

ポテトチップスの歴史を本にする ～2冊の執筆を通じて～

ライター／編集者 いなだ とよし
稲田 豊史

2025年3月14日に行われた令和6年度「いも類講演会」にて、登壇の機会を頂戴した。本稿は講演内容の採録にいくつかの肉付けを施し、所感を追記したものである。

1. 菊水堂の取材とポテチ会

映画配給会社や出版社を経てフリーライターになった私は、いもの専門家でもなんでもない。にもかかわらず声をかけていただいたのは、ひとえに2冊の「ポテトチップスに関する本」を執筆したからだ。

ことの発端は2017年に遡る。「dancyu(ダンチュウ)」というグルメ雑誌がポテトチップスを特集することになり、同誌と付き合いのあった私に「埼玉の八潮にある老舗ポテトチップスメーカーを取材してほしい」という依頼があったのだ。そう、「できたてポテトチップ」で知られる菊水堂だ。

当時の私は単なる普通のポテトチップス好きで、歴史や製法について特に詳しくはなかったわけではない。しかし同社の岩井菊之社長から長時間にわたって話を聞き、ポテトチップスという菓子の出自について俄然興味を掻き立てられた。

とはいえ「dancyu」の記事は製法についてのうんちくに徹していたため、歴史に触れる記述が入る余地はなかった。ただ、この取材に触発された私は、ある行動に出

る。「ポテチ会」の開催だ。

親しい友人たち数人に声をかけ、各自のいち推しポテトチップスを持ち寄ってもらい、食べ比べをする。参加者には1人20点の持ち点を与え、食して気に入ったポテトチップスに持ち点を自由に配分して投票。得票数がもっとも多かったポテトチップスが「優勝」というわけだ。



「ポテチ会」の様様（2019年）

この催しは新型コロナ感染拡大までの間に、数回開催され、どの回も異常に盛り上がったが、いくつかわかったことがある。

まず、人はポテトチップスを前にすると饒舌になるということ。多くの日本人にとって馴染み深いスナック菓子なので、誰もが自分なりの「ポテチ観」を持っている。誰もが幼い頃におやつとして食べた記憶がある。ウンチクも持論も語りやすいのだ。

また、ポテトチップスは安価なので参加に財力を必要としない。普通、大人同士がホームパーティーなどを催す場合、主催者は相応の料理を準備する必要がある。参加者は参加者で、手土産にけっこうな出費を必要とする。しかしポテトチップスは安い。海外産の「高級品」であっても600円、700円もあれば買える。財布に優しいのだ。

そして、どんな人にも必ず好きなポテトチップスがある。日本は世界でも稀に見るポテトチップス多品種天国であり、あらゆる食材をフレーバー化してポテトチップスに「乗せて」いるからだ。

つまり現代的な言い方をするなら、ポテトチップスはインクルーシブ（誰も排除しない）で、ダイバーシティ（多様性）を体现する菓子だ。この気づきは後にポテトチップスの本を執筆する際の大きなモチベーションになった。

2. 湖池屋に2度取材して決意を固める

コロナ禍で「ポテチ会」が開催できなくなった2020年、次の転機が訪れる。

同年、湖池屋の「プライドポテト」の売上が好調を喫し、ビジネスサイト「プレジデント・オンライン」（運営元は「dancyu」と同じプレジデント社）編集部が、湖池屋への取材を私に依頼してきたのだ。後日聞いた話だが、編集会議で「ライターを誰にするか」が話し合われた際、「ポテチ会」の存在を知っていた当時の編集長による「稲田さん、ポテトチップスに詳しいらしいよ」の一声で、私に白羽の矢が立ったという。

湖池屋の取材は、ビジネスサイトの企業取材とは思えないほど盛り上がった。先方のマーケティング担当と広報担当は、商品説明に留まらず、会社としてのこだわりやポテトチップス愛を存分に語る。私は私で、その一言一句が興味深くて仕方がなかった。

取材の帰り道、「プレジデント・オンライン」の編集担当S嬢と歩きながら話した。「ポテトチップスの歴史は本になりますね」

翌2021年には、同社小池孝会長への単独インタビューが、同じく「プレジデント・オンライン」で実現した。孝会長の父・小池和夫氏は、言わずと知れた湖池屋の創業



「プレジデント・オンライン」の記事（2020年、2021年）

者。1962年に「ポテトチップス のり塩」を発売し、それまで主に飲み屋などでしか供されていなかったポテトチップスを「おやつ」として売り出した立役者である。

孝会長は、父親がポテトチップス製造に四苦八苦していた1960年代初頭の状況や、後発のカルビーが怒涛の勢いで市場を席卷した70年代後半から80年代の状況、そこから「カラムーチョ」で同社が盛り返した1980年代中盤の状況などを、事細かに話してくれた。

筆者はますますポテトチップス草創期の状況を深堀りしたくなったが、2021年当時、日本におけるポテトチップスの通史を一般読者向けにまとめた商業出版物は、1冊もなかった。無論、各メーカーや各業界団体が自社あるいは自団体の歴史をまとめた記録はある。しかし、それらをメーカーや団体を横断してまとめた書物は皆無だったのだ。

であれば、自分が書くしかない。決意は固まった。



『ポテトチップスと日本人 人生に寄り添う国民食の誕生』（朝日新書、2023年4月刊）

3. ポテトチップスの通史を書く

S嬢と二人三脚で本の企画を練り、出版社に企画を持ち込んだ。そうして企画が通り、執筆に至ったのが、『ポテトチップスと日本人 人生に寄り添う国民食の誕生』（朝日新書、2023年4月刊）である。

同書は、ハワイでポテトチップスの製法を会得した濱田音四郎氏が戦後に帰国して発売した「フラ印アメリカンポテトチップ」に始まり、日本におけるジャガイモの需要史や受容史、湖池屋やカルビーの参入、フレーバーの多様化・健康被害問題・ジャンクフード化などをたどって現在に至るポテチ史を、食文化史と日本人論に絡めて記述した本である。

我が国のポテトチップス産業に現れている「日本らしさ」とは何か？ それは、何をおいても「新商品の発売数が圧倒的に多い」ことであろう。幕の内弁当的な「選択肢の多い状態」を求める日本人の特質に、メーカーが数十年にわたり応えた続けた結果である。

本書でぜひ言いたかったことがある。「日本人は、ポテトチップスが好きになった」のではない。偉大なるポテトチップスメーカー各社の先人たちが「日本人をポテトチップス好きにした」ということだ。

そもそもジャガイモは戦時中、米の代用食として嫌われていた。にもかかわらず、ポテトチップスが日本で瞬く間に「スナック菓子の王様」に上り詰めたのはなぜか？ 各社が日本人の味覚に合うよう、「ガラパゴス的に」独自に進化させてきたからだ。

湖池屋が1962年に発売した「のり塩」味は、当時世界中どの国にもなかった。その後、市場に登場した醤油、ゆず胡椒、梅、

だし味といった和風フレーバーは言うに及ばず、各社は日本人が好みそうな、日本独自のフレーバーを数十年にわたって市場投入し続けている。

カレーやラーメンと同じだ。カレーはインド発祥だが、メリケン粉でとろみを出した黄色いカレーは日本特有のもの。スープカレーやドライカレーもインドには存在しない。とんこつラーメンや煮干しラーメン、家系ラーメンや二郎系ラーメンなども、発祥の地・中国とは無関係の日本独自進化の産物である。

カレーやラーメンは、米飯や味噌汁、寿司や天ぷら、そばやうどんと並び、もはや日本人の国民食と化している。国民食とは、「ある国の大衆に親しまれている食品や料理」のこと。日本でガラパゴス的進化を遂げたカレーやラーメンが国民食なら、アメリカ発祥ながらガラパゴス的進化を遂げたジャパニーズ・ポテトチップスも、当然国民食であろう。そんな思いを込めて、本書の副題には「国民食」という言葉を入れた。

4. 菊水堂創業者の評伝を書く

『ポテトチップスと日本人』刊行直後の2023年4月、刊行元の出版社から連絡があった。菊水堂の岩井菊之社長から出版社宛てに、「著者と話がしたい」という電話があったというのだ。

緊張が走った。『ポテトチップスと日本人』に菊水堂の記述はあるが、岩井社長には取材していなかったからだ。「もしかして記述に間違いがあり、そのクレームでは……」。しかし杞憂に終わる。折り返し電話をしてみると、岩井社長は言った。

「よく調べているし、よく書けていると

思います。今後はポテトチップス関係書の底本になるでしょう。ポテトチップスの歴史は、いつか誰かにまとめてもらいたいと思ってたんですよ」

ほっと胸を撫で下ろしたのも束の間、岩井社長は続けた。

「その上で、本の記述の中で当時の事実関係について、僕なりの解釈を話したい箇所が、わりとあって……」

電話は20分ほど続いたが、6年前の「dancyu」取材が頭をよぎった。「この話、終わらない」。アボを取り付け、八潮の菊水堂を訪れることにして電話を切った。

後日、八潮に赴くと、そこには岩井社長以外に、彼の父親にして菊水堂の創業社長である岩井清吉氏の弟さん（中学卒業後、工場勤務）や、岩井社長の叔母（長く工場長を務めた）など親族も集結していた。そこでの歓談でもっとも興味を引かれたのが、清吉氏にまつわるエピソードである。

2022年に逝去した清吉氏は1930年、現在の群馬県下仁田町に生を受け、まだ10代の頃に上京して瓦せんべい職人となった。その後独立し、1953年に菊水堂を設立する。

面白いのは、清吉氏がポテトチップスを作ることになったきっかけだ。彼は菓子問屋主催の慰安旅行で訪れた熱海の旅館で、襖越しに聞こえてきた「ジャガイモを薄く切って油で揚げたお菓子のようなのがある」という同業者の話に触発され、見様見真似でポテトチップスを作った。1964年のことだ。菊水堂は、現在残っている国内ポテトチップスメーカーの中では、湖池屋に次いで2番目に早くポテトチップスを作ったメーカーだとされている。

このようなエピソードを軸にまとめたのが、

清吉氏の評伝『アゲもん 破天荒ポテトチップ職人・岩井清吉物語』（KADOKAWA、2024年11月刊）である。同書は清吉氏と菊水堂のあゆみを、戦後の日本社会の状況と並走させながら追うノンフィクションゆえ、ある種の「昭和史」としても読める。また、関係者への直接取材や、岩井社長所有の古い資料を大量にあたることで、日本におけるポテトチップス業界創世時の状況を、『ポテトチップスと日本人』以上の精度と詳しさとで克明に記述した。



『アゲもん 破天荒ポテトチップ職人・岩井清吉物語』（KADOKAWA、2024年11月刊）

同書のハイライトのひとつが、2005年から2017年まで一般財団法人いも類振興会の理事長を務めた狩谷昭男氏への取材である。狩谷氏は1970年4月から1973年2月まで農林省（現・農林水産省）の畑作振興課・いも類班で係長に就き、業界団体（後の日本ポテトチップ協会）設立の礎を作ったことでも知られている方だ。

ポテトチップス産業草創期のキーパーソンである狩谷氏にじっくり話を聞き、その内容を入れ込んだことで、同書の史料的価値は大きく上がったと言える。

5. 産業史を記録に残すことの重要性

『ポテトチップスと日本人』が、主にカルビー、湖池屋の動向を追うことによって国内ポテトチップス史をマクロに俯瞰した書物だとすれば、『アゲもん』は、零細メーカーである菊水堂の創業者を追跡することで、国内ポテトチップス史の別の面をミクロに凝視する書物である。2冊は「国内ポテトチップス史」という同じものを見ているが、見る場所、見る角度を違えることで、拝める風景も別物となった。いわば『ポテトチップスと日本人』は巨人視点でのポテチ史観、『アゲもん』は蟻視点でのポテチ史観である。

2冊の執筆を通じて、痛感したことが3つあった。

まず、産業史を記録に残すことの大切さだ。我が国のポテトチップス産業は大いに発展しているのに、その歴史については体系的な記録が驚くほど残っていない。市場草創期を知る関係者は高齢であり、記録に残すのは急務である。若き日の狩谷氏は、農林省の先輩から「記録に残せるものは、なるべく残したほうがいい」と言われたそうだが、同感だ。

次に、「多様性」が産業を発展させるということ。日本のポテトチップス産業がこれからも隆盛であるために必要なのは、現在の強みでもあるフレーバーの多様性に加えて、メーカーの多様性であろう。一社独占、一社寡占の産業に未来はない。十人十色の商品開発ポリシーを掲げる様々なメーカーが共存共栄しているからこそ、市場は豊かさを保つことができるのではないかな。

そして、ポテトチップスは世代・属性・立場を越えてコミュニケーションを促進さ

せるということ。「ポテチ会」は言うに及ばず、筆者が書籍刊行後に参加したトークイベントや受けた取材、ラジオ出演などにおいて、ポテトチップスの話題を振って盛り上がりなかったためしがない。ポテトチップスは誰もが何かを語りたくなる魔法のお菓子なのだ。



2023年6月、J-WAVE「味な副音声 〜voice of food〜」出演時の筆者（右）。左はフードエッセイストの平野紗季子氏

実はいも類講演会の日、私はやや緊張していた。ここは「いも」のプロフェッショナルが集まる場。私の前に講演されるのは、農業を専門とする大学教授や研究者の方々だ。ほとんど学会発表である。どう考えても、自分にとってはアウェイだ。

意を決して登壇し、トークイベントのように陽気に話した（そういう話し方しかできないのだ）。すると、皆さんが笑顔で暖かく受け入れてくれた。その後の立食懇親会でも、たくさんの方から声をかけてもらった。ポテトチップスは、否、「いも」は人と人との間の垣根をなくす。立場や肩書を超えてコミュニケーションを促進させる。

その懇親会では複数の人から「次は焼き芋の本を書いてください」と言われた。光栄だが、あまりにも大きな宿題である。ジャガイモの次はサツマイモ。偉大なる先人たちの知見に、再び頼ることになりそうだ。