

巻頭特集

鈴木鉱泉株式会社

懐かしい
クリームソーダ味の

「スマック」



緑色の瓶に入った、涼しげな炭酸飲料「スマック」。かつて多くの人に愛された人気のドリンクでしたが、最近では見かける機会が減っていました。そんな中今年から、桑名市内の大手スーパーでの取り扱いがスタート。再び脚光を浴びるに至るまでのストーリーを取材しました。



昔も今も、喉がカラカラの暑い日に、冷えた「スマック」を飲むと気分爽快!

**生き残りをかけて
ワンウェイ瓶へ変更**
ところが数年後、鈴木社長は、またしても問題に直面します。当時、「スマック」をはじめ飲料の容器は、王冠キャップのリターナブル瓶が主流。店先で飲んで瓶を返すと、保証金の10円が渡されるのも子ども達の楽しみでした。そのため、販売は瓶の回収が可能な半径60kmの範囲まで。小売店や酒屋のほか、八百屋や駄菓子屋、お好み焼き店などが主力の販売店でした。ところがその頃、スーパーの出現で、商品の大量仕入れや大量販売が可能になります。回収が不要な手軽さなどから、飲料の瓶はリターナブルからワンウェイへ変化し始め、販路の少ないリターナブル瓶の飲料は伸び悩みます。ただ、ワンウェイ瓶に切り替えると、瓶代の値上げは避けられません。コンビニや自販機も浸透して小売店は減少し、「スマック」の販売数が落ちていく中、鈴木社長は決断を迫られます。

そして昭和52年、ついに「スマック」を現在のようワンウェイ瓶のスタイルに変更。それには、昔からのファン、「値上がりしてもいいから、あの懐かしい味が飲みたい!」という声に背中を押されたといえます。その結果、人々に長く愛されるドリンクとなりました。

**何度も復活を遂げる
世代を超えたおいしさ**
「その都度、時代に対応してやってきた」と話す鈴木社長。現在のよなレトロブームや地産地消にも柔軟な姿勢で向き合ってきました。そして今、「桑名特産のクリームソーダ」と呼ばれるなど、「スマック」が再ブレイクの兆しです。今年から、桑名市内の大手スーパーでの販売が決まり、たくさんの人に、いつでも手に取ってもらえるようになりました。

中身が乳白色の「スマック」は、着色料や防腐剤を使わず、クエン酸など天然由来の原料のみで作られています。飲めばやさしく、ミルクィな甘さとほどよい炭酸に、元気がわいてくるよう。大人には懐かしく、子どもには新鮮な「クリームソーダ味」のドリンクで、まだまだ続く暑さに涼感を呼び込んでみませんか。



工場のラインには、「スマック」の瓶がずらりと並びます。まず、中をきれいに洗浄します



乳白色の中身が注入され、キャップを締めたら、完成間近です



クリームソーダ柄のラベルを熱で張り付け、梱包して出荷へ。現在「スマック」の生産量は、年間約30万本だそうです

飲めばやさしく、ミルクィな甘さとほどよい炭酸に、元気がわいてくるよう。

ほかにも、楽しいラインナップが

鈴木鉱泉株式会社の商品ラインナップは、「スマック」のほかにもこんなに豊富です。ラムネをはじめ、スーパーなどで見かけたことがあるドリンクも多いのでは。「氷みつ」と「天然温泉アルカリオン水」

は、長島温泉でも評判の商品です。最近では「コトブキサイダー」をはじめ、レトロな地サイダーの製造も手がけています。



問い合わせ先
鈴木鉱泉株式会社
0594-23-7411

**中小飲料メーカーの
期待を背負った会心の作**
アラフォー世代の読者は、きっと「懐かしい!」と感じるはず。かつて一世を風靡した「クリームソーダ スマック」「ゴールド」、通称「スマック」が今、再び注目を集めています。

この人気ドリンク「スマック」誕生の地が、桑名だということを存知でしょうか。桑名市江場中野町にある「鈴木鉱泉株式会社」は、自販機販売できる日本初のラムネなどのヒット作を持つ飲料メーカーです。「スマック」の誕生は、昭和43年のこと。当時、ジュースやラムネ、サイダーが主力だった国内の市場に海外のメーカーが参入し、目新しい炭酸飲料などに市場が席巻されていました。「このままでは、自分達のような中小飲料メーカーは衰退してしまふ」。そう懸念した鈴木武社長は、アイデアを捻ります。巷では、喫茶店でクリームソーダを飲むことが流行中。とくに、トレンドに敏感な女性達の間でブームだったことから、「クリームソーダを瓶詰めに

して販売したら面白い!」とひらめきました。

もともとが技術畑の鈴木社長は、瓶詰めにしても成分を洗脱させず、クリームソーダに似た味わいをそのまま保存することに成功します。「スマック」の英語表記は「Smack」。skim milk・acid・carbonate・keepingの頭文字を取って名付けられたといいます。

鈴木鉱泉と、当時名古屋にあった2社を筆頭に、複数の企業で統一ブランドの「スマック」を製造し、海外メーカーに対抗することが決まりました。東海三県だけでなく、広島県などでも製造販売が始まり、各地でおなじみの緑色の瓶が流通するようになります。

国内の中小飲料メーカーの期待を背負った「スマック」は、大ヒット。「クリームのささやき」というキャッチフレーズをはじめ、大々的な宣伝効果もさることながら、決め手はやはりその味でした。親しみやすいミルク風味と、グングン飲める細やかな泡立ち。クリームソーダを思わせる日本人に合った飲み口が、ブレイクにつながったのです。



鈴木武代表取締役は三代目。当時のポスターを前に、自ら開発した「スマック」への熱い思いを語ります