

NY流ウイスキーの楽しみ方。業界の牽引役に聞く

By 安部かすみ - 2015-04-22



LINE LINEで送る

人気のテレビドラマ『Mad Men（マッドメン）』（*1）の影響もあって、ウイスキーが注目されて久しいニューヨーク。話題のデザイナーズホテルやハイエンドなレストランが続々とオープンするなど、今一番変化の激しいNoMad（ノマド）エリアには、同じ通りに専門店が2軒もあり、いつ訪れてもウイスキー好きで賑わっている。

そのうちの1軒「The Flatiron Room（フラットアイアン・ルーム）」は、スコッチやバーボンはもちろんのこと、日本やインド、スウェーデンなど世界各国のレアなものまで、常時1000種類以上のウイスキーを揃えるレストラン。ここでグラスを傾けながら、恋人や仲間と会話を楽しんだりジャズの生演奏を鑑賞したりするのが、大人の時間の楽しみ方だ。



フラットアイアン・ルームは、常時1000種類以上のウイスキーを揃える

昨今のトレンドについて、同店のオーナー、トミー・ターデーさんに話を聞いてみた。「ひと昔前までは、材料や生産

地などうんちくを語る対象はいつもワインだったけど、ここ数年『ウイスキーについてもっと知りたい、もっと知識を身に付けたい』という人が増えているよ」とトミーさん。

「会社の研修の一環として、ウイスキーを学べるクラスを取り入れたいという企業もあるくらいだ。うちの店でもウイスキースクールをやっている。毎回15〜20人前後が集まり、今週は5日も開催したんだ」と、その盛況ぶりを語る。

これらの流行に便乗して、アメリカのウイスキー業界も新しい試みに乗り出した。例えば、ニューヨーク州にあるロングアイランド・スピリッツ社のシングルモルト・ウイスキー「Pine Barrens（パイン・バレンズ）」^{*}。これは、ビールから作ったウイスキーだ。伝統的なウイスキーの製法と異なり、近所のビール会社「Blue Point（ブルー・ポイント）」で作っている地ビール「Old Howling Bastard（オールド・ハウリング・バスタード）」を蒸留したもの。味は、ドライで喉越しが良い。

トレンドと言えbaumう一つ。サントリーの「山崎」が昨年世界一（*2）に認定されたことで、フラットアイアン・ルームでも毎日、山崎が飲みたいというオーダーが入るという。しかし、日本でのウイスキーブームも影響してか、入荷が追いつかない日もある状況なのだとか。

山崎ウイスキーももちろんいいが、ニューヨークでは世界中の珍しいウイスキーやローカルで作られた地ウイスキーを楽しむといい。きっと自分好みの味に出会えるだろう。

>> フラットアイアン・ルーム WEBサイト

*1 マディソン街にある広告代理店業界やその人間模様を描いた人気のテレビドラマ。シーズン7のパート2は、今年の4月からオンエア中。

*2 昨年11月に発行したイギリスのガイドブック『ワールド・ウイスキー・バイブル2015』が、サントリーの「山崎シングルモルト・シェリーカスク2013」を世界一と評価した。



ビールから作られたウイスキー「パイン・バレンズ」。同店ではグラス22ドル



これからの季節はこちらもおすすめ。ウイスキーを使った爽やかなカクテル「ミントジュレップ」（グラス15ドル）



「ミントジュレップ」のアイスは、1930年代製の製氷機でゴリゴリと削る。何をオーダーするか迷ったら、ウイスキーソムリエが気軽にアドバイスしてくれる



1階のステージ上では、夜毎ジャズライブが行われる



入り口のビロードカーテンをめくると、映画のセットのような非日常的な世界が2フロアに広がっている



オーナーのTommy Tardie（トミー・ターディー）さん。近く、市内に2店舗目をオープンする予定だと言う



アメリカでは珍しいボトルキープ。オーナーのトミーさんが旅行中に東京の六本木で見えて、「これはいいアイデアだ」と同店でも始めた。オープンから2年経ち、現在は2500本のボトルが並ぶ



フラットアイロンルームで飲めるウイスキーたち



安部かすみ

編集者、ライター。1994年から2001年まで、日本の出版社で編集者として勤務、02年よりニューヨーク在住。07年から14年まで、在NYの出版社でシニアエディターとして勤務。退職後は様々な日本語メディアでNY情報を発信中。日米での編集者歴21年。