

## 「昨今ワイン、マーケティング事情」

二週間のご無沙汰でした。すっかり秋らしい天気になってきました。日のあるうちは快適でも、朝晩はめっきり冷え込むよう。一年のうちでもっとも好きな季節です。この季節はワイン好きに取っても素晴らしい時期です。夏の暑いさなかに重いワインを飲むのは辛く、どうしてもすっきり冷えた白かスパークリングワインが多くなります。けど太る (T\_T)。

今日はぐっと砕けて、昨今のワインのマーケティング事情についてお届けします。雑誌や記事などには出ない話題を中心にお送りします。ちょっと知っている面白い情報だと思います。

●実はこれだけの経済・金融危機の中でも**ワインの値段は下がっていません**。日本においては円高が続いているせいで多少は安くなりましたが、世界を見るとむしろ高騰していると言ってもいい。原因はワインの消費量がどんどん上がっていることにあります。表は生産量、消費量です。

〈2006年主要国のぶどう栽培面積・生産量, ワイン生産・輸出入・消費量〉

	ぶどう栽培面積 (生&ワイン) (千ha)	ぶどう生産量 (生&ワイン) (千t)	ワイン生産量 (千kL)	ワイン(千kL)		1人当り消費量 (L/年)
				輸出量	輸入量	
フランス	888	6,777	5,213	1,472	532	53.8
イタリア	843	8,329	5,204	1,839	146	46.5
スペイン	1,174	6,406	3,814	1,434	40	30.8
アメリカ	399	5,757	1,944	376	772	8.6
アルゼンチン	223	2,881	1,540	293	0	28.4
オーストラリア	169	1,981	1,426	760	30	22.3
中国	446	6,271	1,200	4	116	1
南アフリカ	134	1,757	940	272	19	7.1
ドイツ	102	1,225	892	320	1,377	24.5
チリ	193	2,422	845	474	6	14.5
イギリス	1	1,021	2	31	1,129	20.9
日本	20	210	92	1	166	2
世界合計	7,812	66,766	28,278	8,037	8,379	-

ワインの生産量はフランスがトップ、続いてイタリアが僅差、意外なことに3位はスペインです。輸出ではイタリアがトップ。フランス・スペインと続きます。輸入ではドイツ、英国が他を大きく引き離して上位。一年間の消費量(一人当たり)はフランス・イタリアがダントツ。やはりラテン系の飲み物でしょうか。ギリシャ人も大好き(笑)。

興味深いのがアルゼンチン、チリ、オーストラリア、南アフリカの南半球国家。輸出が多いのに

輸入はほとんどありません。この新興国はワインを自国の戦略的輸出物と位置づけています。背景には高くなりすぎたフランス・イタリアワインの高騰があります。

### ● 世界中でのワインの高騰

フランスを代表とするワインと言えばロマネ・コンティですが、これは希少性もあってちょっとワインの値段ではありません。普通の出来の年でも 100 万円を切ることはありません。

独特の甘い香りがたまりません^^ ; →



日本人に最も有名なワインは「シャトー・マルゴー」ではないでしょうか(笑)。

そう、「失樂園」です。過去最高の出来と言われた 2005 年の一本の価格は、**15 万円**です。

そう、翌日には全てトイレに流れてしまう 750CC のワインがこの値段です。通常ワイングラス 7 杯分といいますから、**ワイングラス一杯が 2 万円**。レストランで頼んだらこの倍は行くでしょう。なぜこんなに世界の景気が落ち込もうとしているのにワインだけは高騰を続ける

のか。答えは「**中国**」です。中国の新興富裕層が競ってボルドーの一級シャトーを買い付けています。特に、中国で人気があるのが「シャトー・ラフィット」。この **1982 年産は一本 40 万円の値段**が付いています。信じられませんが、本当です。私がワインを飲み始めた頃は 1980 年のシャトー・マルゴーは渋谷の東急で 1 万円以下で買えました（それでも清水の舞台から飛び降りるような思いで）。過去最高の出来と言われる 1982 年ものでも 5 万円。この頃からちょっと様相が異なります。そうバブル景気に乗ったのです。とても買えません(T\_T)。

### ● ワインの値段を決める男

元は米国の弁護士、ワインは趣味だった。今やキングです→



ご存知の方も多いと思われませんが、Robert Parker Jr. です。米国出身、ワイン・アドヴォケイトという雑誌を主宰しています。彼がワインを試飲し、100 点を満点とするパーカー・ポイント（以下 PP）と呼ばれる点数をつけます。彼が信頼されているのは氏が発行する **WA 誌に一切の広告を載せない**消費者視点で採点をしていることにあります。前述のシャトー・マルゴー2005 年はもちろん 100 点満点。彼が試飲をするときにはボトルは一切見えない、ブラインド・テースティングです。並外れた嗅覚・味覚と記憶力、この 3 点において世界でも傑出した評論家です。彼が高得点をつけたワインは間違いなく高騰します。逆にいくら名前が通っていても PP が低ければ値段は急落。当然、ワイナリーにとっては PP を高くする戦略をとります。すなわち **パーカーが高得点を出しがちな「重くて、濃い」**ワインを造ろうとするのです。この弊害はワインの味の均一化へ向かうのではないかと危惧されています。影響力があまりに大きすぎる。ちなみに PP は基礎点 50 点から積み上げて、味わいを 20 点満

点、香りに 15 点満点、熟成の見込みなど全体的な質に 10 点満点、色などの外観に 5 点満点と振り分けて最大 100 点満点になるようになっています。

### ● 工芸品と化したワイン

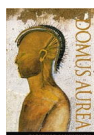
パーカーが高いポイントをつけるようなワイン作りをコンサルする専門家が現れました。ミシェル・ロランがその人。数々のワイナリーにアドバイスをすることによって、パーカーが好きそうなワインを造るのです。フランス、イタリアはもとより南米、オーストラリアを飛



び回っています。彼のあだ名は「Flying wine maker」南半球は季節が反対になりますから、一年中世界を飛び回ってワイン作りをしていることになります。最新の技術と工場とってよいようなワインはそれまで多くあった「はずれ年」を少なくしています。かつてワイン作りはある種「芸術的」な作業でした。いつ収穫するか、どの程度の発酵期間を持たせるか、温度管理をどうするかは醸造長のさじ加減でした。だから大当たりの年とまるでダメな年があったのです。ところが現在はアルミタンクによる完璧な温度管理等のハイテク技術が導入され、人間の勘やさじ加減に関わる比率が低下しています。そこで造られるワインはどこも似たような味わいになるとされます。パーカー好みに作っていますから高得点を出しやすい。こうなると一級シャトーのワインでさえ工芸品と化していると思います。

### ● 新興国の台頭

こうした高給ワインが高い値段で取引されていますが、それでは我々が口にすることは不可能です。こうした動きを背景に新興国が優れた品質のワインを作っています。チリやアルゼンチンなどの南米勢、オージー、南アフリカです。気候や土地がワインづくりに向いた国々。非常に優れた品質のワインが次々に生産されています。名前が通っていない分だけ安い。同じような品質でもボルドー産というだけで下駄が履かせられます。先日、チリ産の高級ワイ



←ドムス・アウレア 97 年。非常に良く出来たボルドーとしか思えません

ン (5000 円くらい) を飲みましたが、そのあまりの美味しさにびっくりしました。もはやフランスの高級ワインは遥かに手が届かない存在になりましたが、チリなら何とかなる。それでも最近の高騰傾向です。

### ● 米国流ワイン・マーケティング戦略

実は米国はワインメーカーとして非常に優れたワインを排出しています。ナパやワシントン州などのワインづくりに向いた土地がどんどん広がっています。徹底した合理化、最新技術をふんだんに取り入れています。誤解を恐れず一言で書くと、「大柄で華やかですぐに飲める」ワインです。ここでは非常に米国らしいマーケティングがあります。よく出来たブドウだけ

で徹底的にお金をかけて飛び切り品質のいいワインを造ります。当然、ごく少数のワインしか造れず**カルト・ワイン**と呼ばれます。が、それでPPが高くてつければそれでいい。残ったブドウで作ったワイン（セカンドと言います）に安めの値段設定をして大量販売するのです。「PPが100点のワインのセカンド」ワインラバーにとってはそそられるのです。トップは買えないし飲めないですから(T\_T)。ちなみにシャトー・マルゴのセカンドは「パピヨン・ルージュ・ド・シャトー・マルゴ」、トップの約1/3位の値段です。

### ● フェイク・ワイン

ロマネ・コンティ。死ぬまでに一回は飲んでみたい。でも、多分無理。一本100万円以上のワインを開けることはないでしょう(T\_T)。ここまで高くなると現れるのが**ニセモノ**。ビンとラベルは簡単に複製が出来ます。ところが中身に安いワインを入れてしまえば偽者と簡単にばれてしまうでしょう。狡猾なのはここから、ロマネ・コンティの畑の隣に「ラ・ターシュ」と呼ばれる畑があります。これもいい年であれば20万円はするワインです。こいつをニセモノのビンに詰め替えるのです。ロマネ・コンティとラ・ターシュの差をはっきりと区別するのは「かなりの専門家」でも難しいそうです。ましてや素人には無理。しかし、犯罪者側に



たてば80万円の差額は大きい。見分ける唯一の手段は「コルク」**だとか**。同じコルクを用意することはほぼ不可能。当然ですがそこらで売っているコルクではありません。DRCがよりにかけて選んだ最高級品です。

### ● PPの高さだけでワインを選ぶのはばかばかしい

と思います。PPはあくまでパーカーさんの私見（は言い過ぎか）です。私はあるとき非常にいい発見をしました。**私が好むワインはPPが90点くらいのもが多い**。私の好みは、パーカーさんとは違う「可憐、ミディアムボディ、長期熟成」。だから彼があまり評価をしないワインを買えばいいのです。90点とは低い点数ではありませんが、うまくすると1000円くらいのワインでも探すことが可能です。高くて美味しいのは当たり前、安くて美味しいワインを探す。これが当たったときは物凄くうれしい。この趣味の醍醐味です。

さて、いかがでしたか。今回はぐっと力を抜いてワインを巡る昨今の状況をお伝えしました。次回は世界経済の行方について考えて見たいと思います。どうにもあまりいい展開になりそうにありません。むしろ世界同時金融パニックのほうの確率が高いと感じます。次号まで持っていてくれればいいのですが。あまり報道されませんが東欧各国もヤバイです(T\_T)。

**ブログも毎日更新しています！（週休二日で）（笑）** → <http://r-research.co.jp/blog>

株式会社アール・リサーチ Tel: 042-300-0533 mail: [ryubon@kkd.biglobe.ne.jp](mailto:ryubon@kkd.biglobe.ne.jp)