

スペインワインのガイドライン



スペインワインのガイドライン



目次

- 06** プロローグ
- 08** はじめに
スペインのワイン業界の戦略計画 / 08
- 12** スペインにおけるワインの重要性
- 14** スペインワインの説明書を策定する理由
共通説明書: 評価ツール / 14
マーケティングのヒント(ブランドの作成) / 15
- 16** スペインワインのメッセージ性
品質 / 18
多様性 / 20
歴史 / 22
ライフスタイル / 23
持続可能性 / 26
- 28** メッセージの伝達
- 32** 参加者と感謝

プロローグ

本文書は、スペインワイン産業において生産、販売、広報等に携わるすべての関係者に向けられたものであり、スペインのワイン産業の特性、差別化を生み出す資質、そして価値観に基づき、一貫性のあるスペインワインの物語を作り出すことを目的としています。またこの物語は、ワインのバリューチェーンに関わる人々が国際市場で展開している全ての取り組みのための着想の源となり、私たち全員で、違いや価値のあるワインの生産国としてのスペインのイメージを構築できるようにすることを目指しています。そして私たち一人ひとりに加えて、世界189ヶ国に輸出されているスペインワインの一本一本が、「スペインワイン」というブランドの最高のアンバサダーです。

そのため、まず初めにこのガイドラインが必要とされる理由について述べ、この物語がスペインワイン機構（OIVE）が推進するワイン業界戦略計画の中でどのように位置づけられるか、またスペイン経済や社会におけ

るワイン業界の重要性について説明いたします。さらに、スペインのワインの特性について列挙し、それらを元に共通のメッセージを構築していきます。

最後に、よくある疑問について明確な説明を行い、このガイドラインを実際に活用するためのツールを提供いたします。

この目的のために召集され、ガストロノミー分野についての助言や協力を提供してくれた作業部会のメンバーはもちろん、当プロジェクトの推進に不可欠な支援を賜ったOIVEやスペイン貿易投資庁ICEX (Food and Wines from Spain) に感謝したいと思います。



「私たち一人ひとりに加えて、世界189ヶ国に輸出されているスペインワインの一本一本が、

『スペインワイン』というブランドの最高のアンバサダーです。」



はじめに

スペインのワイン業界の戦略計画

2022年7月に、OIVEの推進によりスペインワイン業界戦略計画2022-2027が提出されました。この計画は全業界関係者の参加による幅広い研究や分析の成果です。本計画の策定により、スペインのワイン業界のミッションとビジョン(使命と展望)を明確にし、さらにその実現に向けて、業界のイメージ向

上、機能の改善、さらに市場におけるスペインワインの価値の向上に目標を定めた5つの主要な行動指針が策定されました。

ビジョン



品質、多様性、歴史、伝統、持続可能性、現代性といった、独自の特徴に基づき、スペインを国内外で価値あるワイン産地として位置づけること。

ミッション



国内外の消費者に対して、スペインワインについての知識、イメージ、品質を守り、プロモーションし、保証すること。



環境、社会、経済、歴史、文化、景観保全といった全ての分野においてスペインを持続可能性における世界的なワイン業界のリーダー的存在として位置付ける。



差別化された特性を活用して主に国際市場において価値と利益を生み出し、流通経路全体を通じてその平等かつ持続可能な配分を保証する。



革新とデジタル化の発展と普及を促進し、業界の未来を保証するために最高の人材を確保し定着させる。



地域的、社会的、経済的発展への結びつきとしてだけでなく、私たちの歴史、地中海文化、健康的なライフスタイル、節度ある責任ある消費の不可分な部分としてのスペインワインについて、社会と消費者の意識を高めること。

はじめに

主要な指針

主要な指針

🏰 指針1

立ち位置とイメージを強化し、国際的な価値を高め、国内消費を推進する。

⚖️ 指針2

需要と供給のバランスを達成し、流通経路全体を通じて公平な価値分配と収益性を確保し、業界の競争力を向上させる。

🌱 指針3

持続可能性を主導する。

🍷 指針4

ワインとその責任ある消費が健康的食生活の一部として評価する。

📍 指針5

ワインツーリズムを推進する。

分野横断型指針

🛡️ 指針6

業界の保持とコーディネートを行う。

🔄 指針7

OIVEの主導により、バリューチェーン全体に関連する実用的なインテリジェンスを生成、統合、共有する。

補足的指針

🌟 指針8

優れた人材の呼び込み、養成し、定着を図る。

💻 指針9

デジタル化を推進する。

💡 指針10

イノベーションを強化する。

22
件の戦略的取り組み

101
件の関連行動

戦略的指針の策定により、スペインを世界におけるワイン業界の代表に位置付け、業界全体において価値を生み出す好循環を実現します。

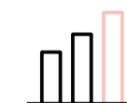
戦略的指針においては、品質、多様性、歴史、伝統、持続可能性、現代性という、スペインワイン独自かつ差別化された特性に基づいた戦略的取り組み22件と関連行動 101件が含まれています。

スペインワインのガイドラインを作成することは、第一の指針の一部であり、スペインワインの国際的な認知を形作るための重要な活動の1つと考えられます。これは前述の通り、独自で差別化された特性に基づくものです。



戦略的計画

スペインワイン業界の使命と展望、そしてその実施のために、業界のイメージや機能の改善、さらに市場におけるスペインワインの商品価値の向上に焦点を当てた5つの主要な行動指針をさだめている。



策定

戦略的指針の策定により、スペインを世界におけるワイン業界の代表として位置付け、業界全体が価値を生み出す好循環を推進する。

スペインにおけるワインの重要性

スペインワイン業界のスペイン経済に対する貢献は、GDPや雇用において重要であり、それに加えて、貿易実績、社会的側面、そして環境における持続可能性関連の課題への対応という視点からも貢献しています。

スペインワイン業界は世界的なリーダーです。スペインには全世界のブドウ畑面積の13%が集中し、有機ブドウ栽培面積については15.3%、ワイン生産は世界3位です（出典: AFI、2023年調査）。

数字で見るスペインワイン業界



*2023年スペインワイン産業の経済的・社会的重要に関連する報告書のデータ（国際財務アナリスト(AFI)）

現在スペインでは、104の保護原産地呼称、43の保護地理的表示が存在し、これらは合計4000軒を超える登録ワイナリーによって成り立っています。さらにワイナリーはスペイン全土に散らばっており、それぞれのワインからは土壌、気候、そしてブドウの種類が多様性がうかがえます。（出典: MAPA）。

さらにスペインは、世界でも最大級のワインの輸出国としての地位を確立しており、輸出額では3位、輸出量では2位にランキングしています。実際、年間輸出額は30億ユーロ、そして20億リットルを超えています。

しかし、これらの数字よりも大切な点は、スペインワインがスペインの文化や歴史、伝統などに刻まれているということです。その一例として、スペインにおける食文化や、それを楽しむときにワインが果たす中心的な役割を挙げることができます。このことは観光においても大切な魅力となります。またワイン業界が守りたい村々やその風景も同様です。



スペインワインの ガイドラインを策 定する理由

ガイドライン: 評価ツール

スペインワインが提供するのとは独特で差別化された特質であり、その価値を高めることが業界の持続可能性を確保するためのカギとなります。その第一歩は、その全体像を理解、認識し、一貫性と説得力を持つ安定したメッセージにすることです。

どのように行うか?

スペインワインの再評価には、さまざまなレベルでの行動が必要となります。まず、業界が合意した共通の指針に基づいた、国のブランドの構築です。この論点を通じて、スペインが高品質ワインの国であるとの国際的なイメージを作り上げるのです。

ガイドラインに盛り込むことができるメリットの中でも、特筆すべきは以下の点です:

- **付加価値:** ワインの原産国に対するイメージは、販売するワインの付加価値になります。
- **調整 (コーディネート):** この取り組みに各機関やワイナリーが参加することにより、業界全体でのさらなるコーディネートが必要とされますが、同時にそれを促進する役目も果たします。しかし、各ワイナリーや世界各地に展開するその営業部隊が主役となり、この合意されたメッセージ戦略を国際的なプロモーションにおいて活用します。スペ

インワインブランドの構築に貢献することにより、彼らが販売する製品に付加価値をもたらすことになり、利益を享受することにもなるのです。

- **アクセス性:** スペインワインに関する、明確で定義された統一的なイメージを確立することで、スペイン国外の消費者は商品に接近しやすくなります。このため「スペインブランド」は、地域的な特性を表現しながらも補足的に製品に一連の特性を付加することになります。

★ ブランド構築のアドバイス

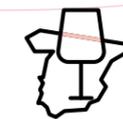
価値をもたらすブランドを構築するには、戦略、アイデンティティと活性化という主な3分野で努力することが欠かせません。

戦略: 中長期的な戦略ビジョン。明確に定義され、開発されたブランド戦略を持つことは、焦点や経営方針をもたらし、独自のメッセージを提供し、将来への指針を意味します。ここでは常に、誰がターゲットなのか、競合相手が誰かといった、社会的・経済的そして技術的なトレンドを意識します。

アイデンティティ: 時を超えて持続するブランドの目的。時を経ても持続するブランドの目的を確立します。つまり、「ユニーク・セリング・プロポジション」(USP、独自の販売提案)として知られるものの確立です。USPはブランドを特徴づけ、他のブランドと差別化することであり、価値、特性、ブランドや企業を唯一無二のものとするメリットのことです。

活性化:

- **内部レベル;** 共有されたリーダーシップと取り組みが重要です。企業自身の通常活動



スペインは高品質
ワインの国だとい
うイメージを植え
付ける

が、ブランド構築の主なルートです: 会社のあらゆるレベルでブランドが感じられ、-あらゆるレベルの-チーム全体がブランドの「アンバサダー」として、その目的と価値を反映して行動することが求められます。

- **外部レベル;** 戦略に応じて希望するイメージとブランド体験の構築に必要な可能性のある取り組み、計画および行動。ブランド構築における成功は、グローバルビジョンや調整された行動能力に向けた絶えざる努力の賜物です。集中や厳格さ、根気やリーダーシップそして決意を要求する長期的な取り組みであり、これらは全て要求基準の

スペインワイン のメッセージ 性



品質



多様性



歴史



ライフスタイル



持続可能性





品質

ワインの世界においてスペインは、チャンスと革新の国としてその地位を確立しており、このダイナミズムによりスペインワインの改良と近代化が実現されてきました。

製造技術の革新

スペインは伝統に満足することなく、醸造技術において革新的手法も取り入れています。ワイン醸造の最新の手法の導入から先進的技術の採用に至るまで、スペインワイン業界は常に進化しており、ワインの品質とその内容の向上を目指しています。

専門化と職人技術

スペインの各ワイン生産地は、特定のブドウ品種の栽培と独自のワイン醸造技術を特化させています。この専門化はブドウ栽培農家やワイン醸造業者の職人技や最新の注意と相まって、原産地の特性やアイデンティティを反映する優れた品質のワインが生まれています。

卓越性への取り組み

スペインは、ワイン生産の各段階において、卓越性に対して確固たる取り組みを行っています。ブドウの丹念な選抜からワイン製造や熟成の実践に至るまで、より高水準の品質への到達を常に模索しています。

厳密な品質管理とトレーサビリティ

スペインにおける保護原産地呼称(DO)および地理的保護表示(IGPs)は、厳密な品質管理とトレーサビリティの導入において世界をリードする存在です。スペインワインのボトルはそれぞれの原産地と品質を保証しており、信頼かつ満足できる体験を消費者に提供しています。

スペインワインの品質の実証例

Wine Spectator

- ❖ 品質、価格と入手可能性により世界最高のワインをランキング。
- ❖ この年次ランキングで通常、スペインワイン10種類程度がランクイン。
- ❖ 過去5年で「トップ10」に2種類ランクイン。

Tim Atkin

- ❖ ティム・アトキンによるワインランキング(100点満点方式)。
- ❖ 200種類超のスペインワインが95点超の評価。

Decanter

- ❖ 伝統的ワイン、革新的ワイン、コストパフォーマンスの際立つワインを格付け。
- ❖ 「2023年のワイン: クラシックカテゴリー」ランキングでスペインワインが4種類ランキング入り。
- ❖ 「2023年のワイン: バリュエーターカテゴリー」にワイン2種類。
- ❖ 「2023年のワイン: オフビートカテゴリー」にワイン1種類。

falstaff

- ❖ 100点満点での“falstaff”によるワインのランキング。
- ❖ 2種類のワインが100点満点で、20種類のワインが95点以上。
- ❖ 30種類のスペインワインがトップ150に。

Robert Parker

- ❖ 100点満点で「パーカーポイント」ワインのランキング。
- ❖ 香り、味わい、構造、複雑さと熟成の可能性という5つの要素に関するランキング。
- ❖ スペインワインのうち27種類が満点(100点)

JAMES SUCKLING.COM

- ❖ James Sucklingが色合いに15点、香りに25点、ストラクチャーに25点そしてワインが生み出す総合的印象に35点を配点。
- ❖ 100点満点を記録したスペインワインが3種類、そして32種類が95点以上。

主要データ

- ❖ スペインは世界最大のブドウ栽培面積(94万4000 ha)を有する国。
- ❖ スペインには104の保護原産地呼称(DOP)、43の地理的保護表示(IGP)が存在する。
- ❖ スペインのブドウ畑のうち面積比で97%は何らかの保護原産地呼称地域内に存在。
- ❖ 120超の自治体がブドウ栽培に特化している。
- ❖ スペインの自治体のうち40%超にブドウ畑が存在。
- ❖ スペインワイン業界は研究・開発・イノベーションに過去5年間で2億ユーロを投資。
- ❖ 農産物・食品分野の研究・開発・イノベーションへの総投資額の25%を占める。
- ❖ 1970年より 偽造防止のため表ラベル、裏ラベル、シールにホログラムを使用。
- ❖ NFCやIoTなどの新技術を業界が採用しており、トレーサビリティを強化し品質管理を信頼できるものに。
- ❖ 量において世界で2番目のワイン輸出国:
 - 全世界のワイン輸出総量の13%
 - 全世界のスパークリングワインの輸出総量の16%
 - 全世界のボトルワインの輸出総量の13%
- ❖ プレミアム・クラス、ウルトラプレミアム・クラスにおけるプレゼンスの増大

多様性

Iスペインの広大なブドウ畑の景観において、多様性はワインの豊かさや複雑さを特徴づけています。土壌や気候、環境、ワイナリー、ブドウ栽培農家やブドウの品種に至るまで、各ワイン産地ではそれぞれ他にない独特の体験をすることができます。

土壌と気候の豊かさ

スペインは豊かな地理的特徴を持つ国であり、これによりブドウの栽培に適した土壌や気候、そして環境が多様性に富んでいます。ピレネー山脈からアンダルシアの灼熱の平地に至るまで、ブドウ栽培地はそれぞれ独特の風景を有し、ワインの特性や品質に影響を与えています。

この多様性が、スペインのワイン生産に多彩な背景を提供し、各地方の特性を反映する幅広い種類のワイン生産を可能にしています。

ブドウの種類多様性

スペインではワイン製造用として認定されているブドウが235種類あり、そのうち150種類は在来種です。しかし、認定されていない品種が少なくとも350種類存在しているともいわれており、その中のいくつかの品種は復元途中にあります。このようなブドウ品種の多様性は各地方により独自の選択をする

ことを可能にし、スペインを特徴づけるワインの幅広い味わい、香りのプロフィール、多様なタイプが生まれることとなります。

ワイナリー: 幅広いスタイルと伝統

家族経営の小さなワイナリーからワイン醸造の大企業に至るまで、スペインにおけるワイナリーの多様性は印象的なものです。伝統的な技術から最新の手法に至るまでそれぞれが独自のフォーカスをもたらし、豊かなバラエティのスタイルやワイン醸造の表現を生み出しています。

保護原産地呼称および地理的保護表示

スペインの保護原産地呼称および地理的保護表示はスペインの多様性を実証するものであり、多種多様な地域とワインの種類を表現しています。名高い原産地呼称から新興のものまで、それぞれが他にはない本物のワイン体験を提供します。

主要データ

- ❖ スペインにはワイナリーが4000ヶ所超、協同組合が500組合超、そしてブドウ栽培農家が56万軒超
- ❖ 栽培されている在来種のブドウは150種類超。
- ❖ 189ヶ国に輸出しており、輸出したワイン商品は26億リットル超。
- ❖ スペインはヨーロッパでも最も山がちな国の1つ。このため数多くの多様なマイクロ・クライメイトが形成されている。
- ❖ 大別するとスペインには、気候と環境により8つの異なるブドウ栽培地域が存在(大西洋地域、ドゥエロ川流域、エブロ川流域、地中海内陸、地中海、中央山系、南部およびカナリア諸島)。

認定ブドウの種類 235種類 在来種のブドウ 150種類

スペインの特徴となる幅広い味わいと香りのプロフィールを生み出す





歴史

スペインワインの歴史は、長年かけてワイン醸造法を完成させてきたスペインの能力を実証する、魅力的な旅です。

ワイン醸造活動の何千年もの歴史

3000年以上前に遡る歴史を有するスペインは、世界でもワイン醸造の伝統が最も古い国の1つです。時間をかけてスペインワインは技術の進歩に適応し、時には技術革新の推進役にもなりました。

ワイン文化遺産

スペインワインは単なるアルコール飲料ではありません。スペインの文化遺産の生きた反映なのです。ブドウ栽培の長年の技術、長年をかけて改善されてきたワイン醸造の実践、そしてワインにまつわる祭りや行事は、スペインのアイデンティティの欠かせない一部です。

文化遺産

スペインのワイン製造は、生産の各段階にしみこんでいる豊かな文化遺産にあふれています。古代のワイナリー遺跡から、数百年にわたるワイン醸造の証人であり続けた城や修道院に至るまで、スペインの歴史はワインの歴史と絡み合っています。

主要データ

❖ スペインのワインには数千年の伝統があります。

❖ 世代を超えて継承される知識を生み出した、専門性の高い製造過程。

• **紀元前1100年:** フェニキア人がブドウ栽培を導入。

• **紀元前6世紀:** ギリシア人がブドウ栽培をイベリア半島東部に広げ、その他の地中海地域に輸出。

• **紀元前3世紀:** カルタゴ人がブドウ栽培を強化。

• **紀元前1世紀:** ローマ人がブドウ畑をイベリア半島全域に広げ、帝国全体にワインを販売。

• **6世紀:** ブドウ畑が西ゴート王やカトリック教会の所有物になる。

• **16世紀:** アメリカ大陸との交易路の開拓の恩恵を受け、確立したワイン業界が発展。

• **19世紀:** フィロキセラによりスペイン各地域への欧州のブドウ農家の移住が推進さ



れ、技術革新をもたらす。

• **1902:** 工業所有権法

• **1932:** ワイン制定法が原産地呼称を作成

ライフスタイル

スペインワインは単なるアルコール飲料ではなく、スペインを象徴する活気に満ち情熱あふれるライフスタイルを反映しています。地中海ダイエットからワインツーリズムの文化まで、楽しみや社交性は、スペインワインの体験の不可欠な要素です。

地中海ダイエット

ワインは、美味しさだけでなく健康面でのメリットでも評価されているスペインの地中海

ダイエットを構成する代表的な要素です。節度を持ったワインの摂取は心臓血管系の疾病リスクの削減につながり、多様でバランスの取れた料理を完全なものとしします。

グルメ: 食事のためのワイン

スペインの美食文化は伝統、地域の多様性と新鮮で高品質の素材への情熱が融合したものです。それぞれの料理にはスペインの文化面・料理面での多様性が反映されています。ここではワインは単なるアルコール飲料ではなく、グルメ体験を高め、食事に欠かせないパートナーであり大切な要素です。バラエティに富んだスペインワインは、あらゆる料理やシーンに合う選択肢を提供します。

観光: ひとつのワイン、ひとつの旅

幅広い環境、宿泊先やアクティビティを提供するスペインは、世界的な観光大国です。このバラエティに寄与するのが、各地域の地

形や文化状況に支えられ、幅広い多様性を有するワインです。この意味においてワインは生まれた地の魂を映したものであり、だからこそスペイン国内のどこを訪ねるにせよ、ワインはその旅に欠かせない大切な要素なのです。

ワインツーリズム: 原産地を求めて

スペインにおけるワインツーリズムは、単にワインのテースティング体験にとどまりません。ワインの生産地にどっぷりつかかり、生産地や生産者たちとつながるまたとない機会なのです。ブドウ畑の中での散策や家族経営のワイナリーの探訪など、それぞれの体験によりワインを生み出す環境や職人と真実のつながりをもつことができます。



地中海食とワインツーリズムの文化

地中海食からワインツーリズムの文化、堪能や社交性は、スペインでのワイン醸造体験の欠かせない一部です。

スペインにおけるワインツーリズムは、単なるワインのテイスティング体験にとどまりません。ワイン生産地の中に入り込んで、生産地や生産者たちとつながるまたとない機会なのです。

スペインワインのメッセージ性

社交性

伝統的な食堂、タベルナであれ、今風のワインショップであれ、ワインは会話を生み出し、人間関係を構築し、いつまでも思い出に残る体験を作り出します。スペインではワインは単なるアルコール飲料ではなく社交を生み出すものであり、ワインはテーブルに集う人々をつなぎ、人生や友情を祝うのです。

味わい

スペイン人にとってワインを飲むことは、それ自体がお祭りであり、そこではワインの香りと味わい、そしてテクスチャーに加え、その場を取り囲む仲間と会話が評価されます。このようにワインを堪能する文化には、人生や食事、そして社交へのスペイン人の情熱が反映されています。

主要データ

❖ スペインの気候、人々とグルメ:

- レストランが8万3000軒超。
- ミシュランの星が270個超。
- 毎年8000万人超の観光客。
- 晴れの日が1年で300日。

❖ スペイン全土で公式ワインツーリズムルートが36か所:

- 毎年ワインツーリズムの体験者が250万人。
- ワインツーリズムのサービスが2500超。
- ワインツーリズムの経済効果は7500万ユーロ。

- 794団体から支援を受けた分野(658市町村、規制当局32団体および官民の104団体)。
- アクセスが容易でデジタル化が非常に進んだ業界(ワインツーリズムの予約のうち63%はインターネット経由)。

❖ スペインは、世界で2番目に平均寿命が長い国です。

❖ ワインは、心臓血管系に良い影響を与える物質の一つとされるポリフェノール等の抗酸化物質を含んでいます。

❖ スペインでは、毎年1000万ヘクトリットル近くのワインを消費。



何世紀にもわたる知識 そして経験する

スペインワインの各ボトルには、何世紀にもわたって蓄積された知識と経験が込められています。

持続可能性

スペインワインは、持続可能性への完全な取り組みを抱合しており、生物多様性を尊重し、社会的実践を守り、栽培地の風景を保全しています。

環境

頻繁に干ばつに見舞われる地中海の国スペインは、ブドウ栽培において気候がいかに重要かを熟知しています。このため環境問題は、ワイン生産において常に主要な懸念事項であり続けています。これは、環境のニーズに農作業を適応させる、水の効率的な消費を行う、化学薬品の使用量削減等に現れています。

社会

ワインのボトル一本一本には、スペインの農村地域に深く根を下ろした歴史と希望が込められています。この意味で、ワインと、その周辺で生まれる生態系全ては、過疎化の危険にさらされている地域社会の存続を支える手助けをしています。

文化

ワインは、スペインの文化的持続可能性において不可欠な役割を演じています。かくしてブドウ畑は、スペインの文化遺産において固有の役割を表現しており、世代を超えて何百年にわたって継承されるワインの

伝統と知識を反映しています。代表的な製品であるワインは、家族経営のワイナリーから国際的に知られた原産地呼称保護まで、ワイン生産地それぞれの文化的アイデンティティに根付いています。

風景

スペインでは、ワインの周辺で生まれる生態系は、景観保全のカギとなる要素です。この意味ではブドウ畑そのものが景観保全に貢献しており、土壌流出に対する自然の堰とし

て機能し、景観全体を維持し、数多くの動植物の生態系の維持に寄与しています。

主要データ

- ❖ スペイン経済における大きな役割。
 - 総額237億ユーロ超の粗付加価値。
 - 42万人超の直接・間接雇用。
- ❖ 過疎の危機にある地域に関連した雇用を36万3000人超に。
- ❖ ブドウの有機栽培面積は世界最大(15.3%、すなわち14万2000 ha)、毎年8%拡大。
- ❖ スペイン国内でワイナリーや瓶詰め業者1334軒が有機生産に従事。
- ❖ 「気候保護を目指す持続可能なワイナリー」認証制度(94ヶ所のワイナリーが認証済み)のようなスペイン国内プロジェクトにより業界の持続可能性の水準を効果的に管理することを目指す。
- ❖ 業界として2035年までにネットゼロを目指す。
- ❖ 景観保護および森林火災防止において重要な役割を担う。

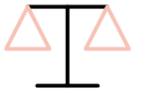


過疎化の危機にある地域社会の活性化に寄与します。

ワインに加え、それに関連して生まれる生態系全てが、過疎化の危機にある地域社会の活気の維持に貢献します。



メッセージの伝達



数字だけでなく、スペインワインの重要性は、

スペインの文化、歴史、伝統などに残された足跡からも見て取れます。



スペインワインに関して発信する際には、以下のポイントに留意することが重要です。

何をすべきか

1. ライフスタイル: スペインワインは生活であり、スペインの文化、景観、習慣の一部です。また、地中海式食生活料理の一部を構成し、テーブルを囲んで共有し交流することが、最高のグルメや多様なワインとともにスペインのアイデンティティの1つとなっています。このライフスタイルこそがスペインの長寿の秘訣です。

2. アイデンティティとしての多様性や品質をもってスペイン最高のワインで世界を魅了しています。スペインワイン業界は国際化のバイオニアであり、世界189ヶ国に輸出されています。

3. 節度を持った消費にスペインワイン業界は取り組んでいます。教育や広報活動を通じて節度を持ったワインの消費を推進・擁護

し、過度な消費の防止に取り組んでいます。

4. スペインワイン業界の価値の推進: スペインの経済、環境や社会における重要性に注目し、文化における役割、農村部での雇用創出や機会提供の役割を際立たされます。ワインがあるところには生活があるのです。

5. 観光分野の牽引役として、ワインツーリズムの大きな可能性を提案します。スペインでは太陽やビーチで知られていますが、スペインのワイン産地が持つその他の魅力を発見することで新たな体験や出会いを広げましょう。

何をすべきではないか

1. スペインワイン業界のイメージの向上: 他のワインのブランド、品種、特定の原産地呼称のワインを毀損することなく自身の光で輝くことが大切です。

2. 節度ある摂取の推進。未成年へのプロモーションは控える、自動車運転の際、妊娠中は控える。これは業界が特に強調しており、真剣に取り組むべきテーマです。このことは冗談めかして取り扱うべきではありません。ワイ

ンの健康効果に関するメッセージは、業界のセールストークとして使うべきではありません。科学者のみが確実な証拠を元にして発信できることです。

3. スペインワインの価値と品質を強調する。スペインワインの価値を高めることが大きな課題です。ポジティブな属性ではないので「スペインワインはコストパフォーマンスが良い」という表現は使わないでください。

4. 各国料理とスペインワイン: スペインワインはスペイン料理と完璧にマッチしますが、だからといって料理の種類を限定すべきではありません。スペインワインはその多様さ故、世界中どの国の料理ともびったり合うはずで

参加者と感謝

本文書の編纂にあたって、参加された方々や団体には、作業にかかった数ヶ月間の期間にいただいたご尽力および貢献に感謝いたします。

推進団体

Spanish Interprofessional Wine Organisation
ICEX España Exportación e Inversiones (Foods & Wines from Spain)

参加団体

Spanish Association of Wine Cities (ACEVIN)
Wine Routes
Food of Madrid
Aragón Exterior
Murcia Regional Development Institute
Spanish Conference of Wine Regulatory Councils (CECRV)
Jerez Designation of Origin Regulatory Council
Navarra Designation of Origin Regulatory Council
Spanish Wine Federation (FEV)
Castile-La Mancha Foreign Trade and Investment Institute (IPEX)
Castile-León Institute for Business Competitiveness (ICE)
Ministry of Agriculture, Fisheries and Food
Union of Small Farmers (UPA)
Canary Islands Economic Development Company

(PROEXCA)

Navarre Institute of Agri-food Technologies and Infrastructures (INTIA)
Royal Academy of Gastronomy
Agri-food Cooperatives of Spain
Autonomous Community of the Region of Murcia

協力

KPMG

写真

アベル・バルデネブロ および アーカイブ

スペインワインのガイドライン



スペインワインのガイドライン

