

記憶がよみがえる懐かしさ

昭和生まれの「まだある」商品たち

子供のころに親しんだおもちゃや駄菓子、大人になって見つけたとき「まだある」とうれしくなりませんか？

出合っとうれしい昭和生まれのロングセラーグッズの来し方行く末を、懐かしがり屋ライターの初見健一さんに聞いた。

“懐かしがり屋”ライター

初見健一

●はつみ・けんいち 1967年東京都生まれ。1960年代から70年代にかけてのキッズカルチャーに精通し、執筆活動を展開。高度成長期に発売されて以来、いまだに現役の商品などを集めた『まだある。』シリーズ（大空出版）など、編著書多数。

タイムスリップする面白さ

——一九六〇年代から七〇年代に発売されて以来、いまでも入手可能な商品などをジャンル別にまとめた『まだある。』シリーズを手がけていらっしゃるようですが、現時点で何冊くらい刊行されているんですか？

改訂版も含めると二十冊くらいで

しょうか。『まだある。』では生活雑

貨や玩具、文房具、菓子類などを幅広く扱っていますが、七〇年代にブームとなったオカルトもののばかりを集めた『昭和オカルト大百科』という文庫を出したりもしています。子供のカルチャーに関する懐かしさのものなら何でも好き、といった感じですね。

——そういうものに興味を持ったとき

っかけは？

中学生のころからレトロマニアというか、「あれ、懐かしいよね」みたいな話をするのが好きだったんです。「こんなお菓子があったけど、名前が思い出せない」「それって、〇〇じゃない？」なんて会話で、お互いの記憶が補充されてくると、かなり盛り上がるんですよね。でも、当時は書店へ行っても「レトロ」と

いうジャンルがほとんどなかった。あったら絶対に受けるはずなのに……それで、いつか自分でも書いてみたいと思って、こうなりました（笑）。

——懐かしいものの、どんなところに魅かれたのでしょうか。

モノをきっかけに、幼いころを思い出すこととてありますよね。たとえば、昔のお菓子のパッケージを見た途端に、忘れていたはずの幼稚園の教室や子供部屋の間取り、そのときの室内のおいまでが、鮮明によみがえったりする。そのときの、一気にタイムスリップするような感覚

が面白い。『まだある。』でも、別々個々の商品を紹介したいわけではなく、商品を見て、子供時代の思い出がよみがえってくる感じを味わってほしいんです。

僕は一九六七（昭和四十二年）生まれですが、高度経済成長があった六〇年代は、子供をターゲットにした商品がしきりに作られ始めた時期で、児童雑誌や少年・少女マンガが増え、子供市場が生まれつつあった。企業が「お子様」という言葉を使い始めたのもこのころです。

七〇年代に入ると、テレビのゴールデンタイムは子供番組だらけになる。これは「子供はお金になる」とこの一種の表れで、仮面ライダーの変身ベルトのような、テレビと連動するおもちゃもどんどん増えていきます。

高度成長のダイナミズムがあった

のは六〇年代だったと思うんですが、その豊かさをいざばん享受したのはおそらく七〇年代で、僕はそのころに子供時代を過ごしたんですね。当時は高度成長期同様、未来は右肩上がりです。このころという雰囲気、社会全体にあった。あの豊かさ、希望があったからこそ、オカルトブームのような、おどろおどろしい世界を楽しむエンターテインメントも生まれたのではないかと思います。

時代は変わって、いまは少子化。子供市場はすっかり下火です。子供向けのお菓子のCMなんかほとんどなく、最近では大人の女性を狙ったおしやれで、やや高級志向のものが多くなっている。

そんな中で、おまけつきの「フェラムネ」なんかを見ると、どこかほっとするんです。おまけといっても、しょうもないロボットや動物の人形



20冊近くある『まだある。』シリーズ。写真は「キャラクター編 改訂版」