

テレカコレクション

< 第32回 氷菓編 >

健

今年の夏は梅雨入りまでは温度が上がらず過ごし易かったが明けたとたんに猛暑続き。暑いと欲しくなるものが冷たい物だ。一般的に27℃を越えるとアイスクリームが欲しくなり、30℃を越えるとかき氷が欲しくなるという。ちなみに35℃を越えると「休暇」が欲しくなるというオチがある。



そこで今回はアイスクリーム・アイスキャンデーなど氷菓をとりあげることにした。汗かきなので夏の暑さは嫌いなのだが楽しみにしているのがかき氷だ。氷旗を見ると夏がやってきたなあとと思う。僕らが子供の頃は、夏はかき氷、冬は今川焼きを売るなどその季節だけやっている店が結構あった。たいがいはお年寄りや家族の片手間仕事だったように記憶している。最近は発泡スチロールのカップで若い人が簡便に売る店やファーストフードの店で出すことも多いが、やはりガラスの器に業務用の機械、氷で作った物の方が良い。カップで売られているものは削りが粗くふうわり感が無く、底の方が氷のダマになってしまうのとシロップの量をけちって少ないのが難点。



美味しいかき氷はアイスクリームのように柔らかく舌で溶けるもので見栄えも良い。板橋十条にある「だるま屋」のかき氷は天然氷が売りで削りもきめ細かく新雪を思わせる。口に入れた瞬間、綿菓子のように口の中で溶ける。頭にキーンと来ませんという店の人の説明も納得できスイーツとして評価されている。但し、自分には余りに氷の感覚が無いのは物足りない気がする。

かき氷を食べる場所は弱冷房の店や暑い外で食べるのが格別だ。喫茶店だと冷房とあいまって体が冷え切ってしまうことがあるからだ。



カクテルではあるがヘミングウェイが愛飲した「フローズン・ダイキリ」も暑いハワイであったればこそである。

自分がよく行く所は東京八重洲のブックセンターの二階にある喫茶店。入り口近くなので冷房がさほど効いてないのがよい。かき氷を出す季節はここで買った本の品定めをするのが習慣になっている。他には銀座コージーコーナー（洋菓子チェーン）のフルーツをふんだんに使ったかき氷も気に入っていたがメニューから消えてしまい残念だ。推測だが冷房が効きすぎてあまり売上げにならなかったのではと思う。ここはケーキもそうだが一つ一つの量が多く自分のほかにかき氷を注文しているのは少なかったように思う。只、店によってはオリジナル・メニューで出しているところもある。

以上いろいろ書いてきたが現在、食事制限に加え水分の摂取制限を受けており自宅療養中の身なので好物とはいえ食べ歩きはできない。散歩を兼ねて駅に出たときに駅ビルの甘味屋で食べている。注文した時は残そうとも考えるのだが性分として出来ない。困ったことにある時から急

に盛りがよくなった。いつもかき氷専門なのでよっぽど好きと思われたらしい。店のおかみさんから「足りなかったら氷多めにとって言ってくださいね」と言われてしまった。自分としてはむしろ少なめにして欲しいのだがせっかくの親切なので断れないでいる。最後にかき氷の食べ方だが実は氷を落とすことなく食べることをひそかな自慢としている。まずは天辺近くから崩し火口状にし、中に氷を落とす感じですくうのがきれいに食べるコツだ。



さてアイスクリームの方であるが、今は「ローマの休日」でオードリー・ヘップバーンが食べていたジェラートやサーティワンなどアイス専門店のものやハーゲンダッツなどの高級アイス、100円アイスなど様々な購買層向け商品が販売されている。





が当時の広告に、はっきり書いてあるので類似品があったのかもしれない。

現在、当たりくじ付きというと赤城乳業の「ガリガリくん」だ。比較的「当たり」の確立が良いように思う。自分が買うのはスーパーかコンビニなので当たっても交換に持っていきにくく「当たり」の



自分の子供の頃のアイスといえばモナカの皮にお玉の形のスプーンで削り取って盛るやつだ。たいがいはおじさんが自転車にクーラーボックスを乗せて売りに来ていたがいつ来るかわからないのが難点。値段も自分らにとっては高かったので一本5円のキャンデーで我慢することもしばしばだった。パーティタイプのアイスは、名糖が初めて作ったもので「ホームランバー」が最もポピュラーだ。続いて森永も同タイプのものを売り出したが名糖のほうが売っていた。

というのも「ホームランバー」は当たりくじつきだったからだ。食べ終わったバーにホームランの焼印があれば一本。ヒットなら3本集めれば、一本只で交換できたからだ。

自分の記憶が正しければヒット、ホームランの他に2塁打、3塁打があり、ホームラン相当（例：ヒット+3塁打）で一本交換だったと思う。だからヒット3本で一本と

いうのは理屈にあわず納得できないのだが棒が家にたまっている。

パーティタイプの他にはカップアイスがあるが当初は純然たる高級品。めったに口にはできなかつた。ソフトクリームもめったに食べられなかつたものの一つだ。初めてみたのは小学校に上がった頃だったかと思う。当時は自販機のようなものが蕎麦屋などに設置され20円で売っていた。小遣いが一日10円だったのでそう簡単には買えるものではなかつた。



親戚のそば屋にも置いてあり食事はごちそうになったが子供の気持ちは分ってなかったようでたまにしか「食べるか？」とは聞いてくれなかった。欲しがれば食べさせてくれた筈だが当時はねだるのは賤けが悪く思われていたし、人見知りする性質だったので言えるはずもなくいまだに食べたくなるものの一つだが、おじさんがソフトを買うというのも恥ずかしいので誰かと一緒の時でないとなかなか食べられない。そういう意味ではスーパーやコンビニは気を使わず買えるのが良い。

インターネット 2007年6月アンケートの100円アイスランキングは①雪見だいふく②pino③爽④ジャイアントコーン⑤スーパーカップ⑥モナ王⑦チョコモナカジャンボ⑧白くま⑨練乳ミルクかき氷⑩アイスの実となっている。

トップの「雪見だいふく」はアイスとお餅という当時(1981年)としては奇抜なアイデアによる商品で新鮮な食感や意外性にあつという間にヒット商品となった。元々は冷夏が続いた年に寒い時でもという逆転の発想で創られたもの。こたつの中でも美味しく食べられるというのがコンセプトだが和風アイスの先駆けとなった商品でもある。スプーンなども使わず手軽に食べられるので女性に人気があるとのことだ。



この「手軽さ」や「ちょっとつまみたい」とかは女性の好みようで、第二位の「ピノ」第四位の「ジャイアントコーン」などにも共通するポイント。男性のランキングでは、重量感のあるカップアイス「爽」がトップにつき、第三位の「スーパーカップ」などとあわせ、カップタイプのアイスに人気が集まっているのが分かる。

ハーゲンダッツなど高級アイスのランキングについても検索してみたがこちらは見当たらなかったが昨今はどのメーカーも高級アイス商品への参入が進んでいる。また一方ではスイーツとしてのアイスも人気があるようで「パティシエアイス」などという言葉まであり言葉は甘いが大変な販売競争の世界でもあるようだ。

