



# UNALTERED

FOR MEMBERS OF THE SCOTCH MALT WHISKY SOCIETY

感性と感覚 + 蒸留所訪問記 +  
ウイスキーの歴史探訪 + パートナーインタビュー

ISSUE NO.

42



THE SCOTCH MALT  
WHISKY SOCIETY

ESTD THE VAULTS, LEITH, SCOTLAND

# 感性と感覚

ソサエティのシングルカスク、シングルモルトの複雑性を理解するのに最も適した時間は一日のうちでいつなのだろうか？ テイスティングパネラーを率いるアンガス・マクライドは、それは評価するために飲むのか、楽しみのために飲むかによって変わると語る。

もしあなたがマラソンをしたり丘を登ったり、あるいはもっと日常的な洗濯をしたり、もしくはこの種の記事を読むことを求められた場合、それを実行する時間帯によっても取り組む姿勢や意欲は明らかに変わる。私たちの精神的・肉体的な力とスタミナは日常生活の自然なリズムとサイクルによって変化するので自然とそれに合わせようとする。

アロマとフレーバーを的確に感じ表現する我々の嗅覚についても同じことが言える。ではこの感覚的な能力が一日の内にどう変化するのか定説はあるのだろうか？

多くのウイスキー専門家は朝から正午までの間が最も敏感に感じ取れると考えている。

パネラー、ブレンダー、ライター、蒸留所に勤める人々、バイヤー、誰に聞いてもプロフェッショナルな判断はこの時間帯に行うと言う。

## 高感度

ウイスキーライターのチャーリー・マクレーンのやり方はさらに簡潔だ。「午前 10 時頃からのランチまで胃は空の状態。もっとも私は朝食として数杯のコーヒーは飲むが、それもよくないという人もいる。ともかくこの時間帯がベストだ。午後になると仮に昼食を食べてないとしても感覚は

「食べたり飲んだりしないほうが、舌はフレーバーを感じやすい」とドーン・デービス。

鈍くなる。


一日のなかで嗅覚が鈍ってゆくというのは科学的にも記録されている。2017 年に学術誌「Chemical Senses」では一日の時間帯と嗅覚の影響を調べ、午前中がより感覚が優れていることを確認した。

マスターオブワインでありスペシャリティ・ドリンクス（ロンドンの有名酒販店）のバイヤーであるドーン・デービスも同様に「コーヒーや食事の前の午前中がベスト」とし、「食べたり飲んだりしないほうが、舌はフレーバーを感じやすい。これは体を動かして筋肉がだんだん疲れてくると同じことだと思っている」。

ドーンは午後にテイスティングを行うこともあるが、今一つ自信がない時は午前中に再度行うという。ワインとウイスキーの違いはあってもやり方は変わらない。

「ただし、スピリッツはアルコール度数が高いので舌が早く疲れてしまう」。「午前中にテイスティングをやっても舌が疲れてしまったら、それを受け入れるしかない」。





記憶をよみがえらせる的確な表現をしていなければ、テイस्टングの最も重要な側面である「伝える」ということが失われてしまう。



上：朝のテイスティングを好むドーン

## 正しい雰囲気

食べ物や飲み物についての解説は容易に理解できる。しかし、疲労や心理状態、熟睡、ストレスといった精神面がテイスティングに与える影響については見過ごされがちである。

チャーリー・マクレーンによると「サンプルが机の上にあっても、気分が乗らない時や、執筆や事務作業等に追われている雰囲気の際はテイスティングをしない」、「テイスティングを行う際は他の全ての案件を心の中から追い出さなければならぬ。集中し専念して行わなければならない」。

見えてきたのは、適した時間帯に正しい雰囲気です。常に変わらぬ習慣として行えば、効率的で質の高いテイスティングが可能となるということである。ブレンディング・ルームが清潔で隔離された空間（外部の香りを遮断するだけでなく、照明も色調もニュートラルで静かで気を散らされることが無い）である理由もここにある。嗅覚だけでなく精神面でも集中できる場所である。

香りや味によって様々な記憶がよみがえる。我々がどんなにスピリッツの細部にまでこだわっても、記憶をよみがえらせる的確な表現をしていなければ、テイスティングの最も重要な側面である「伝える」ということが失われてしまう。

理想的なテイスティングの時間帯と環境、中断せずに集中してされることのない環境があっても、不幸や悩みといったストレスを抱えていると、知覚が鈍るだけでなく記憶も鈍り連想力や明確さにも影響する。

## 疲労

最近我々がテイスティングセッションを行う際には、これらの側面を念頭にプロセスを見直した。

午後2時までに開始して、テイスティングするサンプルは1ダース以下。より厳格で統一したプロセスで行う事により、官能評価はより正確で一貫性のあるものとなった。

我々が「感覚面の疲労」よりもしばしば直面する問題は「表現面の疲労」である。ソサエティがその舌で確認してあふれんばかりの芸術的な表現を生み出してきたのは良く知られている。同じような熟成年数で同じような若いバーボン樽のサンプルが多数あった場合でも、それぞれの特徴を捉え、多様な表現を見出すことは挑戦であり、テイスティングセッション中だけの作業とは限らない。

自宅に帰った後に同じものを再度テイスティングして、コメントが完成することもしばしばある。

## 研究室から現実へ

スピリッツをプロフェッショナルとして評価する方法に関して、ほとんど議論がされない側面が、その方法とソサエティ会員による普段自宅のモルトウイスキーの楽しみ方がどれだけかけ離れているのかという点である。これらの高価なウイスキーは食事の前後や夜遅い時間に大事に飲まれるのが普通だ。隔離されたラボや、作家の机、バイヤーのオフィスで飲まれるのとは大きく異なる。

下：一貫性を保つことがテイスティングのカギ



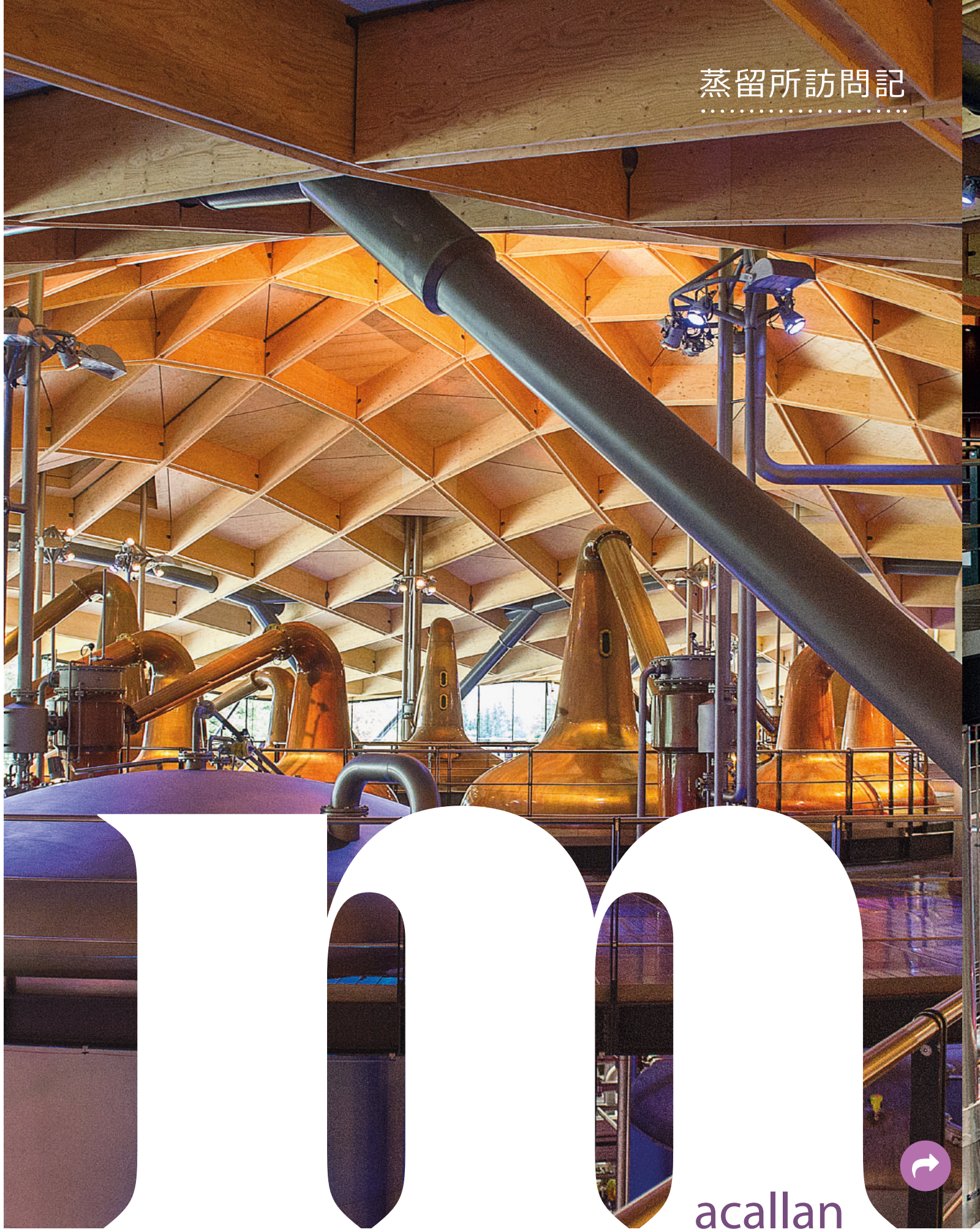
ドーン・デービスによると、「我々の評価方法にはたぶん多くの正しくない点もあると思う。客観的でなければならぬし、「どのお客様のために？」と考えると個人的な好みが入ってしまう」。

「ともかく、我々は何らかの形で評価しなくてはならず、昼間の清潔な光の中で見ているとそうしたくなる」。

我々の嗅覚の特性ゆえにプロフェッショナルの人々は同じような時間帯に同じような環境で評価を行っている。しかしこれは商品を製造・選択する人と消費する人は異なる方法で商品を経験しているということなのだろうか？




上：香りに集中しているチャーリー・マクレーン

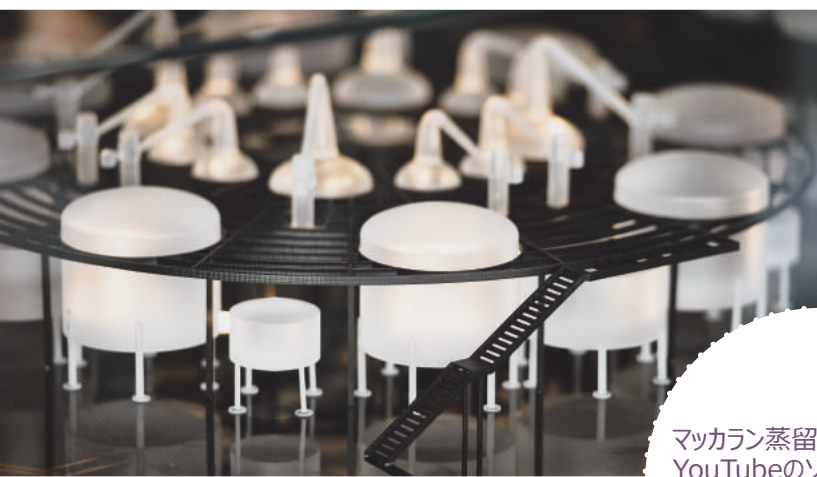


acallan





蒸留所の拡大への志、そしてウイスキー業界全体における将来性について述べる時、近年新たに規模を拡大してオープンしたマッカラン蒸留所においてそれを見る事が出来る。彼らは1億4千万ポンドをかけ、6年を費やし、36基のスチルを有し、年間1千5百万リットルの生産能力を誇る新たな蒸留所を建設した。ロジャース・スターク・ハーバー+パートナーズ社の著名な建築家グラハム・スタークの素晴らしいビジョンにより、このウイスキーをこよなく愛する愛好家と同じくらい建築に造詣が深い人々をも魅了する建物が完成した。新たな蒸留所は正面の中央にビジターセンターを設置、初年度には前年の15,000名の倍を見込んでいる。ここでは他のどことも違った体験が出来る。Unfilteredはスペースイドにあるイースターエルキーハウスを訪ねその歴史に敬意を払う。



マッカラン蒸留所の訪問記は  
YouTubeのソサエティシルバ  
ースクリーンでもご覧いただけ  
ます。





**蒸留所インフォメーション**

創業：1824年  
所有者：エドリントングループ  
スチル：36基（24スピリッツ、12ウォッシュ）  
生産容量：年間1千5百万リットル  
コンデンサー：シェル&チューブ  
ビジターセンターの予約はこちら：  
[www.themacallan.com](http://www.themacallan.com)



写真：ピーター・サンドグラウンド

# 気の荒い ならず者

スコットランドのローランドは他のスパイサイド、アイラ、キャンベルタウン、ハイランド、アイランズに比べると影の薄い存在であった。だが近年の新たなベンチャー蒸留所、既存蒸留所の改修、閉鎖蒸留所の復活などにより大きく変わろうとしている。トム・ブルースガーディンがこの復活劇についてレポートする。

タータンチェック、ヘザー、霧の湖が織りなすハイランドの魅力は尽きない。ロマン主義作家として著名なサー・ウォルター・スコットによる「山と湖の国」はビクトリア朝の人々を魅了し、少なかつた観光客を大幅に増加させる要因となった。

19世紀半ば、在位中のビクトリア女王は毎年夏にバルモラルへの巡礼を行い、ここでは民は熱心に彼女の言葉に耳を傾けた。彼らはユスリカ（羽虫）の大軍を避けるために駆け足でローランドを通り抜け、絶え間なく続く雨の中、ピットロクリーからポートルーを結ぶハイランドの境界にただれ込んだ。

しかし今日では、フォートウィリアムにあるまるで「フォルティータワーズ」のように気味の悪い汚い映画館でさえ8月には満杯

になるのである。

この地域は初めてスコットランドを訪れた多くの観光客にウイスキーの味を教え、のちには初期のブレンデッドスコッチのマーケティングに資することになった。広告にはキルトを着たスコットランド人やバグパイパー、時には山や渓谷を背景に酔っ払ったスコットランド人の漫画が使われた。まず、グレンリベットを愛してやまない連中がスパイサイドにある後期ビクトリア朝期の蒸留所のブームを作った。それは南西へと広がり、「ウイスキーの首都」キャンベルタウンへ、そして刺激的なことで有名なアイラのウイスキーが待ち受けていた。

### 見過ごされた地域

ブームの広がりから外れたローランドは観光客からも注目されることもなく、ウイスキーに関する多くの書籍ではこの地域にあるグレンキンチーとオーヘントツジャンの2蒸留所だけが本文ではなく参考資料として記載されていた。オーヘントツジャンは軽めの3回蒸留で知られ、グレンキンチーは1988年にUDV（現在のディアジオ社）が発売した6種の「クラシックモルト」のローランドを代表するモルトとして取り上げられた。このシリーズは同社による初のシングルモルトへの本格的な参入であり、多くのウイスキードリンカーにウイスキーの地区という概念を知らしめた。もちろん、純粋に品質に基づいて選ばれるのならばローズバンクが入るはずだったが、「ローランドモルトのキング」と呼ばれたローズバンクの所有者は排水処理施設の改良のための200万ポンドもの請求書を抱えていた。よどんだフォース&クライド運河の傍に建つ蒸留所は「バラの花が咲き誇っている」わけではなかった。

当時ローズバンクのあったフォルカークは静かな街に過ぎなかったが、イースト・ロージアン農作地にあったライバルのグレンキンチーは2人の庭師を抱え、素晴らしい景観の敷地とボーリング・グリーンを誇っていた。

景観の差は比べようもなかったが、グレン



「スコットランド南方のエリアは  
アメリカの中西部のようだ。人  
々はここを通り過ぎてグラス  
ゴーやエジンバラへと行く。」



上：ハウウィックにあるボーダーズ  
蒸留所の共同経営者、ジョン・  
フォアダイス氏

キンチーがクラシックモルトとしてのポジションを固めた一方でローズバンクは1993年に閉鎖された。

グレンキンチーはスコットランドのウイスキー生産地を旅するブレンデッドリンカーにとっての入門モルトとして販売された。イアン・マクロード蒸留所のMDであるレオナルド・ラッセルはローランドウイスキーが時折「女性用のモルト」と呼ばれたことを覚えている。エジンバラやグラスゴーの上流婦人たちが小指を立てて飲むような感じだろうか。

ウイスキーライターのマイケル・ジャクソンは「もし神様がいたら、ローズバンクをもう一度復活させてくれるだろう」と言ったが、彼は神様をよく知っていたに違いない。なぜなら彼は2007年に亡くなったが、100万分の1程度の確率しかなかったローズバンク蒸留所の復活を予言したのだ。昨



一度のチャンスだ。」

R&B蒸留所の創始者のひとりアラスター・デイ氏はローズバンク蒸留所が閉鎖に至った理由の一つはその名前がスコットランドっぽくなかったことにあったと語る。なお、R&B社の名前はRaasay and the Bordersに由来する。Raasayはスカイ島の東にあるラッセイ島でそこにある新しい蒸留所では既に蒸留が始まっている。the Bordersは同社の歴史からくる自負の表れであり、それは同社のブランドであるTweeddale（訳者注：スペイサイドのシングルカスクとローランドのシングルグレインのブレンドデッド）や新発売のグレインウイスキーGrain of Truthによっても表現されている。「私にとってウイスキーとBordersは切り離せない」とアラスター

下：ローランドにあるグレンキンチー蒸留所

上：ウイスキーテイストをするR&Bの共同経営者アラスター・デイ氏

は言う、「私の曾祖父は1820年に設立された酒販免許のある食料品店で働いていた。店はコールドストリームに免税倉庫を持ってビールを醸造し、食料品店を営み、ウイスキーのブレンドも行っていた」。町はツイード川を挟んでイングランドに面していたが、ヒースの生い茂った山岳地帯からも遠くはなかった。初期のウイスキーのラベルには常にハイランドブレンドと記されていた。

## 低い評価

ローランド地方は偉大なヘイグ・スタインといった蒸留名家のおかげで商業的なウイスキー製造の発祥地となったが、ウイスキーの評価は高くなかった。

ロバート・バーンズが「最も低質の酒であり、低所得者のためのものである」と評したことは有名だが、イーニマス・マクドナルドによる「ウイスキー」ではひどい評価が下されている。彼はスタイン社が所有するキルバーギーとケネットパンの大きくてフラットな底のタイプのスチルから作られた酒は「最も品の無い荒い酒を好む人しか受けつけない」、「女性用のモルトどころかロケット燃料だ」。

スタイン社がフラットな底のスチルを使う理由は酒税法にあり、ハイランドとは事情が違うことは付け加えなければ不公平だろう。さらには彼らウイスキーマフィアの販売先の多くの部分が当時ロンドンで大流行していたジンの再蒸留用のアルコールとしてであり、ニートで飲まれることは想定していなかったことも事実である。ジェームス・スタインがスコットランドからイングランドへ

## 「もし神様がいたら、ローズバンクはもう一度復活するだろう」

故マイケル・ジャクソン

年の10月、イアン・マクロード蒸留所は跡地をスコティッシュキャナル社から、商標と貴重な現存する樽をディアジオ社から購入し、この蒸留所の復活させる計画を発表した。「これは私たちにとって非常にエキサイティングなプロジェクトです」とレオナルド・ラッセルは当時語っている。「ローランドの象徴的な蒸留所と典型的なシングルモルトをよみがえらせることは一生に



の輸出を本格的に開始した1777年には2000ガロンを売り上げた。しかしその後10年の間にイングランドのジン蒸留業者と農家を保護するために酒税法が改定されたことにより、スタイン社の市場は崩壊した。行き場を失った同社のロースピリッツが叩き売られて洪水のようにローランドにあふれ出したことは想像に難くない。他方、多くのハイランド産ウイスキーが北から密輸され、柔らかい味わいゆえ高い価格で取引された。もっとも酒税を払わずに取引されたので「甘み」は十分あった。

## 苦難の終焉

弊誌が最後にボーダーズをレポートした2009年まで話を進めよう。当時我々は「砂漠の中のオアシス」と表現した。比較的広いエリア（ほぼ1800平方マイルを網羅）であり、豊富なウイスキーの原料（水、麦芽）を誇っていたがそれでもまだボーダーズのポットスティルをUFOを見るような気持で眺めていた。アラスター・デイによると17年間の間で操業している蒸留所はたった3か所であった。1837年に閉鎖となったケルソーの蒸留所の後地には生協の建物が建って

下：ビクトリア朝も面影を残すボーダーズ蒸留所

## 「別の場所で17位になるより新しい場所で1位になる方が良い」。

ジョン・フォアダイス

いる。しかし、ボーダーズの苦難の日々は終わろうとしている。「3月6日に我々の最初の一滴が出てくる、本当にうれしい」とハウウィックにあるボーダーズ蒸留所のジョン・フォアダイス氏。スコットランドでもっとも内陸のこの土地はカシミアとツイードで有名であり、これらがスチルの不足を補うものであると感じている。「1770年から1970年代までスコティッシュボーダーの圧倒的な富の源は織物であった」。多くの製糸工場が廃業したものの、繊維産業が高級品を中心に回復しはじめており、ハウウィックには熟練職人が温存されていた。この事はジョンと彼の共同創設者にとっても魅力的な点であった。

ウィリアムグラント&サンズ社を辞めた4人でスリースチルズ社を立ち上げ、一千万ポンドを出資してハウウィック電力会社の本拠地であった美しいビクトリア王朝風の工場を蒸留所に改装した。適切な立地、豊富な水と穀物へのアクセス、そして地元の人々に温かく受け入れられたこと、そして最も大きな理由はボーダーズ、ここに蒸留所がなかったことだ。ジョンは「他の場所で17位になるよりは、新しい場所で1位になるべきだ」と述べている。

年間2万人を超える集客目標のビジターセンター、カフェやショップ等12もの雇用を創生し、やがては19まで増える見込みだ。同時に2015年に開業したボーダーズ鉄道によって地域の外部への扉も開かれようとしており、鉄道はガラシールズまで来ている。十分な政策と資金により、近い将来はハウウィックまで延伸されるかもしれない。そうなれば、1965年の大幅な鉄道事業のリストラの誤りが正される。

「スコットランド南部のエリアはアメリカの中西部と似たところがある」とジョン。「人々は何かがあれば車でグラスゴーやエジンバラへと行く」。しかしここはマンチェスターとニューカッスルに近い事が人々の考え方を変わると信じている。「我々はマンチェスターとニューカッスルの北隣りだ」。「スコット





上：年間2万人を目指すポーターズ蒸留所のビジターセンター

ランド独立に関する国民投票の時、ラジオニューカッスルのDJは、我々はスコットランドに属するべきだ。そうすれば我々は裕福な南部になるかもしれないと訴えた」。ジョーディーズにとってポーターズは単に湖水地方だと言うだけでなく、美しく混雑していない場所である。

ポーターズ蒸留所ではジョンが次のように説明している「スチルの形や大きさからアームの角度まで、すべてがより軽くよりエステル香をとらえやすくなっており、我々は最終的なスピリッツをより鮮やかでアロマティックでフルーティーな香り高いものにしたいと望んでいる」。ローランドのウイスキーだが、「プロセスのどこにおいてもローランド蒸留所を企図して作っているところは無い。私個人の見解はローランドはととても興味深い集合体であり、この地域ならではのスタイルを見出すことは困難である。オーヘントツジャンは過激にスタイルの違うウイスキーを生み出している。また、エアシャーのアイラベイ、ブラッドノックの変革、デイヴィッド・トムソンがアナンデルでやっている事、どれも全

て異なっている」。

## ポーターズの向こう側

ファイフ郡で起こっていることを全て述べることは別の機会に譲るが、簡単に説明すると、この郡でのウイスキー製造の復活は2005年に許認可がおりた自給自足（農場兼蒸留所）の小さなダフトミルからスタートした。それ以来エデンミル、インチダーリン、キングスバーン、リンドーズ・アビー、そしてパースシャーの南部の境界を越えたところのアベラージ蒸留所が加わった。グラスゴーとエジンバラの都市蒸留所の新たな波を加えると、ローランドが10年も経過しないうちに目覚ましい成長をあげたのは明らかだ。今後出版されるウイスキー本においてはこの地域に新たな草を与えなければならないだろう。ハイランドの境界線の南側のすべてを一つだけのエリアとして絞る事や、明確な地域としてのウイスキーのスタイルを当てはめる事には問題がある。グレンキンチーの繊細で草っぽいキャラクターがローランドを代表するものとされたこともあったが、台座に並んだクラシックモルトは過去のものとなった。新世代の蒸留

者は過去の定義にとらわれる事なく新たに独自の路線を積極的に追い求めている。それでも確かにジョン・フォアダイスが言う、よりフルーティーなエステル香で終わる香りへの傾向はある。結論付けることはできないものの、極端にマッチョなモルトから対極の繊細で控えめに向けて振り子が大きく振られるとしたら、ローランドに恩恵を与えるだろう。

## ブラッドノックの復活

19世紀初頭、ダンフリース・ガロウェイ州の地でブラッドノック蒸留所は創業した。長い間紆余曲折があったものの現在はより良い形へと変貌している。1817年にジョン&トーマス・マクレランドによって創業されたウィグタウンの外れに位置するこの美しい蒸留所は、まるで養子に出されるまでの望まれなかった子供のように育てられた。1992年にユナイテッドディスティラーズが所有権を持つまでに7回所有者が変わっており、そのわずか2年後にリン・アームストロングとレイモンド・アームストロングの兄弟によって買収され閉鎖された。ブラッドノックのマスターディスティラーであるイアン・マクミランによると、アームストロング兄弟は元々蒸留所を住宅に改築

するつもりで購入したが、規定によって出来ない事が判明した。

そこで彼らはやむを得ず蒸留を始め不定期でウイスキー製造を行ったが2014年に破産した。

「荒れ放題でした」とイアンは言う。彼は2015年にブラドノックを買ったオーストラリアの起業家デイヴィッド・プライヤーから蒸留所を任された。「スチルは危険なほど薄く、マッシュタンは大きくひび割れ、ウォッシュバックは腐っており、そのほとんどを処分しなければならなかった」。長い間投資が全くされなかったブラドノックは、やっと金と愛情を持ったオーナーに巡り合い、ふさわしい扱いを受けることができた。2017年に輝く4基のスチルに火が入り、イアンがシーバス社より取得したものを含め1980年代までのカスクを貯蔵している。「私はニューメイクから草っぽさと柑橘系、アマニ油の香りがするブラドノックのスタイルを維持していきたいと思う」と説明する。「しかしながら少しドライ感が強いと感じていたので、少し甘味を加え、ほんの少し重厚感をプラスしたいと思った」。仕込み水はアイラ島とマル島の蒸留所マネージャーであった時から使っている一番ピート香を感じる水。「水のおかげで美しいダーク、ゴールデンブラウンカラーになる」。ブラドノックは年に5週間だけピーテッドモルトを製造するが、これは元々のスタイルであるかなりスモーキーな味わいを引き継いでいる。1960年代にキルンを使用しなくなるまでは地元のドライなモルトが使用されていた。

## 荒々しい酒の再来

アナンデール蒸留所はソルウェーファース

下：ブラドノック蒸留責任者のイアン・マクミン氏は甘さと重厚さを加えたいと語る



# 7

## ローランドの蒸留所

アイラベイ  
アナンデール  
オーヘントツジャン  
ブラドノック  
ボーダーズ  
グレンキンチー  
ローズバンク



の河口からわずかに東へ70マイル、イングランドの境界から石を投げれば届きそうな所に位置する。「この蒸留所はスコットランド最初の蒸留所とも言えるし、最後の蒸留所とも言える。それはどっちに向けて車を走らせているかによるが」とゼネラルマネージャーのデイヴィッド・アストン・ハイド氏。1924年にジョン・ウオーカー & サンズ社が売却したが蒸留1918年に停止されていた。89年後にあたる2007年にデイヴィッド・トムソン教授が買うまでの間、この蒸留所の復活を期待するものはいなかった。ブライアン・タウンゼントの閉鎖された蒸留所のガイドブック「Scotch Missed」でアナンデールの記事を読んだ彼の妻テレサの熱意により種がまかれ、その後ジム・スワンの援助を経て2014年にアナンデール蒸留所はついに再開の時を迎えた。

この年188樽を詰め、2018年には20樽がボトリング、半分はノンピーテッドのシングルモルト「Man O'Words」、半分はピーテッドの「Man O'Sword」。「我々はこの地でピートに囲まれ、地元で切り出されている」とデイヴィットは説明する。オリジ



上：アナンデールの味わいはピートの中にフルーティーさを感じると語るデイヴィッド・アストン・ハイド氏

ナルのアナンデールはかなりスモーキーであったと思っている。「Man O'Sword」は45ppmある。「それでいながら根底にはフルーツのニュアンスもあり、オイリーなピート感が口中を覆う事はない」。一方でラビー・バーンズの提案で「Rascally Liquor」というニューメイクもボトリングしている。

ウイスキーを飲む人の中にはクラシックモルトを一通りストレートで飲む人もいれば、モルトの多様性を探究する寛容さを持ち合わせる人も。広く「ローランド」と定義されているものも今では多種多様だ。同じようにローランドの景色もまた驚くほど美しく多様だ。ビクトリア時代の人々が皮肉にもスコットランドを「山と水害の地」といったのはボーダーズを指しているのだろうが、目に霧のかかった彼らが気付いてくれれば良かったのだが。

1. 1970年代にイギリスでテレビ放映された元モンティパイソンメンバーのジョン・クラッセとコニー・ブースがイギリスサウスコーストのホテルを舞台にしたコメディ番組。
2. それぞれエジンバラとグラスゴーの地
3. リチャード・ビーヒング博士の報告書「英国の鉄道の再整形」（スペインサイド鉄道の閉鎖）によって監督された英国の鉄道網の大幅な縮小。

# SMWS PARTNER BAR



上 お客様にウイスキーの楽しみ方を教えるのが好きだと語るバーマネージャーの小林渉氏

## whisky house Vision

whisky house Visionは東京で24年間もの間ウイスキー愛好家たちの舌を潤わせた。今回はオーナーの小林信秀氏とバーマネージャーの小林渉氏に話を聞いた。

### バーコンセプトはどこから生まれた？

NK: 20歳の時に出したウイスキーのお店です。創業当時、東京はモルトウイスキーにとって曙の時代のように感じます。特に東京から少しはなれた場所で100種類以上そろっているお店は10軒もなかった時代でした。当時はどのようにウイスキーの味わいをお客様に伝えていくのか苦労していました。その中で、どんな高額のウイスキーでも上代1000円というコンセプトを掲げてそれを24年間守っています。その長い積み重ねによって、当店がシングルモルトをリーズナブルで提供できる信頼されるお店として成功した背景があります。

### ウイスキーへの情熱はどこからきたのか。

NK: 創業当時、「ウイスキー」という飲み物でしかなかった時代に、シングルモルトウイスキーは誰でも違い分かるウイスキーであることが、知的欲求という観点で、お客様に喜ばれるだろうと感じました。そして実際に、一人一人ファンを作っていくことが非常に楽しかったです。

### お店のデザインコンセプトは？

NK: 24年間に同ビル内で移転、リニューアルを実施しておりますが、「ウイスキー自体がデザインである」とは変えていません。現在700アイテム程が四方に囲まれた空間でウイスキー好きの方にご好評を頂いております。

### コレクションについて教えてください。

NK: 実はコレクションは重視していません。創業から10年目にいよいよオールドボトルの取り扱いを止めました。お店をオープンした時代は90年代でしたので80年代に蒸留されたウイスキーが主流で、提供していた味わいの品質が良くなかったシングルモルトが時代と共にどん

どん味わいが良くなっていくのを感じました。

また、私は何十年前にも開封され、味わいが無くなっているウイスキーを多く見てきました。そのため、基本的にはお客様に提供しているウイスキーは「開封してから1年以内」というコンセプトを決めています。これは地味なことなのですが、非常に大切なことだと思っています。

### ソサエティボトルの品揃えは？

WK: 当初は48本からスタートしており、現在、100本近くのボトルがあります。

### ソサエティのパートナーバーであることは何を意味しておりますでしょうか？

WK: ソサエティのパートナーバーになったことで常連様から好意的なご意見を頂いたのと同時に、ソサエティを知らないお客様にソサエティの素晴らしさを伝えていきます。フレーバープロファイルが分かりやすく、ソサエティしか飲まない方も増えてきました。近隣のモルトバーからもウイスキーについて問い合わせが増え、ソサエティを通じて横のつながりができたことも大きなことだと思います。NK: 自分のバーテンダー人生と日本支部は同じように歩んできたように感じます。このタイミングでパートナーバーになることは、新しい形でこれからも取り組みができることはうれしく感じます。

### ソサエティボトルの印象は？

WK: ソサエティはこれからウイスキーを知っていく若い人たちが、飲む事が多い印象です。Codeやボトルタイトル、そしてオフィシャルにはないユニークな味わいの発見など通常のボトルとは異なった楽しみ方ができます。

### 現在の東京のウイスキーシーンとは？

WK: イベントが多く開催されており、飲み比べる機会が多く、ストレートで飲み比べをする方も多し。当店は上代制限があるので若い方のご来店が多く、ソサエティの多くのバリエーションは好意的に感じて頂いている。

NK: 昔と比べるとスタイルよりも知識寄りのドリンクカーが増えるように感じます。原酒不足の背景もあり良いウイスキーを探すのに苦労しています。その点、これからはカルチャーやスタイルの飲み方を重要視したいと思っています。その中でソサエティが提唱するフレーバーの好み、タイトルからインスピレーションを得てオーダーするスタイルは昔のスタイルと親和性はあると感じています。どのようにウイスキーを“かっこよく”飲んでいくかを追求していきます。

### 今後の目標は？

WK: ウイスキー専門店としての品揃えとして、スタンダードからボトラーズまで幅広くどんなお客様が来ても対応できるようにしています。また、現在のウイスキーという情報発信の場としてあり続けたいと思っています。●

whisky house Vision

東京都武蔵野市吉祥寺南町  
2-29-12

Tel: 0422 48 5281

<https://atcf.jp/vision>



店内にはおよそ100種類のソサエティボトルコレクションが陳列されている

## A HOME FROM HOME

whisky house Visionは日本に12か所あるパートナーバーの一つで、会員の皆様を暖かくお迎えます。

時にはメンバー限定のスペシャル価格でソサエティの素晴らしい一杯を楽しめます。詳しくはウェブサイトまで。  
[smws.com](http://smws.com)

