

プレミアム・モルツの 秘密、 関西を元気にする 秘策

2005年、06年と2年連続でモンドセレクション最高金賞受賞という栄誉に輝いた“ザ・プレミアム・モルツ”。このビールを誕生させたのは、卓越した技術を持つサントリーのビール醸造技術者・山本隆三の「いいビールを作って人を感動させたい」という熱い思いでした。

ある考え方に立てば「ビール作りとは除去する過程である」とも言われます。極端に言えば欠点を取るためなら長所がなくなるということもありうる訳です。しかしそれでは、人を感動させるような味にはなりません。“ザ・プレミアム・モルツ”は欠点の除去よりも長所を伸ばすことに重きをおくことで、欠点を補って余りある長所がビール全体を調和し、すばらしいビールに仕上がりました。欠点の除去ならばデータ分析である程度判断できますが、長所を伸ばすのは経験と勘だけが頼りです。山本隆三はビールに惚れているからこそその「技」でそれに成功しました。大規模なビール工場では工程がコンピューターで制御されており、さながら工業製品を作っているかのように見えますが、しかし実際のビール作りとはこのように人間の感性が作り出すものなのです。

ビール作りにも欠かせない水。当社は「水と生きるSUNTORY」をコーポレートメッセージとし、水を守る活動を行っています。例えば、各工場近くの森を手入れする運動を進め、森や山に水をためて地下水に流す「緑のダム」とでも言うべき仕組み作りに取り組んでいます。日本は水に恵まれています、アジアの国々や発展途上国などは水不足に悩まされています。実は日本は穀類を輸入することでこういった国々の水を大量に使っています。そのような点も配慮し、われわれは



鳥井 信吾氏

Shingo Torii
サントリー 副社長

水をもっと大切にしなければならないと思いますね。

企業は立地している地域に魅力がなければ、当然情報の集まる東京へ移ってしまいます。04年から始められた大阪北新地の「堂島薬師堂節分 お水汲み祭り」には失われた大阪の地域性を取り戻すという側面もあり、当社も協力しています。

私は、「食」は関西の重要な資源だと思っています。海外からのお客さまに関西の食を楽しんでいただく機会もありますが、非常に喜ばれます。大阪には老舗のおいしいお店も多く、世界とも十分勝負できます。しかしこれがあまりアピールされていないように感じられて残念です。せっかく世界に通用するものがあるのですから大切に、PRするべきです。

それにはまず関西の人々が関西の味のすばらしさを再認識することが不可欠です。関西は食べ物がいち、楽しい街だと国内外の特に若者にPRすべきです。ITやバイオビジネスの企業家たちは、感性も高く「食事の美味しい」所に集まります。関西・大阪には「美味という感性のインフラ」がしっかりと存在する。それは人を引きつける強い求心力です。そこにビジネスチャンスが生まれ、企業も集まるという「いい循環」が生まれてくるでしょう。北新地やミナミといった関西の味を守る地域を大切にすること、そして個性あるお店や若い職人さんたちを関西をあげてサポートする体制を作っていくことこそ、関西活性化への近道ではないでしょうか。

談