

【第三种郵便物認可】

# インテリ トレンドおもて裏

「最近はお庭に友人を招いてパーティーを開く人が増えてきました。着飾って外で緊張して食事をするよりも、親しく会話を楽しみ

マニアと素人に分化  
——ホームパーティーなどを通じてワインの飲み方を教えていま

秋が深まり、ボジョレ・ヌーボーの季節。日本でもワイン市場が年々拡大している。しかし欧米に比べて絶対的な消費量はまだまだ少ない。もっと気軽に楽しむために必要な条件は何か。家庭をこへの普及に力を入れているワインコーディネーターの友田晶子さん（日本ソムリエ協会会員）に聞いた。

ワインコーディネーター 友田 晶子さん

## 「気軽なワインの楽しみ方」



それだけ飲めれば自分の中に味の基準ができます。色々なものを飲んでもすぐ銘柄を忘れるだけ。自分の基準をもとに料理の種類に応じて選択してあげたいのです。七、八割の人は最初、自分が好きですが、フルティなものからさっぱりした辛口へ、そして飲みのある赤へ進むことになろうかと思えます」

——日本のワイン消費のスタイルをどうみていますか。  
「ロマネコンティなどの超高級

品は数多くありますが、そういう物はあまりありません。特に外国のビジネスマンと食事をする機会が多い人は困っているようで、企業が社員教育の場でワイン講習会を開くケースも増えていきます。一般常識としてワインの嗜みしなみ方を心得ておきたいということも思っています」

——欧州のワイナリーに日本の資本がかなり入るなど、本場欧州と日本の距離が縮まってきたように思えますか。  
「確かに欧州での販売価格が日本で売られる三〜四倍になっていくことが多い。ヌーボーでも現地では千円もありません。日本は高

「仕事が終わって皆で飲むのはやはりビール。しかし若い夫婦の食事にはワインが欠かせないようになりつつあります。ホームパーティーを開くことを前提にした間取りの家も増えていきます。ヌーボーはワインの愛好者の底辺を広げました。これからは一段上に進み、層が分厚くなることは確かだと思います」

## 自分の好みを基準に 選択の幅を広げて

たいといわねばです。特に女性の集まりが盛んで、そんな場を利用してワインについて話していきマニアと素人に極端に分化しています。知っている人は結構、おんちんを傾け、それがエライと思われている人はいないですね」

品品の頂点と千円クラスの底辺の消費が伸びていますが中間が薄いです。ワインを飲む方は多いのですが、楽しみ方を知っておられる人は少ないですね」

品品の頂点と千円クラスの底辺の消費が伸びていますが中間が薄いです。ワインを飲む方は多いのですが、楽しみ方を知っておられる人は少ないですね」

品品の頂点と千円クラスの底辺の消費が伸びていますが中間が薄いです。ワインを飲む方は多いのですが、楽しみ方を知っておられる人は少ないですね」

品品の頂点と千円クラスの底辺の消費が伸びていますが中間が薄いです。ワインを飲む方は多いのですが、楽しみ方を知っておられる人は少ないですね」

品品の頂点と千円クラスの底辺の消費が伸びていますが中間が薄いです。ワインを飲む方は多いのですが、楽しみ方を知っておられる人は少ないですね」

### 常識的な視点を重視

友田さんは主に女性向け雑誌のコラムでワインのホームパーティーを呼び掛け、会場でワイン消費の現場で育ったことが反響している。テ

### ひと言

もあれ、日本市場に押し寄せてきたワインと、お酒の扱い方をメーカー、流通、消費者がもう一度考え直し、必要がありそうだ。

### 激しい内外価格差

「確かに欧州での販売価格が日本で売られる三〜四倍になっていくことが多い。ヌーボーでも現地では千円もありません。日本は高

聞き手は産業部次長 田仲 和彦