



第5章 デクノボウの黄色いカレーライス

(1) 「福住」のカレーライス

大衆食堂「福住」は、東京・江戸川区JR平井駅前、戦後の闇市あとの木造家屋が密集する飲食店街にあった。

片隅に七輪もあって、一〇人も客がはいれば一杯になる。むかしながらの低消費型生活の面影をビシッと残していた。しかし、高層ビルが建つことが地域の発展とおもう高消費型社会環境を推進する地域再開発事業のため、一九九七年一〇月末で姿を消した。

その直前、男主人が亡くなってからひとりで店を守ってきた七二歳の、女主人がつくるカレーライスをたべた。

週に一回は登場の人気メニューだった。日によってちがういろいろなおかずから、客が勝手に選ぶのだから、寄ってみてカレーライスがないと帰ってしまいうツレナイ男がいた。それは福住への愛着のあらわれでもあった。閉店の日に、無骨な男が、涙をながした。

これが最後になるかとおもいながらたべた。そうおもって、あらたまって見ると、まさしく鮮やかな黄色をした、ジャガイモが二分の一度の大きさで、ゴロゴロはいつているカレーライスである。なんとなくウマイうまいとたべてきたが、これこそ、自分でもつくらなくなった、あの野菜煮のような黄色いカレーライスではないか。

女主人は戦前、福島で生まれ育った。実家は「うどんそば屋」だった。ムギやソバが主食だった戦前の田舎で「うどんそば屋」といえば、大衆食堂である。カレーライスもだして、小さい頃からよくたべた。その記憶にあったカレー

ーライスを、嫁ぎ先の食堂で戦後まもなくからつくりつづけた。そして半世紀以上がすぎた。

最初の頃はカレー粉をサツと煎ったという。やがて即席カレーにかわった。カレー粉の香がほのかにただよう、野菜の旨みがたつぷりの牧歌的な風味のカレーライスだった。それは若かった女主人と共に上京し、同じように田舎から出てきて東京の下町の片隅で年をくってしまった、ひとり暮らしの男たちの人氣者になった。

かつては、こういう大衆食堂で、こういうカレーライスをたべた人たちが、インド料理屋や西洋料理屋のカレーライスのようなものをたべた人たちより、はるかに多かったはずだ。しかし、このカレーライスは権威にはなれないし、本場にも本家にもなれない。それでいい。ボクタチのカレーライスは、それぞれの生き方しだい作り方しだいだった。

これだけはいえる。ボクタチのカレーライスは、西洋料理やインド料理の権威のおかげでここまできたのではない。まったくちがうものをつくってきた。

エスビー食品の「昔なつかしのおふくろの味カレーライス」というレトルトカレーには、「カレー粉を煎ることからはじまる昔ながらの手法にこだわりました」と能書きがある。

この「煎る」というのは、むかしはよくやっていたが、いろりや七輪の火で、茶を煎る、あるいは胡麻を煎る、あのサツと煎る感覚である。正しくは《ほろく》とよぶらしいが、おれの記憶では《煎り鍋》とかいわれたものがつかわれた。それで《こうせん》という麦こがしなどもつくられおやつになった。その道具はフライパンにかわるが、それと同じ煎り方なのだ。

これは西洋料理のルウの調理の手ぬき模倣ではない。その台所その火その道具で料理してきた、おふくろのオリジナリティなのだ。だから「おふくろの味」といわれる。

福住の女主人は、いまは千葉県の娘さん御夫婦のところへ、お孫さんに囲まれて暮らし、娘さんのつくるカレーライスをたべている。

電話をした。「平井の母」といわれた、やさしい懐かしい声がかきこえてきた。ちよつと東北なまりがある、あつたかい声だ。

「若いひとたちのカレーライスもハイカラでおいしいですよ」という。「脂っこくないですか」ときくと、「最初はね、でもなれるとおいしいですよ、若いひとたちの時代ですよ、ハイカラになっていい味ですよ」といった。

彼女の父母から彼女、そして娘と孫たち、三代百年、進化するカレーライス。これなんだよ、これ。ここに、カレーライスの歴史がある。これが、よりコクのある風味を追いかける、かけめしとボクタチの姿なんだ。

そして、彼女のカレーライスは、むかしの日本の風土の味だったんだな、もつといえれば日本の田舎の風味だったんだな、とおもった。だから、おれのよう

な田舎者のオジサンたちによるこぼれたわけだ。

リクツをいえば、「おふくろの味」という味がないように「ハイカラな味」という味はない。だが、どちらも、ある味から生まれる観念を意味することはある。田舎にはなかった都会的な味、たとえばバターくさい脂っこい味を、習慣的に「ハイカラな味」といつてきた時代があった。福住の女主人の話は、そういうものとはちがうカレーライスがあったことを意味している。それは彼女もつくっていた黄色いカレーライスである。

(2) デクノボウの台所

すべては、黄色いカレーライスからはじまった。

いまではふつうになった、バターでタマネギをよく炒めたような色や小麦粉を炒めカレー粉をねりあわせたような色、これは「ブラウン」から「ブロンド」と濃淡はあっても茶系であり、伝来といわれる西洋料理のカレーライス風のものにつきものである。

ところがボクタチのものは、そんな調理はないがゆえに、そんな色など影のうすい、脂気はあるが油脂の浮いてない脂っこくない、鮮やかな黄色の勝ったカレーライスだった。

それが「おふくろの味」といわれるほど普及した。さらに「国民食カレーライス」なんていわれるようになった。わざわざカレーライスの本ができ、たかがカレーライスの歴史が騒がれるようになった。

料理の普及とはなんだ。台所での再生のくりかえしだ。

料理は、台所で、感覚や意思や精神をもった人間の手先から生まれる。そのときはじめて料理が、ある。そして、そのくりかえしの再現の連続のなかに料理の歴史が、ある。

台所でくりかえし再現されないかぎり、料理は伝わってひろがったことにならない。料理はつくられなければ存在しないし、たべればなくなってしまいうからだ。料理の普及とは、台所での再生であり生成のくりかえしの連続でありひろがりである。

そしてカレーライスを語るとき、忘れてはならない人間といえば、そのくりかえしの現場のおふくろであろう。おふくろは、ながいあいだ台所の全知全能だった。おふくろは台所を意味し、おふくろの味は台所の味を意味した。

おふくろをぬきに、どんな食品も料理も普及しなかった。どんなに有名な料理人が本に書いたところで、軍隊が何万人で押しかけても、おふくろつまり台所でダメなものはダメであり、そこがどうであるかだった。

モノの普及とちがう。モノは軍隊から持ちかえれば普及になる。そのようにカレー粉が普及したことはあった。カレー粉は製品でありモノだからだ。カレーライスも料理だ。

料理のイノチは儂い。

大日本帝国の軍隊でカレーライスが採用されたのが原因でカレーライスが普及したという伝説が、いくつかの単純な例をあげて、まことしやかにひろがっている。

カレーライスは軍隊でたべられた。しかし、それが原因で家庭へ普及したというのは、実体に即してもちがっているし、そもそもモノとはちがう料理の普及においては、軍隊は媒体になりえても原因にはなりえない。世の中には試食販売だけでおわる食品や料理がたくさんあるようにである。軍隊が武力で国民を脅して、カレーライスをつくらせつづけたというのなら別だ。

軍隊は料理やイメージや風俗を伝える媒体ではありうる。そして、それをくりかえし再現する原因が台所にないかぎり、一瞬の泡でおわる。気まぐれに五回六回つくられておわたぐらいなら、風俗としての流行にはなりえても料理の歴史にはならない。そのように料理は儂いであり、それはまた、同じ料理が存続しつづける「国民食」といった形容がつくようになるには、それなりの理由が台所になくしてはならないことを意味する。

デクノボウのおふくろの存在を考えよう。

とにかく「おふくろの味」というかぎり、台所の感覚であり意思であり精神であるボクたちのおふくろのオリジナリティがあるはずだ。でなければ、ボクたちは、わざわざ「おふくろの味」とはいわない。

そこには本場も本家もない。もちろんホンモノもニセモノもない。インドやフランスのおふくろが本場で本家でホンモノで、日本のおふくろは場ちがいもので分家の手ぬきのニセモノのスカ、なんてことはない。

おふくろは、そういう、ひとつのオリジナリティを意味していたはずだ。

だが、ほとんどのカレーライスの歴史では、黄色いカレーライスをつくったおふくろつまり日本の台所は、いつも感覚や意思や精神のないデクノボウあつかいである。西洋料理である軍隊の料理である男の料理であるカレーライスを、まねし、手ぬきし、自堕落なものにしたデクノボウ。

デクノボウだろうが、感覚や意思や精神がある。それがデクノボウなりに、料理にどうはたらいてきたかが料理の歴史ではないのか。

(3) 三層のカレーライス

される日だった。屠場へは何度か遊びに行った。豚、馬、羊(山羊?)が殺されるのはよくみた。牛と出会ったことはない。鶏は持ち主の庭先で首をひねられ毛をむしられ、店で売られることはなかった。

第二層。約一年後には父と母が再婚し、父の間借り先と一緒に暮らすようになった。そして、その一年後一九五五年頃だろう、新しい家に引っこした。その頃からはジャガイモ、ニンジン、タマネギ、豚肉に即席カレーという「定番」の時代だ。

家も替わったが、台所は立ち作業になった。そのこのテーブルとイスでめしをたべた。こんにちの明るいダイニングキッチンだ。

味噌は買うようになった。プロパンガスがはいった。冷蔵庫もはいった。道路は舗装され、肉屋が二軒になって、いつもショーケースに肉がならんでいた。トンカツやコロッケもあった。豚肉は日常的にたべられた。でも牛肉は、高くめつたに買えなかった。

バターが家にあるようになったのは、高校生になってからだ。ときどき母は、そのバターをつかって、フライパンでルウをつくっていたが、あわせ味噌がいいように即席カレーのなんとやらとナントヤラをあわせるのがイチバンいいって、二種類の即席カレーをつかうことが多かった。

アルマイトの大鍋に油をひき具を妙めて水をはる、という誰がやってもおなじ例の方法で、高校山岳部一年生の夏山合宿からこれをやった。背中の皮がむける激しい鍛練とジャガイモの皮むき。あきらかに即席カレーの箱にあったカレーライスの作り方にしたがったものだ。しかし、それを見る必要はなかった。つまり、すでに家庭で円熟し完成していたといえる。

すきやきやカツ丼やラーメンなどにくらべたら、特別なごちそうではなかった。中学生の頃だつてバターのトーストのほうが、うらやましいぐらいだった。でも、いま、カレーライスの話だけをきかれたら、あれはごちそうだったというだろう。カレーライスはいつでもごちそう気分であられたからだ。

第三層は、黄色くないカレーライスがはびこり「高級化、多様化」といわれる時代だ。以前のものとくらべ、茶色が勝った西洋料理風のカレーライス。いまのエスビー食品のレトルトカレー、「昔なつかしのおふくろの味カレーライス」と「ダイナーカレー」の、パッケージのカラー・イメージの差といえよう。

一九六二年に上京し、はじめて、黄色くない脂っこいカレーライスをたべた。たしか五月の末の暑い日だった。

JR飯田橋駅から九段の靖国神社にむかった「カレーの南海」だった。マジマジとみつめたほど濃い茶色だった。香はよかったが脂っこくて、ちがうな、というかんじだった。一回だけでやめた。けっきよく、大学の食堂と町中の大

衆食堂の黄色いカレーライスが、財布にも口にもあった。黄色いカレーライスは貧乏学生のたべものだった。

おれのオヤジは、また倒産し、おれは働かなければならなかった。朝、出勤途中のターミナル駅で、出現まもない立ち食いカレーライスをたべる日が多くなった。すごい混雑で、気弱にやっていたのでは、たべられなかった。

一九六四年の東京オリンピックの頃をさかいに「食の洋風化」が新しい段階にはいった。それからの一〇年間に日本の食文化は激動する。

みかけは「洋風化」「コメばなれ」だったし、たしかに一人あたりのコメ消費量は減少傾向にあったが、その本質はちがうところにあった。食事の社会化あるいはシステム化、露骨な言い方をすれば多国籍化した産業による、胃袋の支配である。米飯でも、にぎりめしや弁当やカレーライスや牛丼のように、産業化されたものは成長した。

パン食はパンとバターという産業の製品をたべる。それがコメをトグおふくろを崩した。いまでは日常化した食事の産業への依存が、家庭の深部おふくろにまでおよんだのである。

おふくろは一挙に、ノスタルジアの世界にしか存在できないババアになる。

コクにバターくさい脂っこさを追求する時代になった。そこに「インド人もびつくり」のテレビ・コマーシャルがあった。高級感のあるブラウン色したバターくさいカレーライスが「レストランの味」つまり「本物の味」といわれ、おれの過去は貧乏くさいマガイモノになった。

そして「レストランの味」が、レストランや専門店の調理を学習してではなく、即席カレーで家庭にはいつてきた。それは牛肉のカレーライスでもあった。それがホンモノのカレーライスだといわれ、そのホンモノをたべることで、豊かな生活を実感しイメージした。

やっとな肉のカレーライスだ！これがホンモノの生活だ！

一九七一年の秋から、おれは「リッチでハッピー」と「レストランの味」をつかった宣伝文句を書いていた。和風のもの売るにも、このコピーが必要だった。ごはんものを売るテレビ・コマーシャルにもアメリカなイメージのタレントが起用された。「ハッピー・コミュニケーション・フード」なんて、恥ずかしくもなくやっていった。カタカナ英語をつかえば売れるといわれた。それほど単純ではなかったが。

「レストランの味」や「専門店の味」が、べつの言い方では「プロの味」が、カレーライスにかぎらず料理のリーダーのごとき存在になった。それを推進したのは食品産業、それに生まれたての外食産業である。

産業は、どんどん輸入しなくてはならない食品、いくらでも製造できる工業製品を売り込むために、プロを起用した。

プロの味を豊かな生活のリーダーに、もはやヨタヨタの古いおふくろにトド

メをさした。

いまでは想像つかないほど輸入食品は敬遠されていたし、おふくろの最後の抵抗線は調理済冷凍食品とレトルト食品にあったとおもう。ここさえ強姦してしまえばあとは……だった。

企業と契約したプロがつくる、家庭ではみたくもないエビ料理の写真が、レストランの味のイメージとしてつかわれ、保税倉庫で山積みになっていたインド産やフィリッピン産やメキシコ産の冷凍エビを売るのに一役買った。「とれたてを、そのままパック」なんてね。

脅迫の嵐——家庭には、おいしい味はない。

従来の家庭料理は、外食の機会が少なかったがために料理にうとく、味覚が発達してないデクノボウのおふくろたちがつくってきた、低レベルのものであるとのイメージが、ひろがった。

そのために、そのレベルの低いおふくろの味で育った、外食の機会が多い文化人のウンチク食通談義が活躍した。

プロの味を優秀であるとし、家庭料理もおふくろも劣等というイメージができあがった。

おふくろなんて、味噌と醤油で味つけしているだけじゃないか……。テレビでは料理の「先生」が偉そうな顔をし、おふくろは蹴落とされた。

食べ歩きやテレビの料理番組や、クッキングスクールが、ブームになった。冷凍食品をはじめとする新しい工業製品や、電子レンジなどの新しい調理器具や、大型冷凍冷蔵庫などの台所設備が売れた。外食がレジヤーマーケットとして成長した。立ちぐい買いぐいはイケメンなんていう声は、おふくろと一緒にファーストフード店のゴミ箱に捨てられた。惣菜のマーケットが成長した。

家族みんなで低レベルのおふくろの料理をたべることに、だれもこだわらなくなかった。

そして、家庭におふくろがいなくなった。——脅迫成功。

いつしか、みんなが、ニューファミリィ。産業的な生活を国際的な豊かな生活と錯覚する、もつとも消費的な時代がはじまった。いま国際人から地球人へとロマンチック。

黄色いカレーライスとは、どんどん古くさい貧乏くさい「おふくろの味」になった。それは古くさい貧乏くさい大衆食堂でしかたべられない味になった。

だが、いや、だから、である。カレーライスについていえば、家庭での調理は、第二層の時代とくらべ本質的な変化はない。そこに利用される食品、即席カレーや肉が、より高級感のある（あるいは高額消費的な）コクのあるものへ変化したただけだ。調理は、ほとんど、むかしのままだった。

つまり、カレーライスの生成と普及のナゾは、第一層と第二層の黄色いカレー

ーライスにある。それはまた、福住の女主人が幼少の頃つくってもらい、自分でもつくってきたカレーライスの時代である。

この黄色いカレーライスは、料理としては伝来の調理を採用しないまま、こんにちの黄色くないカレーライスまで成長してきた。それでは、これはなんだったのだ。——ということなのだ。

ところで、問題は、おれの第一層にある。

おれは、これは戦後の物資不足の時代の特殊なことかとおもっていた。かなり長いあいだ、そのようにおもっていた。

ところが、なんのことはない戦前からのことで、このおれが経験した統一感のない黄色いカレーライスの時代こそ、日本のカレーライスの第一層ともいうべき、デクノボウのおふくろの黄色いカレーライスが生成された時代だったのだ。