

日本におけるプレハブ住宅の展開

第3回

ミゼットハウスの出現——原始のプレハブ小屋

竹内孝治 | 愛知産業大学造形学部建築学科 講師



3時間で建つ組立住宅を

『自分の部屋が欲しいなあ』、そのひと言が耳に残った。家でも学校でも子供があふれている。私は『低価格の独立した勉強部屋のようなものを商品化できないか』と検討を命じた。これまでの離れはだいたい立派な木造建築で、発想が違う。坪四万円以下で三時間もあればできること。これが私の出した条件だ。(石橋信夫『不撓不屈の日々——私の履歴書』、平成4(1992)年)

1955(昭和30)年に創業したベンチャー企業・大和ハウス工業の常務取締役・石橋信夫は、趣味のアユ釣りを楽しんだ日曜夕方への帰り道、まだ家に帰らず遊ぶ小学生たちに出会う。聞けば、みんな家が狭く帰っても居場所がないのだという。石橋は組立式のパイプハウスを手掛けて成功した企業家だった。そんな彼が新たなヒット商品を生み出すきっかけを「自分の部屋が欲しいなあ」という小学生の言葉に見出した。後にそう語られる商品の名は「ミゼットハウス」[\[図1\]](#)。

1959(昭和34)年に販売され、その後のハウスメーカー隆盛のはじまりを告げた商品として知られる。たった「3時間」で組み上がるその小さな小屋は、請負方式ではなく「商品」として住宅を取得するスタイルを消費者に受け入れさせることになった。それゆえ大和ハウス工業は「プレハブ住宅の原点」と謳う。ただ、すでに本連載第2回までにみてきたように、プレハブ住宅自体は、日本国内に限ってもすでに戦前から種々の試みがされてきた。「原点」と言うならば、それは「プレハブ住宅企業化の原点」と言えるだろう。

敗戦後、前川國男や坂倉準三、浦辺鎮太郎などによるプレハブ住宅開発が展開されながら、それらはどれも「企業化」に至るには不十分なまま計画が頓挫した。そうしたなか、大和ハウス工業の「ミゼットハウス」や、その後に続く「スーパーミゼットハウス」、「ダイワハウスA型」は成功を博し、結果として現在みられるメーカー住宅の一大市場を形成するに至った。日本におけるプレハブ住宅の展開をたどる本連載の3回目は、プレハブ住宅が日本社会へと受容された条件とは何だったのかを、3時間で建つ組立住宅「ミゼットハウス」と、それに追隨して生み出されたプレハブ小住宅から読み解いてみたい。

ミゼットハウスの開発

石橋信夫はベビーブームによる特定世代に集中した人口の塊を「人口台風」と呼んだ。この台風は小学校校舎と住宅の増築をもたらす。前者はプレハブの移動教室、後者はプレハブ小屋による勉強部屋として商品に結実した。後に「ミゼットハウス」と名付けられる「独立勉強部屋」開発にあたり、石橋が開発メンバーに提示した条件は二つ。まず、当時の一般的な木造住宅の坪単価である4万円を割ること。次に、午前と午後で計2棟建設できるように3時間で建てられることだった。わずか3カ月程で商品開発が進められ、建築確認申請の必要がない10㎡以下の面積として、3坪(約9.9㎡)タイプと2.25坪(約7.4㎡)タイプの2種類が、それぞれ118,000円、108,000



図1 ミゼットハウス(大和ハウス工業「ミゼットハウス」リーフレット、1960年代頃)

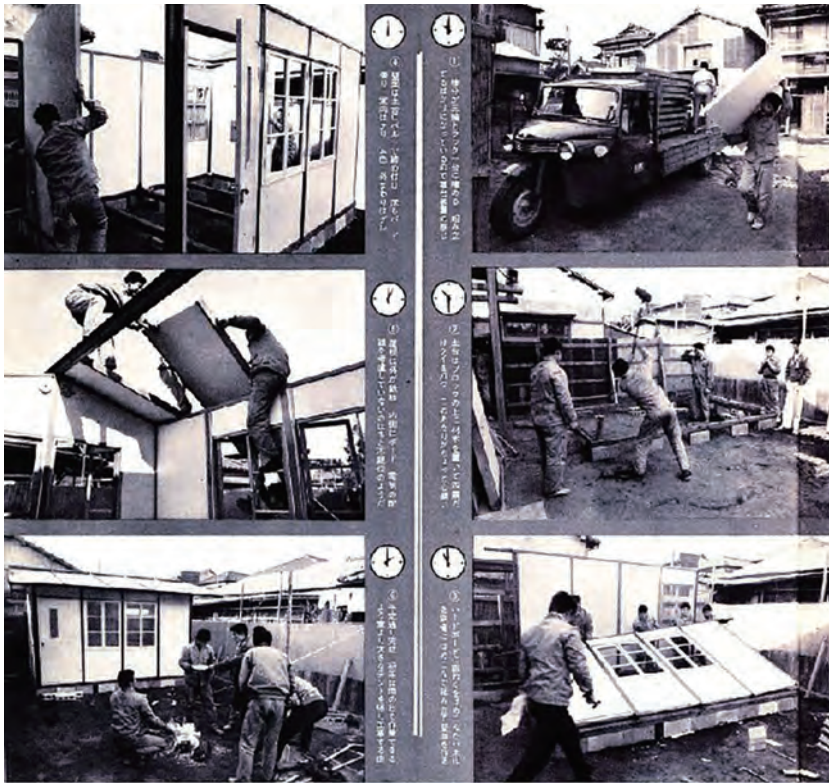


写真1 ミゼットハウスの工程(『アサヒグラフ』1960年3月6日号、朝日新聞社)



図2 ミゼットハウス(大和ハウス工業「ミゼットハウス」リーフレット、1959年)

円で発売された【写真1】。

販売当時の商品チラシから仕様を確認してみよう。コンクリートブロック基礎の上に、土台・大引はヒノキ材3寸角を3尺ピッチで並べ、床板パネルには3尺×6尺のハードボードを用いた。屋根は型鋼の棟木・軒桁にハードボード鉄板張りのパネルを取り付け、パネルジョイントは瓦棒を、最後に棟包鉄板を取り付けた。販売当初のウリだった観音開きの窓は、洋風住宅の雰囲気醸し出す演出だった【図2】。ちなみに「ミゼットハウス」は勉強部屋の用途以外にも、茶室、応接間、書斎、仕事場、店舗などさまざまな利用がなされた(『大和ハウス工業二十年史』)。実際のところ素っ気ない「無目的な箱」だったわけで、多彩な用途・使われ方に開かれていた。

「ミゼットハウス」が世に出た1960(昭和35)年前後は、朝鮮戦争後の軍事から民生への転換、鉄の価格下落、木材や人件費の高騰など重なり、躍進への追い風となった。そんな「ミゼットハウス」の出現を受けて、建築学者・中村伸は日本左官組合連合会の会誌に左官業への影響を憂う小文を寄せた。「建築とは注文生産であって、一個一個形の異なるもので、土地がきまって設計にかかり、現場で組立てるものと歴史始まって以来、考えてきた基本の考え方が大きく変化することになる。(中略)建築に対する大革命である」(「ミゼットハウスの出現」、日左連、1960年4月号)と。さらにこう続ける。「建築というものが注文生産で、しかもできあがってみたいとどんなものができるのか素人には見当がつかなく、しかもお金はできあがるまえに大半を払うようになっているという商品であることが、そろそろ大衆の信頼をかちえなくなりつつある」のだと。戦時中、中村は市浦健課長が率いる住宅営団研究部の技師として、規格住宅や建築材料の

研究に従事していた。乾式工法による組立住宅を熟知するがゆえの指摘だった。

チキンラーメン時代の組立住宅

住宅が「請負」から「商品」へと転換した「ミゼットハウス」誕生当時、日本社会は空前の「インスタント時代」だった。1958(昭和33)年には、お湯をかけて3分待てば食べられる「チキンラーメン」が大ヒットする。インスタントの代表例として「ラーメン、汁粉、コーヒー、凍結真空乾燥食品、冷凍食品、そして組立住宅」と並び称せられ、「なかでも住宅のレディ・メード」として、インスタント・ブームに拍車をかけたのが、ミゼット・ハウス。大手メーカーの『大和ハウス』は、六年前、資本金わずか三百万円の小会社だったが、いまや三億五千万円。年内に倍額増資するというインスタントぶりである」と言われた(『週刊朝日』1960年11月13日号)。すぐに建つ。インスタント時代の新しい住宅は、販売方法も新たに模索しなければならなかった。未だ常設型の総合住宅展示場がなかった時代であり、全国27カ所の百貨店家具売り場で展示販売を実施した。「請負」ではなく「商品」として登場したプレハブ住宅は「洋家具」のように売られたのだった(『大和ハウス工業二十年史』)。

「ミゼットハウス」の販売は宣伝活動にも注力された。この頃、大村崑のCMでヒットしていた「ダイハツ・ミゼット」を拝借し、商品名は「ミゼットハウス」と名付けられる。いずみたく作曲のCMソングを流し、宣伝マスコットに松島トモ子とザ・ピーナッツを配する手の込

みよう。さらに、販売を促したのは東芝との提携だったという(『箱の産業』)。「ミゼットハウス」の可能性に着目した東芝は「東芝ミゼット」として販売し、洗濯機、テレビ、冷蔵庫ですでに展開していた割賦販売を「ミゼットハウス」にも適用した。東芝のブランド力は、当時まだベンチャー企業だった大和ハウス工業の商品に箔をつけ、さらに購入資金調達の道筋をつけることで飛ぶように売れた。庶民にとって馴染みの薄い商品は、商品開発だけでなく、販売手法・販売網もまた試行錯誤だった。

敗戦後から数々の失敗を重ねてきたプレハブ住宅開発が、「ミゼットハウス」をもってようやく企業化に成功した要因には、社会背景や販売手法を挙げられるものの、さらに言えば、母屋ではなく離れ=勉強部屋だったこともまた大きかったものと思われる。住宅の取得は他の商品購入とは次元の異なる「家」の格、「沽券」にかかわる問題だった。「母屋」が社会的に価値共有された木造住宅で建てられてこそ、子どもや息子夫婦の「離れ」としてインスタントなプレハブ住宅が選択肢に入ったのだろう。むしろ庭に舶来感ある珍しい「洋家具」があることがステータスにさえる。また、この頃の住宅は平屋建ての小住宅が主で、敷地内に小屋を建てる余地があった。木造住宅の代用品としてのプレハブ住宅では突破できなかった壁を、戦後プレハブ住宅開発の潮流からは外れた大和ハウス工業が乗り越えた。それを可能としたのは、「ミゼットハウス」が「家」ではなかったこともあるだろう。

新しい時代の国民住宅

「ミゼットハウス」のヒットは組立住宅の社会受容を推し進めた。当然、他社も手をこまねてはいなかった。よく似たプレハブ小屋が次々に登場する。たとえば、三井物産の「カレッジハウス」、ダイケンホームの「ダイケン・ミニホーム」、パネ協スイートホーム「S型」など。建材メーカーとしての地位を確立していた永大産業も「勉強部屋」を市場投入した[図3]。「ミゼットハウス」と同様に4畳半と6畳の2タイプを用意し、さらにデラックス・タイプ「キャッスル」も販売する。また、「ミゼットハウス」と同じく応接室や書斎、離れ、事務所としての利用も想定したものだった。

これら類似商品とはやや異質ながら、新しい小屋を志向したものとして、積水ハウスの「セキスイ・キャビン(C型)」が挙げられる。1962(昭和37)年に販売されたこの商品は、強化プラスチックを用い、キッチン、風呂も備えた住宅ユニットだった。珍しいものでは、日本ハードボード工業(現ニチハ)が手掛けた「ゴールデン・ロケットハウス」もある[写真2]。謳い文句は「優美なスポーツカータイプのハウス」。広さはわずか2坪と「ミゼットハウス」よりも小さい。両者とも、屋根壁一体形は開口部がとりづらい上に、斬新すぎてあまり売れなかったという。とはいえ、次々と生まれたプレハブ小屋商品は、各社

が住宅事業へ進出する契機となり、勉強部屋を足掛かりに次第に一戸建て住宅の商品化へと成長していく。「ミゼットハウス」も販売翌年、1960(昭和35)年には要望が多かった水回りを追加し、4.5坪(14.87㎡)へと面積を広げた新婚夫婦向け「スーパーミゼットハウス」を「新しい時代の国民住宅!」と謳い販売開始した[図4]。小さな勉強部屋から一戸建て住宅へと成長したプレハブ住宅に、「国民住宅」の夢が託される。

カップヌードル時代のプレハブ小屋

「チキンラーメン」と「ミゼットハウス」の同時代性を考えると、では、「チキンラーメン」の成功からふたたび食文化に革命を起こした「カップヌードル」はどうだろうか。日清食品はインスタント麺の海外進出に際し、そもそも欧米には「どんぶり」と「箸」がないことに気づいた。「麺をカップに入れてフォークで食べる新製品」が課題となる。その解答が1971(昭和46)年販売の「カップヌードル」だ。「どんぶり」がない場所でも、お湯さえ注げばどこでも食べられる。このコンセプトに対応するプレハブ住宅といえば、それはレジャーブームに乗じて地方の別荘地でも簡単にどこでも建てられるユニット式セカンドハウ



図3 永大の勉強部屋(『新しい住まいの設計』1964年5月号)



写真2 ゴールデン・ロケットハウス（日本ハードボード工業「ゴールデンの簡易ハウス」、1962年）



図4 スーパーミゼットハウス（大丸「スーパーミゼットハウス」チラシ、1960年）

スが挙げられるだろう。

たとえばFRP製住宅「フローラ」（利昌工業+沖種郎）や海浜別荘用レジャーハウス「サンレポー」（昭和電工+昭和アルミニウム）は「カップヌードル」の翌年、1972（昭和47）年に誕生している。レジャーブーム、大阪万博を経て、日本列島改造論で拍車のかかった当時、ユニット型住宅は十分な施工体制がない地方に最先端の別荘住宅を実現するのに最適だった。ユニット型住宅のチャンピオン「ハイムM1」（積水化学工業+大野勝彦）にもやはり別荘タイプがあり、販売開始は1971（昭和46）年だった。しかし、レジャーブームを背景に持つゆえにオイルショックを受け、ユニット住宅によるセカンドハウスはその後、影をひそめる。

時代は巡って現在へ。2017（平成29）年ごろから「小屋ブーム」という言葉が聞かれるようになった。同年4月には良品計画の「無印良品の小屋」が販売され話題となった。同商品は「はじまりの小屋」と謳われ、気に入った場所で暮らす「まっさらな小屋」を提案する。「はじまり」や「まっさら」といった表現に、暮らしや住まいの原点を見つめ直す姿勢が表れている。持ち家社会が失調した現代社会にあつて、住宅再考を促す「無印良品の小屋」は「ミゼットハウス」を連想

させる。プレハブ住宅企業化の原点にあつた「ミゼットハウス」という「小屋」は、18世紀フランスでバロック建築の装飾過多などを問題視したマルク=アントワーン・ロージエが提唱した「原始の小屋」のように、あるべき住宅を考える「原点」として今に続いている。

参考文献

1. 大和ハウス工業『大和ハウス工業二十年史』（大和ハウス工業、1975年）
2. 石橋信夫『不撓不屈の日々—私の履歴書』（日本経済新聞出版、1992年）
3. ニチハ40年史編集委員会編『ニチハ40年史』（ニチハ、1997年）
4. 東方洋雄『カプセルとインフィル建築—時代を越える発想と技術』（オーム社、2007年）
5. 松村秀一ほか『箱の産業—プレハブ住宅技術者たちの証言』（彰国社、2013年）
6. 安藤百福発明記念館編『転んでもただでは起きるな！—一定本・安藤百福』（中央公論新社、2013年）

たけうち・こうじ

1975年三重県生まれ。1998年愛知産業大学造形学部建築学科卒業後、6年半の木造住宅メーカー営業勤務を経て、2007年愛知産業大学大学院建築学専攻修了。修士（建築学）。2008年から現職。専門は住宅計画史、住宅産業論

自習型認定研修の設問

設問1

ミゼットハウスの特徴についての説明で正しくないものはどれか。

- a. 洋風な雰囲気を醸し出すために観音開きの窓を採用した。
- b. 面積は確認申請の必要がない10㎡以下に設定した。
- c. トイレ、ミニキッチンといった水回りを設けた。

設問2

ミゼットハウスの販売手法に関する説明で正しくないものはどれか。

- a. 宣伝マスコットやCMソングを用いた広報を展開した。
- b. 割賦販売を活用して売り上げを伸ばした。
- c. はじめて住宅展示場での販売を試みた。



認定教材の設問への回答は、CPD情報システムのページ <https://jaeic-cpd.jp/> にアクセスのうえ、お願い致します。
※不正解の場合は、単位に登録できない場合があります。
※自習型教材の選択欄における会誌『建築士』選択項目は、平成28年1月より建築士会会員のみが表示項目になります。