

●ウイスキー・ラベル物語-20

スコッチから日本の味を造るジャパニーズ・ウイスキー(3)
—戦前の三大ジャパニーズ・ウイスキー—

か わい だし
河 合 忠
Tadashi KAWAI



不況下で誕生したジャパニーズ

輸入品の本格的スコッチからアルコールに着色したイミテーションまで玉石混交の状態ではあったが、日清戦争、日露戦争などによる戦争景気に続き、第一次世界大戦で沸いた軍需景気でわが国のウイスキー消費は増加の一途を辿っていた。しかし、それも長くは続かず大正10(1921)年頃から不況となり、関東大震災の前後には最悪の状態、多くの混成ウイスキー製造業者は相次いで倒産していった。皮肉にも、その不況のどん底から“本物”のジャパニーズ・ウイスキー製造への意欲が盛り上がった。かつて他の国がなし得なかった世界四大ウイスキー(アイリッシュ、スコッチ、アメリカン、カナディアン)市場への挑戦が始まったのだから、わが国の企業のしたたかさを示し、すでに第二次世界大戦後の劇的経済成長を約束されていたのであろうか。

大正末期から昭和初期の戦前、本格的ウイスキー造りに挑戦した3つの企業があった。鳥井信治郎(以下敬称略)が明治32(1899)年に創立した株式会社寿屋(現サントリー株式会社)、中村豊雄が大正13(1924)年に創立した東京醸造株式会社、そして竹鶴政孝が昭和9(1934)年に創立した大日本果汁株式会社(現ニッカウキスキー株式会社)である。



寿屋、苦しい資金繰りでリストラ断行

寿屋の鳥井信治郎は、周囲の多くの反対を押し切

り、ウイスキー造りの創業以来苦節7年を経てようやく「サントリー白札」の販売に漕ぎ着けた。しかし、「焦げ臭い」という悪評で販売は思わしくなかった。そこには、伝統的なスコッチの製造方法をほぼ忠実に導入したことで、麦芽乾燥におけるピートの香りが当時の日本人の鼻と舌を満足させることができなかったのである。大変興味深いことだが、昭和4(1929)年4月「サントリー白札」発売当初の広告紙の最上段に、SUNTORY SCOTCH WHISKYと記され、日本語ではサントリー・ウ井スキーと書かれていたが(写真1)、ボトルのラベルにはRare Old Island Whiskyと印されている。英国においてスコッチが法的に定義されたのは昭和63(1988)年であるから、当時SUNTORY SCOTCH WHISKYと呼称しても法的に違反していたわけではないが、それだけスコッチに匹敵するウイスキーであることを強調したかったのかもしれない。また



写真1 「サントリー白札」が発売されたときの広告紙

最上段には、英文でSUNTORY SCOTCH WHISKYと書かれており、日本文の大見出しは「サントリー ウ井スキー」となっている。昭和初期頃は、ウイスキーの「イ」を「井」という漢字を使用していた。

販売価格も輸入品スコッチの当時の価格にほぼ近く設定されたことから判断されるように、伝統的なスコッチを全面的に意識した、鳥井-竹鶴コンビの自信作であったことがうかがえる。さらに、翌年には「サントリー赤札」を売り出したが、販売不振は続き、熟成を続ける樽が眠り続けるが、これら貯蔵庫にあふれるほどの豊富な熟成樽こそが、後になってサントリーの伝統を作りあげる立役者となったのである。

山崎蒸留所を訪ねた折、貯蔵庫の中に眠る古い熟成樽の鏡（蓋）に書き込まれた蒸留年 1931 年ものを熱心に探した。というのは、昭和 6（1931）年は筆者が誕生した年であり、それを記念にカメラに収めようと「1931 年仕込みの熟成樽」を探したというわけである。しかし、どうしても見つからない。ガイド嬢に訪ねたところ「サントリーの歴史の中で 1931 年ものだけはございません」とのこと。当時、「サントリー白札」の販売不振が続き、「赤玉ポートワイン」の売り上げが好調を続け、さまざまな商品を開発して経営改善に努力しながらも、株式会社寿屋の資金繰りは極度に悪化し、遂に原料の大麦を購入することができなかったために、1931 年の原酒はないということである。

皮肉にも、その年の 4 月 6 日、紋付訪問着に身を清めたクニ夫人とともに、当時日本産業協会総裁をされていた伏見宮殿下を山崎工場にお迎えし、明治人の鳥井はその光栄に大いに感激したという。

昭和 6 年 9 月には、満州事変が勃発し、翌昭和 7（1932）年 1 月には上海事変、3 月には満州国独立宣言、5 月には 5・15 事件で犬養首相の暗殺など、戦時体制へと時代は流れていた。信治郎は、欧州視察から帰国した長男、鳥井吉太郎を副社長にすえ、昭和 7 年後半から 10 年にかけて寿屋の再編成、今で言うリストラを断行した。さまざまな事業を廃止し、遂に昭和 9 年にはオラガビール工場を東京麦酒株式会社に売却した。苦しい資金繰りの中で、しかも昭和 8（1933）年 8 月にクニ夫人の逝去にもめげず、「赤玉ポートワイン」で稼ぎながら、ウイスキーの仕込みを決して諦めなかった。ウイスキーに対する彼の執念と決断こそ、今日のサントリーの成功に結びついていると言って過言ではなからう。



サントリー角瓶が寿屋を起死回生

鳥井信治郎は初代のマスターブレンダーとして、「サントリー白札」、「サントリー赤札」の不評を糧にし、日本人好みの香味を創造すべく日夜ブレンドに試行錯誤を繰り返したという。天性ともいえる“鼻”と染料店で培った混合の技術を生かして懸命にブレンドに打ち込む鳥井と、スコッチの伝統を守ろうとする工場長竹鶴との間に微妙な意見の相違が目立つようになったのもこの頃であろう。竹鶴はビール工場長となり、彼が生涯をかけて完成しようとした“日本のスコッチ”の製造の舞台から遠ざけられ、10 年契約期限を過ぎたのを機会に、昭和 9 年、寿屋を退社した。

ウイスキー業界に大きな変化をもたらしたのは、昭和 8 年 12 月 5 日に廃止された米国の「禁酒法」であった。従来からも東南アジアや中国に積極的にサントリーを輸出していたが、昭和 9 年 1 月 17 日、いち早く信治郎は初めて米国へ輸出したのである。昭和 10（1935）年には、10 年ものの「サントリー特角」を販売したものの、売れ行きは芳しくなかった。

昭和 12（1937）年 10 月上海事変が勃発し、日本はさらに戦線の拡大路線を突き進むこととなった。それと時を同じくして、信治郎がブレンドにブレンドを重ねて練り上げた自信作「サントリー角瓶」(写真 2) を完成し、これが今日まで日本国産ウイスキーのロングセラー No.1 の位置を保ち続けている



写真 2 戦前に販売されたサントリー製品

左から明治 44（1911）年に発売した混成ウイスキーの「ヘルメス」、昭和 4（1929）年発売の「サントリー白札」、昭和 5（1930）年発売の「サントリー赤札」、昭和 10（1935）年発売の「サントリー特角」、昭和 12（1937）年発売の「サントリー角瓶」、昭和 15（1940）年発売の「サントリー・オールド（黒丸）」。

のである。

これに自信をもった信治郎は、東京と大阪はもとより、京都、神戸、名古屋などでも披露パーティを盛大に開催した。さらに昭和13（1938）年5月、大阪の梅田地下街に寿屋直営の「サントリー・バー」1号店を開店して、本格的サントリーの味を多くの市民に披露、また今では普通となっているダイレクトメール用雑誌「繁昌」（後に「発展」に改名）を刊行するなど、さまざまな方法で大いに宣伝に努めた。

さらに、ブレンディングに工夫を重ねて、昭和15年11月には、会心の「サントリー・オールド（黒丸）」を発売し、サントリーの評価は一層高まった。シナにおける戦線は満州から、北支、中支へとますます拡大し、ついに洋酒輸入は全面的に禁止され、国産ウイスキーの需要は急激に増して寿屋の経営も改善しつつあった。しかし、「サントリー・オールド」発売直前、後継者と目した長男の鳥井吉太郎副社長を心筋梗塞で失い、信治郎の落胆は大きかったという。



東京醸造のトミーは戦後10年で倒産

大正13年、中村豊雄が創立した東京醸造株式会社は、初めリキュールを製造していたが、後に藤沢工場で本格ウイスキー製造を始め、昭和12年から明治屋を通して「トミー」または「トミー・モルト・ウイスキー」の名称で発売を開始した。戦前に三大ウイスキー・メーカーとしての地歩を確立したが、後に昭和30（1955）年経営不振のため倒産した。今となっては、その当時の製品の写真を含めてほとんど情報が得られていない。昭和30年というと、筆者が医学部を卒業した時で、当時学生の溜まり場となっていた札幌市の薄野界隈でサッポロ・ビールか焼酎（北海道では馬鈴薯から造る無色、透明、無味で、ほとんど純アルコール液に近い製品であった）を飲み、学友と議論を戦わせていた時代であって、ウイスキーのような洋酒には全く縁がなく、「トミー」についても全く記憶がない。ジャパニーズ生みの親、鳥井信治郎に対抗してモルト・ウイスキー製造に意欲を燃やした中村豊雄とはどのような人物であったのか。競売にかけられた藤沢工場で熟成中のウイスキー原酒はどのような運命を辿っ

たのであろうか。また1つ古書漁りのテーマが増えてしまった。



日本果汁から生まれたニッカ

昭和9年3月寿屋を円満に退社した竹鶴政孝は、同年7月北海道余市に大日本果汁株式会社を創立し、自ら代表取締役役に就任した。竹鶴がスコッチの製法をメモした雑記帳を携え、スコッチ美人のリタ夫人を伴って帰国した大正9（1920）年から、すでに14年を経過していた。もちろん竹鶴の頭の中には自分の理想とする“日本のスコッチ”製造の夢を秘めていたのであろうが、恩義のある寿屋へのわだかまりと、そして出資者との交渉の経緯から、少なくとも表向きは余市のリンゴを利用したリンゴジュースなどの果汁生産を事業目標にした（写真3）。しかし、リンゴジュースの販売も順調ではなく苦しい経営が続いたが、創立1年半後、待望の単式蒸留器を購入し、酒造を開始した。それも、在庫のリンゴを利用してカルバドス（リンゴ・ブランデー）を造り、それを自社で販売するだけではなく、他のウイスキー・メーカーに樽ごと販売して利益を挙げるというふれこみであった。こうして竹鶴が夢を実現するスピリッツ製造への第一歩を踏み出した。本格的スコッチ製造を学びとってきた竹鶴にとって、熟成4年で満足したわけではなかったろうが、苦しい経営状態から少しでも早く収入を得たかったことは明白であり、遂に昭和15年第1号「NIKKA WHISKY」角瓶（写真4、5）が、竹鶴夫妻はもとより社員全員の見送る中余市蒸留所から出荷されたのである。第1号ウイスキーには大日本果汁株式会社の略称“日果”を基にNIKKA WHISKY、ニッカウイスキーと名づけ、そのラベルにはすでにニッカのロゴマークが印されていた（写真6）。そのロゴを誰がデザインしたのであろうか、寿屋の向獅子マークに一見類似しているが、古き英国騎士やスコッチ蒸留所のロゴに模したものであろうから、第二の故郷スコットランドに心酔していた竹鶴が自らの考えを反映したものであろう。それ以後、今日までそのロゴはニッカ製品のラベルまたはボトル・キャップに誇らしげに印されている。



写真3 大日本果汁株式会社が創立当初に発売したリンゴジュースのラベル

昭和9（1934）年に発売したのは100%果汁で、含まれるペクチンが白濁して評判が良くなかった。舶来品に匹敵する純粋な製品を提供するという竹鶴の信念が裏目に出て売れ行きが悪く、経営不振に悩んだ。英文のラベルには、Nikkaと記されているから、ニッカのブランド名は創立当初から考えていたものであろう。



写真4 余市蒸留所のウイスキー博物館に展示されている第1号「NIKKA WHISKY」角瓶

亀の甲模様の角瓶に貼られたラベルはすべて英文で記されている。最上段には、小さくFINEST MALT POT STILLと書かれ、その下にはニッカのロゴ、中央の2行にRare Old NIKKA WHISKY（赤字）と明記され、下段の3行には読み難い飾り文字で小さくGuaranteed, Matured in Wood, Distilled and Bottled specially by NIKKA Distillery, YOICHI HOKKAIDO JAPANと書かれている。4年ものをRare Oldというのは、やや誇大広告気味にも思えるが、スコッチに匹敵するジャパニーズを目指した竹鶴の意気込みが感じられて興味深い。



写真5 日本語も挿入された第1号ニッカ ウ井スキーの広告紙

日本語が右から書かれているが、「本格醸造 品質第一 ニッカ ウ井スキー 東京 大日本果汁株式会社 大阪」。ここでは、サントリーの第1号もそうであったように「ウ井スキー」と漢字の井が使われている。これについては次号で説明予定。



写真6 ニッカのロゴマーク

二匹の獅子（？）に挟まれた中央に、NIKKAと書かれた楯を配し、その上には鹿の角に飾られた胄（？）を載せている。ニッカウキスキー株式会社のさまざまな説明書やホームページでもロゴの説明は見当たらない。スコッチには、これに類したロゴが多数見られることは前記したとおりで、ここにも竹鶴のスコッチへの思い入れが感じられる。



ニッカの里、余市とは

北海道に生まれ、小学5年生から札幌に在住していた筆者にとって、余市は馴染みの地である。余市は積丹半島のつけ根に位置し忍路海岸に近い漁村であった。筆者の少年時代には、銭函、小樽、蘭島とともに真夏の海水浴場として、またニシンの買出しによく通った懐かしい場所である。札幌から北西に日本海岸に沿って約50km、今でこそ車で便利に行けるが、当時は、蒸気機関車に引かれた国鉄列車を利用し、しかも終戦後しばらくは混雑時には無蓋車（屋根のない荷物運搬専用の車両）に乗るのが一般的であった。札幌から余市までの日本海沿線はトンネルも多く、トンネルを過ぎると蒸気機関車の煙突から排出される、燃えきれなかった炭粉で体中が黒くなった。それでも、海に潜り手づかみでウニを取り、そのまま殻を割って海水で洗って食べる味は格別であったし、ニシンの大群が押し寄せると海が白子で白く濁って勇壮な漁場と化し、自分で網からニシンを外して空き缶にいっぱい詰めて持ち帰った楽しい思い出がある。ニシンが日本海側から全く姿を消してから50年余になるであろうか、今は勇壮なニシン漁業もなく、寂れてしまった。しかし、近年は日本最初の宇宙飛行士、毛利衛さんの故郷として宇宙記念館が建設され多くの観光客が訪れる街となり、余市駅の駅舎も観光センターと共同で新設された（写真7）。

冬の余市は厳しい寒風が日本海から吹き寄せる土地だが、澄み切った空気と青空は美しい。今でも鮭が上る余市川の河口に広がる扇状地帯は湿潤で、霧も出やすく、スコットランドの最北端オークニー島に気候が似ていることから、余市は竹鶴の心を捉え



写真7 現在の JR 余市駅と観光プラザ

た。そのうえ、近くに良質のピートが無尽蔵に、きれいな水も豊富に得られ、ウイスキー造りにとって好条件を備えていた。余市蒸留所は、JR 北海道余市駅を降りるとすぐに見え、歩いても2～3分の近さである（写真8、9）。多くの建物は創立当初のまま残されており、現在の事務所棟、貯蔵庫（現蒸留液受タンク室）、リキュール工場（現混和室）、第一乾燥塔、第二乾燥塔、蒸留棟、研究室（現リタハウス）、旧竹鶴邸、第一貯蔵庫は国の登録有形文化財に認定されている。また、ウイスキー博物館にはさまざまな展示品があり、ニッカウイスキーの試飲もできる。

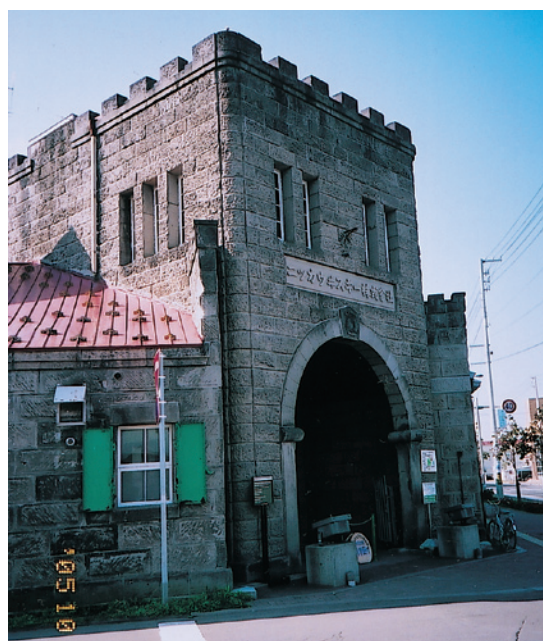


写真8 ニッカウイスキー株式会社余市蒸留所の入口

中世の城門を思わせる石造りの建造物で、入口を潜り抜けると余市蒸留所の広い庭と古めかしいさまざまな建造物が並んでいる。



写真9 余市蒸留所

国の登録有形文化財の認定を受けた赤い屋根の乾燥塔とさまざまな建物が並ぶ



戦時中軍需産業として保護されたウイスキー

大正末期から昭和初期にかけて世界的な経済不況に見舞われ、酒造業界も例外ではなかった。一時は乱立したスピリッツ会社も次々と倒産に追い込まれていった。昭和14(1939)年、第二次世界大戦が始まり、日独伊三国同盟が締結されて、すでに戦時体制に突入していた。昭和15年第1号「ニッカ・ウイスキー」が出荷されてわずか2カ月後、ウイスキーは戦時の価格統制時代に入り、しかも奢侈品(贅沢品)等製造販売制限令によって、ウイスキーの製造販売も大きな制約を受けることとなった。

そして、昭和16(1941)年12月8日未明の真珠湾攻撃で日本は本格的に第二次世界大戦へ突入した。筆者の通学していた小学校も、4年生になると尋常小学校から国民学校と名称が変更され、担任の先生は次々と召集令状を受けて戦場へと向かった。昭和19(1944)年、札幌市立苗穂小学校から庁立札幌第一中学校(当時は、北海道立ではなく、北海道庁立と呼び、いまだ開拓時代の名残を残していた)に入学したが、学校では陸軍から派遣された配属将校から厳しい軍事教練を受け、主人が応召された農家に泊まりこみで“援農”に駆り出され、勉学や自由な読書の時間はほとんどない状況であった。日中は畑仕事、夕日が沈むと家事と子育ての手伝い、ようやく鉄釜の五右衛門風呂で体を温めると、どっと一日の疲れが出て寝床で深い眠りに入る毎日であった。昭和20(1945)年夏、広島と長崎に原子爆弾(原爆)が投下され、8月15日正午、筆者

は援農に出向いていた藤の沢(札幌市内から定山溪温泉に向かう途中の村)の炎天下の畑の中で“玉音放送”を聴きながら終戦を迎えることとなった。

戦時体制は、ウイスキー業界にとって自由販売は禁止されたものの、反面軍需産業として軍の指定工場となりアルコールの生産、さらにウイスキー類の製品はほとんどすべて軍へ納入することとなった。戦争には、兵士の士気を鼓舞するために酒は必需品であり、米国の南北戦争でも、北軍勝利の1つの原因として豊富に供給されたバーボンが挙げられている。もちろん、アルコールは当時の兵器の燃料として不可欠であった。

寿屋も日果も海軍から軍需会社に指定され、生産量はどんどん記録を更新していた。日本の海軍はもとも英国仕込みであったことも幸いし、ウイスキー工場は手厚く保護された。一般市民は食料不足に苦しみながらも必勝を信じて耐えている中、軍需産業に指定されたスピリッツ業界では原料のサトウキビや大麦なども優先的に軍から供給され、原料調達に何の心配もなかったという。寿屋は海軍の要請に応じて、沖縄やジャバ島にまで新しく工場を新設するなど、軍需景気に各工場はフル操業の状態が続いた。しかし、ミッドウェイ海戦での敗北を機に急激に戦況は悪化の一途を辿り、本土爆撃では大阪の寿屋本社を焼失した。山崎蒸留所や余市蒸留所は軍需施設から離れた山中にあり、爆撃を免れて豊富な熟成樽は、来るべき平和の時代のために静かな息吹きを続けていたのである。サントリーは豊富な熟成樽を積み上げていたし、ニッカも熟成9年のモルト原酒を確保するまでになっていた。