紀平真理子のオランダ通信 第31回

オランダのポテトチップ事情

プロフィール
1985年、愛知県名古屋市生まれ。南山大学外国語学部スペインラテンアメリカ学科卒業後、コンタクトレンズメーカーで国内・海外業務に携わる。夫の駐在帯同で2011年12月からオランダのアムステルダム市に在住。父の家庭菜園を見て農業に興味を持っていたこともあり、すべてにおいて実利的で交渉上手なオランダ人によるオランダ式農業に魅了されたという。

他国へ食品輸出が増加基調にある昨今、参考にしてもらえればと思い、日本市場で一般的なポテトチップ6種類を試食を通して意見を聞いた。調査対象はオランダ在住者14名（20～40代のオランダ人5人、日本人3人、オランダ生まれのアジア系2人、その他4人）。ポテトチップの種類は、①のり塩、②コンソメパンチ、③うすしお、④堅あげポテトうすしお、⑤カラムーチョ、⑥じゃがりこサラダ味。

オランダにおけるポテトチップの歴史は1958年に英国のSmiths社が導入したことから始まる。60年代に入ると小売チェーンによって人気が加速し、スナックマーケットで60％のシェアを占めた。現在も主食がジャガイモということもあり、ポテトスナックの需要は高く（日本のせんべいのような感覚）、スーパーマーケットには数多く陳列されている。

有名ブランドはペプシコ社のLay's、前述のSmiths（現在はオーナーがペプシコ社）、米国Kettle、英国Tyrrells、ベルギーCrockyなど外資系のもの。特徴的なフレーバーはパプリカやチーズオニオン、ボロネーゼ、ソルト&ペッパー味で、味つけが濃くしっかりとした食べごたえのあるものが多い。期間限定でマンゴーレッドチリ味が販売されたこともあった。元来、新しい味つけに対して積極的ではないオランダ人だが、ポテトチップに関してはとくに若い世代を中心に新しいフレーバーを求めている。

スーパーのポテトチップ陳列棚の一部

結果で少し意外だったのが、のり塩が圧倒的に人気だったことだ。アジア料理を普段から食べている人の「もともとのり風味が好き」という意見は納得できるが、Noriという名前は聞いたことがあっても食べたことがない人からの「オランダにはないユニークな味」という評価は日本特有の味に魅力を感じている人が多いことがうかがえる。次点はカラムーチョ、コンソメパンチと続く。カラムーチョは好みが真っ二つに分かれた。コンソメパンチは味のバランスを評価する人が多く、また低評価の人がほとんどおらず全体的に好評だった。コンソメパンチもオランダには存在しないフレーバーだ。

パプリカ味を含め5種類15パック

一方、筆者の好きなうすしお味は「味が感じられない」などの意見が目立った。普段濃い味つけの食事をしていることも要因の一つかもしれないが、特別感を感じないことが一番の要因だった。堅あげポテトもオランダのポテトチップが厚めのスライスであることが影響しているのか特別感を感じないようだ。さらに「スティックタイプはチップではないので好きではない」という意見もあった。

この結果でもわかるように和食ブームのオランダではSushiだけではなく、徐々にWasabiやDashi、Noriなど日本特有のフレーバーや薬味なども注目され始めている。ワサビ味のあられ（刺激が強すぎるが）もスーパーに陳列されるようになった。しかし、残念なことにこれらは中国人やオランダ人によって広められている。今後は広めてもらったことに感謝しつつ、誤解されたまま定着してしまう前に本物の日本の味が世界に広まることを願っている。