関西 Kansai Economy 経済

Tuesday 火曜 水曜 木曜

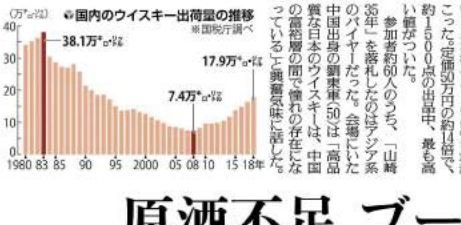
ビジネス潮流 Business Stream

過熱 国産ウイスキー 上

次回は23日に掲載します

原酒不足 ブーム正念場

国産ウイスキーが売れに売れている。原酒不足となって供給が追いつかなくなり、販売休止に追い込まれた商品も相次いでいる。だが、市場に出すには熟成のための時間が必要で、簡単には供給量を増やせない。せっかくの好機を逃すまいと苦心する大手メーカーの対応策を追った。



高評価

「680万円」。5月31日、東京都内で開かれた国産ウイスキーのオークション会場内に、サントリーホールディングスの「山崎35年」の落札価格がアナウンスされると、どよめきが起こった。定価50万円の約13倍で、約1500点の出品中、最も高い値がついた。

参加者約60人のうち、「山崎35年」を落札したのはアジア系のバイヤーだった。会場にいた中国出身の劉東東（50）は「高品質な日本のウイスキーは、中国の富裕層の間で憧れの存在になっている」と興奮気味に話した。

ブレンド、輸入…代替工夫

主な国産ウイスキーブランドと販売休止商品

企業	サントリーホールディングス	アサヒグループホールディングス（ニッカウヰスキー）	キリンホールディングス
ブランド	響 山崎 白州 知多	余市 竹鶴 宮城峡	富士山麓
販売休止商品（休止年）	白州12年、響17年（2018年） 白角（19年）	竹鶴12年（14年） 余市、宮城峡の熟成年数を表記した商品（15年）	富士山麓18年（15年） 富士山麓 樽熟原酒50°（18年）

日本のウイスキーブームを正念場にまで押し上げたのは、ブレンドと輸入による代替工夫だ。

ウイスキーの国内市場は、焼酎ブームなどに押され、1983年をピークに長らく低迷していた。しかし、大手各社が炭酸で割る「ハイボール」の普及にウイスキーの「竹鶴25年」が世界最高賞に選出された。

高まる評価を受けて、中国からの訪日客による「爆買い」の対象にもなっている。フリーマーケットアプリを通じた高値での転売も増えている。

予測できず

ウイスキーの国内市場は、焼酎ブームなどに押され、1983年をピークに長らく低迷していた。しかし、大手各社が炭酸で割る「ハイボール」の普及にウイスキーの「竹鶴25年」が世界最高賞に選出された。

高まる評価を受けて、中国からの訪日客による「爆買い」の対象にもなっている。フリーマーケットアプリを通じた高値での転売も増えている。

予測できず

ウイスキーの国内市場は、焼酎ブームなどに押され、1983年をピークに長らく低迷していた。しかし、大手各社が炭酸で割る「ハイボール」の普及に力を入れた結果、若者にもウイスキーが身近な存在になり、需要は回復に転じた。出荷量は2008年の7・4万ケースから17・9万ケースまで増加して右肩上がりの状況が続く。

一方で、大手を悩ませるのが原酒不足だ。サントリーの「響」「白州」、ニッカの「竹鶴」「余市」、キリンの「富士山麓」の数年、各社の看板ブランドから10年、17年といった年代モノのみはじめとする人気商品が、相次いで店頭から姿を消している。需要の低迷期に仕込んだ原酒は絶対量が少なく、使い尽くしそうになったからだ。

ウイスキー文化研究所代表の土屋守（65）は「冬の時代が長かっただけに、現在の人気を予測できなかった」と同情する。

新機軸

設備を増設したとしても、熟成を経て年代モノとして出荷できるまでには10年以上かかる。このため各社は、新機軸の商品や、輸入ウイスキーのRTSなどで消費者をつなぎ留めようと知恵を絞っている。

サントリーは今年4月、新商品「碧AO（あお）」を発売した。5大産地とされるアイルランド、スコットランド、米国、カナダ、日本の原酒をブレンドした。「ジムビーム」で知られる米ビームを14年に約1・6兆円を投じて買収し、5大産地すべてに自社の生産拠点を保有する強みを生かした。国内の原酒不足を海外の豊富な生産力で補う「苦肉の策」（別のメーカーの担当者）にも映る。

ブレンドする場合は通常、同じ産地内の原酒を使う。素材や製法が異なる産地を超えた多種類ものブレンドは異例の試みだ。開発を担当した本山峰之（43）は、「納得いく味わいが出るまで100回以上の試作を繰り返した」と振り返る。

6月2日、大阪市内で開かれた、ウイスキーフェスティバル」で、「碧AO」が大勢の愛好家にお披露目された。ウイスキー好きで知られ、わざわざ東京から足を運んだ作家の樺沢紫苑（53）は、「産地が違う原酒の風味をうまくまとめている。国産らしさも感じさせる」と仕上がりに納得していた。

長期の熟成が不要なジンにも力を入れる。サントリーは、17年に桜やユズなど国産素材を配合したジン「ROKU」を投入した。

ニッカは、手頃な価格の「ブラックニッカ」で、熟成期間が1年以内の原酒も使って供給量を確保する。「年代モノは購入層が限られる。褐色をなくしたい」（広報）との狙いもある。キリンは生産量が多くも、日本でも知名度の高いスコットランドの「ホワイトホース」「ジョニーウォーカー」などの輸入ウイスキーの宣伝を強化している。

増産急ぐ

品薄状態の抜本的な解消に向けて、生産設備の増強も急ピッチで進めている。

サントリーは、白州蒸溜所（山梨県北杜市）と貯蔵施設「近江エージングセラー」（滋賀県東近江市）に約180億円を投資し、20年末に原酒の貯蔵能力を現在の1・2倍に高める。ニッカも15～17年に宮城峡蒸溜所（仙台市）、余市蒸溜所（北海道余市町）に約60億円を投じて生産設備を増設。18年の原酒生産量を15年比で1・8倍に増やした。キリンも、富士御殿場蒸溜所（静岡県御殿場市）に約80億円を費やし、73年の開設以来、初めて増産に踏み切る。

増産体制が整うまで人気を維持できるか。各社の試行錯誤は、当分続きそうだ。（敬称略）

100年の歴史 今も息づく

日本のウイスキー造りの原点は1923年に遡る。サントリー創業者の鳥井信治郎氏が、スコットランドで醸造を学んだ竹鶴政孝氏（後のニッカウヰスキー創業者）を技術者に迎え入れたのが始まりだ。

鳥井氏は1899年、大阪市で鳥井商店（後の寿屋）を起こし、ブドウ酒に甘味料や香料を混ぜた「赤玉ポートワイン」をヒットさせた。その資金を元手に、大阪府島本町に山崎蒸溜所を建設。竹鶴氏とウイスキー製造に乗り出す。

だが、1929年に発売した国産初のウイスキー「白札」は「煙臭い」などと不評で、鳥井氏と竹鶴氏はともとを分かつ。竹鶴氏はウイスキー造りに適した土地を求めスコットランドに似た風土の北海道余市町にたどり着き、34年に蒸溜所を設けた。

日本人の味覚に合うウイスキーを追求した鳥井氏は37年に「角瓶」をヒットさせた。竹鶴氏も本場に負けない本格的な風味の「ニッカ」ブランドを完成させた。2014～15年放映のNHK連続テレビ小説「マッサン」の主人公は竹鶴氏がモデルとなり、国内ウイスキー市場の復調に大きく貢献した。

ニッカウヰスキーは現在、アサヒビールなどと共に、アサヒグループホールディングスの事業子会社となっている。

わがまち輝業

筒状靴下 足にフィット

樋口メリヤス工業（大阪府枚方市）

「つつした」を手にする樋口メリヤス工業の中江優子社長（大阪府枚方市で）

「つつした」は1足864円（税込み）から。ネット通販のほか、高島屋大阪店や阪神百貨店梅田本店などでも販売している。社員は中江氏を含めて5人。

かかとの部分がない筒状の靴下「つつした」が人気だ。履く前は真っすぐで平らだが、伸縮性の強い糸で編み上げており、足にぴったりとフィットする。

1933年設立の靴下メーカーで、中江優子社長（51）は創業者の孫にあたる。会社を継いだ父を見て育ち、大学卒業後、「家業に思い入れはなかったが、仕方なしに」入社したという。

当時は、下請けで量販店向けの靴下を作っていたが、2000年代以降、安価な中国製に押され、経営が悪化した。さらに、取引先とのトラブルで突如、年商を上回る借金を抱えた。

心労で倒れた父に代わって社長になった夫は一借金を返すだけが人生ではない」と廃業を主張したが、中江氏は反対した。当時、2人の息子は小学生。「好きではない家業だが、あきらめない姿を見せたかった」。離婚し、06年に社長となった。

借金を返すため工場を売り、少量の靴下をオーダーメイドで作る業態に転換した。消費者と直接、向き合う中で「かかとの部分が余る」「ゴムでかゆくなる」などの不満が聞こえてきた。「お客さんからではなく、取引先だけを見ていた」と痛感し、自社製品の開発に乗り出した。

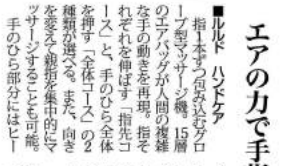
そんな時、女性のストッキングをヒントに作ったのが「つつした」だった。かかとがなくつま先までの長さは子差し別で、足に合わせて靴下の形状を変える逆転の発想から生まれた。内側にはウールなどの天然素材を使って肌触りをよくした。17年の発売後、評判が広がった。海外展開も視野に入れており、中江氏は「『つつした』を世界標準にしていく」と意気込む。

2人の息子は大学生になった。「父の姿を歩んでほしい」と何も言わなかったが、最近、卒業後に入社するつもりだと聞かされた。「必死に走り続けてきて、何かが伝わったのかも」とうれしそうに話した。

広告

①商品番号 ②価格（消費税込・送料別） ③サイズ

■ルルド ハンドケア
エアの力で手指マッサージ



指1本ずつ包み込むようなローブ型マッサージ機。15層のエアバッグが人間の複雑な手の動きを再現。指先コース」と、手のひら全体を押す「全体コース」の2種類が選べる。まだ、向きを変えて親指を集中的にマッサージすることも可能。手のひら部分にはヒーター機能搭載。家事や細かい作業で酷使した手や指を揉みほぐし、より心地よく疲れを癒やす。自動オフ機能付き。AC/アダプター付属、消費電力約12ワット。コード長さ約2メートル。医療機器認証番号229AABZX00099A01。①4023②1万800円③縦18・5×横17・厚さ10センチ、重量約700グラム

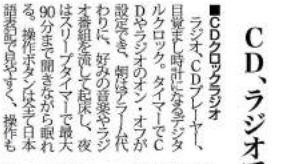
■お医者さんの。円座クッション
腰の負担を優しく緩和

低反発素材を使用、腰やお尻にかかる負担を軽減、長時間でもお尻が痛くなりにくいクッション。骨盤やお尻の形に合わせて変形する素材が体圧を分散。坐骨周辺に力が集中せず、お尻が気になる方にも優しい座り心地。たっぷりの厚みが着座時の痛みも和らげる。

サラリとした感触の綿・麻素材と、暖かな綿・ポリエステル素材、季節に合わせ表裏を使い分けられる。カバー洗濯可。お得な2個組み1万2285円税込。

①60143②5400円③直径40・厚さ9センチ

■CDクロックラジオ
CD、ラジオで目覚まし



ラジオ、CDプレーヤー、目覚まし時計になるデジタルクロック。タイマーでCDやラジオのオン・オフが設定でき、朝はアラーム代わりに、好みの音楽やラジオ番組を流しながら眠れる。90分まで聞きながら眠れるスリープタイマーで最大16・7時間。重量約1・08キロ（電池含まず）。コード長さ1・7メートル。※時計バックアップ用単4乾電池2本は別売り

しやすい。ラジオはデジタルチューニング、FMワイドバンド対応。AM・FM各20局プリセット。ACアダプター付属。イヤホン端子付き。

①4017③8424円③縦75×横23・5×奥行き16・7センチ、重量約1・08キロ。

丈夫な帆布 収納も機能的
■ヘスティチオン A4鞄型ショルダーバッグ
丈夫な国産帆布を使用、A4サイズが入る縦型バッグ。雑誌や折り畳み傘を立てて収納でき、出し入れもすい。カブセの下に小子付きのオープンポケット、中には豊富な小物ポケット付きで、小物を整理しながら収納でき、機能的に使える。

鞄の街、兵庫県豊岡市、老舗メーカーの熟練職人が手がけた安心の品質。ベージュ、オリーブ×ブラックの2タイプ用意。

①10665②1万800円③縦31×横24・厚さ10センチ、重量約530グラム。ショルダーベルト／74～127センチ（調節不可）

読売ダイレクト 大手町モール
企画番号 SM0504
▼お電話でのご注文 ①商品番号 ②価格（消費税込・送料別） ③サイズ
0120-76-3777 年中無休
※おかけ間違いのないよう、お願いいたします。
●受付時間 午前9時～午後8時（土・日・祝日も受け付けております）
ご注文の際は「企画番号 SM0504」と「商品番号」をお伝えください。
●広告有効期限 2019年7月17日（水）
▼インターネットからのご注文は
大手町モール 検索
https://yom.sc/
その他の商品も販売中！
●お支払い方法 ①代金引換（商品本体価格の税金を加えたものです。）②クレジットカード（ビザ、カード会社、カード番号、有効期限を伝えて下さいと、ご請求はご本人名義のものに限ります。）③ご注文後、ゆうちょ銀行口座（郵貯銀行）、銀行口座（振込）、郵便局（ゆうちょ）のいずれかの口座宛ご発行（4日以内にご入金）をお支払いください。後払い決済のための審査等、情報提供のために第3SDPSに氏名・住所・購入金額・購入金額等を提供します。決済額本体は税抜価格4,000円（税込）です。スコア算出いの詳細は、URLまたは「https://www.scoring.jp/service/estimate/」
●配送 ご注文1回につき、お電話でのご注文は配送料324円（税込）が要かかります。②クレジットカード支払、カード会社、カード番号、有効期限を伝えて下さいと、ご請求はご本人名義のものに限ります。③ご注文後、ゆうちょ銀行口座（郵貯銀行）、銀行口座（振込）、郵便局（ゆうちょ）のいずれかの口座宛ご発行（4日以内にご入金）をお支払いください。後払い決済のための審査等、情報提供のために第3SDPSに氏名・住所・購入金額・購入金額等を提供します。ご注文後の住所は外へのお送りを妨げられる場合はお伝えください。万一、品切れの場合はご容赦ください。
●個人情報 お客様の個人情報は、商品の発送および問合せのために使用、審査した情報は第三者へ開示することはありません。開示請求の送付先は第三者への開示・提供はありません。（個人情報保護方針への詳細はHTTP://www.yomiuri-ad.co.jp/privacy/まで）個人情報に関する問い合わせ：読売ダイレクト事務局（読売エージェンシー内）
読売ダイレクト事務局（株式会社読売エージェンシー内）TEL0271 東京都千代田区富士見1-2-11 TEL03-5265-6874 ご注文のお受け TEL0120-76-3777