

## Trend Report

# スパークリング清酒「<sup>みお</sup>霽」 in 美食の街パリ

世界中で輸出量が急伸するスパークリング清酒「<sup>みお</sup>霽」  
新しい感覚の和の食文化が浸透する美食の街フランス・パリから  
食のトレンドレポートをお送りします

2022.11.17



宝酒造株式会社

**以前の活気を取り戻すパリ。**

**世界最大のチョコレートの祭典「サロン・デュ・ショコラ」が開催。**

パリ市の南 15 区にある見本市会場「ポルト・ド・ヴェルサイユ」にて、10月28日から11月1日の5日間にわたり、世界最大のチョコレートの祭典「サロン・デュ・ショコラ」が開催された。

1995年にパリで初開催され、今年で27回目。世界的なチョコレートのビッグイベントであり、ニューヨーク、上海、ドバイにも展開。日本では、2002年からバレンタイン商戦に合わせて開催されていることが知られている。

そんな中でも発祥の地であるパリでの開催は、世界中からチョコレート業界のプロ、クリエイター、業者が集結する世界のチョコレート市場を動かす大切なプラットフォームとあっていい。

2020年はパンデミックの影響により、初めての中止を決定したが、翌年には復活。フランスでは、すでにウィズ・コロナの日常生活が一般的となっており、このチョコレートの祭典をはじめ、世界中から来場者が押し寄せる食の祭典の開催に、今やためらいはない。

また、来年2023年秋にラグビーワールドカップ、2024年にはパリ・オリンピック・パラリンピックを控えているなど、フランスは、来年以降の需要を見据えて活気に満ちあふれている。

**注目を集めた、スパークリング清酒「滯」とチョコレートのマリアーージュ。**

注目を集めたのは、チョコレートの本場パリで日本人女性として初めてチョコレート専門店「Les 3 Chocolats(レ・トロワ・ショコラ)」を構えるショコラティエ佐野恵美子(さの・えみこ)氏のスタンド。大勢の人が集まり、プロから一般の方まで幅広い層から絶賛されたのは、スパークリング清酒「滯」と、その爽やかな泡とフルーティーな味わいからインスピレーションを得て、この日のために開発したチョコレートとのマリアーージュ。

スタンドに訪れた、フランス発の影響のあるレストラン・ガイド「ゴ・エ・ミヨ」のジャーナリストがそのマリアーージュに感嘆。コラボレーションについて、ぜひ記事にしたいとの申し入れがあった(2023年年初に、記事がオンラインに掲載予定)。

フランスでは日本酒の認知度はすでに高まっている中、スパークリング清酒「滯」への興味も絶大で、日本の食文化が、美食の街パリに浸透しているという手応えとともに、食の分野における日本酒の挑戦にも好意的であることが感じられた。

当レポートでは、サロン・デュ・ショコラでの大盛況の様子をはじめ、美食の街パリで愛される日本のお酒、スパークリング清酒の現状などをレポートする。

## Contents

- P.4 【 日本酒、スパークリング清酒「霽」の世界での評価 】
- ◆ 世界で求められている日本酒－近年の目覚ましい日本酒の輸出量の伸長。
  - ◆ スパークリング清酒「霽」が、新感覚の日本酒として世界中の支持を集めている。
- P.5 【 美食の街パリで愛されるスパークリング清酒「霽」 】
- P.6 ◆ パリのレストランでの楽しみ方。「TO restaurant(ト・レストラン)」
- シェフ 守屋壮大(もりや・まさひろ)氏 コメント
  - ディレクター Paul Jouneau(ポール・ジュノー)氏 コメント
- P.7 ◆ 日本食材を扱うスーパーマーケットがパリで躍進。「K-MART(ケーマート)」
- K-MART サンタンヌ店責任者 Naho Dôme(ナオ・ドーム)氏のコメント
- P.8 【 サロン・デュ・ショコラで認められた清酒とチョコレートのマリージュ 】
- ◆ 新しい日本の感性を取り入れたコラボレーションの実現。
  - ショコラティエ 佐野恵美子氏 コメント
  - 会場に訪れたシェフや食のプロたちのコメント
  - 来場者たちのコメント
- P.11 【 今後の展開に注目 】
- P.12 【 資料 】
- スパークリング清酒「霽」について
  - サロン・デュ・ショコラ パリ 2022 概要
  - ゴ・エ・ミヨについて

## 【 日本酒、スパークリング清酒「漣」の世界での評価 】

### ◆ 世界で求められている日本酒 – 近年の目覚ましい日本酒の輸出量の伸長。

日本酒造組合中央会は、2021年度の日本酒輸出額が401.78億円に達したと発表。この総額は、12年連続で最高記録であるばかりか、前年比の166.43%であり、2009年(約72億円)から比較すると、5倍以上の急伸び。数量に関しても過去最高を記録している。

(出典:財務省貿易統計)

コロナ禍では世界的に流通が制限される中でも、家飲みをはじめとした新たな需要を生み出し、安定的に推移した。2021年は経済活動の回復が見込まれ、世界中で需要が上乘せされたカタチで急伸。トピックスとして、営業再開したレストランで日本酒の注文が増加したことや、高価格の日本酒が人気を上げているなどがあげられ、世界的なコンテナ輸送のひっ迫が解消されれば、さらなる伸びが期待できる。

### ◆ スパークリング清酒「漣」が、新感覚の日本酒として世界中の支持を集める。

スパークリング清酒「漣」は、2011年、松竹梅白壁蔵より誕生。日本酒における新しい市場を生み出すという挑戦に挑んだ。

華やかなシャンパーニュやスパークリングワインを楽しむような体験を与えられる、スパークリングという切り口から、日本酒になじみの薄い若年層にも「私にぴったりな新しい日本酒」と言わせしめ、日本酒の新しい価値を生み出したと言っていい。

発売当初から海外への積極的な展開を図っており、現在では、北米を中心にアジア、ヨーロッパなど39カ国に展開(2022年)。過去10年(2013年~今年2022年3月)で、総輸出量は約7倍に急進している。

これは、スパークリング清酒「漣」はグローバルブランドとして定着しつつあるという指標だろう。

「漣」を筆頭とした日本酒、和酒の文化が海外の人々に親しまれる今、日本の豊かな食生活を伝えるアンバサダーとしての役割も期待されている。

また、これまでの日本酒は、日本食に合わせるお酒というイメージだったが、親しみやすくプレミアム感のあるスパークリング清酒などの新感覚日本酒を中心に、日本食だけでなく各国の地元の食文化との融合が進んでいることがわかる。これが世界で販売を伸ばしている要因の一つであろう。



## 【 美食の街パリで愛されるスパークリング清酒「澁」 】

美食の街と称されるパリは、同時に国際色豊かな街でもある。  
世界の三大料理の一つといわれるフランス料理も、他国の食文化や食材を巧みに取り入れながら洗練を繰り返し、発展を遂げてきたハイブリッドな文化であるとも言える。

近代に入り、そのフランス料理を体系的な文化にまで高めた「フランスの美食術」は、2010年にユネスコの無形文化遺産に登録された。それを追うように、2013年には、日本の伝統的な食文化である「和食」も同じく無形文化遺産に登録された。

同じ無形文化遺産に登録された食文化を持つ国同士として、フランスでは、料理に携わるプロや限られた人たちだけでなく、一般の人々も、和食に対するリスペクトや関心を寄せる。

また、パリは世界中から観光客が訪れる場所でもあり、フランス料理に対してもサプライズを常に求めている。

日本酒も、本格的なフレンチからイノベーティブなフュージョン料理を提供するレストランや、流行のビストロ、バーまで、ワインリストに参入するようになった。

スパークリング清酒「澁」は、スパークリングワインやシャンパーニュの代わりとしても提供しやすく、低アルコールかつフルーティーで親しみやすいことから、日本酒を知らなかった人にも愛されているという。

### ◆ パリのレストランでの楽しみ方。「TO restaurant (ト・レストラン)」

パリ10区。庶民的な界隈ではあるが、話題性のある流行のレストランやバーが連立する地域でもある。TO restaurantは、日本の素材や文化を織り交ぜたモダンなフュージョンフレンチを提供する、地域でも人気のレストラン。「TO」の名は鳥居の「ト」から付けた。鳥居をくぐって中に入ると、神秘的な世界が広がり、別世界の料理が体験できることをテーマにしているという。

オーナーはこの店を含め6軒のレストランをパリに展開している。そのオーナーから絶大な信頼を寄せられ、近い将来グループ全体のメニュー監修を手がけることを求められている、同店のシェフ守屋壮大(もりや・まさひろ)氏と、ディレクターPaul Jouneau(ポール・ジュノー)氏にお話を伺った。



## ➤ シェフ 守屋壮大氏 コメント

和の素材や調味料を取り入れたフュージョン料理を提供するのが、当店のコンセプト。ワインはもちろん、日本酒に合う料理も出している。

フランスの外食では、シャンパーニュでスタートするのがよくあるスタイルだが、堅苦しいイメージもあり、値段もそれなりにする。

そこで、日本酒に挑戦してみたいお客さまには「漣」を勧める。「漣」は、アルコール度数が低く、お酒が苦手な方でも気軽に楽しめるだけでなく、お財布にも優しく、当店のコンセプトに合っている。

当店では、料理の全てに和の食材や調味料を使っている。「漣」は、和の隠し味と相性がいいため、アペリティフや前菜、デザートだけでなく、コースの最初から最後まで通して楽しんでいただける。例えば、「漣」は爽やかでフルーティーでさっぱりしているが、甘みやうまみがあるので、魚や肉にも合う。牛フィレのステーキには、アクセントにみそを加えたソースを添え、しょうゆも使っているため、赤ワインよりも「漣」が合う。オマールはグリルにして、白だしを隠し味にしたソースをかけており、これもまた「漣」が合うという具合だ。

ボトルのサイズ感も優れており、2人でワインボトル1本を開けるとなるとハードルが高いが、「漣」の300mlサイズは、気軽に楽しむことができ好評だ。



## ➤ ディレクター Paul Jouneau(ポール・ジュノー)氏 コメント



お店は1階と地下合わせて60席あり、1晩で100人以上のお客さまが入る。近隣に住む方々を含め、口コミで来てくださるお客さまが多い。

お店ではコースに合わせたドリンクのペアリングも勧めている。内容はお客さまに合わせてフレキシブルで、赤ワイン、白ワイン、日本酒から自由に選ぶことができるが、「漣」をリストにアップしているのも当店の特徴だ。

近年、特に今年はフランスにおける日本酒の輸入量が飛躍的に伸びている。つまり、消費者に求められている証拠で、ポテンシャルがある。

とはいえ、まだ日本酒を知らないお客さまも多い。普通の日本酒だと、アルコール度数が高いと抵抗がある方でも、「漣」を「日本のシャンパーニュ」とオススメすると、今まで日本酒を一度も飲んでいない方でも、試したいとおっしゃるし、アルコール度数も低いので、気軽に楽しんでいただける。飲んで、発見していただいているという手応えを感じている。

## ◆ 日本食材を扱うスーパーマーケットがパリで躍進。「K-MART（ケーマート）」

アジア食材を扱うスーパーマーケットとして、フランスにおける人気の高まりとともに伸長している「K-MART」は、2006年に日本人の多いオペラ界隈サンタンヌ通りに第1号店をオープン。地元の日本人や韓国人に加え、フランス人客が大幅に増えたことから、世界で最も美しい通りと言われるシャンゼリゼ大通り界隈と、流行に敏感な人々が新しいものを探しに出かけるレアル界隈に立て続けにオープン。現在パリに4店舗を展開する。

日本酒の棚も充実しており、日本酒、和酒を気軽に楽しみたいというお客が多く、スパークリング清酒「漣」をはじめ、ゆず風味のお酒やワンカップ酒、梅酒なども売れ筋だという。



### ➤ K-MART サンタンヌ店責任者 Naho Dôme(ナオ・ドーム)氏のコメント

8年前から勤務しているが、すでに日本食ブームは起こっていた。週末になるとお客で足の踏み場もないほどの混雑で外まで行列ができる。サンタンヌ通りには日本食の店が多いが、どの店も盛況で、全体的に日本の食文化への人気は定着してきているのを肌身で感じる。

当店では、日本酒は約60種と豊富に取り扱っている。

和酒を購入する年齢層は30代から40代が多いが、「漣」は日本酒通というよりも、日本酒をまだ知らない、しかし飲んでみたいという人々にウケがよく、年齢層も若い。米の味わいを知らない人々にも親しみやすい味わいで、スパークリングで飲みやすく、日本酒への扉を開いてくれるような存在なので、店としても欠かせない商品である。売れ行きも好調で導入時は1週間に2ケース(24本)も売れ、現在も安定的に人気がある。

=====

アジア食材スーパーマーケット「K-MART」の積極的な店舗展開は、日本の食文化やお酒が地元に住む日本人や日本好きだけでなく、地元の日常的な生活に浸透し、広まっていることが分かる好例だろう。和食のユネスコ無形文化遺産登録10周年を前にして、和食市場はさらに新しいフェーズへと移行していることが感じられる。

## 【 サロン・デュ・ショコラで認められた清酒とチョコレートのマリアージュ 】

チョコレートとのマリアージュなど新しい楽しみ方を提案する、「澁」の「サロン・デュ・ショコラ」への出展は、今回で3回目となる。今年の「サロン・デュ・ショコラ」では、佐野恵美子氏とのコラボレーションを実現した。

佐野氏はチョコレートのクリエイションにおいての最高峰フランス・パリで、日本人女性として初めてチョコレート専門店を構える、日本を代表するショコラティエ。日本食材を取り入れたボンボンショコラなどで、「サロン・デュ・ショコラ」でも数々のアワードを獲得した。

今年の「サロン・デュ・ショコラ」で出展したスタンドでは、「澁」のために作ったオリジナル・チョコレートを披露。「澁」とのマリアージュを多くの来場者に楽しんでもらった。



### ◆ 新しい日本の感性を取り入れたコラボレーションの実現。

佐野氏は1942年創業、福岡博多の「チョコレートショップ」の3代目として生まれる。大学卒業後、一般企業の営業職で成績を上げるも、ショコラティエになることを決意。2008年、25歳で渡仏し、フランスで初めてチョコレートを学ぶ。フランスのパティスリー界をけん引するクリストフ・ミシャラク氏、ジャック・ジュナン氏に師事した後、渡辺美幸氏がオーナー・パティシエを務める「ラ・プチット・ローズ」でチョコレート制作を担当。

2015年、毎年「サロン・デュ・ショコラ パリ」で発表されるC.C.C.(チョコレート愛好家クラブ)が授与する権威あるアワードにて、「ラ・プチット・ローズ」が出品したチョコレートが特別賞を受賞し、オーナー・パティシエの渡辺美幸氏とともに壇上に立った。

2017年にパリ4区マレ地区に、自身の店舗「レトロワ・ショコラ」をオープン。2019年には、C.C.C.より、世界のショコラティエベスト100の中の31人に贈られる「Les meilleur des meilleurs (ベスト・オブ・ザ・ベスト)」を受賞した。

佐野氏は、ゆずやきな粉、抹茶、みそ、みりんなど、日本の素材を使用し、フランス人にとって身近な素材をかけ合わせるなど、日仏融合の繊細なチョコレートが評価されている。

様々な国籍や食習慣の人々が住むマレ地区で「全てを越えて、皆さんに楽しんでもらえるチョコレート」と、ビーガンチョコレートをはじめ、次々と新たな挑戦を続けている。

スパークリング清酒「霽」も、日本酒の新しい価値を創造し、今までになかった市場を開拓し、世界へと挑戦してきた。3代目でありながら「佐野恵美子」個人として世界へ飛び出し、博多の店を存続させようと挑戦する佐野氏と重なる部分も多い。

「霽」と、佐野氏が創作したチョコレートのマリージュは、世界へ向けて日本のおいしさ、素晴らしさを伝えるという挑戦のメッセージ。両者の鍛錬された技術と情熱が込められ、実現した味わいのマリージュは、「サロン・デュ・ショコラ パリ」に会場した人たちを感動させた。

### ▶ ショコラティエ 佐野恵美子氏 コメント

「霽」はとても女性的で、フルーティー、非常に上品と感じたのが第一印象。日本酒のスパークリングというものを飲んだことがなかったので、初めて飲んだ時に感動したのを覚えている。シャンパンの代わりに頂くのもすてきだと思った。

チョコレートの開発にあたっては、「霽」の味わいへのマリージュはもちろん、世界に挑戦する日本が誇るスパークリング清酒に合わせることを強く意識し、日本の食材は必ず使いたいと思った。「霽」を飲んだ時の後味が、洋梨やマスカットなどの爽やかな味わいを感じたので、日本を代表するシャインマスカットを特別に取り寄せた。爽やかさだけでなく、日本酒の心地よい苦味というのも表現したかったので、皮ごとぜいたくに生クリームに漬けて香りを閉じ込めている。お酒感を足すために酒かすも加えている。チョコレートは全体のバランスからカカオ61%を使用した。

「サロン・デュ・ショコラ」はチョコレートを作る者にとって特別な場所。この舞台で、日本の素材、日本の感性で作るマリージュが多くの方に受け入れられたことは非常にうれしい。



## ➤ 会場に訪れたシェフや食のプロたちのコメント

### レストラン・ガイド「ゴ・エ・ミヨ」のジャーナリスト Anne と Charlotte

両者を味わったときに生まれるマリアージュとしての、味わいや香りのバランスが素晴らしい。

### パリ3つ星レストラン「Kei Restaurant」のシェフ・パティシエ高塚俊也シェフ

マリアージュは口に残り過ぎず、すっきり。切れ味のよい後味になっている。たしかに「滯」だけをいただくとマスカットの味わいが現れて呼応している。余韻が残り過ぎない感じもよい。

### お茶とパティスリーのジャーナリスト／フランス・ティ愛好会 創業者 Gilles Brochard 氏

こんなにまろやかな日本酒を飲んだのは初めて！マリアージュとしては、「滯」はチョコレートよりも甘みを感じるのが面白い。チョコレートの中のブドウの香りもふくめて、スパークリングが全てを包み込むようになる。

### ボルドーのショコラティエ Hasnaâ の共同経営者 Vincent Ferreira 氏

スパークリング清酒とマスカットの香りのトリュフとのマリアージュは、とても繊細であり心地よい。砂糖と香りをしっかりとバランスをとって仕上げたチョコレート。それに対して、スパークリング清酒が、トリュフの油脂分を取り除いてくれるという、完璧なバランスを感じます。とても合いますし、爽やかな感じもする。とてもよいマリアージュです。

### フードプランナー Frédérick Adida 氏

発泡がしっかりしており、香りもよく立つ「滯」。チョコレートは、少々油脂分がある。それを「滯」が洗い流してくれるようだ。この感覚を与えてくれるマリアージュがとても面白い。チョコレートはときに舌を飽和させてしまう。日本酒というと、普通はとてもクラシックな米の味わいだが、対して「滯」はアロマティックであり、チョコレートととても良いコンビネーションをもたらしてくれる。こうしたお酒はパーティなどに最適だと思う。

## ➤ 来場者たちのコメント

- ・ フランスでは、シャンパーニュは慣れ親しんだスパークリングワイン。それとはまた違う味わいで、チョコレートとのマリアージュがふくよかな丸みをもたらして非常に面白い。心地よい味わいです。
- ・ 日本酒のアルコールが非常に軽やかで甘みを感じるので、チョコレートとのマリアージュが非常に面白い。
- ・ 発泡はしっかりしているけれども、柔らかくて優しい味わいで、爽やかなチョコレートにととても合う。
- ・ フルーティーで軽やか。いつも味わっている日本酒とは別物。爽やかな風味のするチョコレートとぴったり。



## 【 今後の展開に注目 】

「スパークリング清酒」という、日本酒における新しい市場を開拓し続ける「漣」。誕生した 11 年前は、海外への日本酒の輸出伸長の黎明期に重なる。まさに時代を切り開いてきた日本が誇る革新の SAKE と言っていい。

和食がユネスコ無形文化遺産登録されたのは 2013 年。登録 10 周年を目前にして、世界は和食を特別なものとする一方、日常の中にも取り入れ始めている。

フランスでも、和食となじみの深い土地の料理との融合は喜びを持って受け入れ、楽しまれている。「漣」は、米と米麴で造った日本酒でありながらも、スパークリングであるという革新的な顔を合わせ持っていることから、フレンチ、あるいはフランス人のライフスタイルにおける、さまざまなシーンとの相性が抜群である。

こうした機運を追い風に、「漣」は今後も挑戦を続け、どんなステージへと羽ばたいていくのか。世界、フランスでのさらなる飛躍が注目される。

## 【 資料 】

### □ スパークリング清酒「漣」について

2011 年、発売開始。米と米麴から生まれた新感覚のお酒であり、低アルコールで度数は 5 度。マスカットを思わせる風味、ほどよい酸味とほんのり甘い味わいがあり、爽やかな泡立ちが楽しめるスパークリング。商品名である「漣」は、「浅瀬の水の流れ」や「船の通ったあとにできる泡の跡」という意味があり、低アルコールで発泡性であることを表現している。さらに MIO はイタリア語で「私の」という意味を持つことから、清酒にあまりなじみのない消費者にも「私のお酒」として楽しんでいただきたいという願いもある。

### □ サロン・デュ・ショコラ パリ 2022 概要

- 開催期間：10 月 28 日～11 月 1 日の 5 日間 毎年ハロウィーンの休暇の時期に合わせ開催される。
- 会場：パリ南 ポルト・ド・ヴェルサイユ見本市会場
- 来場者数：10 万人
- 出展社数：200 社（去年はパンデミック明けで例年の半数以下の 120 社だったが回復しつつある）
- 出展社の国数：21 カ国（ブラジル、メキシコ、ベネズエラ、ペルー、アメリカ、ベルギー、スペイン、イタリア、オランダ、ハンガリー、ウガンダ、マダガスカル、サウジアラビア、タイ、韓国、日本など）

ショコラティエが披露するチョコレートドレスのショーも毎年楽しみにされる舞台の一つ。前夜祭のメインイベントでもある。今年は 15 軒のショコラティエが参加。そのほか、世界的なチョコレートのコンクール、シンポジウムやデモンストレーションも開催される。

### □ ゴ・エ・ミヨ について <https://fr.gaultmillau.com/>

料理評論家のアンリ・ゴとクリスティアン・ミヨが、1969 年に創刊したフランス発祥のレストラン・ガイド。料理人に寄り添う批評を展開して、ヌーヴェル・キュイジーヌなどの革命を起こし、ミシュランガイドと双璧をなすと言われてきた。フランスのほかにドイツ、オーストリア、ベネルクス 3 国、スイス、オーストラリアなどでもガイドを出版。日本でも、2017 年日本版『Gault&Millau 東京・北陸 2017—L'expert gourmand』を皮切りに、徐々に広範囲に展開している。