

# トップ直撃インタビュー

## シャトー ミニユティ フランソワ・マットン CO-CEO



30年にわたり経営している。父の代までは家族企業として、可能な範囲内のことを行っていた。そのため、大きな市場であるアメリカや中国、また地理的に遠い日本などの国と取引することが困難で、積極的に数量を伸ばせなかった。だが、今は販売をMHDに委託することで、流通量をより多くすることが可能となった。ありがたい気持ちでいっぱいだ。

1936年から親子3代にわたり、コート・ダジュール近郊でワインビジネスに情熱を注ぐシャトーミニユティ。農業を使用しないブドウ栽培、ステンレスタングの導入など、革新的でユニークなワイン造りを行ってきた。1955年にはコート・ド・プロヴァンスのアペラシオンで23しかない希少な1級格付けに認定。欧州で最も販売されており、プロヴァンス・ロゼの第一人者として知られている。2021年9月からはMHDモエヘネシーディアジオが「シャトーミニユティ」を取り扱い開始。現在、アジアでの拡売に注力している。

聞き手・まとも小倉泉弥

父の代までは家族企業として、可能な範囲内のことを行っていた。そのため、大きな市場であるアメリカや中国、また地理的に遠い日本などの国と取引することが困難で、積極的に数量を伸ばせなかった。だが、今は販売をMHDに委託することで、流通量をより多くすることが可能となった。ありがたい気持ちでいっぱいだ。

今後の展開として、エステートの成長と、適切な場所での提供に注力していく。多くの人たちにとって憧れであり魅力的な場所、例えば5つ星レストランや、ハイエンドなワインショップにスパ、スケールの

大きなホテルなど、トレンドイ会場所に展開したい。もちろん、ガストロノミーが魅力のレストランもだ。これまでにも110カ国に輸出してきたが、とても小規模だった。だが、すでにフランス国内での販売数量はNo.1であり、欧州やカリブ諸国でもトップの座にある。アジアをはじめ、北米や中南米でも成長させていきたいと考えている。

MHDはラグジュアリー分野に強く、知識や経験が豊富だ。プロフェッショナルや一般消費者への訴求方法を知り、ブランド成長のノウハウを持っている。時間がかかるだろうが、必ず「ミニユティ」を成長させることができるだろう。

日本ではなかなか口ゼが定着してこなかった。どうアプローチしていくかプロヴァンス・ロゼは一般的なロゼとは違う。それは、シャンパーニュが多くの一般的なスパークリングワインとは一線を画しているのと同じことだ。

フランスでもロゼと言えは夏に楽しむ。合わせるのにはモダンな料理で、セビチユ、クルート、アジア料理なども良い。アペリティフで白の代わりに楽しむことも多い。とても飲みやすいので、女性や若者に親しまれている。

そして若い世代に注目している。躊躇わずに手に取ってもらえるだろう。ロゼはワインの入門編としても最適だ。女性や若年層の動向を見ると将来は明るい。状況は好転すると期待している。

2019年に敷地全体でHV E認証レベル3を取得したが、祖父の代から防虫剤や農薬の類は使用していない。昔から機械で鋤入れしており、上下の土を入れ替えることで、土壌が呼吸できるようにしている。父は「よい虫がいれば、悪い虫をやっつけてくれる。これは植物も同じで、よい草があれば悪い草は生えない。だから防虫剤や除草剤を使わないのだ」と教えてくれた。

今夏は22VTを順次展開する。4アイテムのいずれも味わいのバランスが良く、とてもフレッシュだ。果実のフレーバー、桃やシトラスのニュアンス、心地よい酸がある。一番表現したいのがフレッシュさなので、若いVTほどベストだ。ぜひ暑い時期に屋外で楽しんでほしい。

2019年に敷地全体でHV E認証レベル3を取得したが、祖父の代から防虫剤や農薬の類は使用していない。昔から機械で鋤入れしており、上下の土を入れ替えることで、土壌が呼吸できるようにしている。

父は「よい虫がいれば、悪い虫をやっつけてくれる。これは植物も同じで、よい草があれば悪い草は生えない。だから防虫剤や除草剤を使わないのだ」と教えてくれた。