

山梨県若者海外留学体験人材育成事業(大学生等コース)

県政の課題(テーマ)報告書

令和 1 年 8 月 9 日

山梨県知事 殿

氏 名 賀茂 いずみ
留 学 先 スロベニア リュブリャナ大学
留学期間 平成30 年 10 月 1 日
～令和 1 年 7 月 10 日

1 研究の課題(テーマ)

ワイン産業活性化のために必要な取り組みについて

2 概要

与えられた県政の課題(テーマ)の解決に導く考え方及び対応策等

私の考える、ワイン産業を活性化させる対策は大きく分けて二つあり、一つはワインの造り手にとって製造のためより良い環境を生み出し生産量を増やすこと、そしてもう一つは国内だけでなく海外にも山梨県産のワインを広く周知させ、需要量を高めることである。

まず、ワインの製造者に向けてできる取り組みとして、山梨県内のワイン特区での更なる規制緩和を提案したい。日本と私の留学先であるスロベニアではワインの製造や売買を取り巻く環境が全くと言っても過言ではないほど異なっている。スロベニアには日本で言うところの酒税法のような法律が存在しないため、家庭で簡単に酒を醸造することが可能である。事実、スロベニアには約28,000軒ものワイナリーがあるとされているが、その数は計りきれない。なぜなら、ワイナリーといってもワインだけを販売目的として作っているところは少なく、そのほとんどは他の作物を栽培する傍ら、ぶどうを栽培して家族で飲める程度の少量のワインを造っている家庭が大部分を占めているからだ。スロベニア人にとってワインはキリストの血であり、生活の一部である。残念ながらその長い歴史に基づいた文化を日本に定着させることはできないが、私は家庭で手作りワインを楽しむという未来をいつか実現できる社会であってほしいと願っている。

3 添付書類

詳細について、図・表・写真などの資料も含めてA4縦版5枚以内にまとめて報告してください。

※パソコン・ワープロの使用可(使用する文字は12ポイントとしてください。)

1, ワイン製造者へ向けた取り組み—山梨県内のワイン特区での規制緩和

スロベニアには家族経営のワイナリーが約 28,000 軒もあると言われ、私も留学中に何人もの友達から家族の手作りワインを頂き楽しんだ。人口の半数以上がクリスチャンであるスロベニア人にとって、ワインはキリストの血であり、日常生活の一部だ。余計なものを加えない自然派を好む彼らは、自ら家庭で様々な野菜や果物等の作物を栽培し、その家庭菜園の一端にぶどうを育て少量のワインを造っている。酒税法のような法律による規制のないスロベニアでは自由にワインを造りそれを家族や近隣の住民で楽しむという文化が存在しているのだ。

しかし残念ながら、多くの日本人にとってワインはそれほど身近な飲み物ではない上、この国に酒税法がある限りは自由にワインを造る日が来ることはないと言いきえる。だが、山梨県においてぶどうを育てワインを製造することに対するハードルをもう少し下げること、生産量を増やしよりワインを身近な飲み物として楽しめるのではないかと考える。そこで、私は山梨県内のワイン特区での規制緩和を提案したい。

現在、我が国でワインを含めた果実酒を製造するためには、基本的に酒類製造免許取得後、年間 6kl 以上の生産が必要であると酒税法によって定められている。6kl は 750ml のワインボトルの本数に換算すると約 8,000 本であり、小規模ワイナリーではこの数値を達成することは難しい。そこで平成 20 年、構造改革特別区域としてワイン特区が導入され、ワイン特区として認められた地域ではその土地の特産物を使った果実酒を製造する場合に限り、最低製造数量基準が従来の基準の 6kl ではなく、その 3 分の 1 にあたる 2kl になるという制度が新たに設けられた。この改革によって元々果樹園を所有している農家がワイン醸造に取り組んだり、民間企業が契約農家を集約することでワイン産業に乗り出やすくなったりしたのだ。だが、本当にこの改革は小規模ワイナリーを開設したいと希望する個人事業者にとって暖かい手を差し伸べるものなのだろうか。ワイン 2kl を生産するためには、その環境や醸造方法によって異なるが、約 0.6 ~ 1.6ha の大きさのぶどう畑を確保しなければならない。よってワインの造り手は新たにぶどう畑を開墾するのではなく、ぶどう農家を集約させなければならず、ぶどう農業全体に利益を生み出す図式となる。多くのぶどう農家が深刻な後継者不足に悩む中、この政策はこの課題を解消しワイン産業を勃興させるものと言いうこともできるかもしれない。しかし質の良いワイン造りの最も理想的な姿はワイナリーを経営する者が自らぶどう畑を持ち、苗木を植えてぶどうの栽培から収穫、醸造までを一貫して行うことなのだ。醸造や熟成の仕方等ではなく、ぶどうそのものの美味しさがワインの味の 8 割を決めると言われ、世界各国の有名なワイナリーは自社畑を持ち、直接その管理を行うところが多い。

このようなことから、私は規模があまり大きくないワイナリーでも自社で管

理できるぶどう畑を持ち、より良いクオリティのワインを生産できる環境を作るために、最低製造数量基準の撤廃を提案したい。基準をなくすことで、ワイナリーの経営がうまくできずに結果的にワイン産業の利益損失に繋がったり、今までワイナリーと契約を結んでいたぶどう農家の収入が確保できなかつたりと様々なリスクはあるだろう。しかし、地域の自治体や農業協同組合、そして新たに良いワインを造りたいと熱望する挑戦者で協力体制を作ることで、ワイン産業になかった新たな風を吹かせることができると考えている。

2、国内のワイン消費量を高める取り組み

スロベニアは一人当たりのワインの消費量が世界第四位にランクインするほどのワイン消費大国だ。前にも述べたようにワインはキリストの血であり、非常に身近なものであることがこの所以だと考えられるのだが、ワインをとっても神聖なものとして扱っているわけではない。むしろ、毎日気軽に楽しんでいるようにも見えた。



図1 缶入りのスプリッツァ

左の写真は、ワイナリーに訪問した際に購入した、缶入りのスプリッツァだ。スプリッツァは白ワインやロゼンワインをソーダで割ったカクテルだ。大抵のスロベニア人はこのようなワインをジュースや炭酸で割ったカクテルが好きで、特に若者の間ではコストパフォーマンスも良いと人気だった。日本でも、カジュアルなイタリアンバルに行くとこのようなカクテ

ルを飲む機会があるかもしれないが、あまりこのワインカクテルを楽しむ習慣は浸透してないように感じる。ワインと聞くと、高貴で少し硬いようなイメージを持たれることが多いだろう。だが、我々多くの日本人は元よりアルコールの分解能力があまり高くない上に、通常 750ml のボトルに入ったワインを飲み切るには疲れてしまう人もいないだろうか。ウイスキーを炭酸で割りハイボールで楽しむように、ワインもカクテルで楽しむ風習が根付けば、ワインの消費量は上がると私は信じている。ワインはその造り手や風土、醸造法などによって味や香りが非常に左右される繊細な飲み物であり、それぞれのワインを気に入ればそのまま味わい、飲みにくいと感じれば何かで割るとするのが理想的な飲み方だと思う。私の見てきた多くのスロベニア人はそのようにして、ワインを1滴残さず最後まで楽しんでいた。

また、国内でのワインイベントも盛んだった。11月11日はキリスト教の聖人・マルティヌスの祝日であり、ヨーロッパ各地で農作物の収穫を祝い、翌年の豊作を祈念する収穫祭が行われる、スロベニア人はとにかくこの祝日を大事にしており、その日のために特別な料理を用意し、家族や仲間たちと共に出来立てのワインを飲む。



図2 ワインフェスティバルの様子

そして、首都リュブリャナではその日の前後1週間でワイン祭りが行われ、ワイン製造者が全国各地から集まり訪れた一般客にワインを提供するのだ。1杯1ユーロから楽しむことができる手軽なイベントであり、全国各地から人が集まり賑わっていった。このような祭りを日本でも人が多く集まる所で開催すれば、ワインに興味を持ってくれる人口も自然と増えてくるのではないかと思う。ワインの消費量が増えることは、ワイン産業全体の活性化につながるのではないかと考える。

3. 国外へ日本ワインを発信する取り組み

スロベニアワインの約7割は自国で消費されているが、残りの3割は国外に出回っていてコアなファンが多い。私は外国人としてスロベニアに滞在していたが、実にスロベニアのワインについて楽しく勉強できる機会が多かったと感じている。それは、スロベニア人の多くは流暢に英語を話すことができ、スロベニアワインの魅力を伝えることができるのも理由の一つだと考えられるが、国全体としてフランスやイタリアと同様に美味しいワインを生産していることを知ってもらいたいという人が多いからだと思う。私は留学中に日本でのワイン造りが全くと言ってもおかしくないほど知られていないことが分かりショックを受けると共に、もっと外国人観光客や全世界のワインラバーに日本ワインの魅力を伝えることが重要ではないかと考える。

スロベニアに限らず、大抵ヨーロッパでワイナリー訪問をする方法は大きく分けて二つある。一つは行きたいワイナリーに直接コンタクトをとり、日時を決めて訪問する方法だ。この場合、多くのワイナリーのホームページでは英語での観光客用特設サイトを設けており、サイトによっては申し込みフォームに簡単な必要事項を入力するだけで訪問予約が完結できてしまう。これは非常に便利だが、ワイナリーの観光客の訪問に対して理解があるからこそできると感じる。

もう一つは、民間企業等が企画しているワイナリーツアーに参加する方法だ。一つの車に数人が乗り込み、数時間かけていくつかのワイナリーを訪問する。これは多少ツアー料金が高額になってしまいがちだが、自家用車等の交通手段を持たない観光客にとっては便利なシステムである。場合によっては通訳者がつくこともあるので、観光客にとっても、また英語の話せないワイン製造者にとっても安心して利用できるシステムだと思う。スロベニアではこれらのツアー情報は街の観光案内所で手に入れることができ、数ある観光ツアーの中でも人気の高いものだった。日本において、大小各々のワイナリーが観光客の訪問について考え対策を練ることはあまり容易ではないと思うが、民間団体や地域の自治体が主体となってワイナリー巡りツアーを実現させることは可能ではないかと思う。既に、外国人に向けたそのようなサービスはネット上において見かけることはあるが、そのツアー情報を分かりやすく、そして大きく宣伝することが日本ワインのPRにつながると考える。



図3 ブラインドテイスティングの様子

左の写真はリュブリャナのワインバーにて行われていた観光客向けの試飲イベントの様子である。本イベントはほぼ毎日行われており、ここではスロベニア各地のワインを簡単な解説付きで飲むことができる。解説者はスロベニアの地図を指しながら、地域ごとのワインの特徴や、スロベニアで有名なオレンジワインについて分かりやすく説明し

ていた。ここに訪れる観光客も世界各国から集まる名前も知らない者同士だが、ワインを囲むことで自然と笑顔になり一体感が生まれていた。このようにワインをただ飲むだけでなく、その土地や品種について勉強しながら楽しむ空間作りは、外国人に国産ワインを知ってもらい大きなきっかけになるのではないかと感じる。特に、日本のワインは甲州やマスカットベリーAといった外国では見受けられない品種を用いたユニークなものが多いため、きっと日本に訪れた外国人の心を掴むことができるのではないかと考える。

4. 結論

私は上記に挙げたようなものは、実際に日本で取り入れるには難しいかもしれない。なぜなら、日本とスロベニアではワインに対する考え方や習慣が大きく異なるからだ。だが、山梨の風景とスロベニアの風景は非常によく似ていた。山に囲まれた傾斜地に見られるぶどう畑のある景色はため息がでるほど美しく、その自然の中でワインを楽しむことはとても有意義なことであるように改めて感じた。そして、私は海外でのワイン文化を日本人に合った形で定着させることや、それをまた海外に発信していくことは将来的に可能になると信じている。今後、ワイン県である山梨県を中心として日本のワイン産業がより大きく発展していくことを心から願っている。