

世界のラム酒メーカー、バカルディVSハバナ・クラブの熾烈な戦い

最近、ある飲料メーカーが、バカルディ社の缶入りカクテル「キューバ・リブレ」、「モヒート」をテレビのコマーシャルなどを利用して大々的に宣伝し、バカルディ社、あるいはラム酒への関心が高まっています。素朴なキューバ・ファンの方々は、この「キューバ・リブレ」（正しくはクーバ・リブレCuba Libre）には、キューバのラム酒が使われているから、バカルディのこのカクテルを飲もうと盛り上がり、中には、さすがに、このキューバのラムの「キューバ・リブレ」、「モヒート」はおいしいと自画自賛の賛美を送っている人びともいます。

お酒の味は、好みですから、バカルディのラム、あるいはこれらのバカルディのカクテルがおいしいと思う人もいるでしょうし、それらは尊重されるべきでしょう。

ただし、「キューバ・リブレ」というカクテルのレシピは、「キューバ」という名前がありますが、ラム酒とコーラとレモンのカクテルであり、ラム酒あるいはコーラの本産地、あるいはブランド（商標）までは含まれていません。このカクテルは、現在では、チリではロンコーラ、メキシコではクーバ、スペインではクバータと呼ばれています。しかし、このカクテルの発祥については、諸説がありますが、19世紀末に米・西・



キューバ戦争がおり、米国の軍隊がキューバに侵入し、コーラを持ち込み、ラム酒で割って飲んだことから始まると一般的にはいわれています。スペインから独立した「自由（リブレ）キューバ（クーバ）」という名前がついたのもそこから来ています。

一方、「モヒート」(Mojito)も、諸説ありますが、キューバで誕生したカクテルです。一般には、ハバナを根拠地として創作活動を行っていたアーネスト・ヘミングウェイが、ある日、自宅の庭でラムにレモンを入れて飲んでいた際に、ミントの葉 (hierba Buena) を加えて飲んでみたらすっかり気に入り、翌日、お好みの飲み屋「ボデギータ・デル・メディオ」に行き、この飲み方を紹介したところ、その名が残ったとのこと。その折、ヘミングウェイは、余りうまくないスペイン語で「ミントの葉入り」=マノヒート・デ・メンタ (manojito de menta) といったつもりが、「モヒート」(mojito) と聞こえ、この名前になったと伝えられています。いずれにせよ、ラム酒とレモンに砂糖とミントの葉を加えた、キューバ生まれのカクテルです。しかし、レシピに、キューバのラム酒に限るというのは書いてありませんから、バカルディ社が、「モヒート」カクテルとして販売しても、味の好みは別として、違法でも何でもありません。



ところで、バカルディ社は、1862年スペインのカタルーニャ地方の出身、ファクンド・バカルディが、サンティアゴ・デ・クーバに工場を建設したことから始まりました。同社は、



オリーブ油の販売に使用されていた「こうもり」マーク入りの1ガロン（4.5リッター）缶を利用して販売しました。そこでこうもりの絵が同社のトレードマークと使用されるようになり、世界で最初にカーボン・フィルターを採用し、またオーク材の樽で熟成する新技術を導入し、ソフトでピュアな味で、一躍人気を獲得しました。

国際的にも数々の賞を獲得し、革命勝利（1959年）前には、キューバで最も人気のあるラム酒となっていました。バカルディ社は、海外にも展開し、「ロン・バカルディ」のブランドで、1931年にはメキシコに、1936年には米国でのラム酒の輸入関税を避けるため、プエルトリコにも工場を作りました。



1950年代のバカルディ社の社長、ホセ・ペピン・ボッシュは、当初はフィデル・カストロ



達が進める反バチスタ独裁闘争である7・26運動を革命勝利後の打算から支持し、個人的にも献金を行っていました。ボッシュは、7・26運動とCIA（米中央情報局）との仲介役も務めていたともいわれています。1958年12月半ばにキューバ駐在の米国大使アール・スミス大使が、バチスタに政権から退くように勧告した際に作成した

臨時評議会のメンバーには、ホセ・ペピン・ボッシュの名前がありました。ボッシュは、同時に、バチスタ政権も信用せず、海外支店の活動を強化するとともに、1958年にはバカルディという商標、大部分の資産もバハマの本社に移転しました。

1959年1月の革命勝利後、ハバナ旧市街にあるバカルディビル（現在も存在）の正面には、「フィデル、ありがとう」という巨大な横断幕が掲げられました。



しかし、1959年1月1日反バチスタ闘争が勝利し、革命政権は、キューバ経済・社会の民主化に取り組み始めます。同年4月のフィデルの最初の訪米には、ペピン・ボッシュも同行しました。しかし、1カ月後の5月、革命政府は、第一次農業改革法を公布し、大土地所有の収用を開始します。その4分の1は、キューバで広大な砂糖キビ栽培地を占める米国企業が所有していました。すると革命政府は、キューバに膨大な資本を投下していた米国資本と衝突し、米国は、キューバからの砂糖の輸入削減・禁止、米系石油精油所におけるソ連原油の精製の拒否などを行います。革命政府は、それに対抗して1960年8月に26の米系石油会社、製糖会社などを国有化し、さらに1960年10月には、製糖関連会社、酒造会社、アルコール飲料会社など

382の大企業を接収し（補償を規定し）、国有化しました。その中の「グループC、アルコール飲料会社6社」の中にロン・バカルディ株式会社（推計資産7600万ドル）が含まれていました。マサトゥレン、ヒキ、ブコイ、カンペオン、カスティジョ、ハバナ・クラブなどのバカルディ以外のすべてのラム酒製造会社も国有化されました。したがって、特にバカルディ社のみを対象とした国有化ではなかったのです。資産を国有化されたバカルディ一族は、米国のマイアミに亡命します。

しかし、この国有化により、バカルディ一族のキューバ革命への憎悪は極端なまでに発展しました。バカルディ一族は、亡命キューバ人の過激派とともに全国キューバ系アメリカ人財団(CANF)を設立します。ペピン・ボッシュは、CIAによるフィデル・ラウル暗殺計画にも加担しました。1996年の経済封鎖強化法、ヘルムズ＝バートン法の作成にも大きな影響を及ぼしました。

一方、キューバ政府は、その後、ムラータ、カネイ、アレーチャ、レヘンダリオ、バラデロ、サンテロ、ロン・サンティアゴ・デ・クーバなどを製造し、販売するようになりました。特に1972年からは、ハバナ・クラブ(Havana Club)がソ連・東欧圏を中心に輸出されるようになります。ハバナ・クラブは、1878年にホセ・アレチャバラによって設立されたラム酒製造会社の伝統あるブランドです。アレチャバラ家は、1960年の国有化の後、スペインに亡命し、米国において商標ハバナ・クラブを更新せず、1973年に商標権は失効しました。そこでキューバ政府公団のクーバ・エクスポート社は、このブランドを1966年にスペインで取得し、1974年に米国でも登録申請し、1976年に承認され、2006年まで有効とされました。現在、世界約180カ国以上で商標が登録されており、2011年には380万ケース販売しています。



1993年、クーバ・エクスポート社は、フランスのリキュール大手販売会社ペルノ・リカー社と合弁企業、ハバナ・クラブ・ホールディング社(HCH)を設立し、同社がハバナ・クラブを全世界で独占販売することになりました。バカルディ社は、ペルノ・リカー社と世界のラム酒市場を競っており、そのため、キューバと取引を行わないように脅迫の書簡をペルノ・リカー社に送ります。



1994年になると、バカルディ社の子会社、ガレオン社が、米国においてハバナ・クラブの商標を登録申請します。米国の対キューバ経済封鎖が維持されている間は、キューバ産のハバナ・クラブが米国で販売されることはありませんが、経済封鎖が解除されるか、米玖

間で国交が回復すれば、すでに人気が高まっているハバナ・クラブが、米国市場に大量に入ってくることをバカルディ社は恐れ、自らの「ハバナ・クラブ」を販売する権利を確保しようと考えたからでした。しかし、すでにHCH社が商標をもっていたことから、この申請は拒絶されました。しかし、それを無視してバカルディ社は、ハバナ・クラブのブランドでフロリダにおいてラム酒を販売し始めました。そこで、HCH社は、ニューヨーク南部地裁に、バカルディ社による商標権侵害を提訴しました。

すると、1995年、米財務省傘下の外国資産管理庁(OFAC)は、キューバが所有する商標・特許には、特別のライセンスが必要という見解を打ち出しました。そこでHCH社は、OFACに対し、特別ライセンスの申請を行い、一旦は許可されました。しかし、1997年OFACは、態度を変えて、これを無効としました。この裏には、バカルディ社の画策があったものと推測されます。

その結果、1996年7月になると、米国の工業所有権庁は、HCH社の商標権の更新を認めませんでした。そこで、バカルディ社は、バハマ製の自社のハバナ・クラブを「ハバナのフレーバーを味わおう」という宣伝文句で米国に輸入し始めます。1997年末には、ホセ・アレチャバラ社が解散し、バカルディ社は、アレチャバラ一族から、米国におけるハバナ・クラブの商標登録を譲り受けました。

1996年から1997年にかけて、バカルディ社は、ヘルムズ＝バートン両議員の支援を得て、HCHのハバナ・クラブの商標権排除に乗り出します。その中心人物は、亡命キューバ人のオットー・ライヒで、バカルディ社の利益を代表して1998年オムニバス法第211条を米議会で承認させるために動きました。この法律は、「バカルディ法」としても知られていますが、キューバ革命で接収された資産に関連するキューバ商品の商標を米国で保護することを拒否するものです。このオットー・ライヒという人物は、亡命キューバ人でイラン・コントラ事件にも関与し、レーガン政権の国務省で反サンディニスタ政権の宣伝を担当し、バカルディ社、ロッキード・マーチン社の利益を代表してロビー活動をしました。またブッシュ政権の下では、ラテンアメリカ担当国務次官補に任命されましたが、あまりの反キューバ姿勢に2003年の任期終了時に議会で承認が得られず更迭されたといういかがわしい経歴をもつ人物です。



その結果、1999年4月、ニューヨーク南部地裁は、オムニバス法第211条に基づいて、バカルディ社が商標を侵害しているというHCH社の申立を棄却し、2000年には、米国連邦第二巡回裁判所でも、ニューヨーク南部地裁による第一審判決が支持されました。一方、ヨーロッパでは、2000年9月欧州委員会(EC)は、WTOに、オムニバス法第211条を貿易に

関する知的所有権諸問題協定（TRIPS協定）に違反しているとして、WTO紛争処理手続申立を行いました。その結果、2002年1月、世界貿易機関(WTO)の提訴機関は、オムニバス211条が、同協定(TRIPS)に違反すると決定しています。しかし、その後米国政府は、この決定を無視する態度を取ってきました。そして2006年以降、HCH社に更新のライセンスを許可しませんでした。

こうした中で、先月5月14日、米国の最高裁判所は、キューバ国営のキューバ輸出公団、クーバエクスポート社(Cubaexport)が米国においてもっているラム酒の商標権ハバナ・クラブ(Havana Club)の更新を認めない判決を下しました。この商標権の更新は、クーバエクスポート社が米国特許・商標庁(USPTO)に対して、1976年以降2006年まで米国で認められていたHabana Clubという商標権の更新を申請していたものですが、米国財務省傘下の外国資産管理庁(OFAC)が拒否して、最終的に判決されたものです。キューバ政府は、米国政府に強硬に抗議していますが、米国政府はそれを拒否し、このままいけば、判決後30日の6月13日からはキューバ産ハバナ・クラブは米国で販売できなくなります。あるいは旅行者がキューバで買ったキューバ産のハバナ・クラブを米国に持ち込むことはできなくなります。

なお、バカルディ社のホームページでは、Bacardiと表現しており、(i)の上にアクセントが付けてありません。キューバにあった時は、またももとのバカルディ家はBacardíと(i)の上にアクセントが付いていました。従って発音は、米国でのコマーシャルでは、「バカルディ」と発音され、伝統的な発音の「バカルディー」とは異なっています。このことは、もはやバカルディ社は、キューバとはまったく関係のない米国の会社であることを示しています。

アジアのどこかの国が日本米を栽培し、それで日本酒を作って商標権を取得し、「灘の生一本」とか、「加茂鶴」とかかって販売しても、しっくりこないでしょう。プエルトリコ産の「ハバナ・クラブ」とは、まさに羊頭狗肉に当たるのではないのでしょうか。プエルトリコ産であれば、「ロン・ボリンケ」とか、「ミビエホ・サンフアン(懐かしのサンフアン)」、メキシコ産であれば、「ロン・マヤ」とでも名付ければ、土地の味もあり、人情もあるラム酒となるのではないのでしょうか。

問題の底には、時代遅れの米国の不当な対キューバ経済封鎖政策があり、さらにそれから来る販売の矛盾を他社の有名ブランドで解決しようという歪んだ考え方があるように思われます。米国政府が、自由で公正な貿易を主張するのであれば、経済封鎖を解除して、バカルディ社も、クーバ・エクスポート社も、商業宣伝力の差はいたしかたないとしても、対等な立場で、それぞれの持つ、味で堂々と勝負するのが本来の市場競争ではないでしょうか。

バカルディ社自身が1925年に出版した宣伝書には、このように誇らしく謳われています。
「実際、いかなる歴史の時代においても、またいかなる国においても、われわれのようなラム酒は存在しなかったし、これからも存在しないであろう。似たようなものさえないだろう。キューバ以外で作られるラム酒は、存在する最良の資材を使用していない。つまり、キューバの糖蜜を使用していないということだ」。

バカルディ社は、2010年、世界で1930万ケース販売した、業界最大手の酒造会社です。初心に帰って、販売政策を考えるべきではないでしょうか。

(2012年6月9日 新藤通弘)