

父と菊水堂とポテトチップと

(有)菊水堂社長 岩井 菊之 (Iwai, Kikuji)

ポテトチップと歩んだ父の足跡

日本のポテトチップの歴史は、1950年デイリー、アメリカンポテトチップにより始まったと言われています。

1953年父は菊水堂を創業し、瓦煎餅の製造販売を港区で開始しました。1960年頃、菓子業界ではよく熱海の旅館を会場場所に使っていました。この熱海の旅館で「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」と聞き、当時の品川工場で試作をしたと叔母から最近聞きました。1963年品川区から足立区に工場を移転し、1964年4月からポテトチップの製造を本格的に開始しました。1964年度の売上が3,000万円、ジャガイモが300円/20kg、食油が1,900円/缶との記録が当時の決算書に残っています。

1968年5月米国本土に渡り、真新しい8mmカメラを携え、米国におけるポテトチップ大量生産の現場撮影に成功しました。当時、弊社はまだ丸いフライ釜を使用しており、多くの人手に頼っていました。父は、米国での感想を小学生の私に「川が流れるようにポテトチップの層が流れている」と驚きの様子を話し、また、撮影した8mmフィルムを投影して見た時の私は、最先端の技術が映し出され、米国の技術水準の高さに驚かされました。この年6月には、第17回全国菓子大博覧会にてポテトチップスで金賞を受け、少しずつ、ポテトチップがお菓子として認められてきた時代でもありました。

一方、ポテトチップはジャガイモの洗浄に多くの水を使用するため、廃水について公害防止の観点から、東京工場を移転するよう勧告を受けておりました。そのため、7月には、埼玉工場に米国で見たラインを参考として、大量生産ラインを構築し、製造を開始しました。この年の売上は、11,000万円となりました。



写真1

1970年の味付けは、唐辛子、青のり、カレーを使っていたようです。売上は22,000万円に倍増しました。

1971年11月銀座4丁目の交差点付近、山野楽器前でトリオの歌手「ポテトチップス」との宣伝販売活動を行いました。父の絶頂期の頃で、銀座の真ん中で、菊水堂のハッピーをまとい、盛んに宣伝している写真（写真1）が残っています。

1974年日本ポテトチップ協会創立総会で、父が副理事長となりました。この頃、ポテトチップメーカーは約100社あり、100億の市場規模になっていたと言われています。

1975年スナックメーカーの大手カルビーがポテトチップに新規参入し積極的な販売展開を開始しました。このことに父は危機感を抱き、この翌年に東京ポテトチップ工場を閉鎖し、埼玉工場に製造を集約しました。

1979年頃、山田屋（1980年会社整理）がピンクレディーをポテトチップのキャラクターに採用し、大ヒットしたのは、時代を思い起こさせる歴史の一コマでしょうか。

1981年、北海道産ジャガイモが冷害や水害により高騰し80円/kgとなり、大きな赤字決算となりました。

1984年4月、私は、薬剤師として調剤薬局に勤めておりましたが、仕事を辞め、菊水堂に入社しました。父は「何でこんな不景気な会社に戻ってきたのだ。」と言いました。小さい頃から、菓子の製造を手伝い、長男が継ぐことは、当たり前と教育されてきましたので、父の言葉は私にとって大変ショックであり、また、菊水堂が大変な局面に立っていたことをこの時知りました。

父の販売戦略を整理してお話ししますと、子どもの食べるお菓子、大人の食べるおつまみ、と皆に愛されるお菓子であり、ホテル、レストランなどを販売先としました。時流となっていたスーパー、コンビニエンスストアから完全に乗り遅れた(?)販売戦略と言わざるを得ませんでした。

私の時代

2000年4月に社長を継いだ私は、この年の北海道産ジャガイモが大変な不作に見舞われ、ジャガイモ原料供給カットを余儀なくされました。また、2001年8月には、大手量販店の値下げ交渉に対応できず、取引を中止することとなりました。

2001年9月よりお土産商材に参入、初めて作ったのが宇都宮餃子味ポテトチップスです。その後、新たな商品開発を始めまし



写真2

た。

時間は前後しますが、カラフルポテトにも和田製糖などの援助を受け挑戦しました。しかし、諸般の事情で中止せざるを得なくなりました。けれども、どんなジャガイモでもポテトチップにしてみようという気持ちは変わりません。今年も、日本いも類研究会の援助を受け、6品種（はるか、スノーデン、サッシー、ドロシー、ノーザンルビー、キタムラサキ）のジャガイモを製品化し、有志の皆様配布させていただきました（写真2）。



写真3

父の従来からのコンセプトである「子どもの食べるお菓子」という視点から、化学調味料を使わない、ジャガイモ本来の味を引き出すことに、力を注いで参りました。そのお陰で、依然として生協での売上が多くを占めています。

2001年からのお土産ルートへの商品供給は、産地のものを使うというコンセプトをもとに、埼玉県産：深谷ネギ、群馬県産：下仁田ネギ、静岡県産：お茶、長野県産：野沢菜、富山県産：しろエビ、など、現地の農水産物を利用した商材に取り組んでおり、さらに現在も産地の新素材への取り組みを模索しております（写真3）。

これも、小学生の頃から、父に連れられ、南は九州、北は北海道とジャガイモの産地に親しんできた影響でしょう。当時の父の姿を思い返す時、ひたすら良質のジャガイモ原料を求め産地巡りをしていたということが今になって分かります。また、このような経験から、少しでも、現地の農水産物の応援団でありたいという気持ちで行っております。近年「地産地消」という言葉が流行っております。食を考える上で大変大事なことだと言えるでしょう。微力ながら、一助になればと考え、新たなお菓子づくりの挑戦を続けて参りたいと考えています。