

Club Homepage URL <http://rid2510.org/otarusouth/>

●例会場/ニュー三幸 ●例会日/毎週金曜日12時30分 ●事務局/〒047-0032 小樽市稲穂1-3-6 ☎0134-33-3500



●2014-2015年度RIテーマ
LIGHT up ROTARY
ゲイリーC.K.ホアンRI会長
●第2510地区重点目標
RIテーマ「ロータリーに輝きを」
を推進しよう

**55年の歴史の蓄積の上に立って
ロータリーにさらなる輝きを**

●再来週 4月10日(金)のプログラム

◎ゲストスピーカー
穴沢 眞氏(小樽商大国際交流センター長)

●来週 4月3日(金)のプログラム

◎「平成27年度税制改正企業・家計・個人への影響」
鈴木 崇史会員(税理士法人中央会計事務所社員税理士)

●今週 3月29日(日)のプログラム

◎インターシティ・ミーティング
地区第6グループIM(=都市連合会)
会場蘭越町ふれあいプラザ21

36

通巻 第2692号
2015年3月29日発行

**1960年創立
昭和35年2月5日**

●第35回例会報告 3月20日(金) 「マッサン流大人の酒の目利き」 野田 浩史氏 (オーセントホテル小樽 料飲副支配人)

■ロータリーソング ■「我等の生業」

■ゲスト・ビジターの紹介■

野田 浩史様 (オーセントホテル小樽 料飲副支配人)

■会長報告■ 加藤会長

・本日の「例会プログラム」スピーカー野田浩史様ようこそおこしいただきましたスピーチ楽しみにしております。

・来週は、蘭越で開催されます「IM」ですよろしくご協力のほどお願い致します。

■幹事報告■ 工藤幹事

・来週の「IM」登録22名出席14名です午前11時30分旧小樽グランドホテル前出発となります。出席会員にはFAXにてご案内しております。

・四月の第1例会加藤会長不在のため、「理事会」は2週目4月10日例会 終了後開催致します。

◎『おたる歴史紀行 音楽きこう』のお知らせ 斎藤会員

・来る5月・9月に開催されます「おたる歴史紀行 音楽きこう」のポスターを配布しますので掲示のご協力をお願いいたします。

◎8年前の姉妹交流委員長からのお願いです。見延会員

・酒田ロータリークラブとの交流関係を綴ったアルバムの行方が不明です。お心あたりの方は正武家事務局まで申し出下さい。

※その後、最も確かな会員が預かって呉れていることが判明 問題は解決しました。ご協力して下さいました会員各位に御礼申し上げます。

◎次年度関係 廣部会長エレクト

・去る3月14日・15日岩見沢市にて 会長エレクト研修セミナー・財団セミナー、米山セミナー等が開催され当クラブから次期齋田ガバナー補佐・岡崎ポリオ委員長・次期宮川ロータリー財団委員長・次期松浦国際奉仕委員長が出席いたしました。来月4月12日(日)岩見沢市にて地区研修・協議会が開催されます5大奉仕委員長



並びに広報情報委員長さんには個別にご案内させていただいております宜しくお願い致します。

◎緑村会報告 山村緑村会収入役

・3/18(水)「すし田」にて12名の村民の出席のもとキンキンの西京焼き・本マグロ目玉等美肴美酒を堪能し早春の宴を開催することが出来ました。(新役員=佐藤(甚) 村長・宮川助役・山村収入役)

◎SAA 上野委員長

・4月から6月まで席替えをいたします各委員会別になりますのでご協力のほどお願いいたします。

■出席委員会■

・平成27年3月20日

会員総数 76名 本日の欠席者 16名
浅村、石上、大倉、大淵、岡崎、角野、鈴木、富永、野村、福井、前川、宮川、村越、盛、山田(正)、永原

・平成27年3月6日

会員総数 76名 出席摘要免除者 16名
病欠者数 0名 ホーム欠席者数 17名
メーキャップ 5名 純欠席者数 12名
確定出席率 83.09%

■メーキャップ■

3/6 佐藤(公)(入船村会) 3/13 湊(入船村会)
3/13 桂(小樽RC) 3/20 岡崎(入船村会)

●まごころ箱 いつも有難うございます!

鳥井会員 孫が医学部卒業と医師国家試験に合格しました。

加藤会員 次回例会は、IMの為例会日を変更。

大橋会員 会員誕生祝。

本間(清)会員 長期欠席。

小笠原会員 いつも休んで申し訳ありません。

本吉会員 夫人誕生祝綺麗なお花を有難うございました。

濱本会員 お先に失礼します。

米山会員 お先に失礼。

竹田榮治会員 夫人誕生祝わざわざ有難う御座いました。日付 (H26.3.20)

まごころ箱入金集計額 (H26.7.4~H27.3.20)

3月20日分 26,500円 合計 **1,060,000円**

1968年に小樽出身、造形文字デザイナーの父から「手に職を付けろ！歴史に残す仕事をしろ！」と教えられてきました。若い頃は素直になれず親の言には素直に向き合おうとしませんでした。後に見送る立場になって父の「ことば」を振り返るようになるのです。人もまたウイスキーと同様に熟成を重ねることで深みを増していくのですね。

わたしはオーセントホテルのチーフバーテンダーとして修業させて頂いている傍ら、(一社)日本ホテルバーメンズ協会理事として、飲料文化発展の一翼を担うべく全国を駆け回っております。当協会(略)HBAは1964年に控えた東京オリンピックに備え、沢山の来日外国人が見込まれるのに際し、東京を代表する一流ホテルの飲料支配人が会したのが始まり。カクテルや洋酒価格の平準化を図り接遇英会話を基準化するなど、夜のロビー活動に相応しい国の品位を支えてきた団体といえます。今も、我が国における接遇技術の向上に努めつつ、地方特性を生かした地産地消の推進を図り観光事業にも寄与しています。

自著『マッサン流 大人酒の目利き』(講談社)は、酒の楽しさについて竹鶴政孝さんの思いを重ねて書いた一冊です。健康志向や少子高齢化に伴う、飲酒市場の縮小が避けられないなか、「大人酒の流儀」を通じ、新たな価値を創出したいとの思いで下記の観点で書きました。

- ・バーテンダーは酒を売るに非ず、時を売る仕事。
- ・社会という大空で翼を広げている人々がBarという止まり木に羽を休めにくる場所。

・Bar-tenderの語源、Tendernes、つまり「優しさ」のこと。大人としての優しさを備え、人それぞれに合った薬(酒)を処方させて頂く業(わざ)。

処方薬であるウイスキーはそもそも生命の水と謂われ、12世紀アイルランドで発見されました。語源はゲール語でウシュクペーハ(生命の水)と云い、錬金術師が医術を目的に蒸留技術を用い抽出した透明な液体。琥珀色になったきっかけは1707年、イングランドを中心とした大英帝国が

スコットランドのウイスキー業者に高額な麦芽税を徴収始めたことに遡ります。徴税を免れようと生産者たちは透明な原酒を山中のシェリー樽に隠し、何年かして様子を伺いに行くと琥珀色に原酒は深まり芳香が溶けだしていたのです。正に偶然による産物。

日本におけるウイスキー普及には諸説あるものの、やはり鳥井信治郎氏、竹鶴

政孝氏たちが黎明期を築いたといっても過言ではありません。摂津酒造の阿部喜兵衛氏のもと竹鶴がスコットランドに渡航する際、船を見送った鳥井と阿部に加え、後のニッカウイスキー筆頭株主となる山本為三郎アサヒビール社長までいたと記録があるのです。

1945年の終戦から、1950年代戦後復興の牽引となったのは製造業。一般家庭における冷蔵庫の普及がウイスキー



例会プログラム

マッサン流 『大人酒の目利き』

オーセントホテル小樽

料飲副支配人 野田 浩史氏

の味わいを慣れさせた要因ではないかとも云われています。冷蔵庫が茶の間の必需品となり、冷やしたビールが飲めることで消費が加速。ビールの味に慣れることによってウイスキーのもと(麦汁の味わい)に抵抗が薄らいだと思います。

1961年、竹鶴の愛妻リタの逝去(享年64歳)で塞ぎ込んでいる政孝に、渡英時に船を見送ったアサヒビール山本為三郎初代社長はカフェ・スチル(連続式蒸留器)の導入を勧め、これによってハイニッカ、ブラックニッカ、スーパーニッカなどのソフトな味わいのウイスキーが作られ大ヒット。サントリーの広告戦略も目を見張るもので、トリスターの出店攻勢によってバーならでは飲酒スタイルを確立。JALが憧れのハワイ航路が就航させると「トリスターを飲んでハワイに行こう！」というキャンペーンがお茶の間で大々的にCMされることにより、戦後復興を象徴する酒として認められたウイスキー。それは単に酔いしれるのではなく、文化をまとった酒として地位を固めた時代であったと思われれます。

ウイスキーの消費が日本酒に変わって1位となったのは1962年から1989年、原酒混和率、税率の差に伴う級別制度は経済成長期と我が国のサラリーマン市場とマッチング。大衆商品の2級と高級路線の特級ウイスキーの区分はとてもわかりやすく、「平社員はトリスター」、「係長はホワイト」、「課長で角瓶」、「部長社以上はオールド」という出世酒のプロセスは景気向上にも伴い伸長。1980年、オールドの生産量は1240万本と世界のトップクラスに立ちました。

もう1つは1970年代から台頭した日本特有の「スナック」という業態。スナックでは、本格焼酎を水で割って飲むように軽やかに飲むことがはやり、ママやホステスとは次回約束の象徴「ボトルキープ制」といった日本独自のシステムが根付くことによってメーカーは需要を見込めるようになりました。スナックへの営業支援が繰り返されたのです。各メーカーは同一ブランドを級別に売り出し、より高級な酒を飲みたいという自己を満足させる、つまり見栄消費も大きく業態を支えたといえます。しかし、80年代になるとママやホステスとの「会話」の時代から「カラオケ」に移行、その頃からウイスキー市場は縮小していきます。

私がこの仕事に携わった1980年、ウイスキーはショットバーで若者がお洒落に飲める酒として注目されていました。しかし、輸入酒の規制緩和やカクテル、ワインブームのお陰で飲酒の選択肢が広がり、結果としてウイスキー消費は減少を辿ります。2000年代に入り、ハイボールブームが需要喚起となるものの、出荷数はこれまでと比較にはなりません。文化を纏った酒、ウイスキーは、品質やお持て成しなどを通じ、ジャパン・プレミアムと称されるよう、私たちは磨きをかけていかななくてはならないと考えています。

