

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 67 号 2018 年 7 月 25 日

【インタビュー】

日本ワインがさらに輝くために

遠藤利三郎（日本ワイナリーアワード審査委員長）

前回に続いて今回も日本ワインを取り上げます。内外で評価を高める日本ワインですが、続々とワイナリーが誕生するなかで品質に問題があるワインが散見されるようになりまし
た。こうしたワインを口にした消費者が、日本ワインはおいしくないと思ひむことを避ける
ため、良質なものを明確にする指標をつくるべきだという意見や、ワインづくりの技術をレ
ベルアップする仕組みが必要だという声があります。

2004 年に日本ワインを愛する会を立ちあげ、長年、普及に尽力してきた遠藤利三郎氏
は、今年、日本のワイナリーを格付け評価する「日本ワイナリーアワード」を発足させまし
た。日本ワインの販売に関わるプロたちが審査員となり、ハイエンドのワインから普及価格
帯のものまで見て、自信をもってすすめられるワイナリーをリストアップしたのです。

今回は遠藤氏にこのアワードを発足させた背景と、日本ワインがさらに輝くために何が
必要なのかをお聞きします。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

■日本ワインを愛する会の発足

—— 過熱気味にも見える昨今の日本ワインをどのようにご覧になっていますか？

遠藤 日本ワインを愛する会をつくった頃（2004年）は、誰も相手にしてくれませんでしたから隔世の感があります。当時はワインを知っている人ほど、どこから調達したブドウでつくっているのかわからないと、バカにするところがありました。

私自身もそんなひとりでしたが、1998年ごろからワインの師匠である山本博先生のお供をして日本のワイナリーに足を運んでみると、ワイン専用のブドウを栽培していて、品質も良好なものが増えていました。それまでの日本のワインは、食用のブドウの余ったものを使うか輸入原料でしたから驚きでした。調べてみると1980年代の終わりごろから一部のワイナリーがワイン専用品種の栽培に取り組んでいて、成果が出始めていたのです。



遠藤氏はワインスクールの講師、ワインレストラン経営者でもある

東京に戻ってワイン仲間に日本のワインもすごくよくなっていると話しました。でも「（おいしく感じたのは）旅先で飲んだからじゃない」と耳を貸してくれません。悔しくてどうしたら信じてもらえるかと考えていたところに、山本先生の『日本のワイン』（2003年早川書房刊）という本がまとまります。出版記念パーティにはワイン関係者が大勢集まりますから、そこで日本ワインを飲ませることにしました。取材にご協力いただいたワイナリーにご協賛いただいてサンプルを出してもらおうと、「確かにおいしいよね」と評判は上々です。やっぱり飲ませないとわかってもらえない、こういう機会を定期的につくろうということで[日本ワインを愛する会](#)は発足します。この会の第一の目的は「日本ワイン」という言葉を普及させることです。日本のブドウでつくったワインと輸入原料でつくったものをはっきり区別しないといけないので、「国産ワイン」という言葉とは別に新しい言葉をつくったのです。もうひとつは飲む機会を増やすことで、試飲会を開いたり、メーカーズディナーを開催したりしてきました。

■日本ワインブームの先に

—— 15年ですいぶん変わりました。

遠藤 はい。今では「日本ワイン」という言葉が法律の裏付けを持つようになり、全国各地で日本ワインのイベントが毎日のように開催されています。そして日本ワインをおいしい

と思った方が率先して日本ワインを飲むようになり、酒造免許の緩和もあって個人でワインをつくりたいという方が次々にワイナリーを開業するようになりました。また、高級レストランや一流ホテルにも日本ワインが普通に扱われるようになりました。これは非常に喜ばしいことだと思います。

さまざま生産者の個性豊かなワインを楽しめるようになるのはすばらしいことです。その一方で、不

安に感じるのはブームと言われるが現実はどうなのだということです。日本ワインが増えたと言っても、もともと量はわずかです。酒類全体にワインが占める割合はまだ4.5%、さらに日本ワインはその4.8%ですから、酒類全体の0.2%もありません。それでブームというのはおかしいだろうと。では誰がブームと言っているのかというと、一部の愛好家とおもしろがって採り上げるメディアで、架空のブームに踊らされている気がします。

—— 日本ワインは供給量がないですからね。

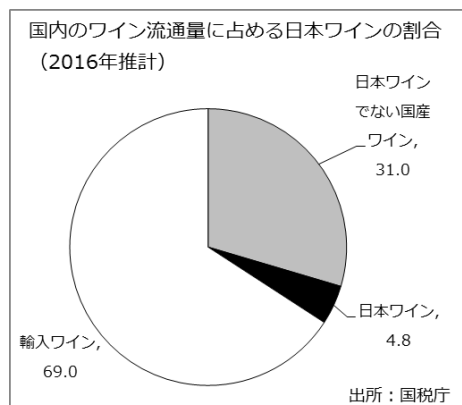
遠藤 ええ、ありません。それで今はつくれば売れるという状態になっていて、この点を危ないと感じています。一部のワイナリーやこれからワイナリーを始めようとしている方に、勘違いさせてしまっているのではないかと思います。売れない時代からワインをつくって来た方には、一過性にすぎないと強い危機感を持っている方が大勢います。けれどもそうした時代を知らない方には危機感がありません。ブームはいつか冷めます。

日本ワインが好きだというかなりの方が、日本ワインでワインを初めて知ったということにも注意が必要です。酒類業界の方は海外のワインも知っていて、そのうえで日本ワインを見ています。でも一般の方には「初めてワインを飲みました。日本ワインはおいしいですね」という方が相当数います。ラベルが日本語で書かれている安心感、ワイナリーでも日本語でやり取りできる楽しさ、輸入品にはない親近感に惹かれているところがある。海外のワインに対する日本のワインの立ち位置を理解していないので、輸入ワインも飲んでみようかなと視線がずれた時に、「日本ワインはコスパがよくない」と手のひらを返す可能性が高いと思います。

■ワイナリーを評価するアワード

—— 日本ワインコンクールでの上位入賞を見るとサントリーやメルシャンなど大手が多く、ワインづくりの技術の確かさを感じます。試さないのはもったいないと思います。

遠藤 そうなんです。で、ブームが終焉する前に何をしたらいいだろうかといろいろ考えま



した。基本的には「日本ワインにはおいしいものがこんなにあるよ」というのをわかるようにして、悪い評価に引っ張られないようにしておきたい。コンクールやポイントをつける雑誌の評価は銘柄ごとですが、ハイエンドの少量しかつけれないワインだけが良くてもあまり意味はありません。受賞したとたんに売り切れてしまい手に入らない。でもワイナリー単位で評価したら、トップのものは手に入らなくとも、そのワイナリーの入手しやすいワインを楽しむことができる。ボトムからトップまで総合的に見てワイナリーを評価することで、良質な日本ワインと出会うお手伝いができる。そのように考えてスタートしたのが「[日本ワイナリーアワード](#)」です。

—— 日本ワイナリーアワードは審査員と評価方法が非公開です。なぜ公開しないのですか？

遠藤 その点はさまざまな方面からたくさんのご意見をいただきました。まず審査員についてですが、敢えて醸造家を入れませんでした。醸造の先生方はすばらしいワイン、きれいなワインをつくる技術を持っています。ですが消費者

に受け入れられるワインかどうかは別だと思っています。それで消費者にいちばん近いところにいるプロ、ワインジャーナリスト、ワインショップ、ソムリエなどに審査員をお願いしました。彼らは品質の良し悪しに加えて、消費者から見て魅力的かどうかという目で見えています。消費者から見てというところを一番大事にしたいと思いました。さらに海外のワインも知っていて日本ワインを客観視できる。かつ、売れない時代から日本ワインを10年以上扱ってきた人たちです。

相談してみると、取引に差し障りが出るかもしれないので、匿名でよければ協力するという方3分の1以上いまして、一部だけ公開するのもよくないと考えてすべて伏せることにしました。この点をご批判をいただいているところで、アワードの信憑性にも関わりますから、次回は名前を出せる方だけに審査員をしていただこうと検討しています。

—— 審査方法はどうなっているのでしょうか？

遠藤 すべて試飲することは物理的にも金銭的にもできないので、赤白1本ずつ購入して試飲しようと考えました。でもいいものだけを出品されても困りますし、リーズナブルなものもしっかり見たい。そうして行きついたのが“10年以上日本ワインの販売してきた経験”という条件です。要するに今さらテイस्टینگしなくとも、お客様からどのワイナリーがいいですかと質問された時に、ためらいもなくここですとすることができる人だということです。彼らはみなワイナリーのリストを見ただけで評価できます。



今年、日本ワイナリーアワードは5星10場、4つ星13場、3つ星47場、コニサーズワイナリー25場の計95場を表彰した

—— 消費者とワイナリーの間で経験が積んだ方だからできることですね。

遠藤 対象とするワイナリーは設立から5年以上のところに限りました。できたばかりのワイナリーはブドウが安定していませんし、ワインの熟成期間も考えると審査対象としては5年からだろうと。今回は201場が対象になりました。

—— ワイナリーの反響はいかがでしたか？

遠藤 高く評価されたことへのお礼が多かったのですが、なかには「どうしてうちは3星なの(5つ星ではないの)」とか(笑)、「5つ星をいただくにはどうすればいいと思いますか」と助言を求められることもありました。

■ 目指すワインの設計図をつくらせる

—— これだけワイナリーを始めたいという方がいると、ワインづくりやワイナリー経営を学ぶ場が必要になります。遠藤さんは塩尻のワイン大学の学長もお務めです。

遠藤 最初にお話しましたがワイナリーをやりたいという人の多くは、憧れだけで入ってきます。最初に彼らに言うのは、つくりたいワインではなく、売れるワインをつくらなければダメだということです。ワイナリーは経営なので。そのためには世界中のあらゆるワインを飲んで、売ることを念頭に置いて自分はどんなワインをつくりたいのか考え設計図をつくる。ブドウ栽培や醸造の勉強ももっと必要で、あいまいな設計図でスタートしてブドウを植えてしまったら後戻りできませんから。

—— 指導をしつつ最初におっしゃったような危うさをお感じなのですね。

遠藤 はい。危なっかしいと感じます。近年起ち上げられた多くのワイナリーが、味わいについて言えばよくも悪しくも個性的。いいところはすばらしいのですが、そこまでの品質レベルに達していないものがあります。本人は自分が自然につくったワインだというのですが、ワインづくりをしっかり勉強している方のワインは、個性的でもおいしい。醸造家の先生はもっときれいでなければとおっしゃるかもしれませんが、複雑味が出てすばらしい味わいになります。

—— 日本ワイナリーアワードはそうした状況に一石を投じました。

遠藤 これで来年、再来年と少しずつ認識されるようになればいいのかなと。もともと絶対的な評価になるとは思っていませんで、こうした提言をすることで、ワイン単品ではなくワイナリー全体を評価するという見方をする人が増えるといいと思うのです。

—— 日本ワイナリーアワードの問題提起は、日本ワインの健全な発展に繋がると思います。本日はありがとうございました。■

(2018年6月21日 於プロント東京スカイツリーイーストタワー店 聞き手 山田聡昭)