

ワインによる地域活性化の取組について

企画・人材育成グループ	能登川 亜美
地域創生・情報広報グループ	横山 泰成
地域創生・情報広報グループ	市井 敦也

目次

1. はじめに	3
(1) 調査の背景・目的	
(2) 事例の選定	
2. 調査事例	3
(1) 山形県高畠町	3
① 高畠町の概要	
② 取組の経緯	
③ 取組の内容	
④ 取組の効果	
⑤ 今後の展望	
(2) 福島県郡山市	6
① 郡山市の概要	
② 取組の経緯	
③ 取組の内容	
④ 取組の効果	
⑤ 今後の展望	
(3) 山梨県甲州市	8
① 甲州市の概要	
② 取組の経緯	
③ 取組の内容	
④ 取組の効果	
⑤ 今後の展望	
3. おわりに	10

1. はじめに

(1) 調査の背景・目的

傾斜した地形を活用する農業の 1 つに果樹農業がある。果樹農業に取り組んでいる地域においては、当該果樹が地域の農業生産額の多くを占めている地域が多く、そういった地域は主に中山間地域である。

一方、担い手の高齢化や後継者不足とあわせて耕作放棄地の増加や農業全体の衰退等の問題は、地域づくりの根底を揺るがしている。

農業生産物に付加価値を与え、加えて未利用も含めて生産物を産業活用する手法の 1 つに農業の 6 次産業化がある。6 次産業とは「一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組」のことをいう。今回の調査は特徴的な事例も多く、全国的に広く取り組まれている果樹の活用のうちブドウをテーマとした。ワイナリーにより、観光コンテンツづくりや地元食材とのペアリングによる新たなニーズの掘り起こしが注目されている一方、農家が単独で販路開拓、商品ブランドづくりに取り組むのはハードルが高く、メーカー、さらには地域の行政との連携が不可欠である。

そこで、「ワインによる地域活性化」に取り組む地域や事例について、6 次産業化に取り組んだ背景やその特徴と官民連携の手法について調査を行い、ワインによる地域活性化のポイントを探るものである。

(2) 事例の選定

調査地はワインの 6 次産業化に関して特徴的な取組を行っている次の 3 つの地域を選定した。

①山形県高畠町では、ワインを観光資源として活かすため、ワインツーリズムの核となる醸造場を誘致し、民間企業のツアー立案等に関する知見を取り入れながら、観光振興による地域活性化に取り組んでいる。

②福島県郡山市では、東日本大震災で農業を含む全産業が衰退する中で、郡山市と三菱商事復興支援財団が連携協定を締結し、従来生産していなかったワイン用ブドウの 6 次産業化に取り組んでいる。

③山梨県甲州市では、明治 2 年頃からワインづくりが始まった古い歴史があり、日本全国に約 400 か所あるワイナリーのうち 45 か所が存在し、そのワインを中心としたまちづくりを長年、総合的かつ着実にを行っている。

2. 取組事例

(1) 山形県高畠町

①高畠町の概要

高畠町は、山形県南部に位置し、人口 22,345 人（令和 4 年 4 月 1 日現在）の奥羽の山なみ深くに源流をもつ屋代川・和田川の扇状地に拓けた稔り豊かな町である。「丘、山に囲まれた稔り豊かな住みよいところ」は古事記で「まほろ」と表現されており、「まほろばの里」として地域のブランディングを図っている。

農業ではラ・フランス、ブドウ、リンゴ等の果樹栽培が盛んで、特にブドウの生産量は県内 1 位、全国 7 位（令和 2 年）であり、町内にある「高畠ワイナリー」の製造用のブドウも生産されている。

②取組の経緯

高畠町はブドウの産地であり、昭和 63 年 12 月にはブドウ栽培に適した立地でブドウの安定生産が確保できることを理由にワイン製造企業「株式会社高畠ワイナリー」の進出が決定した。高畠町のブドウ栽培は、雪害によりブドウの品質が落ち、安価で販売せざるを得ないなど、収入が不安定だった。ブドウ栽培農家の収入を安定させるためには、出荷先確保やブドウを加工し販売する必要があった。そこで、企業がブドウの加工を担い、出荷先にもなることで、農家の収入安定につなげる取組が始まった。

③取組の内容

「高畠ワイナリー」は、山形県の気候に適応する優良専用品種の栽培技術の確立や輸入ワインに劣らない国産ワインの製造により、地域産業の発展に貢献したいという思いから、100 年かけてでも世界の「プレミアムワイナリー」に並ぶことを目標として「高畠ワイナリー 100 年構想」を掲げている。これまでの「ワインづくり」を主軸とした製造会社から、お客様へワインのある暮らしや体験（経験）を提供できる「コトづくり」ワイナリーの実現を目指している。

ワインづくりに必要なブドウは、量だけでなく質も重要であり、その質がワインの味を大きく左右することから、高畠ワイナリーでは、町内の農家と出荷量及び品質について契約を締結している。品質確保の方法として、ワイナリーの栽培担当者が契約農家のほ場を巡回し、営農指導を行っている。契約農家は、ブドウ出荷先が確保されていることで収入が安定し、ワイナリーから営農指導を受けることで技術が向上している。企業にとっては、農家との契約栽培により品質の良いブドウを一定量確保でき、安定したワイン製造ができる。このように、企業と農家が共存関係を築いている。

町では、ワインに関連して次の 3 つの取組を行っている。1 つ目は、ワイナリーと農家の契約栽培における買取価格の調整と栽培設備の投資に対する補助である。2 つ目は、ワイナ

リーを新たな観光施設と位置付けし、ツアー誘致や体験型観光商品としてPRすることである。3つ目は、高畠ワインが製造したワインを高畠町独自のブランドである「たかはたブランド」に認定することで、「たかはたブランド」の認知力向上とワインの付加価値向上を図ることである。



(高畠ワイナリー外観・筆者撮影)



(高畠ワイナリー受賞歴・筆者撮影)

④取組の効果

ワイナリーが開業して約30年(平成2年開業、令和4年現在)が経ち、町内の集まりには常にワインを用意するなどワインが地域に定着している。高畠ワインは、ロンドンで開催される世界最大級で最も権威あるワインコンペティション「International Wine Challenge」で入賞を重ねるなど品質と認知度が向上している。ワインの認知度向上に伴い、地域ブランドの認知度も向上するなど相乗効果を生んでいる。

また、ワインと地元食品のペアリングにより、地元食品の認知度向上にも寄与している。

さらには、旅行会社と連携してワイナリーを中心とした旅行商品の造成を行い、旅行者の誘客にもつなげている。

⑤今後の展望

町のブドウ農家は、全国的な課題と同様に高齢化が進み担い手も不足している。農家の減少はブドウの生産量減少に直結し、ワイン製造にも影響のある喫緊の課題である。この課題に対し、町はワインに関連する人材や企業の誘致に注力し、町内にコワーキングスペースを設けるなどブドウ及びワインの関係人口増加に取り組み、関係人口をきっかけとした、担い手確保を目指している。また、生産力が落ちることを踏まえ、品種を絞って品質を向上させ、付加価値を高めたブドウ及びワインの生産に取り組んでいる。

今後も「高畠ワイナリー100年構想」に向け、企業・農家・行政が連携を図っていく。

(2) 福島県郡山市

①郡山市の概要

郡山市は、福島県の中央に位置し、東北地方で仙台市、いわき市に次いで第 3 位の 323, 835 人（令和 4 年 12 月 1 日現在）の人口規模を誇る東北の拠点都市である。

農業では近年、「郡山ブランド野菜」や、三菱商事復興支援財団（以下「財団」という。）の出資によるふくしま逢瀬ワイナリーでのワインやリキュールの製造・販売等農業の 6 次産業化に力を入れている。

②取組の経緯

平成 23 年の東日本大震災をきっかけに、震災の影響を受けた農業や観光業等の産業を復興するため、市は被災した農地や施設の復旧、販売促進活動、事業再建支援、教育機関と連携した農業の担い手育成等に取り組んできた。

また、財団は、被災地における産業の復興および新たな産業の創出・創造に貢献することを目的に、東日本大震災発生から 1 年を契機に、平成 24 年 3 月に設立された。財団は、設立以来、被災した大学生への奨学金、被災地の民間企業への投融資等に取り組んできた。

¹

両者の思いが合致し、平成 27 年 2 月に市と財団が連携協定を締結し、その具体的取組の一つとして「果樹農業 6 次産業化プロジェクト」（以下「プロジェクト」という。）を立ち上げ、郡山市の復興を加速することとした。平成 27 年 10 月には、財団の出資により「ふくしま逢瀬ワイナリー」²が完成し、郡山市のほか、県内で生産されたリンゴ、桃、梨、ブドウを原料に、ワインやリキュール等の生産を開始した。平成 31 年 3 月には、初の郡山産ブドウで醸造したワインが発売した。発売初日は早朝から行列ができ、わずか数週間で完売しただけでなく、シードルについてはアジア最大規模の品評会「Fuji Cider Challenge 2020」で日本初の最高賞を受賞している。

③取組内容

プロジェクトは県産果樹の生産から加工、販売までを一連のものとして運営する新たな事業モデルである。現状、安価で取引されている規格外の生食用果実（桃・なし・リンゴ等）の利活用を図るとともに、新たにワイン用ブドウの生産農家を育成し、集めた果実を使用して、リキュール、ワインの製造・販売を行っている。

醸造所や加工施設の建設、販売等の地元農家だけで負担することが難しい初期費用、事業リスクを財団が請け負う形で 6 次産業化事業の確立を目指している。ワイン用ブドウを栽培するためのコンサルタントを付けており、直接栽培方法や技術に関するアドバイス等

¹ 資金については、三菱商事の拠出により運営されている。

² 一般社団法人化し、「一般社団法人ふくしま逢瀬ワイナリー」として事業を行っている。

を行っている。

また、生産者も平成 28 年 4 月に「郡山地域果実醸造研究会」を発足させ、逢瀬ワイナリーのセミナールームでブドウ栽培や販売の勉強会を継続的に開催するなど、栽培技術の向上に努めている。

さらに、逢瀬ワイナリーやプロジェクトの取組を多くの人に知ってもらうため、ワイナリーを会場とした季節ごとのイベントを開催するほか、地元小学生によるワインづくり体験や福島大学に試験農場を提供するなど教育面の取組を行っている。



(逢瀬ワイナリー外観・筆者撮影)



(逢瀬ワイナリー設備・筆者撮影)

④取組の効果

上述のとおり、「シードル 2018」はアジア最大級の品評会で最高賞を受賞したほか、「Vin de Ollage メルローロゼ 2021」は日本ワインの品評会「日本ワインコンクール 2022」でロゼ部門の奨励賞を受賞した。

また、令和 4 年 9 月時点で、プロジェクトによって市のワイン用ブドウ農家が 0 軒から 14 軒となり、市内農家の雇用創出や販路拡大に寄与している。郡山地域果実醸造研究会は、設立当初は 6 軒の地元果樹農家が参加していたが、今では 14 軒にまで増加している。

さらに、市の福祉課と特定非営利活動法人が連携し、障がい者に選果やラベル貼り等の就労機会を提供しており、農福連携の取組にも積極的である。

⑤今後の展望

ワインの製造・販売の体制については、プロジェクト開始から 10 年の令和 6 年までに、財団の支援なしで黒字化し、自走できるように地元運営事業とすることが最終目標だという。そのためには生産や製造の質の向上だけでなく、市民がワインを飲む文化や贈る文化を醸成したいと担当者は話された。郡山市では、市内向けイベント等の PR を続け、シビックプライドの醸成につなげることを目指している一方で、台湾への輸出も始め、市外への

販路拡大も図っている。

課題としては、ブドウ農家をはじめとした農家の後継者不足がある。このため、県内農業高校での授業や大学との連携による就農者増加施策に取り組んでいる。郡山市は、農業のデジタル化による就農を促進しており、生産者のみが把握している技術を測定装置等の活用によりマニュアル化することを進めている。

(3) 山梨県甲州市

①甲州市の概要

甲州市は、山梨県北東部に位置し、平成 17 年に東山梨郡勝沼町、大和村、塩山市が合併して誕生した人口 29,967 人（令和 4 年 12 月 1 日現在）の都市である。

旧勝沼町は明治 8 年に当時の勝沼村で、初めて輸入されたブドウを使ってワイン製造が始まった地であり、甲州葡萄に代表されるブドウと勝沼ワインの産地として知られている。

甲州市は日本のワイン生産の中心地の一つであり、世界的にも高い評価を得ているワインも多く存在する。県内外でのワインの認知度を高め地域活性化につなげるために、令和元年には山梨「ワイン県」宣言をした。特に、甲州市、山梨市、笛吹市の 3 市で構成されている峡東地域は、令和 4 年 7 月に「峡東地域の扇状地に適応した果樹農業システム」³として、世界農業遺産に選定されている。

②取組の経緯

江戸時代以前、日本で栽培されたブドウは甲州種だけであった。とりわけ四季の変化に富んだ山梨県の風土はブドウ栽培に適している土壌、気象環境である。明治時代には、富国強兵と殖産興業施策を押し出し、甲州地方では柱に桑、茶、ブドウなどを据え、ブドウ殖産とワイン産業興立に意気込んでいたとされており、甲州市におけるワイン産業の歴史は古い。初の民間ワイン会社である「大日本山梨葡萄会社」も同市に設立されており、昭和 45 年には日本のワイン造りの正統なる後継商品として「シャトー・メルシャン」シリーズが誕生し、日本のファインワイン造りの歴史の始まりとして広く知られている。

山梨県の甲州ブドウの年間生産量は 3,293t⁴であり、2020 年代のブドウ栽培地とワイナリーは山梨県に集中している。日本最大級のワインショップ「ぶどうの丘」を運営するなど、市全体でワイン産業に力を入れている。

³ 国連食糧農業機関（FAO）が平成 14 年から開始した、社会や環境に適応しながら何世代にもわたり形づくられてきた農業上の土地利用、伝統的な農業とそれに関わって育まれた文化、景観、生物多様性などが一体となった世界的に重要な農業システムを認定し、その保全と持続的な活用を図る国際的なプロジェクト。世界農業遺産には、令和元年時点で 57 件の登録、日本の農業遺産には令和 4 年 3 月現在で 5 件の登録されている。

⁴ 国税局課税部酒税課 国内製造ワインの概況 平成 30 年度調査分より

③取組内容

日本ワイン造りのパイオニアである日本最大手ワインメーカー「シャトー・メルシャン」は、情報公開を徹底している。例えば、日本固有のブドウ品種「甲州」での甲州ワイン製造の成功や、「シャトー・メルシャン 甲州きいろ香」の栽培方法、醸造方法等、本来なら企業秘密であるものを他のワイナリーに公開している。なぜなら、「シャトー・メルシャン」だけでなく、地域のワインや日本ワイン全体の品質が向上することが、日本はもちろん世界のお客様に日本ワインの美味しさを知ってもらうために欠かせないという考えがあるからである。

また、甲州ワインを多くの人に知ってもらうため、地域内外とのコミュニケーションも積極的に行っている。例えば、東京や品川でワインセミナーを実施することで、甲州ワインについて地域外の人へ伝えている。また、山梨県の新採用職員研修を「シャトー・メルシャン」で実施することで、山梨県のワイン産業について考えるきっかけづくりをしている。

さらに、「マイスターハイスクール」⁵に指定された県立農林学校の生徒や教職員の研修も受け入れており、ワイン産業に関する学習を通して6次産業化について学ぶことで、地域資源を活用し新たな価値を想像する人材育成に協力している。

一方、「ぶどうの丘」ではワイン販売や試飲提供を実施している。市職員が、ワインの勉強や市内ワインメーカーとの情報交換を通じて、正しい情報を正確に発信している。



(シャトー・メルシャン「ワイン資料館」内観・
筆者撮影)



(ぶどうの丘内観・筆者撮影)

⁵文部科学省の指定する、成長産業化に向けた革新を図る産業界と専門高校が一体・同期化し、地域の持続的な成長を牽引するための、絶えず進化する最先端の職業人材育成システム

④取組の効果

「シャトー・メルシャン」は地域の農家と情報交換を活発に進めることで、取引農家だけでなく取引をしていない農家ともつながりを構築できるようになった。そのことにより、同じ地域にあるワイナリーが「ライバル」ではなく「一緒に産地を盛り上げていく仲間」としてワイン製造・販売を行える関係となった。現在では複数のワイナリーで「勝沼ワイナリーフェスティバル」を開催し、勝沼ワイン、そして日本ワインと地域の魅力を発信し続けている。

また、ワインがあることによって市に飲食店が増えるとともに、鉄道や道路、バス路線などのワイナリーを巡るための交通機関整備が進められるなど市内の他産業も共に発展しているという。そのことから、行政としても自信を持って「ワインツーリズム」を推し進めるようになった。

⑤今後の展望

「ぶどうの丘」では、市内のほとんどのメーカーワインを販売しており、販売しているほぼ全てのワインが試飲可能となっている。まずは「ぶどうの丘」に訪れ甲州ワインに触れ、そこで気に入ったワインを製造しているワイナリーへ実際に足を運んでもらう周遊型ワインツーリズムを目指している。

また、国内のみならず海外にも目を向けている。「甲州ワインを世界で認められるワインへ」をコンセプトに、「KOSHU OF JAPAN」⁶でイギリスやアメリカでのプロモーションを実施したところ、「日本の和食に合ったワイン」として人気を博しており、今後はアジアへも販売ルートを広げていくという。

国内外問わず甲州ワインの魅力を発信していくために、行政・メーカー・地元のワイン業界で一体となり、ワイン事業を推し進めている。

3. おわりに

3 つの事例を調査した結果、複数農家と企業が連携して取り組むことが 6 次産業化の実現や継続に重要であると分かった。

農業の全国的な課題として、農家の高齢化や担い手不足があるが、今回の調査地のように地域と企業が連携して 6 次産業化に取り組むことで、課題解決に向けた次の 3 つの効果があつた。1 つ目は、企業との連携により企業が持つ資金の活用により農家の設備投資負担を軽減できること。2 つ目は、企業が持つ IT 技術を活用により、作業の効率化等を実現できること。3 つ目は、6 次産業化の作業工程の長さを生かし、旅行商品造成や教育の一環に

⁴ 山梨県内のワイン生産者 15 社と甲州市商工会、甲府商工会議所、山梨県ワイン酒造協同組合によって 2009 年 7 月 8 日に設立された団体。日本を代表する「甲州」の品質向上をはかり、世界市場において認知を向上させ、適切なマーケットプレイスを獲得することを目的として発足。

取り入れるなど非農家が農業に触れる機会を創出でき、農業関係者の増加や、担い手確保のきっかけにつながることである。

ワインで地域活性化を進めるためには、ワインづくりに関わっている人々に「ワインを通して地域のすばらしさを地域内外の人に伝えたい」という想いを持ってもらうことが重要だと考える。単に「ワインの味」を楽しんでもらうだけではなく、「美味しいワインをつくるために、この地域の特性をどのように生かし、美味しいぶどうを栽培しているか見に来てほしい」「地域で製造したワインは、同じ地域でできた食物と食べるとこんなにも美味しい」とワインづくりに関わっている人々に考えてもらえるようになれば、事業者自らが率先してイベントやセミナー、併設したレストランを通じて地域の情報発信を実施するようになると考える。

そのため、地方公共団体は、財政的支援、地域の農家とのつなぎ役、情報提供、ワインに関するイベント開催等、多岐に渡る場面で地域に愛着を持ってもらうようにワイン事業者と関わる必要があると考える。

このことを通してワイン事業者が地域の魅力を知り、地域事業者が積極的に地域の良さを発信することで、産地形成地域の知名度向上、シビックプライド醸成等の相乗効果を生み地域の活性化につながると考える。