



ペンフォールド社発祥の地「マギル・エステート」



# スコットランドに ワイン文化を学ぶ

サントリー株式会社 宣伝事業部

山田 健

「ウイスキーに地酒あり」という新聞の1ページ広告をご覧になったことがあるだろうか。

シングルモルトウイスキーのボトルが1本と2本、そのつくり手の顔と一緒に大写真で入っていて、それぞれのつくり手が、「オレの酒のほうがうまいぞ!!」と自慢しあうという企画である。

私たちの頑固さがちよつと可愛いじゃないか、という評判をいただいて、幸いシングルモルトの売れ行きは好調である。

この広告のコピーとディレクションを担当している関係で、最近、スコットランドに行く機会が増えた。

で、実は驚いたことがある。

スコットランドというと、何となく、飲みものはビールとウイスキーだろう、くらいに思っていたのだが——とんでもない。食事中は、やっぱりワインなのである。

しかも、レストランのワインの品揃えがとても良い。

どう良いかというと、日本で言えば1000円から3000円くらいのワインの品揃えが、とにかく充実しているのである。

フランス、イタリア、ドイツ、スペインは当然として、それら旧世界をしのぐほどの質と量で、オーストラリア、アメリカ、チリといった新世界のワインがズラッとリストを占めているのだ。

何でこんなことを書いているかというところ、このスコットランドの状況が、今後数年間の日本のワイン・シーンにとつてのこの上ない指針になると思うからだ。

以下、ポイントを追って書いていく。

まず、1000円から3000円という  
値段帯について――。

実は、ついこの間出版した「2000円  
前後で買える名人のワイン」（草思社）とい  
う本にも書いたことなのだが、この価格帯  
のワインは、味わいのバリエーションが最  
も幅広い。

白は、ごく辛口から甘口まで一通りそ  
ろついているし、赤も水がわりになるような  
軽いものから、重厚なタイプまでよりどり  
みどりである。

一方、3000円をこえるワインには、  
例えばほのかな甘口からやや甘口の白ワ  
インは、まず存在しない。一部のドイツワ  
インを例外として、原則、ごく辛口か、反対  
に貴腐ワインのようなごく甘口かの両極  
に分かれてしまうのだ。同様に、赤ワイン  
でも軽やかな風味のものは、まず見つから  
ない。高級ワインというものは、意外に狭  
いものなのである。

反対に、1000円以下のワインも、逆の  
意味で狭い。こちらの場合には、辛口の白  
で素敵な味わいのものは滅多に見つから  
ないし、重厚な赤も基本的にありえない。  
唯一、1000円から3000円までの  
価格帯が、あらゆる味わいのタイプを揃え  
ているのである。

ちなみに、レストランであれワインショ  
ップであれ、お客様がワインを選ぶ際の「基  
準」とその優先順位は、まず「値段」、次に  
「味わいのタイプ」と「料理との相性」、その  
後に「国」とか「産地」とか「つくり手」など  
が来る。この事情は、ま、ほぼ万国共通だ  
と言つていいだろう。

そういう事情をきちんと踏まえている

からだろう。スコットランドのレストラン  
では、ほぼ例外なくワインリストが値段別、  
味わい別になっていた。

こういう親切さも、我々が見習うべき点  
でも、もし日本のワインショップの店頭が、キ  
チンと値段別、味わい別に並べられてけれ  
ば（少なくともそういうコーナーがあれば）、  
ワイン選びに迷ったあげくにヒステリ  
ーをおこし、「もうビールでいいわ」などと  
諦めてしまつたお客さんもだいぶ減るので  
はないだろうか。

次にスコットランドに学ぶべきは、新世  
界ワイン、とくにオーストラリアワインへ  
の取り組みである。

日本では、チリワインブームが瞬間風速  
のようにあつて、その先の新世界ワインブ  
ームが来る前に、なんとなく腰が砕けてし  
まった印象があるけれど、実は今、世界中  
でオーストラリアワインの大ブームが巻  
き起こつており、その先駆けがイングル  
ンドとスコットランドだったのである。

イギリス全体の数字を見ると、なんとこ  
の10年で12倍である。現在約1800万ケ  
ースで、この数字は、かつて不動のトップだ  
つたフランスワインの座を脅かすほどのも  
のだ。

その背景には、この10年間に於けるオー  
ストラリアワインの驚くほどの品質向上  
があつたことは間違いない。その新しいお  
いしさに、世界のワインファンが飛びつ  
いているのだ。

直近の2000年度の各国の前年比を  
見ても、イギリスが18%増、アメリカ35%  
増、カナダ19%増、ドイツ26%増と、わか  
には信じ難いような数字が並んでいる。

そういう中で、「知らぬは日本人ばかり  
なり」で、なんとこの国では2000年度  
に前年比割れという情けなきなのだ。

ついでに言うと、オーストラリア以外の  
新世界ワインも、まだまだ進化中で、毎年  
毎年、まちがいがなく美味しくなり続けてい  
るのに、そういう情報も生かされていない。  
この状況は、消費者にとつても業界にと  
つても、実に残念だと言う他はない。

そして、学ぶべき第三の点は、スコットラ  
ンドのワイン関係者たちが、すでに「つくり  
手」に注目し始めている、という点である。  
オーストラリアならどこでもいい、チリ  
ならどこでもいいというのではなく、信  
頼すべき「つくり手」のものを、世界中の銘  
醸地から自らの舌で選んで紹介してい  
るのである。

そして、「つくり手の顔」が見えるよう  
な、ちよつとしたウンチクをそえて、ワ  
インを奨めている。このちよつとした  
ひとことが、また良く効くのである。

日本のワイン市場は今、日常ワ  
インと高級ワインの両極化の様相  
を呈し始めているが、スコットラ  
ンドの田舎の様子を見ていると、  
まさに日本に欠けている中価格  
帯の充実こそが、ワイン文化の  
楽しさであり、活性化のキー  
なのではないかと思えてなら  
ない。

出来れば、今度こそ「ブー  
ム」ではなく「文化」を築き  
たいと思うのだが、いかが  
なものだろうか。



オーストラリア特有の回転式発酵タンク（果実味あふれる赤ワインが生まれる）