

〔研究ノート〕

Zoom ウェビナーでのワイン講演

鈴木 隆 芳

【キーワード】

ワイン, Zoom, ウェビナー, ボルドー, 文化資本, ワイン対決

【目次】

——はじめに

1. Zoom ウェビナー
2. 講演に向けての準備
3. 講演概要
4. 講演を終えて

——謝辞

はじめに

2018年度より「ワインはなぜわかりにくいのか」という題目で一般向けの講演と試飲講座を行ってきたが、今年度は状況に鑑み Zoom ウェビナーでのオンライン形式で行うことにした。実施日時は2020年8月30日（日）15時。講演時間は約1時間半。参加費無料。

以下に講演の概要と、その折々での所感を記す。

1. Zoom ウェビナー

オンライン授業を迫られるまで意識しなかったが、オンラインでの配信には、大きく分けて、配信者がコンテンツをあらかじめ作っておき、視聴者が随時アクセスできるオンデマンドと、配信者と視聴者が同時に端末に向き合うリアルタイムとがある。私が担当している大学の授業¹⁾では、ディスカッションの多いゼミナールや、口頭でのやり取りが

1) 2020年度の大学の授業は、5月連休明けの翌週5月11日（月）より開始した。前期はすべてオンラインで行い、9月末からの後期は、ゼミナール等についてはなるべく対面で行うよう大学側から通達された。

私のゼミは、前期と9月はすべてオンライン。10月は1・2・3年生が対面授業で、4年生のみオンライン授業。11月からは1・2年生は対面で、3・4年生がオンラインで年末を迎えた。

4年生は、卒業研究についての個別の指導がメインとなっており、これについては、むしろオンラインの方がやりやすいように感じた。

3年生を11月からオンラインにしたのは、インターンシップや企業説明会がそろそろ盛んになる時期であり、それらへの参加に支障をきたすことがないよう感染のリスクを減らすためである。

頻繁なフランス語等、ある程度の即興を必要とすることからリアルタイムでの配信を行ってきた。今回の講演でも、受講者との質疑応答など、なんらかの形で相互性を確保したいと考え、リアルタイム方式を選んだ。

一方で、講演という性質上、講演者（＝ホスト＝私）からの発信が大部分を占めることを考慮し、画面に映るメンバーを講演者とパネリスト²⁾のみに限定できる Zoom ウェビナー³⁾を用いることにした。この時点で、一般の受講者とのやり取りはチャットに限定される。

講演形式は、ホストが、画面共有機能を用いてパワーポイントの資料を投影しつつ話し、講演終盤には、チャット欄に書き込まれた質問に答える、というものである。ただ、Zoom の画面共有機能には不便な点もあって、現時点の仕様では、この機能を使っているとホストからはチャット欄を見ることができない。その解決策として、アシスタント役のパネリストが、受講者から寄せられた質問からピックアップし、趣旨に沿うものをホストに伝えることにした。また、通信等に関する不測の事態への対応も同パネリストが担った。

2. 講演に向けての準備

講演の周知については、去年は新聞折込みチラシ、過去の受講者へのメール、大学のホームページと三通りで行ったが、今年度はチラシはやめて、大学からのメールとホームページとの二通りのみ行った。8月上旬から募集を開始し、受講者には実施前日と当日午前の二度に渡って視聴方法をメールで知らせた。

講演前々日と前日にはパネリストらとリハーサルを行った。かねてより考えてきたインタラクティブな演出の一環として、講演の終盤に、パネリストらとワインのプレゼンテーションをすることにした。プレゼンに参加するパネリストは、アシスタント役のパネリストを除いて、本学職員と卒業生4名と私の合計6名。講演のメインテーマがボルドーということもあり、各位がボルドーの赤ワインを用意し、選んだ理由について1-2分程度話すという形式である。「ワイン対決プレゼンテーション——私ならこれを選ぶ」という、やや見栄を切った題目を掲げつつ、プレゼン形式にある程度の統一感を持たすために画面構成やタイミング等についてパネリストらと意見の交換をした。

当初は大学の研究室からの配信を考えていたが、当日は大学の Wi-Fi がメンテナンスのため使えないことが講演数日前に急に通達され、仕方なく自宅から配信することにした。

1・2年生は、どうにか対面授業を続けている。大教室に10数名が一定の距離を取って位置し、窓を開けたままゼミを行ったが、12月にもなると、暖房をつけて上着を着込んでいても寒かった。それでも、ひとつの教室に集まり、コミュニケーションのワークショップやパワーポイントを使ったグループ発表などを行ったことで、少しはゼミらしいことができたように思っている。

一方、後期のフランス語の授業はすべてオンラインで、画面越しに発音の練習や矯正、文法事項の説明、練習問題の添削等、従来の教室でのスタイルを維持した。

2) パネリストと一般の受講者とのちがいは、ホストの画面に介入できるか否かである。パネリストが話し始めれば、当のパネリストが画面を占めることになる。

3) Zoom の上位機能で追加料金がかかる。

Zoom 上の記録では、当日実際に視聴した受講者は71名。



ZOOMワイン講演

第3回

ワインはなぜ わかりにくいのか 不屈・不遜・不動なる ボルドー

2020年8月30日（日）

15:00-16:30

【講 師】鈴木隆芳 大阪経済大学教授／
日本ソムリエ協会ワインエキスパート
／日本ブドウ・ワイン学会

【定 員】100名

【受講料】無料

【申 込】<https://bit.ly/3klzDT0> お申込み
後、zoom接続先をご案内します。

【環 境】zoomで開催します。パソコンや
Wi-Fiなど、インターネットを利用
できる環境が必要です。

【備 考】お手元にボルドーワインをご用意下
さると、よりお楽しみいただけます。



ボルドーはなぜ世界一のワインの生産地なのか？気候がブドウ栽培に適しているからでしょうか。もしそうだとしたら、コメの名産地は亜熱帯気候の東南アジアということになります。でも、じっさいは、イネにとって本来は寒すぎる東北や北陸で、すばらしいお米ができています。きっと、ボルドーにもなにか秘密があるのかもしれない。ボルドーのしたたかで、時には、ちょっぴり切ない、そんな生存戦略を覗いてみましょう。昨年度の試飲講座で実施した「高いワイン」を当てる試飲ゲームの結果も発表します。さて、皆様のうち、どのくらいの方が当たったのでしょうか。

今回は試飲講座はありませんが、出演者数名がテーマに沿ったワインを選ぶ「ワイン対決」のプレゼンテーションをお届けします。

3. 講演概要

序：みなさま、お酒の量はいかがでしょう？

①：それは日本ワインですか？

②：フランスブランドの威光

③：ボルドーの今

④：ボルドーの不屈，不遜，不動

⑤：一昨年&昨年の試飲講座の結果と考察

⑥：ボルドーワインと文化資本

⑦：ワイン対決プレゼンテーション——私ならこれを選ぶ

以下では、各々の項目について概要を述べていく。

序：みなさま、お酒の量はいかがでしょう？

コロナ禍では外食産業の需要が大きく落ち込んだが、一方でオンラインでの酒類の販売は巣籠り需要を反映して大幅に伸びている⁴⁾。こうした家庭での飲酒の機会が増えている状況を踏まえ、厚生労働省の示す飲酒についてのガイドラインを紹介した⁵⁾。当指針によると、純アルコール量に換算して20g/日以下が適切な飲酒量であり、ワイン（12度）の場合は100mlのグラス1杯につき9.6gの純アルコールが含まれることから、2杯（19.2g）までが標準の許容範囲になる。純アルコール量は、容量・度数・エタノールの比重0.8の積から成る簡単な計算式で求められ、例えば、ビール（5度）中ジョッキ（500ml）の場合だと純アルコール20g、清酒（15度）半合（90ml）だと10.8gになる。昨今、社会問題にもなったストロング・ゼロ（9度）に、この計算式を当てはめると、1缶（500ml）で純アルコール量は36gとなり、上限の20gを超えていることがわかる。

①：それは日本ワインですか？

国税庁により「果実酒等の製法品質表示基準」（2015年制定，2018年適用）が定められ、「日本ワイン」とは、日本国内で収穫されたぶどうのみを使用し、日本国内で製造された果実酒に限定されることとなった。濃縮果汁などの海外原料を用いて国内で製造されたものは「日本ワイン」と名乗ることはできない。さらには、生産地、ブドウ品種、収穫年の表示についても明確な基準が示された。こうした法改正が日本産ワインのブランド力を高めることは確かだが、一方で、平成30（2018）年の調査では、国内で流通するワインのうち「日本ワイン」と呼びうるものは4.6%のみである⁶⁾。「日本のワインは美味しくなった」

4) 例えば、エノテカのオンラインサイトの2020年3月の販売額は前年比2ヶ増だという。山本昭彦「パンデミックがもたらしたダメージ ワイン産業が学ぶべき教訓」『Sommelier（日本ソムリエ協会機関誌）』175号，2020年7月，p. 71.

5) e-ヘルスネット「飲酒量の単位」厚生労働省。最後に参照したのは2020年1月3日。

と言うのを耳にするが、それはこの希少なワインを指してのことなのだ。ワイン用ブドウの慢性的な不足や輸入ワインとの競合など、生産の現場だけでは解決の難しい課題も少なくない⁷⁾。

②：フランスブランドの威光

ボトルワイン⁸⁾の輸入は、2007年9月に発効した日チリ経済連携協定（EPA）により、関税が段階的に引き下げられたこともあり、2015年にはチリからの輸入数量がフランスを抜いて1位になった。ただ、2019年2月1日に日本とEUとの間でもEPAが発効され、関税が即時撤廃されたことにより、フランス、イタリア、スペイン産のワインも増えており、とりわけ2019年にはチリ（26.8%）とフランス（26.7%）との差は数量の面ではかなり縮まった⁹⁾。その一方で、揺るぎないのは、金額ベースでのフランスワインの優位性である。2017年の金額構成比では、フランスの42.4%（463億円）に対して、2位チリが16.4%（178億円）、3位イタリアが15.7%（171億円）となっている¹⁰⁾。さらに、ボトルワインとは別のカテゴリーになるが、スパークリングワインでは、2019年の時点で全輸入金額の82.1%をシャンパーニュに代表されるフランス産が占めている¹¹⁾。

こうしたフランスワインのブランド力は、例えば、モエ・ヘネシー・ディアジオが中国雲南省で造る高級路線のボルドータイプのアオユンや、同グループのモエ・エ・シャンドン¹²⁾がオーストラリアで造るカジュアル路線のシャンドン・オーストラリアなど、海外での多角的な展開の原動力になっている。同社は、他にも、ロゼ・スパークリングワインを花見のお供として提案するなど、ワインと日本の行事習慣との親和性をアピールしている¹³⁾。

とはいえ、コロナ禍の2020年においては、フランスも種々の対応を迫られた。シャンパーニュでは、許容される収穫量をめぐって栽培農家と製造業者の間で緊張が高まっている。2019年にヘクタールあたり10,200kgであった収穫量が、2020年には、6000-7000kgに制限される見込みで、これに栽培農家が反発を示しており、シャンパーニュ全体として

6) 国税庁課税部酒税課「国内製造ワインの概況」、令和2（2020）年2月，p. 6.

7) 日本ワインの現況については兄玉徹氏の論考が詳しい。兄玉徹「日本ワインを軸とした日本のワイン産業の推進戦略」『国際貿易と投資』113号所収，2018年9月，pp. 142-158.

8) ボトルワインとは「ぶどう酒のうち、2ℓ以下の容器入りにしたもの」「ボトルワインの輸入と日本酒の輸出」東京税関，令和2（2020）年10月22日，p. 1.

9) 東京税関「ボトルワインの輸入と日本酒の輸出」令和2（2020）年10月22日，p. 2.

10) 東京税関「ボトルワインの輸入」平成30（2018）年10月24日，p. 3.

11) 2019年1-9月のデータ。東京税関「ワインとウイスキーの輸入」令和元（2019）年，p. 2.

12) Moët et Chandon. 日本でのカタカナ表記はモエ・エ・シャンドンだが，フランスではモエ・テ・シャンドンとリエゾンして発音されるのを多く聞く。

13) 隅田川お花見 CHANDON クルーズや目黒川お花見 CHANDON クルーズなど。PR TIMES（2019年2月26日）記事および Anniversary Cruise（SPICE SERVE Co., Ltd.）申し込みサイト。

14) Champagne: à l'approche des vendanges, tensions entre vignerons et maisons, La Revue du Vin de France のサイト上の記事。2020年7月28日。

の減収は約17億ユーロになるという¹⁴⁾。また、収穫を担う労働者の手配が困難になるため、収穫時期を早めにするなどの対応を迫られている。

③：ボルドーの今

ボルドーの地勢やブドウ品種の分布について紹介した。講演では詳しくは言及しなかったが、今回の下調べで読んだものの中では、安蔵光弘氏の『ボルドーでワインを造ってわかったこと』から得るものが多かった¹⁵⁾。印象に残ったいくつかの例をあげる。

1) ボルドーの有力品種であるカベルネ・ソーヴィニオンは、他の品種に比べて芽が出にくい。

このことは、不要な芽を取りのぞく芽掻き作業に携わる労働者の賃金表からわかる。1000株の芽掻きを行うのに、カベルネ・ソーヴィニオンでは1時間半、他の品種では3時間半を要する。本書の掲載する資料が2003年の賃金表であったので、その後はどうかと思い調べてみると、賃金も多少上がっており、当時1時間半で11.48ユーロだったカベルネ・ソーヴィニオンの芽かき作業が、2018年時点では15.17ユーロになっていた¹⁶⁾。

2) 粘土質土壌のブドウ樹の樹勢は、砂質土壌よりも強い。

このことは、双方の剪定に要する時間を比較すればわかる。1000株を剪定するにあたって粘土質土壌では14時間半、砂質土壌では11時間半かかる¹⁷⁾。

3) 一部のトップ生産者をのぞいては、手収穫にこだわるよりも、機械収穫と作業台での選果をした方が良い結果を生む。

多人数で一挙に手収穫し、なおかつ選果を行うことを理想としつつも、こうした「贅沢な収穫」は潤沢な資金に恵まれた生産者に限られ、その他のシャトーでは、熟したブドウを収穫機で短時間に収穫し、その後の選果台での粒選りに重きを置いた方が、コストパフォーマンスに優れたワインが得られる¹⁸⁾。

昨今のワイン界においても、世のトレンドにならって、人為の介入や、オートメーション化を嫌い、手作業や天然を尊ぶ傾向があるが、そうしたものは、往々にして、耳ざわりの良いイデオロギーとして喧伝され、無添加ワインや有機ワインと並んで、商業的なイメージ戦略の一翼を担うようになる。それとは対照的に、賃金体系や作業効率等を根拠にしたブドウ樹や土壌への言及や、機械収穫と手選果の利点など、本書が呈する清々しい実践感覚には信憑性が感じられた。ボルドーで同僚と共にワインを造りつつ、現場での見聞や所感を叙述するスタイルには、社会学でいうところの参与調査と似た感触があった。

15) 安蔵光弘『ボルドーでワインを造ってわかったこと 日本ワインの戦略のために』イカロス出版、2018年。

16) Service Assistance Conseil des Exploitants Agricoles, Salaires Applicables au 1er Janvier, 2018. 2018年1月1日付けの賃金表。本来なら最新の賃金表を参照すべきだが、サイト上のセキュリティの問題で今回は参照をあきらめた。

17) 安蔵光弘(前掲)、p. 37。

18) 同書、p. 74。ただしこれは赤ワインに限られる。白ワインの場合、機械収穫を行うと、梗が外れた果実が空気に触れてしまい、多くのアロマが失われるからである。

④：ボルドーの不屈・不遜・不動

ボルドーが、今日のような一大ワイン産地になった史的経緯を取り上げた。昨今の温暖化で多少事情が異なってきたのはいるが、緯度が高く、夏に雨の多い海洋性気候のボルドーは、ブドウ栽培にとって必ずしも理想郷とは言えない。気候の観点からすれば、ブドウの生育期に日照が豊富で、かつ、降雨の少ない地中海性気候のラングドックやプロヴァンスの方がはるかに適した地のはずである。このことは、つまり、産地の気候特性に銘醸地たる所以を全面的に帰す論理には無理があることを意味している。ロジェ・ディオンは、牧歌的なテロワール主義に異を唱えつつ、ボルドーをはじめ、ブルゴーニュ、シャンパーニュといった産地が銘醸地になった理由として、各々が繰り広げた隣接地域との政治的な覇権争いをあげている。

百年戦争（1337-1453）は、英国側についたボルドーの陥落で最終的にはフランス側が勝利したことになるが、ボルドーは戦前から戦中にかけて、英国王に対し、忠誠の見返りとしてボルドーを優遇するよう求めていた¹⁹⁾。英国への排他的な販路を法的に認めるこうした「ボルドー特権」は、ボルドーがフランス王権下に帰属するようになってもお、1776年の王令で廃止されるまで続く。つなわち、銘醸地ボルドーは「地理上の立地からだけでなく歴史の激動からも素早く利益を引き出そうとする粘り強さによって」「3, 400 百年をかけて形作られた」のである²⁰⁾。

本項目の「不屈」「不遜」という語彙は、こうしたボルドーの闘争からイメージしたものだが、三つめの「不動」については、より後の時代を意識した。1855年に世界万国博覧会がパリで開かれた際に、ボルドーのメドック地域とソーテルヌ地域は、当時の仲買人の価格評価によって格付けされた²¹⁾。実は、こうした格付けは、この一回限りのことではないのだが、それでもなお、この格付けは今日でも特別な意味を持っている。個々のワインの価格については、その後の評価等によって変動も生じているが、この格付けじたいの変更はごく一部を除いて生じていない²²⁾。こうした保守性を「不動」と表すことにした。そして、ここでの不動性や歴史性は、後に述べるように、ワインが文化資本としての価値を

19) ロジェ・ディオン『フランスワイン文化史全書 ふどう畑とワインの歴史』福田育弘・三宅京子・小倉博行訳、国書刊行会、2001年。「ボルドー特権」については pp. 355-366 を参照。1373年のエドワード 3 世からの命令書「逆賊とされた地域、つまりサンマケール（この地はガロンヌ川上流でボルドーセネシャル裁判所管轄区との境界を画していた）より上流の地域は、反抗が続く限り、クリスマス以後でなければボルドーにワインを運んではならない（p. 357）」この「ボルドー特権」により、ボルドーはガロンヌ川上流の地域に対して決定的に有利な立場を得る。

20) 同書、p. 362。傍点鈴木。

21) ボルドーワインの格付けの経緯については以下の 2 点を主に参照した。

野村啓介「1855年のパリ万国博覧会準備にみるジロンド県万博委員会とワイン出品問題：フランス第二帝政下における万博政策と地域権力」『国際文化研究科論集』19巻、東北大学、2011年。

Dewey Markham, Jr., *1855 Histoire d'un Classement*, Édition Féret, 1997.

22) 万博期間中の1855年 9 月15日にシャトー・カントメルルが 5 級に追加。1973年にシャトー・ムートン・ロートシルトが 2 級から 1 級に昇格した。また、いくつかのシャトー名称の変更や、分離、経営主体の変化等はあった。

帯びるための要件となる。

⑤：一昨年＆昨年の試飲講座の結果と考察

過去2回の試飲講座で行ったブラインドテイスティングの結果を示し、考察を行った。

2018年6月の第一回のワイン講演²³⁾では、講演に引き続いて試飲講座を行った。その際に、銘柄を隠した同価格帯のワインで、フランス産と新興国産のうち、美味しいと感じた方に投票するというコーナーを設けた。ブドウ品種ごとに集計したのが以下の表である²⁴⁾。

	ピノ・ノワール	カベルネ・ソーヴィニヨン	シラー（ズ）
フランス	① 14 ブルゴーニュ	③ 15 ボルドー	⑤ 13 ローヌ
新興国	② 21 ニュージーランド	④ 23 カリフォルニア	⑥ 21 オーストラリア
甲乙つけがたい	4	2	6

（対象人数40名）

各々のワインについては、大学近辺のスーパーで売っているものを何種か試飲し、そこから産地の特性を反映したものを選んだつもりだが、選び方によっては結果が異なることもじゅうぶん考えられる。ただ、3品種すべてにおいて新興国が勝ったことは、2000～3000円の価格帯での新興国ワインの親しみやすさを示していると言えよう。

また、2019年7月には第二回の講演と試飲講座²⁵⁾を行い、銘柄を隠したワインの4種の中から、最も価格が高いと思うワインを選ぶという企画を試みた²⁶⁾。

ここでは、銘柄と価格の公表の前と後の2箇所のタイミングで、受講者に感想を書いている。詳細は拙論²⁷⁾を見て頂くとして、ここではひとつ興味深い点をあげておこう。最高価格①のワインには、「飲みやすい」という感想はなく、最低価格②のワインには「飲みやすい」というコメントが最も多く見られた。このことから、多くの人は抵抗なく飲めるワインを「高いワイン」とは判断しないことがわかる。

こうした感覚は、現代美術、現代音楽、現代詩などに接した時のように、当該分野の事情を知らないと、なにが良いのか悪いのかさえわからず、ただ茫然と立ち尽くした時の疎外感に似ている。どう見るべきか、どう聴くべきか、どう読むべきか、そんな寄る辺のな

23) 鈴木隆芳「(講演) ワインはなぜわかりにくいのか——グローバリゼーションと産地主義」, 大阪経済大学大隈キャンパス, 2018年6月30日。

24) ワインの銘柄など本試飲講座の詳細については以下を参照のこと。鈴木隆芳「フランスワインとグローバリゼーション」『大阪経大論集』第69巻第5号, 2019年1月, pp. 121-122。

25) 鈴木隆芳「(講演) ワインはなぜわかりにくいのか2——わかりにくさを操る戦略」, 経済学部主催講演会, 大阪経済大学大隈キャンパス, 2019年7月20日。

26) ワインの銘柄など第二回試飲講座の詳細については以下を参照のこと。鈴木隆芳「ワイン階級ヴィネラルキーⅠ——ワインの社会言語学」『大阪経大論集』第70巻第6号, 2020年3月, pp. 54-59。

27) 同上論考のこと。

ワインおよび価格	「最も高い」と答えた回答数
① 10,439円	17 (30.9%)
② 434円	7 (12.7%)
③ 1,540円	8 (14.5%)
④ 1,238円	21 (38.1%)
無回答	2 (3.6%)
総 数	55

い居心地の悪さである。「美味しくなかったけど、高いと思う²⁸⁾。」主観的な価値と客観的な価値の差異に引き裂かれるような感覚——かくして高価格の所以を使用価値として実感できないものは、排他的な文化資本となりうるのだ。

⑥：ボルドーワインと文化資本

伝統やしきたり、貴族趣味のような因襲めいたものはピエール・ブルデューが言うところの文化資本と相性が良い²⁹⁾。これは経済資本——即効性や実用性のあるグローバルな価値——とは相反する性質のものである。本講演では、ブルデューの『ディスタンクシオン』に掲載されているワイン愛好家の弁護士のインタビューから、この弁護士が好むワインを推理しつつ、そのプロセスを通じて、文化資本とボルドーワインの親和性を示すことにした³⁰⁾。なお、このインタビューではワイン名までは明かされていない。

ここで登場する弁護士 S 氏は、実業家らが愛好するシャンパンを軽蔑している。S 氏にとって、経済資本の比重の大きい実業家らの趣味はことごとく悪趣味なのだ。「シャンパン付きの夕食というのはちょっと田舎っぽい感じ」がする。シャンパンで盛大に乾杯する姿は、いかに彼らが経済的に裕福であっても、無教養で野暮ったく見える。大声での談笑などもってのほか。「その価値がわからない人と飲むくらいなら、一人で飲んだほうがまし」なのだ³¹⁾。

そんな S 氏は、「長い時間夢を見させてくれる絵画³²⁾」のように、内在化した時間が価値として表れるものを好む。一代で築いた富や、詰め込んだ教養に、どれほどの価値があるというのか。こうした性向は、長期熟成が可能なボルドーの格付けワインとまことに相性が良い。S 氏が言及したサン・テステフ村の格付けワインのうち、最も格付け上位のものを持参すれば、彼はきっと満足するはずだ。それはおそらく 2 級のシャトー・コスデストゥルネルであろう。

28) 同論考, p. 58.

29) Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Éd. de Minuit, 1979. ピエール・ブルデュー『ディスタンクシオン 社会的判断力批判 I・II』石井洋二郎訳、藤原書店、1990年。

30) 詳しくは鈴木隆芳（2020, 前掲）を参照のこと。

31) *La Distinction*, pp. 313-315.

32) *La Distinction*, p. 313.

⑦：ワイン対決プレゼンテーション——私ならこれを選ぶ

終了後に Google フォームを用いてアンケートを行い、講演についての感想を記入してもらったところ33件の回答があった。とりわけ好評だったのが、パネリスト5名（職員1名と卒業生ら4名）と共に行ったワインのプレゼンテーションだった。各位が事前にボルドーワインを選んでおき、その理由について画面越しに紹介するという形式である。前々日と前日にリハーサルはしたが、本番でのサプライズを期待し、各位が用意したワインとプレゼン内容については明かさずにおくことにした。いざ本番になってみると、受賞歴や生産年を頼りに選んだり、バイオダイナミ製法に基づく太陰暦と日本のお月見行事を重ね合わせたり、高級ワインのシャトー・マルゴーにあやかったり、キャッチコピーの愛らしさに注目したりするなど、各パネリストらの多様なプレゼンには感心させられた。また、若いパネリストらの朗らかで澆刺とした話しぶりは小気味良く、受講者にもその快活さが伝わったように思う。

以上までが予定していた講演内容だが、講演中には受講者からも Zoom のチャット欄を通じて質問や、自身で用意したワインの書き込みがあり³³⁾、それらにちなんだ話題を質疑応答では取り上げた。

4. 講演を終えて

今回の講演をオンラインでやることになったのは、あるひとりの職員の発案からだった。おかげで、本年も途切れることなく、3回目を行うことができた。講演を行った8月末は、5月から使い始めた Zoom にもようやく慣れてきた頃で、それまでに培ったオンラインでの経験を多少なりとも活かすことができたように思う。

そうは言うものの、試飲講座ができないのはやはり寂しい。また受講者の方々とワインを共にできる日が戻ってくることを待ち望んでいる。

謝辞

「今年もやりましょう」と声をかけてくれた黒正洋史氏、事務作業のみならずプレゼンテーションにも加わった後藤健治氏、同じくプレゼンをしたゼミ卒業生の関有希氏、青木佳真氏、プレゼンおよび資料朗読を担当した丸山由仁帆氏、松本香織氏、ディレクター&カンベ係を務めた鈴木晴香氏、そして、受講者のみなさま、ありがとうございました。

ワイン対決のプレゼンで私の選んだワインは「グッド・オーディナリー・クラレット」のマグナムボトル（通常の2倍の容量）³⁴⁾です。良き（グッド）日常（オーディナリー）が大いに（マグナム）もたらされるようお願いを込めて。

33) 講演案内に「お手元にボルドーワインをご用意下されると、よりお楽しみ頂けます」と掲載し、講演中にボトル表記のしくみについて言及した。

34) Berry Bros. & Rudd, Good Ordinary Claret Magnum (1500ml), 2015年。