

月刊

日 土 技 術

二十一世紀に生きる我我、真に必要なものは週末力である。(哲学者)

週末なににする？

TAKE FREE

we are weekenders.

- 原 沙織
- 東 朋治
- 大西 淳浩
- OIOI (オイオイ)
- keema (キーマ)
- 桂 枝之進
- 金水 正



August 2022 8

アーベント

- 村上しほり
- 柳田國男
- 河北航太
- 吉川公二

日本全国放課後三昧

—ポテトチップスとグルメ映画— 東 朋治



ポテトチップス。笑う子も泣く大人も大好きな圧倒的存在感を誇るスナック菓子の帝王（たぶん）である。2大メーカー

（カルビー・コイケヤ）だけでコンビニ棚の相当なフェース面を制圧。新製品の開発も凄まじく、2強以外にも様々なメーカーが群雄割拠を形成している。

最近ポテチを頬張ることは減ったが、たまに無性にバリバリしたくなる狂おしい時がある。ビールのツمامミとしてコスパを勘案するとラスボスクラス。

様々な種類を食べ比べたが、我が第1位は圧倒的にうす塩、12馬身ほど後からコンソメが続く構図は40年変わらないう。固揚げタイプより、ド定番の薄切りが好ましい。

ガキの頃、ポテチの袋の内側がいきなりアルミホイル仕様になった時は度胆抜かれた。きっちり密閉しておけばいつまでもパリパリ感が味わえる空前絶後の大発明。

実際は一度袋を開ければ最後、伸ばす

手が止まらず食べきってしまう。アルミの実力を図り知る機会はありません。ののだが。

ポテチが似合うシチュエーションは多々あれど、自宅でのTV観賞にとどめを刺す。映画館はパリパリする音がこれほど響くのかと引くほどだし、ミニサイズはともかく通常サイズは嵩張るので外出向きではない。

似て非なるがやっぱり酷似しているチップスター系はどうか。ヤマザキナビスコがガリバーと思われるが、他社も積極的に参戦。

ポテチとの大きな違いは、円筒形の筒に収められていること。これは割れぬようカバーの役割を果たしていると推測される。亀の甲羅のようである。

もう一点は、形が均一であること。ポテチは恐らく全く同サイズのものはないはずで、焦げのグラデーションもある。一方チップスターは独特の沿った楕円形が美しく重ね詰まっている。安定感たる

や全盛期の横綱H鵬関のごとき。

チップスター系が似合うシチュエーションはどこか。酒場である。それもチョコやナッツと一緒にスナックの乾き物として彩りを加えるあたりが倦怠感入り混じる上品さを醸し出している。スナックで小腹が空いた時、思わずチップスターに手が伸びる。もう止まらない。

スナック以上に相応しい最強の晴れ舞台はどこか。それは新幹線車内である。ポテチは思った以上に袋が大きく。座席テーブルの3分の2を占めてしまうことがある。しかもパラパラと崩れ毀れやすい。一方のチップスターは座席テーブルに占める割合が絶妙。これをツمامミつつ缶ビールやチューハイを流し込む悦びはブツダ級である。

新幹線の車内販売では、何故かチップスターしか見かけない。小さなワゴンにあらゆる叡智と工夫が込められた商品構成。ポテチ袋は嵩張るのだから。

ポテトチップスとチップスター。齧るシチュエーションでこれほど味に優劣がつく同種族はない。そして、様々なご当地の味が演出されている。旅先で見かけぬ味に出会うと、つい手が伸びてしまう。持ち帰り、週末の昼間から自宅で録画映画やアマプラ映画などを楽しむ。思う存

分音をたてながら。ビールやハイボールを流し込みながら。

どうせ見るなら、グルメ系、それもご当地系グルメ映画が良い。

十数年前に一斉ブームだった全国ご当地B級グルメ。その当時から雨後の竹の子の如きB級ブームと一線を画していたのが「讃岐うどん」。この二十数年で、香川限定から一気に全国制覇した感がある。尾張一国から天下布武を成し遂げようとした信長公の勢いに、秀吉公の勝負強さ、家康公の安定感も加味されている気がする。

20年ほど前に読んだ『恐るべきさぬきうどん』（新潮OH！文庫）。これらが牽引役になり、讃岐うどんが一大ムーブメントに。「麺地巡礼」と称されるうどん食べ歩きツアーに全国から殺到したそう。

煌びやかな光には、影がある。地元店舗からの排水が前述の理由で問題視され、香川県では水質改善に向けた条例を制定したらしい。ところが従来処理技術では1日以上かかる上に、設備投資に数百万円も必要。中小零細店ではとても対応できるものではなかった。

その救世主として、どこかの会社が凝集分離剤を開発した記事を昔読んだ記憶

がある。困りごとの陰にビジネスの商機は転がっている。

自宅でチップスターを頬張りながら、十数年前に劇場公開された『UDON』という映画を思い出した。

コメディアンの夢が挫折した主人公が、故郷の香川に戻り実家の製麺所でなくタウン誌に就職。そこで地元人も知らないようなマニアック讃岐うどんを取り上げ、空前の讃岐うどんブームを引き起こす。しかし……。

友情、挫折、恋、家族との葛藤、そしてグルメありと、エンターテインメントの王道を歩む。何よりもこの映画、多少のファンタジー要素はあるものの、まちづくり映画として実に見事。リアルに食のまちづくり過程を描いている。

ブームにより県内以外からもファンが殺到。それだけならスポーツ青春映画の大団円と変わらないが、「ブームの陰」が妙に細かい。車による渋滞や違法駐車。行列店舗に対する近隣店舗からの嫉妬まじりのクレーム。そして、うどんのゆで汁排水問題が取り上げられていた。

うどんブームを巻き起こした主人公は、これら光の影に悩む。そしてタウン誌を卒業し、再びコメディアンの夢を追い求めるのだが……。

この映画の制作時は、おそらく凝集分離剤の開発前。開発後なら、うどんゆで汁問題シーンはカットされていたかもしれない。それどころかこの分離剤が秘密兵器として登場し、問題を解決したかもしれない。

ただし、いきなり科学映画になり、観客はあまりの急展開にドン引きするかもしれないが。

(あづま・ともはる)

東朋治

株式会社商業タウンマネジメント代表取締役

一九七四年神戸市長田区生まれ。製鉄工場勤務を経て神戸新長田地区の震災復興に十年以上従事。

二〇一〇年大阪府内のシンクタンクに転籍。

二〇一七年(株)商業タウンマネジメント設立。

中心市街地や商店街活性化、新規創業者伴走支援や空き店舗対策、名物づくり、被災商業地域の復旧復興、商業施設再整備及び運営など北海道から沖縄まで活動中。趣味は読書、映画(館鑑賞)、そして全国津々浦々の訪問先でその地の皆さまと酒を酌み交わすこと。