

## 2015年度イタリア日本酒招聘事業報告書

### 1. 目的

食料テーマとした国際万博（EXPO 2015）が開催中のイタリア・ミラノにて国内外に高い知名度と発信力を持つ高級レストランのシェフ及び飲料部門の責任者を招聘し、日本酒に関する正確な知識と文化背景の理解を促し、日本酒を用いることが相応しい食材、調理法を教授することで、イタリアへ高品質の日本酒の輸出を実現し、消費者に正しく情報伝達出来る人材の拡大と目的とする。

### 2. 背景

伝統的に高いレベルの食文化を持つイタリア・ミラノでは、自国の食の魅力の高さ故にそれがバリアとなっており他の国の料理や文化について一般層への認知、浸透度は低いと言わざるを得ない。

加えて社会的な背景として外食産業においては

- (1) 歴史的に植民地が少なく食材、料理の多国籍化の比率が低い。
- (2) 外国人観光客や出張者もイタリアで楽しみにしているものに料理があり、わざわざイタリアで他国料理を食べるといふ需要は低い。
- (3) 一般のイタリア人の可処分所得は EU の中では高いものの、イギリス、フランス、ドイツのレベルには届いていない。
- (4) カトリックの伝統的な慣習として、飲食、消費行動として保守的な傾向が EU 内でも特に強い。

これらの文化、社会的背景から日本食・日本酒も例外ではなく、愛好者の数や情報の伝達がロンドンやパリなどからは遥かに遅れており、常に名前が上がる特定の 1, 2 名を除いてイタリア人の専門家は皆無と言ってよい状況である。（在留日本人にもそうした人材がいるとは決して言えない）

この 2-3 年にガンベロロッソ（イタリア版ミシュラン）で 1 つ星を取るような高レベルの和食店が出現したが、需要や流通中間業者の不在などから高品質の日本酒は殆ど流通していない。

過去において一時寿司ブームに乗って低品質又は保存状態の悪いものが「ファッション」として取り入れられた時期があったが、レストランのスタッフにとっても「日本酒とはどのようなものか」が曖昧なまま来店客に供されたため、客の側からしてみると「中身もよくわからず、値段がそこそこ高く、美味しくない」「自分たちの文化に無い『熱するアルコール飲料』で馴染めない」中国酒との混同から「アルコール度数が高く、頭が痛くなる」という誤解が現在も一般的にはかなり強く残っていると見てよいであろう。

こうした誤解を解くには、高い知識と理解力を持った専門家の力を借りつつ、実際に高品質の日本酒を情報と、納得を得られる機会を消費者に供する接点の確立が必要である。

### 3. 今回の招聘対象者

世界展開をするイタリアを代表するファッション複合企業で日本でも知名度の高い“Trussardi”（トラサルディ）グループの協力を仰ぎ、ミラノの中心地にある旗艦店にて日本酒が実際にメニューにオンリストされることをターゲットに据え、その決定権を有する 2 名を招聘した。

2名とも初来日である。

Trussardi とは <http://www.trussardi.com/jp>

1910年、高級革手袋メーカーをミラノの西50kmのベルガモにて創業。なめしで作られた柔らかくクオリティの高い手袋が社交界で評判となり、王室御用達となる。その後バッグの分野に進出、より幅広いアクセサリー分野に進出した。88年のソウルオリンピックではイタリア選手団の公式ユニフォームをデザインし、衣服のブランドとしても知名度を上げる。

Il Ristorante Trussardi alla Scala とは <http://www.trussardiallascale.com/>

トラサルディグループが直営する高級レストラン。2008年に初めてのミシュラン1つ星、2009年に2つ星を獲得、2014年にはイタリアで最も権威があるレストランガイド「ガンベロロッソ」でも最高の3つ星(Tre forchette)を獲得。2015年はミシュラン1つ星、ガンベロロッソ2つ星。

ミラノ・スカラ座横のトラサルディの旗艦店で1階がブティックとカフェ、2階がレストランで、伝統料理にモダンを融合したコース料理を展開している。

Roberto Conti 氏 (ロベルト・コンティ 32歳)

Il Ristorante Trussardi alla Scala Executive Chef (料理長) でありトラサルディレストランのキッチン責任者であり殆どのメニューの創作を担当する。

2008年より同レストランにて勤務し、2014年9月から料理長に任命された。

以前はヴィーガン(最も厳しいヴェジタリアン。卵も乳製品も摂らない) レストランにおいて自身で毎日豆腐を作っていたこともあり、野菜についての知識が特に高く32種類の野菜を使ったサラダが代表料理の1つ。

シソ、シイタケ、かいわれ大根、パン粉(日本製のもの)、抹茶などは普段から料理に取り入れているが、今回日本酒、みりん、わさび、ユズなどを積極的に取り入れて、それらと日本酒の融合を図る役割を担う。

Luca Cinacchi 氏 (ルカ・チナッキ 31歳)

今回の招聘で、日本酒の銘柄選定は同氏が行った。

タイトルは Food and Beverage Manager Trussardi Group. トラサルディグループの料飲部門責任者でありトラサルディレストランのチーフソムリエも兼ねる。

レストランのみならず、ミラノで2店舗の他、ケルン、ドバイで展開するトラサルディカフェの飲料についての選定、サービス、スタッフトレーニングも行う。

2009年に北イタリア最優秀ソムリエ(2009 Migliore Sommelier Nord Italia.) に選ばれたのをはじめ数々の賞に輝くイタリアを代表するソムリエでもある。

直近の受賞歴は

Il Migliore Direttore di sala d' Italia (GLION) 2014

Premio 2015 LE SOSTE (Ambasciatore della cultura del vino d'Italia)

Le Prix Le Montrachet 2014 (Ambasciatore Montrachet per Italia)

また、イタリアのSKY-TVでオンエアされている”Hell's Kitchen“(料理の鉄人のイタリア版)では、サービスとワインを担当するレギュラーメンバーとして出演している。

#### 4. 招聘事業の狙いと期待される効果

トラサルディグループは、イタリアのファッション業界の中で最も早く”Food & Fashion”を提唱した先駆けとなったブランドである。トラサルディの活動を契機に、アルマーニ、グッチ、ブルガリなど

がカフェやレストラン事業を展開するようになったが、現段階でも自社でミシュランの星を有するレストランを直営しているのはイタリアでもトラサルディのみである。

場所は世界3大オペラ劇場のスカラ座の真横にあり、ファッション業界は勿論、音楽業界の顧客や世界中から集まるオペラの観客が主要な顧客である。同店のコース料理は150ユーロから、飲料を含めた客単価は250~300ユーロになるミシュランスターレストランであり、イタリアで最も”ドンベリニオン”が使われるレストランでもある。4800種類のワインリストと、それらは常時自社のワインセラーに保管されてある。

顧客はボトルでワインを頼むことも出来るが、多くの場合はコース料理7~10品にあわせて5種類のワインがグラスで供され、多くはそちらが選ばれる。

これらの高いレベルのワインをクラスの高い顧客に供するには、それらのワインの造り手や造り方、収穫年の気候や地域の特性などを説明したうえで、選んだ理由、料理との相性も詳細に語られる。そこに日本酒も入ることが出来れば、高品質のワインと同じように日本酒が作られている風土、原料米、味わい、特徴の説明が行われたうえで、文化背景も含めて味わってもらふことになる。

さらに顧客のプロファイルが高いということは、それらの層が日本酒について接してもらうチャンスを作れるということにほかならず、彼らが自国に戻った際や、イタリア以外の国に旅した際に「日本酒を次の機会にも口にしたい」と思わせる可能性を高めることにつながり、所謂ショーウィンドウ効果が期待できる。

また、発信力という点でもファッション業界は飲食業界よりもはるかにマスコミとの関係が深い。通常シェフやソムリエ達は飲食業界には強く影響力がある方が多いが、PR部門では他業界との接点は少ないことが多い。

今回9月16日にミラノのレストランにて40名のジャーナリストを招待した日本訪問の成果発表ともいえるランチが行われるが、その際は飲食業界、ファッション業界、旅行業界、一般紙と非常にバランスのとれた招待客が予定されている。

## 5. 日本側における協力体制

前述のようにコンティ氏はヴィーガンで1年半の経験を積んでおり、野菜に精通しているという彼の経歴を鑑み、今回日本酒が引き立つ／引き立てる料理の開発にあたっては、奥田政行シェフの指導を仰いだ。

日本の伝承野菜の復活で著名な奥田シェフは、かねてより日本国内において「イタリアンと日本酒」の相性や活用について研究され、講演も行うなど実績があり、ミラノにおいてメニューに取り入れて貰うにあたっては同氏の指導が最適かつ不可欠と考えた。

また、奥田氏との調整や訪問先、食材等の活用にあたっては、月刊誌「料理通信」を発行する料理通信社のアドバイスを得た。

今回の事業にも帯同して、4ページの記事（同雑誌は全てカラーページ）として10月6日発売号で掲載を予定しており、また同誌の原稿をイタリア語に翻訳、ミラノにおいてトラサルディが共同で写真や訪問内容についてマスコミに情報提供するなどの活用を計画している。

### 奥田政行氏プロフィール

1969年山形県鶴岡市生まれ。東京にてイタリア料理、フランス料理、フランス菓子とイタリアンジェラートを修業。

25歳で帰郷し、ホテルの料理長や農家レストランを経験したのち、2000年3月、地元食材で作るイタリア料理の店「アル・ケッチャーノ」を、2007年7月にはカフェ&ドルチェをメインとする「イル・ケッチャーノ」をオープン。ハンガリーやアメリカのホテルでフェアを開催するなど、独創性に富んだ料理は、海外でも高い評価を得ている。

現在、山形県庄内総合支庁「食の都庄内」親善大使を務めるほか、庄内浜文化伝道師マイスターにも認定されている。主に山形県の食材で作るイタリア料理の店「ヤマガタ サンダンデロ」を銀座にオープンのほか、北海道の星野リゾートトマム、東京スカイツリーのラ・ソラシード、三重県や兵庫県淡路島にもアルケッチャーノをプロデュースするなど、日本各地の野菜や肉類の生産者と深く交流する中で積極的に支援、店舗を拡大している。2011年には農林水産省の「料理マスターズ」も受賞しており著書、講演多数。

5. 行程

	日付	曜日		行事	宿泊
第1日	8月16日	日	11:20	ミラノ出発	機中
第2日	8月17日	月	09:00 12:00 18:00-20:00 22:00	成田空港到着 ロイヤルパークホテル到着 奥田シェフ打ち合わせ 夕食後ホテル着	東京
第3日	8月18日	火	06:30-09:30 11:00 14:00 14:00-19:00 21:30	築地市場見学 東京駅出発 喜多方・大和川酒造店到着 大和川酒造店にて視察・試飲等行事 北方風土館にて酒造工程レクチャー 酒米圃場見学 飯豊蔵見学 会津地方食材試食 夕食後ホテル着	福島県 喜多方市
第4日	8月19日	水	08:00 10:30-11:30 11:45-14:00 15:00-19:00 22:00	喜多方発 寒河江・月山酒造到着 月山の酒蔵資料館にてレクチャー 月山酒造 冷蔵保管庫 視察 酒造りの歴史レクチャー 試飲会場(玉貴)到着 月山酒造・出羽桜酒造試飲 山形県提供食材見学・試食 天童市・出羽桜酒造到着 出羽桜美術館にて視察 出羽桜酒造 精米場見学 出羽桜酒造 蔵見学 夕食後ホテル着	山形県 天童市
第5日	8月20日	木	08:00 10:30-11:30 12:00-14:30 15:00-16:00 16:30-21:00 22:00	天童発 鶴岡市着 庄内物産館にて海産物市場見学 出羽三山神社到着 地域食文化等のレクチャー 精進料理(山伏料理)試食 伝承野菜農園視察 イルケツチャーノ到着 奥田シェフによるレクチャー 日本酒に合うメニュー試作 夕食後農家民泊(民宿)	山形県 鶴岡市
第6日	8月21日	金	08:00-09:00 09:00 11:30-14:00 14:45 17:15-20:00 21:00	有機栽培だだちゃ豆十山形米圃場見学 鶴岡市発 大仙市・金紋秋田酒造到着 蔵見学 古酒試飲 大曲発 塩竈市到着 浦霞試飲・地域食材試食 夕食後ホテル着	宮城県 松島町
第7日	8月22日	土	07:00 07:30-08:30 09:00-15:00 17:00 19:30	ホテル発 塩竈仲卸市場見学 佐浦到着 佐浦社長による日本酒概論 蔵見学 ワイングラスを用いた試飲 仙台発 東京駅到着後ホテル着	東京
第8日	8月23日	日	10:00-20:00	ラソラシード到着 奥田シェフによるレクチャー ミラノにて提供するメニューの精査、確定 ミラノに輸出する日本酒と合わせる食材の精査、確定	東京
第9日	8/24日	月	08:00 11:20	ホテル発 羽田空港発・ロンドン経由でミラノへ	



