

日本ではじめてウイスキーをつくったサントリーの創業者 鳥井信治郎翁の事績を訪ねて

〈取材協力〉 サントリーホールディングス株式会社

京都と大阪の間、桂川、宇治川、木津川が合流して淀川と名前を変えるその畔に、山崎というところがある。山に囲まれ、濃い霧が立ち込め、ミネラル分を含む良質の水が湧き出している。それがウイスキーづくりにとってこの上ない条件をつくっているという。1923（大正12）年、鳥井信治郎翁（1879-1962）はこの地においてウイスキー工場の建設に着手した。ミネラル分を含む温水を、粉碎した麦芽に注いで発酵させ、もろみをつくり、蒸溜してアルコール濃度を高め、それを樽に詰め、熟成させる。何年も熟成させてできた原酒をブレンドすることで、ウイスキーが誕生する。ウイスキー工場の建設には莫大な資金が必要だったが、その上に商品化まで途方もない時間がかかった。最初のウイスキー「白札」が誕生したのは工場の建設から6年後、14年後の「角瓶」によってようやく世の中に受け入れられ、空前の売上げを記録した「オールド」の発売は工場建設から27年後のことだった。スコットランドで生まれたウイスキーという西洋の酒を日本でつくり、世界中に広めた鳥井信治郎翁の人と仕事を、いくつかの評伝を参考にしながらまとめた。

■ 丁稚奉公から起業まで

鳥井信治郎は1879（明治12）年、現在の大阪市中央区釣鐘町で父・鳥井忠兵衛と母・こまの間に生まれた。上に兄1人、姉2人がいて、4人兄弟の末っ子だった。父・忠兵衛は銭両替商だったが、信治郎が小学生の頃、米穀商に商い替えをしている。

信治郎は利発で負けん気の強い子だった。8歳で小学校に入学。ずば抜けた成績

で飛び級して小学校を3年で終え、11歳で大阪市立大阪商業学校へ入学した。しかし、商いを覚えるには学問をするよりも奉



現在の山崎蒸溜所

公に出たほうがよい、と言う父・忠兵衛に従って、13歳で道修町の薬種問屋、小西儀助商店に奉公に出た。

伊集院静の小説『琥珀の夢』によると、小西儀助商店当主の2代目小西儀助は、商売が行き詰まっていた初代儀助を助けてこの店を立て直した人で、熱心に薬を開発し、薬のほか、舶来のブランデーやウイスキーも取り扱った。葡萄酒やビールの製造も手掛け、「赤門印」という葡萄酒を製造販売していた。2代目小西儀助は、毎夜夜なべして、薬の調合実験や葡萄酒づくりに打ち込み、その夜なべ仕事を信治郎に手伝わせたという。

信治郎は、その後、絵具・染料の問屋、小西勘之助商店で3年間の丁稚奉公を務めた後、1899（明治32）年、20歳で独立。大阪市西区靱中通に「鳥井商店」という小さな店を出した。葡萄酒や缶詰類を取り扱う店で、主な顧客は西区川口町の外国人居留地の中国人商人で、日清戦争後の対支貿易拡大に乗って売上げが伸び、店は少しずつ大きくなった。

■赤玉ポートワインの開発

外国人居留地に、セレース商会というスペイン人の洋酒輸入商がいた。その夫人が、小西儀助商店の近くの和紙問屋「荻野」の娘で、顔見知りだったことから、信治郎はセレースと懇意になり、セレース商会を通じてスペインから樽で葡萄酒を輸入し、

国内で瓶に詰め替えて販売した。

しかし、本場の甘くない葡萄酒は、当時の日本人には不評で、輸入葡萄酒はさっぱり売

れなかった。そこで信治郎は、1906（明治39）年、甘味を加え「向獅子印」と名付けた葡萄酒を発売。同時に店の名を「寿屋洋酒店」と改めた。向獅子印葡萄酒は大阪ではかなりの評判になったが、当時の葡萄酒のトップシェアは東京の神谷伝兵衛が製造する「蜂印香竄葡萄酒」が握っていて、「向獅子印」は「蜂印」に遠く及ばなかった。

さらに調合を工夫して、1907（明治40）年にあらためて世に出したのが「赤玉ポートワイン」である。「赤玉」は「赤い太陽」の連想からつけた名前で、価格は1瓶38銭。「蜂印」よりも高く設定した。「赤玉」は徐々に蜂印との差を縮め、杉森久英著『美酒一代』によると、大正の終わりには「蜂印」を抜いて市場のトップシェアを占めるようになったという。

■広告宣伝への注力

信治郎は、広告宣伝が商いに果たす役割



鳥井信治郎翁肖像

の大きさに着目し、その利用方法をたえず研究した。たくさんの商品広告が載っている外国雑誌「サンデー・イヴニング・ポスト」を取り寄せて研究したほか、小売店に向けて出荷する「赤玉」の箱の中にハガキを入れ、それを送り返すと割戻金や景品がもらえる「^{かいかんつうち}開函通知」という制度をはじめ、小売店主や店員の関心を引きつけた。

図案家の井上^{もくだ}木^{もくだ}や、文筆家で森永ミルクキャラメル^{もくだ}の宣伝部長だった片岡敏郎ら広告の専門家を高給で雇い入れた。「広告については、たとえ社長でも干渉を許さない」という条件付きだったという。彼等は「赤玉ポートワイン」のホーローの看板を2万枚製作し、サイドカー付きのオートバイに乗った社員が赤玉宣伝班として全国の小売店に配って回り、店の軒先にかけてさせた。さらに、宝塚少女歌劇団に倣って赤玉宣伝劇団を編成。東京有楽座で旗揚げ興行し、その後全国を回って興行し、「赤玉」の販売店主や愛飲者を招待した。

井上と片岡らは、さらに世間をアッと驚かせるポスターを制作した。赤玉宣伝劇団



山崎蒸溜所ウイスキー記念館の赤玉ポートワインのポスター

のプリマドンナ、松島栄美子をモデルに、肩と胸元をはだけた女性が「赤玉」のグラスを

持つ図案で、このポスターはドイツの世界ポスター品評会で1等に入選。「赤玉」の名前と商品力を全国津々浦々にまで浸透させた。

■「赤玉」に続く商品群

第一次大戦後、世間は不況の時代に入ったが、信治郎は主力商品の「赤玉」の周辺に、次々と新商品を打ち出した。愛煙家用の歯磨き「スモカ」「トリスソース」「ウイスタン（ウイスキー炭酸）」、後に「オラガビール」と改称する「新カスケードビール」「トリスカレー」、濃縮リンゴジュース「コーリン」…などなど。

寿屋の経営基盤はこれらによって盤石のものとなりつつあったが、信治郎はその先にウイスキーの国産化を見据えていた。

この当時の寿屋は株式会社になっていたが、信治郎がこの目標を株主と社員に打ち明けると、「ウイスキーの醸造は本場のスコットランド以外ではすべて失敗している。ものになるかどうかわからん事業に、赤玉が築いた寿屋の全財産をかけることはできません」と、役員も社員も全員が反対した。東洋製缶社長の高碓達之助やイカリソース社長の木村幸次郎ら、信頼を寄せていた経営者仲間も、信治郎の計画を無謀だと諫めた。だが、「わしには赤玉という米のメシがある。儲かっても儲からんでも、わしはウイスキーに金を注ぎ込む。自分の仕事が大きくなるか小さいままで終わる

か、やってみんことにはわかりまへんやろ」, 信治郎は自分を諫めようとする人たちに, そう言ったといわれる。

■ウイスキー国産化計画

信治郎は, ロンドンに赴任する三井物産の中村幸助に, ウイスキーの醸造技術師の招聘を依頼した。中村からの要請に応じて醸造学の権威, ムーア博士が「日本に行ってもいい」と言ってくれたが, 博士はその後, あらためて「スコットランドでウイスキーづくりを学んだ日本人がいる。彼にアプローチしてみたらどうか, もちろん何かあったら自分が相談に乗る」と言ってきた。その日本人が竹鶴政孝だった。信治郎は博士のために用意していた年俸4000円をそのまま竹鶴に提供し, 竹鶴を山崎ウイスキー工場の初代工場長に任命した。

1923 (大正12) 年, 山崎でウイスキー工場の建設に着工。翌年完成し, ウイスキー製造がはじまった。水と大麦を原料に, それらを仕込み, 発酵させ, 蒸溜し, 何年もの間熟成し, こうしてつくり上げた原酒をブレンドして, ウイスキーが誕生した。

信治郎は, 最初のウイスキーを「サントリー」と名付けた。「サン」は赤玉ポートワインの「赤玉」と同じ太陽の意味。その下に自分の名前「鳥井」をつけたものである。最初の製品, 「サントリーウイスキー白札」が発売されたのは, 山崎工場の着工から6年を経過した1929 (昭和4) 年のこ



建設当初の山崎工場麦芽乾燥室

とであった。

しかし, 本場のウイスキーの味をめざした「白札」はあまり売れなかった。翌年に発売された「赤札」も同じだった。ウイスキーの不振をカバーするために, 信治郎は1932 (昭和7) 年, 好調ではあったが本業からかけ離れた「スモカ歯磨き」の事業を売却。1934 (昭和9) 年には「オラガビール」の事業を売却した。その一方で, 新潟県の川上善兵衛の経営する岩の原葡萄園を支援するとともに大阪府南河内郡道明寺に葡萄酒と果汁の専門工場を建設して「赤玉」の原料供給と製造体制を強化した。

「サントリーウイスキー」が多くの人から「うまい」と評価され, 市場に受け入れられたのは, 山崎工場建設から14



サントリーウイスキーの広告



ウイスキーの貯蔵庫

年後の1937（昭和12）年の「角瓶」からである。1940（昭和15）年には「オールド」が誕生したが、戦時下ということで販売を許されなかった。

1945（昭和20）年、日本中を焼き尽くした空襲によって、寿屋の本社も大阪工場も消失。山崎のウイスキー工場と熟成中の大量のウイスキーの樽だけが奇跡的に残った。

このウイスキーを大量に消費したのは、日本を占領下に置いた米軍の将兵たちだった。1950（昭和25）年には、開発から10年を経た「オールド」が発売された。「オールド」はやがて高度成長期を代表するウイスキーとなり、1980（昭和55）年には100万ケース（1億3000万本）以上を出荷。海外にも輸出され、「寿屋」から「サントリー」へと名前を変えたこの会社の売上げの半分を占めた。

■トリスを飲んでハワイへ行こう

信治郎にはクニ夫人との間に、吉太郎、



「トリスを飲んでハワイへ行こう」のポスター

敬三、道夫という3人の子があった。信治郎は長男の吉太郎を自分の後継者として育て、吉太郎は副社長を務めていたが、「サントリーオールド」製造直前の1940（昭和15）年（発売は1950年）に31歳で急逝し、信治郎を悲嘆のどん底に突き落とした。吉太郎より11歳年下で、母方の親戚の佐治姓を名乗っていた弟の敬三が1945（昭和20）年に寿屋に入社。1949（昭和24）年には専務となった。

この佐治敬三の下で、芥川賞作家の開高健、直木賞作家の山口瞳、イラストレーターの柳原良平らが活躍した。庶民向けの2級ウイスキー「トリス」が開発され、東京池袋と大阪梅田新道のお初天神前からはじまったトリスバーが全国に広がり、3人の企画で「トリスを飲んでハワイへ行こう」というキャンペーンが展開された。また、3人が、全国のトリスバー、サントリーバーを支援するために発行した「洋酒天国」というPR誌は、戦後の洋酒ブームを盛り上げ、その発行部数は20万部を超えた。

佐治敬三はさらに、信治郎がいったん断念したビール事業の再興をめざした。「ビールをやろうと思う」と意見を求めた敬三に、信治郎はひと言「やってみなはれ」と言ったという。

1961（昭和36）年、信治郎は寿屋の社長職を敬三に譲り、翌1962（昭和37）年、風邪をこじらせて83歳の生涯を閉じた。

■陰徳あれば陽報あり

山口瞳は『やってみなはれ・みとくんなはれ』の中で、信治郎の子供の頃のエピソードを紹介している。天満の天神さんに参るために母のこまと一緒に天神橋を渡ったときのことである。橋の両側に乞食が並んでいて、金を投げ与えられた乞食は大仰な身振りでお礼を言ったが、その様子を振り

返って見ることを母のこまは決して許さなかった。振り返って見ようとするのは、乞食のお礼の言葉を確認しようとするからで、それでは善行ではなくなってしまうからだ、と信治郎は語っている。そんなエピソードとともに信治郎は「陰徳あれば陽報あり」ということを説いた。

その言葉どおり、信治郎は、寿屋が苦境にあるときも神社仏閣への寄進を怠らなかった。大学の教授に推薦してもらった学生に、誰からともわからないようにして学資を贈ったりもした。晩年には、クニ夫人と寿屋の名前からとった「邦寿会」（後の社会福祉法人邦寿会）を設立し、全国の旧官国幣社と寿屋の本社・支店・出張所・工場がある地域の社寺に、年末になると必ず寿屋の製品を届けたという。

※本稿の執筆に当たって次の資料を参考にしました。伊集院静著『琥珀の夢・小説鳥井信治郎』上下（新潮文庫，2020）／杉森久英著『美酒一代・鳥井信治郎伝』（新潮文庫，1986）／山口瞳・開高健著『やってみなはれ・みとくんなはれ』（新潮文庫，2003）

取材・執筆 山口 幸正（やまぐち ゆきまさ）

《プロフィール》

外資系食品製造業人事部勤務の後、産業教材出版業勤務。全国提案実績調査を担当し、改善提案教育誌を創刊。1985年に独立し創意社を設立、『絵で見る創意くふう事典』『提案制度の現状と今後の動向』『提案力を10倍アップする発想法演習』『提案審査表彰基準集』『改善審査表彰基準集』『オフィス改善事例集』などの独自教材を編集出版。40年にわたって企業・団体の改善活動を取材。現在はフリーライター。

●創意社ホームページ <http://www.souisha.com> 「仕事の事典」をネット公開中