



日本ワインで グラスマッチング

岩の原葡萄園

名門ワイングラス「リーデル」。その美しきグラス形状は、世界中の生産者たちとの「ワークショップ」から生まれた。ワイナリーでの庄司と造り手との対話から、選ばれるグラスとは？

Photo: Osamu Matsuo Text: Daisuke Shoji

ワークショップ参加生産者

上村宏一

1890年創業の同ワイナリー、製造部醸造技師長。なるべくブドウそのままの姿でワインにしたい、との想いが伝わる語り口。



岩の原ワイン
マスカット・ベリーA 2010

Iwanohara Wine
Muscat-Bailey A 2010

自園産有機栽培MBAを野生酵母のみで発酵、樽熟成。飲み手を圧倒するようなインパクトではなく、雪解け水のようにしみじみと後から湧いてくる滋味のような味わい。雪深い上越に生きる人たちの思いを感じさせてくれる逸品。(3,150円)



Best

<オヴァチュア シリーズ>
『レッドワイン』グラス(左)
3,150円(2個入)

「何かの要素が突出するわけではないが、全体のバランスがよかった。MBAを素直に表現したいという方向性とマッチ」。

<ヴィノム シリーズ>
『ピノ・ノワール (ブルゴニユ)』グラス(中央) 3,675円

「イチゴやベリーの香りが贅沢なほどに感じられる。ワインのもつ「華やかさ」を感じさせてくれたグラス」。

<ヴィノム シリーズ>
『シラズ/シラー』グラス(右)
3,675円

「スパイシーで果実香も強く、もっともインパクトのある印象。岩の原のMBAをいちばん「大きく、感じさせてくれたグラス」。

生産者が語る セレクトグラス

MBAのメッセージを より真摯に伝えるのは？

パンブログHPにて！

詳細はリーデル・シャ

兵衛翁の遺志を受け継ぐ

岩の原葡萄園がワインに

込めた「MBA」のメッ

セージ」だったので。

のが大切なポイント。最

も小さなグラスが選ばれ

た事実。それこそが、善

にグラスを選抜していく

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

ではなく「ワインの真のメッセ

ジが感じられるかどうか」を基準

つので、

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

ではなく「ワインの真のメッセ

ジが感じられるかどうか」を基準

つので、

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

ではなく「ワインの真のメッセ

ジが感じられるかどうか」を基準

つので、

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

ではなく「ワインの真のメッセ

ジが感じられるかどうか」を基準

つので、

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

ではなく「ワインの真のメッセ

ジが感じられるかどうか」を基準

つので、

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

ではなく「ワインの真のメッセ

ジが感じられるかどうか」を基準

つので、

「ワークシヨップ」のルールはい

くつかありますが、「好き嫌い」

庄司大輔
Daisuke Shoji

1971年、神奈川県生まれ。ソムリエ呼称資格を取得後、ポルドーに遊学。帰国後、日本初のリーデル社ワイングラス・エデュケーターに。

リーデル式
グラス開発プロセス
「ワークショップ」とは？

「飲み物の個性がグラス形状を決定する」との理念を掲げるリーデル。あらゆる品種のワインにマッチするグラスを提供すべく、世界のワイン生産者と納得ゆくまでテイस्टィングを繰り返す。このプロセスこそが、リーデルならではの「ワークショップ」だ。リーデル公式サイトHP⇒<http://www.riedel.co.jp/>

