

『チャレンジャー』

サントリー（株）

名誉チーフブレンダー 興水 精一

今日本産ウイスキーが世界の注目を浴びているをご存知だろうか。2018年香港のオークションで、「山崎50年」というウイスキーが、3200万円で落札！というニュースが世界を駆け巡った。2015年前後から、「山崎」に限らず日本産ウイスキーが世界中の愛好家の注目するところとなり、今では日本は世界5大ウイスキーの一つとまでいわれるようになった。

とは言っても、日本のウイスキーのたどった道は決して平坦なものではなかった。1923年から始まった日本のウイスキーづくりは、日本の経済成長と歩調を合わせるように発展していった。しかし、1980年代の前半をピークとして、約25年間市場は低迷を続けた。その真ただ中、私はブレンダーになった。

ウイスキーの魅力は樽熟成がもたらす味わいにある、といってよいだろう。さまざまな樽をブレンドし製品を完成させるのがブレンダーだ。数多くの製品開発に関わったが、何をやっても上手くいかない、どん底の時代を味わった。

2000年代に入っても市場は引き続きダウントレンドの中にあったが、かすかに明るい兆しも見えるようになった。日本市場では全く注目されなかった国産ウイスキーだが、海外のコンペティションで高い評価を連続して獲得するようになった。世界的に見たら、よほどのウイ

スキー通でもないかぎり、日本産ウイスキーの存在など全く認知されていなかった時代だ。コンペでの高評価は世界中の愛好家たちの好奇心を大いに刺激した。そして、ハイボールブームの到来とも相まってウイスキーは徐々に復活していった。

その後、ウイスキー一本が一億円近い高額で取引されるなど、市場は急速に過熱していった。ほんの20年ほど前、同窓会などに「山崎」や「響」を持参しても、ほとんど見向きもされなかった。一ブレンダーとしては、海外での高額評価はうれしいことだが、本来飲んで楽しんでいただくために何年、何十年とかけてつくったウイスキーが、投機の対象となっていく様を、ただただ複雑な思いでながめていた。

高市発言で日中関係が騒々しくなり始めた昨年11月末、私は中国のウイスキー蒸溜所を訪問する機会を得た。自粛すべきか思い悩んだが、招待者側の、政府と民間は違います、という言葉もあり、近年台頭してきた中国の蒸溜所や業界の実態を知りたいという好奇心が勝った。行く先は四川省と雲南省、高品質の白酒を造る地であり、スコッチメーカーが蒸溜所を建設した注目のエリアだ。中国が蒸溜酒大国であることは間違いないが、歴史や伝統など全くない中国が、何を目指してウイスキーづくりに取り組むのか、興味津々だった。

ひとつの蒸溜所を訪問するのに、車で数時間を要するという中国の広大さにも驚いたが、現場で見た光景には更に驚かされた。近年、日本

でも新しい蒸溜所が次々と誕生しているが、中国の新興蒸溜所の規模や建物・設備の豪華さは想像をはるかに超えていた。あたかもウイスキーのテーマパークといえるものだった。広大な国土を背景に、選り抜かれたであろう自然環境、スケールの大きさに圧倒される思いだった。蒸溜所を案内するつくり手やガイドらの自信に満ちた説明も印象的だった。

最新の技術や設備を駆使したウイスキーづくりは、既に一定のレベルに達していた。わずかな数年の歴史とはいえ、昨今のAI技術や電気自動車に進化ぶりを考えると、別に驚くには値しないのかもしれない。何よりそこにはスコッチや日本などの既存ウイスキーにとらわれることなく、独自のウイスキーづくりを目指す姿があった。お酒は造られる土地の気候風土や食文化に根差したもので、地域性が大きな魅力を構成する。その地の固有の味わいを目指して、原料や貯蔵樽などにもこだわりながら、精力的にチャレンジしている様は熱量にあふれていた。

この10年ほどで世界の注目を集めるようになった日本のウイスキー、その評価の背景にあるのは、『日本人が、日本の地で、日本人の嗜好に合うウイスキーづくりを目指した』ことにあるだろう。スコットランドに学び、一日も早くスコッチに追いつきたいと挑戦し続けてきたのが日本のウイスキーだ。現状に満足することなく品質を磨き続けてきたことで、日本固有の味わいを深めてきた。そこには100年かけた先輩技術者たちの苦闘の歴史があった。その積

み重ねが日本のウイスキーの高評価の背景にあると信じている。

中国の蒸溜所で見えた、技術者たちの精力的にチャレンジする様に、私はかつての日本の技術開発の姿を見る思いがした。酒づくりは更なる美味を求めて常にチャレンジャーであるべきだと思う。中国のつくり手たちの食欲に挑戦し続ける姿を見ながら、はて今の日本のウイスキーづくりに、彼らの食欲さや熱量はあるのだろうか、と思わずにはいられなかった。