

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 25 号 2015 年 1 月 25 日

【制度変更】

ウイスキーブレンダーという仕事

— 未来に備えて原酒を創りだす

今、ウイスキーの売れ行きが絶好調です。ウイスキーハイボールのヒットでユーザーの裾野が広がり、同時にジャパニーズウイスキーが世界トップクラスの品質と評価されるようになったところに、連続テレビドラマ「マッサン」が放送されて人気が発爆しました。

売れ行き好調は喜ばしいことですが、長期間の熟成が必要なウイスキーの増産は容易ではありません。昨年、ウイスキー市場を牽引するサントリーは世界の中長期的な需要増を見据えて、白州蒸溜所で蒸溜釜を増設、モルト原酒の生産力を 3 割増強しました。その前年には山崎蒸溜所でも同様の設備投資をしています。増産にはこうしたハード面での投資に加えて、どのような原酒をどれだけ準備するのかを設計するブレンダーの未来を予測する力が欠かせません。

今回はサントリー名誉チーフブレンダーの興水精一氏に、ウイスキー原酒の製造設計と新しい味わいのウイスキーの開発についてお話を伺いました。興水氏は 1998 年から 15 年間「サントリーウイスキーの品質を決める最終評価者」であるチーフブレンダーとして活躍、昨秋の退任後は講演や執筆活動を精力的に進めていらっしゃいます。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）

E メール：yamada@sakebunka.co.jp

人と社会にとってよい酒のあり方を考える 酒文化研究所

ウイスキーブレンダーの2つの仕事

―― ひとことで言うと、ブレンダーとはどんな仕事なのでしょうか？

興水 大きく分けて2つの種類の仕事があります。ひとつはいろいろなタイプのウイスキー原酒をブレンドして新しい味わいを生み出して商品化していく設計管理者の仕事です。もうひとつは今現在ある製品の品質を保持しながらブレンドを実際に進めていくための原酒の選択をしていく仕事。そして両方に関わるのですが、ブレンドをする前の段階、つまり原酒の管理や計画もブレンダーの重要な任務です。

―― 原酒の管理とは具体的にはどういうことでしょうか？

興水 たとえば、今年『サントリー角瓶』を何万ケース出荷するという計画を立てるとします。そのために必要な今年の前酒の種類、量を算出します。そして来年、再来年とずっとつくり続けるための需要予測に基づき来年使用する分の前酒の種類と量、再来年使用する分とそれぞれ考え、さらに遠い将来のために今年どんな前酒をどれくらい蒸溜して熟成に回すかを考える。雲をつかむようなことを決めていくことまでが入ります。



―― 来年のことでも不透明な時代にそんな長期のことまで考えるわけですね。

興水 ブレンダーをしていると商品が売れなくては困りますが、予定以上に売れることもなかなか難しい問題です。ひとつのブランドの予定量を急に増やすということは、そのために特定の原酒の在庫が想定よりも減ることを意味します。無理をするとその時は対応できても、翌年以降に様々な商品のブレンドに影響が出る可能性がある。各ブランドのレシピは原酒の在庫を見ながら毎年計画を立てますが、5年後、10年後も考えながらの前酒計画なのです。長期にわたって安定した品質で数量を確保できるようにすることが重要です。

―― かなり複雑な要因が絡んできて気が遠くなりそうです。

興水 今はパソコンを使えますので、原酒のタイプごとの貯酒データの管理などアウトラインは把握しやすくなりました。しかし、いざ実際に生産計画を検討していきまると、往々にして何かが足りないということが多いです。そこで、Aの原酒が足りない場合にはBの原酒で対応できるかとか、その結果は他の商品に影響が出ないかなど微調整をして全体として大丈夫かどうかを判断するわけです。

最終的にそういう感覚に自信を持てるかが、ブレンダーとしての力量なのでしょう。会社の意思決定をする役員にも「まあなんとかなるだろう」としか説明のしようがありません

ん。「興水が言うのだから、大丈夫なのだろう」と信用してもらうしかないです。実際に本当に理解できるのは、当社でもチーフブレンダーとマスターブレンダーしかいないと思います。サントリーで代々トップマネジメントにマスターブレンダーがいるのはそういう意味もあるのだと思います。

新しい味づくりに欠かせない「変わり者の原酒」

―― すでにある商品のブレンドはどのように見直しを考慮のですか。

興水 まずは頭の中のイメージブレンドで可能性を絞り込んだうえで、テストブレンドを繰り返して決めていきます。ただし、あまり凝り固まった仕事をしていると新しいことはできません。時々はありませんこと、使ったことのない素材を使ってみるのも大切です。よく言うのですが、できのよい原酒ばかりを混ぜても必ずしもよいブレンドウイスキーにはならないのです。変わり者の原酒もブレンドにはとても重要で、それが貴重な素材になることが多いです。だから、原酒を仕込む段階ではさまざまなチャレンジをしています。

―― 変わり者の原酒で代表的なものにはどんなものがありますか？

興水 『響』で有名になったミズナラ樽の原酒ですね。実はミズナラを使った樽は1940年代から使っていました。きっかけは外国から樽材が自由に調達できなくてやむなく国産の樽材でということだったようです。最初の頃は特に価値のある原酒になるという見込みも評価もありませんでした。しかし、そのミズナラの樽を2回、3回と貯蔵に使ううちに癖が抜けて、“和”的な独特のよい香りがでてきました。そのことが実際に世間から評価されるのは1989年に新発売した『響17年』からです。ミズナラ樽原酒がとても重要な香味成分になったので、樽の評価も見直され、それまでは単に和樽と呼んでいましたが、このころからミズナラ樽と区分して呼ぶようになりました。これは当社の財産です。

―― 日本独自の樽材というものは、他にもあるのですが。

興水 詳しくお話することはできませんが、他にもいろいろな樽材を試験的に使っています。商品の特徴になったものとしては、『膳』のキィになった杉樽なんかもあります。杉樽も独特な“和”的な香りがでて、このコンセプトは今のハイボールでおいしい『トリス』にも生きています。トリスハイボールの爽快感のキィは杉樽貯蔵の原酒です。

―― スコットランドでもいろいろ新しい試みはされているのでしょうか。最後にシェリー樽に詰めて香りをつけるシェリー樽フィニッシュという言葉は最近よく聞きます。

興水 樽熟成に関する取組は我々の方が進んでいると思います。サントリーはグループにワインのシャトーラグランジュ、ブランデーのロワイエなどがあるので、樽についての知見が豊富で、蒸溜したてのニューポットを貯蔵する段階から新しい試みをしてきました。スコットランドの蒸溜所は伝統的な自社の味わいを守ることがより重要で、新しいチャレンジは後工程が中心、今はシェリー樽フィニッシュが流行っています。しかし、最初に樽に詰める段階から取り組むのとフィニッシュからの取り組みでは幅の広がりがあります。

そもそもスコットランドにはたくさんの蒸溜所があり、ブレンドウイスキーをつく

る場合は、そのたくさんの蒸溜所から多様なモルトウイスキーを集めます。日本の場合には基本的に自前のモルトですから、自社で多様な原酒をつくる必要があります。山崎や白州のポットスチルの形状がさまざまなのはそのためです。

「頼れる相手がいなくなる」 チーフブレンダーの重圧

―― 入社されてからブレンダーになるまではどのようなキャリアをたどったのですか。確か、ご出身は白州蒸溜所のある山梨県とか。

興水 ええ、ちょうど白州蒸溜所ができあがったころ 1973 年に入社しました。最初は多摩川工場でブレンダーの指示に従ってブレンドをする仕事に 3 年ほど携わり、山崎にある研究所に移って 9 年間基礎研究に携わりました。そのときに樽の研究も行ったことは、後にブレンダーになってからすごく生きてきました。その後、山崎蒸溜所に移り品質管理、貯蔵、バッティング、ブレンドの仕事をして 1991 年にブレンダー室に異動しまして、1998 年にチーフブレンダーに就任しました。

―― 異動された時、どんな心境でしたか。

興水 立場が大きく変わって最初は戸惑いました。生産現場ではブレンダーの指示に基づいてウイスキーをつくる仕事をするわけですが、ブレンダー室はその指示を出す側、全商品の品質を決める立場で大きな責任を感じました。さらにチーフブレンダーになったときは、頼れる相手がいなくなるので、その重圧は大変なものでした。決定をするたびにこれでいいのだろうかと思悩む日々でした。

―― ウイスキーづくりでサントリーがこだわるのはどんなことでしょうか

興水 原酒は、熟成のピークを迎えるまで樽でじっくり貯蔵して、必要な量だけ取り出して、ブレンドしてから後熟させます。この後熟というのは、さまざまな原酒をブレンドした後に味わいをなじませるといふか、香味成分が安定するように一定期間貯蔵する期間で、サントリーではこれを重視しています。

―― ひとたびレシピが決まれば後は、順調に製品化されるのですか。

興水 レシピ通りにブレンドしても一回で味が決まるものでもありません。同タイプの原酒でも樽によって個性が違うので、同じ味になるようにブレンドした後で最終調整を行うことも多いです。特に 12 年以上熟成している原酒になるとほとんど 1 樽ずつ違う味わいになっています。『響』や『山崎』『白州』クラスになるとレシピ通りで同じ味になるということはほとんどありません。別の樽の原酒を少し加えるなど微調整が必要となります。

3 年連続ディスティラー・オブ・ザ・イヤー受賞の秘密

―― ところでロンドンで行われている ISC（インターナショナル・スピリッツ・チャレンジ）で昨年は 3 年連続 4 回目のディスティラー・オブ・ザ・イヤーを受賞されました。これはどのような賞なのでしょう？

興水 ISC は主要なウイスキー会社が必ず参加している世界で一番権威のある蒸留酒のコ

ンテストです。審査員は世界のウイスキー会社のマスターブレンダー、チーフブレンダーというクラスがつとめています。すべてブラインドテイスティングで商品カテゴリー毎に、トロフィー、金賞、銀賞、銅賞が選ばれます。ディスティラー・オブ・ザ・イヤーは個別の商品ではなくて、高品質で多彩な製品を生み出したメーカー（ディスティラー）の中から1社に贈られる極めて榮譽ある賞です。2012年から連続して受賞できたのですが、今回は、最高位のトロフィーの数だけで比べるとウィリアムグラント社に負けていました。無理かなと半分あきらめていましたので発表のときは大変驚きました。評価の詳細はよくわかりませんが、出品している全商品の評価をあわせてのものと言われているので、会社にとっては一番名譽ある表彰です。

―― そんなすごい賞を3年連続で受賞できた秘密はどこにあるとお考えですか

興水 長年積み重ねてきた技術がベースですが、2004年から審査員に加わって世界のマスターブレンダー・チーフブレンダー10数名と一緒にジャッジをするようになった経験も大きかったと思います。ブラインド審査ですが、あとで各審査員が審査結果について商品ごとにコメントを述べます。だから、ディアジオやペルノーといった世界有数のウイスキー会社のマスターブレンダーの品質に対する考え方が理解できるのです。2004年以降に当社



から発売していったスーパープレミアムウイスキーは、最低でもこの審査で金賞にかなうものということ、ひとつの目標にしています。消費者を見ていないと怒られるかもしれませんが、スーパープレミアムという少量で限定された商品ですからこのような指標で考えてよいと思っています。そんなことも高評価につながったのではないのでしょうか。

―― 審査員をされていて、何か感じられたことはありますか

興水 台湾や南アフリカなどウイスキー新興国のレベルアップですね。10年前はまだまだという感じのウイスキーがほとんどでしたが、最近はとてもよくなってきています。日本もうかうかしてられません。

―― 今後は名誉チーフブレンダーということですが、どういうことをされるのですか。

興水 相変わらず山崎蒸溜所には毎日出勤しています。これからは、ウイスキーづくりについてのセミナーや講演会など、主に飲み手のみなさんとの交流をしていくことになると思います。ブレンダーという仕事は、なかなかその本質を理解してもらにくい仕事ですから、ブレンダーやブレンドについてお話する機会もあればと思っています。いろんな場面でお世話になった方々のバーなどにも出かけていきたいですね。

―― その時はぜひ一緒させてください。本日はどうもありがとうございました。

（於：サントリーワールドヘッドクォーターズ 聞き手：酒文化研究所代表 狩野卓也） ■