

イ・マグレディ社  
**TOCCO**  
トッコ



ミケランジェロ・トンバッコ氏  
ワイナリーでは月に一度、地元のソムリエ協会と共にワインセミナーが行われる。ワインやモザイク工芸等の地元の伝統文化継承に貢献したいというミケランジェロ氏。

「話には聞いていましたが、想像していた以上に日本の美食には感激しました。」ミケランジェロ・トンバッコ氏が新デイリーワイン【TOCCO トッコ】のプロモーションで訪れた日本から帰国する際の感想である。

北イタリアはスロヴェニアとの国境に近いフリウリ・ヴェネツィア・ジュリア州で育ち、20年以上ワイナリー経営者として勤務するミケランジェロ氏にとって初めての海外訪問である。

「日本のイタリア料理は現地のそれと違い“油分“が少なく、軽やかな仕上がりのものが多いですね。全体的にはさっぱりとしているけれども、素材一つ一つの味付けには深みがある。また和食にしても共通していて、料理に無駄な“重さ“がないと感じました。そんな素材感を前面に出したシンプルなイタリア料理にも日本料理にも【トッコ】が絶妙にマッチしていたことが一番の感動でした。」

高層ビルにある高級中華料理の銘店で大都会の夜景を一望しながら食べた、フカヒレスープとプロセッコ。有馬でのカニの網焼きとピノグリッジョ。岩塩で食べる霜降り牛フィレの炭焼き肉とメルロ。そして東京や京都で訪れた銘店の日本人シェフが生み出す繊細なイタリア料理と【トッコ】。

# 料理のうまみを引き立てる 第1級のデイリーワインを造る ミケランジェロ・トンバッコ氏の挑戦

イ・マグレディ社  
INTERVIEW MICHELANGELO TOMBACCO 聞き手 久谷 満香  
ミケランジェロ・トンバッコ



トンバッコファミリー  
ミケランジェロ氏は3人の姉と兄の4人兄弟の末っ子。兄弟全員がワイナリーに勤務する。

## 有名ワイナリーの影武者として 活躍するイ・マグレディ社

イタリアの一般消費者の間でイ・マグレディというワインメーカーを知る人は皆無だろう。ワインガイドに掲載されることもなく、酒屋の棚にもそのボトルが並ぶことはない。一方イタリアワイン界の裏舞台では、イ・マグレディはイタリア有名ワイナリーの下請けワインメーカーとしてひっぱりだこの人気ブランドだ。

一般消費者としては、ワインボトルのラベルに記載してあるワイナリーがワインを全て生産していると思いがちだが、実は瓶詰めだけが表示メーカーでされており、中身は別のワイナリー

で造られているということはよくある。特にイタリアワインファンなら誰もが知る著名メーカーは、彼らの巧みなマーケティングのおかげで、販売量が自社生産量を上回り、生産の一部または大部分を他社に頼らざるを得ないという場合が多い。またワイナリーが所有する土地では栽培できないブドウ品種を使用したワインを販売しているところもある。だが生産量を上げるべく自社農園や醸造場を拡大することは莫大な投資と年月を要する。それよりも無名のワインメーカーからできあがったワインを購入するほうがずっとコストを抑えられる。そのため瓶詰めだけを行い自社ワインとして販売するのである。

もちろん法的にも合法だ。

彼らは、まず下請けワイナリーをセレクトするにあたり、第一段階目の審査としてプライベートテイスティングを行う。

例えば、ピノ・グリッジョであれば同品種で作られたワインが、トレンティーノやヴェネト、フリウリ等各地のあらゆるメーカーから集められる。その中から最も品質の高いもの、ワイナリーのイメージのあったワインが慎重に厳選される。平等性を保つため、ワインガイドの審査が行うような方法と同様、ブラインドテイスティングである。

これはその年の売り上げを左右する重要な決定であり、エノロゴだけでなく必ず経営者も立ち会うという。



自社農園  
ワイナリーは、フリウリ州でもフリウリ・グラウヴェDOC地区に位置する。高級生ハムくサンダニエレの名産地の近くでもある。



上/ブドウの木  
石灰質の石が日中太陽の熱を吸収、ブドウの木に反射することによりブドウの熟成を進める。

上右/スタッフ  
醸造現場責任者のコッラヴィーニ氏（左から2人目）が率いるイ・マグレディ社のスタッフ。

下左/ワイン醸造現場  
1968年の創立以来、2度の改装を行い最新の設備を備えた醸造現場。



ワインショップのディスプレイ。  
イ・マグレディ社のロゴやボトルを伝統文化モザイク工芸でデザインしたもの。

その後ここで選ばれたワインのメーカーへ訪問し、畑や醸造現場を調査するのである。

毎年収穫が始まる数週間前の8月末から9月にかけて、ミケランジェロ氏と醸造責任者コッラヴィーニ氏にとって、1年で最も多忙な時期が始まる。モンタルチーノといえば誰もが知る有名ワイナリーのオーナーから、ピエモンテはアスティを代表するワイナリーの醸造責任者等が次から次へとワイナリーを訪れる。訪問の目的は今年のブドウのできと、品質管理のチェック、価格交

渉等である。収穫前後に何度かの訪問があり、ここで今年もワインを購入するかどうかの契約が最終的に決定される。

有名ワイナリーの下請けメーカーは一般消費者の目に触られることなくイタリア各地に存在するが、この業界でイ・マグレディ社は最大規模のブドウ園と近代設備を備えた醸造場を誇る。100ヘクタールもある自家農園では、メルローやカベルネ、ピノ・グリッジョからトカイ・フリウラーノ、ソーヴィニオン等、フリウリの典型的なブドウ品種を栽培する。これ以外にさらに30

軒の契約ブドウ栽培業者からブドウを購入し、ワインを生産する。年間生産量は本数にしてざっと9千万本という巨大メーカーである。

イ・マグレディは現在7社のワイナリーと契約を結んでいるが、そのほとんどが10年以上の取引という功績は、イ・マグレディ社のワインの質の証といえるだろう。過去10年の間、これらのワイナリーがイタリアワインの金字塔として世界で名を馳せ、今でもその成功が続いていることは、ミケランジェロ氏にとっても大きな誇りである。

## トッコのコンセプト

イタリアワインガイド、ガンベロロツのトレビッキエーリを獲得することはできないが、裏舞台のテイスティングでは常に王座を射止めるイ・マグレディのワイン。手ごろな価格で飽きのこない美味しさと、誰にでも好かれる飲みやすさを追求した上質のデイリーワインである。偉大な生産者として名を上げるよりも、より多くの人に飲んでもらえるポピュラーなワインを作りたいと言うミケランジェロ氏。

他社に販売する一方で2006年、同業者である友人マリオ・シューエン氏のプロデュースにより、彼は初めて自社ワインとして新製品を発表するというプロジェクトを完成させた。

カラフルな蝶のデザインをボトルにまとった【TOCCOトッコ】シリーズで

ある。ボトルの蝶は、小枝からさなぎへさなぎから蝶へと変身を遂げたように、祖父から父へ、父から息子のミケランジェロ氏と、トンバッコファミリーの歴史を重ね合わせたモチーフだ。

コンセプトは、料理のうまみをより引き立てる、シンプルな美味しさのカジュアルワイン。イ・マグレディ社で生産するワインの最もよい部分を選別したものである。「では、イ・マグレディの顧客である有名ワイナリーと競合するのでは？」という質問に、ミケランジェロ氏はこう答えた。「彼らには堂々たるネームバリューがあります。私の自社ワインはまだまだ無名です。その違いは大きいでしょう。でもだからこそ、私達はトッコのように手ごろな価格で美味しいワインが提供できるのです。私のワインは今まで

イタリアのトップクラスのエノロゴを納得させてきました。今回は一般消費者の反応を見てみたいですね。」ミケランジェロ氏の新しい挑戦は、今始まったばかりである。

### 久谷 満香 プロフィール

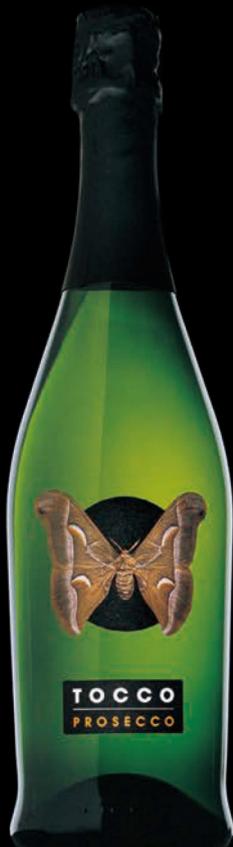
1971年、京都生まれ。  
ローマ在住10年。

来伊後、サントリーグループのワイン輸入商社のイタリア駐在員事務所マネージャーを経て、現在はイタリアワインや食のライター、輸入業者のコンサルタントとしてイタリア各地のワイナリーを巡る。柴田書店出版の「月刊専門料理」にイタリア情報を随筆中。

- ・イタリアソムリエ協会ソムリエ
- ・ラツィオ州公認ソムリエ
- ・ローマインターナショナル記者クラブ会員

TOCCO 3種類の単一品種からなるデイリーワインシリーズ。専用カートンにもモチーフの蝶は、美しくデザインされている

お問い合わせ先 (株) グローバル 0120-60-9686



### プロセッコ (発砲酒)

ヴェネト州産のスパークリングワイン。メロンや梨のようなフレッシュなフルーツ香とすっきりした酸味があり、細かく力強く上るベルラージュが美しい。アペリティブから食事全体に合わせられる。



### ピノ・グリッジョ (白)

フリウリ州の典型的なブドウ品種。梨やライチ等の白いフルーツに始まりアーモンドや干草の香りが漂う。印象的なミネラル感と適度な酸味。若干ほろ苦味も残るきれいなバランス。楚々とした正統派のピノ・グリッジョ。



### メルロ (赤)

ステンレス造りで若のみタイプの赤だが、梗一部を大樽で熟成し、若干ボディにふくらみを持たせている。ブルーベリーやチェリーのようフルーツとスミレの香りに鉄っぽいミネラル感と若干いぶしたようなほろ苦味が溶け合う辛口。