

特集
1

「マッサン」から「獺祭」まで
ニッポンの酒
最前線



特集
2

サンリオ
キティ40周年の深化



週刊

ダイヤモンド

日本企業が訴えた
アップルの横暴

数字で会社を読む
三菱UFJFG
経費率上昇のリスク

DIAMOND WEEKLY

<http://dw.diamond.ne.jp/>

2014 11 / 1 定価 710円

第102巻42号 / 毎週土曜日発行 / 〒成26年11月1日発行 / 大正2年5月10日第3種郵便物認可

世界が認めた

ニッポンの



田崎真也
日本ワインを語る

ウイスキー・
日本酒・焼酎・
ワイン・ビール

今飲むべき!

日本酒35 焼酎12

ワイン12



原料から全て国産の日本ワインの評価が高まっています。

日本のワインは長い間、低いレベルで停滞していましたが、和食が世界的に評価されるようになって、海外でも日本ワインの認知度が高まりました。味も品質も素晴らしいものが出てくるようになりましたね。

これは日本ワインに限ったことではなく、世界に共通した傾向です。食文化が輸出されるようになると、それをきっかけに、飲み物も興味を持たれるわけです。

例えば、スペインワインがここ20年ほどで評価が高まったのも、スペインの食文化が一部の料理人たちによって広められたことが大きく影響しています。

海外で注目され、それまでとは異なる市場が開けることで、飲み手が変わる。飲み手が変われば造り方や売り方も変わってきますよね。

重要なのは、世界はいつもその土地のオリジナリティを求めているということ。日本は和食という非常にユニークな食文化があるので、甲州も受け入れられています。

「日本＝甲州」というのは、世界のソムリエの間ではコンクールの筆記試験にももう出てこない(笑)。それくらい認知度が高くなっています。

世界的には今、どんなワインが注目されているのでしょうか？

カーブドッチではワイナリー見学(下)とスパをセットで楽しめる。右は、宿泊施設「ヴィネSPA」。



はサントリー酒類だけが山梨県に自社の畑を持っていたが、メルシヤンやサッポロワイン、マンズワインもこの流れに続いた。

同時にワイナリー施設の革新も進んだ。小規模な生産者でも、最新の醸造タンクやプレス機を備える所が増えた。こうした一連の投資が今、実を結びつつある。

全国のワイナリーは、その数、220にも達し、有力なワイナリーも増えている(図3-12参照)。

ただ、消費者は日本ワインの大躍進を、肌で感じにくいかもしれない。通常のスーパーマーケットや酒屋の棚では、輸入ワインが大

半を占めているからだ。

現在、日本ワインの生産量は、まだ年間170万ケース(酒版ニユース調べ)ほどで、日本の年間消費量約380万ケースの5%にも満たない(図3-13参照)。

日本ワインの流通量が圧倒的に少ないのだ。

日本のワイン市場全体に目を向けると、今はかつてないほど活況を呈している。成人1人当たりのワインの年間消費量は13年度で3・07リットルと、初めて3リットルを超えた。

日本酒と比較しても、09年に年間消費量が日本酒を超えて以来、常に上回っている(図3-11参照)。

ワイン業界では、この活況を、赤ワインに含まれるポリフェノール成分が体にいいとして「赤ワインブーム」が巻き起こった98年に次ぐ、第7次ワインブームと呼んでいる。

けん引役となっているのが、1000円未満の低価格帯品だ。メルシヤンの和田修常務は、「日常酒として食卓に定着したことが大きい」と分析する。ワインスクール、サロン・ド・ヴィノフィルの斉藤研一代表も、「かつての高級酒を中心とする市場構造から、味や品質で割安感のあるものを重視する方向へシフトしている」と指摘する。

ワイン好きの人口が増えること

を予想し、ワイナリーと観光業との組み合わせで成功している例もある。

新潟県新潟市のカーブドッチワイナリーは、宿泊所やレストラン、スパなどの施設を備えたワイナリーリゾートだ(上写真)。

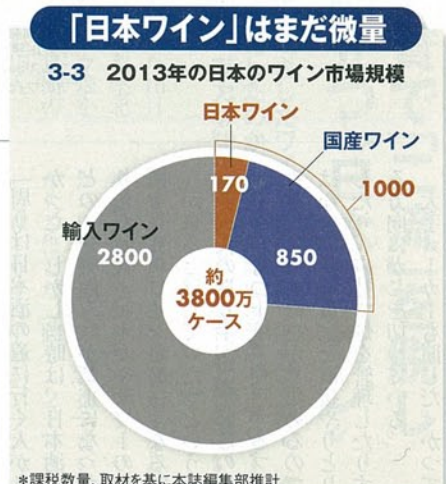
訪れる人は年間30万人強と、その集客力は凄まじい。

県の観光名所である佐渡島の年間50万人に迫る勢いだ。

「新潟にナバをつくりたい」。

20年前に構想を立ち上げた欧州ぶどう栽培研究所の掛川千恵子代表は、ワインの一大生産地である、米国カリフォルニア州のナバが、地域ぐるみでワイン好きを引き付けていることにヒントを得た。生産コストの一部を宿泊施設やレストランの運営で回収することで、ワイナリー経営も安定する。

経営の安定は、ブドウを供給する農家にとっては何よりの安心材料。「ワイン造りの根本は農業で、天候に左右されることもある。それでも安定的な経営をすることで地域に寄り添いたい」というのが掛川代表の考えなのだ。



現在、そうした考えに賛同する若い醸造家たちが続々と施設の周辺に集まり始めている。ワイン好きの探究心を満たす仕掛けも満載で、一帯は一大ワイン村になりつつある。

国や地方自治体は「ワインは重要な観光産業になり得る」と読む。農林水産省は、10年から1次産業と加工や販売の一体化を図る「6次産業化」政策を推進しているが、自分で育てたブドウをワインに加工して販売するワイナリーはその最たるもの。そこに観光振興を絡める動きは、山梨県や長野県でも今後さらに広がりそうだ。

ようやく果実が実り始めた日本のワイン産業。その品質向上が、地域おこしにも貢献し始めている。



●国際ソムリエ協会会長
田崎真也
たさき・しんや/1958年、東京都生まれ。77年、渡仏してワインを勉強。95年、世界最優秀ソムリエコンクールで優勝。2010年より現職。

Interview

求められる「日本らしさ」 「ワイン法」制定に前進せよ

和食に合うワインとして甲州が評価されているように世界ではその土地の土地の品種が見直されている。国際ソムリエ協会会長の田崎真也氏に、日本ワインの展望を聞いた。

面白いのは、今は古くからあるブドウ品種にこだわる時代ではないということ。1980年代は、どこの生産地もこぞって、カベルネソーヴィニオンとシャルドネばかりを同じような造り方で造っていて、味が同一化してしまいました。

しかし、今はチリであれば、カベルネではなくカルメネール、アルゼンチンはマルベック、オーストラリアはシラーズ、カリフォルニアはジンファンデル、というようにその土地独自の品種に回帰しています。

甲州やマスカットベリーAといった日本のブドウ品種も、そうした文脈の中で考えるといいでしょう。

ただ、世界的な評価が高まることにも、必要性が浮上しているのが表示の規制です。他の国のワインと同じ土俵に立つためにも、産地を名乗るためのルールやラベル表示の決まりなどを定める「ワイン法」の制定に動くべきだと考えています。

現在、ラベルを見るだけでは、ブドウの産地は分かりませんか。

原料のトレーサビリティ(流通経路の確認)は、もはや農作物の基本ですが、今の表示ではラベルの信頼性は何もない。ワインは、原料であるブドウが前面に出ますから、原料がどこから来ているか、正しく表示するのは、なおさら重要でしょう。

フランスでは、地域とブドウ品種をセットにして考えます。ブルゴーニュと名乗るなら品種はピノノワールであってカベルネソーヴィニオンではないし、ポルドーでピノノワールは使いません。

こうして明確に表示すれば、妙な比較をされることもない。ブルゴーニュとポルドー、どちらが好きという話はあっても、まったく別物だからどちらが良いということにはなりません。今後は品種とともに産地もブランドとして浸透させていく必要があります。

大手メーカーは、ワインを大量に輸入して日本で瓶詰めしているものも国産ワインと名乗っているため、ワイン法に反対しています。ただ、メーカーが正しい方向に動かなければ、いつまでたっても日本は世界から後れを取ったままでしょう。