

テレカコレクション

【 第29回 食品:調味料・加工品 】

健

食品のメーカーには酒、調味料、加工品（水産・農産・畜産）、乳製品、飲料、洋菓子、薬品系があるが今回は調味料、加工品を主力に集めたものを紹介することにした。

日本の食品メーカーの発達は明治維新により西洋文化・技術と共に西洋料理が流入してきたことによる。最初に近代化されたのは酒や調味料などの腐らないものを扱うメーカーだった。具体的には洋食に欠かせない酒としてビール・ワイン、調味料のソース・ケッチャップ、マヨネーズ、パン食に必要なチーズ・バターなどの乳製品の製造だ。維新前（明治元年は1868年）からの創業というのにんべん（元禄12年：1699年）、大関（1711年）、ミツカン（1804年）、宝酒造（1842年）があるがサッポロ、アサヒ、キリン、サントリー、カゴメ、ブルドッグソースなどは明治に入ってから設立となっている。

明治初期はもっぱら国内での製造技術の獲得に重きを置いていたが以降は先進国の技術を導入しながら大正・昭和初期までに日本風にアレンジされ様々なものが作られていった。資料を見るとこの時期に既に作られていたことで驚く商品が随分ある。味の素、カルピス、ヤクルトなどは日本人が初めて商品化し世界に知らしめた逸品だ。

食品が発達する要素は需要があることは当然であるが食材の継続的な確保（調達・保存）、加工技術、流通手段（運搬・保管）、販売ルートが必要だ。さらには時代を取り巻く背景も重要であり、この時代見逃せないのがガラス瓶を安く作れるようになっていた事だ。ガラス瓶は瓶詰めによる大量生産や運搬・陳列できる利点を持ち、大勢の消費者に対応できる百貨店の登場を促した。





一方、加工食品（水産・農産・畜産物）メーカーについては缶詰の製造技術が入って来たことが大きい。最初に製造された缶詰はイワシの油漬けだが、初めて商品化に成功したのはサケ缶（明治10年）だ。フルーツ缶も3年後の明治13年に製造されているが量産されるのは昭和に入ってからだ。サケ缶は当時、缶一つが米3～5升分の値段となり、なかなか普及しなかったが日清・日露戦争で洋食を積極的に取り入れたことから水産系の他、牛肉の大和煮などの畜産系の缶詰も需要が増え、一般への普及も徐々に広まった。これによりメーカーで最初に近代化したのがあけぼのマークで知られるニチロだ。日露戦争の勝利で日本海、オホーツク海、ベーリング海での漁業権を得てカムチャッカに工場を作りサケ缶の製造を開始した。

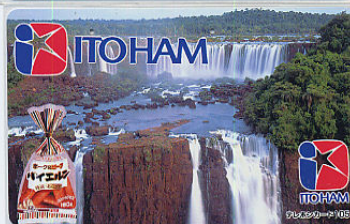
カニ缶も明治の時代から製造されていたが大正時代には船の中で加工できるようになった。いわゆる「蟹工船」である。以上が大雑把であるが戦前の食品メーカーの発展史だが日中戦争が勃発し第2次大戦に広がると戦時下の食糧統制により技術は停滞し、敗戦によりメーカーも流通系も崩壊してしまった。

お陰で僕らの時代は本当に物が無い時代だった。毎日の食事にしても小学校の低学年までは竈で飯を炊き、煮炊きや魚を焼くのは七輪、みそ汁のだしも煮干や鰹節を削って使っていた。食材は、魚介類、野菜類中心、後は昔ながらの佃煮や乾物等の類だった。牛肉や豚肉を口にするのはたまにやるすき焼きやカレーライスの時ぐらいだったと思う。ハムなどにも憧れたが高かったのでパンにはさむにしても少量だった。肉の代用になっていたのが鯨や魚肉ソーセージだ。鯨は横浜ベイスターズの前身が大洋ホエールズで川崎球場を本拠にしていたので○はの字のマークは子供のころから馴染んでいた。鯨や魚の値段は肉の3分の1位だったと思う。現在、魚の値が高いのは酒



飲みのせいではないかなんて思ってしまう。ソーセージは輪切りにしてラーメンのチャーシュー替りにも使っていたし夜食がわりに丸かじりをしたものだ。ソーセージはニッスイ、マルハ、あけぼの（現・ニチロ）の品物が乾物屋で売られていたがそれぞれの商標はわかり易く今でもよく覚えている。

ところでこの時代、缶詰やソーセージはともかく商品が今のようにパッケージ化されていなかったのが基本的には量り売りの時代だった。醤油は一升瓶の一本買いか枡の量り売り。野菜は一山いくらだったが頼めば一本でも一個でも買う事ができた。玉子も割れないよう粉状の上に立てて陳列し一個売りしていたし、近所の鶏を飼っているところから買うこともあった。納豆などは藁にくるまれて売られていた。従って缶詰やソーセージは腹を満たす食糧としては冷蔵庫が無くとも長期保存の利く貴重な食品だった。果物にしても病気や遠足の時ぐらいしか食べられなかったのが父親が休日にパチン



コで取ってくるパイナップルやみかん、桃の缶詰はとても楽しみだった。みつ豆の缶詰などはデパートの食堂や場末の喫茶店でも使われていたほどだ。もう一つまるまる食べたかったのがノザキのコンビーフだ。あの特徴的な形状と牛の絵が目を惹きゼンマイを巻き取るような独特の開け方も儀式のように感じられたものだ。脂が白く固まっているのが豪華に見えたが今見ると健康には良くないなあと思ってしまう。

他に思い出に残る食品といえば永谷園のお茶漬け海苔や桃屋の江戸むらさき、ナガイの海苔ふりかけ、炒飯の素などだ。江戸むらさきのキャッチコピーが「何はなくとも」というようにこれらの食品は物が乏しい時代の究極のおかずだったといえる。丸美屋ののりたまは昭和35年の発売だがこの頃、高級品だった海苔と玉子をふんだんに使ったふりかけとして売られていたが値段が高くこの





時期にはほとんど食べていない。のりたまが爆発的に売れるのはオリンピックの前年より連載を開始した人気漫画のエイトマン・シールを景品に付けたからだ。

何はともあれこれらの食品環境が大きく変わったのは朝鮮戦争の特需やオリンピック開催に向けて戦後の高度成長期に入ったことだ。道路が整備され自動車も増え輸送手段が確立すると地方の食品業界への参入が進んだ。働く人材も必要となり、かわりに日常生活の省力化を狙って電化製品が普及しインスタント食品も数多く作られた。トースターや冷蔵庫の普及も大きい。パン食の家庭への普及も進み、コーヒーやハム・ソーセージなどの加工品も量産され、まとめ買いしても家庭に冷凍保管できるようになったからだ。スーパーマーケットの出現もパッケージ技術に拍車をかけた。味噌や砂糖、塩などビニール袋に詰められ陳列棚に並ぶのは壮観であり個人商店にとっては脅威的だった。

物が豊富に感じられるようになったのは個々には差があるがやはりオリンピック開催以降で、この年にサンヨー食品の長崎タンメンが大当たりしその後サッポロ一番シリーズに味を引継ぎロングセラーとなっている。カルビーのかっぱえびせんやミツカンの味ぼんが発売されたのもこの年だ。

70年代に入ると今までの物の無かった時代から脱却して消費の時代となり美味しく食べるための工夫やアイデア商品、人を引きつける商品が開発され続けメーカー同士の激しい販売競争が始まった。



例をあげると発砲スチロールを使い湯があれば事たりるカップヌードルや健康食品としてサラダに添えたシーチキンなどがある。缶詰ではほていの焼き鳥が屋台の味を売りにして大ヒット。会社の中での宴会にもよく使われた。ボンカレーは1968年の発売だが宇宙食の開発を参考にしたレトルト食品の先駆けとなった。

さらに年代が進みバブルの時代となると一方では高級化や消費者の嗜好への対応が進み、他方では忙しい会社員のために健康食品や利便性を追求した冷凍食品、レンジ食品など少量の食事にも対応できる商品の多様化が進んだ。受験生や単身赴任者にとっても食の一助となった。只、一家だんらんの機会が益々減り個食が増えたのは淋しい気もするが。

最近ではコンビニとは

いえ本職の料理人を交えての商品開発やレトルト商品の高級化、栄養摂取・健康補助食品としての販売戦略など食品業界の競争は熾烈で今後の行方はよく読めない。

現在は、飲む食事なんていうのも普及しつつあるが願わくば食事が丸薬のようにするのは避けてもらいたいものだ。宇宙食でさえかつての流動食から楽しんで食べられるように工夫したメニューができてきているのだから。

以上簡単に書いてきたが70年代以降はいろいろな画期的な出来事、商品の開発、新製品の発売があるがとても書ききれない。ロングセラーになった商品にしても「プロジェクトX」や「プロフェッショナル」で紹介された開発史があり書籍も数多く出版されている。機会があれば会員の人達からも思い出の食品などを募り「思い出の食品テレカ全集」なども面白い企画かもと思っている。

