

Sienna's Watching

シーナズ・ウォッチング

人気の ウイスキー ハイボール、 集合！

"HIGBALL",
booming in Japan

●チャオ、チャオ！ 今、ニッポンでは、「ウイスキー・ハイボール」が大流行。 ●ウイスキーが大好きで♪の小雪さん効果？ 甘くないスパークリングを皆が待っていた？ それとも時代が巡ってウイスキーの番が回ってきたのでしょうか？ ●静かなシングルモルトブームの後に、ビッグなハイボールブームが来るとは、ビックリです。居酒屋でも「とりあえずビール」から「とりあえずハイボール」の人が増えているそうです。 ●東日本大震災の後の自粛や缶供給不足でブームの勢いが少々そがれた感じもありますが、店頭では缶詰ハイボールの花盛り。今回のシーナズ・ウォッチングは、そんな「ハイボール」に注目してみました。

Do you know "whisky highball"? Sometimes simply called "highball" or "ha-i-bo-o-ru". It has been a common Japanese word for "whisky and soda" through many years. Originally, "highball" was an American English word for mixed drinks composed of an alcoholic base and a non-alcoholic mixer. The most common highball was made with Scotch and carbonated water, but it is called a "Scotch and soda" today in US. In these two years in Japan, highball is dramatic booming. Canned highball seems to be approaching almost 10% share in all RTD. Here, we collect almost all line-ups of highball cans sold in Japan. You can see Jack Daniel's, Four Roses and IW Harper ! The leader of this category is Suntory, who has marketed highball products almost one century. (photo & text : Sienna K. Emiri シーナ・K・エミリ)

▶ ウイスキー・ハイボール缶

▶ ウイスキー水割り缶



メーカー	サントリー	サントリー	サントリー	サントリー	サントリー	サントリー	アサヒ	アサヒ	ニッカ	ニッカ	TOPVALU/ 合同酒類	麒麟	麒麟	サントリー	ニッカ	ニッカ	
商品名	トリスハイボール	トリスハイボール	トリスハイボールジンジャー	角ハイボール	角ハイボール	ジャックダニエル・ハイボール	ブラックニッカハイボール	ブラックニッカハイボール	ブラックニッカクリアハイボール	竹鶴ピュアモルトハイボール	ハイボール	I.W.ハーバーハイボール	フォアローゼズハイボール	白角水割	ブラックニッカクリア淡麗水割り	ブラックニッカクリア淡麗水割り	
容量 (ml)	350	500	350	350	500	350	350	500	250	350	350	350	350	250	250	350	
アルコール度数 (%)	7	7	5	7	7	7	7	7	9	8	7	7	7	9	9	9	
酒類区分	リキュール (発泡性) ①	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	水割りウイスキー (発泡性) ①																
表示された原材料	ウイスキー	●	●	●	●	●	●	●	(モルト、グリーン)	(モルト)	●	●	●	(モルト、グリーン)	(モルト、グリーン)	(モルト、グリーン)	
	スピリッツ	(レモンスピリッツ)	(レモンスピリッツ)	(ライムスピリッツ)	(レモンスピリッツ)	(レモンスピリッツ)					(レモン蒸留酒)						
	果汁、果実など	● (レモン)	● (レモン)	● (生姜)			● (レモン果汁)	● (レモン果汁)									
	糖類	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	酸味料	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	香料	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	その他の原材料						● (食物繊維、カラメル色素)	● (食物繊維、カラメル色素)				● (カラメル色素)					
炭酸ガス含有の表示	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	

▶ 清酒・焼酎・梅酒などのハイボール

(商品名に「ハイボール」を含むもの)



メーカー	大関	黄桜	黄桜	黄桜	白鶴	合同酒類	合同酒類	北海道麦酒	宝酒造	宝酒造	宝酒造	宝酒造	チョーヤ梅酒	サッポロビール
商品名	ワンカップハイボール	日本酒ハイボール	日本酒ハイボール	ゆず酒ハイボール	白鶴ハイボール	銀座ハイボール	銀座ハイボール<柚子>	北海道ハイボール	焼酎ハイボール	焼酎ハイボール	焼酎ハイボール	焼酎ハイボール	爽快! 梅酒ハイボール	TRIANGLE GINGERハイボール
容量 (ml)	350	180	330	330	335	275	275	200	350	500	350	350	350	
度数 (%)	7	8	8	6	8	8	7	5	7	7	3	3	7	5
酒類区分	清酒 (発泡性) ①	●	●	●	●									
	リキュール (発泡性) ①	●												
	スピリッツ (発泡性) ①													
表示された原材料	ベースのお酒	● (焼酎 (米、米、米))			(清酒)		(麦焼酎)	(麦焼酎)	(スピリッツ)	(焼酎)	(焼酎)	(スピリッツ)	(スピリッツ)	(醸造アルコール)
	追加のお酒	(スピリッツ)					● (スピリッツ (レモン蒸留酒))	● (スピリッツ (ゆず蒸留酒))				● (泡盛)	● (泡盛)	(ジンジャー)
	お酒の原材料表示の場合		● (米、米、醸造アルコール、糖類)	● (米、米、醸造アルコール、糖類)		● (米、米、醸造アルコール、糖類)								
	果汁、果実など				(ゆず果汁)									
	糖類	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	酸味料	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	香料	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
その他の原材料								● (ビタミンC)	● (カラメル色素)	● (カラメル色素)	● (着色料 (青))	● (着色料 (赤))		
炭酸ガス含有の表示	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	

シーナの私的考察

ハイボールブーム、そしてハイボール「缶」ブームは、わずかこの2年の出来事。その時系列を追ってみました。
 ■2009年に登場したサントリー「角ハイボール缶」がブームの火付け役。 ■それまで「水割りウイスキー缶」が主流でしたが、各社競って炭酸入りになつた。ニッカは「ブラックニッカ・クリア淡麗水割り」の「ハイボール」版を、麒麟は「I.W.ハーバー・ハイボール」と「フォアローゼズ・ハイボール」を投入。2010年に一気に市場が拡大しました。
 ■今年、2011年になって、アサヒからニッカ版とデザインが(アルコール度数やレシピも)異なる「ブラックニッカ・ハイボール」が登場。なんと、ブラックニッカ・ハイボールはニッカ版とアサヒ版の2種類に(どちらも販売はアサヒですが)。6月にはサントリーから「ジャックダニエル・ハイボール」が出るなど、激戦状態。(麒麟には「世界のハイボール」2アイテムもあったけれど、フェードアウト。) ■なお、サッポロも「ジンジャー・ハイボール」を出していて、大手4社は必ずそろい踏みですね。 ■ブームにあやかるべく、清酒ハイボール、焼酎ハイボール、梅酒ハイボールなども出ています。「スパークリング清酒」、焼酎の「チューハイ」は従来からあったから、ネーミング・ドリブンの新商品ですね。

ほとんどのアルコール飲料が縮小する中、低アルコール缶入りRTD市場は拡大市場。その低アルコールRTDなかで、ウイスキーハイボール缶はシェア1割に迫る勢いに見えます。表に整理してみると、ピュアな「ウイスキー+炭酸水のみ」(ニッカ哲学、感じます♡)から、ウイスキー以外のスピリッツ、糖類・酸味料などを加えたもの、さらにレモンやジンジャーフレーバーまで、実に様々。市場拡大のためには、バリエーションがいるんでしょうね。(text: Sienna K. Emiri)

表示の価格は、2011年9-10月に、CVS やスーパーなどで写真撮影のためのサンプルを購入したときの価格です。



1920年のハイボール：大正9(1920)年8月23日発行の東京朝日新聞の、寿屋(現、サントリー)の「ウキスタン」の広告。90年以上前に「壺詰めウイスキーハイボール」が上市されていた! 「ウキスタンとは何? 酒なり... 酔ふ酒なり... 清涼にして しかも陶然と酔ふ これ改造の日本... その象徴の国民飲料 (ナショナルドリンク) と書かれている。ネーミングはたぶん「ウイスキー炭酸」を短くしたものだ。今回のブームは、サントリーさんの1世紀近くの取り組みの結実! (出展：東京大学総合研究博物館 画像アーカイブス)



初代から40年経過後の「ウキスタン」(表記はウキスタンからウイスタンに変化。次ページの「ウイスキー関連情報」参照)は壺詰めウイスキーハイボール。昭和36(1961)年放送の寿屋(現、サントリー)「駅売りウイスタン」のテレビCM。今の製品価格が、半世紀前(60円)の僅か2-3倍の価格帯であるの不思議。(出展：ライブドア「昭和のテレビCMライブラリー」)

●▲■ その1 日本ウイスキー in Paris ●▲■

■ 統計編：フランス向け輸出は、清酒より多い！ ■

日本ウイスキー輸出の全体像。2010 年の輸出実績は以下の通り。比較のために 3 つの酒類を併記します。(財務省貿易統計から。なお、焼酎はほとんど本格焼酎だと思います。)

- 日本ウイスキー： 1,383kl (=約 7,700 石)
- 清酒： 13,770kl (=約 7 万 6,500 石)
- 焼酎： 2,389kl (=約 1 万 3,300 石)

日本ウイスキーの輸出量は、清酒輸出に比べると約 1 割にすぎませんが、焼酎輸出の約 6 割にも相当。清酒、焼酎を輸出するメーカーが「数百家」あるのに対し、ウイスキーのメーカーはサントリーさん以下、「数社」であることを思えば、大きなビジネスであるといえます。

一方、2010 年の日本ウイスキーの移出数量全体 81,272kl(=約 45 万 1,500 石：洋酒酒造組合による) から推定すると日本ウイスキーの輸出比率は僅か「2%弱」。また、清酒の輸出比率は「2%強」、本格焼酎の輸出比率は「約 0.5%」。3 つの酒類ともこれから大きな輸出増加余地を残しています。

次に、そのジャパニーズ・ウイスキー人気急上昇ぶりが業界で注目されている、フランスへの、2010 年輸出実績を見ます。

- 日本ウイスキー： 139kl (=約 770 石)
- 清酒： 122kl (=約 680 石)
- 焼酎： 6kl (=約 30 石)

フランス向け日本ウイスキー輸出は、清酒輸出の 1.1 倍！ 焼酎輸出の実に 22.7 倍!! です。139kl を 700ml (一般的なウイスキー壺の容量) で割ると約 20 万本。20 フィートコンテナに載る量は 1 万本以下だと思うので、今や「毎月 1 コンテナ以上」が大きさではない。

いつからフランスがこんな状態になったかと言うと、僅かこの 5 年のこと。「フランス」向け輸出量を過去 7 年間見ると以下の通り。

2005 年：0kl (ゼロ)	2006 年：22kl
2007 年：75kl	2008 年：100kl
2009 年：75kl (リーマンショック)	2010 年：139kl

実は似た国がもう一つあって、それは「ロシア」。

2005 年：0kl (ゼロ)	2006 年：1kl
2007 年：3kl	2008 年：47kl
2009 年：61kl	2010 年：171kl

あと、欧米における主要輸出先は本場の「英国」。

2005 年：26kl	2006 年：28kl
2007 年：46kl	2008 年：88kl
2009 年：130kl	2010 年：168kl

フランス、ロシア、英国の 3 カ国で、2010 年の日本ウイスキーの輸出の 34% を占める。

なお、日本ウイスキーのトップの仕向け先は台湾で、2010 年の実績は 600kl。(1990 年代後半には台湾向けが 5,240kl ! (=約 2,900 石) もあっ

た時代があり、それに比べると大きく減少しましたが、近年、底を打った感あり。なお台湾には、2010 年に台湾初のウイスキー蒸留所! ができています。)

あと、中国向けも急成長で、2010 年は 121kl。台湾、ロシア、英国、フランス、中国の 5 カ国で 2010 年の日本ウイスキーの輸出の 88% ! を占めます。

■ 22 世紀になれば 1 位中国、2 位ロシア?!、かも ■

実はフランスは、スコッチウイスキーの世界最大の消費国です。生産国イギリスや、人口が何倍もあるアメリカより多い、というのは、驚きます。(量における最大消費国がフランス、金額ではアメリカ)

スコッチウイスキーのように「生産国より多く消費する国が別にあるお酒」は結構あって、例えば、次のような例があります。

シェリーの最大消費国は英国 (生産国のスペインより多い)

ポートの最大消費国はフランス (生産国ポルトガルより多い)

経済は次の百年でさらに大きく変わるでしょう。ジャパニーズ・ウイスキーも 22 世紀になれば

1 位中国、2 位ロシア、3 位インド、4 位日本

になるかも? されない!? です。清酒だって、23 世紀の最大消費国は日本ならぬアメリカ、になるかもかもしれません!!!

(text = 喜多常夫)

(きた産業メルマガ・ニュース vol.152 - 2011 年 4 月 7 日配信 - から転載、加筆)

●▲■ その2 日本ウイスキーの歴史と未来の一考察 ●▲■

■ Whisky, Whiskey, ウイスキー、ウキスキー、ウ井スキー ■

ウイスキーには、英語表記で Whisky と Whiskey の 2 種あるのは良く知られるところ。Whisky は英国 (スコッチウイスキー)、Whiskey はアイルランド (アイリッシュウイスキー)。そして、ジャパニーズ (日本) は Whisky、パーボン (アメリカ) は Whiskey。

日本語表記でも、サントリーは「ウイスキー」、ニッカは「ウキスキー」という違いがある。ニッカさんの正式社名は「ニッカウキスキー株式会社」。

前身の「大日本果汁株式会社」から社名変更するとき、竹鶴政孝は「ニッカウ井スキー株式会社」にしたかった。しかしカタカナ漢字混じりが受け付けてもらえず、「井」の代わりに「井」を採用した。余市工場には「ニッカウ井スキー株式会社」という表記が今も残る。竹鶴は、ウイスキーの原点である水にこだわって井戸の「井」にしたかったのではないか。

というのをどこかで読んだことがあります。

一方、そもそもサントリーさん (前身の寿屋) のほうが昔から、井戸の「井」の「ウ井スキー」派で、「サントリー百年誌」を眺めると、

明治の「ヘルメスウ井スキー」

大正の「トリスウ井スキー」

昭和の「サントリーウ井スキー白札」(国産初の本格ウイスキー)

と、すべてウ井スキー。竹鶴より鳥居信治郎が「井」にこだわっていた、あるいは、そもそも西洋から伝来した時から「ウ井スキー」と表記されていた、ということかもしれません。

サントリーは戦後の 1950 年ころまではラベルも広告文もすべて「ウ井スキー」をつかっていました。その後、ウキスキーでなく、ウイスキーに変更したようですが、それはニッカが 1952 年の社名変更で「ウキスキー」を採用したからかもしれません。

「井」の字源は「井」。漢字の「井」のカタカナ表記は「井」と認識されていました。今でも、農器具の井関農機さんが、「井セキ」をつかっていますね。

戦後、簡素化されましたが、「わいうえお」「ワイウエオ」は、かつて「わおうえお」「ワキウエオ」だった。当時は発音も違って、Wa, Wi, Wu, We, Wo、すなわち、ウ…ウイ、エ…ウエ、と読んでいたそうなので、発音の面からも井がウイスキーに近い、と言えます。

■ 日本とウイスキーの縁のはじまりは明治? 江戸? ■

「ウ井スキー」「ウイスキー」「ウキスキー」のエピソード一つとっても、日本のウイスキー造りの歴史の長さを感じます。文字表記が変遷するくらい長い。

「竹鶴政孝がスコットランドでウイスキーを勉強したのが、1918 ~ 1920 年」ですが、高峰譲吉が、ウイスキー造りに、モルトでなく日本の麴を使う米国特許を出願したのが 19 世紀末。渡米して特許に基づく新工場をつくったのは 1890 年代。

(4 ページから続く: ウイスキー関連情報)

高峰が改良特許を出せたということは、竹鶴の渡英より随分前、すでに、ウイスキー造りのプロセスが日本で知られていたこととなります。日本におけるウイスキーの歴史は、少なくとも 19、20、21 世紀の 3 世紀にまたがると言えます。

- (注) 竹鶴政孝：寿屋 (現サントリー) 山崎蒸留所初代工場長、ニッカウキスキー創業者。「日本のウイスキーの父」。
- 高峰譲吉：アドレナリンの結晶化に成功した科学者。
- タカジアスターゼ (消化薬) の発見者で、三共の初代社長。
- 余談ながら、お二人とも国際結婚。奥さんは西欧女性。

土屋さんの「スコッチ三昧」(新潮) によればいずれも確証のない説としながら、次の 3 つの記載があります。

- 日本最初のウイスキーは遣欧米使節団 (団長は岩倉具視) が明治初期に持ち帰った「オールドバー」だった! ?
- ペリーが最初の寄港地の琉球でスコッチを振る舞った。故に、ウイスキーを初めて飲んだのは琉球政府の役人! ?
- いや、日本で最初にウイスキーを飲んだのは徳川家康で、三浦按針が持ち帰ったものだった! ?

さらに、「坂口謹一郎酒学集成」(岩波) の中に、「日本でもウイスキーがあった」という話があります。終戦後、天草出身の銀座の料亭の女中さんに聞いた話として：

お祖母さんが麦芽で糖化する酒を造っていたそう。順法のため僅かの麴も使うがほとんどウイスキーの造り方である。大黒柱の穴にマリア像があったことからして、江戸時代のパレートの遺法ででもあろう。

この話は当時注目され、ラジオ放送、その再放送まであったそうです。日本とウイスキーの縁は、江戸時代にさかのぼるのかもしれませんが。

■ 「生物多様性」、「酒類多様性 (サケ・ダイバーシティ)」 ■

「ジャパニーズ・ウイスキー」と言うジャンルは、英国、フランス、ロシア、台湾、中国など世界市場で認められつつあります。一方国内では、2010 年の日本のウイスキーの移出数量約 8 万 kl は (ハイボールブームで対前年約 20% 増でしたが) ロングレンジで見るとピーク時の 1980 年代の 35 万 kl に比べて激減状態。(ただし、RTD のハイボール缶は、リキュール区分なのでウイスキーの出荷統計に入らないものが多いので注意を要する。)

清酒業者の皆さんはよく「ピーク時の 1/3」に減った、と嘆かれますが、ウイスキーは「ピーク時の 1/4 以下」。この間、ジャパニーズ・ウイスキーを維持し、さらには品質向上に努められてこられた各社には一日本人として感謝するものです。

日本に、サントリー、ニッカ・アサヒ、メルシャン・キリン、タカラなど、複数のウイスキーブランド (ウイスキーに情熱を持つ複数の企業) があって良かったなあ、と思います。

グローバル化の波で、酒類企業は統合され、実質的な銘柄も減る傾向があるけれど、これ以上は減らないでほしい。いくら素晴らしい製品でも 1 社だけでは、愛好家を引き付けるジャンルになりえない、世界市場で「ジャパニーズ・ウイスキー」というジャンルが存在するためには、複数のブランドが必要だと思います。

大手ばかりでなく、ウイスキー蒸留を再開される本坊酒造さんや、21 世紀のブランド、イチローズモルト (ベンチャーウイスキー) などに、今後、大いに期待するものです。

最近、「生物多様性」という言葉が良く取り上げられます。「生物多様性 (biological diversity)」と同じような意味合いで「酒類多様性 (仮にサケ・ダイバーシティと名付けましょう)」も維持されねばなりません。

ウイスキーも、そして、清酒、焼酎、泡盛も、「たかさんの銘柄=ダイバーシティ」があつてこそ、「楽しみ」や「文化」が生まれ、生物と同じく「進化」するものだと思います。

世界各国が締結している 「生物多様性条約」の前文を抜粋すると：

生物の多様性が有する生態学的、遺伝的、社会的、経済的、科学的、(以下たくさん続く) 価値を意識し、(大幅中略) 将来の世代のため生物多様性を保全し 持続可能であるように利用することを決意して

とあります。条文の中の「生物の多様性」という文言を、「酒類の多様性」に置き換えても、十分意味が通じると思います。

(text = 喜多常夫)

(きた産業メルマガ・ニュース vol.153 - 2011 年 4 月 14 日配信 - から転載、加筆)

オゾン近くの「LMDW Fine Spirits」にて

- ショーウィンドーのいちばんいいところに、ジャパニーズ・ウイスキー、サントリーの山崎、白州、ニッカ余市や、メルシャン蔵井沢のウイスキーが並ぶ。
- 「シングル・モルト」がウイ、価格はこんな感じ→
 ■ サントリー白州 10 年 42% ■ サントリー山崎 12 年 49% ■ ニッカ余市 10 年 71%
 ■ ニッカ余市 12 年 89% ■ キリンメルシャン 蔵井沢 1975 199% ■ キリンメルシャン「龍」15 年 116% ■ イチローズモルト 15 年 139%

フランスでのジャパニーズ・ウイスキー人気急上昇は、話題になること。2010 年の輸出実績は 139kl。英国、ロシア向けも急成長で、3 国を 10 年間輸出すると、こんな感じ。フランスは、スコッチウイスキーの最大の消費国でもある。(イギリス、アメリカより多い! !)

なお、ジャパニーズ・ウイスキーのトップの仕向け先は台湾で、2010 年の台湾向けは 600kl。(かつて、1990 年代後半には台湾向けが 5,240kl (=2,900 石) もあった時代があり、それに比べると大きく減少したが、近年、底を打った感)

Sake & Japanese Whisky in Paris 2010-11 (Singapore / 11/02/2011)

パリにおける日本ウイスキーの販売状況。オゾン近くの「LMDW Fine Spirits」というお店。(出展：きた産業ウェブサイトの「アーカイブ」)