

大阪万博の「夢」の家電は「現実」となったのか？

—大阪万博の企業パビリオンの出展のあり方から考える—

西田隆政（甲南女子大学）

1 はじめに

1970年大阪で開催された日本万国博覧会（以下大阪万博と略称）は、今もって語り継がれる昭和史の一コマである。そこには、世界各国から数多くのパビリオンが出展され、会場を彩った。そして、日本国自身も全力を挙げて取り組んだイベントだけに、政府の公式パビリオンだけでなく、日本を代表する数多くの企業やグループがパビリオンを出展した。

「人類の進歩と調和」というテーマのもとで、各企業は、工夫をこらした展示を行った。その具体的な有様については、平野（2014）等で詳しく説明されている。本稿は、そのような企業の中でも、「夢」の家庭電化製品（以下家電と略称）を展示に尽力した、三洋電機株式会社（以下三洋電機と略称）のサンヨー館を中心に、「大阪万博」での企業館をめぐる「夢」と「現実」の問題について、考えてみたい。

2 大阪万博の企業パビリオン

大阪万博には、日本国内から28館の企業パビリオンが出展された。その展示どのように行うのかという点では、各企業パビリオンで数多くの工夫が凝らされた。たとえば、地元関西の家電の雄である松下電器産業株式会社（以下松下電器と略称）は、松下館を純日本風のパビリオンとし、展示の中心となったのはタイムカプセルであった（平野 2014、p.142）。

そのような中で、自分たちのメインの商品である、家電を正面から展示に取り上げたのが、サンヨー館である。今でも全自動バス、通称「人間洗濯機」は語り草となっている。中学生であった稿者も入館して見学し、目をひきつけられた記憶がある。

3章では、その展示の有様について、見ていくことにする。

3 サンヨー館の展示

まず、平野（2014）で簡潔にまとめられた、サンヨー館の解説文を引用する。サンヨー館のテーマは「日本のこころ」で、大屋根の下に1階建ての和風のパビリオンが作られ、館のシンボルともなる、こいのぼりがはためいていた。

伝統民家をモチーフとした建物は周囲を意見囲まれている。「平和の池」と名づけられた池には、広島平和公園、富士山、セーヌ川、南極など、世界約80か国、1500か所から集められた水が注がれた。

館内や「ヤング・プラザ」「サン・プラザ」「ファミリー・コーナー」で構成されていた。「ヤング・プラザ」では「健康の鏡」が観客の姿を映し、「サン・プラザ」では人工太陽が明るく照らす中で小川のせせらぎ、小鳥のさえずりなど、日本の音が再現された。

呼び物は、最後の「ファミリー・コーナー」で、未来の家庭生活をイメージした4つの提案が注目を集めた。流線型のカプセルに座っているだけで超音波の自動入浴ができる「ウルトラソニック・バス」（人間洗濯機）、ボタン操作ひとつで調理から食事の支度まで行ってくれる夢の台所「フラワーキッチン」、家にいながらにしてビジネスやショッピングができるマルチディスプレイの操作卓「万能テレビ」、球形カプセルの中に休息と安眠に必要な機器類を凝縮させた「健康カプセル」の4つだ。とりわけ人間洗濯機の入浴場面は、大阪万博を象徴するシーンとして紹介されることが多かった。（p.150）

非常によくまとめられた解説で、当時実際に見学したものには、その様子が彷彿とされる。ここでは、4つの「夢」の家電の展示があったが、とりわけ、人々の印象に残ったのが「ウルトラソニック・バス」（以下通称の「人間洗濯機」を使用）である。平野（2014）でも、この4つの夢の家電の写真を掲載しているが、とりわけ大きなスペースをもって、「人間洗濯機」が紹介されている。

また、大阪万博を振り返る書籍類でも、取り上げられることが多

く、串間（1998）では「人間洗濯機」への入り方を詳しく説明した上で「頭はどうやって洗うのだ？」という、つつこみまでいれている（pp.157 - 158）。稿者も参加した、大阪大学 21 世紀懐徳堂編（2012）に収録された座談会でも、今も実物が残る大阪万博の展示物ということで、「人間洗濯機」が取り上げられている（p.140）。

このように、一度でも見た人々には強く印象づけられ、のちに写真などで知った人々にもインパクトを与える存在とあってよいであろう。しかし、この「人間洗濯機」は 50 年近くたっても実用化されそうにない。他の 3 つの展示物も、部分的には、その他の機器、たとえば、スマートフォンやパソコンによって、部分的に可能となったものはいくつもある。「万能テレビ」のビジネスやショッピングの機能、「フラワーキッチン」での家電類のリモートコントロール、「健康カプセル」の本人の健康状態のチェック等は、現在スマートフォン等を利用して十分可能な段階になっている。21 世紀の今では、これらの機能はすでに家電の役割ではなく、AI が人間をサポートするという方向で現実のものとなりつつある。それゆえ、この「夢」の家電が当時のそのままの形で実現されることは、今後ともないといえるだろう。

しかし、当時の同時代を生き残った人々にとっては、確かに「夢」の家電であった。我が家にこういうのがあったら、という想像は誰もがしたであろうし、10 年 20 年後には、普通の家庭にもこれに類するものがあるにちがいない、という予想もあったであろう。ただ、この「夢」の家電は「現実」のものとはならないだけでなく、「現実」のものとなってほしいと思う人も、今はもういないのではなかろうか。やはり、これらの展示は、その時代の人にとっての未来のイメージと理想を体現したものであったが、現代に生きる人々には、すでに過去のものとなってしまったのである。

続いて、大阪万博のパビリオンの中で、もう 1 館、生活を展示の中心としたパビリオンを紹介する。

4 日々の生活の展示

大阪万博では、日本を代表する企業やそのグループや業界グループがパビリオンを建設した。その中で、異色の存在が生活産業館で

ある。「朝な夕な……」をテーマに 33 の企業や団体が共同で出展した、六角形で構成されたパビリオンである（平野 2014、p146）。

サンケイ新聞大阪本社社会部編（1969）は、大阪万博開幕前夜の生活産業館出展までの様子を説明している。「中堅企業を集めた共同館をつくろう」（p.203）がその趣旨であった。昭和 42 年秋から具体的な作業に入り、通商産業省（現経済産業省）万国博準備室と大阪市の経済局が中心となって、財団法人「万国博共同出展協会」が設立された（pp.202 - 203）。

33 の企業や団体の中には、アルミ製品で著名な Y.K.K.吉田工業（株）、象印マホービン株式会社、ぺんてる大日本文具株式会社、ガス器具の株式会社パロマ、シューズの月星化学株式会社等（社名はいずれも出展当時の名称）、現在でも日本人々の生活を支える有力企業が多数参加している。これらの企業の製品が人々の朝から夕までの生活を支えるというテーマで展示がなされた。単なる企業の「見本市」にならないように工夫もされたようである。ただ、このパビリオンの展示自体は、他の企業パビリオンと比較すると、大きな話題となるほどのものではなかった。

串間（1998）によると、その中ではアポロ計画で使用されたサインペンの展示に黒山の人だかりがあったようである（p.158）。ぺんてるの出品であるが、この盛り上がりはアメリカ館の月の石をはじめとした宇宙の展示への興味からきたものと思われる。生活を展示するのは、どうしても地味なものとなり、夢や未来を売り物にする展示と比較すると、話題になるのか、という点では弱いものであった。

サンヨー館は、生活の展示というものではあるが、未来の「夢」の生活を支える家電という方向に力を入れて非常に話題となるものとなった。しかし、それは実現性という点では疑問符がつくもので、50 年近くたった現在でも実現されるようなものではない。一方、生活産業館は、地に足のついた展示で人々の「朝な夕な……」の生活を支えるもののすばらしさを示したが、それだけでは人々の印象に残る展示とはならなかった。

家電や生活を支える展示物は、そこにあるだけでは人々の目をひくことは困難で、何らかの話題性がある、はじめて人々の興味を

かきたてるものであった。「人間洗濯機」のデモンストレーションやアポロ計画のサインペンなどは、その典型といえるだろう。そして、その話題性のキーとなるのは未来への「夢」であった。

やはり、人々に「夢」をいだかせるような展示が、大阪万博では求められていたのではなかろうか。「現実」を丁寧に展示するのは大事なことではあるものの、大阪万博では求められるものではなく、必然的に話題としても広がらず、今日まで人々の意識にのぼるものとはならなかったのである。

大阪万博の基本テーマは「人類の進歩と調和」であり、人々の意識はこれから進歩していくと思われたものにひかれていくことになる。そのようなムードが、大阪万博の開催前から日本を覆っていたときに、企業の中には、「夢」の大阪万博ではなく「現実」の企業の発展を選んだものもあった。その代表が、関西を代表する家電メーカーの一つであった、シャープ株式会社（以下シャープと略称）である。次章では、シャープの大阪万博前後の様子を見ていく。

5 「現実」への視座

大河原克行のインターネットでの、シャープ 2 代目社長佐伯旭氏の追悼記事によれば、このシャープ中興の祖といわれる佐伯社長は「千里から天理へ」と呼ばれる決断をしたとされる。

1960 年代後半、日本、とりわけ大阪は、万博の開催に躍起になっていた。関西の経済界も総出で取り組み、同じ家電メーカーの松下電器や三洋電機はパビリオンの出展も決めている。そのような中で、シャープは千里丘陵での大阪万博には参加せず、その分の費用をかけて奈良県の天理市に総合開発センターを開設したのである。

その経緯を、大河原は以下のように述べる。

この時の土地買収費用（天理市：稿者注）が約 15 億円。そして、万博への出展費用も約 15 億円。シャープはどちらかを選択しなくてはならない状況にあったのだ。

佐伯氏は、机の上の二つの提案書を並べて思案した。万博誘致には関西経済界をあげて取り組み、シャープもその一翼を担っていたのは事実。さらに、世界的にシャープの認知を高め、大阪へ

の経済効果が見込まれる万博出展を選択すべきというとは当然のことだった。だが、その一方で、総合開発センターを建設し、シャープの将来に向けた投資を優先することも重要な要素だった。

(中略)

役員の声も 2 分していた。「出展しなければ、関西経済界から総スキャンを食うことになる」、「社内の志気を下げることになる」、「半導体の工場に投資するのはリスクが大きすぎる」という万博推進派に対して、「たった半年間のパビリオンに 15 億円を投資する意味があるのか」、「半導体工場を建設することで、シャープが、総合家電メーカーから、総合エレクトロニクスメーカーに脱皮できるきっかけになる」という、総合開発センター推進派の声がぶつかりあっていたのだ。

「厳しい企業競争に打ち勝つには他社にない独自のデバイスを自社生産し、他社が真似できない商品をつくる以外に道はない。半年で取り壊すパビリオンよりも、企業体質の強化を優先したい」。そう佐伯氏は提言した。

シャープは、吹田市の「千里」丘陵で開催される大阪万博に出展しないことを決め、「天理」に建設される総合開発センターへの投資を決定した。これが、その後、「千里から天理へ」と呼ばれる、シャープの経営判断となっている千里から天理への決断は、家電のアセンブリメーカーから、半導体を生産し、液晶や太陽電池を開発する総合エレクトロニクスメーカーへの脱皮を意味した。いまのシャープにつながる大きな転機であったのだ。土地買収を含む総工費は 75 億円。当時の資本金が 105 億円という同社が、まさに社運をかけて行なった投資だった。

(<https://av.watch.impress.co.jp/docs/series/ce/354897.html>)

当時、シャープは、松下電器のような大企業ではなかった。二つの大事業を同時に推進するだけの企業の体力はない。しかも、これからの企業の将来を見据えると、独自の技術開発を踏まえた、新しい商品が不可欠なのは明白である。これ以降の、シャープの事業の柱となった、半導体事業や液晶事業や太陽電池事業の推進のために

は、この機を逃すことはできない。

しかし、その一方、大阪への経済効果やシャープの認知度を世界に広げるためには、参加することの効果の大きさも予想される。社内の役員の見解も、引用文にあるように、二分されていた。

そのような中で、佐伯社長は「企業体質の強化」を優先した。そして、家電を組み立てるだけのアセンブリメーカーから総合エレクトロニクスメーカーへと脱皮していった。その後、紆余曲折を経て、21世紀には液晶事業において、世界を代表するメーカーとなった。

このとき、シャープは、「現実」を優先したことになる。「夢」の大阪万博からは距離を置いて、自分たちが「現実」に今必要としているものを追求したのである。企業として、この決断は正しかったと思われる。それゆえ、佐伯社長は中興の祖ともいわれているわけである。

このシャープの決断は、大阪万博を語るときに、話題になることはないといえる。あくまでも一企業の事情であり、大阪万博そのものを考えるにあたっては、それほど大きな意味を持たないからである。しかし、稿者は、このシャープの決断は、大阪万博、とりわけ、企業が大阪万博にいかに関与したのかを見ていくにあたっては、無視することのできないものとする。

実際のところ、参加した企業の多くも、「人類の進歩と調和」というテーマを、どのように具体化していくかにあたって、試行錯誤をしていた。サンケイ新聞大阪本社社会部編（1970）の記事によると、今回取り上げた三洋電機にしても、1967年2月に出展を決めてから、担当の亀山太一常務は「これで大じょうぶ、という気にはどうしてもならんのですわ」と四苦八苦していた。亀山は「カメ論〈万博〉10則」を作った。「万国博ニ参加スルコトハ企業ガ市民権ヲエルコトダ」（万国博で成功すれば、入場者の胸に二十年三十年後まで思い出として残るから企業の興廃は万国博にかかっている＝亀山注）というもので、以下具体的に10か条の訓示が並ぶ（pp.154-156）。

そして、この20年後30年後にまで思い出に残るものという点では、三洋電機が目論見は成功したといえる。サンヨー館の大屋根とこいのぼり、そして、人間洗濯機は、今でも大阪万博の語り草というべきものとなっているからである。亀山常務の思いは、まさにか

なったというべきであろう。

しかしながら、その展示された「人類の進歩」の象徴たる「夢」の家電は、「夢」でしかなく「現実」のものとなることはなかった。1970年の大阪万博を華やかに彩るものではあったが、その後の「現実」の生活につながるものではなかったのである。

とすると、大阪万博での企業パビリオンの展示は、結局のところ、「人類の進歩と調和」というテーマに対して、無理やりにでも企業側が結び付けたものであるだけで終わったのであろうか。万博を一つの祭典としてとらえた場合、仮にそうであっても、それはそれでよしというべきであろう。

ただ、稿者は、それだけではなかったと考える。大阪万博での様々な試みは、目を引く「夢」の製品ではない、それよりも、より生活の「現実」の基礎となる部分で現在の私たちの生活を支える家電を実用化する礎になったといえるからである。その点について、さらに、6章で考えていきたい。

6 「夢」から「現実」へ

大阪万博の夏は暑かった。これは、夏に大阪万博に行った全ての者の記憶に残っている。炎天下の長時間の行列の後、冷房の効いたパビリオンに入場して一息ついたことは、今でも鮮明に覚えている。

炎天下、この大阪万博の会場で使用されたのが、電気自転車である。日本万博協会から報道機関用に貸し出されたそうである。充電設備もあり、報道陣には喜ばれたようである。この実物は、今でも、EXPO'70 パビリオン（旧鉄鋼館）に展示されている（<https://blogs.yahoo.co.jp/tttkazuo/24474745.html>）。白い小さめの車体で、モーターとバッテリーの部分は、白いカバーに覆われて目にすることはできない。車輪のサイズも24インチほどで、決して大きなものではない。現在の電気自転車には見劣りするかもしれない。

しかし、これが48年前に実用品として使用されていた事実の前には、私たちは感服するしかない。万博会場はとにかく広い。無線等の連絡方法はあったものの、やはり、人が実際に出向かないとわからないことは多々ある。現在でも街中で重宝されるのと同様に、電

電気自転車は会場内の貴重な足であっただろう。

そして、これこそ、三洋電機の製品だったのである。もちろん、市販されたものではなく、万国博覧会協会用に特別に納入されたものであった。電池事業でも知られた三洋電機の面目躍如とするところである。大阪万博に出展された三洋電機の製品で、実質的に現在に活かされているものは、この電気自転車ということになる。

一方、当時話題になった、「人間洗濯機」や「フラワーキッチン」は現在に活かされているものではない。そして、これらの製品には、当時の未来への志向といえる、オートマチックとオールインワンとリモートコントロール等の要素がふんだんに盛り込まれていた。

人間が直接手を下さずとも、機械が自動的に適切な処理をしてくれる、そういうことが可視的に体験できるものが未来的な要素だった。堀江あき子編（2014）には、1960年代の未来の生活のイメージを体現したイラストの資料が多数掲載されている（pp.4 - 29）。

しかし、いかにも「夢」の未来を担うもの、「人類の進歩と調和」というテーマに即したと思われたものは、結局は「夢」の物語で終わってしまったのである。

7 おわりに

大阪万博での企業パビリオンは、まさに百家争鳴ともいえる状況であった。企業や企業グループは自らのイメージアップのために、ありとあらゆるアイデアを駆使して、展示やパビリオンそのものに工夫を凝らした。それは、今も話題になるせんい館の前衛芸術性（平野 2014、pp.144-145）や自動車館の映像作品（平野 2014、p.149）等、多岐にわたる。

しかし、それらは、その場限りの祭典を彩るものであった。そして、その一方で、着実な「現実」への志向も、当時から存在していた。その代表的なものとして、本稿では、シャープの敢えて万博への不参加を貫いたこと、三洋電機の電気自転車を挙げた。

大阪万博を現在から振り返って、その意義とは何だったのか、ということへの検証はまだ十分とはいえない段階にある。本稿は、企業パビリオンの在り方から、一つの試みを示したものである。

〔参考文献〕

- 大阪大学 21 世紀懐徳堂編 (2012)『なつかしき未来「大阪万博」 人類は進歩したのか調和したのか』創元社
- 串間努 (1998)『まぼろし万国博覧会』小学館
- 暮沢剛巳・江藤光紀 (2014)『大阪万博が演出した未来 前衛芸術の想像力とその時代』青弓社
- サンケイ新聞大阪本社社会部編 (1969)『これが大阪万博だ その歴史と会場案内』サンケイ新聞社出版局
- 電通・日本万国博覧会公式ガイド作成委員会編 (1970)『日本万国博覧会公式ガイド』財団法人日本万国博覧会協会
- 橋爪紳也監修 (2010)『EXPO'70 パビリオン 大阪万博公式メモリアルガイド』平凡社
- 平野暁臣 (2014)『大阪万博—20 世紀が夢見た 21 世紀』小学館
- 平野暁臣 (2017)『万博の歴史 大阪万博はなぜ最強たり得たのか』小学館
- 堀江あき子編 (2014)『新装版 昭和少年 SF 大図鑑 昭和 20 年代 40 年代僕らの未来図』河出書房新社 (2009 年初版)

〔参考サイト〕

大河原克行のデジタル家電 - 最前線 - シャープ、中興の祖である佐伯旭氏が死去～千里から天理へ、緊プロなど、エピソードを振り返る～

<https://av.watch.impress.co.jp/docs/series/ce/354897.html>

SABU のドキドキ好奇心倶楽部：EXPO'70 パビリオン電気自転車 (2010 年 3 月 23 日)

<https://blogs.yahoo.co.jp/tttkazu0/24474745.html>

〔付記〕

本稿をまとめるにあたっては、甲南女子大学文学部長、馬場伸彦教授より、ご教示をいただきました。あつく御礼申し上げます