

秋号

季刊
2005

酒販店経営

MANAGEMENT OF A LIQUOR STORE



負け犬になるな!! “自由化”2年、編集長からの直言 (小島 稔)

酒DS、本格的サバイバル時代に (吉田 豊)

日本ワインの今を味わう 国産ワイン・コンクール (友田晶子)

今秋のボジョレー・ヌーボー 商品と販売 (田辺由美)

有望カテゴリー「花酵母」日本酒・新商品学 (松崎晴雄)

JAPAN WINE COMPETITION
2005

第3回国産ワインコンクール

“日本ワイン”の 今を味わう

8/20入賞ワイン公開テイスティング体験記

ワイン・コーディネーター 友田 晶子

国内で最も名誉ある国産ワインコンクールといわれる当コンクールの公開テイスティングに参加した。その目的は、①入賞ワインをテイスティングしたかった。②金賞、銀賞、銅賞の味の違いをみたかった。③どういう造り手さんかみたかった。④①②③から入賞ワインを消費者にどう伝えたいかを考えたかった、の4点。

以下にテイスティングの感想をまとめてみた。

快挙、いつでも手に入る 金賞ワイン

今回出色なのは、丸藤の「ルバイヤート甲州シュールリー2004」の金賞受賞であろう。なにが素晴らしいって、出品時実在数が1万6674本という生産量の多さだ。勝手に推量だけど、「別にコンクール狙って造ったわけじゃねえ」みたいな感じもしてカッコいい。価格は1585円だ。

世界中どこでも、コンクール入賞実

績はメーカーにとって重要事項だ。場合によっては入賞のために、まるで錬金術師が金を抽出するかのごとく恐るべき集中力を投入して、超希少本数のワインを出品することがある。間違いなく賞はとるだろうけど、われわれ消費者には絶対に行き渡らない“幻”となる。まっ、夢と希望とロマンがあって、それもいいとは思う。

ときに卑しいワタクシ、業界の裏ルートを最大限駆使してこういった幻を飲む機会を捻出することがある。憧れの幻ワインのグラスを目前にした時、期待値は富士山より高くなっている。しかし、震える手で口に運び飲み込んだあとの感想は「なんじゃ??」としばし視線が空を舞うこと少なからず。期待が高すぎたせいだろうか、がっかりすることがよくあった。

この「いつでも手に入る金賞ワイン」は飲み手にとって快挙である。もちろん、日本のワイン業界にとって価値ある結果になるだろう。

テイスティングしてみると、みずみ



ずしい果実の新鮮さとエレガントな酸味、樽からくるであろう深みが渾然一体となって（樽の使い方もお上手）一発でノックアウトされる。甲州らしい後味の苦味が全体の味わいを引きしめ、骨格をつくり上げる。とはいえスルスルと喉に入っていくなめらかさもあり、甲州としてはものすごく洗練された、ワイン全体からしてみれば肩肘張らずリラックスして味わえる仕上がりが嬉しい。

もうひとつの金賞甲州が「シャトーマルス 甲州 白根シュール・リー2004」。焼酎メーカーのイメージが強い本坊酒造だが、ワイン製造は石和で45年の歴史がある。シュール・リーらしい新鮮さとシャープでドライな後味が印象的だ。

同社が同時に金賞受賞した「シャトーマルス 穂坂日之城カベルネ&メルロー2003」は、若い割りにはやわらかみがあってバランスもいい。メルシャンやソラリスと比べるとやや小ぶりな印象だが、よりつき合いやすさを感じさせてくれる。同じような「シャ

トーマス・ルージュ 穂坂日之城
2003」が銀賞。中身はどのように違うのかと聞けば「ブレンド具合が違うが、造ったヤツの気分でなんとなく変えただけ」という妙にゆるい答えが結構笑えた。いいじゃない、こういうのがあったも。

メルシャンの作品群は、錬金術師とまではいわないが、さすがに大手企業が全力を傾けて高品質ワイン造りに集中しているのがよくみてとれる。発売時から私も大ファンであった「シャトー・メルシャン 桔梗ヶ原メルロー」、とくに今回受賞の「2001」はますます緻密で濃厚、それでいてますますエレガント。まだ還元香が強く若いので固く閉じてツンとすました印象であるが、数年後に華麗に花開く要素が満載。とにかくインターナショナルなステージに立てる日本が誇れるワインであろう。「シャトー・メルシャン 長野メルロー 2001」はまさにセカンドワインで、桔梗ヶ原のエッセンスをカジュアルに楽しめる。

国産品種の赤は 残念、銀賞どまり

面白いのは「シャトー・メルシャン 長野メルロー」のアメリカンオークで4年間熟成させた「アメリカンオーク マチュアード1999」。試験的に国別の樽の熟成具合を調べていた中から出品されたのだとか。関係者の方が「ちょっとリオハ的なニュアンスで」とおっしゃるとおり、干した無花果のような甘酸っぱい香りに、樽や熟成からくる、葉巻、ビターチョコレート、エスプレッソコーヒー、スパイスとエキゾチックな香りが交じり合い、まさにリオハのグランレセルバを思わせる。このインパクトと華やかさが審査員の味覚細胞を刺激したのだろう。みごと金賞に輝いている。これは実際発売中でオープン価格（だいたい5000円くらい

だとか）だ。

金賞受賞の「シャトー・メルシャン 北信シャルドネ2004」も凝縮した果実風味にバランスのいいスタイリッシュな樽使いが印象的。

もうひとつ大手企業系のマンズ「ソラリスシリーズ」も、基本的にはメルシャンと同系統の濃密さがあるが、よりやわらかさがある。いい意味での田舎っぽさ、旨味のようなものをすでに感じる。たんに熟成が早いというだけではない、もしかしたらテロワールの個性や造り手のクセかもしれない。これがソラリスの大きな特徴だろう。あとで書くが、今回友田個人の1位金賞だったのが「ソラリス 信州小諸シャルドネ 樽仕込2002」であった。

また「ソラリス 信州小諸メルロー 2003」は凝縮感があり、若いタンニンもきめ細やかでポテンシャルは高い。

セカンド的な「ソラリス 信州千曲川産メルロー2002」も金賞。価格帯の違う2つが同じカテゴリーで金賞というのがよくわからないのだが、こちらも少しボリューム感は小さくなるが、まとまりがあって素直に美味しいと思えるワインだ。

今回気になったのは「イケダワイナリー」。勉強不足でお恥ずかしいが、聞いたこともみたこともないワイナリーであった。父と息子の2人で造る極小メーカーで、「自分がおいしい」と思えるワイン造りがモットーとおっしゃる。10年間ワイナリーに勤めた後独立。ワインにどっぷり浸かって30年の池田氏がオーナー。受賞の喜びの言葉を聞いていると、勝沼の丘陵地で父と子が汗を流してワイン造りに精を出す姿が浮かんで来て、これだけでも、うん、ワインってドラマがあるなあと思ってしまう。

金賞受賞の「2004メルロー」だが、白ワインの後すぐのテイastingで舌がついていかなかったせいか、「ちょっと荒くて細いな」という印象。一



回り赤を試した後にもう一度飲んでみようと思ったら、「あ、先ほども飲まれましたよね。お一人1回限りです」というつれない言葉で再度の試飲はできず仕舞い。これは残念であった。限られた人数をこなさなければいけない事情はわかるが、正直これでさっきのドラマは消え去った。

審査結果発表の前から期待をかけていたのは、じつは、甲州やマスAなど国産品種。とくに赤は残念ながら振るわなかった。金賞はなく、「メルシャン 山梨ベリーA 2001」「蒼龍特別醸造 KAI NOIR 2004」「トリイヴィラ 赤 2003年」(マスAとブラッククイーンブレンド)が銀賞。料理に合わせるには少しフルーティすぎるかなと思わなくもないが、それぞれにやわらかさ、軽やかなタンニン、すっきりとしたアフターがあり、これこそ日常のテーブルに並べたいワインだと思わせる魅力十分なものばかりだ。

金・銀・銅賞の違いと 売り方の注意点

テイastingをしてみて、「ああ、プロが審査したんだなあ」ということを強く実感した。その理由は「酸の際立つ」「きれいな酸」「生き生きとした

酸」といったタイプのもが金賞に、少なくなるにつれ銀賞、銅賞となっていたからだ。

ワインのプロがワインの品質鑑定をする際の重要チェック項目は「酸」なのだ。たっぷりとした果実味ときめの細かいタンニン（赤の場合はとくに）はワインにとって厚みや深みを醸し出すが、良質の酸は味わいのバランスをとるほか、全体を引き締めエレガントさを生み出すし、いい熟成を迎えるための大切なファクターとなる。このあたりをプロは分析的にみる。

さらに、比較的温暖な気候風土で生まれる日本のワインは、酸が少ない果実味優勢のほや〜とした切れのない味わいになりやすい。この環境でしっかりとした酸を残す造りを行なうことは、かなりの技術と労力と感性を必要とするわけだ。酸のあるワインはおのずとポイントが高くなる。

おまけにしっかりとした良質の酸は、たくさんのワインを味見する時、確実にいい印象をもたらす。ベタッと甘いものよりスカッと切れのいい辛口のほうがおいしく感じさせてくれるからだ。数百のワインを鑑定する今回などは、こういう理由も反映されてしまうものだ。

ともかく、今回の入賞ワインに共通して感じられたのが「酸がしっかりしたもの」であった。入賞メーカーでもこう感じた人が多かった。はい、たしかに「酸」は重要です。

しかし、である。

普通の人に今回の受賞ワインを飲んでもらったら、「うわ、酸っぱい」と思うに違いない。もしくは「シブイ」というだろう。もちろんまだ飲み頃に達していない若いワインなので当たり前だけど、「これはポテンシャルを感じるワイン」なんてプロっぽいコメントに陶醉して終わるだけではダメである。ココこそ見逃してはいけないポイントだ。

ごく普通の味覚として考えれば、甘いほうが絶対的においしい。これに流行が加わって「ちょい渋」というのがいままでの売れ線。

同じく温暖な産地であるチリ、一昔前のカリフォルニアやオーストラリアなどなどに、初心者が飛びついたのは価格のせいばかりではない。豊かな果実味、いやもっと平べったくいうと「甘い」から受けたのだ。渋いけど甘い。これが理由。

今回の受賞ワインは、そのあたりをよ〜く理解したうえで取り扱わないといけない。そのまま呑み込んで売ればなしにするのは非常に危険だ（そういう観点からいくと、一般消費者審査員も何らかの形で必要になるはず）。

個人的においしかった ワインはコレ…

金受賞の中では「ソラリス信州小諸シャルドネ樽仕込2002」だ。いまの時点で果実味豊かで十分に華やか。シトラス系の香り、とくに、日本人には親しみやすいユズやスタチのような、少し青っぽく清々しい、それでいて心癒されるような甘酸っぱい柑橘果実の香り。これに一時で心奪われた。

「樽仕込」だが、嫌味ではなく造り手のセンスのよさを感じる。口中でもユズやスタチのような心地いい酸味が広がり、後味に柑橘系の皮のような苦味と樽からくる収斂味が残る。この苦味や収斂性は決して悪いものではなく、むしろ健全な食欲をわかせるたいへん魅力的なものであった。5000円と聞くと一瞬ひるんでしまうが、レストラン使用、もしくはホームパーティでおもてなしなどの時につき合っていきたいワインである。

赤ではシャトー勝沼の「トリイヴィラ 赤 2003年」。もう少し熟成させてフルーティさが落ち着いたらガンガン飲みたいワインだ。実存本数1万本、

1260円。

極甘口ワインの健闘にも驚いた。金賞受賞のサッポロ「グランボレー 長野古里ブドウ園貴腐2002」3万1500円は別格としても、北海道ワインの「2004 貴腐葡萄37 ケルナー」5250円、銀賞だがマンズの「ソラリス 信濃リースリング・クリオ・エクストラクション2004」5000円など、一口飲むだけで冷たく心地いい濃密なネクターが身体の細胞にじんわり染み入ってくるのがわかる。大人が楽しめる贅沢なデザートだ。こんな極甘ワインがしっかり受け入れられる成熟したワイン文化が早くくるといいなと思う。

コンクールワインと 今後の日本ワイン

先にも書いたが、コンクール入賞ワインは、濃厚、酸のある、長熟タイプが多くなる。そういったタイプのワインは、その理由がわかって、これをおいしく飲ませてくれる知識や技があってこそ生きるもの。しかるべき料理、グラス、テーブルセッティング、インテリア、そのワインの意味を教えてください。おいしい飲み方で提供してくれるソムリエやサービススタッフがいてこそ本領発揮ができる。つまりコンクールワインはレストラン使用で生かされるワインが多いということだ。

酒販店で、入賞シールが張られた入賞ワインを「名譽あるコンクール入賞ワインです。すごいんです。飲んでみて」と勧め、買っていただいたとしても、家で開けて普通に飲むお客さまは「おいしいとは思わない」「なんか、酸っぱくない？」「すごい渋い」「コンクール受賞だからだよ」「そうか、我慢して飲むか」「しかしなんか飲みづらいね」「だね〜、やっぱ、ワインは難しいわ」となってしまうに違いない。

入賞シールはお酒屋さんにとって使

いや、安いセールストークのネタであろう。でも買うほうにとって、じつはあまり意味がない。日本酒の全国新酒鑑評会の入賞銘柄の受賞シールがまさにそうではないか。入賞は技術力があるのだなと思うが、実際飲みたいかというと、じつはそうでもない。

「日本酒だけどフルティでワインっぽくて飲みやす〜い」といわれるが、これがなんで金賞なのか普通の人にはわからない。なんかすごいんだろうなと思うだけで、リピートにはつながらない。ある程度飲みなれてくると、「あ、吟醸香バリバリね」「艶がありすぎてちょっと」「1瓶入魂のワインは普段飲みには疲れる」「どれ飲んでも同じ」と感じてしまう。つまり「金賞=飲みたい」ではないのだ。

今回の受賞ワインを売るなら、受賞した理由とどんなメーカーさんなのかをまず語り（これは言いようによってはかなりドラマチックに説明できる）、さらにどのようにしたらおいしく飲めるのかを、しっかり丁寧に説明してあげなければいけない。

コンクールは造り手のモチベーションアップにはたいへん有効だと思うし、飲み手にとっても優れたワインがふえるのは嬉しい。それが端的に表せるのはインターナショナル品種だろう。しかし国産品種にも期待を向けたい。

個人レベルの話で恐縮だが、カベルネやメルロー、サンジョベーゼにテン

ブラニーリョの、決して濃厚、アメリカ人好みのパワフルガシガシの味には正直疲れた。そろそろ、主張は強くないけど、どこか心優しい甲州やマスA、ブラック・クイーンなど日本の土地で暮らしている私たちにじっくりくるテロワールの、いや、ここは「身土不二」といわせてもらおう、この「身土不二」の概念（仏教用語で、人は、自分の生まれた土地の、季節ごとの旬の食材を、その季節にとり入れることで、自然に健康になり、ひいては豊かな人生を送ることができるものだという考え）で生まれた日本産ワインをゆったりリラックスして飲みたいのだ。無理して肩肘張って濃いワイン飲んでも、健康にはならないことがよくわかった。ポリフェノールはお茶でとるっ。

国産ワインで注目したいもうひとつのことは、ワイナリー見学に簡単に行けること、造り手さんに簡単に会えるということだ。

昔ワイナリー見学といえばフランスかイタリア、もしくはカリフォルニアまで行かなければいけなかった。これはやっぱ遠い。それに日本だと言葉が通じるのも正直嬉しいし。

造り手さんと畑やブドウや造りの話をし、郷土のよさを教えてもらい、その土地の旬の食材を知り、その土地で楽しむことが楽にできる。そう、フランスに行かなければわからんと思っていた「テロワール」というものを、机上

友田真也氏プロフィール



ワイン・日本酒・焼酎・チーズ・テーブルマナーに通じ、セミナー講師、イベントの企画演出プロデューサー、輸入業者・酒販店・飲食店のコンサルタント、さらにはエッセイストとして幅広く活躍している。第2回ワインアドバイザー選手権大会で女性トップの第3位入賞。田嶋真也氏オーナーのワイナリー「アルファ」の責任者でもあった。著書に「いつのまにやらワインが職業」(新潮社)、「女とお酒のいい関係」(小学館文庫)、「スーパーで買えるワインの本」(マガジンハウス)などがある。

ではなく現場実感できるのだ。それも簡単に。これを見逃す手はないと思う。

ワインにはストーリーが、ドラマが似合う。それがワインの消費につながる。だったら、こんなに身近にあるテロワールをワイン販売に結びつけない手はないのだ。

国産ワインには、コンクールとその入賞シールだけではない未曾有の可能性が確実に秘められている。もしかしたら、早い者勝ち…かもしれない。

参考書ガイド

ヴィラデストワイナリーの手帖

山同敦子 著

「日本ワイン」が注目を集めている昨今だが、本書は昨年春に個人経営で始められたワイナリー「ヴィラデスト」の物語で、ガイドブックである。オーナーはエッセイストにして食の達人として著名な玉村豊男氏。ワイナリーは千曲川を見下ろす長野県小県郡東御市、標高850mの丘の上にある。

執筆者は本誌でもおなじみ、ワインでも日本

酒・焼酎でもこなすオールマイティのジャーナリスト、山同敦子氏。約4年もかけて通いつめて取材した結晶が本書だ。氏自ら「初めて飲んだ時から濃とした気品のある味の濃」になったという玉村氏のワイン造りは、大変な労苦の上に誕生した。その情熱と美しいブドウ畑とワインと料理を堪能する書である。

●発行=新潮社 (TEL 03-3266-5111)

●定価=1800円+税

