



# UNFILTERED

FOR MEMBERS OF THE SCOTCH MALT WHISKY SOCIETY

ISSUE NO.  
48



WELCOME  
back

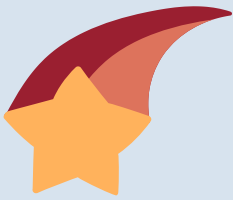


THE SCOTCH MALT  
WHISKY SOCIETY



# すばらしい新世界

文：マデライン・シュモル



パンデミックは、世界中のウイスキー愛好家がテクノロジーを活用して、バーチャル・イベントやフェスティバルで情熱を共有したり連絡をとりあったりする、創造的な新しい方法になってきた。

**バー**チャル・テクノロジーはパンデミックが始まるずっと前から、ウイスキー界で活躍している。ウイスキーブランドが最先端のテクノロジーを使って実験的な経験を積む一方、マイクロコミュニティでは、従来型のテクノロジーを使用することが盛んだ。テクノロジーの進歩がバーチャル体験のような短いサイクルの中で、探求するために残されている大胆で新しい未開の分野に何が残されていて、そしてどのように変化し続けるのだろうか。

## バーチャルの機会

ヘッドセットを使った本格的なバーチャルリアリティの体験から拡張現実(AR)機能を備えたパッケージまで、ウイスキーブランドは2016年頃からバーチャル没入型の側面を探求し始めた。多くのブランドにとって、この体験への移行は、原点回帰と言われている。2017年エドワントンはマッカランの全米でのキャンペーンで12年のマッカランシェリーカスクとダブルカスクをアートギャラリーで設置し宣伝した。

マッカランギャラリー12では、ARヘッドセットを使用したインタラクティブな作品として、ウイスキーの製造プロセスを最初から最後まで紹介した。テクノロジーが発展するにつれ、AR対応のパッケージを使用して、顧客が自宅で直接体験できる機会も増えてきた。

2019年にホワイト・アンド・マッケイは、1907年アーネスト・シャクルトン卿のイギリス南極探検からマスターブレンダーのリチャード・バターソンによるモダンなシャクルトンブレンドウイスキーの開発に至るまでを探検できる、拡張アプリを開発した。

AR導入におけるイベントスペースから自宅へのこの最初の移行は、業界に新しい可能性をもたらした。

ストーリーを伝えることに重点が置かれたのは、ウイスキーファンが教育的要素を常に求めているということが大きく影響した。

ブランドへの親しみを育むことに加えて、新しい顧客を取り込む機会も生み出した。

特にテクノロジーは新しい可能性が現れるにつれて、これらの経験は印象的で豊かな物語を提供するが、それらはまた新しい可能性が現れるにつれ、一時的なものとなる

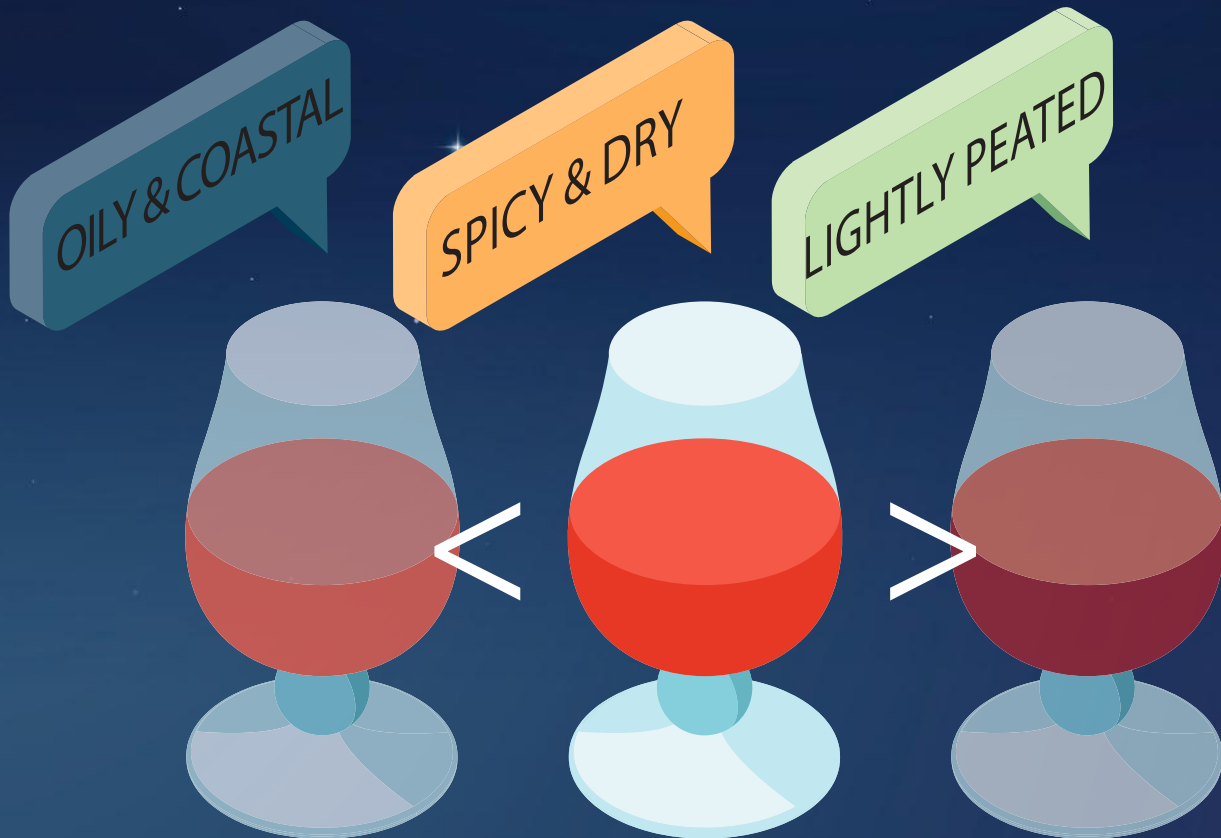
## バーチャルが帰ってきた

もう1つ注目すべき点としては、オンラインコミュニティという別のデジタルスペースである。

今年の「Unfiltered」1月号では、アレックス・コーエンが、YouTubeが長年にわたって新しいウイスキーコミュニティをどのように生み出してきたかについて話している。

ホーシュト・ルーニングやラルフィ(ラルフ・ミッシェル)などの動画プロ





テクノロジーが発展するにつれ、顧客が自宅で直接体験できる機会も増えてきた。



ガーが2007年と2009年に早くもレビューやその他の形式でビデオコンテンツを作成し、これらのユーチューバー達は、信憑性と人間的な要素をもたらした。「知識をアクセス可能で楽しいものにする事で、時として近寄りがたいウイスキーの世界を親しみやすくし、理解しやすくしていく。」とアレックスは言う。

テクノロジーの助けを少し借りて、この信憑性と好奇心がコミュニティの発展を可能にしたのである。

事前に洗練されたビデオ録画レビューからライブストリームが生まれ、そこからこれらのコミュニティの基礎が生まれた。アクアヴィーテのロイ・ダフが言うように、「スコッチテストダミー（You Tubeチャンネル名）がチャンネル同士のコラボレーションを生み友情をもたらした。

その後、コミュニティは、主にライブストリームを介して、大きく開かれた。

現実の交流会イベントは、それぞれが特別なという感情を抱く。

ウイスキーは最前線に立って、ウイスキー自身が中心になった。それから私たちはウイスキーの側に全員集まり、今やウイスキーは共有体験を楽しむための背景となったのだ...」。

バーチャルテイスティングやライブビデオコラボレーションで重なる部分はあったが、大部分のブランドとウイスキーコミュニティは別々のままだった。

## バーチャルの必要性

ソーシャルメディア全体ですべてにブランド、ポッドキャスター、動画ブロガー、マイクロウイスキーコミュニティが居住しているスペースで、コンテンツを作成している人たちがパンデミックが始まる前の質問は、「そこに何か違いがあるのか？」だった。ロックダウンによりテイスティングとフェスティバルの相次ぐキャンセルで、体験やソーシャルスペースをオンラインで行いたいという欲求は突然必然となった。

ウイスキーを介して集まりたいという願望は、すでにフェスティバルのオフラインでブランドとウイスキー愛好家の両方に起こっていた。

ウイスキーフェスティバルは、新しいウイスキーを試したり、ウイスキー

愛好



ミステリーな一杯



技術はウイスキー愛好家の繋がりを助ける

家と会ったり、ウイスキーメーカーやブランドアンバサダーと出会ったりする場所である。

しかし、直接会うことができない場合、テクノロジーはそれを可能にするのだろうか？

Our Whiskeyの創設者であり、Our Whiskey Virtual Whiskey Festivalのクリエイターでもあるベッキー・パスキンはこれらの要素をオフラインに取り入れた。

バーチャルフェスティバルでは、手書きのヒント付きで5つのミステリーウイスキーを当てる特集がある。

ウイスキーファンは毎週、さまざまな業界のパーソナリティとオンラインで会い、彼らどのウイスキーにも驚いた。

「フェスティバルのマスタークラスに足を踏み入れ、テーブルに座ったときの期待感を再現したかったのです。」とベッキーは言う。

「すべてのウイスキーはすでに注がれていて、何のウイスキーであるかはわかりません。ナンバー6はカスクサンプルのように素晴らしい驚きかもしれないし、それは人々を本当に興奮させます。その気持ちを再現したかったのです。」

他の要素もあり、これらはより自然な感じで起こり、それがフェスティバルにいるような感覚をもたらした。

「人々は1つの画面でテイスティングを設定し、別の画面でズームコールを友達とセットアップして、彼らがフォローしている間に、テイスティングしてウイスキーについて会話できるようになりました。

テクノロジーにより、人々はコミュニティの感覚とフェスティバルに参加するような共有を作り出すことができるようになりました。」

人と人をつなぐというこの本質的な欲求は、ブランドとウイスキーコミュニティが集まる新しい機会を生み出した。

ストリームヤードやZoomなどのストリーミングソフトウェアは、最先端のテクノロジーよりも、他の人とつながる新しい方法として使われている。

ソサエティはまた、ウイスキーフェスティバルシーズンやファーストフライデーを祝うバーチャルパブセッションやテイスティング、ライブミュージックなど、世界中の会員とバーチャルでつながる機会を取り入れている。

これらのストリームは私たちをひとつにし、オーストラリアや日本から米国やその他の国へメンバーと私たちチームと一緒にウイスキーを楽しみ、探索するためのスペースを作り出した。

## 未来-バーチャルだがパーソナル

そのアクセシビリティにより、新しいウイスキー愛好家達は、ブランドと小規模なデジタルコミュニティの両方を通じてウイスキーの世界を探索することができる。

しかし、これを成功に導いた個人的要素を保つためには、今後の課題がある、とロイ・ダフは警告する。

「コミュニティに参加する人が多いほど、コミュニティはより堅牢になります。」と彼は言う。

「しかし、これらのバーチャル空間で誰もが発言できるような管理方法に新しいチャレンジがあるのです。ストリームがビデオ状態になり、チャットの動きが速すぎて追いつくのが難しい場合、どのようにライブストリームの人々を確認して歓迎することができるだろうか？それがチャレンジです。

人々を集めた大きな部屋とそれぞれの小部屋にビデオ会議ソフトが備えられている場合、その解決策はすでにあります。おそらく、もったい目な細かい何かは将来YouTubeで進化するかもしれない。」

結局のところ、未来はテクノロジーや経験だけでなく、私は同じ相性を持った人同士で直接つながることが出来るテクノロジーや経験にあると思う。

新しいテクノロジーの可能性を秘めたこの新しい空間が進むにつれ、心に留めておく必要があるのはこの個人的な要素である。●

# スピリッツを 奮い起こす

文：キャビン・D・スミス

ウイスキー業界はコロナウイルス対策への取り組みにおいてその役割を果たしてきたが、問題のある時期に支援を強化してきたのはこれが初めてではない。



カースブリッジ グレーン蒸溜所の女性従業員

コロナウイルスが短期的に、そしておそらく長期的に、世界の日常を変えてしまったことについて異議を唱える人はほとんどいない。しかし、すべての喪失と困難のなかで、人間と組織が挑戦し、人間性の基本的な善を信じることを再確認する多くの物語があった。これは時々「戦時の精神」として例えられ、スコッチウイスキー業界は確かにその役割を果たしており、手指消毒剤としてエタノールを提供し、さらに個々の蒸溜所で手指消毒剤を製造している。

ほとんどのウイスキーの製造が禁止または厳しく制限された第1次および第2次世界大戦の間、蒸溜所によって採用された代替品の役割には大きな反響があった。

戦時中の状況は女性労働者が多くの産業に参入することにもつながった。第一次世界大戦中のカースブリッジ グレーン蒸溜所の女性従業員の印象的な写真を見て、ディアジオのアーカイブマネージャーであるクリスティン・ミックカファティは次のように述べている。「多くのスタッフが戦争に参加したことで、女性たちは蒸溜所で働き始める機会を与えられました。- そして、彼らはそこから決して去りませんでした。」戦時中の蒸溜所の用途は多種

インバネスのグレンアルビン蒸溜所にある米国海軍基地18から輸送されている鉱山



多様だった。

ダルモアはインバネス北部のクロマーティ・ファースにあり、1917年に米海軍基地17として転用され、戦争の最後の数か月には星条旗が蒸溜所の上空ではためいていた。一方、インバネスでは、グレンアルビン蒸溜所が米海軍基地18となった。

両方の蒸溜所は、オークニーからルウェーに伸びる北部弾幕で使用される地雷の組立のための工場に改造され、地雷部品は米国からスコットランドの西海岸に輸送され、次にカイル・オブ・ロハッシュからインバネスとダルモアまで鉄道で輸送された。

組み立てられたダルモアの地雷は、鉄道で近くのインバーゴードンに輸送され、そこで配備された地雷船に積み込まれた。終戦前に38,000を超える地雷がダルモアに集められた。

必然的に、蒸溜所は思惑通りに改築され、爆薬とウイスキーで満たされた倉庫は幸せな組み合わせではなかったため、ウイスキーの樽はグレンスキアックを含む地域の他の蒸溜所に運ばれた。

文書には、ダルモアから6,000樽以上、グレンアルビンから3,000樽以上を移動する必要があったため、「このウイスキーを非常に多くの男性がいる敷地内の免税店に置いておくことはお勧めできません。」と記されていた。

その後、大型の地雷組立の小屋が鉄道線

両方の蒸溜所は、  
オークニーからルウェーに伸びる北部  
弾幕で使用される  
地雷の組立のための  
工場に改造された。



米国海軍基地17のダルモア蒸溜所の地雷の列

に沿って建設され、最大1,000人が収容できる宿泊施設と、現在も「ヤンキー埠頭」として知られる新しい埠頭が建設された。

1920年に地雷がダルモア蒸溜所で誤って爆発し、その結果の爆発とその後の火事で施設の多くが破壊された。

所有者のアンドリュー・マッケンジーは、代償をめぐって英国海軍と数年続く法廷闘争を繰り広げ、紛争は和解が成立する前には上院にまで至った。

第二次世界大戦中、クロマーティ・ファースは再び戦略的に重要な役割を果たし、1942年にダルモアの西側の土地がイギリス空軍に引き継がれた。インバーゴードン基地の拡張が可能



アイラ島のラガン湾で浜に打ち上げられたサンダーランドの飛行船



…戦争は奇妙なカッコウをロツホ・インダールのほとりの壁に囲まれた巣に持ち込みこんだ。

航空省からの要請により、この蒸溜所は飛行船中隊沿岸司令部の戦時基地となった。

になり、入り江は多くの水上飛行機の本拠地となった。

第二次世界大戦中に水上飛行機に関連するもう一つの蒸溜所は、アイラ島のロツホ・インダールのほとりにあるボウモアだった。1979年に蒸溜所200周年を記念して発行された小冊子によると、「…戦争は奇妙なカッコウをロツホ・インダールのほとりの壁に囲まれた巣に持ち込みこんだ。

航空省からの要請により、この蒸溜所は飛行船中隊沿岸司令部の戦時基地となった。

巨大なサンダーランドとカタリナが反Uボートのパトロールを開始したので穀物室は作戦

室となった。」

スキヤパ、ハイランドパーク、オークニーのストロムネスなど他の沿岸蒸溜所も軍事用途に使用された。この物語は、おそらくは黙示録的だが持続的に、スキヤパ・フローの海軍基地近くの船員がハイランドパークのウォッシュバックを共同浴場として使っていたと語られている。

多くの蒸溜所は、軍人のための宿舎になった。ラフロイグを含め、大麦麦芽の納屋はロイヤルエンジニアの最初の会社から兵士の家となった。

アバディーンシャーのハントリー近郊にある、ディステイラーズカンパニーが所有する

ハックデュー蒸溜所は、1940年から1945年までの間、ロイヤルインド陸軍軍団（RIASC）の兵士のための宿泊施設として使用されていた。

彼らは、アフガニスタンの国境地帯での戦闘の経験があるラバ輸送隊、フォースK 6の一部であり、彼らの役割は、山岳戦に備えるイギリス軍の訓練を支援することだった。宗教および文化上の理由から、生きた羊、チャパティ、ギーがインド兵士に鉄道で運ばれ、ハックデューで彼らは、2つのニッセン式兵舎と、現在も残っているハラル食肉処理場からモスクを作った。蒸溜所のマネージャーであるゴード

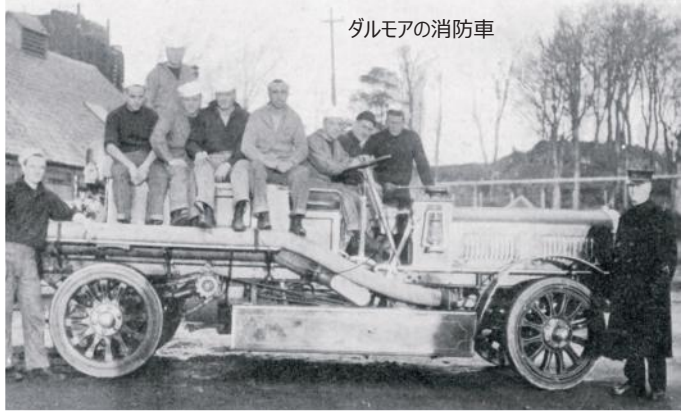
ジャクデー蒸溜所にあるインド兵の  
写真



ダルモア蒸溜所のアンカー用テストレール



ダルモアの消防車



グレンアルビンからの出荷を待っている  
地雷



グレンアルビン蒸溜所の兵舎



ン・ブルースは、ハントリーの写真スタジオで撮影された、制服を着たインド兵の個々の肖像コピーを持っている。これらは、愛する人の家へ送るためにポストカード形式で作成された。

グレンリベットのマスターディスティラーで情熱的なウイスキーの歴史家であるアラン・ウィンチェスターは次のように回想する。「私の叔父はローランド歩兵師団にいて、彼は自分が過ごしたこの地域でのことについて話しました。彼は彼らがノルウェーに侵入しようとしていると敵に思わせるために山岳戦争の訓練をしたと主張していました。ドイツ側はかなりの数の軍がノルウェーで拘束されていたようです。彼はしばしばケアンゴームでのインド軍の訓練について話していました。」

マレー湾沿岸のバンフ蒸溜所は、大麦の

ロフトに収容されていた、キングスオウンスコティッシュボーダーズ（スコットランド師団の一部であるイギリス軍の歩兵連隊）の派遣団の拠点でした。

この蒸溜所は、1941年8月、おそらくアバディーンのドックを見つけることができなかった、1台のドイツの航空機が No.12の倉庫に爆弾を落として、事件が起きたことで有名になった。

地元紙のバンフシャー・ジャーナルによれば、「何千ガロンものウイスキーが失われ、近所で放牧されている家畜でさえ明らかに酔いしれた、強烈な結果となった。」1983年5月にディスティラーズカンパニーの蒸溜所閉鎖の一環としてバンフが閉鎖されたとき、同地元紙は、ヒトラーの爆弾が失敗したことでバンフが閉鎖したと宣言した。

グレンリベットのアラン・ウィンチェスターが指

摘しているように、一部の蒸溜所が担っていた役割は、実際には軍隊ではなく農業だった。

「蒸溜所で働いていた従業員は、製麦する一部は穀物を保管して管理するように省から要求または指示されたと言われた。」と彼は言う。「誰かがアベラワーがオート麦を貯蔵していると言い、そして、何人かの女性はこれを手伝うために雇われました。」

ジョン・デュワー & サンズのグローバルアーカイブマネージャーであるジャッキー・サージエントは次のように付け加える。「アバフェルディ蒸溜所を退職して現在はいもう亡くなっているスタッフ、デイブ・カーはかつて、この蒸溜所は戦争中にオート麦を乾燥させる地元の工場として使用されたと私に教えてくれました。明らかに製麦と同様のプ

ロセスだったからです。

もう一人エディ・ブント（現在は亡くなっている）からも、戦後、彼が蒸溜所で働き始めたとき、彼らが蒸溜所を再び稼働させるためにしなければならなかった最初のことは、戦争中そこに大量に貯蔵されていたオート麦と石炭を大麦貯蔵庫から空にすることだった、と聞きました。」

もちろん、「戦争中のウイスキー」に関する話はもっとたくさんある。検証できるものもあれば、時間の経過とともにそうでないものもある。

ディステラーズカンパニーの蒸溜所歴史シリーズによると、第二次世界大戦中に兵士が手榴弾をダムに投げ込んだダメージで、- 現在はダルマナック蒸溜所がある - スペイサイドのインペリアルにあるダムの壁が被害を受けた。

イギリス空軍・ブラックラ職員のもっと出典の怪しい話としてはインヴァネスシャーに同じ

ブラックラの担当者は2台の「借りた」女性用自転車の中に樽を吊り下げてそれを運び去った。

ブラックラという名前の「ロイヤル」蒸溜所が近くに建設され、いずれかの倉庫からウイスキーの樽を持ち出し、2台の「借りた」女性用自転車の中に樽を吊り下げてそれを運び去った。

コロナウイルスとの「戦争」は多くの面白い蒸溜所の物語を生み出さないかもしれないが、コミュニティと責任の問題になると、スコッチウイスキー業界は、昔と同じように、間違いなくこの課題に直面している。●



ダルモア蒸溜所でポーズをとる米国軍人



グレンアルビン蒸溜所の米海軍基地18



ダルモアは米海軍基地17だった

ウイスキーの国の言語へ歩調を合わせることは、蒸溜所  
や1杯のウイスキーへの叙情的な歴史を解き放ち、物語  
に染まった世界を明らかにすることができるだろう。

文：アリスティア・ヘザー

# スコッツ・ホワ・ヘー\*

\*1314年、バノックバーンの戦いの前にロバート・ザ・ブルースによる彼の軍隊へのスピーチによって生まれた、ロバート・バーンズ1793  
年の作品、ウォレスと共に血を流したスコットランド人たちよ、から引用



スコットランドを旅行した時や、蒸溜所を少しだけ訪れた場合、または、行ったことのない場所を探索した場合にも、意味が不明瞭な単語やフレーズが聞こえてくる…\*

# オ

ープニングで書かれているスコッツ語は、スペイサイドモルトの密集地域から、ファイフとロージアンに散在しているスチル（蒸溜器）までに広がった、最高なウイスキー国の言語である。

これは英語やゲール語と同様に先住民の言語であり、150万人が話している。

それに耳を傾けることで、私たちはウイスキーの歴史についてあらゆる種類の素晴らしい洞察を引き出し、それを生み出したコミュニティのユーモアと文化を理解することができる。

スコッツ語は蒸溜所から1杯のウイスキー（ドラム）まで、ウイスキーの体験が浸透している。製粉用の穀物はShoogle-box（横揺れして穀物を分離する箱）で大きさが分離され、蒸気はlye-pipe（ポットスチルの先端にあるパイプ）を介して凝縮する。

The copper dogs（蒸溜所の労働者が樽からウイスキーをこっそり盗むために使用した容器）は、スコットランド語のdook（液体に濡れる）からその名前を取っているようだ。そして飲酒にまつわる言語である。

Drouth（喉の渇き）は、wee nip（小さなドラム）で簡単に抑えることも、より大きなドラムで完全に消すこともできる。

そのなごりは、ロバート（ラビー）・バーンズが言うように、あなたをととても幸せにさせる。

スピリッツを蒸溜する地域で育ったスコッツ語を話す私は、至る所にあるウイスキーを包み込んできた自分の言語を愛してきた。

最近、スコッツ語のプロジェクトで新しい蒸溜所と共同作業をした。

リサーチはウイスキーの過去と現在からあらゆる種類の新しい物語を引き出す上で言語がいかに重要であるかを私に開眼させた。

私はアーカイブで古いスコッツ語を話す声がいっつかすばらしい物語を残しているのを発見した。たとえば、1950年代に記録された1人の老人の思い出：馬に乗ったグレンリヴェットの男は、ウイ

スキーの小樽を山から町に運び、それを売って家賃を払っていた。

茂みから密輸で彼を逮捕しようとしていた2人の政府取締官が飛び出した。それは危機だった。「もし彼が密輸の張本人だったら牢屋行きだ。」録音は続く。

「このウイスキーが密輸だったら家賃を払えないで帰ることになる。」

「彼は短くて太い棒を持っていた... 彼は彼らの頭を棒で殴り倒して、彼らが起き上がる前に、ウイスキーを置いて馬で逃げて行った」

（原文）

“If he wis tane he'd be jyled,” the recording runs.

“An this whisky wad be tane, an naethin not tae pey the rent fin he gaed back.”

“He'd a cudgel o a stick an...he just lampit the lads owre the heid... knockit them baith doon an aff he could fly wi the horse an the barrel an a got rid o [the whisky] afore they wad come tae themselfs.”

スコットランドには丘から転がるような物語があり、たくさんのウイスキーコミュニティの思い出話がある。そして、物語はすべて古代のものだけではない。

スペイサイドで夏を過ごしている間、私は年配の隣人と友情を深めた。木曜日の夜、フィドル（



**“この豊富な物語は私たちのドラムに対する理解を深め、スコッツ語はそれを引き出し、引き立てるのである。”**

**最近の蒸溜所はこれに綿密に取り組んでいる。”**

アリスティア・ヘザー



バイオリン）を持って集まり、ドラムを共有し、ちょっとした曲を演奏した。

彼はスコッツ語の話し手であり、ウイスキー物語のジュークボックスだった。私は、「かつてダフタウンには道路を挟んで蒸溜所から瓶詰までニューポットを運ぶパイプがありました。」と教わった。

ほんの少し前に、工業のプロセスがアップグレードされたため、これらのパイプは取り外された。パイプを下ろした労働者は驚いた。パイプには間隔をあけて、小さなゴムの栓がついた穴があったからである。

「人々は空のボトルを持って車を降り、車の屋根の上に乗って、栓を抜いてスピリッツを取り出していたのです！スペイサイドの中心で起きた現代の控えめなウイスキー強盗です。」その話は笑顔で語られた。そしてドラムの一口。その後、バイオリンで別の曲を奏でた。この豊富な物語は私たちのドラムに対する理解を深め、スコッツ語はそれを引き出し、引き立てるのである。最近の蒸溜所はこれに綿密に取り組んでいる。

アバディーンシャーにあるグレンギー蒸溜所ツアーでは、「mair ye yoke the mair ye get（もっと働けばもっと得る）」、「ye've droont the mullart（ウイスキーに水を入れすぎ）」\*という標識が立っている。これらのフレーズは、スコッツ語を話す蒸溜所のスタッフによって提供されたものであり、すぐに理解されることを意図したのではない。代わりに、訪問者はそれらについて質問し、知りたいと思い、消費者とクリエイターの間に架け橋を作り、しばしば隠れた文化に友好的手を差し伸べます。

ザ・スコッチモルトウイスキー・ソサエティ自体が、スコッツ語のタイトル名を展開しています—Teuchter Dubstep（ハイランダーのダブステップ）とCup o Kindness（優しさのカップ）が思い浮かぶ

カブラック・トラストはさらに進んでいる。彼らは古い違法ウイスキー蒸溜所があった農村の中心部に新しい遺産センターと歴史的な蒸溜所を作り、スコッツ語を使って自分たちのストーリーを語り、コミュニティに力を与えている。彼らは農村の集会で数十人の村民を集め、地域の方言で地元の物語を引き出している。これらの声と物語がマルチメディアセンターと蒸溜所で倫理の核となる。

自分たちの言葉で自分たちの魂の物語を語り、私たちの参加を呼びかけている。●

\*スコットランドを旅行した時はいつでも、いくつかの蒸溜所を少しだけ訪れた場合でも、行ったことのない場所を探索した場合でも、意味が不明瞭な単語やフレーズが聞こえる…。

\*ドールック（アバディーンシャーエリアで話される言語）で書かれています。



カブラックにある歴史的な蒸溜所

“ザ・スコッチモルトウイ  
スキー・ソサエティ自体  
が、スコツ語のタイト  
ル名を展開しています”

## アリスティア・ヘザー

アリスティア・ヘザーはアンガス地方のライター兼ブロードキャスターだ。

彼が育った地元の蒸溜所はグレンカダムとフェッターケアンであり、それらは今日でも彼の心の中にいつもある。スコットランドの文化と歴史に関してBBCのテレビ番組とラジオ番組へ定期的に執筆、発表、寄稿している。

THINK TANK

# 革新中

文：トム・ブルース・ガーダイン

ウイスキー業界の大物たちはスコッチウイスキーに関して本当に革新的であったかとトム・ブルース・ガーダインが尋ねる。



ブリューダッグ、共同創設者  
ジェームズ・ワットとのインタ  
ビューわずか2分で、彼は  
お得意の怒りを表した。  
「余りに長い間、消費者  
は顔の見えない、一枚  
岩で、汎用な産業のメガ  
企業によって嘘をつかれてきました。」と彼は私  
に言う。

「余りにも長い間、人々は泡立った、無頓着な  
嘘を売られてきました。」

ブリューダッグは、今では小規模なクラフトビール  
醸造業者ではないが、「彼ら（大規模業者）と  
私たち（小規模業者）」という感覚をビール業  
界に対し深く持っており、革新的な職人が退屈  
で大規模な醸造業者に対抗している。

しかし、同じ感情がスコッチウイスキーにも当ては  
まるのだろうか？ もしそうなら、革新に関して、大  
規模な蒸溜業者は自己満足の罪を犯している  
のだろうか？

### どこかで実験

「物議を醸すリスクはありますが、私はそれとは  
正反対だと思います。なぜなら、ビッグプレーヤー  
として私たちは実験することができるからです。」と  
サンディ・ヒスロップは言う。

「シーバスのマスターブレンダーとして、私は毎  
年どこかで実験し、ウイスキーをブレンドし、商品  
化するために、かなりの予算を与えられています。

小規模な会社はそれを実行しても、製品をボ  
トル詰めできない可能性があるため、そこにそれ  
ほど大きな責任はありません。」

ジョニーウォーカーのマスターブレンダーである大  
英帝国勲章受章のジム・ペバレッジ博士は、この

ことに対してさらに同意をしていない。

「ウイスキーメーカーとして、私は他の多くの  
人がそうであると確信しているのと同じくらい、イノ  
ベーションを自由に感じています。」と彼は言う。

「私が働いている環境では、イノベーションを  
行い、別の見方をすることが奨励されています。」

「ええと、彼らはそう言いますよね？」新世代の  
プティック・ディスティラーは反問するかもしれませ  
んが、サンディが関与する取り組みについて主張  
を否定することはできないだろう。

あなたは創造的なウイスキーメーカーを目指  
して無限の試みをするかもしれないが、お金、時  
間、スキル、そしてそれを引き出すための適切な  
ツールには深いリソースが必要ですよ。

“シーバスのマスター  
ブレンダーとして、私  
は毎年どこかで実験  
し、ウイスキーをブレ  
ンドし、商品化するた  
めに、かなりの予算を  
与えられています。”

サンディ・ヒスロップ

たとえば、ジム・ペバレッジ博士が利用できる  
ツールキットには、ファイブのリーベンボトリング工  
場の裏にある、いわゆるプロセス液体開発エリア  
（PLDA）が含まれている。

PLDAはディアジオでも平凡でかつ悪い名前  
にもかかわらず、ジム博士と彼のチームのとはは  
魔法の遊び場のようなものである。

彼はそれを「かなり大きなクラフト蒸溜所」と表  
現し、ミルや発酵槽から、変形の糖化槽や、ネッ  
クが交換可能な2組のポットスチルまで、同社の  
他の28の蒸溜所と同じくしている。

2013年、リーブンは正式に29番目の蒸溜  
所となった。

イノベーションにより、「間違いなくベンチトライ  
アルから始められる。」と彼は説明する。「リーベ  
ンは、絶対的なフルスケールで稼働する必要なく、  
スケールごとに段階を上げていける利点を私たち  
に与えてくれます。」

### 一貫性VS消費者の選択

スペイサイドのグレンキース蒸溜所で実験を行  
っているサンディ・ヒスロップは、次のように述べてい  
る。「私は実験を好む傾向があります - 実験が  
上手くいけば、限定版のバッチを実行する機会  
があるからです。新しいカスクで実験を行なう場  
合、30~50程度のカスクで実験を行います。5  
樽だけで実験を行った場合、変動性を理解でき  
ないリスクがあるからです。」

彼は現在約75件の実験トライアルが実施さ  
れていると考えており、それらのいくつかは2005  
年にペルリカル社がアライド・ドメッ  
ク社を買収する前からのものだと主張  
している。



サンディ・ヒスロップ



キンヴィ蒸溜所



キンヴィは実験のための「温室」



キンヴィ蒸溜所のカイ・ラブランドは、熱伝達効率を確保するために、各スピリッツの実行後に蒸留器の蒸気コイルを手動で洗浄する



キンヴィの蒸溜所設備のタグ

有名なブレンドウイスキーは一貫性を持って構築されている。1970年代、消費者が選んだブランドの車、タバコ、スコッチに著しく忠実であった時代のアメリカ人に、「デューズは決して変わらない」と言われた。

状況は変わったかもしれないが、ジム・ベバリッジ博士は、「消費者の目がより肥えて、より幅広い経験を活かしてきているとしても」、「消費者は依然として一貫性と確実性を要求している。」と信じている。

プロセスに関して彼は言う。「あらゆる業界でリソースに対する規制の圧力がかかるため、一貫性を維持するために常にイノベーションの必要があります。」

しかし皮肉なことに、一貫性という言葉はイノベーションのアイデアを損なうものである。これは、同じ古いウイスキーが無限に汲み上げられることを意味するからだ。

とは言っても、ジム博士は、消費者の選択に対する飽くなき欲望を満たすための新製品の必要性をよく認識している。

## 失敗から学ぶ

スコッチウイスキーのイノベーションに関する規制が古からの議論ではあるが、また大規模な蒸溜酒製造業者は、変更の必要がないために変更を推進しないと非難されている。彼らは厳しく規制されていないアメリカ、アイルランドまたは日本のウイスキーのポートフォリオの中でイノベーションをすることができる。

「正直に言って、私はそう思いません。」とウィリアム・グラント&サンズのマスターブレンダーであるブライアン・キンズマンは言う。

「私たちは枠を超えて何かを試すという非常に強力な議題を持っています。それは間違いなく家族経営時から続いており、それが生命線なのです。」そして、サンディ・ヒスロップのように、もうまくいかなかった場合でも、リリースしてしまうかもしれないといったプレッシャーがないと感じている。

「私たちは十分に大きなポートフォリオを持っているので、もしイノベーションに投資して、それが実際にはそれほど優れていないと判断した場合



上：ジョニーウォーカーのマスターブレンダーであるジム・ベバリッジ博士はイノベーションを推奨する

は、それをブレンドしません。」

彼は続けて、会社の3番目のダフタウンの蒸溜所キンヴィイがどのようにして「物事を試すための温室」になったかを説明する。

ブレンド用のモルトウイスキーを提供するために1990年に建てられたキンヴィイは、2013年に初めて最初のシングルモルトを発売するに至った。

最近の1つのイノベーションは、マッシュビル（穀物の構成比率）でライ麦を使用してポットスチルからシングルグリーンウイスキーを製造したことである。

市場に出るかどうかはまだ分からない。

ブライアンは次のように述べている。「成功するには多くの失敗が必要ですが、常に失敗から学ぶ必要があります。」

## ビッグブランドの職人的アプローチ

業界の両面を経験したウイスキーメーカーの1人、グレッグ・グラスは、2016年にホワイト&マッカイに加わる前、ブティックと革新的なコンパスボックスで働いた後、ホワイト&マッカイにて1年後にイノベーションハブであるウイスキーワークスを

設立した。

彼はそれを「非常に熟練した非常に創造的な人々のコラボレーション」と呼び、「works（ワークス）」という名前はモータースポーツのワークス（総合的なコラボレーション業務）と同様であると語っている。「私はジム・クラーク時代のロータス（自動車）チームだと思います。」ウイスキーワークスが家だしたら、クロマーティ・ファースのインバーゴードンはおそらく独自のクーパレッジ、広範な倉庫、研究室を備えており、その規模と工業的外観、すべてにおいて、インバーゴードンは常に単なるグリーン蒸溜所以上のものでした。

長年にわたり、幅広いブレンドを生み出し、1990年にはシングルグリーンウイスキー10年がその時代の先駆けとなった。

「私は、インバーゴードンの人々と毎日、特に倉庫で働いています。」とグレッグは言う。「すべての奇妙で素晴らしい実験的作業、および研究室での非常に科学的な分析作業のためのクーパレッジがあります。」

昨年の初めにウイスキーワークスは最初に2つのリリースを発表した - グラスゴーの無名の蒸溜所から「グラスウィージャン シングルグリーンウイスキー-29年」、嵐で倒れた2本の古代木から切り出したスコティッシュオークで部分的に熟成させた「ハイランドブレンドモルト10年、ザ・キングオフ・トゥリーズ」である。

どちらのウイスキーも温かく迎えられ、スコティッシュオークへの進出は社内でもより幅広いプロジェクトへと成長した。

ダルモアやホワイト&マッカイのブレンドのような比較的大きなブランドの蒸溜所製造業者が革新的な職人的アプローチをどのように改革に取り入れていかを示している。

もちろん、PR業界で繰り返されてその意味が鈍くなっている言葉には注意が必要である。

多くのプレスリリースでは、ボトルとラベルのデザインにわずかな変更が加えられただけで、ブランドの「完全で新しい根本的な変身」が叫ばれる。

サンディ・ヒスロップは次のように述べる。「イノベーションを最も純粋な形で取り入れたとしても、実際に起こることはそれほど多くありません。●



下：ウィリアム・グラント&サンズのマスターブレンダーであるブライアン・キンズマンは実験を信じている