

雑件

ウイスキーやワインの熟成および劣化



ウイスキーとワインを戸棚にしまい込み、そのまま常温で一〇〜二〇年を経過してしまった。このような酒は飲用可能か。飲用不可な場合、何かに利用できるか。

(東京都 U)

A ウイスキー、ワインを常温で一〇年〜二〇年放置した結果はいかにということであるが、うまく条件さえ揃えば「熟成」ということになり、至上の宝となりうる。逆に条件が揃わなければ、質問者が心配されているように「劣化」となり、飲用が不可能な場合もありうる。

さて、うまく条件を揃えて熟成という工程にするにはどうすればよいのだろうか。

熟成工程は、単にウイスキーやワインに限らず、酒類を含む醸造物などの発酵食品やパン、アイスクリーム、キャンデー、チョコレートのような菓子類、さらにはハム、ソーセージ、ベーコンなどの畜肉製品、塩辛などの塩蔵食品等、ほとんどすべての食品に認められる工程である。これらの熟成工程を分類すると、①食品中の化学的変化を主とするもの、②物理的変化を主体とするもの、③微生物および酵素などの生物学的作用を主とするもの、の三つに分かれる。さらに、これらが単独ではなく二つ、あるいは三つが複雑に関係して熟成という工程が成立する。

熟成に関与する要因を酒類に特化して考えると、温度、時間、製法または成分、容量、容器の材質や形、酸素の六項目が知られている。

これらの要因の中で、すべての熟成に共通して関与する因子で、かつ、重要なのは温度と時間である。どちらの要因についても長時間、高温な条件ほど酒類に対し成分変化が生じる。特に、温度の場合、一〇℃の差が二倍の化学変化を生ずるとされる。

それでは、熟成に対し高い温度であれば最適であるかという点、答えは逆である。一定以上の温度を高くすることにより、製品中の特定の成分のみ反応が進みすぎ、その変化が急激に生じ、バランスが崩れ、いわゆる劣化という現象が生ずる。酒類全般にいえることであるが、「温度は一定にする」というのが必要条件である。これはわずかな温度変化によっても成分変化が急激に起きることによる。ワインの熟成は白ワイン、赤ワインではわずかな違いはあるものの、ほぼ一七〜一八℃が基本である。ウイスキーでは二〇℃前後である。また、熟成時間についても長ければ長いほどよいというものではなく、長期熟成に適した中身が必要である。具体的には、ワインでいうと軽い味のものより重厚な味の製品が適しているといわれる。そのため、ボジョレー・ヌーボーなどの比較的軽くフルーティな香りのワインは、長期熟成には適していないとされる。

本件の場合、ウイスキー、ワインの名称が不明のため断言できないが一〇〜二〇年という貯蔵期間が熟成ということであるならば申

し分ないと思われる。しかし、常温で貯蔵したということであるため、最適温度の一七〜二〇℃一定とは限らず、冬季は一〇℃以下、夏季は三〇℃以上となっている可能性が高い。そのため、貯蔵温度が一定せず変化を伴い、急激に成分中の化学変化を生じている可能性が高い。

これは本件の貯蔵に関しては、熟成というよりは劣化、あるいはそれに近いものと考えられる。特に、ワインは醸造酒のため製品の中に含まれている微量成分が多く、かつ複雑であるためその傾向が強いと思われる。ウイスキーは蒸留酒でアルコール、エステルが主体であるため、ワインよりは劣化の程度が低いものと思われる。一度開封し、利き酒をして判断してみてもいいかであろうか。

なお、いくら利き酒をしても単にまずいだけで、成分が変化して毒物になったり、腹を下したり、死に至らしめるということはない。

ウイスキー、ワインのどちらもとてもまずくて飲用ができない場合はただちに捨てるということはせずに、ワインの場合はピーフシ

乗用車のBとV



乗用車におけるブランド・アイデンティティ、あるいはビジュアル・アイデンティティとはどのようなことか。できればメーカー名を例示して解説を。

(石川県 S)



一、ブランド・アイデンティティ

ブランド(商標)とは、あらゆる機会に商品によって呼び起こされる期待感や連想の集合のこと。アイデンティティとは同一性とか個性の意味である。どのような人にも個性があるように、どのような商品にもBI (Brand Identity) が存在する。

日産自動車では、カルロス・ゴーン社長が一九九九年一〇月一八日に発表した再生計画「日産リバイバルプラン」で掲げた三つの目標は、①事業の発展と販売の改善、