

目的: 本研究は、住まいの室内意匠の変化発展の論理を記号消費といった視点から分析・考察することを目的としている。記号価値とひとくちにいってもさまざまな傾向が存在するが、本研究では記号価値の中でも古典的といえるステータスシンボル性に注目している。本報告に先立つ実態調査およびインテリア情報に関する調査では、リビングルームのインテリアは、〈革張〉〈布張クラシック〉〈布張モダン他〉〈イス・ソファなし〉の4つに大きく類型化できること、これらのうち、〈革張〉と〈布張クラシック〉の類型がステータスシンボルとしての意味合が強いと推察できることが明らかになった。そこで本報告では、この2つの類型がステータスシンボルの記号として普及するにいたるプロセスについて歴史的に考察してみたい。

方法: 分析対象は、雑誌「新住宅」に掲載されたリビングルームの室内意匠とした。対象とする事例の条件は、注文住宅であること、床面積が明記されていること、内装材などの記述があること、リビングルームが見渡せる写真が掲載されていることなどである。昭和24年から平成3年までの合計779事例を対象とした。

結果: 昭和30年代は、〈布張モダン他〉がほとんどである。昭和40年代にはいって〈革張〉が増え、昭和60年代には両者の割合はかなり近くなる。〈布張クラシック〉は全般に少数である。これらの類型別に延床面積やエレメントの特徴を比較してみると、〈革張〉と〈布張クラシック〉が延床面積が大きく、インテリアも高級であり、ステータスシンボルとしてのイメージが昭和40年代頃から形成されてきたものと考えられる。