

竹鶴政孝を支えたモチベーションとジャパニーズウイスキーの未来 (わが国のウイスキー市場)

鈴木勝二

目次
第一章 プロローグ
第二章 竹鶴政孝のモチベーション
第三章 鳥井信治郎と赤玉ポートワイン
第四章 サントリー白札とは
第五章 爆発する竹鶴政孝のモチベーション
最終章 みんなで守る我が国のウイスキー市場の未来

第一章 プロローグ

「竹鶴政孝を支えたモチベーションとジャパニーズウイスキーの未来」、何故このタイトルにこだわるのか。それは日本で初めてスコッチウイスキーの製法を学びに渡英し、ジャパニーズウイスキーの製造の土台を築き、ひいては日本のウイスキー文化の土台を築いた竹鶴政孝（敬称略）を通じて、「自分が何故闘うのか」「何のためにこの仕事をしているのか」を常に自問自答していきたいからだろうか。彼の足跡を考えることは、私の仕事と切り離すことはできない。

私は一個人として愛好家であり、職業はモルトバーのオーナーバーテンダーである。バーと一口に言っても様々な形体があり、一軒あたりの酒の消費量など全体から見れば微々たるものだろう。しかしながら、お客様とカウンターを挟んで対面し、一人一人に酒の情報を伝えていけるという点では、一種の伝道師である。つまり、一般消費者と最も近い最先端とも言える。ましてそれがモルトバーという専門酒屋となればなおさらだ。

しかしだ。バーほど来店動機が多様な業種というのものないのではなかろうか。つまり来店されるお客様すべてがお酒に興味があるわけではない。むしろ純粋にお酒を楽しむためにバーの扉を押す人など、全体の2割にも満たないだろう。私の経験上の素直な意見だ。これは文句でも非難でもないし、まして私の店がどうこうの話ではなく全体の話だ。

ハイボールブームが流行から定着に変わって久しいが、こう考えてみよう。ハイボールブームが来るほんの一年前、ほんの数カ月前、今現在ハイボールを常飲する人々の中で「僕（私）は、ウイスキーは飲めないんですよ…」と、どこかの飲み屋でつぶやいた人が一体何人いただろう。彼らは自称ウイスキーが飲めない人だったのである。お酒自体を飲む体を持ち、ウイスキーに限らず、特定のジャンルの酒を「飲めない」と言い切る人達の中で、「500種類飲んでみましたけど、やっぱり自分には合わなかったです」と言う人には当たったこと

がない。酒に対する温度差は人それぞれ違う。そして酒は宗教ではない。説得して無理やり飲ませるものではない。断言するが、我々にとって日々障害になっているのは誤解と無知と偏見である。これだけ情報と商品があふれかえっている現代においてもだ。

だからこそ先人の苦勞を思う。今、目の前に困難と呼ぶものがあつたとしても、先人の苦勞の比ではないと思えば力が湧いてくる。日本のウイスキーの父と呼ばれる竹鶴政孝と鳥井信治郎は、ウイスキー自体が一般大衆に知られていない時代にそれをやってのけた。偉大な先輩方の偉業を考えずに、この仕事はやっていられない。そして、目の前のお客様が自分が探してきた酒や選んできた酒で心から笑顔を見せてくれた時、私はやりがいというものをを感じる。それを毎日見続けることが、私のモチベーションとなっている。

ところで誤解・無知・偏見以外でも巨大な障害がある。それは若年層からの（それだけとは言えないが）市場全体のハードリカー離れである。その時々々の世情とも言えるだろう。その時々々の世情とは何か。少なくとも日本のウイスキー創世期、つまり鳥井と竹鶴の時代、子供だった私から見た大人達の時代（昭和40～50年代）、法的に私が大人になった時代（昭和60年代～平成）、おじさんと呼ばれるようになった私から見た若い世代の時代（現在）、そしてこれからの新しい時代の5つの時代に区分して考えることはできる。造り手、売り手それぞれから見たそれぞれの障害、困難があつたはずだし、これからもあるはずである。個人的に簡単にやりたいことをかいつまんで言えば、うまい酒を「うまいでしょ」と人に出して喜んでほしい。たったそれだけのことである。たったそれだけの事を伝えるために、毎日悪戦苦闘する。記憶に新しい3月11日の震災時、毎日店を開け続けるだけで必死だった。しかし、地震により休業・廃業に追い込まれた同業の方々を思えば、弱音は言っていられない。酒の事を考える余裕など正直なかつた。だが、空襲の心配をしながら原酒を仕込み続けた人がいる。売れない時代に必死に原酒を仕込み続けた人がいる。売れると分かっているにも、3級ウイスキー造りに手を出そうとしなかつた人がいる。相手にされなくても、一軒一軒飲み屋を回ってセールスをした人達がいる。自分がやっていることを、正しいと信じ切れる人間を私は尊敬する。尊敬できる人間に少しでも近づくことが、私の新たなモチベーションの一つだろうか。

そう、そうなのだ。モチベーションというものは変化もするし、進化もする。野球少年に例えるならば、レギュラーになりたい→甲子園に出たい→1勝したい→優勝したい、という具合だろうか。このモチベーションという観点から、今一度、竹鶴政孝・鳥井信治郎の偉業を検証し、日本のウイスキーの未来を考察したい。

第二章 竹鶴政孝のモチベーション

竹鶴のウイスキー人生を大きく分けると以下のようなになる。

- ・酒造家の息子として生まれる

- ・大阪高等工業の醸造科に入学
- ・洋酒に興味を持ち摂津酒造に押しかけ入社
- ・渡英留学（第一のチャンス）
- ・帰国後摂津でウィスキー造りができず退社
（第一の挫折）
- ・寿屋入社、ウィスキー製造（第二のチャンス）
- ・横浜鶴見のビール工場長に（第二の挫折）
- ・寿屋退社、大日本果汁設立（第三のチャンス）
- ・リンゴジュース大苦戦
- ・戦時下の安定期
- ・戦後の3級ウィスキー全盛期（第三の挫折）
- ・丸びんニッキーからの巻き返し
- ・西宮工場にカフェスチル設置（第四のチャンス）
- ・仙台工場の完成（第五のチャンス）
- ・1979年永眠

大きな分け方というのも諸意見あると思うが、これが私の解釈である。竹鶴が大阪高等工業醸造科に入学したのは、彼の両親が造り酒屋の跡取りとして彼に期待をかけていたからなのは明白だ。この辺は現代の青年と何ら変わる所はない。おそらくこの在学期間中に、化学の専門知識を身につけたことだろう。発酵、醸造、蒸留といったアルコール製造工程に興味を持ち、実地にやってみたいと思ったことだろう。この頃の資料といえ、彼の自伝から想像するしかないのだが、彼の後年のエネルギッシュな行動を鑑みれば、家の跡取りとして日本酒造りをするより、学んだ知識を活かして、当時諸外国から少しずつ入っていた洋酒造りに興味を持ったとしても不思議ではない。

「坪井博士のもとで醸造学を勉強することになったものの、どういうわけか、日本酒づくりは一向に好きになれない。文明開化の影響でもあるまいが、洋酒のほうに非常な興味とあこがれを抱いたのである」(*1)

この洋酒に興味を持ったという点で非常に興味深い、動かし難い事実がある。それは少青年期の竹鶴が裕福な家庭で育った、もっとはっきり言えばお坊っちゃんであったという事実である。彼の父は事業家であり、造り酒屋の他、製糸業もやっているし、長兄が早稲田の商科を出ているというだけでも十分な事実である。もうお分かりだろう。現在とは事情が違うのだ。彼の生まれは1894（明治27）年である。明治維新から30年もたっていない。未就学児などいくらでもいる時代だ。実は彼の伝記から細かくそれを見て取ることができる。

『釜屋はん、ひねり餅はまだかい』、政孝が寝巻の上に綿入れをひっかけ、裸足のまま土間に降りてゆくと、気難しげな蔵人たちも、思わず顔をほころばせた。(中略)『浜竹の坊っちゃん、今夜は本家にお泊まりになられんさるんか。もう遅いし叱られますけん、残しといたげますから、明日お召し上りんさい』(*2)

「朝早く女中を起こすのはかわいそうだと、母は前の晩に二食分の弁当を作ってくれた」(*3)

何故こんな箇所を一々抜粋する必要があるのか。つまり飲む、飲まないにせよ、嗜好品に興味を持つのは、ある程度の生活水準を持った上でのことなのは今も昔も変わらない。まして大阪という大都会に出た多感な時期の青年が、何らかの見聞からハイカラなものに興味を抱いたとしても何ら不思議はない。

彼の人生は日本のウイスキーの歴史の一部でもある。彼の人生にはたくさんの“れば・たら”がある。もし彼がその日の暮らしに困る人物だったら、嗜好品に憧れたりもしない。忘れてはならない。彼は造り酒屋の跡取りになれなくて洋酒の世界に入ったのではない。自ら跡取りにならない道を選んだのだ。

酒も会社も店も人間が作るものだ。こう考えていくと、彼が一生を通して貫いた、頑固で我がままで一本気な、少し融通のきかない所（そこがたまらない魅力でもあるのだが）が、幼少の頃の三つ子の魂的な気質である、と見るのは私だけではないだろう。

さて、そのせいか分からないが、彼のこのお坊っちゃん気質で、彼はいくつかの良くない事をしている。私が手放しで竹鶴政孝賛美をしていないことを示すためにも挙げておこう。

第一に摂津酒造を辞めたこと。…そう我々は歴史を知っている。彼が後年ニッカウイスキーを興す人物だと知っている。知っているからこそ物事を公正に見られないこともあるのではないか。摂津を辞して去る。竹鶴青年の背中を見送る摂津酒造の社員の中で、こう思った人物はいなかっただろうか。「業務とはいえ、阿部社長の厚意もあり、会社の金で英国まで留学し、なるほど彼なりに苦勞して勉強し、スコッチウイスキー製造法を習得してきたかもしれないが、ついでに青い目の嫁さんまで連れて帰って、会社も大変な時なのにウイスキー製造が出来ないと分かると、恩を忘れてサッサと辞めるのか。だいたいあいつは元々押しかけ入社したんじゃないのか…」と。

第二にこのエピソード…「私は摂津をやめたとはいえ、非常に恩義を感じていたので、いつかはご恩返しをしたいと思っていた。(中略)摂津では、依然としてイミテーション・ウイスキーをつくっていた。私は、『いろいろご恩になったから、私のつくった原酒をもって参りました。どうぞこれを摂津酒造のアルコールの中に入れてみて下さい。香りも違うし、絶対によくなります』と申し出た。ところが私の真意は理解されず、不幸にも問題にされなかった」(*4)

これもうっかりするとサラッと読み過ごしてしまう箇所だが、少し考えれば、竹鶴の純粋な好意に疑問符が残る。まがりなりにもアルコールを製造する会社に、その会社を退社してアルコールを製造する会社を興した男が、この酒をおたくの酒に入れれば香りも味も良くなりますよと言ってきて、どこの誰が「はいそうですか、ありがとう」と言うだろうか。竹鶴の自伝をよく読むと分かるが、彼は純粋でかつ無邪気だ。だからネルトン氏との出会いも残念な結果に終わってしまった。このエピソードからも彼の善意しか伝わってこないし、善意しか伝わらないからつい見過ごしてしまう。むしろ「竹鶴さん、気の毒に」と思ってしまう。様々な文章からも、他人の誤解を恐れていないこともよく分かる。しかしだ、だからこそというか、彼のキャラクターだからこそ、やり抜いたとも言えないだろうか。純粋で愚直であるがゆえに。

阿部社長に渡英を依頼された時点で彼には断るという選択肢もあった。しかし、その可能性は、彼の気質を考えれば考えづらい。むしろ帰国後摂津酒造に残るという選択肢もあったと考えた方が興味深い。何故だろう。それはモチベーションの変化ではないか。竹鶴青年に白羽の矢を立てたのは阿部社長だ。その時点で必ず竹鶴でなければならない理由はない。しかし阿部社長にしてみれば竹鶴でなくてはならない理由があったのだろう。後年、摂津酒造という会社はなくなったが、日本のウイスキーの未来を想えば、阿部社長の判断は間違っていないことは歴史が証明している。

そして阿部社長は竹原に竹鶴の両親の説得にまで来てくれている。竹鶴の阿部社長に対する感謝の気持ちに嘘はないだろう。この時点での竹鶴青年のモチベーションは、少なくともその大部分は阿部社長の恩に報いることである。恩に報いることイコール、本格ウイスキー製造の習得である。それが徐々に本格ウイスキー製造の習得がモチベーションの大部分にシフトしたのではないか。いや、たとえ阿部社長と寂しい別れをしたとしても、本格ウイスキー製造法を日本に持ち帰り、いつの日か自分の手で実現してみせるという気持ちが、強烈なモチベーションになったからこそ、最後までやり抜くことができたとも言えよう。

渡英の時点の竹鶴政孝の若さも手伝った。もし彼が、摂津の技師として長年勤めた初老の人物だとしたらどうか。人間は年を重ねると、長い物に巻かれることも知る。酒の醸造に限らず職人として、長年同じ仕事についていれば、プライドも強くなる。ましてアルコール自体は日本でも造っていたのだから、派遣されて本格ウイスキー製造法を見聞したとしても、「スコットランドではこうでした。つきましては我が社では無理です」と断じたことも、充分あり得ただろう。そうなれば、いずれ誰かがやったにせよ、ジャパニーズウイスキーの発展が数十年単位で遅れていたことは間違いない。

若い竹鶴青年だからこそできた。渡英した竹鶴は何を見たのか。伝記に書かれていないことこそ探りたい。「竹鶴政孝が言う本格ウイスキーとは何か」という点にも、こだわりたい。ただどうしても引っかかっているのは、やはり自分の経験と照らし合わせるからだろう。巷にはそうでない店も多いが、私は自分が飲めない酒は人には出さないし、飲んだことがない酒をおいしいとは言えない。一滴も飲まない酒好きなどあり得ないのだ。自分が感動できた

酒だからこそ自信をもって勧められる。それこそ本格ウイスキーだ。晩年に書かれた竹鶴の伝記では、毎晩ウイスキーを一本開けたとある。これはこの世界では常識のエピソードだろう。では渡英した若き日はどうだったか。

渡英直前の彼はこうだった。

「摂津にいたころも、もちろんバーなどに入りはしなかった。たまに宴会に出るくらいで、平素は阿部社長たちのお伴をして飲みに行くということもなかった。また当時の私は、品行方正で、遊ぶということとはなかった」(*5)

「ほんとうは結婚後、つまり 28 歳になってから酒をたしなむようになったのだ」(*6、実際には 26 歳のはず)

「阿部はふたたび口をつぐんだ。そして今度は丸い眼鏡の奥から柔和にほほえみながら、尋ねた。『家が酒屋いうたら、酒のほうはだいぶいける口やな』『それが、ふだんはやらんのです』。竹鶴は大阪高工の級友たちを思い浮かべ、答えた。(中略)みな懐は豊かだし、酒も遊びも派手である」(*7)

自分の頭で考える。これは小さな大発見だと私は自負する。何が大発見か。本から引用しただけだ。誰が読んでもそう書いてある。つまりこう考えることはできないか。彼の年齢だ。当時は若年の飲酒に対して現在ほど厳しくはない。造り酒屋の実家の宴席で「お前もちょっとくらい飲め」ということもあり得る。しかし、その場の酒は十中八九、日本酒だ。そして摂津酒造の門を学生的身分で叩く。彼の記述、そして彼に関する記述をそのまま信じるなら、渡英前に摂津に勤務したほんの数年間、もらった給料で一消費者として、一飲み屋の客としてイミテーションウイスキーやスコッチウイスキーを飲んだ可能性は極めて低い。つまりだ、彼は本格ウイスキー製造法を学びに渡英したのだが、本格ウイスキーをその時点で飲み手として知らない。生まれて初めて、試飲ではなく、主体的に飲酒として飲んだ酒(ウイスキー)がスコッチであった可能性が極めて高くはないか。私が若い頃でさえ、シーバズリーガルやジョニーウォーカーは高嶺の花だった。実家が裕福であろうがなかろうが、大正時代にスコッチを常飲できたのは、当時の竹鶴青年のような若造ではないはずだ。

それに、そもそも一生に一度あるかないかの留学の機会、ましてそれを勉強しに行ったのだから飲もうとしない方が不自然だ。今風に言えば、蒸留所見学に行つて、ドライバーでもないのに試飲しないで帰ってくるようなものである。飲んだのを声高に言おうとしなかった、書き残そうとしなかったのは、彼なりの配慮に違いない。

いずれにせよ、当時の一般の日本人が一生飲まない、ないしは偽物しか飲まない、ないしは偽物を飲んだ後に本物を飲むことになるところを、唯一彼だけが本物を飲んだ後に偽物を飲むことになる。それを彼自身が自覚していたとしたらどうか。これは比類なき強烈なモ

チベーションに変わるだろう。自分が彼の立場ならどうか。「俺がやらなきゃ、誰がやる」と思うかもしれない。そしてこのことは、歴史上極めて重要な意味を持つ。今日の一般愛飲家でも、特定のジャンルの酒の初体験は、その人のその後の飲み方に大きな影響を与える場合が多い。最初の一杯で印象が良くなったり悪くなったり、色々試してみようと思ったり、自分にはその酒のジャンルは合わないと思いついたり、ちょうど雛鳥が生まれて初めて見た動くものを親と思いついたりするように。

竹鶴ノートにもホワイトホース、ブラック&ホワイト、ジョニーウォーカーが記述されている。少なくともこの3種以上は飲んでいるはずだし、同じく竹鶴ノートで、バーで4分の1ギルが35銭という記述もある。多くの酒に初めて触れる若者がそうであるように、この留学の期間中、彼の中に普通のウィスキー観ができ上がった。これが本格ウィスキーなんだと。

では、この留学が仮にあと10年ずれていたらどうか。彼の飲酒の順番が逆転する。散々イミテーションウィスキーをたしなんだ後にスコッチを飲むことになる。伝記の主人公はいつも苦労人だ。そしてヒーローである。だから書けないこともある。書かないこともある。竹鶴青年は帰国後、自社商品を飲んだことだろう。いや、飲まなくとも製造者として「何故そうなるのか」と、分かってしまう。落胆したことだろう。自分がスコッチを飲んだ感動を伝えなかっただろう。共感してほしいだろう。しかし彼一人しか知らない。言えない、言えるわけがない。反感を買うだけだ。自伝にも書けない。特定の社名を出して、あそこの商品が…とは言えない。スコットランドで飲んだ、これこれがすばらしいと言うことも極力避けている。だから言えない代わりに本格ウィスキー、本格ウィスキーと言い続けた。そう考えていくと、撰津を去る決断をした彼の心情が、辞め方がどうだったにせよ共感できる部分もある。

酒を勉強しに行った。本物もちろん飲んで帰ってきた。好景気が終わっていたとはいえ、会社に戻って仕事はある。しかし、元通りの偽物を造り続ける日々。自分だったらどうするだろう。妥協して「いいじゃないか、仕事があるだけマシじゃないか」と思えるかもしれない、会社に貢献して真摯に働き、世の中の景気が良くなるのを待つという選択肢もあった。しかし、竹鶴にはそれが我慢ならなかった。先程私は冷静な第三者目線で彼の行動を評価したつもりだ。しかしながらここに彼の愛すべき気質が見てとれる。サラリーマン根性であれば妥協もできる。ただ自分の仕事にプライドがある職人氣質であればこそ耐えられない。…自分ならどうする。本物を造れず、偽物を造るのなら、いっそ偽物を造ることも止めてしまいたい…。アルコール製造の現場からとりあえず距離をおきたい。撰津酒造退社後の彼の行動には計画性が見られない。本人もこれを認めている。化学の教師を一時しているが、これは成り行きである。彼はこのまま終わってしまうのか。そして、あの人物が彼のもとを訪れることになる。さて次章は、鳥井信治郎翁に登場していただく。

第三章 鳥井信治郎と赤玉ポートワイン

鳥井信治郎は商人である。それも天才的商人だ。もう竹鶴政孝は職人で鳥井信治郎は商人だと声高にあげつらう必要はない。鳥井本人がそれを認めているし、むしろ商人であることを誇りにさえしている。

そして、私はこれから竹鶴と同じように鳥井について、くどくどと生い立ちがこうだ、どこでそう思うに至ったとか書くのだろうか。書く必要はない。何故なら彼が自分を商人だと主張する以上、切り口は別の所にある。ただ敢えて触れるなら、鳥井も裕福な家庭の生まれであり、幼少から彼の両親に商売のイロハを叩き込まれたはずだし、14歳からの小西儀助商店への丁稚奉公も、現在のTVドラマに登場するようなイメージではなく、商家の子息のいわば店舗間留学である。この小西儀助商店時代の経験、知識、商売に対する姿勢が彼の一生の骨子となったとしたらやはり、まさに三つ子の魂である。

職人としてただ「本格ウイスキーをつくりたい」と邁進した竹鶴のモチベーションと比較するなら、鳥井のモチベーションは複雑で混沌としている。それを敢えてひとくくりに言うなら、明治・大正・昭和に名を残した事業家がそうであったように、あくなき事業欲である。そして日本初の本格ウイスキー製造を手がけたことが、結果的に寿屋（サントリー）の広範な事業の骨子となった。

さて、日本のウイスキーを語る上で、赤玉ポートワインは避けて通れない。私はこの時点で鳥井は天才であると確信する。極力引用は控えようと思っていたがこれは外せない。

「彼はセレーヌ商会からスペインの優良ブドウ酒を買い入れ、ビン詰めに売り出してみたが、期待に反して、すこしも売れなかった。日本人の味覚がこの酒のデリケートな風味になじもうとせず、食卓の習慣もこれを受け入れようとしなかったからである。大量の返品を前にして、鳥井信治郎は、日本ではやはり、ブドウ酒は甘くなくてはだめなのだと考え直した」(*8)

興味深い点がある。彼は洋酒に囲まれる仕事環境だった。そして商人である事を自負する彼が最初、普通にワインを販売しようとしたのは「これは売れる」、もしくは「売れるかもしれない」という考えがあったからに他ならない。それは明治の人間として、ワインをうまいと感じる感性があったからに他ならない。

少し脱線を許していただきたい。私が小学生の時（だったと思うが）、タイトルは覚えていないが、当時放映中の大河ドラマでこんなシーンがあった。舞台は幕末・明治維新、登場人物の若い女性がバターを振舞われている。感想を聞かれた彼女は、人前であったのでニコッと笑って「とてもおいしゅうございます」と答えて裏へ下がる。次のシーンで彼女が物陰でもどしている。先程部屋にいた男の一人が後ろから近づき、「やっぱり合わなかったか。無理しなくて良かったのに」と声をかける。記憶が曖昧だが、だいたいこんなシーンだった。なるほど、当時はそういう感覚だったのかと感じたものだ。すでに他界している大正生まれ

の私の祖母も、好き嫌いとはなかったがバターやチーズなどの乳製品だけは苦手だった。この例ではバターだが、今日の我々が日常的に飲み食いしている元々の舶来品には、必ずそれを定着させた先駆者がいる。そもそも事業を興すこと自体にリスクが伴うのだ。当たり前でなかったことを当たり前にするのは並大抵ではない。商品としての飲食物は定着させてしまえば強いが、日本人の国民性は味覚において保守的である。そして酒などの嗜好品にはブランドにおいて保守的である。

さて、では何故鳥井は天才か。チャレンジすることに対して天才である。ワインが売れなかった時どうするのか。それを売ること自体をやめてしまうという選択肢もあった。しかし彼は違う。赤玉ポートワインに限らず、どんな商品に対してもまずやってみる。ダメだったら何故ダメだったかを検証する。しがみつくと意味がないと判断した時はスパッと切る。資金を投入すべきところにはガンガン投入し、無駄なことには一銭も使わない。そして新たな挑戦の繰り返しである。そして彼の得意とする調合がくる。

調合・添加・ブレンド、これをどう見るべきか。もしこの3つの言葉を2つ以上の物を混ぜることと乱暴に定義するなら、そしてもし混ぜることが悪いことと定義するなら、100パーセント果汁ジュース（果汁以外何も入っていない商品など存在しない）を含んだすべての清涼飲料水は飲めないことになる。かと言って3つの言葉をすべて、混ぜることが定義であるとして、混ぜることが善であると、これまた乱暴に定義するなら、醸造用アルコールを水でのぼし、カラメルと香料を添加した自称ウイスキーと、今日我々が知るところのブレンドドウイスキー、ヴァテッドモルトウイスキー（ブレンドドモルトウイスキー）は、商品上同じくくりになってしまう。

ではどこかで折り合いをつけなければならない。今でこそワイン好きを自認する人の中で、ワインと聞いて赤玉ポートワインを思い浮かべる人はいない。有難がる人もいない。しかし歴史を少しでも知る者は、この調合された赤玉ポートワインを笑うことはできない。結果論として赤玉ポートワインは寿屋の懐を暖めただけでなく、一般大衆が洋酒に手を出すきっかけを作った、きっかけの一助になったと言えないだろうか。この赤玉ポートワイン、実は今でも十分すごい商品である。サントリー商品としては記録的ロングセラーだし、日本全国で目にすることができる。特に年配の方に多いのだがワイン＝甘いと思込みのある方々は、この赤玉ポートワインに起因していると言っても過言ではない。私の身内が実際にそうだ。というのは昔酒屋だった店がコンビニに変わると、少ないスペースの酒コーナーに少量でも赤玉があつたりする。これは特に地方に行けば行くほど見られる現象だが、古くから営業している個人経営の酒屋でも見られる光景だ。ただ年々少なくなっている気はするが。実は私も生まれて初めて自分で働いた金で買ったワインがこの赤玉だった。恥ずかしい話だが、当時の私は赤玉を普通のワインだと思っていた。言いたいのは、それほど赤玉ポートワインが我が国で根を張ったという事実である。

ところでこの赤玉ポートワイン、諸機関からの抗議で、名を赤玉スイートワインに改称したというのは、有名な話だ。この件をもって、それこそ鬼の首を取ったようにサントリーを

批判する本を読んだことがある。ただこの商品のネーミングは鳥井自身だったようだ。発売された時期を考えよう。当時ライバル商品として蜂印香竄葡萄酒などがあったようだが、対抗意識としてネーミングの分かり易さも考えたろうし、またポートワインという言葉も批判者が言うように、盗んだという意識はなかったはずだ。ポートワインという名にハイカラな舶来風を求めたのではないだろうか。そして当然本来のポートワインも知っていたと思われる。

実は、そこが言いたかったのだ。ポートワインとはご存知の通りポルトガルの酒精強化ワインである。添加するという定義に、独自の解釈をして飲みやすくする努力をしたとしたら…。赤玉ポートワインに限らず、開国以降の国産洋酒（妙な言い方だが）は工夫とまねから入るしかなかった。すべてが試行錯誤の連続だった。不平等条約で輸入酒が入ってくる。輸入された洋酒に国内で手を加え、国内で各社が販路を広げる。やがて我が国が関税自主権を取り戻す。輸入洋酒に手を加えるより、根本のアルコールを自分達で製造する方が割に合うようになる。この流れの過程で生まれたイミテーションワインやイミテーションウィスキーを、どうしてそこまで批判することができようか。そう、その過程で鳥井は一つの夢、いや野望を抱く。これからは自分達で原酒をつくった方がいいと。今、一部の特別な人間たちが有難がって飲んでいるウィスキー（彼の考えではスコッチ）を自分が造ったらどうなるのか…。

摂津酒造が、わざわざ社員の一人を英国に派遣してまで一度は成そうとした本格ウィスキー製造を躊躇したのは、第一次大戦好景気の終了が大きな要因の一つである。赤玉ポートワインの売上で資金はあったにしても、まだまだ時勢は予断を許さない。先の見えない不透明な時代である。鳥井が本格ウィスキー製造に踏み切った動機については、サントリーのPR本、彼自身の伝記で諸説言われている。私はここで、それを一つ一つ引用する必要はないと思う。いや、誤解しないでもらいたい。否定したいのではない。そこが複雑で混沌なのだ。ただ敢えて、彼自身への最後の一押しとなったものを私流に言わせていただければ、彼流の商売人としての天才的な勝負勘だろうか。「いける、やったる」である。

鳥井は山崎蒸溜所建設に当時の金額で150万から200万という大金をかけたそうである。もちろんこの金額を全額回収する目算があつてのことだ。では、次章ではいよいよ竹鶴政孝と鳥井信治郎の邂逅と行きたい。

〈引用文献〉

川又一英『ヒゲのウキスキー誕生す』新潮社 1982年

竹鶴政孝『ヒゲと勲章』ダイヤモンド社 1966年

杉森久英『美酒一代』毎日新聞社 1966年

〈注〉

*1 「ヒゲと勲章」 P71～P72

- *2 「ヒゲのウイスキー誕生す」 P36
- *3 「ヒゲと勲章」 P67
- *4 「ヒゲと勲章」 P115
- *5 「ヒゲと勲章」 P78
- *6 「ヒゲと勲章」 P78
- *7 「ヒゲのウイスキー誕生す」 P21
- *8 「美酒一代」 P18

第四章 サントリー白札とは

「そんなふうにして、昭和四年に、サントリー白札が発売された。ちっとも売れなかった。製品自体に問題もあり値も高かったが、ウイスキーは、まだまだ一般のものではなかった。かぎられた愛飲家は国産にそっぽをむいた」(*9)

竹鶴と鳥井の邂逅を描くと言いつつ、いきなりの引用である。まあ待つてほしい。上の引用文はサントリー社史「やってみなはれ みとくんなはれ」の中の山口瞳氏の文章である。日本初の本格ウイスキーとなる「サントリーウイスキー白札」が売れなかったのは、この世界では常識中の常識である。ニッカ史・サントリー史の中にも平等に書いてあるし、たいていのウイスキー本にも書いてある。今後、どういう形でウイスキー本が出ようと、多少の表現の差こそあれ、大きく文章内容が変わることはあり得ないのは同意を頂けるだろう。しかしである、同じ「やってみなはれ みとくんなはれ」の中で別の作家、開高健氏は以下のような文章を残している。

「そこへ信治郎が完成したばかりのサントリーウイスキー白札を持ちこみ、各位の意見を聞いているところであった。それを発売するについて、定価をいくらにしたらいいのか、税務監督局の意見を彼は聞きたいのだった。(中略) 勇人は信治郎に、ジョニー・ウォーカーが一本四円五十銭なのだからサントリー白札は三円五十銭で売ってはどうかと、意見を述べたりした。信治郎は血気にはやり、また血涙したたる自信に充満していたので、ジョニー・ウォーカーより下位に見られたのが口悔しくてならず、容易に納得しようとしなかった」(*10)

同じ本の中の二人の人物の文章を見比べて、私はある種の違和感を覚えた。これはどういうことだろう…。二つの矛盾と一つの疑問が浮かぶ。第一の矛盾は、「当時我が国内でウイスキー市場は狭かったことは分かっていたはず。とすれば売れないことは、最初からある程度分かっていたのでは？」ということだ。第二の矛盾は、「問題点があったのなら、ジョニーウォーカーより下位に見られたことがなぜ悔しいのか？」である。そして一つの疑問は、「サントリーウイスキー白札」とはそもそも何物なのか、である。

まず、第一と第二の矛盾点から考えていきたい。鳥井は山崎蒸溜所建設時、盛大な竣工式をあげている。ライバル他社、マスコミも注目したはずである。ウイスキー製造のリスクとして、永年貯蔵して売れなかったらどうするという当然の声もある。しかしその間、PRや宣伝はできる。それが足りなかったのか。足りていたとしたら何がいけなかったのか。製品としての味が良くなかったのか。よく、焦げくさくて評判が悪かったという文面を目にする。

今現在、当時の白札を味わうことはできない。ただ私は前々から、この「焦げくさい」という記述に対して思っていた。「当時のウイスキー慣れしていない一般大衆からすれば、そう感じるのは当たり前ではないか。自分自身、ウイスキー初心者のお客様への一杯目はとても注意している。意外と今の感覚で飲めばおいしいんじゃないか」と。

そしてもう一つ、ウイスキーを嗜むのがごく一部の人々と分かっていたのなら、そこにターゲットをしばって高級感をあおって、大々的にアピールすべきだった。それ以外の人にも買ってほしいなら、それまで出回っていた国産イミテーションウイスキーとの違いもアピールすべきだった。と言っても「今まで皆さんに売っていたのは偽物で、今度のは本物ですよ」とは言えないが…と、ここまで生意気な文章を書き連ねているうちに気づいたことがある。

この時の苦い経験が、後のサントリーの二本箸作戦や現在のハイボール戦略に大きく生きていないか。つまり、ただ商品を作って宣伝・販売をするのではなく、どう飲むかまでPRして定着させるのである。いずれにせよ、この日本初の本格ウイスキー「サントリーウイスキー白札」が不評だったのは、未来のための歴史の必然である。なぜか。一言で言い切ることができる。売る方も買う方もどうしたら良いか分からなかったからである。ただ、売れなかったのは結果だが、当時の鳥井にしてみれば、巨額の投資をした以上必死である。当時の専門家の意見を、原酒を持って聞いてまわったことが散見される。

「また、ある日、鳥井信治郎はそのウイスキーを、大阪の三越へ持ちこませた。当時三越は、日本の最高レベルと言われるだけの権威と感覚があり、盛んにスコッチウイスキーを売っていた。「これじゃ、いただけまへんなあ。まだ若おます。もう少し眠らしといたら、何とかなるんと違いまっしゃるか」、三越の食品部長は、一口飲むなり正直に言った。信治郎は、スコッチウイスキーを飲み慣れたこの人の舌を信じた。信治郎自身が、そう思っていたのである」(*11)

鳥井はなぜこんな行動に出たのか。不安だったからである。竹鶴工場長に作らせたこの原酒で本当に良いのか分からなかったからだ。そう、ここで持ち込んだのは、調合前の若い山崎原酒である。当時、熟成間もないスピリッツ同士、比較対照できるものはない。判断材料があまりにも乏しい。竹鶴工場長を信じて一任したものの、彼には、手に持つ自社原酒が市販されているスコッチウイスキーのようになっていってくれるのか自信が持てなかったとしても無理もない。だが、次に引用するものは違う。

「彼が持ちこんだウイスキーは、すぐにグラスに注がれ、早速試飲される。グラスは全部無印

で、いつもその中に一つだけ、ジョニーウォーカーを入れたものが混ざっていた。『やっぱりあかんか』いつでも一位は、そのたった一つのジョニーウォーカーになった。そのたびに信治郎は、傍目にも気の毒なほどくさっていた。

ところがそのうちに、時には間違ふことがあるようになった。そんなとき信治郎は、鬼の首をとったように喜んだ。彼の目標は、初めからはっきりとしていた。ジョニーウォーカーに負けないウイスキーをつくること。そして、それを追いこすことであった」(*12)

お分かりのように、ここで持ち込まれたのは鳥井の(寿屋の) 調合したウイスキーである。さて、ここで第二の矛盾点、「問題点があったのなら、ジョニーウォーカーより下位に見られたことがなぜ悔しいのか？」という問いに答えることができる。

今日、我々はブレンドセミナー等で卓上のウイスキーをブレンドする機会を頂くこともある。その際、ブレンドしたウイスキーを仮に市販のブレンドウイスキーと比較されて、おいしいと評価されて喜ぶことはあったとしても、劣っていると評価されて悔しがったり、まして怒り出したりする人はまずいない。なぜだろう。恐れ多いと思うからだ。そんなに簡単なことではないと知っているからだ。つまり頭や舌の上での判断材料が、鳥井の時代と比べ、圧倒的に多いからである。

鳥井が原酒に不安を抱えながらも、調合したウイスキーの評価が低いのを悔しがる理由はたった一つしかない。情報量が少なく、かつ調合に自信があったからである。そして調合に自信があったのには彼なりの根拠がある。「赤玉」に代表されるように、それまでの寿屋の調合商品が売っていたという確かな実績である。その時点で寿屋は、昨日今日のポツと出の会社ではない(ただ彼は実践派であって、厳密には調合の権威者ではないはずなのだが…)

この導き出した結論が、さきほどの「一つの疑問」の答えにもなる。「サントリーウイスキー白札」とはそもそも何物なのか。この問いの論点はこうだ。

「鳥井にとって白札とは何だったのか」

「竹鶴にとって白札とは何だったのか」

鳥井にとっての白札とは「本場スコットランド譲りの製法を忠実に再現した原酒を使用し、自ら(寿屋)が調合した我が国初の本格ウイスキー」である。

では、竹鶴にとっての白札とはどうなのか。その答えを言う前に語らなければならないことがある。「サントリーウイスキー白札」の存在は、我が国のウイスキー史に、これまでも、これからも燦然と輝き続ける。それは何度も繰り返されるように、我が国が作った初のスコッチタイプの本格ウイスキーと称されるからだが、ここでまたしてもあの問いが出てくる。「本格ウイスキーとは何か」、「本格ウイスキーの定義とは何か」である。そもそも白札は今日まで「サントリーホワイトの前身である」という以外、何らの説明も与えられてこなかった。

鳥井は竹鶴を「本格ウイスキーをつくるために君の力が必要や」と口説いたはずである。そして文字通り、破格の高額でその腕を買ってくれた。この拙い論文を読んで下さる方々なら誰でも知っている一枚の写真がある。完成したばかりの山崎蒸溜所の門の前で胸を張り、ポケットに手

を入れ、少し左の方を向いている若き日の竹鶴の写真だ。私には彼の表情が、大いなる自信と満足感に満ちているように見える。モチベーションという視点に立てばうれしくないはずがないのである。「やっと自分の手で本格ウイスキーが造れる」と。

そう、私は竹鶴のモチベーションを「本格ウイスキーをつくること」と定義づけてきた。ならば白札の時点で夢は叶ったではないか。彼に名誉欲というものがあつたかどうかは知らないが、その後苦勞して独立などしなくても、「渡英して初めてスコッチウイスキー造りを学んできた男」「山崎蒸溜所初代工場長で、初めて原酒を仕込んだ男」という地位はゆらぐことはない。だが、鳥井（サントリー）にとっての白札は、当時売れなかったとしても、自社が初めて国内で成し得た「スコッチタイプの本格ウイスキー」という認識があつたようだ。だから「サントリーホワイト」という形で残ったとするのはおかしいだろうか。

有名な「醒めよ人！…」で始まる発売当時の広告は決して誇張ではなく、鳥井の調合への自信の現れである。ただ見落としがちだが、広告の左隅に小さな字のコピーで「技師」という言葉でちゃんと竹鶴が登場している。ただ細かいようだが、「七年貯蔵」「生一本」というのは申し訳ないが誇張である。山崎で原酒づくりが始まったのは1924年だし、商品化は1929年春である。「生一本」を言うなら白札は山崎シングルモルトでなくてはならない。

一方、竹鶴の夢はまだ叶っていなかった。彼のいう本格ウイスキーとは、彼の勉強してきたスコッチウイスキーだ。ゆえにモチベーションを言い換えるなら、「スコッチウイスキーをコピーすること」だった。彼が自伝の中で白札を本格ウイスキーと言っているのは、あくまで「日本初の原酒の入ったウイスキー」というニュアンスにすぎない。鳥井の白札に対する認識に比して、竹鶴にとっての白札とは「俺は確かに一から山崎原酒を造りはしたが、あれは俺のウイスキーじゃない」ではないか。実はその気持ちを裏づけることが、竹鶴自身の言葉ににじみ出ている。白札に対するコメントとニッカウキスキーに対するコメントの違いを比較してみよう。

「さて、山崎工場の最初の実は、昭和四年に発売した『白札サントリーウイスキー』である。これは日本ではじめての本格ウイスキーなのだ」（*13）

「だからこのときは、まだ理想的ブレンドをしたウイスキーとまではいかなかったが、とにかく昭和四年四月一日、初めての本格ウイスキー『白札サントリー』は世に出たのである」（*14）

「昭和十五年、はじめてニッカウキスキーを世に出したときとはほんとうにうれしかった。しかし、あれはまだ満足しうる品質ではなかった」（*15）

「北海道でつくった初めてのウイスキーも原酒が若いため、ブレンドには苦心があつた。しかし独立後、初めて世に問う作品として、会心とはいえないが、私にはやはり感激であつた」（*16）

白札に対しては淡々と説明するのに、ニッカウキスキーに対しては、「うれしい・感激」という言葉を使っている。独立して初めて発売したウイスキーに思い入れがあるに決まっているという指摘があるかもしれない。だが、はたしてそれだけだろうか。

サントリー史の中で、竹鶴の活躍が黙殺されるのは、ある程度仕方がない。ただ、もう一度彼の軌跡を考えてみよう。彼の気持ちになって考えてみよう。彼にとって白札が自分の作品であったなら、自伝の中に「うれしい」の一言がないのはむしろ不自然ではないか。そして細かいようだが、「とにかく…世に出た」という表現に注目したい。自分の作品という自覚があったなら、「世に出した」という表現になっていないのがあまりにも不自然だ。そして自分に置き換えてみる。自分の作品であれば、竹鶴の言うように、熟成年数やブレンドに不十分な点があっても、むしろうれしくて感激なのは白札発売の方だ。自分の作品第一号であれば…。では、なぜ竹鶴にとって白札は第一号作品ではないのか。彼にとっての両製品の相違はブレンドの最終決定権の有無にあったと推察される。

竹鶴が初めて飲酒したウイスキーがスコッチであったとするのが私の第一の仮説とするなら、「サントリーウイスキー白札」が、そして1929年という年が、竹鶴が大日本果汁を興す強烈なモチベーションとなったとするのが私の第二の仮説である。と言って、もちろん「自分の思い通りの酒が作れないからへそを曲げて飛び出しました」と断じてしまったら、あまりにも子供じみている。問題は雇われている一工場長としてどこまで妥協できるか、このまま勤めて、いつか自分の理想のウイスキーが作れるようになるのかという点である。事実、契約期間は10年であった。しかしこの1929年に寿屋内である人事異動があった。

第五章 爆発する竹鶴政孝のモチベーション

1929年に寿屋内で起こったこと、それは竹鶴政孝の横浜ビール工場長の兼任である。実はこの人事を、竹鶴の事実上の降格であるとの説を唱えた人がいる。「リタとウイスキー」の著者であるオリーブ・チェックランド氏だ。私はこの説をありだと思う。氏の言葉を借りなくとも、大阪と横浜の距離を考えただけでも、兼任とは名目上で、実質上山崎工場長の職を奪われたに等しい。氏は竹鶴への年俸の四千円を減額する意図があったのでは、との説も唱えているが、それは私のテーマの中では脱線になる。ただここもあえてふれておこなら、竹鶴は大日本果汁設立の折、自身も二万円の出資をしている。これを鑑みれば、鳥井は少なくとも賃金の面では契約を守ったと取るのが自然だろう。しかし、私の論点はあくまでもモチベーションである。竹鶴は自身の口でもビール工場の無断売却が寿屋を辞す引き金になったと語っている。しかし彼は一言も悪口は言っていない。寿屋のことも、上司であった鳥井のことも。自分自身の血の気の多さも認めている。しかし、引き金は引き金であって、彼自身寿屋に籍を置いていても、自分の納得のいく本格ウイスキーを作れる可能性があると認識していれば、独立の決断をすることはあり得ない。

それにしても、なぜ鳥井はこんな人事をしたのか。他に人材はいなかったのか。なぜ白札発売と同時期でなくてはならなかったのか。「原酒の生産ラインができた以上、後は自分の調合でどうとでもなる」という経営判断だったのだろうか。この説は部分的に「あり」だ。部分的とは、それだけとは言いきれないからだが、忘れてはならないことがある。スコッチウイスキーとジャパニーズウイスキーは根本的に生まれと育ちが違う。スコッチウイスキーは地酒→密造酒→産

業だが、ジャパニーズウイスキーは最初から産業だ。製造者・経営者から見た「本格ウイスキー」とは、最初から消費者が手に取る商品そのものでなくてはならない。とすれば二人の「本格ウイスキー」の概念は、原酒造りももちろん大事だが、頭にイメージするのは「一つの樽ではなく商品としての最終形である一本のボトル」だという点においては共通していないだろうか。ただ悲しいことに、やはり二人の「本格ウイスキー」の概念自体は共通していなかった。これは、調合とブレンドの概念の違いと言ってもいい。

先にも述べた通り、伝記の主役はいつもヒーローである。しかし視点を変えれば、そして立場が変われば、どんな人物も批判しようと思えば可能だ。竹鶴政孝という人物をただのわがまま親父と評することもできなくはない（そんなことはさせないが）。竹鶴が「調合じゃなくブレンドなんだ」と叫んだかどうか、私には分からない。ただ、二人の「本格ウイスキー」の概念の違いは無理からぬところである。鳥井は知らないからこそ、高額の年俸で竹鶴を雇用した。現在、少しでもモルトウイスキーをお客様に提供しようとする仕事についている人は、各蒸留所の釜のサイズや形が違うことくらいはなんとなくでも知っている。極端なことを言えば、山崎蒸留所が完成した時点で、スコットランドでは全部こうなんだという認識を鳥井が持っていたとしても不思議はないのだ。モルト原酒をつくる設備はできたし、水質調査もしたし、樽には問題ないし、製造上の問題点は工場長を再渡英させて解決したし、事実として自身の後継者たる吉太郎氏も1931年に竹鶴に伴わせて欧米視察に送り出している。

昨年論文で、私は鳥井が山崎以外のモルト原酒を飲んでいない可能性を示唆していい気になっていたが、今にして思えば赤面の限りだ。鬼の首を取ったように言うことではなかった。竹鶴とて、今の我々とは違う概念を持っている。列挙してみよう。

- ・モルトウイスキー原酒は味や香りは良いが、一般飲用には適さない
- ・20年以上の長期熟成はナンセンス
- ・ボトルの年数表示は意味がない

上記の概念は彼が72歳の時点で書いているので、終生この概念だったと捉えていいだろう。第二章でも述べた通り、彼は留学中ブレンドドウイスキーを間違いなく飲んでいる。モルト原酒も飲んでいる。ボトリングされたモルトウイスキーも飲んでいる。鳥井も同じだ。それは2〜3銘柄か、7〜8銘柄か。

ただ、それをもってモルトウイスキーを分かったと断じるなら、ある程度バーに行く習慣やモルトウイスキーを飲む習慣がある人はすべてモルトの大先生になってしまう。あってもなくても当時の普通のスコッチがブレンドドである以上、それに準ずるのが普通だろう。

長期熟成に関しては、彼の言い分に理解できるところもある。まず、製造者である彼にとって、熟成中の欠損分は日常の常識だし、伝記が書かれた昭和40年頃、個人的嗜好ですばらしいと思える原酒があったとしても、まだ商品化して世に問えるか分からない時代である。もう一つ、では留学中はどうかという話だが、彼は長期熟成原酒を試す機会は無かったと私には思えるのだ。

なぜか。まず彼の修業先の一つ、ロングモーン蒸留所だが、そもそも実習期間があまりにも短い。加えて、奇しくも蒸留所の創業年が竹鶴の生誕年と同じである。ということは当時のロングモーンの最高熟成年は「？」である。あったとしても 30 年未満だ。そんな物を飲ませるだろうか。

では 1796 年創業のヘーゼルバーンはどうなんだというツッコミには、こう答えよう。現在、ウイスキーコニサー教本にかぶりつく我々が知るスコッチモルト蒸留所の創業年は、酒税法改正後の 1823 年以降・19 世紀末・大戦後の 3 つに大きく区分される。ただ、酒税法改正前後の創業とはいえ、現在閉鎖されてしまった蒸留所も含めて 19 世紀末に数多くの蒸留所がビッグカンパニーに買収されたり、改修・拡張工事等が行われている。ヘーゼルバーンとて例外ではない。これはもちろん、ブレンドドウイスキー誕生による生産向上によるものだ。つまり、地酒として作っていた蒸留所が産業として作り始めたということだ。本格的に稼働したのが 19 世紀末だったという見方もできなくはない。

そして DCL による英政府への働きかけで熟成 3 年が義務づけられたのが、竹鶴渡英のほんの数年前だ。仮にスコッチ業界で 20~40 年の長期熟成が当たり前の概念としてあったとしたら、わざわざ最低年数を法で決めたりはしない。竹鶴は、ウイスキーにとって好ましいとされる理想の熟成年数も、この時点で学び取ってきていたのである。

ここでせっかく熟成年数の話をしたので、また若干の脱線をさせていただきたい。竹鶴のニッカ第一号ウイスキーの熟成年数は、わずかに 4 年程度である。ここだけを比較するなら、むしろ白札より短いかもしれない。私は想像する。このとき彼は、自分が経営者の立場になって初めて鳥井社長、いや鳥井大将の気持ちも少し理解できたのではないだろうか。考えすぎだろうか。ボトルの年数表示に関しては、当時のウイスキー商品は、複数の異なる熟成年の原酒同士、およびその他をブレンドしていくという概念から、例えば 5 年物を含有しているのに 12 年と表記するとしたら、消費者を欺くことになりかねないという彼の生産者としての義侠心から出た言葉である。やはり、混和しない原酒を発売するという発想および市場に至るには、今少し時を待たねばならなかった。

ここまで読み進んで下さった方々なら、私が鳥井・竹鶴を貶めるつもりなど毛頭ないのはご理解いただけるだろう。また私が参考資料としている竹鶴の自伝自体、一般消費者に読んでもらうことを想定している以上、専門的表現をあえて避けているであろう点も充分考慮すべきである。しかしながら、それを差し引いても、当時のニッカの総帥の言葉から、当時のウイスキー業界全体からみたウイスキー自体の概念というものを推察できるのではないだろうか。この概念も、未来において変化する可能性があるのである。

脱線ついでにもう一つ。竹鶴と鳥井は、ともに 85 歳・83 歳と長寿であった。鳥井の長男吉太郎氏は、工場長である竹鶴によくなついていたそうである。歴史は「れば・たら・もし」の連続だが、もし鳥井が長寿でなく、吉太郎氏が享年 33 歳と短命でなかったとしたら、今の両社の関係は今とはまた違うものになっていたかもしれないと思うのは私だけだろうか。ニッカが生まれていなかったかもしれないとさえ思えるのだが。そう思えるのは、やはりモチベーションである。もう一度最初から整理してみよう。

竹鶴の信じる本格ウイスキーとは→スコッチウイスキー。スコッチウイスキーとは→彼の学んできたスコッチタイプのブレンドドウイスキー。これが寿屋内ではできないと彼は判断した。いや、ただできないのではない。あと一歩でできる。やっと思ったとき、断たれたのだ。そんなとき、人のモチベーションはどうなる。子供っぽい言い方を許していただきたいが、これはモチベーションのロケットブースターである。

ではどうしたらできる？ どうしたら理想の原酒で理想のブレンドができる？ 自分がトップに立つしかない。彼の思考の流れはそうではなかったか。

この文章を読んでいるあなた、あなたは独立したことがあるだろうか。私はある。独立は生半可なモチベーションではできない。やったことがある方なら分かってくれる。竹鶴が、独立というリスクを冒してまで成し得たかった本格ウイスキー、これは私の第一の仮説からの派生だ。つまり使命感である。帰国してから 10 年、寿屋に勤めてから 10 年余、彼は実地に原酒をつくる機会を得た。実際にやってみて彼は一つの確信を得たはずだ。「今すぐは無理でもスコッチに匹敵する酒は必ずできる」と。だから「俺にやらせてくれ。最後までやらせてくれさえすれば。」と。

明治・大正・昭和初期でも、留学した人物は他にもいる。現地で、日本国内でスコッチを常飲した人物も他にいる。だが製造者としてそれができるのは、彼一人しかいない。その気持ちを持ってウイスキーを造れるのは彼一人しかいない。いや俺一人しかいない。俺が諦めたら誰がやるんだ。この使命感を強烈なモチベーションと言わず何と言おう。

ここで、彼の名誉のために一言付け加えておきたい。彼は駄々っ子だったわけではない。摂津酒造においても、寿屋においても彼は技師という名のサラリーマンである。竹鶴ノートは会社への報告書である。この報告書の中で終始一貫しているのは、国内で造る場合どうしたらよいかという私見を含めた調査報告だということである。問題点があれば、すかさず自分で妥協案を文章の中で出している。

スコッチタイプのグレーンウイスキーも摂津酒造内、いや国内でできるとは夢にも考えていない。だから、ゆっくりと理想に近づけていければと考えていたはずだ。だが、その道も断たれたと彼が感じていたとしたら…。

だからこそだ。だからこそ会社を、社員たちを守るため、原酒を守るため、三級ウイスキーを作る決断をせざるを得なかったとき、竹鶴は初めて人前で泣いたのだ。そうじゃないのか。竹鶴の伝記・自伝は彼の晩年に書かれたものだ。その中で彼は、新ブラックニッカを全国のお客さんに飲んでもらっていることを本当に手放しで喜んでいる。無邪気に、子供のように。

最終章 みんなで守る我が国のウイスキー市場の未来

先日、秩父シングルモルト 3 年発売記念パーティーに出席させていただいた。何だろう、この空気感は。来場者の皆さんの祝う気持ち、招く側のもてなす気持ちが伝わってくる。ここ数年お邪魔させていただいたセミナー・試飲会等の中で一番楽しかった。少なくとも私はそう感じた。

おそらく、採算度外視で善意で各インポーターや酒屋の皆さんが出して下さったであろうウイスキーを、それと知りながら、ずうずうしくたくさん頂いてしまった。

そして壇上にはまだ道の途中とはいえ、自分の夢を一つ叶えた誇らしい男の姿があった。私はこの尊敬すべき人物を、頭の中で竹鶴に置きかえてみた。時代が違えばどうなっていたのかと。1940年、ニッカ第一号ウイスキー発売、いや、今ならば余市シングルモルト4年ファーストリリース、ネット注文で即日完売のプレミアム物…だろうか。

頭の中で、自分一人に分かるいたずらをしながら思う。壇上の人物もちろん偉大だが、土台を築いた先駆者は本当に偉大だと。竹鶴だけでなく、酒類業界全体を切り開いていてくれた先人たちがあの日、あのとき諦めていたら、私を含めたこの会場にいる人は、今この場にはいないかもしれないと。

先人に対する尊敬と感謝の念を忘れてはならない。そして酒のすばらしさを知り、それを提供する仕事をする者は、後の世界に伝えていく使命があるのではないか。

良いニュースの陰で、この秋一つの愛すべき国内蒸留所が閉鎖された。私はこの商品を10年近く扱ってきた。大好きだった。「知名度は低くても、こんなにいいウイスキーがあるんですよ」と、今まで何人のお客様に紹介してきたことか。今、蒸留所には一本のボトルも残っていないという。今までこの蒸留所に見向きもしなかったはずの人たちが、もう手に入らなくなるからと買いあさった姿が私には見える。

そのこと自体は悪いことではない。ただ、それでは遅いのだ。失礼を百も承知で言うが、今イチローズモルトの熱狂的ファンを自認し、カードシリーズ等をコレクションしている人たちがいる。そのことはいい。大いに結構じゃないか。だがそれは、旧羽生蒸留所の原酒だ。当時そこまで売れていれば、蒸留所は閉鎖されなかったのではないかと（それだけではないと分かった上で書いていることをご了承いただきたい）。

提供者と一愛好家の分岐点はどこにあるのか。伝えていくことに対して責任があるかないかではないだろうか。伝えていくことに対して責任を持つか、持たなくてもよいかではないだろうか。かと言って、あまりに大真面目に大上段に構えても、一般のお客様は引いてしまう。

そもそも、なぜ試飲会・セミナー・ウイスキーフェスティバル等に人が集まるのか。酒が好きだからか。酒に興味があるからか。もちろんそれもある。ただし、一番の要因は何と言っても楽しいからである。これは一軒のバーへの来店動機と似ていなくもない。その店に行けば何が飲めるのかが目的だったのが、いつの間にか、それ以外の価値を見出すこともある。逆に、酒以外の価値を求めて来ていた方が、ある日お酒に興味を持って下さることもある。

冒頭にも書いたとおり、バーを含めた一軒あたりの酒場にできることなど限られている。ではその限られた中で我々は、私はこの世界のために何ができるのだろうか。何をすべきなのか。全体の消費量を上げればいいのか。そうではない。それだけでは浅い。3つの蒸留所しか知らなかったお客様が20の蒸留所を知ってくれればいいのか。それももちろん嬉しいが、大事なのはそこではない。ではもっと具体的に話をしよう。モルトバーのオーナーバーテンダーである私のような人間から見た、最も素敵なお客様とは？ 理想的なお客様とは？（少々高飛車な物言いをお許

しいだきたい) たくさん飲んでくれる人か。そうではない。モルトの知識がある人か。そうではない。お酒と適度な距離を保ち、私の酒を大事にしてくれて、スマートに飲んでくださる方…である。自分自身がこうありたいと思う。

そもそも、いくら好きでも試飲会とバーの飲み方は違っていなくてはならない。楽しくやれば人は寄ってくるものだ。モルト好事家だけの、モルト研究所のような体を作ってしまったら、一時は良くても長続きしない。だいたい、酒場として気持ちが悪い。私の尊敬するモルトバーは皆、素敵な空気感を持っている。楽しく飲んでいけば、興味のない人もやがて心を開いてくれることもある。天の岩戸のように。

もう一つ深刻なのが、社会全体のハードリカー離れだ。実際に極端な下戸さんも多いが、自分が飲めることに気づいていない人も多くいる。飲める人でも、自分がまだ感動できる一杯に出会っていないだけかもしれない。一つの価値観の選択肢を差し上げることだ。どんなにいいセミナー・試飲会があっても、一歩外へ出れば現実がある。一部の好事家だけの世界として小さくまとまってはいけない。ここを忘れてはならないのだ。

そして、私はもう一度考えてみる。私自身を一つのサンプルとして捉えて、なぜ酒の世界に憧れたのか。そして、なぜ最近の若者(特に男子)は酒を飲まないことを何とも思わないのか。

私個人としては、酒そのもので感激した経験があるおかげだ。そして、周囲にいた素敵な飲み助のおかげだ。酒離れの原因として巷で最も多く挙げられるものは、上下関係の希薄化であろう。上司が部下に、先輩が後輩に、酒場での過ごし方や酒との接し方を教える文化が廃れて久しい。私個人の見解としてはネット社会の弊害、つまり情報過多による価値観の多様化…いや、ここで原因に対する私的見解を云々するよりも、原因、それを打開する方法、そしてどんな状態が理想的なのかを業界内外で考えて、意見をぶつけ合う場があまりにも少ないことを問題点として挙げておきたい。

一時の「売れた」「売れない」とか、ブームに流されることなく、業界全体を守っていくには、歴史、文化、何より先人の想いを後世にバトンタッチしていくことも必要な要素ではないだろうか。どんな立場であれ、我々は酒類業界全体という土俵の中で生かされているのは間違いないのだから。そして青臭いかもしれないが、業界全体の発展のためにも、メーカーの方々には、他メーカーの商品の良いところは良いと公の場で素直に認める勇気を持っていただきたいと切に願う。また、メーカーとバーを含めた飲食店は今よりもっと二人三脚となるべきだ。

そして「お酒と適度な距離を保つ」とは、酒の世界の広さを知ることだ。酒の世界の広さを知ったお客様は、ゆったりと構えるようになる。だからオーダーの仕方も上手い。こんなお客様を一人でも増やすことが私のできることであり、私の使命だ。そのことで、何よりもお客様自身が幸せになると私は信じている。業界全体への貢献になると私は信じている。

そして、酒の世界の広さは、その中の一つとしてウイスキーがあるということだ。酒のジャンルの中で優劣などない。その中であえて、なぜウイスキーなのか、何が魅力なのかについては、吉村宗之氏が「うまいウイスキーの科学」という著書の中で端的に分かりやすく示して下さっている。氏の言葉をお借りすれば、「際立つ個性とその多様性」「風味のレンジが他の酒と比べると

格段に広い」である。なるほど、こう言えばよかったかと膝を叩いた。もちろん、これは文章を読んだだけでは伝わらない。そして、ウイスキーをきっかけとして酒の世界全体の面白さを知ってもらえば、結果として業界全体のプラスになるだろう。それがフィードバックされれば、我々の世界の活況にもつながると信じる。まずは体験していただかないと。「さあお客様、今日はどんなものを差し上げましょう」

〈参考文献〉

- 川又一英『ヒゲのウイスキー誕生す』新潮社 1982年
竹鶴政孝『ウイスキーと私』ニッカウイスキー(株) 1972年
竹鶴政孝『ヒゲと勲章』ダイヤモンド社 1966年
松尾秀助『琥珀色の夢を見る』PHP 2004年
O.チェックランド『リタとウイスキー』日本経済評論社 1998年
大嶋幸治『問題の酒 本物の酒』双葉社 2002年
杉森久英『美酒一代』毎日新聞社 1966年
山口瞳・開高健『やってみなはれ みとくんははれ』新潮社 2003年
バッカス・コレクターズ編『ザ・ウイスキー』新潮社 1985年
矢口純『ウイスキー賛歌』集英社 1986年
平沢正夫『間違いだらけのウイスキー選び』三一書房 1977年
土屋守『シングルモルトウイスキー大全』
スコッチ文化研究所編『ウイスキーコニサー資格認定試験 教本』
吉村宗之『うまいウイスキーの科学』ソフトバンククリエイティブ 2010年
竹鶴政孝『竹鶴政孝実習報告ノート』

〈注〉

- *9 「やってみなはれ みとくんははれ」 P150
*10 「 」 P219
*11 「美酒一代」 P114
*12 「 」 P122
*13 「ヒゲと勲章」 P123
*14 「ウイスキーと私」 P123
*15 「ヒゲと勲章」 P148
*16 「ウイスキーと私」 P142