

＊連載 「脱・中央依存」―自立へのシナリオ④

# ワイナリー、農家、行政が築く「風土のブランド」

―葡萄づくりに新しい価値・山梨県&勝沼町―

福田 志乃 地域経営コンサルタント(地域政策プランニング代表/日本工営(株)技術嘱託)

## 一 企業か、地域ぐるみか

近年の発泡酒人気で、若い人たちのビール離れが加速している。ワインはと言えば、日本のワイン消費の歴史は極めて新しく、欧州のように生活・風土に根差したお酒というより、フランス料理やイタリア料理のテーブルを飾る「ファッショング」<sup>①</sup>として扱われてきた。一九九〇年には、全酒類中のワイン消費量は全国的に見て1・3%だったが、輸入ワインの関税引き下げと赤ワインブームが拍車を掛け、十年後の二〇〇〇年には同2・8%と、シェアは二倍以上となった。

しかし、消費されるワインの質は大きく変わってきたようだ。バブル経済崩壊後、高級感のあるフランス料理やイタリア料理のレストランでのワイン消費量は減少し、それと反比例するようにファミリーレストランや居酒屋での消費が増加。当然のことながら、国産どころか、仏・伊・米国産ワインも押され、チリや南アフリカ産といった比較的価格の輸入ワインが台頭している。

こうした日本でのワイン消費動向は、「ワイン文化が日常生活に広く浸透してきた」とする肯定的な意見と、「欧米のような文化ではなく、商業主義によるジュース感覚の品質の悪いワインが定着しつつある」とする否定的な意見の賛否両論を生んでいる。

筆者は、地域経営を専門とする立場上、この問題には「判断するのは消費者(市場ニーズ)」だと簡単には片付けられない側面が含まれていると感じ、今回の連載で取り上げた。ポイントには、「生産者、さらには『生産地』のこだわり」<sup>②</sup>にある。

いったい、国産ワインの産地、特に代表的な産地である山梨県関係者は、どのように消費の実態に対応しているのだろうか――。以下に挙げる課題に「誰が」「どのように」取り組みむかが最大の鍵となるのである。

①薄利多売のユニクロやマクドナルドの経営に倣うか、多少高価でも「ここにしかない質とサバイブ」<sup>③</sup>を売るルイ・ヴィトンの経営でいくか。

②ワインづくりは単なる一企業の問題に終わらないため、どこまで地域ぐるみで取り組む課題とできるか。即ち、地域にブランド力を付ける『地域経営』<sup>④</sup>戦略としてのワインづくりにできるか。

\* \* \*

現実的に考えるならば、ワイン醸造者らは自分のワイナリーが儲かればよく、葡萄づくりの農家も安定的に葡萄を買ってくれるワイナリーが存在すればよい。しかし、もし、最高級までは目指さず、「まあまあ」の質で手頃な価格で大量に安定供給できれば、という量販店のニーズに応えることが、県内の農家やワイナリーの目標になっているのだとしたら……。行政が口出しする話ではないが、「産業者がそういう意識で、地域が生き残れるのだろうか」――。実は、山梨県の通称「ワイン特区」<sup>⑤</sup>は、このような課題に一石を投じたものだったのである。

## 『フルーツ王国』の歴史が風土や景観に

筆者はサラリーマン時代に、山梨県に五年間は







図表4-2 勝沼町ワイン原産地認証条例

(昭和五十八年十二月二十七日、条例第十三号)

|   |
|---|
| <p>勝沼町ワイン原産地認証条例(昭和五十四年条例第二十号)の全部を次のように改正する。</p> <p><b>(目的)</b><br/>                 第一条 この条例は、ワイン原産地認証を行うことにより、勝沼町におけるワイン産業の伸展を図り、併せて優良原料ぶどう生産の振興に資することを目的とする。</p> <p><b>(定義)</b><br/>                 第二条 原産地認証(以下「認証」という。)とは、勝沼町で生産されたワインについて、この条例で定める基準により審査し、適合する品質を具備するワインを認証することをいう。</p> <p><b>(申請)</b><br/>                 第三条 認証を受けようとする者は、次の事項を記載した申請書を規則で定めるところにより、町長に提出しなければならない。<br/>                 一 申請者の氏名(法人にあつては、その名称及び代表者名)及び主たる事業所の所在地<br/>                 二 ワインの名柄及び数量<br/>                 三 原料ぶどうの産地及び糖度<br/>                 四 醸造経過の概要<br/>                 五 その他必要と認める事項</p> <p><b>(申請者の資格)</b><br/>                 第四条 この条例の規定により申請することのできる者は、勝沼町内に事業所を有する者で、酒税法(昭和二十八年法律第六号)第七条第一項の規定による製造免許を有するものとする。<br/>                 2 前項の規定にかかわらず第十二条に規定する処分を受けた者は、処分の日から五年以内で町長の定める期間、申請をすることができない。</p> <p><b>(認証の基準)</b><br/>                 第五条 認証の基準は、次の各号に定めるところによる。<br/>                 一 酒税法第三条第八号に定める果実酒であつて、勝沼町で生産された甲州種ぶどうを原料とすること。<br/>                 二 前号の原料ぶどうは、規則で定める糖度を有すること。<br/>                 三 第六条に規定する審査に合格すること。<br/>                 2 前項の認証にあつては、特に優良なワインについて格付けすることができる。</p> <p><b>(審査)</b><br/>                 第六条 認証のための審査は、次の各号に掲げるものとする。<br/>                 一 書類審査<br/>                 二 官能審査<br/>                 三 分析審査<br/>                 四 その他必要と認める審査<br/>                 2 前項に定める審査に関し必要な事項は、規則で定める。</p> <p><b>(認証)</b><br/>                 第七条 町長は、申請に係るワインを審査し、基準に適合したものを認証するとともに、申請者に規則で定める認証書を交付するものとする。<br/>                 2 前項の規定により、認証書を交付したときは、直ちに、その旨を公示するものとする。</p> <p><b>(認証の表示)</b><br/>                 第八条 認証書の交付を受けた者は、認証を受けたワインを市販に供するときは、その容器に規則で定める認証の表示をしなければならない。</p> <p><b>(委員会)</b><br/>                 第九条 第六条に規定する審査及び優良原料ぶどう生産の振興を図るために、ワイン原産地認証委員会(以下「委員会」という。)を置く。<br/>                 2 委員会は、第六条に規定する審査について必要があると認める場合は、申請者に対しその申請に係る諸帳簿及び伝票の提示を求め、又は質問することができる。</p> <p><b>(委員会の組織)</b><br/>                 第十条 委員会は、委員二十名以内で組織する。<br/>                 2 委員会の委員長は、勝沼町長をもつて充てる。<br/>                 3 委員長以外の委員は、ワイン及び原料ぶどうについて学識経験を有する者のなかから町長が委嘱する。<br/>                 4 委員会に官能審査のため、専門審査員を置く。<br/>                 5 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。<br/>                 6 前各項に定めるもののほか、委員会に関し必要な事項は、規則で定める。</p> <p><b>(検査)</b><br/>                 第十一条 町長は、認証をしたワインの品質保持の徹底を期するため、職員に認証の表示のあるワインを検査させることができる。<br/>                 2 前項の検査について必要ある場合は、申請者の事業所に立入り、必要の限度において当該認証に係る諸帳簿及び伝票の提示を求め、又は関係者に質問することができる。<br/>                 3 第一項の検査を行う職員は、規則で定める身分証明書を携行し、関係人の請求があつたときは、これを提示しなければならない。</p> <p><b>(処分)</b><br/>                 第十二条 町長は、第十一条第一項の規定による検査の結果、申請者が故意又は過失により、認証したワインと異なるものを、認証を受けたワインとして販売していることを知つたときは、当該ワインに係る認証書の交付を取り消し、当該ワインの回収及び認証の表示の除去を命ずるとともに、その旨を公示するものとする。<br/>                 2 町長は、第十一条第一項の規定による検査の結果、認証したワインが小売店において変質していることを知つたときは、直ちに、申請者に変質したワインの回収及び認証の表示の除去を命ずるものとする。</p> <p><b>(委任)</b><br/>                 第十三条 この条例で定めるもののほか必要な事項は、規則で定める。</p> <p>附 則<br/>                 この条例は、公布の日から施行する。<br/>                 附 則(平成九年条例第五号)<br/>                 この条例は、公布の日から施行する。</p> |
|---|





日本初の国産ワインコンクール(7月24日、甲府市)

リー経営者だけでなく、住民や農家、宿の経営者、行政職員にも地元ワインのファンが多く、仕事の後に日常的にワインを飲んでいる人、休日だけワイン用の葡萄酒農家に変身する人も少なくない。集まれば、ワインの醸造年や醸造者、その年の気候や葡萄の話に花が咲く。実にうらやましいことだが、甲府盆地に広がる葡萄酒を眺めながら、ワイングラスを傾け、地元産の葡萄酒を楽しむというお洒落な生活時間が、勝沼町には存在しているの

である。

「ワインは、その土地の風土と文化を飲むお酒」……。そんなフランスのワイン哲学に、一歩でも近づきたい。産地を訪れ、その土地の食と併せて、葡萄酒の景観を楽しみながらワインを飲んでもらえるような「地域ぐるみ」のホスピタリティーを提供したい。筆者がこの連載の取材のために勝沼町を訪れた時も、そんな話で盛り上がった。ここで少し、勝沼町のワイン振興の経緯をご紹介します。

以下は、西暦七十八年に伝えられた伝統の甲州葡萄酒を使用して本格的にワイン醸造を始めてからの三十年の歩みであり、ワイン事業者と行政とが一体となって進めてきたものである。

- ◆一九七二年 勝沼町ワイン振興会(現在の勝沼ワイン協会)が発足。
- ◆七五年 町産ワイン品質審査会が発足。(以降、毎年二回開催)
- ◆七六年 仏・ブルゴーニュ地方のワイン銘醸地、ボーヌ市と姉妹都市締結。翌年、仏のワインコンサルタント、ソーニエ・ブラシュ氏を招待。
- ◆七九年 町議会が「勝沼町ワイン原産地認証条例」(図表4-2に全文)を制定(ワイン産地のブランド化)。
- ◆八四年 第一回ワイン原産地認証審査会を開催。四社が認証される。(以降、毎年一回開催)
- ◆八六年 若手醸造家が構成される「勝沼ワインナリークラブ」が新酒祭りを開催。(以降、毎年一回開催)

◆八七年 東京都新宿区にアンテナショップを開設。

◆九〇年 パリ国際食品見本市に、勝沼ワインナリークラブがオリジナルボトル(勝沼産ワイン)を出品。

◆九一年 醸造家を対象に、欧州の葡萄栽培技術である「垣根式栽培技術研修」を実施(これまでの日本の葡萄づくりは「棚」だった)。第一回町産ヌーヴォーワインの品質審査会を開催。(以降、毎年開催)

◆九五年 「白の甲州種」の高い品質を引き出す樽貯蔵、樽発酵、シュールリーなどの新醸造法が、品質審査会で評価され、大きな転機に。

◆九六年 原産地認証ワインの取引が過去最高を記録。

◆九七年 原料葡萄に関するワイナリーと農家との契約栽培システムの導入。

◆九八年 健康志向を反映した赤ワインブーム到来。

◆二〇〇一年 世界最優秀ソムリエ(九五年)になった田崎真也氏による講演「国産ワインの生き残り策を探る」開催。翌月、品質向上、需給安定等の振興策を協議する「勝沼町ワイン産地進振興会議」が発足。

こうした勝沼町だけに、伝統の甲州葡萄へのこだわりも一際強い。生食用の高級化や輸入ワインとの価格競争もよいだらうが、大切なのは、千三百年の歴史と風土に培われた財産としての



「甲州葡萄酒の文化」を忘れないこと。また近年、同町では、種無し葡萄酒をつくるための一房ごとの作業を行う地元中学生による体験学習、高校での後継者育成、町内外の参加者を募ったワイン愛好家への葡萄酒栽培技術研修、といった事業を実施し、人材育成にも努めている。低迷する国産ワインや甲州葡萄酒の問題を前に、何とか輸入ワインに負けない「和食」に合った100%甲州葡萄酒使用のワインづくりにチャレンジするため、〇二年には、地元産葡萄酒を使ったワインの消費動向調査などを行う「二十一世紀甲州ぶどう産地活性化対策事業」もスタートさせた。

### 「総合地場産業」としての特区

#### 「葡萄酒づくりから」始めるための規制緩和

山梨県が構造改革特区で、ワイン産業を対象としたのも、そんな地元の動きと連動している。日本のワイン醸造者の四割が集積し、葡萄酒やワインの生産が全国一位という実績に加え、県下の豊かな農業や地場産業の中でも、ワイン産業には、「農業、製造業、流通・商業、観光・文化、地域景観、人づくり……」などをトータルにつなぎ、地域に多様な経済的・文化的価値を生み出す。総合地場産業となり得る」というポテンシャルを見いだしたからだ。

最初に、県庁内でワイン特区の話の切り出したのは、企画系や農業系や観光系の部署ではなく、

工業振興課だった。ワインの生産・販売の低迷を見ての提案だった。ただ実際には、一流のワイナリー経営者や勝沼町等の市町村では、「ワインづくりは、葡萄酒づくりからが大切」との発想がある。このため、ワイナリーがワインをつくるには、農家から葡萄酒を買い上げるしかないという点に課題を見いだしていた。それは、「(契約しているの)で」必ず買い上げて貰える」と考える農家には、「ワインへの想いやこだわり」が弱いことも多く、生食にできなかった余剰葡萄酒をワインに回すという意識が、どうしても付きまとうからだ。しかし、ワイナリー側から見れば、丹精にワイン用としてつくられた葡萄酒を使ったワインと、そうでないワインとの品質上の「差」は明白である。

筆者が取材中に回った県下トップクラスのワイナリーも、①まずは大きな「自己投資」をして欧州の技術にも学び②自家葡萄酒農園を持つて手づくりで栽培し③風土に合った葡萄酒の品種改良を独力で重ね④「この葡萄酒から、次にどんなワインが生まれるか」の試行錯誤を繰り返している……そんな熱血経営者ばかり(後に紹介する)。こうした関係者の意識改革への期待もあり、山梨県には「もつと、ワイナリー自身が良質の葡萄酒をつくらう」、即ち、「既存のワイナリーや新規参入者が、葡萄酒取得しやすい環境(農地の流動化促進)」を」という地元の意見が寄せられた。

実は、現行の農地法では、農地を取得するには農業生産法人であることと、最低施行農地面積が

五十坪以上であることが義務付けられている。「ワインづくりは、葡萄酒づくりから」を目指し、小規模の農地を手に入れた山梨県内のワイナリーにとっては、

①原料用の葡萄酒栽培を行う農地を確保しようとする場合、農業生産法人の要件を満たす体制をつくる(三人の農業従事者を含む、七人の取締役がいる株式会社)か、要件を満たす別法人を設立しなければならぬ。

②斜面地や山林が多い甲府盆地では平坦な農地が少ないだけでなく、小規模な遊休農地や耕作放棄地を集約して最低施行農地面積に相当する五十坪のまとまった農地にすること自体が困難。

③ワイナリーの多くが中小企業であり、五十坪以上の土地を購入して開墾・農地造成まで行うにはリスクが大き過ぎる(五十坪以下の規模で、ベンチャー的に取り組む機会が必要)。

……といった現場に適応しない、国の規制そのものがネックだったのである。

このため、国の特区推進の動きは、追い風となった。〇二年時点でのワイナリー経営者へのアンケート(葡萄酒栽培をしていないワイナリー七十六のうち三十七からの回答)では、原料葡萄酒栽培の農地取得希望者が十九(約50%)もあり、特例措置の活用を望んでいる事業者が十五もあることが確認できた。

そこで山梨県は「ワイン産業振興特区」として、  
◆農業生産法人でなくても、各市町村や県農業



振興公社が遊休農地を所有者から買い上げて、ワイナリーなどに貸し付ける仕組みを認める。

◆農地取得を五十坪以下でも可能とする。

……ことを提案。○三年四月に、国の構造改革特区の第一号として勝沼町をはじめとする二市八町五村が認証された。県内でも総合政策室や農政、商工労働観光、総務といった部の課長級から

成る連絡会議が置かれたほか、総合政策室内には市町村や農家やワイナリーといった現場と連絡会議との情報の一元化を円滑に図り、農家やワイナリーの現場を支援するプロジェクトチームが設置された。

まず手始めに、今年の七月には、国産ワインの品質や知名度の全国的な向上を図ろうと、国産備

## みんなにできること

最近発売されたハイブリッド車、新型「プリウス」に試乗した。驚きの連続だった。まずは、キーの穴がない。スタートは丸いボタンを押すだけ。まるで電灯をつけるような手軽さだ。

その訳は、発車する低スピード時は電気で動くからだ。次の驚きは、チェンジレバー。前進とバックしかない。ロー、セコンド、ドライブには分かれていない。理由は聞かなかった。

第三の驚きは、車庫入れが「自動」なのだ。コンピュータで停車位置を決め、バックにギアを入れると、すると動きだす。ハンドルが自分で勝手に動き、少し



時間はかかるが、安全に停車位置に収まる。スピードが出過ぎると女性の声で「速過ぎます」と警告が出る。バックが苦手な、特に高齢者には優しい車だ。

そして最大の驚きは、燃費。今乗っている車は、市内走行でリッター当たり七リットルがせいぜい。ほぼ二週間に一回はスタンドに行つて五千円ぐらい払う。ところが、である。プリウスは何とリッター当たり三十五・五リットルと驚異的な数字で、エコカーの面目躍如だ。

温室効果ガスの削減目標を定めた京都議定書が目標とするのは二〇〇八年度だが、日本では同ガスは減るところが増える一方。省エ

ネが叫ばれたのはいつのことか、だんだん意識も希薄になっていく。そんな折にこの車は新鮮だ。超高水準の燃費は、石油の使用量を減らし、ガスの排出量も少ない。

この車、同クラスの他の車より一割程度割高だが、通勤用に使うと二十数万円の公的補助が出る。営業用や公用車でも補助が出るだろう。それに、少々車の値段が高くて、燃費を考えれば、長い目で見て、得なのは間違いない。

電気で走るときは騒音もまったくなし。内装の多くがリサイクル製品でつくられている。わが国の環境技術をふんだんに使った車である。「温室効果ガス削減に、こんな身近なところから取り組んだら」と、全国の社長さんや役所の人に利用を勧めたくなる車だった。

(梅)

萄100%使用のワイン生産道県(北海道、山形県、山梨県、長野県)の共同開催で、仏・ポルドー大学教授をはじめとする外国人審査員を招待しての国産ワインコンクールが開かれた(5坪に写真)。また、県内に三つ存在するワイン関連研究機関(果樹試験場、県ワインセンター、山梨大学ワイン研究センター)に蓄積されたそれぞれの葡萄品種改良技術やワイン発酵・醸造技術の連携を図り、試験・研究と産業化(実用化)の迅速化を図ることも目指している。

## 「特区」を生かす行政の役割

取材中に、県下では名実共にトップクラスの四つのワイナリーを訪れた。いずれも、「手づくりの葡萄」を手掛ける「こだわり派」で、葡萄づくりのコストと一級品の品質から、価格破壊には参加しない立場である。九二年にフランスの醸造技術者協会が主催した国際コンクールで銀賞を獲得した勝沼醸造(株)では、甲州葡萄と欧州系ワイン専用品種の品種改良を続け、平棚から垣根栽培へ、さらには「木立栽培」へと、葡萄栽培手法とワインの味わいとの関係を余念なく探求してきた。「ワインづくりはF1レースのようなもの。収益よりも、夢とエネルギーと自信になる」と語る勝沼醸造(株)の経営者は、葡萄畑が眺められる地にレストランも構えてしまう凝りようだ。

「醸造家は表現者。ワインにはつくる者の魂が刻まれる」と語る丸藤葡萄酒(株)の経営者も、東



京・神楽坂に自らのレストランを出し、大市場を相手に挑戦を続けている。それ故に「輸入ワインを混ぜる限り、農家に美味いワインが飲みたいという気持ちがない限り、ホンモノの産地化は難しい」との厳しい見方を示す。

一九一七年に甲府で創業した老舗の佛サドヤ醸造場は、初代と二代目がフランスに留学し、ワインづくりを学んできた。昭和初期には甲府盆地に自家農園を開墾し、仏系品種の日本での栽培に成功。八九年にはフランスに葡萄農場を取得。三代目は、「自分たちが主張できるワインを追求しながら」世界と日本との二つの舞台で勝負する。「守りに入ったら負け。成功は挑戦の先にしかない」。「特区の実施には、行政の助成は不要。民間の自立こそ最大の課題」というメッセージは、自らが資金や時間やエネルギーを投資し、日本のワインの歴史を切り開いてきた人だからこそ、の言葉だ。

こうした山梨の優れたワイナリー経営者(チャレンジャー)たちの誰もが口にするのは、行政批判ではなく、「民間人の自立意識」なのである。ワインづくりが好きでたまらない夢追い人たちが、プロジェクトXの山梨県版に見えた。

さて、ここからは筆者が考える今後の山梨県の戦略である。先に述べた勝沼町をはじめとする二市八町五村の「ワインづくりは、葡萄づくりから」を本格的に実現するには、やはり、農業者やワイナリーといった民間事業者自身の意識改革が

最重要だろう。この地域の意識は、行政が旗を振ってイベントを開催しても、インセンティブを付与しても、継続的・発展的な変化が起きるとは限らない。それは、全国の事業者に対する一律な補助金行政や各種助成で、日本の各地域には「守って貰って当たり前」「行政からのインセンティブがあつて当たり前」との意識があるのも否めないからだ。イベントも全国的に特産品を「売り」に展開されており、どこまで地域に定着しファンをつかめるかが課題である。

要は、「やる気のある事業者をいかに伸ばすか」「どうやって、やる気を起こさせるか」、それと同時に「みんなが地域をどう創るか」のビジョン(理念と目指す方向)の合意形成がなされていないと、事業者ごとのワインづくりや一過性のイベントに終わってしまい、「山梨の風土基盤・地域文化としてのワイン」まで醸成していけない。

その意味で、県庁内でも関係市町村でも、産業・経済関係と企画・総務関係だけでなく、地域の景観をトータルに創る都市計画・土木関係、地域文化と総合学習を一体化する教育・文化関係、葡萄づくりと健康を考える福祉関係……といった幅広い部署との総合行政化(筆者が過去の連載で提唱してきた総合地域政策)が望まれるだろう。「風土としての、この地域にしかない本格的な国産ワインづくり」とは、どういうことを意味するのか(どういうところまで目指すか)を、すべての行政部署や地域の関係者と膝を突き合わせて話

し合わなければ、「葡萄風土のイメージ」は真に築けないのである。

### 山梨県&勝沼町の「ワイン」に思う

現実問題として、県や市町村が、葡萄農家が、九十以上のワイナリーが、同じ目標(イメージ)を持つことは非常に難しい。しかし、山梨県の場合は、①長い歴史や豊かな文化の存在②プロフェッショナルな人材(チャレンジャーたち)の存在③大学や関係機関と提携した高い技術④豊かな風土とそこでの生活を愛しむ人々の存在⑤首都圏という大市场(チャレンジャーの場)への近接性……など、高い地域ポテンシャルがある。これらを勘案すると、客観的に見ても、山梨のワイン特区は「地域ぐるみ」で地域産業と文化を見直し、将来に向けて個性豊かに育てる最良の機会となることを予感させる。ただ、その実現には、自治体の想いと手腕に懸かる部分も大きい。

「地域がどう生きるか」——に言葉で答えるのは易しく、実際に現場をマネジメントするのはとても難しく、難しいことは、筆者も百も承知だ。だが、民間や地域の人たちの意識を自覚めさせ、人々の想いをつなぎ夢を実現する……。そうした「内面の」コーディネート的な役目こそが、現在の山梨県と勝沼町など十五市町村に課せられた使命、なのかもしれない。山梨のワイン風土が日本人を魅了し、また世界に通用するワイナリーが沢山育つ日を心待ちにしたい。