

サントリー

鳥井信治郎①



評論家 板垣 英憲

(連載第37回)

● 丁稚時代、味と香りを嗅ぎ分ける舌と鼻を養う

● 「赤玉ポートワイン」の成功で巨利を得る

● 「やってみんことにはわかりまへんやろ」と初の国産ウイスキーの開発に没頭する

薬種問屋に十三歳のとき丁稚奉公する

サントリーの創業者で国産ウイスキーの父・鳥井信治郎は明治十二年（一八七九）一月三十日、大阪鐘町の両替商・米穀商の鳥井忠兵衛と母こまの間に二男として生まれる。兄ひとり、姉ふたりの末っ子だった。暴れん坊だったけれども学校の成績は良かった。商

業学校を二年修め、明治二五年（一八九二）十三歳のとき、大阪道修町の薬種問屋小西儀助商店（現在の接着剤製造のコニシ）に丁稚奉公に上がった。大阪商人の子どもにとつて当然のことであった。当時、商人の子弟の教育は机上の学問より、実践を重んじられていた。

味と香りを嗅ぎ分ける舌と鼻を養う

明治時代の薬種問屋では、葉だけでなく、ブドウ酒やウイスキーも扱う店が少なくなかった。小西儀助商店も、主として漢方薬を販売するかたわら、外国から薬品を輸入し、ワインやブラ

ンデー、ウイスキーなど洋酒も扱い、文明開化時代の先端を行く、ハイカラな店だった。

思春期に入っていた信治郎は、西洋文明に対する憧憬の激しい時代のなかで、調合技術を学び、新しい感覚を身につけた。さらにハイカラ趣味を強めるとともに、洋酒の知識や味と香りを嗅ぎ分ける舌と鼻を養った。後にウイスキーづくりで「大阪の鼻」と呼ばれるようになる天与の資質は、早くもこのころから芽生え始めていた。ある日、優秀な奉公人の噂を耳にした何人かの同業者が、店を訪れ、

「この少年を高給で迎えたい」と申し込んだという。人を見る目を持った商人が、密かに信治郎を見ていたのである。信治郎の聡明さを物語るエピソードとして伝えられている。信治郎は明治二十八年（一八九五）博労町にあった絵具・染料問屋の小西勘之助商店へ移る。顔料や染料を調合する技術、すなわち、原料をブレンドする技術を磨いたのである。これも後に洋酒づくりに生かされるようになる。

独立してスペイン産のワインを扱う

父が急死したため、家に戻ることにになり、家督を継いだ。明治三十二年

（一八九九）、大阪市西区に小さな家を借りて、鳥井商店を創業した。二十歳のときである。独立した当初は、ワインや缶詰類などを販売した。本場スペイン産の優良ワインを買い入れ、瓶詰めにして売り出してもいる。奉公先で学んだ本格志向の自信を持って仕入れたワインだった。

店には返品の手が築かれる

だが、意気込みに反して、ワインはさっぱり売れなかった。「酸っぱい」と敬遠されたのである。日本人の味覚には酸味が強過ぎると感じられ、馴染めなかったのである。いかにハイカラな飲み物でも食習慣がまだ違いすぎていたからである。

このため店には返品の手が築かれた。それでも、これくらいでへこたれるような信治郎ではなかった。かえって、闘志を燃やした。

「どうすれば大衆の舌にのせられるか」

「日本人の口に合うブドウ酒を作つたる」

それからというもの、ワインに取り憑かれ、調合の鬼となった。

「どうすれば大衆の舌にのせられるか」甘味料や香料を大量に買い込み、ブ

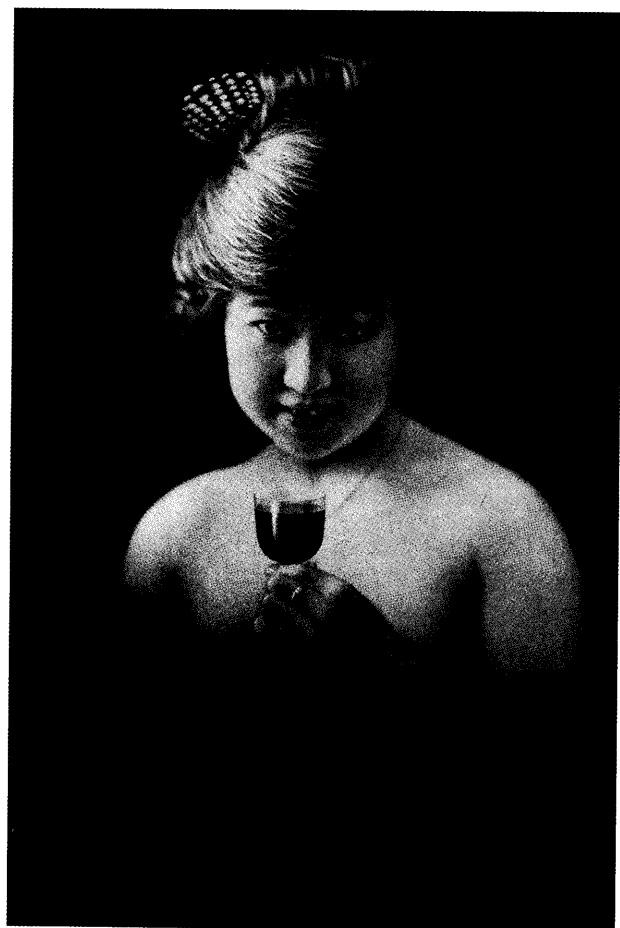
レンドに没頭したのである。

「赤玉ポートワイン」を誕生させる

明治三十九年（一九〇六）西川定義という人と共同経営で寿屋洋酒店を名乗るようになった。社員の仕事への意欲も高まっていた。

信治郎は天与の鼻を生かして調合に没入し、日本人の口にあう「赤玉ポートワイン」の製造に成功し、明治四十年（一九〇七）、甘味葡萄酒「赤玉ポートワイン」を誕生させた。太陽や日の丸の国旗などからその名をとったものだ。

明治四十二年（一九〇九）五月、乳房から上だけのヌード女性（女優・松島



日本初のヌードポスター「赤玉ポートワイン」

栄美子）にワイングラスを持たせた写真をメインにしたポスターをつくった。日本初のヌードポスターで、当時としては画期的であった。このポスターが世に出ると、大評判になり、「赤玉ポートワイン」の知名度も急上昇した。「赤玉ポートワイン」で寿屋は一躍有名になり、この製品こそが企業として飛躍するきっかけとなる。

信治郎は、広告宣伝にも才能を発揮し、問屋を喜ばせ、営業の工夫も怠らず人気商品に押し上げた。積極的に宣伝活動を行い、周囲の意表をついた広告を次々と採用し続け、後世、「広告の天才」と呼ばれるようになる。

信治郎は、大正十年（一九二二）株式会社寿屋を設立する。大正後期には「赤玉ポートワイン」が国内ワイン市場の六〇％を占めるまでに成長した。

ウイスキーづくりに野望を燃やす

「洋酒づくりをするなら、洋酒の王者なるウイスキーづくりをやらねば……」

大正の時代に入ると、信治郎はウイスキーに対する野望を燃やし始める。

信治郎はイミテーション・ウイスキーを入手していた。第一次世界大戦前から、穀類を原料としたアルコールに香料を混ぜただけの粗悪なスコッチがヨーロッパで大量につくられ、世界のウイスキー市場を荒らしていた。信治郎もそれを入手していたのである。

だが、粗悪品だけに不純物が多くて使い道がない。持て余してワインの古樽に詰めて倉庫に置きっ放しにしていた。ところが、何年か経ち、いつの間にか忘れてしまっていたころ、古樽に目が止まり、

「これは何だろう」
と試飲してみた。

「これや。ウイスキーの熟成とは、これや」

何と樽熟成による変化で味わい深いも

のとなっていたのである。ここで信治郎は樽貯蔵の神秘を初めて知り、魂が揺さぶられるほどの高揚感を味わった。

「本物をつくってみたい」。

それは大きな信念となっていた。その神秘に完全に魅せられてしまったのである。

「カネをドブに捨てるようなものだ」

信治郎はウイスキー事業へ向けて駆け出した。だが、新しい事業に手を出す場合、よくあり勝ちだが、周囲の反応は冷たかった。「赤玉ポートワイン」の成功で、折角、巨利を得ていたので、寿屋社員は、大反対した。

「カネをドブに捨てるようなものだ」
信治郎が、熱を上げれば上げるほど風当たりは強くなる。おまけに信治郎が信頼する財界人や学者からも、反対されたのである。

それは当時、本格的なウイスキーづくりは気候や土地柄から言って、本場である英国スコットランドやアイルランド以外の地では不可能だと考えられていたからだ。何よりも蒸溜所建設となると寿屋の全資金を賭けて臨まなければならなくなる。

そればかりではない。一口にウイスキーをつくると言っても、右から左に