

RTDのワイン「コッパ・ディ・ビノ」

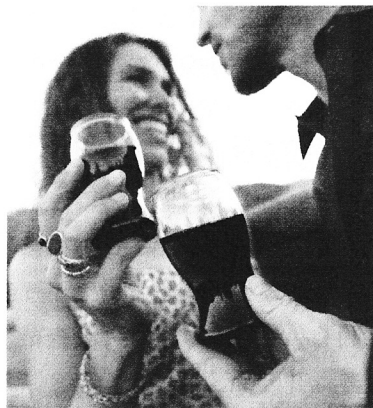
米国の飲料市場の80%は、RTDと呼ばれる商品によって占められている。RTDとは、“レディー・トゥ・ドリンク”の略で、瓶や容器をそのまま口に運んで飲める飲料のことだ。例えばコーラのようなソフトドリンク、ビール、ペットボトルの水などがそれだ。

ワインはこれまでRTDではなく、グラスのようなほかの容器に移していたが、ビールやコーラと同じようなRTDにしようという試みで作られたのが新しいワイン「コッパ・ディ・ビノ」である。

ワインをRTDにする試みは、有名な映画監督フランシス・コッポラのブドウ園をはじめ、多くの有名なブドウ園が何度も試みている。ジュース用の箱形の容器や瓶などにワインを入れたものだが、そのどれもが失敗に終わっている。RTDワインの持ちが短く、生産から販売という商品のライフサイクルに適合しえなかったからだ。その問題を解決したのが、このコッパ・ディ・ビノである。

真空密封で味の劣化防ぐ

コッパ・ディ・ビノは、コップ



ワインの賞味期限は1カ月

を半分に切った大きさの透明な容器に187mlのワイン（2.99ドル）が入ったものだが、この商品の秘密は容器が真空密封されていること。「ワインは酸素に触れるとただちに味や質の変化を起こす。だが、この商品は特許取得済みの技術で真空パックされているので、賞味期限は1カ月と長い。また、何の添加物もないので、上質のワインの味が保持できる」と、コッパ・ディ・ビノの開発者でブドウ園のオーナーでもあるジェイムズ・マーティン氏は言う。

2005年、フランス旅行のとき、列車の中でRTDワインに初めて出会った。それを見たとき、オレゴン州でブドウ園を経営する彼の脳裏に一瞬ひらめくものがあった。「ビールやジュースのようにワインを売ることができるのでは」。早速、そのRTDワインの発売元を探し当て、それが科学者のパスカル・カービン氏が発明した真空包装技術に依存していることを知った。彼はただちにカービン氏と契約を結び、真空包装を可能にする機械をフランスから200万ドルで輸入。試作品までに2年という歳月をかけた後、2010年5月に発売にこぎ着けた。

素材やインキも環境配慮

フランスの自動車の中のオリジナルRTDワインと違うのは、容器の素材をガラスからプラスチックに替えたこと。理由は「真空包装がしやすいことと、環境保護のため」と言う。「プラスチック

のカップはリサイクルでできるだけでなく、軽いので運送時に出るCO₂（二酸化炭素）排出量が3分の1に

減る。カップの上に印刷するロゴもUVインキ（紫外線硬化型インキ）を作って生分解性にした」と言う。6代にわたり、農業を専業としてきた家系だけに、「環境保護には非常に気を使う」と言う。

マーティン氏は、コッパ・ディ・ビノを2つのビジネスモデルで発展させたいと考えている。一つは自分のブドウ園から取れる6種類のワインを入れたコッパ・ディ・ビノそのものの販売。もう一つは、他のブドウ園のブランド商品を作ること。「ナバ（カリフォルニア）の有名ブドウ園のいくつかから引き合いがある」と言う。

新発売して6カ月のうちに、全米27州で販売できるまでに急成長した。2011年の売り上げ目標は350万ドル。次のゴールは「カクテルと日本酒をこの方法で販売すること」だという。

(マーケティング評論家

楓セビル)

DATA

会社名：Copa Di Vino
 代表者：James Martin
 住所：901 E 2nd St.
 The Dalles, OR 97058
 電話：541.298.8900
 URL：www.copadivino.com
 e-mail：info@copadivino.com