

ラジオの新方向

木製キャビネットからプラスチックへ



①



②



③



意匠的進展
遷や技術の
進歩によつ
て、とくに

のめざましいラジオキャビネット。そのキャビネットも一九五三年とともに、プラスチック時代を迎えようとしている。

そこでラジオキャビネットの歩んできた姿をふりかえりつつ、時代の花形、プラスチックキャビネットに焦點をあわせてみよう。

ラジオ

キャビネットの變遷

大正十五年八月—N.H.K.が設立された當初、聴こえることのみが専らであつた當時の受信機は、その大半が鑛石式であつたため、およそキャビネットというほどのものは見られなかつた。この鑛石式

と並行して、徐々に普及した電池式受信機において始めて、ラジオキャビネットの歴史が始まつたといつてよいであろう。これはご存知の方も多いと思うが、シャシー部とスピーカ部が別々になつており、スピーカには金屬製のマグネチックホーンが使用されてい

た(寫眞①)。このスピーカは朝顔型の名で愛稱され、當時のラジオの代表的タイプであつた。だが、この型には大きな變化は見られず、つぎのエリミネーター(交流式)受信機が現われ、かつマグネチックコーンスピーカのできた昭和三—四年ごろには、はじめてキャビネットに變化を見せはじめた。が、これもコーン型スピーカを収納する丸型や八角型のスピーカーキャビネットに變つた程度であつた。

ナショナルラジオがデビューしたのは昭和六年のこと。その第一號は寫眞②に見られる總金屬製の優美な結晶塗装を施したもので、つづいて煤物製のものが発表され

いづれもナショナルタイプとして名を賣つた。昭和七年頃には、漸く日本のラジオ工業は本格的な發達への第一歩を踏みだし、デザインもスピーカとシャシーを同一のキャビネットに納めたミゼット型が現れた(寫眞③)。このミゼット型が、今日のラジオキャビネット意匠の基礎をなしたものであるであろう。

達への第一歩を踏みだし、デザインもスピーカとシャシーを同一のキャビネットに納めたミゼット型が現れた(寫眞③)。このミゼット型が、今日のラジオキャビネット意匠の基礎をなしたものであるであろう。



セット型も種々、意匠的變化の美を競い、形の上でもミゼット型の縦長のものに較べ、スピーカをシャシーの高さまで引下げた超小型が早くも出現するに至つた。當社が本邦最初の劃期的製品として

プラスチックラジオ・R-11型(次頁寫眞④)を發表したのも丁度この頃である。

一方、聴取者も昭和十二年五月には遂に三百萬人を突破し、ラジオの普及は急速に上昇の一途をたどるようになり、さらに高度の受信機が要望されてきた。

この時代から、マグネチックにまさるダイナミックセットの實現をみ、ミゼット型、超小型から、さらにスピーカ、シャシーを横に並べた横型のものに變つた。いらい現在まで、デザインの變化は時代の流行をふんだんにとり入れて千變萬化、裝飾品としてのラジオ。家具調度品としてのラジオの建前から、キャビネットはまさにラジオのポイントとして躍進をつづけている。

木製にかわる

プラスチックの登場

ラジオキャビネットに使用される素材は、現在までほとんど木材によつて占められているが、これも戦前と戦後においては材種を異にしている。

戦前のものは意匠的にも複雑なものも多く、各種材質の木目を生かして模倣化したものが見受けられ、一機種に數種の木材を使用したものも少なくなく、これらには東南アジアやアメリカ南部産のチーク・ウォールナット、ラワンをは

じめ、国内産では板、桂、クルミなどが豊富かつ自在に使用されてきた。戦後においては外材の入手が困難となり、また国内材にあつても量的にこれを確保することができない状況で、櫻、桂などが漸く充足している程度である。さらに今後の見通しも決して樂觀はできず、もし外材入手が實現したとしても、材料高となり普及型スーパードライバーなどへの使用は考えられないであろう。



素材のひつぱくから受けるデザイン上の制約、および生産原価の騰貴は、ラジオキャビネットの発展をはばむものであり、これとは逆に、一般需要層のラジオ意匠、材質に對する關心はきわめて強くなり、この矛盾を解決し、新時代の需要者の要望に應えるために登場したのが、デザインに多様性をもたすことが容易で、しかも量産すれば比較的安価なプラスチックキャビネットである。

プラスチック工業が偉大な發達をとげているアメリカでは、ラジオキャビネットのはほとんどがプラスチック製であり、最近ではMT管やリムドライブモーターを使用した卓上型プラスチック電器までが、一般化されるにいたつてゐる。木製の場合には、日本と違つて黒檀やマホガニー材を使用するため、高價であり、ごく一部の高級品にのみ使われているようである。

プラスチック全盛のアメリカ

プラスチック工業が偉大な發達をとげているアメリカでは、ラジオキャビネットのはほとんどがプラスチック製であり、最近ではMT管やリムドライブモーターを使用した卓上型プラスチック電器までが、一般化されるにいたつてゐる。木製の場合には、日本と違つて黒檀やマホガニー材を使用するため、高價であり、ごく一部の高級品にのみ使われているようである。

近着のアメリカ雜誌の報ずるところによれば、一九五一年と一九五二年における主なラジオの生産高の比較は「表一」とおりであるが、一九五二年一月現在におけるアメリカ全土の使用台数は一億五百三十万台を數え、これを全世界平均すると一世帯あたり、二、四台になる。いまやアメリカでは、ポータブルや時計付ラジオの需要が増大して、ホームラジオ（もちろん、これもプラスチック製が大部分であるが）が減少し、平均台數にしても、一家に三台時代に進んでおり、ますますプラスチックラジオの全盛に拍車をかけているのが實情である。

近着のアメリカ雜誌の報ずるところによれば、一九五一年と一九五二年における主なラジオの生産高の比較は「表一」とおりであるが、一九五二年一月現在におけるアメリカ全土の使用台数は一億五百三十万台を數え、これを全世界平均すると一世帯あたり、二、四台になる。いまやアメリカでは、ポータブルや時計付ラジオの需要が増大して、ホームラジオ（もちろん、これもプラスチック製が大部分であるが）が減少し、平均台數にしても、一家に三台時代に進んでおり、ますますプラスチックラジオの全盛に拍車をかけているのが實情である。

キャビネット用

プラスチックの種類

プラスチックは、今次大戦中の資源不足を契機として、さかんに研究がすすめられて進歩したものでその種類は無駄といつてよいほど多い。このうちラジオキャビネットに適するものは、石炭酸系、尿素系、醋酸纖維系、スチロール系であるが、その性質上、石炭酸系は電氣的性質が耐熱、耐酸に優れかつ成型が容易であり、また尿素系は各種の美しい色合のものをつくるのが容易で、變色のおそれもないから、いずれも比較的、熱發生率の高いラジオキャビネットとして最適である。

熱發生率が低く、また外力によつて破損するおそれの多いポータブルラジオには、石炭酸系、尿素系、醋酸纖維系、スチロール系であるが、その性質上、石炭酸系は電氣的性質が耐熱、耐酸に優れかつ成型が容易であり、また尿素系は各種の美しい色合のものをつくるのが容易で、變色のおそれもないから、いずれも比較的、熱發生率の高いラジオキャビネットとして最適である。



販賣企畫は綿密に

扇風機は季節の商品である。だから販賣とその使用には生命がある。限られた期間というものがあるのである。これがためにその販賣は、他の商品と違つて綿密な企畫が要求される。まあまあという氣持では、必ず後悔の跡を喰まなければならぬ。扇風機が顔を店頭にみせはじめから姿を消すまではおおむね六、七カ月のあいだ——商戦の激しい今日では二月の始めに

ブルラジオには、醋酸纖維系スチロール系が彈性に富んでいるので適しているが、熱發生率の高いものには適しない。（プラスチックの原料や製法についての詳細は、シヨップ昨年五月號「ラジオと合成樹脂について」を参照されたい）

わが國におけるプラスチックラジオ

わが國でプラスチックラジオが賣表されたのは、昭和十一年、當新製展示の形で現れているが——である。そして勝負は前半でついでしまふ。前半の動き如何が、その年の店の成績を左右するのである。つまり、實際の購買、使用季になつた時に、それまでに需要者に働きかけた印象が物を言うのである。いま流行りの月賦、日掛販賣企畫などは回収の効果を考えれば早く始めるのがよい（人間の心理として、涼しくなり使用する時季が済んだものに金を拂うのが馬鹿馬鹿しいような氣になり、回収のスピードが落ちるものである）。これに関連しての顧客調査、豫約出張販賣、チラシ配布計畫など、限られた販賣期間を有効に生かすための動きは甚だ多い。また一面に、賣出し時期を控えての、顧客を満足させ納得させる説明のための新製品のマスターも、忘れられない仕事である。そして店頭展示法——これらのことが

社の三球ペントードの超小型、R——一型がはじめてであるが、つづいて昭和十二年には四球ペントードのK——三三型、三球のA——一型が發表されるなど、當社におけるプラスチックラジオの歴史は古い。しかしこれ以後においては、戰時のため、原材料の品質低下や量的不足によつて中斷された形となり、昭和二十六年、五球プラスチックスーパードライバーPS——五一型が發賣されるまでは、まづたくその一つでも等閑視されては、絶対に購買の成果は上らないものと承知をせねばならない。

陳列とその訴求のしかた

この季節の商品である扇風機の陳列の仕方は、大體、二つに分けられる。すなわち前、後半にして、前半は使用季に至るまで、後半は暑いその使用季間である。前は主として——扇風機は、今日の文化家庭にあつては贅澤品でなく能率的な必需品である。時代のトップアをゆくナショナル扇風機の一九五三年型がでました——等PR的、機械の性能宣傳に重點をおく展示法にして、後には店頭第一線にぐつと押しだして、扇風機の使用實感を實際感により強調する方法をとるのである。こうすると展示に變化ができ、顧客への働きかけが、曇みかけられて甚だ効果があらがる。次に陳列の思いついたもの

姿をひそめざるを得ない状態であつた。十數年にわたる空白は大きいとはいふものの、プラスチック全盛をさわめるアメリカのシステムを完全に採用して、これを一舉に挽回し、日本におけるプラスチック製造技術を開拓しつつあるのが現況である。

この古い歴史と新しい技術によつて、本格的なプラスチックラジオの生産に拍車をかけ、今後のラジオセットのあり方について、五球プラスチックスーパー、P.S.—五三型、P.S.—五四型が發賣されたのである。これらが「一家に二台時代」の増設用として、また新設用としても、パーソナリティに富み、家具調度品として、いつまでも愛用される瀟灑なデザインをもつラジオとして、好評をほしいままにしているのも當然の理といえよう。

プラスチックの将来

キャビネットの将来

ラジオ界に新時代を劃するプラスチックキャビネットが、今後ますます進歩向上をつづけてゆくことは明らかであるが、その過程においては、さらにプラスチック製造技術とラジオ技術の総合研究にまつところ大である。つまりラジ

表一 アメリカにおけるラジオの生産高

年 度	ホームラジオ	ポータブルラジオ	クロックラジオ	合 計
1951	6,751,400台	1,332,990台	777,000台	8,861,390台
1952	3,601,770	1,367,310	1,630,300	6,599,380

(註) 1952年度日本の全メーカー生産総台数は545,818台である

オ機構に無理を與えぬデザインや、ラジオキャビネットとして安定した耐久性の研究に、キャビネット強度にまたバランスのとれた部品の小型軽量化に、プラスチック製造技術とラジオ技術の兩者の特質を考慮した総合研究によつて、その妙味を充分に發揮しなげばならない。

た独自の一貫研究は、デザインの多様性に富むプラスチックの特質を駆使開拓して、プラスチックキャビネットの新方向を、ナショナルラジオによつて生み出して行くことであらう。

松下電器・第一事業部
販賣企画課
野口 忠

二、三について述べよう。
①同じ商品を二つも三つも出
がある。



扇風機の売り方

店頭販売講座 ⑤

びつけ、吹き流しにすると涼感が溢れる。
⑩また細い糸に軽い飛行機、飛行船の小型模型、雲をあらわす綿などを結びつけると、くるくる廻つて、子供連れの客の目を惹く。

②客がすぐスイッチをいれて実際に動かせるよう、タップ、コンセントなどを陳列臺に體裁よく設けておく。最も簡便に納得がえられる展示である。
③使用感を強調大いに魅力を發散するためには、扇風機はできるだけ動かす。店内に入つて来るお客さんには、ちかちか風が訴えるが、道行く人々に備きかけるには風を誘示しなければならぬ。そこで次のような方法

④さらに陳列臺の周囲、上方に青葉若葉の造花を吊下げ、風鈴なども併せ吊ると、廻轉する扇風機の風で造花はサラサラと音をたてて、風鈴の清らかな音色と共に涼味一〇〇%が

の雰囲気醸成する。
⑥陳列棚の背後にスダレを下

げるか、張りめつると、その線が統一のある律動感と呼び涼しい感じをだす。
⑦陳列臺の涼味を誘うアクセサリーとしてビニール布に美しい飲物金魚鉢、貝殻、砂などを置くと、客の購買欲をそそること受け合ひである。

販賣と應對

このように、販賣と客を迎える態勢ができたなら、いやでもあとは商品を充分にマスターした知識と、客の意向を察する長年のカン、サービスの心構えが賣上げを決定してゆくのである。

