

(連載第38回)

### サントリー 鳥井信治郎②



評論家 板垣 英憲

たのである。

「どうすれば日本人に愛される香味のジャパニーズ・ウイスキーが生まれるのか」

寿屋洋酒店の命運がかかっていた。まさに背水の陣だった。信治郎は、繊細な日本人の舌を捉える香味の創造のために膨大な時間を費やした。

#### 「ピートの焚きすぎではないか」

鳥井信治郎は、自ら開発した新製品「サントリーウイスキー白札」の「焦げくささ」の原因を追求した。

「ピートの焚きすぎではないか」  
信治郎は、自慢の「鼻」を効かせた。丁稚のときに薬種問屋に勤め、調合技術を叩き込まれて身に付け、磨き上げた「嗅覚」の真価を如何なく発揮させ

ウイスキーは上流階級の贅沢品だった

しかし、このころ、日本人の「舌」は、まだ洋風化していなかった。自由な雰囲気は漂う華やかな大正デモクラシー時代を経て、前途に暗雲が垂れ込める昭和初期だったとはいえ、明治以来の「ハイカラ」が持て囃される空気は続いていた。それでも、外見のハイカ

ラなファッションとは裏腹に、国民の「舌」を文明開化させるころまでは至っていなかったのである。しかも、洋酒自体が高価であった。とくにウイスキーはごく一部の上流階級が嗜める高級酒で、贅沢品だったこともあり、国民の大半が、ウイスキーに目を向ける余裕はなかった。ましてや、国産ウイスキーに目を向けるどころの話ではなかった。

#### 「需要がないなら、需要をつくり出せばよい」

実際、「白札」は一本四円五十銭で売られた。一般家庭の生活費の割を占めるほど高価だった。高価なうえに、市場の評価を云々する以前に、そもそも需要が存在しないのでは、見向きもされないのは、当たり前であった。

「需要がないなら、需要をつくり出せばよい」  
苦悩しながらも信治郎は前向きだった。

だが、悪いことに、昭和四年（一九二九）十月二十四日、ニューヨーク株式市場が大暴落した。いわゆる「暗黒の木曜日」が引き金となって始まった「世界大恐慌」は、日本経済にも深刻な打撃を与えつつあった。国民の多くにとつて高価なウイスキーは、金持ちの趣向品として、ますます縁遠い存在になっていった。

#### 資金がショートする

それでも信治郎は、諦めなかった。「白札」を発表した翌年、すなわち、昭和五年（一九三〇）、「赤札」を発売した。だが、これもまた不人気でブームを呼び起こせなかった。

悪いことは続くもので、信治郎は昭和六年（一九三一）は、苦渋の年となった。原料である大麦の買付けに窮し、蒸溜所は、ついに稼働停止に追い込まれた。

#### 「ひと樽でも多くの原酒をつくり熟成させたい」

いくら燃えるような熱情と強い意欲を持っていても、資金がショートしてしまつたのでは、如何ともし難い。万事休すである。

#### 初代工場長を失う

信治郎は昭和九年（一九三四）、折角、三顧の礼を以つて迎え、十年契約だったとはいえ「山崎蒸溜所」初代工場長に就任してもらっていた竹鶴政孝をクビにせざるを得なくなった。

#### 「これからが正念場」

大事なときに、優秀な技術者を手放すのは、寿屋にとつては、大きな損失だった。

ちなみに、竹鶴政孝は、後に独立して「大日本果汁」（ニッカの前身、現アサヒビール）を設立している。寿屋での経験をフルに生かしたのであった。

## アメリカへ初輸出する

だが、信治郎は、ただ単に苦悩ばかりしていたわけではなかった。アメリカが昭和九年（一九三四）、禁酒法を解禁した情報を得るや、「サントリーウイスキー」を初輸出して、世界市場を開拓する第一歩を踏み出した。「ジャパニーズウイスキー」の存在を知らしめる輝かしい歴史的な足跡を残しているのである。むかしから、「捨てる神があれば、拾う神がいる」という言葉がある。日本国内では、「捨てる」以前に「拾う神」がほとんどいなかったのに対し、アメリカが「拾う神」になった。



モルト原酒をテイastingする信治郎と敬三

## 「テイasting」に没頭する

信治郎は、へこたれなかった。アメリカへの輸出で、「日銭」を稼いで生き延びつつ、来る日も来る日も、山崎蒸溜所に籠もり、貯蔵庫で熟成する原酒をひとつひとつ「舌」で味わい、官能してはまた、ブレンドを繰り返した。ひたすら「テイasting」に没頭したのである。これは、日本人の舌に合う豊かな香味のウイスキーとの出会いを求めての孤独な苦闘である。原種を舐めながら、不評や資金難という辛酸も舐め続けるのは、いかにも皮肉な生活である。

## 「発見の喜び」を求めての創造的な営み

しかし、山崎蒸溜所も建設から十年以上経ったところから、原酒の貯蔵量も充実し、深く熟成し、豊かな香味の個性あふれる原酒が揃うようになっていた。信治郎の鼻が官能する香りにも、満足のいくものが多くなっていったようである。このため、ブレンドイングの条件は、だんだんとよくなつて



海軍用イカリ印サントリーウイスキーのラベル (昭和18年)



「角瓶」亀甲型発売時のボトル (昭和12年)

きていた。それだけに、だれから何と言われようとも、決して止めようとはしなかったのである。それは、「発見の喜び」を求めての創造的な営みであったからである。

信治郎のいるところには、大阪本社 的研究部でも、山崎の試験室、自宅でも、必ずモルト原酒のサンプル瓶がずらりと並んでいたという。

## 「これや。豊かな香味や」

勝利の女神は、こうしたひたむきな努力をした者のみに微笑むものである。信治郎は昭和十二年（一九三七）、ついに一つの「香味」を嗅ぎ取った。

「これや。日本人の繊細な味覚に合った豊かな香味や」

信治郎が五十八歳を迎えようとしていた新春のことであった。それは、日本人の繊細な感性に十分応える香味であった。「サントリーウイスキー十二年もの角瓶」である。亀甲ボトルの「角瓶」が世に送り出された。何かと「舶来もの信仰」にどっぷり漬かっていた好事家たちからも称賛の声を送られたのであった。

「角瓶」が発売された前年、昭和十一年（一九三六）には「二・二六事件」が起き、発売の年には日華事変が勃発するなど、国内外ともに騒然とし、「軍靴の音」が高くなり、じわじわと「戦時色」が濃厚になってきていた。

それにもかかわらず、山崎蒸溜所では、「求める香り」を手にした信治郎の「達成感」に溢れた満足げな表情が見られた。

## 「十二年もの角瓶」がロングセラーに

「サントリーは旨い」

評判は上々で、「角瓶」の売れ行きは、ぐんぐん伸びて行った。日本の風土に育まれた「角」は誕生から七十年、信治郎が山崎蒸溜所を建設してから八十四年つづけ、いままなお多くのウイスキー好きの人々の舌を捉え、愛されロングセラーを続ける大ヒット商品となっている。これは、信治郎の「精魂の賜物」であり、日本の洋酒史上、記念すべき金字塔を築く大傑作だったと言っても過言ではなかった。

竹鶴政孝は、後に「ウイスキーと私」と題する著書のなかで、こう絶賛している。

「とにかくあの清酒保護の時代に、鳥井さんなしには民間人の力でウイスキーが育たなかっただろうと思う。そしてまた鳥井さんなしには私のウイスキー人生も考えられないことはいうまでもない」

信治郎は、志を同じくする人の生き方にも、単なる「根性もの」の手本としてのみではなく、まるで極上のウイスキーのような深みと味わいのある大きな影響を与えていたのである。

## 「洋酒報国」を掲げた明治男なりの愛国心

「貴重な外貨が舶来洋酒のためにむざむざと海外に流出していく。これを是非防ぎたい。」

それには舶来品をしのぐ優良品をつくる以外にない」

信治郎は、樽熟成の神秘に惹かれ、洋酒づくりによって国家に尽くそうと考えていた。その心情を、

### 「洋酒報国」

という言葉に端的に込めていた。この言葉を掲げて明治男なりの愛国心を表していたのである。

## 長男・鳥井吉太郎が、三十一歳で急逝する

信治郎のブレンド技術は、モルト原酒の豊かな熟成に伴い、ますます円熟味を見せた。昭和十五年（一九四〇）、「オールドサントリー黒丸」を生み出している。のちの「サントリーオールド」である。「角瓶」の上をいく高級

品で、より熟成感があつた。

だが、この自信作は、市場に出回ることはなかった。太平洋戦争勃発（昭和十六年十二月八日）前夜で、政府の洋酒に対する統制、制限が厳しくなっていたからである。

しかも、信治郎は、嘆きと落胆の淵に追い落とされる不幸に見舞われた。副社長を務めていた長男・鳥井吉太郎が、わずか三十一歳の若さで急逝したのである。「オールド」完成の二か月前のことだった。信治郎は、前年に還暦を迎えたばかりであった。吉凶相半ばするとは、こういうことである。

## 海軍から特製ウイスキーを発注される

「オールド」を発表したのも束の間、日本が、米英に宣戦布告し、太平洋戦争争対へと突入したため、世に出せなかった。そのうえ、寿屋の主力工場、大阪工場は海軍の指定を受けて航空燃料製造に徴用された。このため、負担が重くなり、経営は苦しくなった。

だが、何が幸いするかわからない、海軍から、軍納品として「イカリ印」の名の特製ウイスキーを発注されたのである。英国流兵学の影響を受けていた海軍は、ウイスキーをこよなく愛していたのである。海軍が、当時、

入手が困難となりつつあった原料の大麥調達の便宜を図ってくれるようになり、戦時下でありながら、山崎蒸溜所は細々ながら稼働できた。信治郎は戦争末期、原料の大麥とモルト原酒を懸命に守った。山崎の谷に防空壕を掘り、大麥を運び入れ、貯蔵樽を隅に隠し、竹や草木で覆ったという。米軍機により大阪空襲を受けて、大阪本社と主力の大阪工場は焼失ものの、山崎蒸溜所だけは無傷で助かった。

## 二男・佐治敬三が、信治郎を支える

終戦後、焼け野原のなかで、信治郎を喜ばせたことがあつた。海軍を志願して技術将校になつていった二男・佐治敬三が、無事復員してきたのである。

敬三は信治郎の妻クニの親戚筋、佐治家の名跡を継いでいた。早速、信治郎の大きな支えとなつてくれることになり、元氣になつた信治郎の負けん気がまた湧き上がってきたのである。昭和二十一年（一九四六）四月、「トリス」を誕生させた。「角瓶」には手が届かないウイスキー愛好家も「トリス」は買えた。この一瓶が戦後のウイスキーの普及に大いに貢献することになる。さらに三男・鳥井道夫が昭和二十四年（一九四九）入社し、佐治敬三とともに信治郎を支えるようになり、信治郎の喜びは膨らんだ。

信治郎は昭和三十五年（一九六〇）、

鳥井商店に始まった寿屋の創業60周年を記念する製品として「サントリーローヤル」を発売した。これが信治郎の遺作となつた。

## 社名を「サントリー」に変更する

佐治敬三は昭和三十八年（一九六三）、社名をウイスキーのブランド名「サントリー」に変更した。信治郎のスピリッツを物語るブランド名であった。また、この年ビール事業に進出したので、新しく飛躍するという願いも込めていた。佐治敬三は、二代目マスターブレンドラーに就任し、日本国内のウイスキーの需要は凄まじい勢いで拡大し、海外輸出も伸びて行つた。

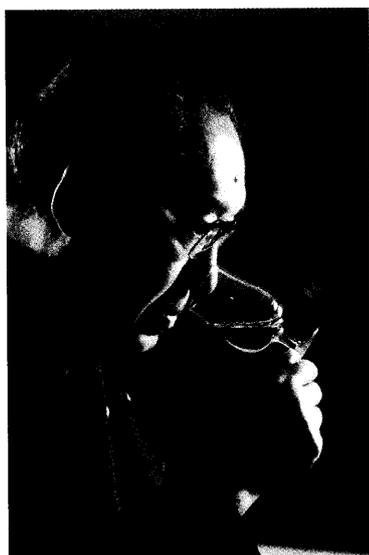
## 〔取材・写真協力〕

サントリー株式会社 広報部



板垣英憲（いたがき・えいけん）略歴

昭和二年八月七日広島県呉市生まれ。中央大学法学部卒業。海上自衛隊幹部候補生学校を経て、毎日新聞東京本社入社。社会部浦和支局・政治部・経済部に配属。福田首相、大平首相兼記者、通産省、東京証券取引所など担当。昭和六〇年六月に評論家として独立。著書は「カルロス・ゴーンに学ぶ変革の極意」など現在一〇六冊を数え、年間講演回数は約二〇〇回に及ぶ。



原酒をテイastingする佐治敬三（1980年代）