

# 20世紀を振り返る

## 近代的ホテルの開業とソムリエ誕生

横山 弘和

### 1960年代の新しいホテル

1964年に開催された東京オリンピックは、日本での近代的ホテルの誕生と発展に大きな役割を果たしました。その頃、新しく開業したホテルは規模も大型化し、一つの建物に500以上もの客室を持つホテルも出現しました。それまでのホテルは、せいぜい主食堂とコーヒー・ショップ、酒場が一か所といった程度の設備が常識でしたが、新しいホテルは、大きく違っていました。特に1962年5月に虎ノ門にオープンしたホテル・オークラは、なんと高級な欧風料理店が三つ、コーヒー・ショップ的軽食堂が二つ、日本料理店、中華料理店に加え、酒場が二つ、更に最上階の高い場所から外の景色を眺めながら、当時やっと出回り始めた世界の洋酒が楽しめる、カクテル・ラウンジと計10か所もの飲食設備を有し、それまでの常識を破るホテルとして脚光を浴びました。

最上階のラウンジはサンフランシスコの有名なホテル「マーク・ホプキンス」のトップ・オブ・マークというカクテル・ラウンジにヒントを得て作られました。現在ではどのホテルでも当然のように最上階に飲食設備が設けられていますが、これは我が国のホテルとしては最初の試みでした。同時に、それまでホテルの食堂や酒場は宿泊客の利用が主体であったのに対し、外来客の誘致へと大きく変わる転機にもなったのです。ちょうどその頃、我が国の経済成長が盛んになり、商談のため来日する外国人の数も非常に増えていました。加えて、国内でも終戦後の苦しい生活からようやく立ち直り、ややぜいたくもできる余裕のできた頃で、このような国際級のホテルのタイミングのよい開業は大好評で、ホテル・オークラは押すな押すなの盛況でホテル業界始めて以来の大成功と賞賛されたのです。

### 1965年ソムリエ商売の初期

そのような背景の時代の先端に行く高級ホテルに「なんでもやるから」と就職した私は飲料を管理する部署に配属されます。そして「ソムリエ」という聞いたことも無い新しい職種に任命されたのです。当時のホテルでは国際的なホテルとしての体面を保つだけのフランス、ドイツ、イタリアのワインを在庫し、サーヴィスをしていましたが専門職を置くほど力を入れていませんでした。やっと、



横山 弘和 / よこやま ひろかず  
1930年兵庫県生まれ。65年ホテル・オークラ(東京)入社。95年に退社するまでソムリエとして30年間一貫してワイン関係業務に従事する。88年11月ブルゴーニュ・シュヴァリエ・デュ・タートヴァン(利き酒騎士)叙任。現在佐多商会ウィタリテ事業部在籍。

私が入社する少し前に、ワイン王国フランスには「ソムリエ」と呼ばれるワインの専門職がいるということが認識されたばかりでした。

そこで人事課で面接を受けた際、「貴方はちょうどいい時に来た。ワイン・バトラー(イギリス風)という新しい職種があり、これはレストランで、ぶどう酒をセールス、サーヴィスする専門職だ」と説明されました。しかし、私にはワインに付いての知識は全く無く、どうなることかと困ってしまいましたが、人事課長はそれを承知で「勉強しながらやりなさい」と言ってくれ、ほっとしたものでした。私がソムリエに採用されたのは、要するに、この仕事があり若造の社員よりも、35才で多少人生の経験もあり、ワインのような高価で重々しい商品を扱うには適していて、外国人の客が非常に多い中、私の英語力が若い人に比べて多少まして、実践的だとの判断からでした。当時の私のワインに対する知識は極めてお粗末で、せいぜい、箆かぶりの丸い瓶に入ったイタリア産のキャンティーが代表的なぶどう酒で、スペイン産のシェリー酒はチェリーから作られていると勝手に信じていたくらいでした。本物のワインは、ぶどうだけが原料だという認識さえなかったのです。

### にわかソムリエ誕生

そんな私は、それから数年間、ホテル本館の10階にあつたコンチネンタル・ルームのソムリエとして配属されました。当時、東京で一番美味しい欧風料理をサーヴィスすると評判の高かった、このレストランは連日、国内外からのVIPたちの利用で、なかなか予約ができないほど繁盛していました。そのようなお店で、にわかソムリエの私がワイン・リストを持ちテーブルを回り、ぶっつけ本番で世界の著名人にワインをすすめたのは、今考えてもこの上なく無謀だったと思います。

### ワイン教本

さて、実際、任務について勉強するにもワインについて日本語で書かれた教本は今と違ってほとんど無く、二辞典がありましたが、解説がわかりにくく、読んで理解のできるものではありませんでした。そんな時、ホテルの創業者の一族で、海外での留学や生活の経験のあるK.O氏と親しくなり、ワインについての貴重な



洋書を数冊借り受け、辞書と首っぴきで勉強を始めました。そこで、欧米で書かれたワインの専門書には、大きく分けて2種類あり、一つはワインの商売、サービスなどに従事する「売る立場のプロ」のために書かれた本。そして、もう一つは、愛好家でワインを買って楽しむ人たちのために書かれた本があることに気がきました。そこで、これらの相反する本の両方を読み、研究することによりセールスに成功し、お客様にも満足されると私は考えました。

まず、ワイン・サービスのプロのために書かれた本には、いかにホテル・レストラン業で飲物、特にワインの売上が重要かを説き、工夫次第でそれを成功させ、より高い利益を生み出せることをスタッフによく理解させ、ミーティングやセミナーを開き、ワインの知識、正しいサービス法の教育を徹底することを強調しています。要するに「To sell, you have to tell. To tell, you have to know.」という訳です。また、当時多くなかったワイン・シュワード(アメリカではソムリエより、よく通じた)という職種が、将来いかに重要な存在になるかを予測しています。それには理想的なソムリエ像として、あらゆる飲料の選択、購買、在庫管理、ワイン・リストの作成、セールス・プロモーションへの参画など幅広く責任を持つべきだと主張しています。

更にホテル内でのソムリエの地位は高く、支配人に次ぐものでなくてはならないとしています。もはやワイン・ウェイターとして、ただ食堂内でテーブルを回りワインのサービスをしていけばすむものではなく、もっと頭を使う新しいソムリエ像を描いて見せます。加えて、レストランでの、お客に対してのアピール、会話、心理的なかけひきにまで及ぶ「差のつく細やかな接客法」まで説明しています。そして、ワインが売れる条件として「料理が美味しく、雰囲気良く、ワインの値段が良心的で、サービスが正しければワインの売れない理由がない」と決めつけています。

## ワインマンシップ

一方、お客の立場のために書かれた本には、レストランでのワインの選び方、注文したワインが傷んでいた、美味しくなかった時の苦情のいい方、サービスが気に入った時のソムリエに置くチップについて迄、教えてくれる本がありました。また、スポーツマ



ンシップに真似て「Winesmanship」(「ワイン紳士道」とでもいうのでしょうか)紳士らしいワインの飲み方や楽しみ方について書いています。この中に、例としてよく話題になる「レストランでワインを注文して、味見をして、そのワインが傷んでいるようだったり、美味しくないと思った場合の苦情の仕方」です。例えばワインを正しくサービスするお店では、選んだ人(ホスト)に、必ずワインのラベルを見せて、ワイン名、年代等を確認してから、初めてコルク栓を抜き、そのコルクをホストに提示します。この時(ワインが健康であれば悪い臭いはしない筈ですが)悪臭がしたり、コルクを二本の指で押してみても弾力性が無く、ぼろぼろと砕けてしまう様なコルクの場合は、ワインの状態が悪い恐れがあります。これはワインという飲み物の宿命とでもいうもので、どんな高価なワインでも置く場所、置き方を間違えるとコルクが劣化し、外から空気と一緒にバイ菌が侵入してワインを酸化させてしまうのです。運悪く、そのようなワインと遭遇することは、たまにあり得ることです。よくテストしたワインがおかしいと感じた場合、どうすべきかということが話題になります。

まだ初心者で味見に自信が持てず、加えて、高級なフレンチ・レストランなどでは、周りの雰囲気を押されて言い出しかね、不味いワインを無理して飲んだり、ほとんど飲まずに残してきたり、不愉快な体験をした話を聞きます。この本では、このような場合、「ワイン紳士たるべき者は、早速堂々と係を呼び、はっきりと気に入らないことを告げ、サービス側が色々理由を並べ取り替えない時は、そのワインを片付けるように指示し、もう一度ワイン・リストを所望します。そして別のワインを選び、味見をし、良ければそれを飲みます。そして勘定書に、返したワインの値段が付いていても(ここがワイン紳士の違う所ですが)騒がず黙ってその分も払い、店を一步出たら、手帳を取り出し、その店の電話番号に線を引き、立ち去りなさい」と書いてありました。これはサービス業に従事する者にとって「お客様は常に正しい」という精神を忘れてはいけないこと、たった一本のワインを損するからと取り替えず、大切な顧客を永遠に失ってしまう恐ろしさ、など、ソムリエとしての仕事の上での良い教訓を得たと思いました。