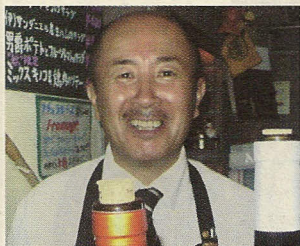


産地や銘柄にこだわらない——

各地のピノ・ノワールを 売り手主導でこう売る



●特集●ピノ・ノワールワイン

大阪・梅田のワインバー『ヴィンテージ・イン』は、今年のオレゴンワイン協会「バイ・ザ・グラス」キャンペーンで、期間中の二カ月間で一三〇本(一本750円)ものオレゴンワインを売り上げ、最優秀店に選ばれた。わずか八席、基本的にボトル売りはせず、三〇種類超のグラス売りだけでワインをサービスするスタイル。店主一人、わずか八席の店でいっただうやって超マイナー産地のワインを売ったのか。同店の売り方に迫る。

ワイン・バー『ヴィンテージ・イン』／大阪・梅田

席数わずか8、30種類超をグラス売り
ブルゴーニュからオレゴン、NZまで

■お奨めで売る わずか八席のワインバーで、オーも売ったのか。オーオレゴン産ワインをどうやうって二カ月の間に一三

でもらっています。僕が何を奨めるか、で決まってしまうのです。簡単にいうと、そういう店」

一人一人の好み把握 寿司屋風に「お任せ」

ワイン注文時に会話らしい会話は、ない。お客側が「次、

・ワイン産地の取材旅行中に会った折、その教えてもらった。にわかに信じがたく、その後実際に訪問し、営業時間中の接客をりてをみせてもらったこと

ツコル・フロッサーへウイラケンズィー、カリフォルニア・アンダーソンヴァレーのブドウを使っ

④新梅田食道街には、おでん、串揚げ、たこやきなど、70近い小さな飲食店が軒を連ねる。ヴィンテージ・インも風景にとけ込んでいる。⑤オーナー・川原崎義和さんは23年間ホテルのソムリエを務め、11年前にワインバーを開業。旧世界と新世界ワインをほぼ均等に扱う。⑥女性のお客さんが多い。川原崎さんに会うのが楽しみで来る人は多い。

■女性客中心 グラス売りの価格は一、一〇〇

した。

■ユニークな品揃え

ワイン・バー『ヴィンテージ・イン』は、阪急梅田駅に隣接する「新梅田食道街」の一角。

とる。その品揃えは、幅の広さ「ユニークさ」の点でロンドンやニューヨーク・マンハッタンのワイン・バーにも引けをとらない。ブルゴーニュは、ヴォルネイ地区から「

八席のみの空間。そこにその目に開ける予定の赤ワインがずらりと並んでいる。大きく二系統に分

カベルネ・ソーヴィニヨンなどボルドー型ボルトルに入ったワインが並ぶ。三、〇〇〇円程度から、ひと際目を引くのがマグナムボトルで、「ゴージャス感が出るし、より良い熟成感が味わえるので、よく使っている」。

ピノ・ノワールを例にとるとその品揃えは、幅の広さ「ユニークさ」の客層は30〜40代の女性が中心だが、70代の男女まで多岐に及ぶ。

川原崎さんは、一見客であれば好みのタイプを聞いて「それならこれを試して下さい」と銘柄を説明しながら注ぐ。

常連客の場合は「好みはほとんど把握している」ので、