

約40年間のサツマイモ料理店の成功哲学

～川越「いも膳」 神山正久社長に聞く！～

川越いも友の会 事務局長

やまだ えいじ
山田 英次

1. はじめに～約40年間の店を閉じる～

2024年12月22日に、川越のサツマイモ料理専門店の「いも膳」（川越市小室15-1）は、約40年間の営業を閉じた。別に、人気のサツマイモ料理が売れなくなった訳でもなく、常連客が大きく減った訳でもない。店主の神山正久社長（昭和29年生れの71歳）は、当初より70歳になったら店を閉めることを、自分の人生設計プランで決心していた。



27歳で「いも膳」を開店し、看板料理の「いも懷石」を開発した神山正久社長

店を閉める直前の12月19日に「紅赤いも懷石の食べ納め会」（参加者13名）を行ったが、その時、神山社長の哲学を聞かせてもらい、感動した参加者より、ぜひ、その哲学について、いも類振興情報に掲載していただきたいとの要望があった。そのため、

長年の付き合いがある私（山田）が、まとめることとなったが、できればこれからサツマイモ料理店を開き、日本一を目指す方のために、その成功の哲学と歩みについて整理して書き残したい。

2. 「いも膳」とは？ その歩みの概要

「いも膳」は、日本のサツマイモ和食料理店のトップともいえる存在で、看板料理は「いも懷石」と「いもうな重」である。昭和57年（1982）6月にオープンして、平成元年（1989）4月には、世界で唯一の「サツマイモ資料館」をも開設した。そのため、サツマイモ業界には大きな影響を及ぼした。それだけ聞けば、簡単に成功したと思われるかもしれないが、そうではなく、はっきりした哲学と準備と、良き仲間と運を引き寄せる力があった。神山正久社長の成功ステップは、まず次のような期間に区分できる。

1期（18歳～27歳）準備期・・神山社長は、地元の川越市小室の農家の二男として生まれた。中学生の頃より料理人に興味があり、商業高校では野球部に所属していたが、夜は川越市内の和食店でアルバイトを続け、卒業記念誌には「10年後に料理店を出す」と書き、ハッキリとした目標の夢を抱いていた。そして逆算して、10年後に店を出す



「いも膳」入口の暖簾。多くの客が、サツマイモ料理を求めて、この暖簾をくぐった。

には、何をしたらよいかをプラン化し、経営学を学ぶため東京の大学に入ってから、順次、日本料理店での修業を積んだという。各種の和食やウナギ料理店での修業ばかりでなく、その和食文化に必要な基礎となる生け花やお茶、氷細工なども稽古して、身につける勉強をしたという。

2期（27歳～34歳）開店&急成長期・・・昭和57年6月に地元でオープンし、初めの看板料理は「いもうな重」であった。当初はあまりお客が来なかったもので、調理場の従業員と共に、いろいろアイディアを出し合って、2年後の昭和59年（1984）には「いも懷石」を完成してメニュー化し、主力の商品となった。その時、特に大きく恵まれたのは、川越いも友の会の仲間たちの厚い応援力であった。また、鹿児島県より、指宿の試験場を退職した湯之上忠氏（全国を巡って失われていくサツマイモ資料の保存収集活動に取り組んだ）が、突然訪ねて来てくれて、鹿児島との縁を結んでくれたことであった。当時、昭和57年よりはじまった川越いも文化の市民保存運動（川越いも友の会）により、急速に「サツマイモの復

権活動」が社会的に注目され、その大きな波が幸運の後押しとなった。

その間、昭和61年（1986）3月に同じ敷地内に手作りイモアイスとイモケーキ、イモプリン等を主力商品とした喫茶店「いも膳一乃蔵」（店主：実姉の花村ふさ子氏）をオープンさせた。これはおイモカフェ店のさきがけであった。（2023年8月閉店）

3期（34歳～53歳）最盛期・・・隣接する敷地をいも膳が購入し、平成元年4月に「世界で唯一のサツマイモ資料館」をオープンさせた。資料館を開設した動機は、川越いも文化研究者の井上浩先生（故人）が、川越には「サツマイモ文化」を伝える資料館の創設が必要だとの強い意見があり、それを受けて、神山社長は、市が造らないなら、自身が資金と建物を提供し、イモ文化の向上のために開設しようと決断した。川越いも友の会事務局長だった当時の私（山田）が、展示内容の企画設計をし、神山社長の資金提供のもと展示製作も担当した。当初の3年間は、山田が館長を務め、その後の16年間は井上浩先生が館長を務めた。



平成元年4月にオープンした「サツマイモ資料館」。約20年間運営し続け、イモ文化の情報発信を行った。

民間運営のため、資料館の1階は「いも倶楽部」の名称のもと、さまざまなサツマイモ加工商品を展示販売し、2階は無料のサツマイモ資料の展示室とした。資料館ができたことにより、国内では南は沖縄・鹿児島・宮崎・熊本から四国の徳島、関西方面、東海地方、関東では千葉・茨城・東京など、多くのサツマイモ関係者が資料館の見学と共にいも膳の「いも料理」を食べに訪れるようになった。さらに海外からも、中国・韓国・ベトナム・台湾・フィリピンなど東南アジアのほか、イギリスや米国、南米のイモ類研究者が訪れ、名物となったいも懷石を堪能した。

資料館がオープンしたことにより、平成元年から「いも懷石」の予約は3か月待ちの満席状態（夏場の7～8月以外）で、そのような状況が10年以上は続いたという。最も忙しい時には、大型バス3～4台の客が訪れ、1日120～150食の「いも懷石」を出さなければならなかったという。

平成11年（1999）には、川越市内の観光中心地の菓子屋横丁そばに、いも膳本店まで食べに來られない観光客のため、姉妹店のウナギ料理専門店「いも膳・うなっ子」を開店した。

4期（53歳～71歳）安定期・・資料館を開設、運営した約20年間の成果として、全国にサツマイモ文化の向上の取り組みが広がったことと、さらに井上館長の高齢化もあり、平成20年（2008）6月に資料館は閉館をした。展示資料は、川越市立博物館へ寄贈したが、建物は、その後、一流の文化人を呼ぶため、アートギャラリー「呼友館（こゆうかん）」と名称を変え、一級品の絵画や陶器、彫刻などの美術作品の展示企画

を展開し、多くの文化人を呼ぶこととなった。私もたまに見学にいったが、一級品の作品が身近に無料で見られることには大変驚いた。これは、地域芸術文化の向上のための活動であった。

2020～2022年の新型コロナ期を経て、社会的状況や労働環境（料理職人の昔からの働き方など）も変わり、神山社長の年齢による体力的な問題もあり、2024年12月に本店は閉店することとなった。（※但し、姉妹店のウナギ料理専門店「いも膳・うなっ子」は営業を続けている）

3. 「いも膳」名称の理由、料理構成と客層

なぜ「いも膳」という店名にしたのか、その深い理由を、あらためて聞いた。

第一に、まず、川越には先人が残してくれた有名な「サツマイモ」と「蔵造りの建物」があった。それを活かしたかった。

第二に、当時は、太平洋戦争によるサツマイモの悪いイメージを引きずっており、女性にとっては懐かしい食べ物であったが、男性には、あまり受け入れられない食べ物で、食材としての地位は低かった。サツマイモのイメージを向上させたかった。

第三に、川越の中心地には、昔からの暖簾を守る老舗料理店が数多くあったが、サツマイモ料理を出す店は、一軒もなかった。観光客（特に女性）からは、地元の名物の川越いも料理を食べたいとの声があるのを察知していた。

第四に、川越へ来るお客に、おもてなしとして「川越いも」をメインとしたお店をつくりたいと思った。それに「いも」という店名を使えば、一度で覚えてもらえると思った。よって、小江戸川越の味処「いも

膳」に名称を決めたのだという。

客層としては、町中の多くの老舗は地元の市内のお客をメインとして握っているの、市外の人達や東京などからの観光客の、新しい客を呼ぶための店としたかった。

いも膳の、料理メニュー構成をみても、外からの観光客などに対しては、看板料理の「いも懷石」(予約制)や「いも点心」(予約なし)と「いもうな重」があり、地元の客向けには「うなぎ料理のうな重」や「和食の御膳料理や宴会用の懷石料理」があり、幅広い客層に対して、それぞれ対応していた。

昭和57年のオープン当時は、町中の老舗料理店より、「イモなんかで店がやっていけるのかよ」と白い眼でみられたともいう。

4. 「いも懷石」の料理内容

いも懷石の料理内容は、どのようなものであったのか、その特色を聞いた。

まず、サツマイモ料理というと、一般の人は「いも天ぷら」「大学芋」「いもご飯」などを想像するが、その予想を裏切り、おいもの姿と形を見せない料理とした。見た目では、これがおいも料理なのかと思わせない高級で洗練したものにした。また、地



独創的で洗練された「いも懷石」。特に、多くの女性たちの人気を集め、1日150食も提供されたことがあった。

元産の「川越いも」の象徴である伝統品種「紅赤」を原材料として使うことにこだわり、一品ずつの料理で最低50%以上はサツマイモを使うことにした。

そして、いも懷石を食べに来た客を、イモ料理でお腹いっぱいになる「いもびたり」にさせ、満足感をあたえるものにした。確かに、いも懷石を食べ終わると、誰もがお腹がいっぱいになり、お客は満足顔になる者が多かった。

いも懷石の献立表は、次の通りであった。

- ・ 先付 ・ ・ 旬の和え物
- ・ 前菜 ・ ・ 山吹 (鰻とおいもの混ぜご飯で薄焼き卵で包む) ・ いも酢の物 ・ アーモンド揚げ ・ その他 (イモの茎の煮物など)
※前菜の盛り付けは、各季節感を彩る飾り付け演出を行った。
- ・ 焼物 ・ ・ ヒカド (南蛮料理) ※大根やニンジン、ゴボウ、シイタケ、マグロ、サツマイモなどの細切りの具に、コンブとカツオの旨味のある汁物に仕立て、さらに生芋を擦って入れ、ほどよいトロミをつけてある。
- ・ 焼き物 ・ ・ 源平焼き (海老や貝柱などの海のもの、イモの里のものを、平家と源氏にみたてかけあわしたもの) ※プリプリの海老に、おイモがソースがわりにかけて焼き上げてあり、相性の良い味のコラボレーションをかもしたしている。
- ・ 揚げ物 ・ ・ いも真蒸 ※はも・山芋・サツマイモなどを混ぜて揚げたものである。
- ・ 蒸し物 ・ ・ いもいち ※いも餅を使ってトロミのあんをかけて、揚げ出し豆腐のような食感をもたせてある。
- ・ お凌ぎ ・ ・ いもめん ※そばのようなツ

ルツルした食感だが、そば粉は一切使わず、いも粉と小麦粉、卵白等の手打ち麺で、いも粉が5割以上入っている。

・**甘味**・いもくずきり ※透明で細切りのくずきりを黒蜜につけて食べる

・**デザート**・いもアイスとフルーツなど
※いもアイスは、8割以上イモが入っているので、さっぱりしている。

「いも懷石」には、価格により（花）5000円と（里）4000円の二種類があった。また、食前酒として「いも膳カクテル」（芋焼酎を梅のしずくで割ったもの）があった。

この献立のなかで、特に客の評判がよかったのが、「ヒカド」「源平焼き」「いも麺」「いもアイス」などであった。

「いも懷石」の誕生と成功は、市内の業者にいろいろと影響をあたえた。まず各和食料理店でも、サツマイモを使った料理コースを観光客向けに出すようになり、更に、いも麺は、うどん業者が乾麺の「いもうどん」や「いもそば」を製造して販売し始めた。いもアイスは菓子屋等でもマネして販売したりした。現在でも、観光中心地の蔵造りの街並み通りで「さつまいもミニ会席」を提供する店が、看板メニューとして続いている。

5. 神山社長の成功哲学は・・・

神山社長の座右の銘は、詩人の坂村真民の「念ずれば花ひらく」である。

行動派である神山社長の成功の哲学とポイントは、次のようなことだと思われる。

・**第一に、「一流を目指す」こと。**

一流の人が来ても恥じない店にするため、京都や金沢に負けない店づくりに励んだ。

全国の一流の和食料亭や一流の食材を求めて、時間ができれば巡り歩き勉強した。よって、料理に使う食器や陶器、絵画、植木や石の庭園まで一流を目指した。

・**第二に、「食材へのこだわりと手造り」。**
地元の伝統品種「紅赤」を、常に素材とすることにこだわった。（※紅赤が無くなる6月～9月の夏場は高系14号を使った）

「いも天ぷらなら紅赤」を信念とし、紅赤の美味しさを追究した。熟成した3月頃の紅赤の「丸揚げ天ぷら」は最高であっ



紅赤はいも天ぷらにすると、その舌ざわりの食感が特に良い、さらに、細い紅赤の丸揚げ天ぷらは、風味がなお際立つ。



紅赤を原料にした「紅赤いも茶」。神山社長が、紅赤の特色を活かすために開発した。隠れたファンもいる。

た。また、紅赤の風味の良さを実感し、「紅赤いも茶」を作り、店で提供した。

さらに、料理に使用する魚類や野菜の食材も高品質で特色あるものを使うよう心掛けていた。

・ 第三に、「先人への感謝を忘れない」。

先人の努力の積み重ねの上に、たまたま自分が立たせていただいていることを意識し、感謝の念を忘れなかった。神山社長は、先人の苦労や努力の上に、今の自分があるということをよく口にしている。

・ 第四に、「人を引きつける文化を大切に」。

料理で客のお腹を満たすことは店として大事であるが、それは全体の80%で、あとの20%は文化が必要であるという。実際に、使う食器や絵画、庭園、いも資料館やアートギャラリー館などに象徴されるように文化には人を引きつける力があることを実感していた。また文化を愛し、語ることを喜びにしている。

・ 第五に、「運に恵まれる」こと。

成功するためには、ポジティブで行動的であることは大事であるが、運に恵まれることが特に重要である。神山社長は、運に恵まれた。川越という「イモのイメージ力をもった運の場」、観光ブームとサツマイモの復権運動が偶然に起こった

「時の運」、そして、応援してくれる人たちが次々と現れ、多くの人達を呼び寄せてくれた「人の運」があった。本人の努力もあったが、そのような運を引き寄せる体質をもっていたと考えさせられた。

6. まとめ「これからの人へ」

これから、サツマイモ料理店を開く若い人達ために助言を聞いた。

「サツマイモ料理は簡単でいて、常に100点を取り続けるのは難しい。大事なのはイモを好きになって、仕事と思わず、365日おいもを使い続けること。イモの性格を肌でわかるまで研究し、イモを使いこなしてほしい」とのことであった。

地元の紅赤を使用することに唯一こだわったが、各種のサツマイモやイモ商品についても、勉強していた。そして、「紅赤いも茶」の開発のように、各種のイモでお茶の試作をし、紅赤が最も風味が良く、最適な焙煎と熟成なども見極めていた。

いも膳の「いも懷石」の成功事例と神山社長の哲学や行動からヒントを学び、意欲ある若い人達のなかから、これから新しいサツマイモ料理店が現れて、成功することを何よりも期待したい。