

2020年6月12日付のNew York Times International Editionに、「**Some Japanese whiskies aren't from Japan**（日本産のウイスキーの中には、日本で作って無いものもある）」というショッキングな見出しの記事があり、切り抜いてあった。日本酒とワインの生活に変わったが、スコットランドのウイスキー街道をドライブしながら蒸留所を訪ね歩いた事もあり、また、日本のウイスキーがバカ高くて買えない程になり最近の事情を知りたくて投稿する気になりました。New York Times の記事原文は、次の URL を訪問してください。

<https://www.nytimes.com/2020/05/29/dining/japanese-whisky.html>

< 記事の執筆者：クレイ・ライゼン >

クレイ・ライゼン氏は、ニューヨーク タイムズ社の編集者で、アメリカの歴史作家でもあり、彼の著書「テオドール・ルーズベルト」が、ニューヨークタイムズが選ぶ名著2019,に選ばれている。また、スコットランドのシングルモルトウイスキーやアメリカのバーボン等に関する著書も沢山ある。
Clay Risen, the editor at *The New York Times*, is the author of *The Crowded Hour: Theodore Roosevelt, the Rough Riders*.



< 記事に登場するウイスキー評論家：土屋 守 氏 >



日本のウイスキー評論家、作家。ウイスキーガロア (whiskygalore) 編集長、ウイスキー文化研究所代表。学習院大学文学部卒業後、FOCUS などの週刊誌記者となる。1987年から1993年までイギリス在住。イギリス文化に精通し、旅行や紅茶、ウイスキー、なかでもスコッチ・ウイスキーを中心とした著作多数。1998年ハイランド・ディスティラーズ (Highland Distillers) 社より「世界のウイスキーライター5人」の一人として選ばれる。2001年、自らを代表とするスコッチ文化研究所 (現 ウイスキー文化研究所) を設立。2014年9月から2015年3月に放送されたNHK朝の連続テレビ小説「マッサン」ではウイスキー考証として監修を務めた。

< クレイ・ライゼン氏の新聞記事の要旨 >

日本を代表するウイスキー評論家で、ウイスキーガロア編集長でウイスキー文化研究所代表でもある土屋 守氏は、日本産ウイスキーの将来に関して非常に心配している。土屋氏によると、「日本のウイスキーは、現在はよく売れているが、色々と問題がある。例えば、日本で国産と思われているウイスキーの相当量は **Made-in-Japan** ではないし、中には**ウイスキーではないアルコール飲料**もある。」と言う。**Japanese Whisky** と称している物には沢山の例があるが、それらは**バルク** (= bulk、容器無し) 売りのままで輸入したスコッチ・ウイスキーやカナダ産のウイスキーそのままだったりする。ウイスキーの英語の綴りは、「スコットランド・カナダ・日本」産には **Whisky**、アイルランド・アメリカ産やウイスキー全般には **Whiskey** が使われている。

この 10 年間の日本のウイスキーの需要は爆発的に伸びている。サントリーの「**山崎 18 年物**」は以前は棚で埃をかぶり、100\$の値札が付いていたが、今では手に入れるのが不可能な状態である。アメリカ蒸留酒協会（The Distilled Spirits Council of the United States of America）によると、アメリカ市場（＝米ドル評価）では、2018 年から 2019 年の 1 年で 50%高くなっているという。しかし、殆どのウイスキー生産国と違って、日本には、ウイスキーとは何か？どのような成分で出来ているべきか？等の決まりが殆どなく、夫々勝手にやっているのである。日本のウイスキー会社は海外からバルク（樽）で買い、日本で瓶詰をして、「**Japanese Whisky**」とラベルを貼って出荷する事が出来るし、米や麦等の穀類から**焼酎**を作って、ウイスキーとしてアメリカに輸出できるのである。問題と思われるある**蒸留会社**は、蒸留を全く行わず、ウイスキーをバルク(樽)で輸入して、別の会社に瓶詰を下請けさせているだけの会社もあるのである。

山崎 18 年物など、沢山の日本のウイスキー蒸留会社は、蒸留や瓶詰などを会社内で行っているが、製造や瓶詰について質問しても回答しない会社があり、**将来は日本のウイスキーの評価を落とす危険をはらんでいる**。土屋氏は**日本ウイスキー文化研究所**と称する助言機関を運営しており、昨年 9 月には、日本で蒸留する事、などの日本ウイスキーが守るべき一連の基本ルール案を提案してきた。そして、彼が主催する **2020 Tokyo Whisky and Spirits Competition**（東京ウイスキー・蒸留酒競技会 2020）に、このルールを順守しているウイスキーだけが“Japanese Whisky”として出品できる計画を策定し、殆どのウイスキーメーカー、全日本酒類販売店協会、全国統一規格を推進する政府公認機関などの同意を得て進めてきたが、新型コロナウイルスによる疫病の影響で、すべて棚上げ状態になっている。

現在は、「日本ウイスキーとは一体何なの～？」という、新しい議論が行われている。日本のやり方は、「規格を制定せずに、自由に個人の利益を追求させ、競争させることが社会全体の利益の増進に役立つ（**Laissez-faire regulatory approach**）」という考え方に根差しており、西洋との複雑な歴史が影響している事もある。記録に残っている日本のウイスキーとの出会いは、1853 年で、**ペリー提督**が日本を訪問して滞在中に日本の役人に 70 ガロン（約 260 リットル）のスコッチウイスキーとアメリカの蒸留酒を渡した事だった。これは日本政府（幕府か朝廷か不明）に対する素晴らしいヒットであり、このプレゼントは日米異文化の出会いのランドマークとして歴史に刻まれた。こうして「**西洋に学び、追いつき追い越す**」という考えになり、明治時代の日本は同じウイスキーの国産化に努力した。当時の日本では、蒸留酒と言えば、スコットランドやアメリカのように、麦やトモロコシで作った蒸留酒とは異なり、沢山生産しているサツマイモから作る焼酎であった。

東京を拠点にウイスキーに関する著作が多い**ライアム・マクナルティ氏**は、「初期の段階から、日本のウイスキーは日本以外の国々が認めるウイスキーとは異なるものだった。」と言っている。彼が言うのは、初めから日本人が国内で消費する為であり、輸出は考えていなかったで、他の国々の人は何も知らないし、何も気にしなかったのです。」と言っている。

最初の日本の近代ウイスキー蒸留所は山崎を含み、1920 年代以降にできたもので、彼らはスコットランドのウイスキー製造方法に学び、特に改善はせずに学んだ事を忠実に守り、高品質のウイスキーを作り、日本製ウイスキーはスコッチ・ウイスキーの品質を維持していた。特に、第二次大戦後の日本では、冷蔵庫は一般には普及しておらず、旅行先や仕事の後ですぐに飲める酒を求めており、ウイスキーが好まれました。

日本政府は、1989 年（平成元年）になって、初めて正式に国産ウイスキーの定義を導入しました。しかし、それまでに業界は数社の大企業で占められていて、彼らはそれまでの緩いルールを維持する事を希望して変える事に反対でした。

ウイスキー・ライジング（＝Whisky Rising: ジャパニーズ・ウイスキーと蒸留所ガイド決定版, 2016）の著者、ステファン・ヴァン・エイケン（Stefan Van Eycken）氏は、「規格・ルールを制定しない状態は、主要な生産者にとって利益になっている筈です。もし不利だったら、ルールはもっと早く制定されていた筈です」と、述べている。

国内及び国際市場での日本のウイスキーに対する関心は、2000 年代の初めに高まり、その後 15 年で響や山崎のようなプレミアムブランド商品への評論家の評価は雪だるま式に上昇しました。しかし、蒸留企業は需要に応えるだけの製造能力が無く、代表的な企業も新規参入企業もウイスキーを海外から買い始めました。日本のウイスキー産業界はグローバルな商品と情報の

動きに鈍感で、どの蒸留所が外国からウイスキーを買っているかすら知らなかったのです。スコットランドとカナダのウイスキーの日本向け輸出が急激に伸びているのに、その状況に気づく人はおらず、また、日本でスコットランドやカナダのウイスキーが急に売れ始めた訳でもないで気づかなかったのです。それらは、**日本で消費せずに、Japanese Whiskyとして瓶詰してラベルを貼って輸出している事を暗に意味しているが、気づかなかった。**（本当かな～？）

ニューヨークのマンハッタンでウイスキーバーを経営している**フラヴィエン・デソブリン氏**（Fravien Desoblin）は、日本のある蒸留会社は、それらのウイスキーを Japanese Whisky と表示せず、国産ウイスキーと海外から購入したウイスキーのブレンドである事を意味する**“World Blend”**と表示して販売している。これは嘘ではないかもしれないが、デソブリン氏は、「これは、極初期のステップであり次第に改善されるだろう、我々は、何と表現しようが、日本から来たウイスキーに敬意を払って買うのだから、正直な事を言ってほしい。」と言っている。

土屋氏の提案は、今後進んでいこう。彼らは、蒸留者に対して、

- ①麦芽汁 mash には穀類だけを使用すること、
- ②発酵には yeast(酵母)を使用すること(焼酎は異なる)、
- ③日本国内で蒸留すること、そして、
- ④少なくとも 2 年は木製樽で熟成させることを要求している。

熟成期間に関しては、スコットランドのように 3 年ではなくて 2 年を要求している。その理由は、日本はスコットランドより気温が高く、ウイスキーの熟成が早いからだと説明している。また、日本のウイスキー大企業は土屋氏の要求を理解している。

しかし、ステファン・ヴァン・エイケン氏は、日本の生産者は本当に、パンとバターに相当する重要な命の糧である彼らの Japanese Whisky がこれまで思われていた味のものではない、と説明したいのだろうか？私を疑い深い奴と思う方はどうぞ、お構いなく、しかし、ビジネスの観点からは、非常に説明しにくいだろう。

土屋氏の指摘と提案は正しい、しかし、生産者が彼の提案を拒絶し、新しいルールに適合しないウイスキーのファンも生まれており、新しいルールのウイスキーを拒否する事もあり得るね～？鹿児島県の嘉之助蒸溜所（KANOSUKE DISTILLERY <https://kanosuke.com/>）の Yoshitsugu Komasa 氏は、「結論づけるには、ウイスキー業界か消費者か、どちらを優先すべきか？議論が必要と思う。これらのルールが採用されなかったら、事態は更に悪化するだろう。」と言っている。

< サントリーワールドウイスキー碧 >

		<p>アイルランド、スコットランド、アメリカ、カナダ、日本以上主要な5種類のウイスキーをブレンドした、サントリーのワールドウイスキー碧</p>
		

