できる。

3) テーブルタイプのセット台一体型

カラーテレビ受像機の低価格化要求に応じて普及機種となったのがテーブルタイプである。しかし、コンソールタイプの家具調テレビに比較して高級感がないとされた。一方、

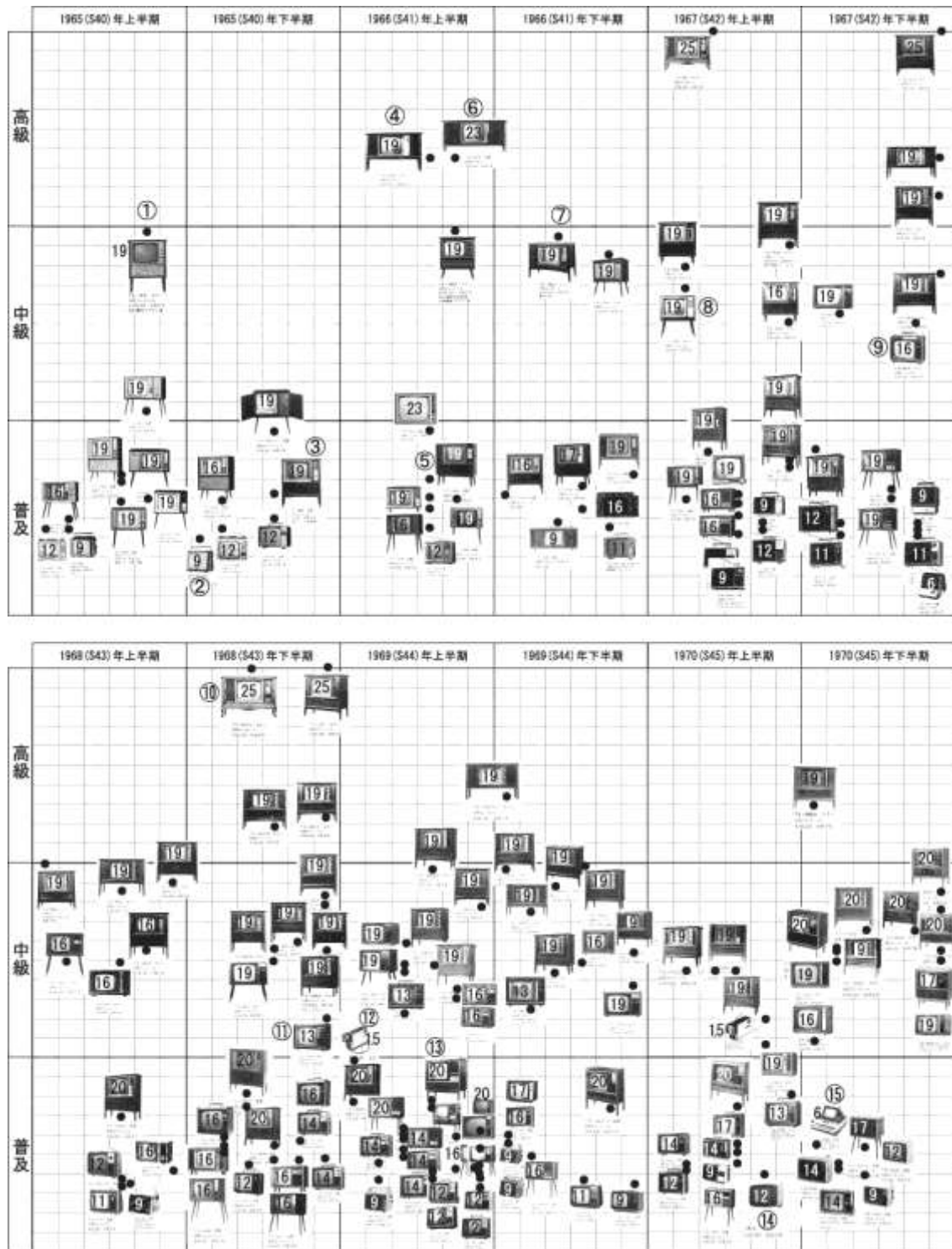
テーブルタイプは、キャビネットメーカーの工場稼働率維持のために提案された木目キャビネットタイプのセット台に置かれて一体型に見せるデザインへと変容し、新たなセット台一体型の家具調デザインを生み出すきっかけとなった。

4) 昭和 50 年代のテレビ

昭和 50 年代前半は、昭和 40 年代後半に生まれたセット台一体型がカラーテレビ受像機で主流となり、新たな付加価値を木質感表現と形態で表現している。昭和 50 年代中頃になると、音声多重放送の開始に伴いセット台一体型においても両袖タイプの豪華な家具調デザインが出現する。ほぼ同時期に画面だけのシンプルなモニタースタイルのテレビ受像機が放送を受信するだけでなく、オーディオ、ビデオとのシステム性を考えたスタイルとして現われ次第に主流となる。

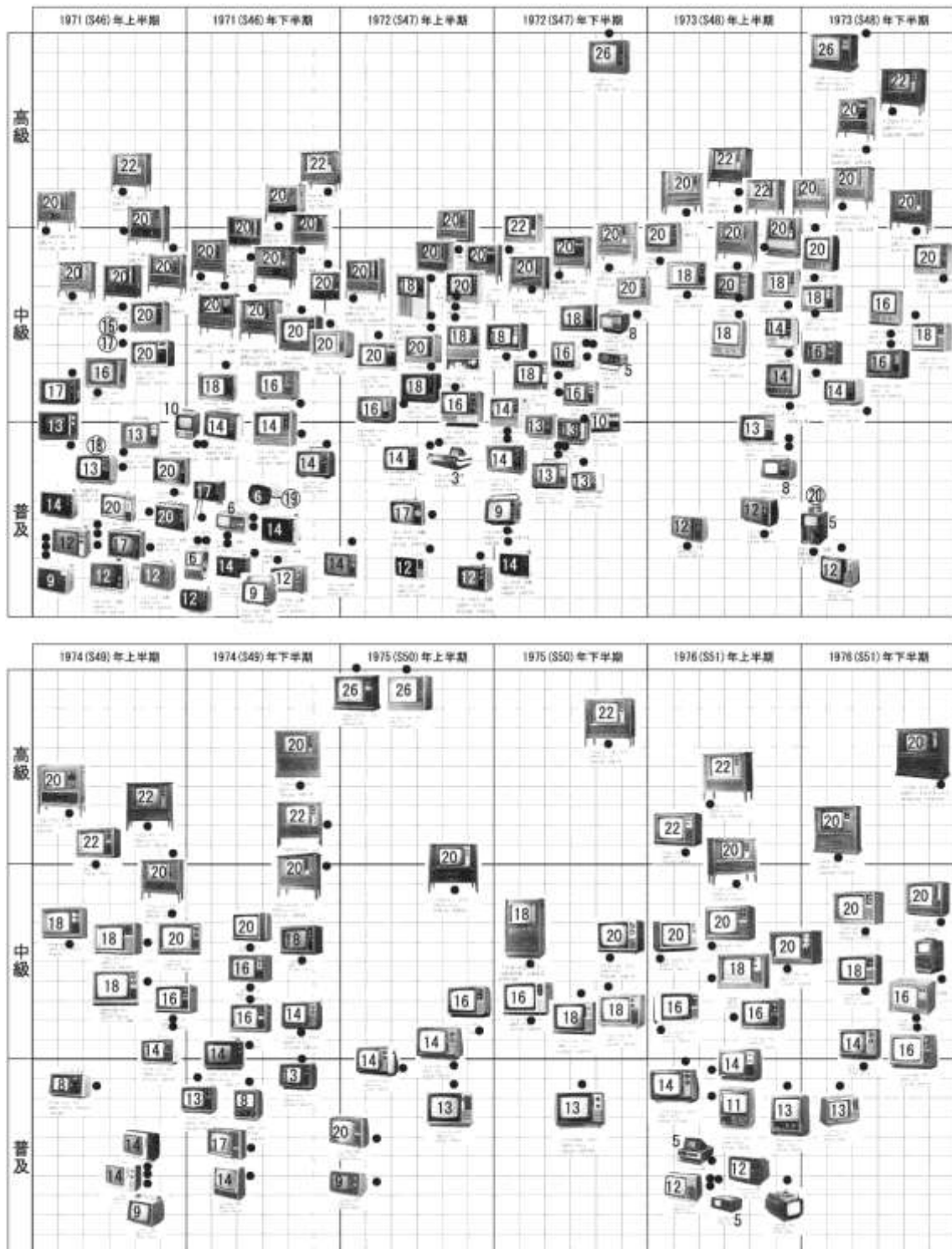
昭和 40 年代から 50 年代は、テレビ受像機のデザインが家具調からモニタースタイルに変容し、テレビ受像機本体において木目木質感表現の使用が減少した時期である。しかし、モニタースタイルにおいても AV ファニチャと言われる設置兼収納家具が合わせて訴求されており、テレビ受像機を住空間に持ち込むために木目木質感表現を無くすことはできなかった。その理由としては、木目木質感表現に住空間での安らぎや落ち着きといった面を生活者が求めたからと推測できる。

表 2-2 (1) 松下電器テレビ受像機のデザイン変遷 (1965~1970)



縦軸は価格，横軸は発売年月，普及は10万円まで，中級は20万円まで，高級は20万円以上とし，30万円を超えるものは高級の上ラインにポイントを置く。各種類の画面の数字はインチ数を表わす。

表 2-2 (2) 松下電器テレビ受像機のデザイン変遷 (1971~1976)



縦軸は価格、横軸は発売年月、普及は10万円まで、中級は20万円まで、高級は20万円以上とし、30万円を超えるものは高級の上ラインにポイントを置く。各機種画面の数字はインチ数を表す。

注

- 1) 資料 2-1 参照
- 2) 資料 2-2 参照
- 3) 資料 2-3 参照
- 4) 資料 2-4 参照
- 5) 資料 2-5 参照
- 6) 資料 2-6 参照
- 7) 資料 2-7 参照
- 8) 資料 2-7 参照
- 9) 資料 2-8 参照
- 10) 資料 2-9 参照
- 11) 資料 2-10 参照
- 12) 資料 2-11 参照
- 13) 資料 2-12 参照
- 14) 『テレビ事業部門 25 年史資料』(松下電器産業株式会社, 1978) p.10 によると, 1965 (昭和 40) 年は 19.3%であるが, その後は 20%以上のシェアを確保し, 1974 (昭和 49) 年には 31.3%のシェアを持っている。
- 15) 写真出典: 『テレビ事業部門 25 年史』(松下電器産業株式会社, 1978)
- 16) 引き出し付き小テーブルを意味する家具の形態名称が使用され, 片袖または両袖にスピーカーが配置された背の低い横型キャビネットに脚が付いている。
- 17) 『藤沢テレビ事業部 20 年のあゆみ』(松下電器産業株式会社, 1983) p. 50
- 18) 第 1 章「4.3. 形態の変容 (3) コンソレットタイプ」参照
- 19) 『Television History-The First 75 Years』<http://www.tvhistory.tv/index.html> (2008.11) の海外製品カタログによる。
- 20) 調査範囲は, 1953 (昭和 28 年) から 1975 (昭和 50 年) までの『毎日新聞』『朝日新聞』『讀賣新聞』東京版の広告による。
- 21) 第 1 章「4.3. 形態の変容 (3) コンソレットタイプ」参照
- 22) 『G マーク 40 年スーパーコレクション』(日本産業デザイン振興会, 1996) p21 では, 「嵯峨」について, 「このテレビは, 高級家具の要素を取り入れ, 格調高く仕上げている。このころからテレビが居間の中心的な存在としての風格を表現し始めた」とある。『テレビ We are TV's children』(伊藤俊治, INAX 出版, 1988) では, 『嵯峨』の成功にあやかっただろう。これ以降, 各社は和風を意識した家具調テレビを競いあうかのように市場に送り出すとある。「家具調テレビの登場」『東京流行生活』(新田太郎, 河出書房新社) p.143 でも, 「嵯峨」について, 「これまでのテレビにはないコンセプトであった……予想を上回りこのコンセプトが支持された」とある。
- 23) 『機械統計年報 昭和 39 年』(通商産業省大臣官房調査統計部, 日本機械工業会, 1965) の生産在庫台数データによる。
- 24) 1965 (昭和 40) 年 5 月 4 日付『讀賣新聞』夕刊の「飛鳥」広告に「町春草書」の記述が確認できる。町春草は『墨の舞一書の現代を求めて一』(町春草, 日本放送出版会, 1995) によると, 1922 (大正 11) 年東京・青山に生まれ, 本名は和子, 飯島春敬に師事している。
- 25) 『大日本印刷 130 年史』(大日本印刷, 2007) p. 392
- 26) 木目に出る導管の孔を塗料や目止めで完全に埋めずに開いた状態に塗装仕上げする方法で, 建具や家具に広く用いられる。
- 27) 『TOPPAN 1985 凸版印刷株式会社史』(凸版印刷株式会社, 1985) p581
- 28) 『凸版印刷株式会社百年史』(凸版印刷株式会社, 2001) p160
- 29) 『大日本印刷 130 年史』(大日本印刷, 2007) p. 392
- 30) 『テレビ事業部門 25 年史資料』(松下電器産業株式会社, 1978) p. 46
- 31) V 字カット, または U 字カットを入れることで一枚の板を切断することなしに箱形態に組立加工す

-
- る技術。
- 32) 「嵯峨」については、パナソニックミュージアム松下幸之助歴史館（門真市）の展示品にて素材、工法を確認。
 - 33) 写真出典：『グッドデザインファインダー』<http://www.g-mark.org/search/>（2008.11）による。
 - 34) 『グッドデザイン賞の歴史』, <http://www.g-mark.org/archive/history.html>（2009.7）によると、1957（昭和32）年に設立された「グッドデザイン賞」制度は、その目的を「デザインを通じて生活の質的向上と産業の高度化を図ること」と要約できるとしている。昭和40年代の「輸出の振興」から昭和50年代の「より優れたものの訴求」となり、各時代の課題を受けて選定された製品デザインは、デザインの変遷を概観するに相応しい事例であると言えるだろう。
 - 35) 資料2-13 参照
 - 36) 資料2-14 参照
 - 37) 資料2-15 参照
 - 38) 資料2-16 参照
 - 39) 資料2-17 参照
 - 40) 資料2-18 参照
 - 41) 資料2-19 参照
 - 42) 資料2-20 参照
 - 43) 資料2-21 参照
 - 44) 資料2-22 参照
 - 45) 資料2-23 参照
 - 46) 『SONY DESIGN HISTORY』, <http://www.sony.co.jp/Fun/design/history/product/1970/kv-1375.html>（2009.7）