



# Executive Interview

エグゼクティブ  
インタビュー

no.73

このコーナーは神奈川トヨタのお客様である経営者の方にお話を伺うコーナーです。

アイコンニック ワイン・ジャパン株式会社  
代表取締役社長

## ダンバー アンドリュー 様

カリフォルニアワインを中心に輸入、販売業務を  
とり行うアイコンニック ワイン・ジャパン株式会社。  
事業を通じてワインの魅力を広め、愛好者を増や  
している代表取締役社長のダンバー アンドリュー  
氏にお話を伺いました。

### ■日本で積み上げた 仕事のキャリア

#### ——ご出身はどちらですか？

アメリカ中西部のネブラスカ州出身です。トウモロコシや大豆、畜産が盛んな農業地帯です。両親は建築家と不動産業で、農業とは関わりがありませんでしたが、いい素材で美味しい料理を作ることが大好き。豪華な料理を好むグルメではありませんが、ベースとなる食生活は健康的でありたいと思う家で育ちました。

#### ——日本に来るきっかけは？

ネブラスカの冬は雪深く、学生時代に打ち込んでいたトライアスロンのランニング、自転車のトレーニングが難しかったため、屋内でできる空手を始めてみたところ、予想以上にハマってしまいました。そこから専修大学との交換プログラムで約4ヶ月留学し、大学卒業後、貯金をはたいて再来日。輸入業、IT関連

など、様々な職種を経験した後、そろそろ独立して会社を立ち上げる頃合いだと思い、ワイン輸入業を始めました。2012年46歳のときです。ですから僕の仕事のキャリアはほとんど日本で積まれたものです。

#### ——ワイン輸入業をされた理由は？

昔からワインが好きでしたし、サンフランシスコからロサンゼルスにかけてのセントラルコーストで作られるワインは、日本であまり知られていなかったので、ぜひ紹介したいと思っていました。



カリフォルニアワインといえばナパやソノマ地区が有名ですが、生産量からいえば全体の4%程度。それよりも価格が安く味がいい、セントラルコーストのワインは狙い目だと思いました。この地域は、少しずつ気候風土が違っているせいで、多彩なワインを生み出してくれます。カリフォルニアワインは輸送コストや日数もヨーロッパ方面から運ぶより安く、短いのもメリットです。輸送期間は約2週間。冬以外は温度管理のため低温コンテナを使います。現在はオーストラリア、ニュージーランドからも輸入するようになり、扱うワイナリーも徐々に増やしています。

#### ——様々な職種を経験したとのことですが、最も役に立ったスキルは？

なんといっても営業経験です。得意先のレストラン経営者やソムリエの希望を理解し、それにあったワインを紹介する。そして生産者のバックグラウンドを説明



# 自信をもってお奨めする **ワイン**の **魅力と背景**をきちんと伝えていきたい。

することは必須。我々は両者の間をつなぐ役割をつとめることになるので、情報共有のための人間関係づくりにはコミュニケーション能力が欠かせません。試飲会などのイベントでできた縁を、次につなげていくのも営業の力です。スタッフとともにパンフレットやサイトの文章を監修し、広報を担当してくれている妻にも、とても助けられています。

## ——ご苦労はありましたか？

経験のない飲食業界に飛び込み、すべて一から一人で立ち上げたので、最初の2年半は、仕入れに始まり、書類作成、制作物作成、営業、納品と、ほぼ一人でやっていました。ですから、より効率的に営業できるシステムを構築することが大変でした。

自分の強みは母国語である英語で生産者と直接詳しい話ができること。また、日本で20年以上様々な営業を行ってきたので、日本語で顧客のレストランやソムリエの方々とも意見交換ができること。現地のトレンドをシェフに紹介すると喜ばれます。飲食業の方はとても忙しいので、限られた時間の中でワインの魅力を伝えるためのプレゼンテーションも工夫しています。

## ■個性あふれる 自然派ワインに注目

### ——御社の得意とするワインは？

大手メーカーが力を入れているのは、2,000円以下の価格帯のものが主流です

が、我々の顧客の飲食店は1ランク上の2,000円～4,000円台のワインに興味を持っています。ただ、価格に当てはまるのならどれでもいいというわけではなく、質がいいもの、料理に合うものを求められています。適したワインの提案はもちろん、現地を知る人間として、カリフォルニア料理などのメニュー提案のお手伝いもしています。

また無農薬の有機栽培ぶどうで作られ、添加物は極力控えた自然派ワイン（ビオワイン）にも注目しています。この分野の可能性に期待もしています。イタリア料理にはイタリアワイン、フランス料理はフランスワインを合わせる事が多いものですが、自然派ワイン愛好者はそこにこだわりません。気候と風土をダイレクトに反映した個性的な味ですから、そのよさを引き出すようなメニュー作りにもつながり、提供する料理の幅も広がっていきと考えています。既存のワインのイメージを超えたユニークな味に巡り会えるのも、自然派ワインの楽しみのひとつですから、年々愛好家が増えていっている理由は十分理解できます。

## アイコンニック ワイン・ジャパン株式会社

〒216-0006  
神奈川県川崎市宮前区宮前平2-4-8-501  
TEL:044-863-8157 FAX:044-863-8162  
<http://www.iconicwinejapan.com/>  
取材協力  
ROTI ROPONGI(ロティ六本木)  
東京都港区六本木6-6-9ピラミデビル1F  
TEL:03-5785-3671  
<http://www.roti.jp/ja/>

## ——大切にしていることは？

当社で扱うワインは全て現地に赴き、ワイナリーの設備や管理なども含め、全てを把握し、確認してから、帰国後に改めて検討して契約を決めます。現地を試飲したときの直感だけでなく、日本の環境でどう感じるかも検証し、何度も試飲を重ねたうえで総合的に判断することが大事だと考えています。

ワインを楽しまれる方は特に、どんな人が造ったものなのか知りたいものですから、造り手のストーリーはしっかりと伝えていきたいです。輸入業者としては、生産者と消費者をうまくつないでいく役割を、イベントなどを通して実現していきたいと思っています。



## Iconic Wine Japan

社名のロゴ「J」部分はJapanの意味と、ワイングラスをイメージ。サイトには取り扱いワイナリーの詳しい説明があり、直販も行っているため、新しいワインを発掘したい方はぜひチェックを。

## <インタビューを終えて>

とても流暢な日本語とわかりやすい説明で取材に応じてくださいました。日本への理解は空手を通じて育んだとのこと。そのとき生まれた家族的なつながりには本当に感謝しているとおっしゃっていました。

空手の段位は4段と、かなりの実力者。営業時にはワインボトルを最低でも3本は抱えていくとのことですが、必要な体力も空手が鍛えてくれたそうです。