偉大な先人に学ぶ日本ビジネス道（第14回）

『マッサン』のモデル、ニッカ・竹鶴政孝の秘訣

2017.07.28



日本国内のウイスキー消費量は、1983年をピークに減少の一途をたどっていましたが、2008年に上昇に転じました。以降、ウイスキー人気が続いています。その一因となったのはウイスキーをソーダで割ったハイボールがブームとなったこと。ウイスキーの愛飲者が急増しています。

消費だけでなく、国内のウイスキー生産も注目を集めています。日本で生産されたウイスキーは海外での評価も高く、世界的に権威のあるワールド・ウィスキー・アワード（WWA
）やインターナショナル・スピリッツ・チャレンジ（ISC）では、数多くの国産ウイスキーが受賞しています。

今では当たり前になった日本国内のウイスキー生産。その生みの親と呼ばれているのがニッカウヰスキーの創業者、竹鶴政孝（1894～1979）です。2014年後期のNHK連続テレビ小説「マッサン」の主人公・亀山政春のモデルとなった経営者です。

政孝が成功した秘訣の1つは品質へのこだわりです。「もうかるより味を褒めてもらうほうがうれしい」というほど品質第一主義の経営者でした。現在の高品質な国産ウイスキーの原点に、政孝の徹底したこだわりがありました。

政孝は高校を卒業して大阪市の摂津酒造に入社すると、本場スコットランドで2年間ウイスキー造りを学びます。当時日本で造られていたのは、欧米のウイスキーをまねた模造ウイスキー。一応ウイスキーという名が付いていますが、外国製の酒精アルコールに砂糖や香辛料を加えた、ウイスキーもどきのアルコール飲料です。

「イミテーションのウイスキーではなく、日本で本格派のウイスキーを造りたい」との思いから、政孝はウイスキーの製造工程を熱心に学んでいきます。ウイスキー用の蒸留釜（ポットスチル）の内部構造を調べるため、専門の職人でさえ嫌がる釜の掃除を買って出ます。現地の技術者が根負けし、門外不出の扱いになっていた技術も夜間にひっそり明かされたといいます。

理想の国産ウイスキー造りに情熱を傾ける

… 続きを読む