

ブランド発信事業を通して感じた日本ワインの可能性

平成27年5月

中央葡萄酒株式会社

取締役 栽培醸造部長 三澤彩奈

日本ワインは、生産量のほとんどが国内で消費されているため、世界的にまだ知られていない。一方、一部のワイン専門家たちの間では、日本ワインがトレンドになり始めている。日本ワインが世界から注目されるようになった背景には、食のヘルシー志向に準じ、日本ワインのようにアルコールが低く、爽やかなワインが食中酒として選ばれるようになったことがあり、現在弊社も18か国に輸出をしている。殊に、注目を集めているのは甲州という、日本固有のワイン専用品種から造られる白ワインである。アジアを代表するワイン専用品種となった甲州のオリジナリティーにポテンシャルを見出すワイン専門家達は少なくない。甲州には1000年以上ものブドウ栽培の歴史があり、日本料理との相性が良い。日本のイメージを象徴するような、優雅で繊細な白ワインである。

このたびの派遣では、甲州を中心に日本ワインの魅力を発信することとなった。レバノンでは、大使公邸にて、現地のワイン専門家の皆様へ日本ワインセミナーを行った。レバノンの食文化の水準は高く、ワイン生産国でもあるので、集まった方々の意識がとても高く、セミナー後も有意義な意見交換会を行うことができた。また、日本ワインが社交の場を盛り上げる一場面を垣間見ることができた。

そして、カスリーク大学ワイン醸造学科では、未来の醸造家たち、研究者の方々に向けたテイステイングの授業を担当し、日本人醸造家という立場から、日本ワインの魅力、現状を伝えることができた。



大使公邸でのセミナー風景



ワイン専門家との意見交換会



カスリーク大学での授業風景

ベルギーでは、新日家、ワイン愛好家、ワイン専門家に向けて、それぞれ「スタンホープ」、「ブルーノ・ルサト・インスティテュート」、大使公邸にて、日本ワインセミナーと試飲会を開催した。ワイン消費国でもあるベルギーには、既に日本ワインは輸出されており、ブルージュにあるミシュラン三ツ星に輝くレストラン「ヘルトックヤン」でも甲州が提供されている。大使公邸で行われた、ワイン専門家を招いたセミナーでは、甲州をお取り扱い頂いている輸入業者や、レストラン、ワインショップの方々も来て下さったので、意見が飛び交い、一方通行ではない講演会となった。



大使公邸での講演会の様子(↑)(↗)

スタンホープにて(↓) ブルーノ・ルサト・インスティテュートにて(↓)



今回の派遣により、日本でもワインを造っていること、日本ワインは、日本のものづくりの心から生まれる高品質なワインであること、コーカサスから伝わり、1000年以上も自然淘汰されずに地域を支え続けた「甲州」の存在をお伝えすることができた。しかし、日本ワインは世界的に知名度が低い。さらに、土地代と人件費が高いため、価格の面で、他国のワインと競争力があるとは言えない。それでも、自動車やウイスキーなど、西洋から伝来した産業や飲料で、世界の頂点に立ったものもある。

日本ワインは、日本を代表する農産物となることができるだろうか。それには、生産者として第一に、高品質なワインを造り続けることが大切である。そしてその存在を、一部の親日家に限定するのではなく、グローバルに発信すること、一過性ではなく安定した、日本ブランドとして適切な市場を獲得することが必要だと感じた。