

眠りを妨げると 機嫌を損ねる 赤ワインは 「低血圧の女性」 のごとく

作家・元長野県知事

田中康夫

ボクがいま、好んで飲むのはワインです。じつは、まだ世界一になる前のソムリエの田崎真也さんとの対談を『田中康夫のソムリエに訊け』（TBSブリタニカ、1994年）として刊行したこともあるほどワインが好きなのです。

そのワインの味を伝える場合、ソムリエをはじめとして多くの人が「マニュアルやワインガイドの受け売りで語る方が多いように思います。でももっと自由に感覚的なイメージを伝えてもいいのです。

例えば、赤ワインを表現する場合、「タンニンが多い」とか、「ボディがある」となど、それこそガイドに登場するような言葉があります。でも、それではワイン初心者には理解されません。それを五感を使い、感覚的な表現で伝えれば、興味を持たれるし、会話も弾みます。

ワインを人の「体」として捉えるのはどうでしょうか。ボクなら赤ワインは「低血圧の女性」というイメージを持ちます。室温の低いセラーから出されてきたその低血圧の女性がこう言います。「私は低血圧なの。それなのにむりやり起こされて、そのまま愛そう（飲もう）って言われても、私はまだ眠いし、苦い愛情しか示さないわよ」と。

そんな気位の高い低血圧の女性は、舌の先が敏感になる薄めのグラスで楽しみましょう。もちろん雰囲気作りのために、デキャンタに入れて大切に扱う。そうする

と、「それだけ大事にしてくれるなら、私もお応えするわ」と美味しくいただけるのです。

ボルドーで例えれば、「マルゴー」は、「リースクイーン」。肉付きが良くて、ちょっと太ももが太いけど、じつは単に太いわけではなく、ウエストがくびれてきちんと引き締まっているながらも肉付きが良いというイメージ。なんとなくわかりやすいでしょう。「サンジュリアン」ならば、「スキニーで痩せている感じの味わいのある女性」。美味しいんだけど、すこしチクリとくるイメージです。「ポイヤック」は「農夫の娘」です。一見、あか抜けないように見えますが、美味しい料理と、絶妙な雰囲気ので包んであげると、その農夫の娘は育ち、とてもきれいな女性に変化する。そこがまさに飲み頃です。「サンテステフ」は、場所柄、海に近いこともあるので、「海水浴に訪れた女の子」です。美味しいけれど、どこか水着にちよつと砂が付いているという感じ。

こんな表現ができるのは、今まで培ったワインの知識のおかげですが、それを頭ごなしに「不謹慎だ」と拒否する人もいるだろうし、「ホントね、私みたいなワインね」と同調してくれる人もいます。

それに、例えるのは女性でなくてもいい。「なんか、さっきまで大風だった天気が一気にカラッと晴れたような感じ」でもいいじゃないですか。その感想を聞いた人がそ

の意味に興味を抱けばそれでいいし、楽しいでしょ。

日本人はマニユアルが好きだから、やたらと、このワインはどこ国の地区で、どんなぶどうで……と蘊蓄を語りたがる。特にソムリエにはお客さんを楽しませる一つの術としてこんな会話の引き出しも持っておいてほしい。それがサービスの醍醐味でもあると思うのです。

「なんくり」の謎

もともと、ボクがお酒を飲むようになった大学時代は、一言で言えば「ボトルキープ」の文化でした。当時、オジサマたちはキープボトルの数を競うようにプラスチックのボトルカードを自慢気に見せていました。若者文化ではデイスコが台頭し、80年代半ばには「デイスコでシャンパン」が流行りました。ボクもやがて新宿、六本木に行き出しましたが、当時はフレンチレストランなどなく、ピストロという言葉すら珍しい時代。ボクはガイドブックの受け売りで、六本木の「イルドフランスには美味しいウサギの赤ワイン煮込がある」と女性を誘う口実に使っていました。でもある日、そのときの女性が、「えっ、ウサギなんて食べられない」と逆に引かれちゃいまして、敢え無く撃沈したことを覚えています。

また、ワインをボトルで飲む場合、最後にボトルに少し残して店を後にすること

「プロフィール」 たなか・やすお：1956年生まれ。一橋大学法学部卒業。大学在学中に100万部のベストセラー「なんとなく、クリスタル」を執筆。2000年から6年間の長野県知事時代には財政再建、脱ダム宣言などを実施。07年からは参議院議員、衆議院議員として国政にも参加した。



YASUO★TANAKA

が「たしなみ」とされてきました。それは、店の従業員が残ったワインで味を知ることができるとの配慮で、ボクも学生のくせに、たいして高価でもないワインを少し残してウエイターに「これどうぞ」って差し出していました。怪訝そうな顔をされました。とんだ都市伝説だったようです。さらに、ボジョレーが美味いという文章を目にすれば、事情も分からず酒店に行つて「ボジョレーください」なんてね。6月頃なので、もちろん店に置いてあるはずがありません。当時は「田中康夫」もガイドブックそのままの行動でした。

その大学時代に執筆したのが「なんとなく、クリスタル」。でも、タイトルに付けられた「クリスタル」は、ルイ・ロデールというメゾンが作るプレステージのシャン

パンの名から付けたのではと言われます。確かにそのシャンパンを長野知事選に勝ったときに飲みましたが、小説とは無関係。タイトルの「クリスタル」は、まさに水晶で、水晶は入射した光を、屈折させて放出します。つまり、いろんな情報を受け入れながらも、そのまま鵜呑みにせず、自分なりの価値判断をするという意味を込めて付けたのです。クリスタルだから透明で、頭の中がバードという文芸評論家もいましたけどね(笑)

大反対された「原産地呼称管理制度」

長野県知事時代の話もしましょう。ボクは任期中に「長野県原産地呼称管理制度」を導入しました。もともと、長野県のイメージは「新鮮な野菜」「風景がいい」とは言われますが、ブランドینگがきちんと出来ていませんでした。例えば米。

「新潟の魚沼産」が有名ですが、長野の飯山にも皇室に献上するほどの米を作る農家があります。でも長野県でもそのことが知られていない。飯山の米は、良い水に

良質な土壌のおかげですが、ここで献上米を作る農家をきちんと評価し、知名度を上げることで、その周りで作る米も総体的に評価されると考えたのです。それがこの制度の始まりで、同時にワイン、日本酒、焼酎もその対象にし、毎年、客観的な価値判断をきちんと決め、ブランドに実体を持たせるようにしたのです。

当初、県議会は反対。「農家を格付けするのかわつてね。そうじゃない。素晴らしいものを作っている人がいるのだから、価値を評価することがその地区全体を活性化させる。もつと言えば、信州全体のブランド向上にもつながっていくと説き、なんとか実現いたしました。

★ ★ ★

最後に一言。毎晩、妻とイタリアワイン2本を空けるの頃ですが、トイブードルの愛犬「ロッタ」のトリミングの日は必ず外食します。でも犬を連れて入れる店が日本にはホント少ない。フランスではガイドブックに載る有名店は、犬が入れない店にだけ「同伴入店禁止」のマークが付いています。それほど犬は認められた家族の一員ですが、日本はせいぜいがテラス席なので、他人に迷惑をかけない犬ならば入る店がもつと増えてほしい。ペットを溺愛して周りのお客のことを考えない人は困りものだけど、犬と「一緒という文化」は、他の国でも増えてきています。日本も早くそうなってほしいですね。