

世界に誇れる日本の文化「インスタントラーメン」

2021.9.27 校長 西谷 秀幸

今から63年前の1958年（昭和33年）、東京タワーができたのと同じ年に世界で初めてインスタントラーメンが発明されました。

その名前は「チキンラーメン」。発売された当時の袋はこんな感じで、中が見えるようになっていました。袋から出してどんぶりに入れ、お湯を注いだけで食べられるというインスタントラーメンに、当時の人たちは驚き、大人気となりました。



では、このインスタントラーメンは、どこの国の人が発明したと思いますか。

- ①中国人 ②日本人 ③イタリア人

正解は、日本人です。

その後、ヨーロッパやアメリカの人たちが、チキンラーメンを小さくちぎり、紙コップに入れてお湯を注いで食べているのを見て、カップにお湯を注ぐだけで、どんぶりがなくても食べられるカップラーメンが発明されました。

そのカップラーメンが「カップヌードル」です。今年は、カップヌードルが発明されてから、ちょうど50年になるのです。

では、世界で初めて作られたカップラーメンは、どこの国の人が発明したと思いますか。

- ①中国人 ②日本人 ③イタリア人

実は、これも日本人なのです。



袋に入ったインスタントラーメンも、カップに入ったカップラーメンも、どちらも、安藤 百福（あんどう ももふく）さんという人が発明しました。「ラーメンを簡単に作って食べることができたら、みんなが幸せになる」と考えて、何度も失敗を繰り返して作ったのです。

そのため、できた時は「魔法のラーメン」と言われ、それまで「中華そば」と言われていたものが「ラーメン」と言われるようになったのも、このチキンラーメンの影響と言われています。

インスタントラーメンやカップラーメンは、お湯をかけるだけで簡単にできて、美味しいので、世界中に広まりました。今では、世界中で1年間に1064億食も作られていて、これは、カップヌードルを縦につなげていくと、地球を399周してしまう量なのです。

世界中だけではありません。今から16年前には、宇宙食として、宇宙ステーションでも食べられるようになりました。

日本で最初に作られたインスタントラーメンとカップラーメンが、今は世界の多くの人に食べられ、愛されている…。ピクトグラムやQRコードと同じように、日本人が発明したインスタントラーメンが、こうやって世界中に広がっているというのは、とても嬉しいことです。

これで朝会の話が終わります。（裏面に「先生方へ」があります）

〈先生方へ〉

9月も最終週になりました。コロナの新規感染状況は9月当初に比べて減少傾向にありますが、同時に子供たちの気の緩みが出てきているように思います。正しいマスクの付け方、マスクの種類、換気の徹底など、引き続き、指導の徹底をよろしくお願いいたします。

さて、今回は、「世界に広がる日本文化」ということで、オリンピック・パラリンピック教育の一環として話をしました。

インスタントラーメンは日清食品が最初で、発明者は創業者の安藤百福さんです。安藤さんのすごいところは、インスタントラーメン特許の一社独占をやめたことです。日本ラーメン工業協会を設立し、メーカー各社に使用許諾を与えて製法特許権を公開・譲渡しました。このときに安藤さんは「日清食品が特許を独占して野中の一本杉として栄えるより、大きな森となって発展した方がいい」という有名な言葉を残しています。

今年で50周年を迎えるカップラーメンも日清食品が最初です。安藤さんは、インスタントラーメンを世界に広めるためのカギは、食習慣の壁を超えることと考えました。そして様々な工夫と発想を集めてカップラーメンを作ったのです。そのおかげで日本で生まれたインスタントラーメンが「世界食」に生まれ変わりました。

ちなみに、先週の「QRコード」も、デンソーウェーブは特許は保有しているものの、「より多くの人にQRコードを使ってもらいたい」として、規格化されたQRコードについて権利行使はしないとしています。また、先々週の「ピクトグラム」もデザイナーたちが「社会に還元すべき」と著作権を持たないようにし、世界中に広がっていきました。

子供たちには、日本文化に誇りを持ち、そして世界各国の文化を大切にできるように育ててもらいたいと思います。各学年で実態あわせて、補足をしてください。

【資料】インスタントラーメンの誕生

1958(昭和33)年、ジャイアンツに長嶋茂雄がデビューした年の8月25日、インスタントラーメンの最初の1ページとして日清食品が、「チキンラーメン」を発売した。これが、初めてインスタントラーメンの基本工程(製めん、蒸熟処理、味付け、油揚げ乾燥)を工業的に確立し、量産に成功したものと、大評判になった。「お湯をかけて2分間」とうたう味付即席めんは、「魔法のラーメン」と呼ばれ、すぐ簡単に食べられる画期的なこの商品が、爆発的な売れ行きを見せた。

「チキンラーメン」登場の背景には、日本人のめん類好きがある。第二次世界大戦前から、そば屋、うどん屋とならんで支那そば屋が繁盛しており、戦後は中華そばの屋台に行列ができ、敗戦による劣悪な食生活の中であって、中華そばは安くカロリーの高い栄養食として好まれていた。

「チキンラーメン」の生みの親は、日清食品の創業者である安藤百福。安藤はおいしいこと、保存できること、調理が簡単なこと、価格が適正なこと、安全なこと、この5つを目標に、開発を進め、味付即席中華めん「チキンラーメン」が誕生した。1食35円という販売価格は、当時中華そばを店で食べるのと変わらない値段だった。この革新的な商品は発売後すぐに、品不足で悩むほどの売れ行きを見せることになり、その後の生産者の努力によってインスタントラーメンは安定供給され、物価の優等生と言われるほど、誰もが認める安価な食品となっていく。

1970(昭和45)年、インスタントラーメンは生産量36億食、前年対比102.9%と伸び率が停滞し、市場飽和となって1世帯当たりの購入数量が初めてダウンした。こうした状況を打ち破るべく登場したのが、1971(昭和46)年9月に発売された日清食品の「カップヌードル」だった。内容量84g、発泡スチロール容器に入った味付けめん、小売り100円。1食ごとにフォークが添付され、シュリンク包装された全く新しい発想の加工食品だった。発泡スチロールに入っているというだけでなく、容器は包装材料であり、調理器であり、食器となるなど、3つの機能を果たしていることがインスタントラーメン市場に刺激を与え、のちに袋めんと2大ジャンルを形成することになる。

1958(昭和33)年に生まれた即席めんは、スープ別添やノンフライめん、焼そば、和風めんなどに分化するとともに、味もしょうゆから、みそ、塩などへ多様化し、1971(昭和46)年のカップめん登場によって、ほぼ現在の産業形態が確立する。そして、即席めんの技術は、アメリカ、アジア、ヨーロッパにまで移転がなされ、国民食から世界の食へと発展していった。日本で生まれた新しい食文化が、「国民食」となり、さらに全世界に受け入れられたのだ。このように、海外での即席めんは、アジアを中心に世界に広がっており、特に1990年代から途上国での所得水準上昇にともなって急増している。

1990(平成2)年には150億食そこそこ見られた消費量が、2001(平成13)年には500億食に達し、2012年(平成24)年には1,000億食を突破(1,014億食)、直近の2013(平成25)年では1,056億食となっている。各国で消費が急増している背景には、安藤百福氏が開発の目標に掲げた「安価」、「簡便」、「安全・衛生的」、「保存性」、「美味」、「保存」の5原則によって、人々が安心して購入できることに加え、各国あるいは地域の食材、味付け、フレーバーに馴染み、各国の伝統の味と融合することができる、世界中の多くの人の心をつかんでいる理由と考えられる。

2005(平成17)年7月、宇宙飛行士野口聡一氏が、スペースシャトル「ディスカバリー」に乗り込み、無重力状態の宇宙空間でめんを食べている様子がテレビのニュースで紹介されて話題になった。日清食品とJAXA(宇宙航空研究開発機構)が共同開発した宇宙食ラーメン「スペース・ラム」という商品で、軟質密閉容器に、一口サイズのめん3個とスープ、具材が封入されている。宇宙船内で安全範囲として供給される70℃の低温のお湯でも5分で戻り食べることができて、さらにスープが機内に飛び散らないようにとろみがついている。このような一口サイズであること、熱湯でなくてよいこと、とろみをつけていることなどは、今後の人口構成から主要なユーザーとしてポテンシャルの高い高齢者層にとって食べやすく、また熱湯でなくてよいというのはエコにも通じることから注目されている。こうした技術は即席めんの新たな可能性を予感させるものであり、その進展・応用によって、全く新しい食品としての地平を切り開き、新規の需要が期待できる。(参考 <https://www.instantramen.or.jp/history/origin/>)