

変わりゆく「昭和 30 年代ブーム」

キッチンからイデオロギーへ

青木 久美子

1990 年代半ばから 2000 年代半ばにかけて、「昭和 30 年代（1955～1964）」がメディア等で頻繁に取り上げられるようになった。この「昭和 30 年代ブーム」において、昭和 30 年代は「貧しくても夢があった時代」といった語りによって、おおむね肯定的に捉えられている。本稿は、この「昭和 30 年代ブーム」が時間的経過のなかでいかに変化したかを、過去のモノや出来事をどのように取り扱うかという観点から分析するものである。

分析にあたり、「断片化」、「概念化」という分析枠組みを設定する。「断片化」は、モノや出来事を当時の文脈から切り離しそれ自体を強調して扱う態度を指す。その際、特定の側面を強調し、感情に訴えるような扱い方をここでは「キッチン」と呼ぶ。「概念化」は、モノや出来事のあり方をふまえて、特定の社会像を再構成する作業である。その際に当時の生活様式などが理想化され、極端な形になると今後の社会の目指すべき指針として「イデオロギー」的になることもある。

「昭和 30 年代ブーム」における過去の扱いは、当初、「断片化」された懐かしいモノなどへの愛着という「キッチン」が主流であったが、「概念化」され理想として語られるようになり、明確に「イデオロギー」的に利用するような現象も見られるようになった。そうした「イデオロギー」化においては、往々にして、モノや出来事のもつ具体性が巧妙に利用されている。

キーワード：昭和 30 年代ブーム、キッチン、イデオロギー

1 はじめに

本稿では、「昭和 30 年代ブーム」が時間の経過とともに、いかに変化していったかについて論じる。

近年、国内外で過去や記憶に関する議論が盛んである¹⁾。社会学では主として、現在においてある観点から再構成された「過去」という見方が取られている(片桐 2003: 156)。過去をそのようなものとして捉えることの意義は、客観的で固定的な過去が存在するのではなく、構築する主体の観点から常に過去が書き換えられているという見方を取ることであり、複数の過去や記憶が競合する現象を取り扱うことが出来ることである。本稿の試みはそうした研究の一つとして位置づけられる。

再構成としての「過去」の変化を論じる目的から、素材として「昭和 30 年代ブーム」を取り上げるのは以下の理由による。「昭和 30 年代ブーム」とは、1990 年代半ばから 2000 年代半ばにかけて、「昭和 30 年代(1955~1964 年)」の事物が頻繁にメディアなどで取り上げられるようになったことを指す。居酒屋やテーマパークの内装が古めかしい昭和 30 年代のポスターや看板で飾られ、各地の博物館で当時の生活再現展示にスペースが割かれ、当時の世相や風俗をテーマとした出版物が続々刊行され、映画がヒットするなど、それはきわめて広範囲にわたる社会現象であった。このように、一過性ではなくある程度のタイムスパンで特定の時代が取り上げられ、それに関する資料が書籍をはじめとして一定数存在することから、「昭和 30 年代ブーム」は「過去」の時系列的な変化を論じる上で格好の素材となる。

本稿では、「過去」の変化を分析するために、過去のモノや出来事をどのように扱うかという観点を取り入れる。ブームが大衆的な広がりをもつにあたり、具体的なモノや出来事が果たしている役割が重要だと考えるためである。

2 先行研究

「昭和 30 年代」に限らず、いかなる過去も「過去そのもの」として現存するわけではなく、過去は、現在において「呈示される過去」としてあらわれる。したがって、それは、呈示主体によってなんらかの観点から構築された過去となる。しかし、それは個人による恣意的な構築ではない。モーリス・アルヴァックスが指摘するように、個人の属する集団に由来する利害関心が、構築、再構築される過去のありかたを規定するからである (Halbwachs 1950=1989)。そうした利害関心なしには、無限に存在する過去の事物、出来事のいずれを選択するかさえ、われわれは決定できない。そう考えれば、ある過去がそれを語る集団ごとに異なる語られ方をしたり、時代の変化とともにその語られ方が変容したりするのも、不思議なことではない。

過去が構築的であるからこそ、複数の過去が存在し、それらをめぐるせめぎ合いが起こる。アルヴァックス的な視点をとれば、そのせめぎ合いは社会諸集団の過去イメージのアリーナであり、このアリーナを点検することで、われわれは「過去そのもの」ではなく、過去イメージの形で結晶化した現在について分析することが可能になる。こうした着眼は、おそらく、『実際に起こったこと』よりも、出来事がたえず再利用されたり、誤用されたりして、現在に引き継がれるその影響に着目する (Nora 1996=2002: 27-28) という、『記憶の場』におけるピエール・ノラの発想に近接する。そして、ノラもいうとおり、出来事の「再利用」や「誤用」は、多くの場合、記憶のためのさまざまな装置や設えを用いて行われているといえよう。

以上が本稿の理論的前提である。この観点からは、「昭和 30 年代ブーム」で描かれている昭和 30 年代とは、昭和 30 年代「そのもの」ではなく、ブームのある時点において再構成された昭和 30 年代である。本稿は、この再構成された昭和 30 年代の内容や語り方の変化に着目するものである。

ただし、本稿と同様ないしは近似する視点から「昭和 30 年代ブーム」を検討した論考は少なくない。特に、「昭和 30 年代ブーム」が発

生した理由については、評論家や研究者らによってさまざまな解釈がなされてきた（高岡 2007；浅羽 2008；五十嵐 2008 など）。

たとえば、片桐新自（2007）は、「昭和ブーム」を引き起こした要因について、1. 1989年に昭和が終わったこと、2. 昭和という時代が長かったことで、いろいろ変化したこと、3. 平成に入りバブルが崩壊し、過剰な豊かさを追い求める価値観に反省が求められ、貧しかったけれど多くの人が未来を夢見ながら小さな幸せを感じていた時代が良い時代だったと見直されるようになったこと、4. ベビーブーマー（昭和 22～24 年生まれ）が過去を懐かしみたい年齢に差し掛かっていることの 4 点を挙げている（片桐 2007: 55）。

また、市川孝一（2010）は、雑誌や週刊誌記事で昭和 30 年代がどのような形で取り上げられているかを調べ、その語りの代表的な型をまとめた。1. 「貧しかったけれど心は豊かだった」、2. 「貧しくても夢と希望にあふれていた」、3. 「日本人の原風景としての昭和 30 年代」、4. 「失ってしまったものがそこにある」の 4 つである。そして、「昭和 30 年代ブーム」の背景と要因として、①昭和 30 年代という時代そのもの・時代性、②団塊の世代の存在、③現在の社会状況と社会心理、④「団塊ビジネス」という経済原理、を指摘している（市川 2010: 20）。

市川がまとめたように、「昭和 30 年代ブーム」においてはいくつかの典型的な語りのパターンが見られる。同様の問題関心から、浅岡隆裕（2010）も、メディアにおける「昭和 30 年代ブーム」の言説を分類し、語りの布置連関を考察している。浅岡は、昭和 30 年代の描き方が肯定的か否定的かという判定軸と現代社会と関連付けているか否かという判定軸を設定し、それぞれの語りは、懐古対象としての昭和 30 年代、規範・理想としての昭和 30 年代、比較対象としての昭和 30 年代、告発対象としての昭和 30 年代という 4 タイプの、いずれかに分類されうるとする（浅岡 2010: 31）。

こうした先行研究はおおむね共通して、「昭和 30 年代ブーム」発生の要因として、昭和 30 年代の高度経済成長期という時代特性、それ

に注目するような現在の社会状況, 当時を懐かしむ団塊の世代の存在, 彼らを対象としたビジネスの成立を指摘しているといえよう. そして, このブームを構成する言説の大半は, 現在と比較して当時の社会を肯定するタイプのものだと述べている.

3 本稿の分析枠組み

こうした先行研究は, 主に, 昭和 30 年代についての言説に焦点をおき, 分析, 解釈している. しかしながら, 昭和 30 年代に関して, 多くの人々, 特に昭和 30 年代について議論を展開したり, 称賛や告発の文章をものしたりするわけではない「ふつうの」人々が興味を持つのは, 多くの場合, 昭和 30 年代に用いられていたモノである. そして, 「昭和 30 年代ブーム」自体, その見落とせない特徴として, 過剰なまでにモノ, いわば「昭和 30 年代アイテム」とでもいうべきものが用いられることを指摘できる. たとえば駄菓子やベーゴマ, メンコ, テレビなどがモノ自体としての魅力から収集されたり愛好されたりしている.

本稿では, こうした「昭和 30 年代アイテム」=モノがいかに関わられているのかに注目する. モノは, 五官によって感知できることから, 時として言説以上に訴求力や説得力を持つことがあり, 「昭和 30 年代ブーム」が大衆的な広がりを持つにあたり, きわめて重要な役割を果たしていると考えられるからである. この観点から「昭和 30 年代ブーム」の時期ごとの変化を検討するために, 以下のような分析枠組みを設定する.

まず, ブームの対象をモノと出来事に大別する. ここでいうモノとは第一義的には物質的な実在のことである. 「昭和 30 年代ブーム」では, メンコやベーゴマ, ホーロー看板などが昭和 30 年代を代表するモノとして, 収集や展示の対象となっている. だが, それだけでなく, こうしたモノは, 紙媒体, 電子媒体を通じて写像としても人びとに伝達されている. むろん, それは「物質的な実在」としてのモノではな

いが、その伝達自体が物質的な実在の代替的提示と考えられるから、ここでは、モノと同列に扱う。すなわち、本稿でいうモノとは「物質的な実在としてのモノとその代替物としての写像」である。

一方、出来事は、昭和 30 年代に起きたなんらかの事態や現象である。皇太子成婚や安保闘争、東京オリンピックの開催などが、昭和 30 年代を語る際によく取り上げられる出来事である。こうした出来事も多くは、モノに媒介されて提示、言及される。たとえば新聞記事や写真、記念の建築物などがそうした触媒の役割を果たしている。このようにモノが喚起する過去の出来事の知識や認識を指してここでは出来事と呼ぶ。むしろ、モノが介在しない形で知識や認識が喚起される場合もある。

次に、昭和 30 年代のモノや出来事の扱われ方を分析する枠組みとして、「断片化」、「概念化」という 2 つのカテゴリーを設定する。それぞれ、以下のような意味で用いる。

①断片化——元の文脈から切り離れたモノや出来事の扱い方

モノや出来事が元々置かれていた文脈から、切り離してそれ自体に注目するような扱い方をここでは「断片化」と呼ぶ。その際に、特定の側面を強調し、感情や感覚に訴えるような扱い方を、エドワード・レルフの用語を借りて「キッチュ」と呼ぶことにする²⁾。昭和 30 年代が具体化される際に、モノを強調する扱い方はこのような「キッチュ」であることが多い。たとえば、駄菓子、玩具、漫画、ホーロー看板や当時のファッションなどを懐かしんだり、かわいい、面白い、おしゃれであるとして愛好したりするような態度である。また、出来事においても「キッチュ」な扱い方を想定できる。たとえば、東京オリンピックについて、「東洋の魔女」と鬼監督の秘話を強調して取り上げるような場合が「キッチュ」であるといえる。つまり、ある出来事の一面を誇張して人々の感情に訴えるような形で扱うような場合である。

②概念化——モノや出来事から特定の過去のイメージを形成する扱い方

モノそれ自体を懐かしむだけでなく、それらのモノや出来事を再配

置・再集積することで、当時の「暮らし方」、「生活様式」、「生き方」や「働き方」などを特定のイメージとして再構成するケースである。昭和 30 年代の場合、再構成された過去が理想的な社会として語られることが多い。そして、理想化された特定の社会イメージが人々に共有されることにより、それを極端化して「このような生き方をすべきである」という、いわゆる政治的「イデオロギー」となる場合がある。昭和 30 年代という過去によって、今後の社会のあるべき姿を呈示し、人々をそちらに方向付けようとするのである。

なお、モノや出来事の「断片化」はなんらかの「概念」に準拠していると考えられるが、本稿で「断片化」というとき、その「概念」の内容は捨象されている。むしろ、別途、「概念」の内容に言及することは可能であるし、現に言及している場合もある。一方、「概念化」というときのその「概念」は、通常はモノや出来事の複合から析出されるが、ここでの「概念化」という捉え方において注目されているのは「概念」形成それ自体であり、モノや出来事は捨象されている。むしろ、この場合も、モノや出来事とあわせて「概念化」を語ることは可能である。「断片化」はモノや出来事の即物的な処理の一形式であり、「概念化」はモノや出来事の抽象的な把握の一形式である。両者は並行して生じ得る事態であるにせよ、分析的には別個のカテゴリーをなす。

以上の枠組みを用いて、昨今の「昭和 30 年代ブーム」以前の 1980 年代半ばに起こっていた「レトロブーム」における昭和 30 年代の扱いも射程に入れて、昭和 30 年代への関心の焦点がいかに変容したかを分析する。

4 分析対象

近年、大書店において「懐かしの昭和 30 年代」や「昭和レトロ」と題したコーナーが設置されることが少なくない。すなわち、このブームの一端を担っているのは書籍であるといえよう。昭和 30 年代のモノや出来事の扱われ方とその変化を確認する材料として、本稿では

主にこうした書籍を取り上げることにする³⁾。

なお、「昭和30年代ブーム」の規模は、関連書籍の刊行点数からある程度の推測がつく。本稿作成にあたり、オンライン書店「本やタウン」のデータベースから、2010年12月までに発行された「昭和30（三〇、三十）年代」という語をタイトル・サブタイトルまたは内容に含む本を検索してみた。検索結果から、特に昭和30年代について扱っている訳ではない書籍、読者が限定される専門書、特定の地方でのみ流通する書籍、時系列の年代区分として「昭和30年代」の語が入っている書籍、DVD、漫画、フィクション（小説）を除外したところ、総数は220件となった。これらを以下では「昭和30年代書籍」と呼ぶ。これらを大まかなジャンルごとに分類したのが表-1である。

【表-1】「昭和30年代書籍」時期別刊行件数

刊行年	①エッセイ (個人的 回想録)	②乗り物	③映画・テ レビ・芸能	④地域・ 子どもの 写真集	⑤地図・ガ イド	⑥庶民生 活・世相	⑦子ども の遊び・文 化	⑧その他	計
1982							1		1
1983			1						1
1984									0
1985									0
1986	1	1	2						4
1987			2				1		3
1988		1							1
1989	2					1		2	5
1990			2						2
1991	1			1				1	3
1992	1								1
1993									0
1994	5					1	1		7
1995	1		1				1		3
1996									0
1997		2	1				2		5
1998		4				2		1	7
1999	2	1	2				2	1	8
2000		1	2					1	4
2001	2	3	4		1	2	1		13
2002	1	2	1		1	2	1		8
2003		6	1	2				3	12
2004	1		2		1	1		3	8
2005	1	3			1	1	1	3	9
2006	2	3	3	4	2	4	1	2	21
2007	10		2	9		5	3	5	34
2008	3	3	3	7		5	4	1	26
2009	2	5		5	1	2		2	17
2010	2	2	3	6	2	1		1	17
合計	37	37	32	34	10	27	17	26	220

出版点数に関しては、2000年代に入り急増しており、2007年にピークを迎えている。ジャンル別では、①エッセイ（個人的回想録）②乗り物（電車、バス、都電、自動車など）、③映画・テレビ・芸能、④地域・子どもの写真集が特に多かった。

5 「昭和30年代ブーム」の変化

以下においては、昭和30年代書籍を中心として、雑誌記事、新聞記事、博物館展示等の資料にも言及しつつ、1980年代、1990年代、2000年代の時期ごとの特徴を描いていく。

5.1 1980年代半ば——「レトロブーム」の一部

「昭和30年代ブーム」以前に「レトロブーム」と呼ばれる現象があり、そのなかで昭和30年代はすでに回顧の対象となっていた。しかしながら、1986年版『現代用語の基礎知識』の「レトロブーム・復古調ブーム」という項目で例として挙げられているのが「1920年代を懐かしむ、19世紀ウィーン」であったように、当時の「レトロブーム」においては、昭和30年代はいくつかある「レトロ」（たとえば大正～昭和初期、1960年代など）のひとつにすぎなかったといえる。たとえば、レトロブームをビジネスチャンスとして捉えた倉部行雄（1988）は、大正ロマンや江戸ブームなどさまざまなレトロ現象と、昭和30年代レトロを並列している。ちなみに1980年代における昭和30年代レトロの二大スターはゴジラと力道山であった。

最初期の昭和30年代書籍が登場するのはこの時期である。昭和30年代をノスタルジックに語る書籍として、昭和23年生まれの作家・永倉万治が1986年に出版した『新・昭和30年代通信』がある。本書で取り上げられているのは、力道山、植木等、石原裕次郎といった人物、フラフープ、東京タワーといったモノ、皇太子御成婚、60年安保といった出来事、テレビやCMなど多岐にわたっている（永倉[1986]1990）。そしてそれらへの自身の体験に基づく私的な感慨が語られて

いる。また、昭和21年生まれの草野のりかず(1987)は、『ぼくらの少年雑誌——レトロ・昭和30年代の夢——』において、自らが愛読していた少年雑誌と掲載されていた物語や漫画について詳細に記述している。こうした書籍の読者層は、彼らと同世代の直接的な思い出を共有できる者たちであったと推測される。

このように、昭和30年代は、力道山などのヒーロー、フラフープやダッコちゃんといった玩具、当時の雑誌、テレビ番組、CMといった風俗文化の瑣末へと断片化され、無批判的な愛玩の対象としてキッチュ的な関心において語られていた。この他に1980年代に出版された昭和30年代書籍は、確認した範囲では、アイドル、ヒーロー、乗り物、デザインというジャンルに特化した、やはり「キッチュ」的関心に基づくものであった。

5.2 1990年代——「昭和30年代」の見直し

1989年、64年間続いた昭和が終わり、昭和が回顧の対象となった。キャロル・グラックによれば「天皇の死後にやってきたのは公共の記憶と個人の追憶のあらゆるジャンルにわたる昭和回顧の洪水だった。

(中略) 昭和の世が終わり、この時代がはじめて一つのまとまりとして語られることになったため、『昭和』という意識が高まった」(Gluck 1993=2001: 193)。だが、表1を見て明らかなように、昭和時代の「回顧」がただちに昭和30年代書籍の増加をもたらしたわけではない。

この時期の昭和30年代書籍は、次のようなものがある。オオタ・マサオ、1995、『広告キャラクター人形館：昭和30年代のスターたち』筑摩書房、鈴木佳行、1997、『めんこ：昭和30年代ノスタルジック・ワールド』京都書院、オオタ・マサオ、1999、『瑠璃看板：懐かしき昭和30年代を訪ねて』小学館、太陽編集部編、1999、『昭和生活なつかし図鑑』平凡社、アスペクト編集部編、1997、『なつかしの給食：昭和30・40年代人気献立50品完全再現レシピ付き』アスペクト、町田忍、1998、『昭和浪漫図鑑：私が原っぱの少年だったころ』(のちに『昭和なつかし図鑑』と改題、2007、講談社) WAVE 出版。

こうした書籍は、キャラクター人形、メンコ、ホーロー看板や、給食などの「懐かしいモノ」に焦点を当て、それらにまつわる個人的な思い出について語っている。ここに見てとれるのは、相変わらず「キッチュとしての昭和 30 年代」である。ただし、昭和のくらし博物館館長である小泉和子(1998)の著作『昭和台所なつかし図鑑』のように、台所道具、生活道具といったモノを当時の文脈に置きながら、振り返るべき「昭和 30 年代世界」の再構築を試みたものもあった。

ここで、「昭和 30 年代ブーム」を構成する重要な要素の一つである、博物館などの展示施設について触れよう⁴⁾。1990 年代に入り、各地の博物館において昭和の暮らし、とりわけ昭和 30 年代をテーマとした展示が見られるようになった(浅岡 2005; 片桐 2007)。常設展として歴史系博物館における「生活再現展示」は、1991 年 3 月にオープンした葛飾区立郷土と天文の博物館における「かつしかノスタルジックシアター・昭和 35 年の町工場と住居」を皮切りに、松戸市立博物館での公団 2DK の展示、滋賀県立博物館「農村のくらし・昭和 39 年の富江家」などが続いた。そうした博物館展示を分析した浅岡によれば、これらは“人間的な結びつき”，とりわけ家族の生活、家庭を描いている点で共通している(浅岡 2005: 34)。「そして、その再現された家の中には当時普及し始めた電化製品が置かれており、『新しい生活へのあこがれが実現しつつあったという共通のイメージ』が見て取れる。いずれの施設においても当時の古めかしい茶の間や応接間は必ず再現されており、その場であつて行われていたであろう家族の団欒の風景がほぼ必然的に想起されるという一つの支配的なイメージの定着が見られる」(浅岡 2005: 32) という。

今では失われた「人間的結びつき」や「家族団欒の光景」の展示は、そうした「大事なもの」を取り戻そうというメッセージを来館者に訴える。その際、懐かしさを感じさせる数多くのモノが配置され、昭和 30 年代世界を再構成している。こうした展示はそのモノの持つインパクトゆえに、文書で昭和 30 年代について学習するよりもはるかに強力なイメージをもたらす⁵⁾。地域博物館においては、理想としての昭

和 30 年代像を提示する概念化の端緒がすでにひらかれていたといえよう。

こうした再現展示のもたらす集客効果を期待して、テーマパークやアミューズメント施設においても、昭和 30 年代をモチーフとしたものが登場した。1994 年開館した新横浜ラーメン博物館は、昭和 33 年の架空の下町を設定・再現し、郷愁を誘う夕焼けのなかで有名店のラーメンを食べるといった趣向で人気を博した。1996 年開館のナムコナンジャタウンも同様のフードテーマパークであった。これらの商業施設は、昭和 30 年代の全体的イメージを呈示するのではなく、当時を知らない世代にも新鮮で面白く感じさせようという、物事を断片化し強調することで感情に訴えかける「キッチュ」な態度が見られる。そのため、昭和 30 年代風の駄菓子や玩具が必須アイテムになっている。さらにいえば、懐かしさや面白さを感じさせて客を呼べるものならば、昭和 30 年代以外の題材でも用いているため、あいまいな過去イメージを呈示する結果になっている。

5.3 2000 年代——「昭和 30 年代ブーム」隆盛

5.3.1 昭和 30 年代イメージの確立

2000 年代に入り、昭和 30 年代をテーマにした施設、展示、飲食店などが増加した⁶⁾のにもとない、昭和 30 年代書籍も急増している。昭和 30 年代に限定されてはいないが、レトロやノスタルジアをテーマにした河出書房新社の「らんぷの本」シリーズが刊行開始されたのが 2000 年である⁷⁾。それまでも継続的に出版されていた乗り物に関する書籍がさらに増加し、遊びや映画に関する書籍なども出版されている。このように、昭和 30 年代の特定の事物に特化した、「キッチュ」的な書籍とともに、この時期から昭和 30 年代という時代全体を扱った書籍が増えてきている。たとえば、「庶民文化研究家」として昭和 30 年代について数多くの書籍を著している町田忍（2002）の『懐かしの昭和 30 年代——貧しくても元気だった』では、現存する「懐かしの喫茶店、映画館、駅」を訪ね、菓子、遊び、おもちゃ、給食、家電、乗

り物、菓など「昭和の暮らし」を詳細に取り上げている。「元気のあった、活気のあった、昭和という時代。懐は淋しくても、人の心は温かく、活力が漲っていた。家電、駄菓子、おまけ付きのお菓子、自動車…。人の暮らしも同じようにパワーがあり、あの頃の“モノ”を見ているだけで、自然と元気、勇氣、力がわいてくる。」(町田 2002: 81)という記述からは、断片化したモノの集積を通じて、昭和 30 年代について概念化をはかっていることが読み取れる。

フレッド・デーヴィスが指摘するように、現代におけるノスタルジア現象においては、マスメディアの影響力が大きい(Davis 1979=1990: 180-181)が、この時期は、さまざまなメディアで昭和 30 年代に注目が集まり、いわば「昭和 30 年代ブーム」の確立期といえよう。高度経済成長期に活躍した日本人にスポットライトを当てるNHK「プロジェクト X」(～2005 年)が始まったのが 2000 年であった。2002 年、東京お台場に昭和 30 年代の下町をテーマにした商業施設・台場一丁目商店街がオープンし⁸⁾、2003 年の流行語に「昭和」が選ばれた。2005 年、西岸良平の漫画⁹⁾を原作とした「ALWAYS 三丁目の夕日」が公開され、興行的な成功を収め、2007 年には続編が公開された。また、地域おこしに、現存している昭和の街並が活用されるという現象も各地で見られるようになった¹⁰⁾。

昭和 30 年代を概念化し、理想として語るような言説は、書籍以外にも雑誌の特集記事などで頻繁に見られるようになった。たとえば、『望星』2003 年 11 月号の特集は「昭和 30 年代という『理想郷』」と題し、次のような問題提起をしている。

「昭和 30 年代に始まる高度経済成長は産業構造の変化を伴い、国土の変容、人口流動、人々のライフスタイルや価値観の激変をもたらしたが、その行き着いた果てがバブル経済崩壊後の『不安の時代』だとするならば、それ以前の日本は、戻るに戻れない私たちの原郷であり、一種のユートピアと化した世界なのかもしれない。人が『足ること』を知り、土地や社会に根づいて、貧しく

とも心豊かに家族や隣人と暮らしていたスローな時代——。飽食と物欲追求の果てに私たちがたどりついた現在という『荒野』からそこに見えてくるものは何か。未来のために改めて考えてみたい。」(構成・石井靖彦 2003: 11)

同特集では町田忍(2003)も、昭和 30 年代にはモノを使い捨てにはせず修理しながら大事に使っていたことを指摘し、そうしたライフスタイルを学び直し、活かしていくべきであると主張する。

「昭和 30 年代ブーム」を社会現象とし、それ以降の昭和 30 年代イメージを決定付けたといわれるのが、映画「ALWAYS 三丁目の夕日」(山崎貴監督, 2005 年 11 月公開)である。映画は、昭和 33 年、建設中の東京タワーを望む東京の下町を舞台に、自動車修理工場と駄菓子屋の二組の家族を中心とした商店街の人々の人情味あふれるやりとりを描いた。観客動員数は 284 万人、興行収入 35 億円、2006 年日本アカデミー賞で最優秀作品賞をはじめ 12 部門の受賞をするなど、高い評価を得ている¹¹⁾。

この映画においてはモノが多数登場する。駄菓子屋、ライスカレー、フラフープ、湯たんぽ、冷蔵庫、テレビ、建設中の東京タワー、乗り物、ちゃぶ台、オート三輪、たばこ屋などが、最新の技術を駆使して「リアル」に再現されており¹²⁾、単なる時代をあらわす小道具である以上に、それ自体として観る者に強い印象を残した。こうしたモノをスクリーン上に眺める観客は、当時の人々の生活の簡素さを意識させられ、物質的な慎ましさに共感するように促される。そしてそれは劇中の人間関係の描写とも相まって、昭和 30 年代を知る人々にも、知らない人々にも、一種の懐かしさの感覚を喚起する。モノが、理想とされるような昭和 30 年代世界を効果的に呈示したといえよう。

5.3.2 イデオロギー化

こうして昭和 30 年代について特定のイメージが出来上がり、理想として語る言説が定型化していった。2000 年代半ばから、それが極端

な形になり「このような生き方をすべきである」といういわば「イデオロギー」的な言説が見られるようになった¹³⁾。それまでの、レトロ趣味の愛好者や、学芸員、作家などといった書き手に加えて、政治家や経済評論家といった人々によっても昭和 30 年代が語られるようになった。理想的な日本人像や、理想的な生き方として取り上げるだけでなく、人々にその価値観に従うように促す主張もあらわれる。

たとえば、経済評論家の森永卓郎（2004）は、『「所得半減」経済学——「昭和 30 年代」に学ぶしあわせ術』において、これまでのような年収や経済成長が望めないなか、「昭和 30 年代の優しくつつましい暮らし」をモデルにした生き方を提唱した。同書において森永が絶賛しているのが、ツカサグループ代表の川又三智彦による昭和 30 年代村計画（2004 年～）である。昭和 30 年代テーマパークを作り、そこに人が住み昭和 30 年代そのままの暮らしをするというユートピア構想は、介護福祉施設に老人を住ませ、フリーターやニートの若者に仕事を与えることで、現代社会の問題に対処しようとする（川又・山中 2007）。ここでは、昭和 30 年代は理想化されているばかりか、これからの時代を生きていく上での具体的な処方箋として捉えられている。

昭和 30 年代書籍ではないが、安倍晋三（2006）が『美しい国へ』のなかで、「ALWAYS 三丁目の夕日」について触れていることが刊行当時話題になった。安倍は次のように述べている。「この映画は、昭和 33 年という時代を記憶している人たちだけでなく、そんな時代を知るはずのない若い人たちにも絶賛された。いまの時代に忘れられがちな家族の情愛や、人と人のあたたかいつながりが、世代を超え、時代を超えてみるものに訴えかけてきたからだった。」（安倍 2006: 221）

浅羽通明（2008）も、著書『昭和三十年代主義——もう成長しない日本』のなかで、「昭和三十年代が秘める私たちに足りないものを取り戻す企て」＝「昭和三十年代主義」を説き、もはや成長が望めない時代を生きていくための新しい指針として、「勤勉・忍耐・地道」を特徴

とする昭和 30 年代を理想の社会モデルとして呈示している。

また、浅羽が同書において取り上げている橋本治(2007)は、「1960年代前半=昭和 30 年代」の社会に戻すことで、現在の問題を解決する構想を大胆に提示している。こうした言説では、理念化された昭和 30 年代が、現在と今後の社会の諸問題を考えていく上での指針、あるいは選択肢とされているのである。

このような「イデオロギー」化においては、往々にしてモノのもつ具体性が巧妙に利用される。すなわち、人々の目に触れるところにモノを配置して「懐かしさ」「かわいさ」「面白さ」で引き付けてから、「イデオロギー」的な語りに取り込んでいく戦略が見て取れる。先述した川又三智彦による昭和 30 年代村構想では、「駅舎の前には、遊覧ボンネットバス乗り場もある駅前広場があり、駅舎から入場ゲートまでは、お菓子や飲み物、オモチャやマンガなど、懐かしの三十年代グッズがズラリと並んだ仲見世通りが続くとか。」(川又・山中 2007: 24)と、「昭和 30 年代アイテム」の利用が想定されている。

こうした傾向は雑誌記事においても見られる。たとえば『文藝春秋』においてはたびたび「昭和」特集が組まれている(2005年4月号「消えた『昭和』——日本人が失くした暮しと心」、2006年5月号「完全保存版・われらの昭和 30 年——50 年前、この国には希望があった」など)。2006年5月号の記事では、数名の作家やタレントがゴジラや東京タワーなどについて語っているが、特集全体のメッセージとしては「日本人が得たもの、失ったもの(=かつてあった希望)」となっている。読者の関心を懐かしいモノや人物で惹きつけながら、「イデオロギー」的な主張に導いていく手法がここでも取られているといえる¹⁴⁾。

このように昭和 30 年代イメージが定型化し、「イデオロギー」的な言説が流布するにしたがって、それに対する反論や反感もまた語られるようになった。

たとえば、自らも団塊の世代である布施克彦(2006)は『昭和 33 年』において、日本人は「昔はよかった症候群」であると断じ、昭和 30 年代の過度の美化に警鐘を鳴らしている。また、やや異色のものと

して、作家・唐沢俊一（2007）の『三丁目の猟奇』は、昭和 30 年代の「猟奇的な」犯罪史を通じて『三丁目の夕日』のパロディとしての「もうひとつの昭和 30 年代像」を描こうとした。

新聞記事においては、朝日新聞 2005 年 12 月 16 日夕刊、「トイレ・懐かしくない『昭和 30 年代』」と題したコラム記事で、昭和 30 年代のトイレの汚さを具体的書きながら昭和 30 年代を美化する風潮を批判している。また朝日新聞 2007 年 11 月 22 日朝刊では、『三丁目』は美しかった？『夕日』泣かせの煙霧・排水」と題する記事で、公害が社会問題化され始めた昭和 30 年代の空や川は、汚染され悪臭を放っていたことが指摘されている。

このように、昭和 30 年代を「美化しすぎている」、「それほどいい時代ではなかった」と、当時の犯罪率、貧困、衛生状態、公害問題などを指摘する言説は出てきていても、前掲の表 1 からわかるように昭和 30 年代書籍は増加し続けており、ブームを鎮静化することにはならなかった。昭和 30 年代ブーム批判もまた、ブームに乗るかたちであらわれたといえよう。なお、この時期にも、乗り物に関する書籍や昭和 30 年代の街や子どもの写真集は刊行され続けて、昭和 30 年代回顧のエッセイも一定数刊行されている¹⁵⁾。過去の事物に対するそうした「キッチュ」的な愛着は書籍、雑誌その他の形で一貫して表現され続けており、それが「イデオロギー」化を下支えしているといえるのではないだろうか。

6. おわりに

本稿では 1980 年代半ばから 2010 年までに刊行された昭和 30 年代書籍の内容を中心に、時期ごとにブームの傾向に変化があったことをモノや出来事の扱い方という観点から論じた。1980 年代後半のレトロブームにおいては、大正ロマンや 1960 年代と並べて愛好される昭和 30 年代であった。そこでは過去のモノや出来事への素朴な「キッチュ」的関心が示されていた。1990 年代に入り、昭和 30 年代が見直される

ようになった。各地の博物館は、さまざまな具体的なモノや出来事を配置して、概念としての昭和 30 年代イメージを構成した。そして、その多くは現代社会に対置される理想として提示された。他方、懐かしさを感じさせるアイテムを多数取り込んで「キッチュ」を追求する形で昭和 30 年代を再現するテーマパークが各地につくられた。2000 年代に入り、理想的な昭和 30 年代イメージが一般化し、当時を舞台にした映画のヒットも相まって、ブームが社会現象として認知されるようになった。そして、定型化した昭和 30 年代が「イデオロギー」的に利用されるようになり、それに対立するような言説も登場してきている。「イデオロギー」化された昭和 30 年代では、モノや出来事もつ具体性が人々の感情や感覚に訴えかけて、その「イデオロギー」に説得力をもたせている。

このように、「キッチュ」から「イデオロギー」へと過去の扱いが変化した背景にはどのような社会的条件が存在するのだろうか。

そもそも、昭和 30 年代に限らず、過去のモノや出来事は、断片化され「キッチュ」化されやすい特質をもつ。1980 年代のレトロブームにおいて「大正ロマン」が取り上げられたように、時間の経過とともに本来の文脈からの切り離しが容易となるためである。出来事もまた、一般的には時間の経過とともに、特定の側面を強調し感傷に訴えるような「キッチュ」的物語に転化されやすいといえる。

しかも、現代社会においては、主として情報技術の革新により、われわれは過去のモノや出来事にアクセスしやすくなっている。過去のデータベース化が進んでいるともいえよう。そのため、断片化した情報としての過去に接することが常態となり、過去の「つまみ食い」や都合のよいところだけを切り取るといった事態も生じやすい。

また、こうした技術革新、とりわけコンピュータや携帯電話の普及によって身体的な実感を失っていった 1990 年代以降の社会が、対極的な「貧しくても心は豊かだった」昭和 30 年代への憧憬を生み出していることも指摘できる。

一方、「キッチュ」的関心の対象であった昭和 30 年代が「イデオロ

ギー」となっていく背景には、1990 年代の冷戦終結後の社会において、明確な政治的対立軸がなくなっていくことがある。はっきりとした「イデオロギー」が衰退していくなかで、理想として概念化された昭和 30 年代は、家族や地域のつながりといった面を強調することで、現状批判のよすがとして誰にとっても「利用しやすい」側面があった。そして本稿で見てきたように、懐かしさを喚起するようなモノや出来事によってその「イデオロギー」は補強されていると考えられるだろう。

すなわち、元来一部の人々のモノや出来事に対する「キッチュ」的関心の対象でしかなかった昭和 30 年代が理想的イメージへと概念化され、それが「イデオロギー」として提示される際には、「キッチュ」としてのモノや出来事の実体性が巧みに利用されている。

ただし、われわれはそうした「過去の制作者」の意図に常にしがっているわけではなく、制作者の意図に合致しない捉え方をする場合もある。たとえば、「イデオロギー」的な過去像に対して、かわいい、面白い、懐かしいものとして扱うことで、ある種の抵抗を示すこともある。すなわち、モノや出来事への「キッチュ」的関心は「イデオロギー」化を下支えすることもあれば、抵抗する手段となることもある。こうしたダイナミクスについては、昭和 30 年代ブーム以外の事例研究も積み重ねることでさらに検討していくことが必要である。

[注]

- 1) エヤル・ベン-アリは、1980 年代から 2000 年代の日本社会が、過去や記憶への関心を高めていった背景について次の 4 点を挙げている。(1) 人々が自信を持っていないことに由来する、自らのアイデンティティ再考。(2) 国際化と文化アイデンティティの探求。(3) 経済的成功による豊かさからくる、過去への関心の高まり。(4) 昭和天皇の死と、第二次世界大戦関連の記念日の周期（特に戦後 50 年）による、昭和の省察。1990 年代の景気後退、阪神大震災、地下鉄サリン事件がこうした傾向をさらに強めた。(Ben-Ari 2010: 5-7)。本稿

で扱う「昭和 30 年代ブーム」は、このような過去への関心の高まりのなかで生まれてきたといえるだろう。

- 2) レルフによれば「キッチュ」とは月並で品がなく甘い感傷を誘う俗悪な物および、日用品、音楽、建築、文学に見られる同種の様式であり、心地よさ、おかしさ、かわいさ、作為性を反映している (Relph 1976=[1991] 1999: 194-195).
- 3) 「昭和 30 年代」をタイトルに冠した書籍の出版件数を調べた寺尾久美子 (2007) によれば、1981~85 年 4 件、1986~90 年 10 件、1991~95 年 11 件、1996~00 年 10 件、2001 年~2005 年 36 件と、2000 年代に入り急増している (寺尾 2007: 161). 本稿では、タイトルに「昭和 30 年代」を含まなくても内容的に昭和 30 年代を扱った書籍も分析対象とするために、「内容」での検索が可能なオンライン書店「本やタウン」データベースを使用した (2011 年 6 月 15 日取得, <http://www.honya-town.co.jp/hst/HTinput>).
- 4) 筆者はかつて、博物館展示の空間構成が来館者のノスタルジア意識の喚起に果たす役割について検討した (寺尾 2004).
- 5) 博物館におけるモノの保存については、小川伸彦 (2002) を参照。モノが誕生してから保存の対象になるまでの時間の幅は、急速に狭まっているという (小川 2002: 50-52).
- 6) それぞれ以下のようなものがある。博物館; 駄菓子屋の夢博物館 (豊後高田市), 福井県立歴史博物館・昭和のくらしコーナーなど。商業施設; 日本昭和村 (美濃加茂市), 浪花餃子スタジアム (大阪市) など。飲食店; 薄利多売半兵エ, 日之出食堂, 駄菓子バーなど。
- 7) 「らんぷの本」シリーズは、2011 年 6 月現在 67 点が刊行されている。
- 8) 現在では、より若い世代が懐かしさを感じる昭和 40~50 年代のイメージも取り入れている。
- 9) 原作漫画『三丁目の夕日』は小学館『ビックコミックスピリッツ』誌で 1974 年に連載開始し、現在も続いている。
- 10) 大分県豊後高田市・昭和の町 (2001 年~), 山形県高島町・昭和

縁結び通り商店街などが知られている。

- 11) 2007年11月に公開された続編の舞台は昭和34年。観客動員数370万人と前作を上回っている。また、昭和39年に舞台を移した第3作目「ALWAYS 三丁目の夕日 '64」の公開が2012年に予定されている。
- 12) 監督の山崎貴（昭和39年生まれ）は、美術スタッフも当時を知らない世代が中心で昭和30年代世界を「再現」するのに苦労したが、昭和30年代を忠実に再現することを目指したのではなく、一種のファンタジーとして、観る者の「記憶」に訴える方法を取ったと語っている（『すまいろん』2007年81号:14）。
- 13) ここでのイデオロギー概念は、「特定の政治的な主張を正当化するための議論」という狭い意味で使っている。
- 14) 『週刊金曜日』（2006年9月8日621号）もまた、「『昭和30年代ブーム』の正体——私たちが失ったものって、何？」と題する特集記事を組んでいる。記事では、「今は消えてしまった懐かしいモノ」（駄菓子屋、富山の薬売り、紙芝居、など）を挙げながら、「昭和30年代回顧ブームの正体はこれらへのノスタルジーやセンチメンタルだけなのだろうか？」と反語的に問いかけている（平野 2006:56-57）。ここでも、具体的なモノの配置によるメッセージの補強という手段がみられる。
- 15) 岡崎武志（2008）は、エッセイにおいて自らが書く昭和30年代の断片たちが、「資料や数字だけから見た、観念的な『昭和三十年代』ではなくて、あくまで私が実感した、肉体で触れたもの」（岡崎 2008:9）であると述べている。これは、徹底した「キッチュ」な態度の例であるといえるだろう。

【文献】

安倍晋三, 2006, 『美しい国へ』文藝春秋。

浅羽通明, 2008, 『昭和三十年代主義——もう成長しない日本』幻冬舎。

- 浅岡隆裕, 2004, 「昭和 30 年代へのまなざし——ある展示会の表象と受容の社会学的考察」『応用社会学研究』46: 77-94.
- , 2005, 「見出された『昭和 30 年代』——メディア表象の論理と過程から」『応用社会学研究』47: 31-49.
- , 2010, 「昭和の風景への／からの視線——メディアの語りのなかの昭和 30 年代」『マス・コミュニケーション研究』76: 23-41.
- Ben-Ari, Eyal, 2010, 関沢まゆみ訳「戦争体験の社会的記憶と語り」関沢まゆみ編『戦争記憶論』昭和堂, 1-21.
- Davis, Fred, 1979, *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*, The Free Press. (=1990, 間場寿一・荻野美穂・細辻恵子訳『ノスタルジアの社会学』世界思想社.)
- Gluck, Carol, 1993, “The Past in the Present,” Andrew Gordon ed., *Postwar Japan As History*, University of California Press, Berkley, Los Angeles, Oxford. (= 2001, 沢田博訳「現在のなかの過去」中村政則監訳『歴史としての戦後日本 (上)』みすず書房, 150-198.)
- Halbwachs, Maurice, 1950, *La Memoire Collective*, Paris: P.U.F. (=1989, 小関藤一郎訳『集合的記憶』行路社.)
- 橋本治, 2007, 『日本の行く道』集英社.
- 平野宗彰, 2006, 『『昭和 30 年代ブーム』の正体——私たちが失ったものって、何?』『週刊金曜日』621: 56- 57.
- 市川孝一, 2010, 「昭和 30 年代はどう語られたか——“昭和 30 年代ブーム”についての覚書」『マス・コミュニケーション研究』76: 7-22.
- 五十嵐泰正, 2008, 「ノスタルジー・ブームと 00 年代の下町」『社会学ジャーナル』33: 107-122.
- 片桐雅隆, 2003, 『過去と記憶の社会学』世界思想社.
- 片桐新自, 2007, 「『昭和ブーム』を解剖する」『社会学部紀要』関西大学, 38(3): 43-60.
- 唐沢俊一, 2007, 『三丁目の狼奇』ミリオン出版.
- 川又三智彦・山中伊知郎, 2007, 『昭和 30 年代村』日新報道.
- 小泉和子, 1998, 『昭和台所なつかし図鑑』平凡社.

- 倉部行雄, 1988, 『「レトロ」からの発想』PHP 研究所.
- 草野のりかず, 1987 『ぼくらの少年雑誌——レトロ・昭和30年代の夢』東京法経学院出版.
- 町田忍, 2002, 『懐かしの昭和30年代——貧しくても元気だった』扶桑社.
- , 2003, 「郷愁だけでない失ったものへの『反省』『望星』2003年11月号, 38-41.
- 森永卓郎, 2004, 『「所得半減」経済学——「昭和30年代」に学ぶしあわせ術』徳間書店.
- Nora, Pierre, 1996, “From Lieux de memoire to Realms of Memory,” Pierre Nora ed., *Realms of Memory: The Construction of French Past, Vol. 1*, New York: Columbia University Press. (=2002, 谷川稔監訳『記憶の場』から『記憶の領域』へ)『記憶の場——フランス国民意識の文化=社会史1』岩波書店.)
- 小川伸彦, 2002, 「モノと記憶の保存」荻野昌弘編『文化遺産の社会学』新曜社, 34-70.
- 岡崎武志, 2008, 『昭和三十年代の匂い』学習研究社.
- Relp, Edward, 1976, *Place and Placelessness*, Pion, London. (= [1991]1999, 高野岳彦・阿部隆・石山美也子訳『場所の現象学』筑摩書房.)
- 高岡文章, 2007, 「近代と／へのノスタルジー——近代化遺産と昭和ブーム」『福岡女学院大学紀要 人文学部編』17: 111-124.
- 寺尾久美子, 2004, 「空間構成とノスタルジア——博物館の『昭和のくらし』展示から」『日本民俗学』238: 89-105.
- , 2007, 『昭和30年代』の語られ方の変容』『哲学』三田哲学学会, 117: 157-176.

(あおき くみこ・首都大学東京大学院博士後期課程)

The Change of “The Booms of the Showa 30s” From Kitsch to Ideologies

AOKI, Kumiko

Graduate School of Humanities, Tokyo Metropolitan University

The purpose of this paper is to analyze how “the booms of the Showa 30s” has changed. “The Showa 30s (1955-64)” has received media attention since the mid 1990s. The media considers the era positively as it was special era when people could have dreams despite their poverty. In this paper, I focus on the changes in the ways to treat things and events in the past.

For analyzing these changes, I use two categories; fragmentation and conceptualization. “Fragmentation” is defined as the attitude of someone in which they try to emphasize some certain things and events in the past by taking them up from the original contexts. “Kitsch” is used here to explain the way in which an emotional attachment is put on the things and the events in the past. “Conceptualization” is defined as to rearrange old things and events in order to reconstruct specific past images. The way of life in the past is often idealized, and it becomes “ideological”, as it is politically treated as a new guideline for the future.

I would argue that the way of treating things and events in the past has changed as follows; firstly, “kitsch” was the mainstream of the boom, as it only aroused nostalgias through “fragmented” things and events, secondly the particular images of that era was “conceptualized” as ideal, and finally, it was used as “ideology”. The case of “the booms of the Showa 30s” shows the

process of constructing our pasts.

Key words: the booms of the Showa 30s, kitsch, ideology