



Title	1960-70年代の日本の食文化の変遷：食の「保存」に関する技術と製品
Author(s)	塩見, 耕平
Citation	デザイン理論. 2017, 69, p. 44-45
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/65012
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

1960-70年代の食文化の変遷

— 食の「保存」に関する技術と製品 —

塙見耕平／大阪工業大学大学院工学研究科空間デザイン学専攻

はじめに

本発表は、日本の食産業において加工食品・外食産業・家庭内環境の3つの領域に関して、食の「保存」の製品や技術の変遷を辿った。

加工食品の開発

この時代に発展目覚ましいのは、即席めん・レトルト食品・冷凍食品の3つである。

即席めんの始まりは1958年8月に日清食品㈱が「チキンラーメン」を発売したことである。基本工程である製麺、蒸熱処理、味付け、油揚げ乾燥を工業的に確立し、量産を可能にした食品として評価を得た。「中華めん」という呼称も、チキンラーメンの登場を境に「ラーメン」という呼称へ変化していった。1971年には、日清食品が世界初のカップ麺である「カップヌードル」を発売したことで、器を用意せずに湯をかけただけで麺を食べることが出来るスタイルが誕生した。1970年代以降の即席めん業界は、「袋麺」と「カップ麺」の2ジャンルが主流となった。

レトルト食品においては1968年2月に、大塚食品工業㈱から世界初の市販用レトルトカレーとして「ポンカレー」が阪神地区限定で発売された。発売当初のパウチは半透明で、外部の光や酸素によってカレーの風味が失われるため、賞味期限は冬場で3ヶ月、夏場で2ヶ月だった。半透明のパウチは衝撃に弱いため、大量輸送も困難だった。そこで光と酸素などの遮断性に加えて、防湿性、保香性、強度を兼ね揃えたアルミ箔を取り入れた3層構造のアルミパウチを採用することで賞味期

限を2年に延長させた。また、衝撃に強く、軽量なので大量輸送にも適しており、1969年5月に全国発売となった。以降、レトルト食品は「とり釜飯の素」や「麻婆豆腐の素」など種類を広げていくようになる。

冷凍食品においては、1955年に冷凍そら豆、枝まめが料亭に利用され、1960年までにはビヤホールや酒場での利用が広がり、同じ料理を同一価格で提供できることから飲食業界を中心に業務用の需要が高まっていた。1965年には、科学技術庁資源調査会がコールドチェーン勧告を出した。その後、農林省が中心となって、全国各地に野菜・果実・畜産物・魚介類等の生産流通施設の整備が進められた。これを契機に、予冷や低温輸送・貯蔵といった低温流通を中心とする技術開発が進み、質の良い冷凍食品の遠距離輸送が可能となった。

1960-70年代の日本経済は急成長しており、都会を中心に核家族化・単身居住化が進行したことで、手間をかけずに食べることが出来る加工食品の需要は高まっていた。

外食産業の確立

外食産業を確立する上で重要な出来事が東京オリンピック（1964）と日本万国博覧会（1970）である。

オリンピックで注目に値するのは、冷凍食品の利用と少人数による分担調理システムである。選手村食堂では、毎食1万人分の料理を提供する必要があった。料理長の村上信夫は、これらを生鮮食材で賄った場合マーケット価格にまで影響を与えてしまうことを懸念

し、冷凍食品を使用することを決断した。また、4つの食堂で働く料理人の数は300人と多く、村上ら4人の料理長は各コックの履歴書を検討し、経験年数で彼らをA・B・Cの3ランクに振り分けることで、熟練者が偏らないように工夫を行った。例えば、当時はサンドイッチを作る際、注文がくると1人前のみを1から作っていたが、村上が作業の分担を指示することで、数人の料理人が素早く300人前のサンドイッチを作ることが可能となった。この経験を経た料理人は、後にホテルのパーティー料理なども少人数での提供を可能にした。村上らはこの共同作業を通じて、多くの人に食事を提供するシステムを確立した。

一方、日本万国博覧会で特筆すべきは(株)ロイヤルによるセントラルキッチンである。セントラルキッチンとは、集中調理工場とも呼ばれ、ひとつの工場で一括調理を行った食材を冷凍状態で小出しに各レストランへ配達し、店舗内で解凍を行った後、コックが仕上げを行うという方式である。1962年4月、江頭匡一は福岡市の新設大型ビル「福岡ビル」にレストランを開くが、ビルのテナント料が高額であったため、土地の安い場所で下準備を一本化して加工調理をすれば、スペースを有効活用でき、どの店舗でも安定した味を提供できると考えた。すでに高速道路の九州縦貫道計画も進んでいたため、今後高速道路を利用したトラック配送に便利だと考えた江頭は、1969年に福岡空港の近くにセントラルキッチン「ロイヤルセンター」を建設した。

この施設を利用して、江頭は万博会場のアメリカゾーンで「カフェテリアレストラン」、「ウエスタンステーキハウスロイヤル」、「ロイヤル&ハワードジョンソンソングッズ」の3店舗を出店した。最終的な売り上げは11億円を軽く超えており、各国レストランの中で売

り上げ1位の表彰を受けた。このような経緯を経て、ロイヤルは首都圏や関西にセントラルキッチンを活かしたファミリーレストランを展開する基盤をつくった。

家庭内環境の変化

この時代の家庭内での大きな変化は、電気冷蔵庫と台所環境である。

日本の冷蔵庫は、戦前まで氷冷蔵庫が主流だったが、GHQが米国人向けの電気冷蔵庫を製造依頼して以降、国内での電気冷蔵庫の製造が増加した。1961年には冷凍食品が保存できるフリーザー付きの冷凍冷蔵庫が発売された。1975年頃になると冷蔵庫内を食材別に仕切るタイプが一般的となり、1976年には冷蔵庫の普及率がほぼ100%となった。1977年頃、メーカー各社はさらなる普及を促すため、400リットル以上の大型冷蔵庫の価格を大幅に引き下げ、食材のまとめ買いが出来るようになった主婦は仕事や娯楽など他の活動に時間を使うようになった。

台所環境では1965年頃まで「台所出し並ベキッチン」だったが、道具を台所内部に収納する「台所道具仕舞いこみキッチン」へと変化し、収納重視の考え方方が広まった。1967年には、公団の住戸タイプにLDKが登場し、1970年頃になるとリビングルーム内の景観のひとつとしてキッチンの外観が重要視されるようになった。1971年にクリナップがドイツのビルトイン・キッチンの製造システムとデザインを導入して、システムキッチンと名づけた。多様なキャビネットやユニットがあり、必要な用途に合わせて機能的な収納が出来ることで、スペースを有効に生かせることと、注文主の好みで台所のカラーコーディネーションができることがシステムキッチンによって可能となった。