





2



ラジオの戦後復興から 黄金時代へ

岡部 匡伸

(日本ラジオ博物館)

- 
- 1 はじめに
 - 2 放送とラジオ受信機の戦後復興
 - 3 民放開局前夜のラジオ受信機の変容
 - 4 民放開局と5球スーパーの流行
 - 5 まとめ

1 はじめに

昭和20年代(1945～54年)¹⁾の前半は進駐軍による放送の民主化が進んだ復興の時代、後半は電波三法の成立により民間放送が始まり、現代の放送の形ができた時代であった。昭和30年代(1955～64年)に入ってテレビの普及が始まる前の1957(昭和32)年ごろまでが、ラジオがお茶の間の主役だった「ラジオの黄金時代」であったといえる。

このように昭和20年代は、ちょうど真んかでメディアの状況に戦前からの放送協会の独占から民放との共存という大きな変化が生じた。本稿ではこの10年間を中心に戦時中から高度成長が始まるまでの1940～50年代に、ラジオ受信機の技術や普及にどのようなことが起こったかを時系列に沿って検証していくことで、メディアの変化とハードウェアの変化との関係を探っていく。この時代、日本の家庭用ラジオのハードウェアの技術面では、1955年にトランジスターラジオが量産されるまで大きな進歩はないといってよい。このため、この時代のラジオ受信機の変化は、技術開発によるものではなく、社会状況によりもたらされたものとしてよい。その意味でもメディアと技術との相互関係を見るのに良い時代であるといえる。

2 放送とラジオ受信機の戦後復興

(1) 終戦直後の放送とラジオ受信機

1945(昭和20)年8月15日正午、玉音放送によって多くの国民が太平洋戦争の終結を知った。これ以降、ラジオの戦後復興が始まった。26日以降進駐した連合軍は多くの施設を接収したが、放送協会に対しても31日に放送施設の提供を命令した。2日後の9月2日に戦艦ミズーリ号上で

降伏調印が行われ、日本は正式に敗戦となった。18日には禁止されていた短波受信の解禁が命令され、22日にはラジオコード「日本ニ与フル放送準則」が出され、占領下の放送の基準が示された。

このように進駐軍主導で放送の戦後復興が行われた歴史はよく知られているが、これをラジオ受信機の復興という観点で見ると少し事情が異なってくる。まず短波受信の許可について、GHQの命令が出た18日当日に閣議決定と発表が行われた（無線と実験編集部1946：31）が、閣議了解は9月8日に得られていたという（郵政省編1961：408）。そして年が明けて1946年1月には東京で海外放送を聴けるラジオを集めた「全波受信機²⁾ 展覧会」が開催され、22社から試作品が展示され、多くの観客を集めた（中山1946：1）。1945年末には、当局と放送協会、業界団体が協議して策定した標準受信機の「仮称 国民型受信機規格」が発表されている（石川1946：3）。いずれもGHQの命令により動いたというには早すぎる動きではないだろうか。この国民型受信機規格は、戦時中の真空管の品種整理案（田尾1942：2-10）および、逓信省が検討していた資材節約型標準受信機規格（平野1942：68）が基になったと考えられる。また、全波受信機については、短波受信が禁止されていた戦前から産業振興の面から許可すべきとの論調があり、戦時中に、電気通信協会が全波受信機輸出調査委員会を設けて検討を続けていた（電気通信協会1939）成果が戦後すぐに花開いたと考えられる。

日本の放送、ラジオ受信機関係者は、GHQの命令を待つだけでなく、自主的にラジオの戦後復興の歩みを始めたといえよう。

(2) ラジオの戦争による被害と復興

戦前の1940(昭和15)年、聴取契約は500万を超え、ラジオの世帯普及率は全国平均で34%、市部では59%になり、かなり普及していた（日本放送協会編1941：279）。戦果のニュースへの関心もあって聴取者は増

加し続けたが、民需用の資材は制限され、ラジオの生産は太平洋戦争が始まる1941年末を境に低下しはじめ、同時に聴取者の増加数も減少しはじめた。加えて、大規模な空襲によって全国で聴取者の21%にあたる151万台のラジオが焼失した。この影響もあって1945年の聴取契約者の伸びは対前年比で25%、170万件のマイナスとなった。マイナスとなったのは放送開始から初めてのことだった（日本放送協会編1947：144）。たとえば焼失をまぬかれても真空管などの補修部品の不足のため故障で使えないラジオが多かった。1946年5月にNHK³⁾と文部省が共同で実施した学校放送受信機の実態調査によると、動作状態の悪いラジオが全体の58%あり、その3分の1は全く聴こえないという状態であったという（柿崎1947：6-7）。ラジオを民主化の重要なツールと考えていた進駐軍は同年2月に300万台ものラジオの生産を指示した。失われた分の埋め合わせ+新規需要分の生産を指示したということだろうが、ラジオの生産台数のピークは1941年の約94万台で、年100万台を超えることはなかった。300万台は、この生産能力が温存されていたとしても、とうてい不可能な要求だった。

生産には困難を極めたが膨大な需要があるという状況で、ラジオの生産は再開した。最大手の松下電器は1945年9月には戦後初のラジオ受信機R-1型の生産を開始した（松下電器産業編1953：74）（写真1）。

これは戦前から普及していた最も簡単な4球再生式だったが、短波受信の開放に合わせて海外放送を聴ける全波受信機も続々と発表された（写真2）。

1945年8月後半から10月の間の生産量はわずか800台であったが、11月以降生産が本格化し、12月までに1万2,000台ほどのラジオが生産された（日本放送協会編1947：113）。

旺盛なラジオの需要に対して、平和産業への転換を模索していた軍需産業の大企業や、新興の中小企業がラジオ産業に参入し、新製品を市場に投入した（写真3, 4）。

写真1



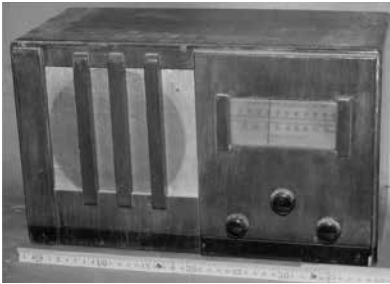
ナショナルR-1型 4球再生式
松下電器産業(株)無線製造所 1945年12月

写真2



ビクター5AW-1型「黎明」5バンド5球スーパー 日本ビクター(株) 1946年 ビクターの戦後1号機のひとつ。

写真3



トヨタK-2-C 国民型2号A受信機
トヨタ自動車工業(株)刈谷南工場 1947年
自動車生産を禁止され、平和産業転換のために電装品工場で生産したもの。(この工場は現在のデンソーである)

写真4



タック (TAC) 国民受信機
東京工芸(株) 1947年
ユニークなデザインで新規参入した中小企業の製品だが、長続きしなかった。

(3) 国民型受信機 戦後の標準型ラジオ

戦後すぐに発表された原案を基に標準型ラジオの規格が決められた。これが「国民型受信機」である。この説明の前に、戦前からの日本のラジオの技術水準について述べる。日本では、全国共通の放送協会だけの放送だったために高い選択度も高感度も必要なく、安価ではあるが性能が低い

再生式受信機が生産の9割を占め、主流だった。この方式は、検波した高周波信号を入力側に正帰還して加算することで感度を上げることができる。帰還量は調整でき、多いほど感度が上がるが、帰還しすぎると発振してしまう。帰還回路がアンテナに直接つながっていると送信機になってしまい、周囲のラジオに再生妨害を与える欠点がある。

これに対して欧米のラジオは、戦前から多局化や遠距離受信に対応するために、現在でも広く使われているスーパーヘテロダイン式（以下スーパー）が主流となっていた。この方式は受信した電波の信号を直接検波せず、一定の中間周波数に変換してから増幅、検波するため、幅広い帯域の周波数を直接処理するよりも選択度、感度を改善できるが、回路が複雑で技術的に難易度が高く、コストがかかる。

安価なラジオで受信できるように地方局を整備してきた放送協会にスーパーのような高級受信機を普及させる意思はなく、推奨しなかった。再生式受信機のなかでも安価な普及品の「並四」⁴⁾と呼ばれたラジオは、調整を誤ると再生妨害を起こして周囲のラジオに障害を与えるため、放送協会でも対策に苦慮していたが、それでも妨害を発生しない高級受信機を普及させようとする動きはなかった。このため、戦前期に家庭用の普及型ラジオに大きな進歩はなかった。

戦後の標準型受信機は欧米のようにスーパー受信機とすべきだったが、当時の経済状況、技術水準から実現は不可能なため、高周波1段増幅付きの4球再生式（高一といい、並四よりは高感度で妨害を起こしにくい）を標準と定めた。高一は、戦前は中級機だったので、この時代としては大きな進歩であった。日本通信機械工業会は1946年に9種類の国民型受信機の規格を定めた（結城1947：23）（表1）。

1号は戦時中の放送局型第123号受信機と基本的に同じものである。1938年に始まった「放送局型受信機」は、放送協会がナチス・ドイツの「国民受信機」制度を参考にした、安価で高品質なラジオの普及のために、標準化した仕様のラジオを指定したメーカーすべてに製造させる制度に

表1 国民型受信機一覧

名称	形式	感度階級	電源	スピーカー
1号	高一	微電界	トランスレス式	マグネチック
2号A	高一	微電界	トランス式	マグネチック
2号B	高一	微電界	トランス式	マグネチック
2号C	高一	微電界	トランス式	マグネチック
3号	高一	微電界	トランス式	ダイナミック
4号A	高一	微電界	トランス式	ダイナミック
4号B	高一	微電界	トランス式	ダイナミック
5号	並四	弱電界	トランス式	マグネチック
6号	高一	微電界	トランス式	マグネチック

著者作成

よって作られたラジオである。当初は高品質を目指していたが、戦時下の統制に合わせて、資材節約を目的とした戦時型の標準受信機に変容した。放送局型のなかでも第123号は、真空管のフィラメントを直列にすることで金属を多く使う電源トランスを省略したトランスレス式の高一再生式の機種で、戦時中最も多く生産されたラジオとなった。国民型1号は戦時中のような統一規格品ではなく、外観や構造はメーカーが決めることができた（写真5）。

写真5



シャープ国民型1号受信機
早川電機工業(株) 1946年
戦時中の放送局型第123号受信機を手直した戦後の国民型受信機。

2号と4号はヒーター電圧6.3Vの真空管を使う標準的な機種、2号が普及型で4号が高級型である。2号B、Cと3号は変則的なモデルで事例は少なかった。5号と6号は、戦前のヒーター電圧2.5V系の旧型真空管を使うモデルで、原案にはなかったが、真空管の供給状況から追加されたものである。5号は普及型の「並四」、6号が「高一」である。

「並四」ラジオの再生妨害は近所のラジオだけでなく、GHQの通信にも障害を与えたため、「並四」の生産は禁止された。このため1947年に国民型受信機規格が改正されて5号は廃止され、旧式の6号や細かいバリエーションも整理されて1号、2号、3号、4号A、Bの5種類になった（日本通信機械工業会1947：1）。

国民型受信機は戦時中の放送局型受信機の後継として「標準受信機」とされ、放送協会認定⁵⁾を受けたものは免税措置を受けられることになった。この優遇策もあって、1946年から47年にかけて多くの認定を受けた国民型受信機が発売された（写真6、7）。

写真6



日立TTB-42型 国民型4号
（株）日立製作所 1946年 平和産業に転換した日立が発売した高級な国民型受信機。戦後認定1号機。

写真7



ナショナル4M-103型 国民型6号
松下電器産業（株）1947年 旧型真空管を使う国民型受信機。ラジオの大メーカーが多い関西で多く作られた。

(4) 全波受信機とスーパー受信機

短波聴取の解禁を受けて、多くの全波受信機が発売された。戦後すぐの高級受信機は**写真8**のように1940年ごろにアメリカで流行した、ダイヤルが上部角にあるデザインが多かったが、ラジオを高い位置に置く日本の習慣に合わなかったためか、すぐに正面にダイヤルがあるデザイン（**写真9**）が主流となり、一時的な流行に終わった。

全波受信機は高価だっただけでなく、海外放送を積極的に聴取する聴取者は少なく、実際には売れなかった。物資不足のなかで旺盛なラジオ需要にこたえるなら全波受信機よりも、普及品に力を入れたほうがよさそうであるが、当時多くの全波受信機が発売されたのは、実用性というより、高度な製品を作れるというメーカーのステータスであり、戦時中、思うように物が作れなかった技術者にとっても短波が「解放」され、自由に高性能なものが作れるという熱い思いの表れだったのではないだろうか。

1947年9月、日本通信機械工業会（CEMA）は、再生式国民型受信機の上位規格として、中波スーパー受信機の「スーパー級国民型受信機」規格を制定した。この規格ができたことで、従来の再生式国民型受信機は

写真8



テレビアン210号全波受信機 1号C級スーパー 山中電機(株) 1947年ごろ
CEMA規格名を名乗った全波受信機、デザインはアメリカ風。

写真9



ナショナル8A-1型 3バンド8球スーパー 松下電器産業(株) 1946年 松下の全波1号機、額縁状のダイヤルが正面にあるこの形が、その後の国産ラジオの基本形となる。

「普通級国民型受信機」とされた。この規格によって、中波スーパー受信機の基礎が確立された。標準型スーパー受信機は、周波数変換－中間周波増幅－検波増幅－電力増幅－電源整流の5本の真空管で構成されたことから、「5球スーパー」と呼ばれた（写真10）。

メーカーの努力もあってスーパー受信機の生産は増加し、1948年中に統計上は再生式受信機を生産数を超えるが、ラジオの生産そのものが少なく、絶対数としてはまだまだ小さかった。

写真10



フタバFKS型 スーパー級国民型受信機
双葉電機(株) 1948年
規格どおりのスーパー級国民型受信機を名乗る普及型5球スーパー受信機。

(5) 逓信省型式試験の開始

終戦直後のラジオの品質は極めて低かった。このため、NHKの任意認証制度である放送協会認定に代わって、1948年1月の逓信省令第1号により放送用私設無線電話規則が改正され、市場に出されるラジオ受信機は同年4月1日より逓信大臣の行う型式試験に合格することが必須となった（近藤1948：1）。放送の草創期に実施された型式証明制度の再来である。自家用の自作品は免除されたが、販売するラジオはすべて対象となり、ラジオが付いていれば高級電蓄や拡声装置まで含まれた。この点が普及のみを対象とした放送協会認定とは異なる。

ところが、最初に一流メーカーから提出された20台の製品がすべて不

合格という事態となり、施行期日を2か月延期するとともに検査規格を緩和して仕切り直しとなった。その緩和規格でも合格率は60%であったという（谷村1948：23-24）。今では考えられないが、これが当時の日本製品の現実であった。この制度によって1948年5月から翌年11月までに289機種種の試験に合格したメーカー製ラジオに1番から合格番号が付与された（写真11）。1949年6月1日に逓信省が電気通信省と郵政省に分割されたため、最後の合格品には、「電通省型式試験」と表示されたものもある。

写真11



逓信省型式試験合格第145号
ゼネラル5NS-2型 普及型5
球スーパー
八欧無線電機(株) 1948年
当時新興メーカーとして急成長
しはじめていた八欧無線（現富
士通ゼネラル）の普及型5球
スーパー。

3 民放開局前夜のラジオ受信機の変容

(1) ドッジ・ライン不況とラジオ産業の淘汰

NHKは1949(昭和24)年に受信施設調査を実施した。聴取者1万件を抽出して訪問調査するという大規模なもので、97%の有効回答を得ている（日本放送協会編1950：354）。これによると、聴取者の92%は再生式受信機を使い、このうち「並四」クラスの割合が半数を超えていた。また、聴取者の約半数は戦前の古いラジオを使用していた。スーパー受信機の生産は増えていたが、全聴取者数に対して5%程度でしかなく、置き換えは進んでいなかった。戦後、多くの地方局で第2放送が開始されてい

たが、第1、第2放送に加えて進駐軍放送もあった都市部を除けば大半の地域の受信環境は戦前と変わらず、高価なスーパー受信機の選択度は必要なかったのである。

生産が順調に回復したため、1948年10月8日にはラジオおよびラジオ部品の価格統制が撤廃され、自由販売となった。多くの新規参入の効果もあって戦前の生産能力に近い体制に戻ったが、インフレで簡単に買えない価格になり、需要が減少したところに統制の撤廃で生産過剰になって乱売が発生したという負の側面もあった（中島2008：22）。

1949年に入ると、食糧事情の危機的状況はGHQの放出物資の効果などもあって徐々に落ち着きを取り戻してきたが、悪性インフレによる物価の上昇は止まらなかった。このため、同年3月7日、インフレを抑制するため強力な金融引き締めが行われた。GHQ経済顧問として来日したジョセフ・ドッジが勧告したため、その名を取って「ドッジ・ライン」と呼ばれる。これによって日本経済は一気に深刻な不況となり、会社の倒産が相次いだ。しかし、この施策により急騰し続けた物価は安定し、その後の経済復興のきっかけとなった。

ドッジ・ライン不況によって戦後増加し続けたラジオの聴取者数、生産台数とも急ブレーキがかかり、聴取加入数の伸びは半減した。急速なインフレのなかで借入金に頼って経営していたメーカーは、金融引き締めと需要の急減により資金繰りがままならなくなった。

1949年の年頭に50社あったメーカーは1950年に入ると31社になり、同年5月には17社と約3分の1に減った。メーカーが急速に減り、生産台数は半減したが、1社当たりの生産台数に大きな変化はなかった。つまり寡占が進んだということであり、月産1,000台以上生産した松下電器など上位5社のシェアは72%にも上った（日本放送協会編1950：381）。資金力の弱い中堅、中小企業が淘汰されただけでなく、平和産業転換のために戦後参入した大企業のラジオ事業も不振を極め、多くがラジオ部門を分離、整理した。トヨタなど異業種から参入したラジオ事業も1950年ま

でに多くが撤退した（中島2008：24）。

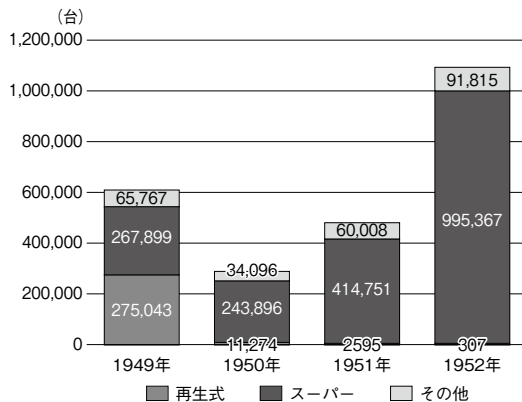
家庭用ラジオ市場は巨大だったが大資本による寡占の傾向が強まった。この淘汰を生き延びた会社には、大手が手掛けないカーラジオなどに転向したメーカー（帝国電波、のちのクラリオン）や、ソニーやカシオのようにラジオに本格的に進出せず、独自の製品を開発した会社があげられる。

（2）再生式からスーパーへ

ドッジ・ライン不況はラジオ産業の淘汰の引き金を引いたが、単なる不況による企業の淘汰ではなかった。民放の開局が確実になったという状況が、別の変容をもたらしたのである。単なる不況であれば高級品が売れなくなりそうだが、高級品であるスーパー受信機の台数にはほとんど変化がなく、安価な再生式受信機が激減している（図1）。業界の淘汰は旧式なラジオを作っているメーカーを狙い撃ちした形になった。

1949年には、翌年の放送法成立後に民間放送が許可され、都市部ではNHK第1、第2放送、進駐軍放送のほかに1ないし2局の民放が開局する

図1 ラジオ生産台数の推移（通産大臣官房調査）



著者作成

ことが確実になった。この状況では再生式受信機では分離が悪く、混信により実用にならないことが予想された。放送法の国会審議のなかでもこの問題が頻繁に取り上げられスーパー受信機への切り替えが議論された。

これらの報道などを通じて、大衆の間に「民放ができれば再生式受信機は使い物にならない」という認識が広まった。実際には広く普及している旧型ラジオを考慮して余裕を持った周波数割り当てを検討していたが、旧式の再生式受信機といっても、新品で5,000円くらいはした。大卒初任給に相当する高額商品だったのである。使えなくなるといわれたら売れるわけがない。地デジが始まる直前の、黄色い警告ラベルが付いたアナログテレビのことを考えてみれば想像がつかだろう。産業合理化審議会通信機部会では、1950年度のラジオ有効需要予測を再生式67%、スーパー他33%と予想していた（無線通信機械工業会1950：29）が、現実には再生式4%、スーパーが96%という、再生式ラジオのメーカーにとって残酷な結果だった。再生式の多くを不況の影響を受けやすい中小企業が生産していたことに加え、民放開局のニュースが、戦前からラジオ市場の主流であった再生式受信機の市場を消滅させた。再生式受信機に打撃を与えたのはこれだけではない。表に出ない最大のライバルが存在したのである。

(3) 組み立てラジオの流行 隠れたトップメーカー

戦災で大量のラジオが焼失し、膨大な需要が生じたが、ラジオや電蓄には高率（ラジオが30%、電蓄に80%：1947年）の物品税が課せられていたため、メーカー製のラジオや電蓄は割高であった。このため、ラジオ商やアマチュアが部品を集めて組み立てればメーカー品の小売値の3分の1程度の原価でラジオを作れた。

ラジオ組み立て向けの部品の小売りも盛んになった。スーパー受信機の需要が増えるなかで、スーパー用のコイル、ダイナミックスピーカー⁶⁾などの高級部品を手掛ける、新興の部品メーカーが急成長しはじめた。こ

のなかには、現在世界的な電子部品メーカーや、音響・映像機器メーカーに発展したものも多い。

部品を集めて組み立てれば安価にラジオを入手できたが、技術が必要で誰でもできたわけではない。1949年度受信施設調査によると、ラジオを「自作」したという回答は6%程度でしかない。ほとんどの聴取者はラジオを「購入」していたのである。

図1に掲げた生産台数は、実は通産省に登録したメーカーのみである。無線通信機械工業会は大企業を中心とした登録メーカー以外に、中小企業を中心としたほぼ同数の登録外メーカーがあると推定し、登録メーカーと同等の生産規模があると見ていた⁷⁾。登録外メーカーのなかでも、特に零細なラジオ商や修理業者が自身で、または少数の作業者を集めて家内工業的に組み立てたラジオを、物品税を払わずに販売することが横行し、月産3万～5万台が供給されていたという（無線通信機械工業会1950：9）。部品として専門メーカーからキャビネットが販売され、体裁はメーカー品に近いものが作れた。零細企業の組み立てたラジオは、生産台数だけでは、トップの松下電器を超える、隠れたトップメーカーであった（写真12）。

写真12



零細メーカーの5球スーパーメーカー不明 1955年
キットを組み立てたようなラジオだが、製造番号 (No.38) が入った銘板が付いている。

5球スーパーの部品代は3,000円程度だったので、手間と利益を乗せても、1万円以上する物品税を払っているメーカー品の半額で売れたのである。5,000円程度というと、ちょうどメーカー品の再生式受信機の価格で

ある。ブランドにこだわらなければ再生式受信機の価格で5球スーパーを買えたのである。当時はメーカーのサービスが未成熟な時代で、ラジオは販売店で修理していた。無名品でも自分で組み立てたものを修理するのだから何の問題もなかった。

4 民放開局と5球スーパーの流行

(1) 電波三法の成立と民放の開局

1950(昭和25)年6月1日、「電波法」「放送法」「電波監理委員会設置法」の、電波三法が成立した。翌年4月21日、民間放送局16局に予備免許が与えられ、9月1日、中部日本放送(名古屋)と新日本放送(大阪、現毎日放送)によって日本初の民間放送が開始された。民放はその後続々と各地に開局して2年後には32局となり、今に続くNHKと民放が併存する体制が始まった。

放送法成立に先立って、1950年3月31日をもってNHKの「放送協会認定」や「ラジオ相談所⁸⁾」、「指定ラジオ店⁹⁾」などの受信機業務は廃止された。NHKの受信機業務は、技術研究所による技術開発および普及啓発や聴取障害対策を中心とする聴取者業務のみが残された。長い間ラジオ業界に影響を持っていたNHKの機能が急に失われたことは大きな影響があったと思われる。「指定ラジオ店」制度を自治体が肩代わりしたと思われる「長野県指定ラジオサービス店」が存在したことが確認されている(写真13)。この制度については看板が発見されたのみで、詳細は不明である。

写真13



「長野県指定ラジオサービス店」看板
木製

(2) スーパー受信機の普及

メーカーは、民放開局にあわせて1万円を切る普及型のスーパー受信機を発売、売り込みに努めた（写真14）。

写真14



ナショナルUS-200型 民間
放送2号型5球スーパー
松下電器産業(株) 1951年

前年に始まった朝鮮戦争の特需による景気回復もあってラジオの生産は図1に示すように回復し、1952年には戦前の水準を超える100万台を記録した。民放の影響でNHKの人氣が落ちるということはなく、NHKの新規加入も順調に増え、同じ年に聴取者1,000万を超えた。ラジオの普及率も戦前の最大値の50.4%（1944年）を大きく超えて60%台に達していた。1952年度受信施設調査では、スーパー受信機の割合が32%になっていた（日本放送協会1953：50）。新規販売のラジオはほぼすべてがスーパー受信機になり（図1）、再生式受信機は1953年以降統計から消えた。

このころ、まだラジオの輸出はほとんどなく、経済が戦前の水準を超え、「戦後は終わった」といわれるのはまだ数年先のことである。戦前のピークに届かない低い経済水準であっても放送の多様化によってラジオは経済一般よりも早く復興し、戦前には特殊な高級品で、多くても10%程度のシェアでしかなかったスーパー受信機が大量に売れたのである。

部品や回路の標準化が進み、5球スーパーの回路構成にメーカーごとの

違いはほとんどなくなった。技術に大きな差がなければ、デザインなどの商品企画力と販売力で差をつけるしかなく、中位以下のメーカーが大資本と競争するのは困難になった。この時代の各社の商品構成を見ると、小型ラジオから高級電蓄まで幅広いラインナップをそろえる大手と、わずかな機種しか持たない中位以下の商品力の差が現れている。高度成長が始まる前の市場は松下（ナショナル）、早川（シャープ）、東芝、八咫（ゼネラル）の4社の寡占体制だった。その市場に1952年に三洋電機（サンヨー）が、翌年大阪音響（オンキヨー）が進出した。この新規参入組の新製品は対照的で興味深い。サンヨーは量産性の高いプラスチックキャビネットを開発して低価格の小型ラジオ（写真15）で参入し、オンキヨーは自社のハイファイ用スピーカーユニットを生かして、音の良い高級ラジオ（写真16）で参入した。

写真15



サンヨー SS-52A型 三洋電機(株) 1952-53年

写真16



オンキヨー OS-55型 大阪音響(株) 1953年

この時代の標準的な5球スーパーは、幅40cm程度の木製キャビネットに収められたものだった。真空管は1930年代から変わらない旧式なST管が使われていた。アメリカでは1930年代にGT管への置き換えが始まり、1940年代には小型化したミニチュア管（以後mT管）が実用化された（写真17）。これにより安価な小型ラジオが一般的になっていた。

mT管は戦後になって国産化され、ポータブルラジオ用の品種から実用

写真17



真空管のサイズ比較
左：ST管（6ZDH3A）、
中：GT管（6SQ7-GT）、
右：mT管（6AV6）

化された。1950年代に入ると据置型ラジオ用の品種も発売され、1956年には生産の70%を占めるようになった。

mT管の量産によって真空管式ポータブルラジオの生産が増えるが、電池が高価なために国内では普及せず、多くが輸出された。カーラジオも国産品が出回りはじめるが自動車が普及していないため、絶対数は少なかった。本稿ではポータブルラジオとカーラジオについては省略する。

1951年から53年にかけて、低価格で高性能のラジオの普及を目指して電波技術協会のラジオ受信機調査委員会が、NHK技術研究所の協力を得てメーカー各社にラジオセットの試作を依頼し、研究調査が行われた結果、mT管を使用した5球トランスレススーパー受信機を推奨することになった。

長い間ぜいたく品とされてきたラジオは、やっと生活必需品とされ、1953年に5球以下の中波ラジオについては物品税が5%に引き下げられた。メーカー品のラジオの価格が下がったことで、部品の売り上げばかりが多く、脱税した手作りラジオが横行した市場は改善していった。

電波技術協会の試作品をベースにした小型トランスレススーパー受信機は1955年ごろから本格的に発売されるようになった。これらの小型ラジオのなかには物品税の免税点を切る従来の半額程度の低価格で販売されるものも現れ、「免税ラジオ」と呼ばれた（写真18）。

写真18



ゼネラル5S-49型
八欧電機(株) 1955年
「免税ラジオ」の代表的なモデル。
6,300円で発売された。

(3) 民間の短波放送の始まり

1954(昭和29)年8月27日、日本初の民間の短波放送局である日本短波放送(NSB, 現ラジオNIKKEI)が開局した。容易に全国放送ができる短波の特性を生かして、中波放送と競合しにくい宗教, 株式, 教育などの独特なプログラム編成を特徴とした。現代の地上波テレビに対するBS放送のような存在といえよう。昭和20年代最後の年, 民放開局後3年目にして, ラジオ放送はより多様性を高めたのである。

NSB開局の翌年, それまで, 海外放送を聴く特殊なぜいたく品だった全波受信機の物品税率が2バンド機に限って中波ラジオと同じ5%に引き下げられ, 低価格化した。1957年には中波専用と短波付きの生産台数が逆転し, 1950年代末には90%が短波付きとなった。

(4) ハイファイ・ブームと高級ラジオの流行

1950年代に入ると高忠実度を意味する「ハイファイ」が流行語になった。しかし, 電蓄もレコードも高価でFM放送はまだなく, AM放送は重要な音楽ソースだった。1954年以降, 高音質化のために広帯域AM放送が始められた。

1955年以降, ハイファイ・ブームのなかで良い音で放送を聴きたいと

いうニーズに応えるための、豪華な大型ラジオが流行した。「ハイファイ・ラジオ」と呼ばれたこれらの製品は大型スピーカーを搭載するだけでなく、高感度になっているのも特徴である。民放がない、または少ない地方の富裕層に、遠い都会の民放局を聴く需要が発生したためと思われる。戦後、需要を満たすのに精いっぱいだった日本のラジオは、やっとな質を追求する時代になったのである（写真19）。

写真19



ナショナルUA-720型
松下電器産業(株) 1957
年 3万7,500円
この年の松下の卓上型
ラジオの最高級モデル。
幅61cmもある。

豪華なハイファイ・ラジオの流行は1957年ごろにピークを迎え、50年代末には終わった。ラジオの聴取契約のピークは1958年である。ラジオの全盛期はテレビの急速な普及によって終わり、聴取者は減少傾向となったが、同時期に持ち運びが容易なトランジスターラジオが急速に普及することで、ラジオの性格がパーソナルなメディアに変わっていったのである。

5 まとめ

ここまで放送に大きな変化があった時代のラジオ受信機について見てきた。1950年代前半、戦前に届かない低い経済水準であっても戦前に普及しなかった高級受信機が大量に売れた。この理由は民放の開局により放送

が面白く、多彩なものになったことであろう。特に画一的な全国放送中心だったNHKに対し、各地の民放は地元に着した放送内容で人気を博した。民放の開局は、多局化した都市部だけでなく、地元民放のない地方にも、遠方の放送を聴くために高感度、高選択度のラジオの需要をもたらした¹⁰⁾。このような好循環の陰で、NHKしかなかった時代に圧倒的なシェアを誇っていた再生式ラジオの市場が短期間で消滅した。まさにコンテンツがハードウェアの生殺与奪の力を持っていたのである。

淘汰される側には死活問題だが、この激変は決して後退ではなく、聴取者の情報量が豊かになるなかで発生したことに注意が必要である。これは現在の放送とネットの関係にも同じことが言える。

では、将来放送はネットに淘汰されるのだろうか。この問いへの答えとして、本稿を終えるにあたって、戦後ラジオの街となった秋葉原に触れたい。終戦直後、国鉄秋葉原駅付近の焼け跡にラジオ部品を売る闇市ができた。高度成長期に入ると露店はガード下に入って独特な部品商街を構成し、元からあったラジオの卸問屋が一般客にテレビなどを安売りする「電気街」ができた。その後、卸問屋は家電量販店に成長し、主力商品がオーディオ、ビデオ、パソコンなど時代に合わせて変化し、最近はゲームなどのコンテンツが主力となっている。この街はいつの時代でも新しいものを求める若者で活気にあふれている。放送はすでに新しいメディアではないが、秋葉原のように常に変化しながら人々のニーズをとらえることができれば、その価値が失われることはないだろう。現にラジオは1960年代後半に番組編成を総合編成から聴取者別編成に変更したことで、テレビにお茶の間から追い出されてもパーソナルなメディアになり、現代まで生き残ることができたのである。

注

- 1) 本稿では1945年8月15日から「昭和20年代」として扱う。
- 2) All Wave Receiver の訳語で、本来は、30MHzまでの短波帯全部を受信できるラジオを示すが、中波に加えて、海外放送を受信できる短波帯を備えたラジオを全波受信機またはオールウェーブと呼ぶことが多かった。
- 3) NHKの略称が決められたのは1946年3月からである。本稿ではこれ以前の時代についての記述の場合、「放送協会」と表記した。
- 4) 受信した信号を再生検波して増幅するだけの簡単な回路のラジオが1930年代から普及した。検波に増幅が2段、電源の4本の真空管で構成される安物ということから、業界の俗語として「並四」と呼ばれた。検波回路がアンテナに直接つながっているため、妨害を起こしやすいかった。
- 5) 放送協会は、ラジオおよび部品の品質向上のために、1928年からメーカーが提出したサンプルを試験し、合格した製品に認定を与える任意認証制度としての「放送協会認定制度」を始めた。認定制度はカテゴリや試験規格を改正しながら戦後まで続いたが、1948年の通信省型式試験制度開始以後は受信機の認定がなくなって部品のみとなり、放送法成立にともなって廃止された。
- 6) 現在広く使われている可動コイル型のスピーカー。戦前までは電磁石で励磁するフィールド型が主流で、高価だったため、性能が劣る可動鉄片型のマグネチック・スピーカーが主流だったが、戦後、戦時中に開発された永久磁石の技術が民間に転用されて、パーマント型が発売されるようになって普及した。
- 7) 参考文献（無線通信機械工業会1950：9）による。登録外メーカーの規模については、業界の調査や真空管の生産数などから推定したと思われる。
- 8) 放送が始まったころのラジオの品質が低く、故障による聴取廃止が増えたため、放送協会は一般聴取者のラジオの故障診断や点検、ラジオ商や修理業者の指導のために技術者を常駐させたサービスセンターを設置した。1948年には全国で96か所の相談所があり、36万件の相談を処理していた（日本放送協会編1949：253）
- 9) 放送協会が一定レベルの技術力と設備を持ったラジオ商を推奨するために指定したもので、1948年には全国で3,407軒あった（日本放送協会編1949：254）。単に優良店の推奨というだけでなく、相談所と同等の業務を安価な料金で取り扱い、ラジオ相談所を補充する役割もあった。
- 10) 長野市在住の70代の男性の証言によると、地元局で放送されない野球のカードが東京で放送されるというときは、自宅の古いラジオで東京の放送を聴けないので、高級ラジオがある家に行って東京の野球放送を聴くことがあったという。各地の民放が地元のチーム中心のカードを放送する野球は相手チームのファンにも遠くの局を受信しようとするきっかけになったのである。テレビがある家に集まって見たというテレビ草創期の話は有名だが、民放草創期に、地方ではラジオをほかの家に聴きに行くということもあったのである。

参考文献

- 電気通信協会（1939）『電気通信』第2巻第6号
- 平野善勝（1942）「有線放送用標準受信機制定に対する参考受信機」『無線と実験』第29巻第7号
- 石川武三郎（1946）「全波・短波受信機の解禁について」『無線と実験』第33巻第2号
- 柿崎守彦（1947）「学校放送受信機の現状」『電波科学』復刊第1号
- 近藤善三郎（1948）「ラジオ受信機の型式試験について」『無線と実験』第35巻第4号
- 松下電器産業編（1953）「試練に立つ」『創業三十五年史』第6章 松下電器産業
- 無線と実験編集部（1946）「ラヂオ受信機規格決定」『無線と実験』第34巻第6号
- 無線通信機械工業会（1950）「1950年度ラジオ工業調査資料」無線通信機械工業会
- 中島祐喜（2008）「ラジオ産業における生産復興の展開」『経営論集』71号
- 中山龍次（1946）「新日本建設の先駆」『無線と実験』第33巻第3号
- 日本放送協会（1953）「昭和27年度受信施設調査」『テレビラジオ年鑑』1954年版 テレビラジオ新聞社
- 日本放送協会編（1941）『ラジオ年鑑』昭和17年版 日本放送出版協会
- 日本放送協会編（1947）『ラジオ年鑑』昭和22年版 日本放送出版協会
- 日本放送協会編（1949）『ラジオ年鑑』昭和24年版 日本放送出版協会
- 日本放送協会編（1950）『ラジオ年鑑』昭和25年版 日本放送出版協会
- 日本通信機械工業会技術部（1947）「新規規格国民型ラジオ受信機の解説」『電波科学』復刊第7号
- 谷村功（1948）「放送聴取用受信機型式試験の現状」『無線と実験』第35巻第10号
- 田尾司六（1942）「受信用真空管の整理」『無線資料』第7巻第12号
- 結城義雄（1947）「国民型受信機（其の一）」『無線と実験』第34巻第1号
- 郵政省編（1961）「放送の監督」『続通信事業史（六）』第7章第4節 郵政省



岡部 匡伸 (おかべ・ただのぶ)

日本ラジオ博物館 館長。1986年アキュフェーズ株式会社入社、現職。技術部勤務。

2007年より同社勤務のかたわら、「日本ラジオ博物館」を主宰。

主な論文：

『生産統計、聴取者統計に見るラジオ受信機普及状況』電気学会
電気技術史研究会 HEE-97-1 1997年／『ソルゲ事件で使用された無線機の復元』電気学会 電気技術史研究会 HEE-99-19 1999年／“The History of Japanese Radio (1925-1945)” AWA Review Vol.24 2011