

Title	「駄菓子」というテキストを読む：子ども文化の詩学に向けて
Author(s)	森下, みさ子
Citation	聖学院大学総合研究所紀要, No.43, 2009.1 : 292-318
URL	http://serve.seigakuin-univ.ac.jp/reps/modules/xoonips/detail.php?item_id=4528
Rights	



聖学院学術情報発信システム : SERVE

SEigakuin Repository and academic archiVE

「駄菓子」というテキストを読む

——子ども文化の詩学に向けて——

森下 みさ子

1. はじめに

「子どもと食」をめぐる問題が頻繁に取り上げられるようになって久しい。「食育」という概念の定着、保育・教育現場における実践、食べることと心との不可分な関係の探求、宗教・文化におけるタブーとアイデンティティの問題、表世界における「食べられるもの」「食べること」をめぐるイメージの解読など、本研究会（〈児童〉）における「総合人間学」の試み）においても多岐にわたって分析が進められてきた。特に、命によって命を購う「食」の意味づけは、生物界における人間という種の存在そのものを問い直す、人間学にふさわしい深淵な問いを発してやまない。「食」によって育まれながら人間社会に位置づいていく「子ども」という存在を通して、さらなる意味の探求が待たれるだろう。「子どもと食」という視点は、「食」によって子どもをどう育てるかという養育的な課題や実践にとどまらず、生命の維持と存続という生物学的意味を含有しながらも、さらにそれを超えて在る文化の原基を発掘する試みでもあるのだ。ただ、多くの場合、食文化の意味や価値は、その担い手である大人の側から取り上げられ、子どもへと注ぎ込まれ

る。もちろんそれは一方的な注入ではありえず、子ども側の文法に即した形で、すなわち大人と子どもの関係をはかりつつ人間社会への加入を促す形で行われる。が、このような大人の理解や積極的な介入を超えて、子どもが、子どものみが直に食べ物というモノとかかわることがあるのではないだろうか。その現れのひとつが「駄菓子」である。

およそ食べ物にふさわしくない色の鮮やかさ、口に含んだときの刺激、まがいものの形や色や味、そして何よりも遊びながら食べることをアフォードダンスとする駄菓子は、上述したような食文化の周縁にあつて、子どもとのみ密約を結び、子ども世界の文法に添う形で生き続けてきた。「駄菓子」というテキストは、子どもという受け手の興味や好みに焦点を合わせてきたがゆえに、大人の批判を浴びたり懐かしがられたりしながらも、大人が付与する意味や価値をすり抜けて、子どもと世界のかかわり方の根幹に入り込むことができたといえよう。すなわち、「駄菓子」というテキストの解説こそは、大人とは異なる子どもとモノとのかかわりを通して、子ども世界特有の文法を把握することになるのではないか。また、子どもを通してそのようなモノとのかかわりを維持することに、わたしたちの社会にとって何らかの文化的な意味があるのではないか。本研究において、「駄菓子」を取り上げ、子どもの世界の文法を明らかにすると同時に、大人社会とは異なる子ども特有の文化の意味についても省察していきたい。以下に、駄菓子というものがどのように生まれ育ってきたか、文化史における痕跡をたどり、特に黄金期といわれる戦後の子ども文化における位置づけを明らかにしたうえで、「駄菓子」というテキストの分析を試みることにする。

2. 駄菓子子の誕生と展開

(1) 駄菓子子の誕生の背景と痕跡

駄菓子子の誕生に関しては諸説あるが、高価な白砂糖を使って作られた「上菓子」に対して、国内産の黒砂糖を使って作られた安価な菓子子を「雑菓子」と称したところから始まったというのが有力である。雑菓子の子の初出は各地主の主要商人を列記した『国花万葉記』（元禄年間）とされているが、大阪の菓子屋七軒を挙げた後「雑菓子」として「高麗橋菊屋越前」の名が載っているだけで「雑菓子」の自身は不明である。ただ、黒砂糖が出回るようになって庶民的な菓子が多く作られるようになり、それがやがて「雑菓子」「一文菓子」の名で親しまれるようになったのは一八世紀も後半のこととされている。いずれにしても庶民の口へのぼる菓子子は、江戸も後期になっていわゆる上菓子に遅れて普及し始めたのである。その要因として松平は以下の三点を挙げる。^①

① 砂糖の普及

白砂糖は長崎を通して輸入される貴重品であり、主に薬種屋で商われていた。が、一八世紀末に江戸市中の砂糖消費量が増え輸入量が増すと同時に国内生産も行われるようになる。幕末になって和三盆と呼ばれる国内産白砂糖が出回り江戸の上菓子司もそれを使い始める。この時期江戸庶民には甘味として果実・水飴のほか黒砂糖の加工品が用いられ、甘味が濃いことが江戸の菓子の特徴となった。

② 菓子製造技術の進歩

『江戸買物独案内』（文化七年・一八三六）には江戸市中の上菓子屋が百二十件載っており、その種類から見て今日の和菓子の原型が出来上がったことがうかがえる。同時に、上菓子の製造方法をまね、材料や工程を質素簡便化することにより一般庶民向けの菓子が普及する。一例として、寛政年間（一七八九—一八〇一）に従来の蒸羊羹とは異なる製法で作られた上菓子の練羊羹は、すぐにも安価な練羊羹に作りかえられ大衆化されて広まっている。

③ 各地の菓子の交流

幕末になると、江戸の消費生活にともなつて人・物の流通が増加し、地方の菓子が洗練されて江戸に流入するいつづうで、江戸で製法を覚えた職人が地方に帰つて独特の菓子を開発したり菓子屋を創業したりして、菓子の種類も量も増加している。

駄菓子製造の背景として以上の三点が考えられるが、加えて松平が指摘するところ⁽²⁾、販売方法にも駄菓子が広まる一因があつたと思われる。「此番小屋にて草履草鞋、箒の類……又常に鹿菓子一つ価四文なる物売る故に、江戸の俗鹿菓子を号て、番太郎菓子と云、京阪に云駄菓子也」(『守貞漫稿』)⁽³⁾とあるように、駄菓子が売られていたのは、木戸番が地の利と暇を活かして開いた雑貨屋「番太郎小屋」であつた。が、それ以外にも菓子の行商が盛んに行われていたらしい。長崎名物の菓子を唐人姿で売り歩いたジャガタラ糖、歌いながら団子をつぎ杵を鳴らすかちかち団子、おじい⁽⁴⁾が飴、栗おこし、女性の所作がなまめかしいおまんが飴など、行商人の振売（歌や踊りで人目を引いて売る）がさかんに行われていた。店構えを要せず歌や踊りを使つて一般大衆の目を引いて売るといふ点では、飴や菓子を買わせて紙芝居を見せるという、後の街頭紙芝居に近いものがある。また、駄菓子屋の前で買ったばかりの駄菓子を遊びながら食べる「遊び食べ」に通じる売り方でもあろう。当時の資料によると、駄菓子は庶民のものでこそあれ必ずしも子どももの占有物ではなかつた。が、これら行商人を描いた図像にはしばしば寄つてきた子どもたちの姿も描き込まれている。駄菓

子を口にすることとパフォーマンスを愉しむことは、やがて子どもという身体において結実していく、その予兆とも想われる。

(2) 駄菓子の普及と子ども

庶民的な菓子としての駄菓子が子どもの占有物として記録されるのは明治に入ってからであろう。樋口一葉が生活に困窮し、小説の舞台ともなった大音寺前で雑貨店を営むことになるのは周知のことであるが、その際、あまり売れない商品に替わつて、勧められて置くようにした菓子・玩具類が、子ども客相手に売れたらしい。商品を「かざりつくるも遅しと斗かひに來たる小供」があつたと一葉は書き記している。⁽⁴⁾ また、加藤理の導きによれば、明治四一年（一九〇八）生まれの松田道雄の回想や、明治三七年（一九〇四）生まれの桑原武夫の思い出には、一文菓子が売られていたこと、その不衛生さゆえに食べるのを禁じられていたこと、および子どもが自由にもちいることができる金銭は与えられていなかったことなどが記されている。これらの記録は、「下町に住む子どもたち」で「金銭のやりとりを下賤なことでせず、子どもの衛生管理にも必要以上に神経質ではない家庭」⁽⁶⁾の子どもたち、いいかえれば、近代になつてにわかに子どもたちを圍繞し始める教育的意識や保護的感覚が届きにくい子どもたちの方が、自由にできる小遣いを持つていたことを指し示す。と同時に、そういう子どもたちこそが、わずかな小遣いをもつて駄菓子を買いにいことができたのだらう。串間努の探索によれば、明治四〇年には金花糖、かりん糖、落雁、おこし、豆板、麦こがし、金平糖、おもちゃ煎餅、かるめらなど、伝統的な駄菓子が、紙風船やめんこ、水出しや火花などの遊び道具と一緒に売られていたという。明治に入ると、駄菓子は子どもとのかかわりを強め、子どもの健全な成育をめざす近代的意識と対峙しながら数も種類も増加していく様子がうかがえる。

その後大正期に入ってから新しい駄菓子が発案され出回っている。あんこ玉や豆ねじ（おこしをねじったもの）に加えてゼリーやすこんぶ、ハツカパイプ、花串カステラなど、今日まで続く駄菓子が発案され、駄菓子市場を賑わせている。また、大正末期から街頭紙芝居の形が整ってくるが、紙芝居に飴はつきもので、昭和二年には紙芝居の見物料となる棒飴が一銭で売られている。さらに、水飴を割り箸二本でこねて最も白くなつた者には賞品がつくなどの遊びも加わつたらしい。街頭紙芝居が商うのは飴が多かつたらしいが、紙芝居を見ながら遊びながら菓子を食べるといふ「遊び食べ」の行商版が街頭紙芝居であつたといえる。

安価であるだけでなく、おもちゃといつしよに並べられたり、紙芝居の見物料に用いられたり、駄菓子が遊びとのかかわりを強めていく過程は、そのまま駄菓子を子どもの占有物にしていく要因となつたであろう。と同時に、大人の目が届かないだけに材料も売り方も不衛生であるばかりか、射幸心をあおる遊び道具や不気味な内容の紙芝居と結びつくことによつて、大人たちの批判の対象にもなつていつた。いっぽうで、明治末から大正にかけて急速に進められる「児童を対象とする研究」の動きは、健全な子どもの成育を目的に掲げて、「保健衛生」観念や「栄養」に対する意識と「子ども」を強力に結びつけていく。そのような意識の高まりの裏面で駄菓子は大人には否認されながら、子どもの嗜好をよすがとして独自の広がりを見せていくのである。

(3) 駄菓子の盛衰

右記の動きが滞りをみせるのは、他の菓子類と同様、戦時中のことである。食料不足の中サツマイモの粉末を原料とした紙芝居用の煎餅が発案されるなど、苦心のあとがみえるものの菓子どころではなく、再び子どもの嗜好に応えられるようになるのは戦後のことである。ただ、水飴や砂糖の統制がしかれて国内での製造がままならなかつた菓子

類（キャラメル、チョコレートなど）に比べると、もともと材料を選ばない駄菓子の復興は早かった。戦後すぐに晒し飴・グリコース菓子・菓子昆布・きなこ飴などが出発、昭和二年には「キビ団子にサッカリンを加えたもの」「さつまいもを原料にしたもの」「紙ニッキ」「味付け昆布」「オブラートニッキ」「松脂ガム」「スルメ」「りんごの皮粉末」「鳩麦煎餅」「柿の皮粉末」など、ありあわせで作られた駄菓子が出ていたという。同年に全国児童食品玩具商工組合連合が発足し、食料庁に「食玩」という特殊品目の特例価格を認めさせたというから、いわゆる一般菓子（中菓子）よりも早く復興が進んだといえよう。この時期統制されている水飴に代わってサッカリンやズルチンの使用許可も下りている。

昭和二四年には水飴の統制が解除され、その後十年は子どものおやつを中心に位置づくキャラメルの製造も始まる。野球カードをおまけにつけた紅梅キャラメルや絵カードを集めると名作の文庫がもらえるというカバヤキャラメルなどが、子どもたちの購買心をそそつたらしい。なかにはカード欲しさに万引きをする子もあつたらしく、PTAからの注意や批判もあつたという。くじ付きの駄菓子にも似たような牽引力はあるが、駄菓子はその場限りのあたりはずれであるのに比して、カードはためると野球道具や文庫など、当時の子どもにとっては得がたい品物が手に入る可能性があるだけに、よりいつそう欲望を募らせたことだろう。目的は異なるものの、集めることに夢中にさせた点では、後に社会問題まで引き起こした仮面ライダーカードやビックリマンチョコカード（¹⁰）シルに通じるものがある。その点駄菓子は、食ふることと遊ぶことが密接に結びついており、おまけのような付加価値が「食ふ」という使用価値を超えて肥大化することはなかった。

戦後製造が盛んになったキャラメル・チョコレートのほか、ビスケットや煎餅などの菓子類と並行して、駄菓子もまたさまざまな種類が創られている。梅ジャムやミルク煎餅、ココアシガレットのように今日まで続いているものもあれば、舌が真っ赤になる「血菓子」のようにいかにも毒々しい駄菓子も一時的に発売された。戦後に生まれたベビーブー

ム世代を対象に、駄菓子屋そのものも昭和二〇年代後半から三〇年代にかけて創業があいついだらしい。需要者である子どもの数に合わせて、一九五〇年代が最も駄菓子屋が繁盛した駄菓子黄金期であったと推察できる。

駄菓子に対しては、教育的配慮による禁止や衛生的観念から生じる批判もあって、必ずしも多くの子どもが口にしたわけではなかった。それでも黄金期を迎えられたのは、「遊び食べ」という駄菓子のコンセプトが、まさしく子どもの世界の文法になつたからだろう。この黄金期に終止符が打たれるのは、大人側の批判や禁止などが主たる要因ではなく、子どもたちをもつと魅了する、菓子と結びついた文化が誕生したからである。それが、子ども向けテレビ番組とそのスポンサーとなつた製菓会社のコマージュシャルであつた。

一九六三年に始まつた初の国産アニメ『鉄腕アトム』の人気に乗じてスポンサーである明治製菓から販売されたマーブルチョコレートは、アトムシールをおまけとすることで子どもたちの購買力をあおることに成功する。同様の試みは、他の子ども向け番組とおまけ付の菓子や飲食類の宣伝とを組み合わせるやり方で、次々と売上を伸ばしていく。先に記した仮面ライダーカードの事件も、この延長で起こつた事件として解釈できるだろう。^⑫ 全国単位で繰り返し大量に流されるテレビ番組内のコマージュシャルという情報は、その情報の受け手である子どもたちを一人前の消費者にしたてていたのである。そのいっぽうで、あくまでも生活圏内の情報をもとに、そのとき・その場で遊びつくすことを主眼とした駄菓子は、影を潜めていくことになる。

(4) 駄菓子の復活

駄菓子の黄金期の終結は、すなわち駄菓子屋の衰退でもあり、さらに駄菓子屋稼業が成り立つような濃密な生活圏の消滅でもあつた。高度経済成長がうたわれた一九六〇年代が、子どもたちが集う原っぱや空き地が激減する時代であ

り、同時に生活圏を共有する子どもたちの異年齢集団よりもテレビ番組の享受者である学校の同年齢者との関係の方が強まった時代であることは、周知の事実である。そんな変化に伴走するように増加を極めるのが、一九五三年に日本に上陸したスーパーマーケットの存在である。駄菓子屋に限ったことではないが、商店街の小売商店は、大型スーパーの影に身を潜め、やがて跡形もなく消えていく。一九六〇年代に入りますます台頭してきたスーパーでは、客が大人であれ子どもであれマニュアル化された対応のもとレジを通って代金を支払いさえすれば、何をどれだけ買っても訝られたり咎められたりすることはない。売り手買い手とも顔見知りという、地域社会に根付いた駄菓子屋とは異なる売買の画一化が進められた。「路地裏のサロン」といわれるような駄菓子屋が果たしていた独特の社会教育の機会が失われた結果、やがて仮面ライダーカード事件やビックリマンチョコレイトカードシール事件などが生じるにいたったとも考えられよう。

しかし、駄菓子屋の衰退とともに駄菓子が消滅したわけではなかった。子どもたちの嗜好に加えて、駄菓子体験を懐かしむ大人の嗜好にも応える形で、スーパーはもちろんのこと、一九八〇年代から急速に増加・定着していったコンビニでも駄菓子を扱うようになっていったのである。今現在、スーパーの菓子売り場には子どもが覗けるように食品棚を低くして「駄菓子のコーナー」が設けられている。人気のテレビ番組やゲームのキャラクターを象ったガムやチョコレート、おもちゃが主で申し訳程度にラムネやチョコががついている食玩（玩具菓子ともいう）、きびだんごやきなこ棒、すこんぶなどなじみの深い駄菓子など、一〇〇〜一〇〇〇円の単位で個別に買えるように並んでいる。いつぼうコンビニでは大人の顧客にも応えるべく、おつまみ風の「よつちゃんイカ」や「たこ酢」、「チロルチョコ」などが売られているし、安価なところが共通するのか百円均一の店でも扱っているところがある。このような現状を見る限り、大人の禁止を掻い潜り、小銭を握り締めて駄菓子屋に集った子どもと駄菓子との熱くて密やかな関係は、もうないといつていいかもしれない。後で取り上げるアンケートの結果を見ても、かつて大人たちが危惧した不衛生感はい去られ、同時に多

くの子どもたちが駄菓子体験を通過してきているのがわかる。現代にあつては、駄菓子は大人にも容認される、安価で手に入りやすい、ただし子どもたちがみずから選んで手に取る菓子の一種となつていゝといえよう。

(5) 駄菓子に対する警鐘と変化

歴史の項を括るにあたり、右記の流れを裏付ける意味で興味深い新聞記事に注目したい。

先に記したとおり、駄菓子と子どものかかわりが明瞭になるのは近代以降のことであり、それを危惧する記載も明治になつて初めて現れる。新聞記事としては初出と思われる以下の記事では、衛生面での警鐘が鳴らされている。

◇明治一七年(一八八四) 一月一三日読売新聞朝刊

駄菓子の毒「浅草光月町にて三人の子供が駄菓子に中り吐きくだして苦しんだ事はさる五日の紙上に掲載せしが田町警察署にて其菓子を取り調べると全く英吉丹いぎやたんと洋紅ようこうを交ぜて着色したるものと知れ製造人は目下お調べ中のよし」

以来、松田道雄や桑原武夫の例にみるとおり、素材からみても売り方からみても衛生面に問題があり、駄菓子は必ずしも大人が認める菓子類ではなかつた。先に記した駄菓子黄金期にあつても問題となる事件が新聞に取り上げられてい(13)る。

◇一九四七年二月二〇日朝刊

「駄菓子中毒か——中野の幼児変死事件」

中野区の八歳と七歳の女兒二人が死んだ原因について、解剖の結果、風邪薬やジフテリアなどの疑いは薄らぎ、「二人が好んで買つていた赤緑色に着色したニッケ棒駄菓子の中毒説が強い」。

◇一九六八年八月三一日夕刊

「有害な駄菓子回収」

東京都衛生局は「マルヨヂユース」（小麦粉に人口甘味料を加え試験管型容器に入れたものを棒で突きながら食べる。五円から十円）に「保存料として禁止されているデヒドロ酢酸と安息香酸が入っており、多量に食べると肝臓障害のおそれもある」として約五千本を回収、営業停止を命じた。

人口甘味料の規制については、一九六九年にはチクロも発がん性の疑いが出て使用禁止になっている。新聞記事として取り上げられるのは、このように素材そのものの危険性である。が、材料もさることながら、ケースにも入っていないむき出しの菓子を手づかみで口に持つていくという不衛生さにも一因があっただろう。しかし、黄金期の駄菓子禁止を報じた記事はこれくらいで、むしろ一九六〇年末以降は、禁止と入れ替わるように駄菓子を珍重する取り上げ方が続出する。

◇一九六九年四月二五日朝刊

「子供のオアシス——駄菓子屋」安西啓明

「駄菓子屋、これは明治から大正時代の、子どものオアシス、あるいは集会所のようなもので、その店のおばさんやおじさんは仲良しとなり、学校の先生よりも親しまれた。」「今でもそのような子ども相手の店はなくもない。が、並べてある品はテレビに出てくる怪獣や、ロケット、おままごとの品も電気洗たく機や冷蔵庫、パトカーやピストルであり、セルロイド製からビニール類のあくどい色彩のものとなった。」

◇一九七五年五月一五日朝刊

「駄菓子屋——自分で買える魅力、下町と共に生き続ける」

「台東区台東、御徒町駅が近く。町工場をかかえた下町。（略）「子どもの活動時間は午後三時〜六時。ひつき

りなしにやつてくる。来店者数は三時間に八十人。九割が男の子。平均三十円〜五十円の支出。」「子どもはお客である。よそでは子は親のふろくとしかみてくれない。が、駄菓子屋では大事な客だ。それに自分で買うのが最大の魅力らしい。」

どちらの記事も駄菓子屋が子ども心理的な成育にとって学校や家庭では果たせない役割を提供していることを伝えている。と同時に、安西氏の言に見るとおり、一九六〇年代に始まる子ども向けテレビ番組の影響が駄菓子屋にまで及んでいるのうかがえる。そのいつぼうで、すでに衰退している駄菓子屋に郷愁を覚えたり、子ども時代に買えなかったからこそ買いたいと思う若者たちを中心に、新天地でリニューアルした駄菓子屋が注目を浴びている。

◇一九七四年三月六日夕刊

「若者も来る駄菓子屋——一円玉で郷愁売る、町に「原っぱ」のにおい」

「原っぱがまだあった東京への郷愁から」店名がついた「harappa」は、渋谷駅に近い高級住宅地の「現代風駄菓子屋さん」である。「開店から午後二時ごろまでは子ども連れの母親や小学生ら、このあと夕方四時すぎから閉店まで中は、高校生など若者たちと、客足はひっきりなし。」

◇一九七五年一月一六日朝刊

「私の駄菓子屋めぐり——「古さ」が目新しくて……つかの間のタイムカプセル」

（ルポのかたちで記載）「昔ながらの駄菓子屋は下町に多いようです。（略）カルタやメンコも昔と同じように並んでいます。その絵は、やはりテレビの人気キャラクター。」「渋谷区代官山の新しい店へ。（略）おしゃれな若い人が、こんな買物もおしゃれの一つという感じで入ってきます。」

テレビ番組のキャラクターを活かして現代の子どもたちの心をつかみながら、「古いものが新しい」というレトロ感で若者の心もとらえていく駄菓子屋の転身ぶりが見受けられる。こうして駄菓子屋は衰退するが、駄菓子そのものは子

どもと若者の嗜好に合わせて生き残り、むしろ各所に設けられた駄菓子コーナーにおいて拡散・定着していく。以下の記事はテレビゲームの流行をはさんでお駄菓子の人気が継続してあることを伝える記事である。

◇一九八二年一月三一日朝刊

「駄菓子 根強い人気——小遣いで何種類も、おもちゃにもなる」

「テレビ宣伝もしないしキヤラクターも使わないので、その分安くできる」また「駄菓子のもつ遊びの要素も人気のもと」と日暮里菓子玩具組合長の言葉を載せる。

◇一九八四年二月二一日朝刊

「駄菓子ブーム——ヤングには物珍しく中年はノスタルジア」

渋谷公園通りに面したパルコビル内に「駄菓子屋」がオープン。下町の大工さんに作らせたケースに、都内を中心に広がっている駄菓子屋チェーン店「となりのみよちゃん」から仕入れた駄菓子やおもちやが並ぶ。このほか、大田区蒲田など都内に店が増え、日暮里の駄菓子問屋は「ブームで急に忙しくなった」という。

今現在はブームとはいえないが、むしろ駄菓子として定着した感がある。いったい、駄菓子の何が人々を引き寄せ、変形を余儀なくされながらも今日まで残ることができたのか。子どもを引き寄せ、若者をおもしろがらせ、大人たちを懐かしがらせながら生き延びていく「駄菓子」というものを、駄菓子の特性そのものに注目してとらえなおしてみた。

3. 「駄菓子」というテキスト

(1) 駄菓子の特性

子どもにとっての駄菓子体験は、駄菓子屋という場（トポス）と密接な関係があり、スーパーやコンビニやチェーン店で復活した駄菓子の売買とは、体験の質が異なるだろう。その違いはすなわち、駄菓子屋というトポスが活きていた戦後十数年の黄金期と、その後の高度経済成長期を背景に変化を余儀なくされた子ども遊び場や遊び方の相違を指示するものでもある。その実態や経緯に関しては、体験の記憶の掘り起こしや現状のフィールドワークやインタビューが有効かもしれない。しかし、売買の変化にともない体験も変わったとはいえ、それでもなお「駄菓子」というモノ自体が発信する魅力は、子どもをはじめとして人々をひきつけてやまない。その牽引力とは何か？ 駄菓子を駄菓子たらしめている要件こそ、子どもを引き寄せ、子ども時代を呼び覚ます、子ども世界に特有の作用を指し示すものではないだろうか。

ここでは、「駄菓子」を他の食べ物と区別する明瞭な特性を有して表現されたテキストとしてとらえる。これまでの歴史的推移から見て、このテキストが「子ども」という受け手の文法に添う形で方向付けられてきたことはまちがいない。とすれば、この駄菓子というテキストを織り上げている織系（コード）を析出することによって、子ども世界を彩る特有の作用が見えてくるのではないだろうか。それによつてはじめて、子ども世界に定位してきた駄菓子体験の、子どもにとっての意味をすくいとることができるとは思えないかと考える。以下に戦後から現代まで比較的継続して販売さ

れている駄菓子を取り上げ、その主たる特性を項目に分けて取り上げてみよう。⁽¹⁵⁾

① 鮮やかな色づけ

食物が本来有している色、「おいしそう」と感じさせる料理が有している色からは逸脱した鮮やかな色づけがほとんどこざれている。

(例) ガリガリ君ソーダ、寒天菓子、ゼリービーンズ、ザラ玉(表面がザラザラした飴)、さくら餅など

② 極端な縮尺

子ども用とはいえ、食べやすい・持ちやすい・満腹感があるなどの条件を満たす大きさよりもはるかに小さく作られており、それゆえに食べにくさを強いられる。

(例) モロッコヨーグル(直径二センチほどのヨーグルト容器に木ヘラがついていてすぐって食べる、中身はヨーグルトではなく砂糖菓子)、プチ餅(豆粒のような餅が並んでいて楊枝でさして食べる)、ヤングドーナツ(二口大)、プチプリン(直径二センチほどのプリン)

③ 外見・パッケージと中身のズレ

外見の形と名称は既存の食べ物に近似しているが、中身がまったく異なる。開けてみたとき、あるいは口にしたらとき、その違いに気づく。

(例) ふくふくたいやき(たいやきの形をしたモナカの中にエアインチョコ)、ピンラムネ(ラムネの形をしたモナカの中に砂糖菓子)、プチプリン(中身がチョコの種類)、フラワートップ(ソフトクリームもどきの砂糖菓子)、ガムめん(麺状をしたガム)

④ 既存の食べ物に似せて形を作ったり、着色や香り付けなどの加工をほどこしたりしてあるが、材料は異なるか、一部のみ使用しているにすぎない。

(例) ビッグカツ、蒲焼さん、酢だこさん太郎、うまい棒(サラダ味、納豆味、たこ焼き味など多種類)、ベビースターラーメン、らあめんババア、タラタラしてんじゃねーよ(タラのカット珍味)

⑤ 大人専用のものを模倣したもの

子どもが飲食したり所持したりすることを禁じられているものの模倣

(例) ココアシガレット、パイプチョコ、ハッカパイプ、ワルガキビール(溶かすとビール状になる)、ジャックポーンラスチョコ(吾萬円札の包装)、ソーシン(頭痛薬「ノーシン」のもじり)、プチリングキャンデー(指輪のように指に嵌めてなめる飴)

⑥ おもちゃ・遊び道具との合体

おもちゃのように、菓子そのものに遊べる要素が盛り込まれている。

(例) フェラムネ、まけんグミ(ジャンケンができる)、ネリアメ(ねりながら食べる)、型ぬぎ、ナメぬぎ

⑦ クジつき・あてもの

買う段階で選択するもの、買って当たると余計にもらえるもの、買った後運試しができるものなど、運との駆け引きが遊べる。

(例) 糸引き飴、モロッコヨーグル(フタにアタリハズレ)、よつちゃんイカ(あたりが出たらもう一枚)、プチプチうらない(小さなマーブルチョコを押し出すと運勢が表れる)他多数

⑧ 刺激が強いもの、口に残るもの

極端にすっぱい、辛いなど味覚を急襲するもの、口の中ではじける、舌に色が残るなど攻撃的な味で、通常の「おいしい」味覚を逸脱している。

(例) わたパチ、ぶつとびチョコ(口中で炭酸ガスがはじける)、わさびのり、超すっぱキャンデー、ぶりぶりガム

(口中がコーラ色になる)、アカベークロペーガム(口中が真つ赤・真つ黒になる)

⑨ ふくらむもの

ふくらんで嵩が増え、値段のわりに得をした気分させる。

(例) にんじん(ポン菓子)、わたがし、ふ菓子、カルメ焼き

⑩ 昔なつかしいもの

昔からある駄菓子、「なつかしい」をキーワードに売る。

(例) きびだんご、きなこ棒、ぼんたん飴、カルメ焼き、タマゴボーロ、ふ菓子、あんこ玉、ザラ玉、麦チョコ

(2) 「駄菓子」のコード

右記の特性をもとに、駄菓子を他の「食」のテキストと分離している要素に着目して取り出してみると、次のようになる。

(a) 大人社会の通常の食べ物・食事の価値観からことごとく逸脱する。

栄養をとる、食べやすい、味わうなど、通常の食に求められる要素を廃する。

自然食・健康食など、現代社会で求められる価値観と対峙する。

通常の食からすれば否定的なあからさまな偽装・まがいものを積極的に取り込む。

ときに、食べ物にそぐわないネーミングがついている。

(b) その場で友だちと遊びながら食べることをアフロードする。

安価で何種類もバラ買いができる。

その場で開けて、あたりハズレを楽しむように作られている。

刺激的な味や色など、互いに反応を見せ合せて楽しむように作られている。

友だちと交換したり分け合ったりできるように作られている。

(c) 伝統的なものも継続して出している。

ネーミング、パッケージ、遊び方など、「昔ながら」が強調されている。

(a) は、子どもに対して近現代社会が推し進めてきた教育的価値観や保護の意味を無視するか、真つ向から対峙するコードといえる。このコードは、大人が「食」を通して子どもの健全な成育に関与しようとするとき、まったく役に立たないか、かえって障害となるようなものとして映じる。しかし、それゆえに、大人の価値観と相容れない子ども独自の文法が働いているのであり、その意味で、通常の社会秩序（生活様態）を織り成している文法とは異なる、子ども世界に特有の「詩的作用」が活きているといえるだろう。その詩的作用を支えるように織り込まれているのが (b) のコードである。

(b) のコードは、そこに集った子ども同士でその場で遊び食べを促すものであり、言い方を変えれば、大人が入り込むことを拒む子ども独自の世界を要請するものでもある。駄菓子そのものが、その日その日に駄菓子屋の前という特定の場所で子どものみで食べつくされることをアフオーダンスとして組み込んでいるのだ。とすれば、この (a) と (b) のコードが織り成している「駄菓子」というテキストは、大人とは異なる子ども世界を保障するテキストとして読まれねばならないだろう。

ただ、(c) というコードは、子どもではなく、かつて子どもであった大人に向けて織り込まれている。このコードはどのような働きをするのだろうか。続いて、学生対象に行われたアンケート調査をもとに、右記のことを確認すると

ともに、コード(c)の意味作用について考えてみたい。

(3) 駄菓子体験の調査

児童文化演習の中でゼミ生(聖学院大学児童学科三年生)とともに、大学生二〇八名を対象に駄菓子体験に関するアンケート調査を行った。以下に、その調査結果からいくつかを引用して考察を試みる(資料「駄菓子に関するアンケート調査」参照)。

調査結果を見て、まず驚かされるのは「近くに駄菓子を買っているところがないという二名を除いて、現在の大学生のほぼ全員が駄菓子を買ったことがあると答えている点である。衛生面で問題があるため、大人が厳しく禁じていたところに比べると、駄菓子がどれだけ解禁されているかがわかる。アンケートの中で「駄菓子について大人から注意を受けたことがあったら教えてください」と尋ねたところ、「(太るから)食べ過ぎないように」といわれたり「買わずぎてはだめ」と注意されたりした子どもが合わせて二十人ほど、次いで「着色料がぎついの(色が濃いもの)はやめなさい」といわれた子どもが数人いるくらいで、ほとんどがなんら注意を受けてはいなかった。先に新聞記事から指摘したとおり、一九六〇年代を境に駄菓子Ⅱ不衛生という見方が払拭され、新しいタイプの駄菓子屋やスーパードでの販売が広まったことが起因していると考えられる。では、子どもたちはどのようにして駄菓子を買っていたのか。

最もよく買っていた時期は、〈問い2〉からわかるとおり、小学校低学年に集中している。〈問い3、4、5〉に示されるように、この世代の子どもたちの多くが、遊びの最中に(遊びとして)週に一〜三回ぐらい、友だちといっしょに駄菓子屋に行くという体験をしている。二番目に駄菓子体験の多い小学校中学年を見ても同様のことがいえる。これら

のことから、友だちと遊びながら駄菓子屋で駄菓子を買うという体験を、小学校低学年から中学年の時期に、かなり多くの子どもが体験していると推察できる。これは携帯ゲームほど頻繁ではないとはいえ、友だちと連れ立って遊びに行く体験としてはきわめて多いといえるのではないだろうか。

では、このような子ども時代の体験を、学生たちはどのように振り返っているのだろうか。「あなたが親になったとき、子どもに駄菓子体験をさせたいですか？」という問いに対して、「はい…一九〇 いいえ…七 どちらともいいない…五 無回答…四」との答えを得た。大半を占める「体験させたい」の理由は、以下のようなものであった。

A 「自分で選ぶ、計算して買うなどの体験ができるから」

B 「子ども同士の交流、駄菓子屋さんとのやりとりを体験してほしい」

C 「自分が楽しかった体験を子どもにもしてほしいから」

D 「日本の古き良き文化（伝統的文化）のような気がするから継承してほしい」

A、B、Cは、駄菓子体験の課外教育的効果として、これまでにもたびたび指摘されてきたことと重なる。⁽¹⁶⁾子どもに許された金銭の範囲で、お金を使う体験をすることの意味、駄菓子のアフオーダンスである「遊び食べ」を通して友だちとかかわることの大切さ、親や先生とは異なる大人として駄菓子屋の主人が担う社会教育的効果も評価されてきた。しかし、それだけでなく、C、Dの理由は、駄菓子がなにやら古い時代と結びついており、世代を越えて伝承されていく〈文化〉として重視されることを物語っている。駄菓子というテキストを織り成す(c)コードが受け手に与える印象が、このような形で表れているのではないだろうか。すなわち、駄菓子は、それぞれの世代の「子ども時代」と密接に結びつき、それを痕跡として残し、それらが堆積することによって、子どもが「子ども時代」を通過していく共有の場(トポス)を作りなしているのだ。それゆえに駄菓子体験は、子どもだけに許される、大人からは自立した体験であり、同時に前世代からも承認される「子ども時代」のしるしのような意味を持ちうるのである。そしてそれは、子ども

駄菓子体験に関するアンケート調査

調査日：2008年6月

調査対象：18～23歳 大学生 208名

1. 駄菓子を買った経験はありますか？

ある：206名 ない：2名

2. 駄菓子をよく食べていたのはいつごろですか？

よく食べていた時期	人数
幼児期	16
小学校低学年	110
中学年	43
高学年	21
中学生	7
高校生	5
現在	4
合計	206

3. 駄菓子はどこで買っていましたか？（複数回答あり）

2の時期	駄菓子屋	スーパー	コンビニ	ショッピングセンター	その他
幼児期	12	4			
小低学年	78	27	2		
中学年	35	7	3	1	2
高学年	16	3	4		
中学生	3		1	1	
高校生	1	1	3		
現在		1	2		1

4. どんなときに買っていましたか？（複数回答あり）

2の時期	遊びの最中	学校帰り	遠足の準備	気が向く時	その他
幼児期	6	2	2	5	3
小低学年	61	8	17	22	5
中学年	24	3	3	12	2
高学年	14	2		4	1
中学生	2			3	1
高校生		2		1	2
現在				4	

5. だれと買いにいきましたか？（複数回答あり）

	一人	友だち	兄弟	父親	母親	祖父母	その他
幼児期	1	10	3		5		
小低学年	2	79	12	1	16	2	
中学年		36	2		4		
高学年	1	20					
中学生		6			1		
高校生	1	4					
現在							

6. 駄菓子はどのくらいの頻度で買っていましたか？

	毎日	週2,3回	週1回	月2,3回	月1回	その他
幼児期	2	3	4	6		1
小低学年	1	48	26	22	8	5
中学年	3	14	11	12	1	1
高学年	1	13	2	2	1	2
中学生	1	1	2		2	1
高校生		1	2	1	1	
現在	1	2			1	

ただだけで（大人の「食」の価値観とはまったく異なる）駄菓子を買って「遊びながら食べる」という体験の中に組み込まれた、子ども世界の詩的作用を指し示しているにちがいない。

4. 結び

現代社会において、多くの子どもたちが共通して体験する遊びとして筆頭に挙がってくるのは、携帯ゲームである。実に男女とも九割を超える子どもたちが、携帯ゲームで遊ぶ体験を有している。が、それは「自立した子ども時代」を象徴するような体験にはなりにくい。ゲームのおもしろさは、ハード・ソフト両方の技術進歩を経て、若者から高齢者まで引き伸ばされ巻き込むようになってきた。そのような形でゲームが一般化され、世代を超えて遊べるものになっていくことは決して悪いことではない。しかし、駄菓子について問いかけたと同じように「あなたが親になったとき、子どもにさせたい体験かどうか？」とたずねたら、おそらくそれほど多くの賛同は得られないのではないだろうか。それに比して、駄菓子を買って遊びながら食べるという体験は、予想される社会教育的な意味を超えて、子ども特有の体験として刻印され世代を渡って伝えられるもののように思われる。

見てきたように、駄菓子と子どもが密接に結びついてくるのは、近代以降である。子どもを圍繞する教育的および保護的姿勢が強まっていくとともに、その批判を受けながらも、色鮮やかに甘く面白く、とにかく子どもを喜ばせ夢中にさせる要素を盛り込んで、新しい駄菓子が次々と作られる。その粗悪さゆえに、戦後もいちはやく立ち直り、食欲を満たす以上の付加価値をもつて子どもたちの口にもぼった。そのいつぼうで、テレビ文化やスーパードに侵食され衰退を余儀なくされながらも、それらを活用し、ときにはそれらとの違いを打ち出す形で共存してきた。

そのしたたかさとしなやかさに裏打ちされた駄菓子文化のよってたつところは、駄菓子というテキストに織り込まれたコードが指示している。すなわち、大人社会の通常の「食」の価値観と相容れない、それらをゆがめたり縮めたり、ひっくり返したり壊したりする無意味さを、その場そのときに子ども同士で遊びつくすことであつた。そこには、先に記したような子ども社会教育的な意味を除けば、大人が積極的に支持するに値する意味はないといえる。たとえば、自然を背景とする野性的な体験ならば、自然との共生、生命の見直しなど、子どもの心身の育成に重要な働きをする意味がすぐにも浮かび上がるだろう。しかし、こと駄菓子に関しては、駄菓子そのものも売買の仕方もみな人工的で、体に良いとはいいがたいし、射幸心をあおる要素もふんだんに含まれている。にもかかわらず、いや、だからこそ、駄菓子は大人とは無縁の「自立した子ども時代」を保障してきたのではないだろうか。

子ども世界に立脚点をもつ、このような文化を支えているのは、大人社会に向かう通路として用意された文法とは異なる、子ども世界にのみ息づいている「詩的作用」といえるだろう。アンケート調査の結果を振り返ってみても、駄菓子体験は子ども時代のごく限られた時期にのみ集中している。大人になってからは懐かしんだり面白がったりすることがあるだけで常態化することはない。むしろ子ども時代を象徴する体験だからこそ、大人になって再現してみたくなくなるにすぎない。人間関係を育んだり社会ルールを学んだりできる体験として評価することとは別に、そのような教育的意味に回収されることなく、そこからこぼれ落ちてなお「子ども時代」の象徴的体験として在るのが駄菓子体験であろう。その詩的作用こそ、子ども時代を輝かせるものではないだろうか。

また、「子どもである一時」を共通項として、多世代を貫通する体験であることにも着目したい。大人から注意を受けたり禁止されたりしながらも、それゆえに大人の介入を拒む場として継承されているのだとしたら、それこそ現代社会における自立した〈子どもの領域〉として存在意義があるにちがいない。今後は、むしろ解禁され承認されて広がりすぎた駄菓子が〈子どもの領域〉の特異性を失うことによって、子ども文化の詩的作用を減じてしまうことに留意しな

くてはいけないのかもしれない。

注

- (1) 松平誠『駄菓子成立前史抄』（『生活文化史』39、日本生活文化史学会、二〇〇一）において挙げられた庶民的菓子普及の背景をまとめた。
- (2) 松平、前掲論稿
- (3) 喜田川守貞『守貞漫稿』（『類聚近世風俗氏』一九〇八初版。復刊、聖光社、一九四九）
- (4) 樋口一葉「塵之中」（『樋口一葉全集』筑摩書房、一九七七）
- (5) 加藤理『駄菓子屋・読み物と子どもの近代』青弓社ライブラリー10、二〇〇〇
- (6) 加藤理、前掲書、一一八頁
- (7) 串間努『ザ・駄菓子屋百科事典』扶桑社、二〇〇二
- (8) 姜竣『紙芝居と〈不気味なもの〉たちの近代』青弓社、二〇〇七
本書によると、街頭紙芝居は、人肉を食い人血を吸うような残忍に過ぎるもの・蛇猫を食い畸形児を生むような猟奇に過ぎるもの・継子いじめのように童心を蝕むものなどがあるとして、昭和一〇年（一九三五）には警視庁から取り締まりを受けている。
- (9) 本田和子『子ども一〇〇年のエポック』フレールベル館、二〇〇〇
本書において、本田は『児童研究』（明治末からの定期刊行物）に「衛生・生理」等の編集上の目配りが増加してくる経緯を踏まえて『子ども』は、新たに「保健衛生」観念やその運動の対象としても位置づけられ始めていた」という。また、同時期にビタミンの重要性が発見され小児栄養学の研究が進み「乳児栄養」や「学校給食」が重要課題となつて、「栄養」

が子どもの成育と不可分な位置にのぼりつめていく過程を明らかにしている。

- (10) 一九七二年にテレビで放映されて一躍人気となった仮面ライダーのカードを、番組スポンサーであるカルビーが自社製造のスナック菓子におまけとして付けたところ、爆発的な人気となった。が、それが嵩じて、箱ごと買ってカードだけ抜き取り、菓子には手をつけずに捨てるという事件が生じ、社会問題となって製造元が自粛するにいたった。

- (11) 一九八七、八八年と、子どもたちの間でビックリマンチョコレートのおまけカードシールを集めることが大流行した。希少価値の高いホログラムの入ったレアカードを含めて六〇〇枚近いカードをコンプリートする(全種類集める)ために子どもたちは躍起となり、あげくにカードだけ抜き取ってチョコレートを捨てる子どもが続出し、新聞やテレビに取り上げられて社会問題となった。

- (12) 吉見俊哉は、「全国同時に供給する映像イメージ」によって「テレビは、同輩集団における共同世界の準拠枠を、他のあらゆる社会的場面にも優先する圧倒的な仕方提供」したという。番組放映中のCMも含めて「かつて駄菓子屋と貸し本屋を舞台に営まれていた子どもたちの行動性は、ブラウン管とスーパーマーケットの商品棚を通して営まれるそれへと徐々に代替されていったのである。」(「ブラウン管の中の子ども文化」『リアリティ・トランジット』紀伊国屋書店、一九九六)

- (13) 以下の新聞記事はすべて「朝日新聞」による。

- (14) 一九八三年「ファミコン」の発売をもって家庭でのゲームが広がり、子ども文化にTVゲームが浸透する。

- (15) 駄菓子に関する調査・研究は、聖学院大学児童学児童文化ゼミ生(三年生一八名)とともに行った。各種の駄菓子を持ち寄り、川越の駄菓子屋横丁をはじめ駄菓子を商う店から買い集めたりして試食をした結果を項目別に分類している。例として挙げた駄菓子の中には複数の特色を持つ駄菓子も含まれている。また、駄菓子の名称などに関しては、以下の本も参照した。

角田武・鳥飼新市・武居智子『駄菓子大全』新潮社、一九九八

串間努『ザ・駄菓子百貨事典』扶桑社、二〇〇二

奥成達・ながたはるみ『駄菓子屋図鑑』ちくま文庫、二〇〇三

- (16) 駄菓子体験がもたらす広い意味での教育的効果に関しては、先に取り上げた新聞記事にも散見される。新聞や雑誌にも取

り上げられ著書にもなったものとしては、脇田はる『駄菓子屋日記』新日本出版社、一九九〇が有名である。脇田はるは、駄菓子黄金期にあたる一九五六年に柴又で駄菓子屋を始め、子どもたちとのやりとりを日記にしたためている。が、そこには親でも先生でもない「はる」を慕ってなんでも話してくる子どもたちの様子や、その子どもたちの相談にのったり、注意したり羨たりしている「はる」の心情が綴られている。

その他の参考文献

石橋幸作『駄菓子のふるさと』未来社、一九六一（仙台駄菓子のように、商品化されるにいたった素朴な手作りの駄菓子に関する省察）

藤本如泉『日本の菓子』川原書店、一九六八

守安正『新版増訂お菓子の歴史』白水社、一九六五

串間努『ザ・おかし』扶桑社文庫、一九九九

奥成達・ながたはるみ『昭和子ども図鑑』ポプラ社、二〇〇一