



フランス シャンパーニュ 2018

2018年2月、池田町ブドウ・ブドウ酒研究所(「十勝ワイン」)さまの視察に同行させて頂く形で、フランスのシャンパーニュ地方を訪問しました。

今回の訪問記では、7件のメゾンをご紹介します。

<ニコラ フィアット>

コート・デ・ブラン地区にある大手シャンパンメーカー。コーペラティヴ・ド・マニピュラン(共同組合)の最大手で、販売実績は2000万本/年。2017年4月にできたばかりの新社屋から見学を開始しましたが、受付カウンターはまるで高級ホテルのよう。



400klのステンレス発酵タンクが400本(!)、ジロパレットは480機(!!)あるとのこと。広大な一室に整然と並んでおり、あまりの規模に圧倒されます。



高速の自動充填ラインは、国内大手ビールメーカーの工場を彷彿とさせます。ティラージュを終えたワインを充填し、ビデュールと王冠を打栓した壺が、すごいスピードで出てきます。



地下セラーには、現在 1 億本(!!!)のシャンパンが眠っています。1 区画は約 10 万本。私(身長 180cm)が手を伸ばしても届かない高さまで積み上がっています。スケールの大きさと高速ラインを間近で体験でき、大変勉強になりました。



<ジャッキノ エ フィス>

エペルネ近郊のシャンパーニュメゾン。販売実績は 5 万本/年。このメゾンのポリシーは、マロラクティック発酵を一切行わないこと。

生産量は小規模な部類に入りますが、ピュピトルは使用しておらず、ジロパレットが使われています。



地下セラーはエペルネで 2 番目の深さだそうで、セラーまではなんと 106 段もの階段がありました。



コルクにつけるワイヤーの持ち手部分は、アルミシールの外に出すのがこだわり。特に意味はないようですが、伝統的にこのようにしているメーカーがいくつかあるそうです。



<デウル エ フィス>

ヴァレ・ド・ラ・マルヌ地区のシャンパーニュメゾン。販売実績は7万本/年。自社の畑からとれた葡萄だけをつかうレコルタン・マニピュランで、この地区は「ピノ・ムニエ」の栽培が主流。畑は御覧の通り、2月初旬ということもあり一面雪景色でした。



これはシャンパーニュの伝統的な压榨機「コカール」。通常のバスケットプレスに比べて直径が大きく、単位面積あたりの圧力が低いのが特徴。「4トンのブドウから2,050Lのキュベ」をとるのがシャンパーニュの規則ですが、コカールの1バッチはちょうど4トン。



ステンレスタンクだけでなく、約200Lのオーク樽も多数使用していました。



<ドメヌ ヴィルマル>

モンターニュ・ド・ランス地区のシャンパーニュメゾン。販売実績は10万本/年。自社の畑からとれた葡萄だけをつかうレコルトタン・マニピュランです。発酵はステンレスタンクを使わず、全てオーク樽を使用。



珍しい手動式のジャイロパレット。小規模なメゾンでも、ピュピトルはあくまで補助的な役割のようです。



ディスクが3層のシャンパンコルクを採用されていました。(真ん中が圧搾コルクで、液に触れる部分と上部が天然コルク)。通常の2層タイプよりも品質が良いそうです。



<マイイ グランクリュ>

モンターニュ・ド・ランス地区の中堅メーカー。販売実績は50万本/年。コーペラティヴ・ド・マニピュラン(=共同組合)という業態で、契約農家からブドウを買っているため、生産者の大切さを熱く語って下さいました。



ダブルパーージュと発酵を行うステンレスタンク。タンクの中身を見分けるために、文字ではなくブドウ生産者の地図を貼っています。分かりやすいし、これも生産者を大切にしている表れかもしれません。



ジロパレットは、ボックス24個(隠れていますが、写真右奥にもあります)。一度に12,000本以上のボトルをルミアージュできる計算になります。



地下のセラーで面白い光景を見ました。通常は壺を横にしますが、ルミアージュを終えた壺がほぼ立てた状態で保管してあります。これにより買い手が決まったら直ちにネックフリーズと滓抜きをして、すぐに販売することが可能。地震のある日本では考えられませんが、シャンパーニュではオーソドックスな方式のよう。



見学した日に、ちょうど自動ラベラー&キャップシューラーを納品しているところでした。
生産ラインをしっかりと自動化している様子が見えました。



<ルイ プロシエ>

モンターニュ・ド・ランス地区のシャンパーニュメゾン。販売実績は10万本/年。伝統的なコカールに加えて、斜めプレス式の圧搾機も設備されていました。



生産ラインはオーソドックスでコンパクトにまとまっています。写真左奥から手前へ、ネックフリーザー⇒⇒デコルジュマン&ドサーージュ機⇒⇒コルク打栓&ワイヤー装着機⇒アジテーター。



このメゾンは少量多品種がモットー。出来上がったワインをテイastingして目指す味わいをイメージし、ブレンド比率やドサーージュの量を定めるそう。仕込み毎に商品を変えているため、壺やラベル、アルミシールなどでデザインの差別化をしています。



<テタンジェ>

フランス近郊の大手シャンパンメーカー。販売実績は 600 万本/年で、約 140 か国に輸出されており、日本ではサッポロビールさまがエージェント。



テタンジェ本社地下のセラーは、シャンパン用につくられたものではなく、3 世紀にローマ人が掘った石切り場をそのまま活用しています。

ピュピトルは見学者向け・展示用のもの。実際には別の工場にてジロパレットがほぼ全数を処理しています。壘詰や圧搾なども別の工場で行われています。



「テタンジェ・コレクション」という、有名アーティストの作品がボトルのデザインになる商品が印象的でした。これまで紹介したメゾンと違い、製法や設備よりも、ブランディングやマーケティングの観点で参考になりました。



今回の視察では、大手メーカーから小規模メゾンまで、多様な醸造所を 7 件も視察することができました。視察を通じて、“シャンパーニュ製法”という価値あるものづくりに仕事で携われていることを、改めて誇りに感じることができました。

今やワイナリーさまだけでなく、多数の日本酒メーカーさまも壘内二次発酵スパークリングに取り組まれています。1 社でも多くのお客様の力になれるよう、取り組んでいきたいと思えます。

東京営業部 喜多郁森