イタリア、Gran Selezioneを2026年以前に規則へ盛り込んだ原産地呼称に限定

改正法はChianti Classicoの最上位カテゴリーを保護し、より広域のChianti呼称がGran Selezioneを後から使用することを禁じる

2026年11月13日（金）



イタリアはワイン法を改正し、2026年1月1日より前に生産規則へGran Selezioneの呼称を盛り込んでいた原産地呼称に限って、この用語の使用を認めることになった。この措置により、Chianti Classicoの最上位カテゴリーが保護され、より広域のChianti呼称との長年の争いに決着がつく。

イタリア上院は11月4日、ColtivaItalia法案を最終承認した。同法案には、2016年統合法（法律238/2016）第31条の改正が含まれる。新たな条文では、保護対象の原産地呼称のうち、2026年の開始前から規則でGran Selezioneの使用を認め、規定していたワインに限り、当該呼称に付随する法的要件を満たすことを条件に、この用語を使用できるとしている。

Chianti Classicoにとって今回の改正は重要だ。Gran Selezioneは2014年以来、この呼称の最上位カテゴリーとなっている。改正により、他の原産地呼称が後から同じ用語を採用することは阻止される。これによって、Chianti Classicoの生産者がプレミアム市場で10年以上かけて築いてきたカテゴリーへの権利が強化される。報道時点で法案は議会での審議を終えていたが、イタリア官報への掲載時期と施行日はまだ確認されていなかった。

この問題をめぐっては、トスカーナ州で長年にわたり論争が続いてきた。2019年11月、Chianti DOCGのコンソーシアムは、自らの規則にGran Selezioneを加える改正を目指し始めた。この提案に反対したChianti Classicoのコンソーシアムは、この用語がワインの差別化と価値向上を図る戦略の中核になっていると主張した。Chianti DOCGの改正案は省の承認を得られなかったが、より広い法的な問題は未解決のままだった。論争が続く中、トスカーナ州政府は2022年、ChiantiへのGran Selezione導入について立場を示さないことを選んだ。

新法は、既存の使用実績を優先する形でこの問題に決着をつけるとみられる。2026年1月1日より前からこの用語を規則で定めていた原産地呼称に対象を限定することで、立法者は広範な拡大を認めるのではなく、既存の使用を保護する方式を採用した。同じ規定は、イタリアのワイン規則における独立した伝統的表示としてSupremoも導入する。ただし、法律の施行後、この表示を各原産地呼称でどのように適用できるかは、まだ明らかになっていない。

この論争が注目を集めたのは、ChiantiとChianti Classicoが、地域、規則、生産者団体のいずれも異なる別個のDOCG原産地呼称であるにもかかわらず、消費者に混同されることが多いためだ。Chianti Classicoはフィレンツェとシエナの間に広がる歴史的地域を産地とし、コンソーシアムが用いる黒い雄鶏のシンボルで識別される。Chianti DOCGはトスカーナ州のより広い地域を対象とし、複数のサブゾーンを含む。どちらもサンジョヴェーゼを中心とするが、生産規則は異なり、市場戦略も別々に展開してきた。

この違いはラベル表示において重要だ。異なる原産地呼称で同じ最上位用語を使えば、とりわけイタリア国外の購入者にとって、2つのカテゴリーの違いが分かりにくくなっていた可能性がある。Gran Selezioneの使用を、すでに同呼称を定めていた原産地呼称に限定することで、法律は混乱を抑え、価値の高い表示用語と特定のワインのアイデンティティーとの結びつきを強める可能性がある。飲料業界全体にとっても、表示基準の明確化につながり、産地とブランド認知に大きく依存するトスカーナのプレミアムワイン分野の国際的な位置づけを守る効果が期待される。

Gran Selezioneは2014年、annataとriservaの上位に位置するカテゴリーとして、Chianti Classicoの品質ピラミッドに加わった。認定を受けるには、他のChianti Classicoカテゴリーより厳しい条件を満たす必要がある。規則では、サンジョヴェーゼを少なくとも90%使用すること、生産者自身の畑で収穫したブドウのみを使うこと、瓶内熟成を少なくとも3カ月含む合計30カ月以上の熟成を求めている。生産者は、原産地呼称内のより細かな産地を示すため、イタリア語でUnità Geografiche Aggiuntiveと呼ばれる追加地理単位をラベルに記載することもできる。

このカテゴリーは時を経て、Chianti Classicoの生産者にとって重要な商業上の手段となった。Chianti Classicoワイン・コンソーシアムが示した数字によると、2014年のカテゴリー導入時にGran Selezioneの認証を受けたワイナリーは33軒だった。現在、コンソーシアムは197軒が少なくとも1銘柄で認証を取得し、対象ラベルは256に上るとしている。それでも、このカテゴリーがChianti Classico全体の生産量に占める割合は約5%にとどまり、規模は小さいものの、呼称の

生産に大きな影響力を持つ。

こうした数字から、法的保護が重要な理由が分かる。生産量に占める割合が限られた表示でも、輸出市場やレストランのワインリスト、専門小売店では、それを上回る存在感を持ち得る。プレミアムカテゴリーは、品質を示し、高価格を正当化し、ある地域のワインを近隣の競合産地と差別化するためによく使われる。Chianti Classicoの生産者は、Gran Selezioneは単なる熟成カテゴリーではなく、畑の個性を反映したワインを打ち出し、呼称の評価価値を高める幅広い取り組みの一部だと主張してきた。

このカテゴリーの発展は、生産者のラインアップにも表れている。イタリアのワイン報道で例として挙げられているのがFèlsinaのRanciaだ。同銘柄は2021年ヴィンテージから、Castelnuovo Berardengaの地理的単位のもとでGran Selezioneカテゴリーに移行した。こうした事例は、生産者が既存ワインをより上位のカテゴリーに位置づけ直し、産地との結びつきを強めるために、この表示を活用してきたことを示している。

法改正の支持者は、Gran Selezioneに関連して生産者がすでに行ってきた畑や醸造、マーケティングへの投資について、より確かな見通しが得られると述べている。この改正はChianti Classico自体の生産要件を変えないため、主な影響はワインの造り方ではなく、誰がこの用語を使えるかに及ぶ。この違いは、複数の市場向けに在庫やラベルを管理する企業にとって重要だ。規制の明確さは、包装の決定、販売業者との情報共有、長期的なブランド戦略に影響する可能性がある。

Chianti Classicoコンソーシアム会長のGiovanni Manettiは、上院の承認を重要な成果と評し、生産者はプロジェクトのアイデンティティーと価値を守るため、長年取り組んできたと述べた。この発言は、論争を通じてChianti　Classicoの生産者が主張してきた中心的な論点を反映している。Gran Selezioneは呼称のプレミアムなアイデンティティーを特徴づける要素となっており、独自の規則と産地を持つ別の原産地呼称へ広げるべきではない、という主張だ。

改正が公表され、施行されれば、Chianti Classicoはより強固な法的立場を得ることになる。この措置はまた、今後イタリアが伝統的なワイン表示をどのように扱うかを示す一つの基準となる。新たなマーケティング手段を求める原産地呼称の利害と、ある用語が市場で特定の意味をすでに獲得したとする呼称側の主張とのバランスをどう取るかが問われる。ワイナリー、輸入業者、小売業者にとって実務上の影響が最も直接的に表れるのは、ラベルと販売時の表現だ。イタリア法のもとで、Gran Selezioneは引き続き、より限定されたワイン群に結びつけられる。