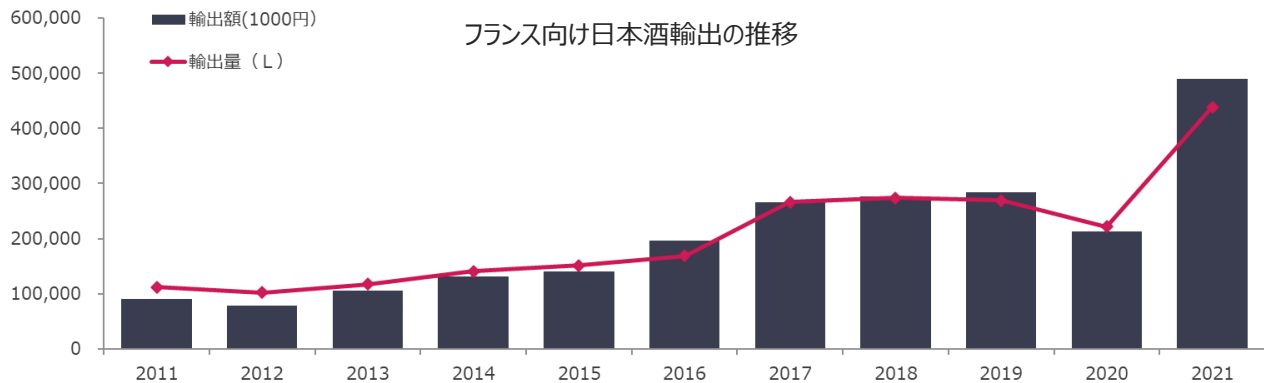


今回のテーマ

現地フランスの酒蔵にインタビュー

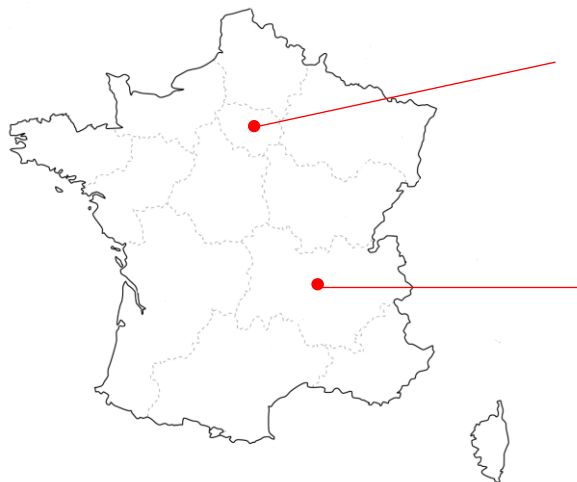
フランス向け日本酒の輸出金額・量については、過去10年で大きく増加し、2021年の輸出額は10年前の約5.5倍である約4.9億円に達しています。

フランスでは、元々日本酒は熱燗で飲むというイメージがある中、最近は冷酒をワイングラスで提供するフレンチレストランもあつたり、吟醸という言葉を知っているフランス人もいたり、日本酒への関心の広がりを感じます。



出所：財務省貿易統計【HSコード220600200（清酒）】を基にジェトロ・パリ事務所作成

こうした状況下、フランスで酒造りに取り組む酒蔵が誕生しています。今回は、フランスで酒造りに励む酒蔵「WAKAZE」と「Les Larmes du Levant」の創業者に、酒蔵の経営や製品、フランスでの飲み方、今後の展開などについてお伺いしました。



インタビュー①
WAKAZE (パリ郊外)

WAKAZE

インタビュー②
Les Larmes du Levant
(Lyon南、Pélussin)

les
larmes
du levant

出所：白地図専門店をもとにJFOODO作成

Interview 1: WAKAZE

2020年からフランスで販売を開始し、まだ2年ほどしか経っていませんが、手頃な価格帯、そしてポップで目を引くデザインのボトルにより、注目を集めているWAKAZE。特にパリの若者の間で人気で、急成長している酒蔵です。

代表取締役である稲川琢磨氏は、WAKAZEを日本で創業。その後、2019年にパリ近郊に酒蔵を設立しました。原料はすべてフランス産のものを使用した製品の製造・販売を行っています。2020年1月からフランスで販売を開始しましたが、販売開始後すぐにコロナによるロックダウンが始まり、レストラン等で販売が困難になったため、オンラインで一般客向けに販売を開始し、人気のブランドに成長しています。

また、2022年5月、パリの5区にWAKAZEの製品をワインやビールのように気軽に楽しめる居酒屋「WAKAZE PARIS」をオープンし、ますます注目を集めています。今回は、WAKAZE代表取締役の稲川琢磨氏にインタビューしました。

新しいことに挑戦し続けるWAKAZE

「WAKAZEを漢字で表すと若勢、若く、そして勢いやスピード感を常に持って、新しいことに挑戦し続ける会社にしようという意味を込めてこの名前に決めた。」と語る稲川氏。その名の通り、スピード感が早く、WAKAZEは創業してから常に変化し続け、急成長を遂げています。

稲川氏は学生時代、日本酒に興味がなく、日本酒はアルコール度数が強い飲み物という間違ったイメージを持っていたとのこと。そんな稲川氏の日本酒に対する認識を変えたのが、日本のお寿司屋に行った時に、とても美味しい日本酒に出会ったことだそうです。その日本酒の美味しさに驚き、今まで持っていた日本酒への偏見が180度変化するほどの衝撃を受け、その日から日本酒が大好きになったのだそうです。

世界に広めるため、世界の憧れの街パリを選択

SAKEを民主化するというビジョンをもつ稲川氏。SAKEを世界中でもっと日常的に飲まれるようなアルコール飲料にするために選んだ舞台は、パリでした。これから世界に広めていくためには、世界の憧れの街であるパリを選ぶことが大事だと語っています。また、彼はフランス留学を経験していて、現在のパリ近郊にあるWAKAZEの酒蔵の近くの学校でエンジニアの勉強をしていたそうです。元々、稲川氏にとってパリは住んだ経験がある馴染みのある場所でもありました。

パリでは実際、日本酒のマーケットの規模が小さく、日本酒を飲む人は、日本に旅行をしたことがあり、すでに日本酒を知っているフランス人が多かったという。たくさんのフランス人にもっと気軽に日本酒を飲んでもらうためには、日本酒を飲むハードルを下げなければいけないと思い、パリでの酒造りを決意したそうです。実際に、今まで日本酒を飲んだことのなかった人たちの間で、同社の製品が人気となっています。



株式会社WAKAZE代表取締役：稲川琢磨氏
(WAKAZE提供)

フランス産原料と日本の技術で製品づくり

WAKAZEの製品は、フランス産の原料を使用し、日本の酒造りの技術を用いています。パリ近郊の酒蔵で、最高醸造責任者を務めるのが、100年以上の歴史を持つ群馬県の聖酒造の三男である今井翔也氏です。今井氏を筆頭に、フランスの原料で製品が作られています。土台となるお米は、フランスの随一の米作地帯、南フランスのカマルグで生産されるお米を使用しています。カマルグには2万ヘクタールの水田が広がっています。フランスの硬水で仕込んでいるため、軟水で作られる日本産日本酒とはまた違った味わいになっています。

40%が輸出、30%がEC販売

年間流通の内訳としては、ECサイトでの販売が30%、大手ワインセラー等との取引が30%、最近では輸出量も増えており、40%を占めてるとのこと。特に米国への輸出が多いそうです。

WAKAZEでしか味わえない個性的な製品も製造



左からピノ・ノワールという赤ワイン、コニャック、ウイスキーの樽で熟成させた3種類の貴醸酒
(WAKAZE提供)

商品展開としては、オーソドックスな純米酒、ゆず酒、にごり酒を始め、WAKAZEにしかないユニークな、ピノ・ノワールという赤ワイン、コニャック、ウイスキーの樽で熟成させた3種類の貴醸酒も販売しています。そのほかにも、梅酒やRosé sakéなども販売しており、日本文化とフランスの文化を調和した、WAKAZEでしか味わえない製品を製造販売しています。

フランスでの飲み方は様々で、梅酒やゆず酒等は食前にアペリティフとして飲むことが多く、純米酒は食中に、また樽で熟成された貴醸酒は食後に飲むことが多いそうです。

ECサイトの価格としては、純米酒・にごり酒が23€(3,266円)、ゆず酒が25€(3,550円)となっています。(内容量：750ml)
(為替レート：142円/€ | 2022年12月時点)

ビジネス上での難しさは信用を得ること

日本でWAKAZEを創業した稲川氏は、「フランスと日本での経営を比べて、フランスでの経営の方が100倍難しい」と語っています。起業した当時はもちろん語学の壁もありましたが、外国人ということで、ビジネス上での信用を得ることが一番難しかったそうです。原料のサプライヤー、ボトルや蓋の業者、ラベルの業者など、すべてゼロから見つけ、製造したため、最初は外国人ということで簡単には信用して貰えないため、一回で購入できる量が少なく、苦労したそうです。

また、パリ近郊にある街の真ん中に酒蔵を立ち上げたこともあり、最初は近隣の住人に受け入れて貰えなかったとのこと。

「こうして、たくさんの困難を乗り越え、ようやく販売の段階までたどり着くと、コロナによるロックダウンが始まり、本当に苦労続きだった」と語っていました。ここまで苦労を乗り越え、みんなで頑張ってきたこともあり、今ではどんな困難にもめげない力がついたそうです。



WAKAZEの酒蔵内の様子（WAKAZE提供）

お客様のカテゴリーを広げ、世界中で飲まれるアルコール飲料を目指す

これからのWAKAZEをどう見据えているか稲川氏に何うと、もっと広いカテゴリーの人に飲んでもらいたいという。また、フランスでの日本酒市場規模はワイン市場のそれと比べて大変小さいので、フランス産WAKAZEを筆頭に、フランスでの日本酒・SAKE市場を拡大させたいとのこと。

「現在、WAKAZEのお客様の客層は、日本が好きの人が大半を占めていますが、これからは、ガストロノミーに全般に興味がある人、ナチュラルワインに興味がある人たちにもっと飲んで貰えるように目指していきたい」と語っていました。パリで製造し、パリで飲んでもらい、すぐにフィードバックが貰えるため、それを受け、スピード感を持って、改善・変化し成長し続けることを大事にしていきたいという。



WAKAZEで働くメンバー（WAKAZE提供）

「日本酒・SAKEを世界で飲まれる世界酒にしたい」と語る稲川氏。

日本酒・SAKEというカテゴリーをもっと発展させるためには、もっと世界中でSAKEを作る酒蔵が増え、SAKEが産業として発達していかないと、日本酒・SAKEというカテゴリーがグローバル化していかないという。

「そのためには、突き抜けて成長するブランドが必要で、WAKAZEを筆頭に「SAKE」というカテゴリーをもっと大きく、グローバル化していきたい」と語っていました。

これからのWAKAZEの成長がますます楽しみです。

Interview 2: Les Larmes du Levant (昇涙酒造)

Les Larmes du Levantは2016年3月に設立され、今年で6年目を迎えた酒蔵です。Lyonの南のPélussinという地区に位置し、山のふもとに彼らの酒蔵があります。同社の製品は、フランス人の手によって、フランスで作られています。設立者であり、杜氏でもあるGrégoire Boeuf（グレゴワール・ブッフ）氏に今回インタビューすることができました。

酒蔵を設立したきっかけは、2013年に彼の父親と二人で行った日本旅行。元々、フランスでよく寿司のレストランに行き、日本酒もそこで飲んだことがあったそうですが、日本で飲む日本酒の美味しさに驚き、一瞬で日本酒に恋に落ちたとのこと。日本酒をもっとフランスに広めたい、日本酒の歴史を守りたい、という想いから、1年間日本の酒蔵で修行後、フランスに酒蔵を設立しました。

日本産米、米麴、酵母を使用

同社の製品は、原料である米、麴、酵母は日本から輸入し、作られています。すべての製品は、（醸造アルコールが添加されていない、米・米麴・酵母・水のみを原料とする）純米酒であり、うま味・コクがあるというのが特徴です。酒蔵が山のふもとにあることを生かし、水はその地の天然水を使用しています。

製品の種類は4種類の純米酒がメイン。フランス人が様々な味わいを楽しめるように、また色々なフランス料理とペアリングできるようにという想いを込めて作られている製品です。純米酒の他にも、アプリコット酒も人気で、年によってにごり酒やスパークリング等の商品も展開しています。価格帯としては、純米酒が28€程度(3,976円)の値段設定にしています。

（内容量：720ml）
（為替レート：142円/€ | 2022年12月時点）

この4種類の製品のうち、2本が精米歩合70%、1本が同80%、1本が同50%ですが、ラベルには、あえて精米歩合は記載していません。その理由は、精米歩合よりもお米の種類や麴の種類に注目してもらいたいためです。また、大吟醸であるから質がいいというイメージを持っている方が多いですが、精米歩合はそこまで重要でないという考えを同氏は持っているためです。



酒蔵内の様子（Les Larmes du Levant提供）



メインの4種類の純米酒。左から「暁」、「風」、「浪」、「雷」。
（Les Larmes du Levant 提供）

ボトルデザインでシックなイメージを

同社のボトルは、細長くてシックな形のFluteボトルを使用しています。フランスでは、アジア系の方が経営している日本食レストランが多く、そこでアルコール度数が強い中国のアルコールをSAKEと称して提供することがあります。そのSAKEを日本酒だと思っているフランス人が依然として多いのも現状です。SAKE = アルコール度数が高いというイメージを払拭し、シックな新しいイメージを持ってもらうため、このボトルを選んだそうです。ラベルのデザイン性も高く、モダンなものが多いです。

フランス料理と合わせて楽しむ

同社の製品には、たくさんのうま味があるため、ワインでは出来ない料理とのペアリングを可能にしています。ブッフ氏は、フランスで日本酒・SAKEをもっと広めて、日本酒・SAKE文化を定着させるには、フランス料理と合わせて提供することが大事であると言います。実際に、同社の製品は、うま味、酸味が強く、フランス料理と合わせて楽しめることが多いです。



酒蔵内の様子 (Les Larmes du levant提供)

飲食店への卸が中心

製品の流通状況は、全体の60%をレストランやバー等への卸売り、30%はワインセラーへの販売、10%が同社サイト上での一般販売。輸出量も年々増え、日本をはじめ、フィンランドやスウェーデン、ノルウェー等の北欧、台湾や米国へ輸出しています。彼らの卸しているレストランには、星付きのレストランもあり、ソムリエがフランス料理と合わせて提供しているそうです。

すべて1からの酒蔵作りで苦労

すべて1から行った酒蔵づくりで、問題にぶつかった時に誰にも聞けず、自分で解決するしかなかったことにとっても苦労したそうです。また、フランス産SAKEという珍しさから、すぐにお客さんがコンセプト等を理解してくれず、1から説明しなければならず、購入して貰えることが最初はとても難しかったですが、地道に一步步つ続けてきたそうです。

EC販売強化、有機にも注目

「これからもっとECサイトでの販売に力を入れ、一般客に向けての販売をもっと強化していきたい」とブッフ氏。そのためにも、イベントにもこれから出展者として参加していきたいと意気込みを語っていました。そして、いつか同社の製品を提供する居酒屋を開きたいそうです。

これからの日本酒については、日本の取り組みにも注目しているという。「フルーティーで飲みやすい大吟醸系の日本酒だけをアペリティフ用に宣伝していったらただの流行で終わってしまうが、色々なスタイルの日本酒を紹介し、また、フランス料理と日本酒をどう合わせるのか、現地にあった飲み方を提案していかないと、日本酒の文化がフランスに定着していかない」と語っています。

フランスでは、レストランやワインセラーがナチュラルワインに注目を寄せ、BIOであることがとても重要という傾向になっています。農薬や化学肥料を使わない農業、その土地で栽培されたものから作られた、ローカルな商品であることがフランスでは特に重視されているため、同氏もフランスまたはヨーロッパで栽培された酒米を使った商品の展開を計画しているそうです。

これからのLes Larmes du Levantの新しい展開は多くの人から注目を集めています。



Les larmes du levant 社長 : Grégoire Boeuf 氏 (Les Larmes du Levant提供)

【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)
海外フィールドマーケター (フランス)

宮川 圭一郎 (MIYAGAWA KEIICHIRO)

1990年 来仏し、日本食レストランの支配人ソムリエとして10年勤務。

SSI INTERNATIONAL理事に就任以来、日本酒普及に尽力する。

2010年 アルコール輸入・卸・販売会社GALERIE K PARISを設立。

2017年 日本酒コンクールKURA MASTER開催、

2021年 同コンクールに本格焼酎・泡盛部門を新たに創設。

WSET Level1講師も務める。

2020年 酒サムライを叙任するなど、フランスで日本のアルコール飲料を広める啓発活動を続けている。

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェットロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェットロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。