



あの日、未来は明るかったー。
慌ただしくもほっこりと、
現代人の郷愁を誘う
“昭和30年代のマスカルチャー”

可愛いフジペットカメラ Fuji-Pet Camera

昭和の終わりに発売されたレンズ付きフィルム（使い捨てカメラ、カメラ付きフィルムとも呼ばれるが、いろいろと支障があるためこの名称に落ち着いたようだ）、富士フィルム社の『写ルンです』は、画期的な商品だった。このころでもカメラはまだ高級品で、出先では破損や紛失、盗難にも気を使わねばならなかった。だが、安価な『写ルンです』ならこうした心配が要らず、フィルムを出し入れする手間も無い。カメラメーカーが懸念した通り、大ヒット商品となって他社も追随し、進化を遂げながらカメラのシェアを侵食していった。

富士フィルムは、こうした商品の開発に長けている。昭和30年代初めには『フジペット』という手軽なカメラをいち早く世に送り出し、僕も持っていた。生まれて初めて持った自分のカメラだった。祖父も父親もカメラが好きで、外出時には持参し、僕もよく被写体になった。「お前も写真くらい撮れ」と父の飽きたらしいカメラを押し付けられ、教えられるままに数枚撮ってそのままにしていたら、「使わないんだったら返せ」と持っていかれたこともあった。カメラは子どもには重くかさばって、持って歩くには大層邪魔だった。

そんな僕がカメラも悪くないなと思ったのは、『カメラマン・コバック』というドラマを観てからだ。カメラマンを主人公にしたドラマは珍しく、カメラの宣伝にも使われていた。主演はアラン・ドロンの『さらば友よ』（1968）でブレイクする前のチャールズ・ブロンソン。トレードマークの口ひげはまだ無い。ブロンソン扮するコバックが、事件や事故の写真を撮るため捜査にも協力し、得意の腕っ節も披露した。いつもカメラを首から提げているコバックは実にカッコ良かった。

僕のフジペットは、祖父か父親が買ってきた物だ。ねだったかどうか覚えていない。

当時のカメラは、扱いが簡単と謳（うた）ってはいても、僕などの手には余った。だが、オモチャみたいなこれなら何とかなりそうだった。

捕虫網のような円錐（えんすい）形のファインダーが愛らしく、デザインも子ども好きがした。やっかいな露出も“お天気マーク”で表示され、レンズの左右にある三角のボタンを1、2の順に押していけばよい。軽くて、眺めているだけでも楽しかった。やはり、自分のカメラを持つのはいいものだ。

さっそく、上野動物園やハイキング、海水浴にも持って行き、何枚か撮った。同じカメラを持っている同年代の子どももよく見掛け、売れ筋になっているらしかった。僕と同じあずき色以外は見たことがなかったが、ボディカラーは数種類あって、時期によって使用フィルムの異なるバージョンもあったらしい。それだけ、売っていたのだろう。

ところが、意外と寿命は短かった。首から提げたままどこかにぶつけたのか、落としたかしたらしい。しばらく使ったところでシャッターが落ちなくなって修理不能と言われ、買い替えようとした時にはもう無くなっていて、替ちまたでもあまり見なくなり、持っていた友人の何人かも「壊れた」と口をそろえた。もともと壊れやすかったとも考えられるが、あまりに愛敬のある外観があだとなって、手軽に扱い過ぎた子どもが多かったのだろう。そのためか、使用に耐える現存品は至って少ないという。

僕もあのデザインが好きで、使えなくなった後もずっと持っていたが、いつの間にか無くなってしまった。この手の「ガラクタ」がたまる一方だったので、多分誰かに捨てられたのだろう。それからは、大人になるまで自分のカメラを持ったことはなく、必要に応じて祖父か父親から借りた。そんな時、フジペットがあったらなあ、といつも思った。復刻版を望む声は絶えず、あの温かみのあるデザインは今でも、いや、むしろ今だからこそ歓迎されると思うのだが……。



8ミリフィルム 8-millimeter film

運動会などで、我が子の活躍を映像に収めんとする親たちが、場所取りに狂騒するようになったのは昭和の終わりとごらうか。家庭用ビデオカメラ、特に8ミリビデオが普及し始めてからだが、かつての主役は同じ8ミリでもフィルムの方だった。僕もカメラ好きの父親に随分被写体にされたおかげで、幼児期からの映像がかなりある。亡くなった家族や友人の動く姿、失われてしまった風景はもうここにしかない。

通称8ミリはテレビドラマやニュース映像用と同じ16ミリ幅の専用フィルム（映画はスチールと同じ35ミリ）を縦に2分割したもので、既に戦前からあった。当初は16ミリフィルムのまま撮影し、現像時にカットしていた。すなわち、オープンリールフィルムの片側を撮り終えたらセットし直して反転させ、もう片方を撮る方式だった。

屋外では暗がりを見つけてうまく操作しないと、感光してせっかく撮ったフィルムがパーになることがあり、専用のボックスや袋も市販されていた。撮影可能時間も短く（1分から1分半ぐらい）、映画やテレビと同じ1秒間に24コマだとさらに短くなるので、多少動きがぎこちなく見える16コマに固定されたカメラが多かった。カメラも手巻きのぜんまい式で、肝心な場面フィルムが無くなったり、カメラが止まってしまうハプニングもざらにあった。



何とも原始的ながら、動画を撮れるだけでも大変なことだった。現像に何日もかかり割高（カラーはさらに高かった）だったが、世の中が落ち着いた昭和30年代になると、一般家庭にも徐々に普及していった。

欧米では普及も早く、かのアンネ・フランクのほんの一瞬の姿を収めた映像や、ケネディ元大統領の少年時代や家族の生き生きとした様子が残されている。ケネディの映像の多くは今も鮮やかなカラーで、さすがに大富豪は違う。皮肉にも、ケネディが暗殺された時、致命傷となった頭部への被弾の瞬間を記録した唯一の映像は、8ミリで撮られたものだった。このフィルムが無かったら、事件を巡る謎はさらに混迷していたろう。

8ミリの進歩は早く、電池で動くモーター式のカメラが発売されて、18ないし24コマに切り替えできる物も商品化された。不便極まりなかったフィルムも、アメリカのコダック社でリセット不要の「スーパー8」と呼ばれるカートリッジ式の商品が開発され、エルモ、マイネッティなどの関連メーカーの商品類も豊富になっていった。従来の8ミリフィルムは、16ミリフィルムの両側に開けられた映写機に引っ掛ける四角い穴（パーフォレーター）をそのまま利用したもので、画面が狭いという欠点があった。スーパー8のフィルムはこの穴を小さくして画面を大きくし、撮影可能時間も長くなった。

そして昭和40年代に入ると、いよいよ画期的な商品が日本で開発される。富士フィルムのフジカシングル8である。より取り扱いの簡単なカメラも売り出され、「マガジン、ポンッ、私にも写せます」というCM（やっていたのは、女優時代の元参議

院議長の扇千景氏）で大ヒットした。スーパー8では1つだった回転軸が2つあるため、オーバーラップ撮影なども可能となり、室内用のタングステン、屋外用のデイトタイプタイプの感度も上がり、後には劇場映画のようにフィルムの縁に磁気を塗って音声を入れられるようになった。そこから自主制作映画などにもすそ野が広がり、後の日本映画を背負う監督の何人も巣立って、1970年代にはピークを迎えた。その間にモノクロフィルムが生産中止になったりもしたが、生産時から磁器を塗布したフィルムと適合する機材も売り出され、同時録音も可能となった。

しかし、家庭用ビデオの急速な普及に伴って需要が減り始め、衰退の道をたどることとなった。その場ですぐに再生ができ、何度でも上書き可能なビデオには抗すべくもなかった。テレビでも次第にフィルム撮影は減って、近年は映画でもデジタル撮影、デジタル上映で、フィルムは過去の物になりつつある。しかし、フィルムならではの質感を愛してやまない人も多い。今でも8ミリフィルムの製造、現像を続けている個人に近い業者も存在し、ピーク時よりかなり費用がかさむのにもかかわらず、若い世代にも愛好者が増えているという。ただし、映写機やカメラは既に生産を中止しているため、修理しながら使っているのが現状だ。掛け替えの無い映像をお持ちの方は、できるだけ早くDVDなどに転写することをお勧めしたい。

モナカカレーと『少年ジェット』 Curry & Little Jet

50代以上には懐かしい、昭和34年（1959）放送開始の『少年ジェット』。スポンサーのエスビー食品がこの番組で打ったのが、テレビにおけるカレーのCM第1号といわれる。「カット！」の音が掛かると、出演者たちが扮装のままカレーを食べるだけのもので、悪漢のボス、ブラック・デビル役の高田宗彦氏が片隅で黙々と食べているのがすごくおかしかった。意表を突くというより、何も考えていない安直さが逆に受けた。デビルはヒーロー物の悪役の元祖で、妙に紳士的なキャラクターが後々まで強烈な印象を残した。

大映の大部屋俳優だった高田氏は、一躍



子どもたちの人気者となった。実娘で女優の松本留美さんが小学生だった当時、彼女の運動会に父がやってくると「あっ、ブラック・デビルだ！」と大混乱に陥って收拾がつかなくなり、学校から出入り禁止を言い渡されたそうだ。その光景があまり目に浮かぶ。僕もその場にいたら、真っ先に騒ぎに加わっていたに違いない。

カレーが庶民的なメニューとして一般家庭に広く普及したのは昭和30年代。後押ししたのはカレーの飛躍的発展と、ここに始まるテレビCMであった。その先兵となったのが、『少年ジェット』と前後して発売されたエスビーの「モナカカレー」で、この商品のヒットはコック姿の立川談志師匠のテレビCMの効果が大きかったとされる。しかし、『少年ジェット』の放送中にも別バージョンのモナカカレーのCMが頻りに登場していたから、同番組の人気に支えられていたのも間違いあるまい。ジェットの愛犬・シェーンらしきシェパードが、メモの入った買い物カゴをくわえてカレーの材料を買いに行くCMも忘れられない。

*

カレーは意外と早く、戦後間もなくから存在した。ただ、いろいろと難点があったために定着までは至らず、小麦粉を炒めてカレー粉を加えるオーソドックスな調理法が一般的だった。その際よく用いられたのが、既に広く出回っていた「赤缶」と呼ばれるエスビーのカレー粉で、うちの台所の棚にもあった。しかし、辛い物の苦手な僕はカレー自体あまり好きではなかった。赤缶が同社の辛子の黄色い缶といつも並んでいて余計辛いイメージが増幅されたうえ、世間で少なからず喧伝（けんでん）されていた「子どもが辛い物を食べるとバカになる」という迷信も頭のどこかにあったのかもしれない。

ところが、CM で知ったモナカカレーを食べてから変わった。下ごしらえした材料にモナカカレーを落とすだけで、米の粉でできた皮が溶けてほど良いとろみが付き、中のカレー粉と混ぜて一丁上がり！ 味よりも、その愛らしい形と発想の斬新さに惹かれた。

24 個入りだったかの缶にはお面のオマケも付いていて、さらに子ども心をくすぐった。現在主流となった板チョコ状のカレールーは、その点どうも夢が無い。モナカカレーは僕にとってカレーの原点であった。

その後は各社から続々カレールーが売り出され、日曜の昼に放送していた「**オリエンタル がっちり買いまSHOW**」の「オリエンタルマースカレー」、アニメ『ゼロ戦はやと』の「キンケイカレー」など人気番組のスポンサーにもなって、一気に開花した。

オリエンタルは全国に宣伝車を走らせて試食までさせ、友人の中には恩恵にあずかった者もいたが、僕は残念ながら出会う機会が無かった。

そして、昭和 40 年代に入ると世界初のレトルト食品でもある「**ボンカレー**」が登場。さらに進化、発展してゆくのは周知の通りだ。モナカカレーはこれと入れ替わるかのように、昭和 42 年（1967）に製造困難との理由で姿を消した。この困難が何かは判然としないが、一つの役割を終えたということなのだろうか。それからは、ハウスの「バーモントカレー」にすら替えせ

オリエンタル がっちり買いまSHOW

昭和 38 年（1963）から現・テレビ朝日系列で放送されていた、視聴者参加の買い物ゲームバラエティ。MC は夢路いとし・喜味こいし。「オリエンタル」は一社提供のスポンサー名を冠したもので、スポンサー交代に伴い、1972 年以降の正式番組名は「グリコ がっちり買いまSHOW」となった。

ボンカレー

大塚食品のインスタント・カレーのロングセラーブランド。昭和 43 年（1968）に世界初の一般向け市販レトルト食品として、阪神地区限定で発売された。当初のパウチの技術では 2、3 か月の賞味期限が限界だったが、翌年には保存性も改良され、全国発売に至る。

ざるを得ず、近年まで続いた。本格カレーは、中学生のころにスリランカ人の家で唇が腫はれ上がって以来、敬遠している。大学生の時は、他のメニューがおいしくないこともあって、一日交代のラーメンとうどん、そばに加え、ほぼ毎日カレーを食べていた。他大学へ行く折は、今でもできる限り学食でこれらを食べるようにしている。カレーとめん類は、ある意味その学校の格を示していると思っただけだ。親しい先輩は首都圏の立った学食を網羅し、「〇△大のカレーなんかしょっぱいだけだ。うちのが一番うまい！」と愛校心あふれる結論に達したが、これはちょっと賛成しかねる……。

アメリカンドッグ事始め + レモネード Corndog & lemon

今やお祭りやコンビニエンス・ストアの定番となったアメリカンドッグ。初めて食べたのは、昭和 30 年代の終わり。場所は「平和島プール」だった。近くには区営プールもあつたらしいが規模も小さく、プールといえば地元では私営のこちらを指した。そのころは、ホテルを始めとしたちょっとした施設にはプールがあり、シーズンにはにぎわっていた。ただしホテルのプールは高い割にさほど大きくはなく、その他の施設ではかなりちやちなプールもあった。いきおい、人々は「豊島園」などの大型プールへ集中し、平和島プールもその一つだった。

年齢や泳力に合わせたいくつかのエリアがあり、飛び込み台やウオーター・スライダーとかいう高いすべり台も完備され、当時エアコンが普及していなかったこともあって、夏休み中は平日でもかなり混んでいた。そのくせ、トイレはいつもガラガラ。幼児用プールは水がしょっぱいと噂うわさも流れ、近付かないようにしていた。

一角にはおでんやおにぎり、めん類などの店が集まり、アメリカンドッグはレモネードと並んでプールサイドで売られていた。特徴のあるローマ字のロゴとスティックの付いた 10 円アイスのような形が目新しく、まぶしく映った。これなら、ホットドッグより手間がかからずに作り置きもでき、店にとっても一石二鳥だ。

値段は 1 本 50 円。かけそばと同じぐらいだから、今よりずっと割高感がある。ケ

チャップとからし（マスタードが出回る前で、和がらしの粉を溶いていた）は、アロハシャツを着た店の兄ちゃんが付けてくれた。親切でというより、ケチャップの消費量を少しでも抑えようとしているのは見え見えだった。

「うまいな」。僕と友人の〇は笑顔を見せ合った。〇は近くに住むクラスメートだ。勤勉で成績は常にトップ。無遅刻、無欠席、運動能力にも優れ、性格も申し分なく“俺様”的なところは微塵も無い。お母さんもいい人で、よく行き来していた。ただ、まじめ過ぎて融通がきかず、自分に課したペースは絶対崩さない。そんな調子だから、文句を言われそうな遊びには決して誘わなかったが、結構仲は良かった。僕とはまったく逆の〇と、今でもずっと付き合っているのは思えば不思議だ。その〇も、プールにいる時はどことなくリラックスして、いつもかなり長居した。僕がうながしても帰ろうとはせず、〇から誘われることも多かった。彼の目当てはプールよりアメリカンドッグだったらしく、頃合いになると足早にプールサイドへ向かった。他ではまだ見たことがなく、夏のほんのつかの間、ここでしか食べられない“逸品”だった。

ある日、〇が腕を組み仁王立ちになって一点を見つめている。周囲の喧騒（けんそう）も、日かな流れているハワイアン曲も、まったく耳に入っていない集中ぶりだ。「何やってるんだ？」「さっきから見ると、レモネードが全然売れてないな」「そんなどうだっていいだろう。自分の店でもないんだから」「10 円下げて、ドッグと同じ 50 円にしなきゃだめだ！」

〇はなおもしつこく食い下がる。確かに、飲み物の方が高いのはよろしくない。僕も飲みたい時があったが、その金でもう 1 本ドッグを食べる方を選んだ。

今でも、レモンスカッシュはあっても、レモネードは置いていない店の方が圧倒的に多いだろう。あってもホット・レモネードだけだったりして、飲みたければ自分で作った方が早い。昭和 30 年代、貿易自由化前のレモンは、バナナやパイナップルと並んで高い関税が掛けられ、いわば高級品だった。輪切りのレモンを 10 回以上も使い回している喫茶店もあると聞いていた。しかし、件のレモネードはざっくり切ったレモンが景気良く浮かび、アメリカの映画

やドラマに出てくるとそっくりだった。今にしてみると店主に格別な思い入れやポリシーがあったようにも思え、一度飲んでおくんだと後悔している。あながちぼっているばかりではなさそうだったが、レモネードの販売不振の最大の要因は別にあった。

「あのな、売れないのはみんな体が冷えるからだろう。10円下げたって大して変わらないさ」時間を忘れて水に漬かっていると、炎天下でも震えるくらい寒くなる。それが証拠に、売店コーナーでは、冷たい物よりおでんや温かい麺類の方に人が集まっていた。昨今と違って、30度を超えれば猛暑だったのだ。〇は苦笑しながら、「そうか、それもそうだな」とあっさり引き下がった。優等生のプライドから自説に固執しないのが彼のいいところだ。

*

昭和40年代に入ると、ぼちぼち他でもアメリカンドッグを見掛けるようになった。僕たちも高学年になり、夏休みも補習などに追われて、プールとは疎遠になっていた。その代わり、下校途中の品川の京浜デパート地下でアメリカンドッグが食べられた。地下には「デバ食」を始め、10円寿司や、まだ上京したての味み噌ラーメン、実演販売の鉄板焼きそばなどの立ち食いスタンドが並び、僕らの息抜きのコースとなっていた。ちょうど、会社帰りのサラリーマンが一杯引っ掛ける感覚だ。焼きそばも大人気で、〇は今度はこちらにご執心となったが、やはりアメリカンドッグのコーナーは盛況だった。

自宅でも作ってみようと、メリケン粉と卵を適当に混ぜてソーセージに付けて揚げたら、天ぷらみたいになって見事に失敗。店の人に尋ねると、トウモロコシの粉を使っていると教えてくれた。後に知ったところでは、本国では「テキサスコンドッグ」と呼ばれて、かなりマイナーな存在だったらしく、外国のドラマなどでも見たことは無かった。そのころ、アメリカのノースカロライナ州の留学から戻った叔父に聞いても知らなかったのは当然で、日本と同様、徐々にアメリカ全土に進出していったようだ。「アメリカ」が付けば何でもありがたい時代だったから、アメリカンドッグも日本で生まれて適当に命名されたのだろう、という僕の想像も今度ばかりは外れていた。



では、誰が最初に日本に持ち込み、売り出したのだろうか？ 平和島プールの店が最初ではないと思うが、こだわりのレモネードの件も鑑みるに、少なくともあの店は勇敢な開拓者の一人だったのだろう。その平和島プールもとうに無く、京浜デパートの立ち食いコーナーも短期間で無くなった。アメリカンドッグはコンビニエンス・ストアで時折買うが、これを定番商品にすることを提案した人は、僕と同年代の、あのころ同じ場所で同じ物をほおぼっていたうち

の誰かだった気がしてならない。ケチャップと粒マスタード(!)を付けながら、いつもそんなことを想っている。

著者：千葉豹一郎
作家・評論家。日本刑法学会、ペット法学会会員。
著書に『法律社会の歩き方』(丸善)『スクリーンを横切った猫たち』(ワイス出版)の他、『東京新聞』、『猫生活』(緑書房)『ミステリマガジン』(早川書房)をはじめ連載多数。独特な題材と切り口で、草創期からの海外ドラマの研究にも力を入れている。



昭和30年代の 僕と日本の少年時代 備忘録 for iPhone

千葉豹一郎



あの日、未来は明るかった――。
慌ただしくもほっこりと、現代人の郷愁を誘う
“昭和30年代のマスカルチャー”

大田区大森を中心に、
高度成長期の東京が
いきいきと甦ります。

ケーシー先生や力道山に憧れ、アトムや鉄人に熱中し、カラーテレビが、クーラーが、ハンバーガーショップが身近に押し寄せてきた夢いっぱい少年時代。一方で、周りを見回せば捨てられたガム、連続する鉄道大事故、暴走タクシー。牛の輪切りの馬肉100%コンビーフや怪しい溶けないアイスも売られ、食の安全はそっちのけ状態。“古き良き昭和”ばかりではない、リアルな日本の高度成長期を描いた軽快なエッセー。





当書 DVD 版は、月刊 FDI 編集部にて
本文：108 ページ / 映像：2 分 23 秒 2012 年 9 月 ミリアムワード(株) 発行
価格：1,980 円 (税込)
 株式会社ユニワールド 東京都世田谷区松原 2-34-9
 TEL.03-5376-7233 FAX.03-5376-7246 info@uni-w.com