

[報 告]

## 2014年度 経営総合科学研究所 企業調査報告 ——株式会社くらむぼんワインにみる国産ワインの可能性——

山 本 大 造

### はじめに

当研究所は、通常事業の一環として、各地の優良企業／団体の事業内容や経営課題を実地において調査するとともに、研究上の接点という観点から所員と相手先企業／団体との関係を作ることなどを目的として、毎年「企業調査」を実施している<sup>1</sup>。

本年度の「企業調査」は、山梨県甲州市勝沼町および甲府市において、11月2日（日）～3日（月）の日程で実施した。参加者は当研究所の所員4名の他、訪問先企業の紹介者として愛知大学大学院経営学研究科、知久勝弘氏にも同行いただいた。

### 1. 国産ワインの現状

『週刊ダイヤモンド』2014年11月1日号は、「世界が認めたニッポンの酒」という特集記事の中で、日本の酒類の生産および消費動向と新たな展開を伝えている。「第1特集」としては「10年ぶり」という同誌の大型企画は、酒類市場全体が縮小傾向にある中、特にビール系飲料の低迷を強調している<sup>2</sup>。

実際、国税庁の資料で確認すると、国内で生産される酒類の中では、ビールの年間生産量が最も多い（図表 1）。だが、ビールの年間消費量は、1994 年度の約 706 万klをピークに明らかに減少傾向にある。2012 年度の年間消費量 268 万 5 千klは、1960 年代末の水準とほぼ同じである（図表 2）。図表 3 に見るように、酒類全体の生産量および消費量が 1990 年代半ばをピークに減少してきているとはいえ、ビールの落ち込み方は顕著であると言えよう<sup>3</sup>。

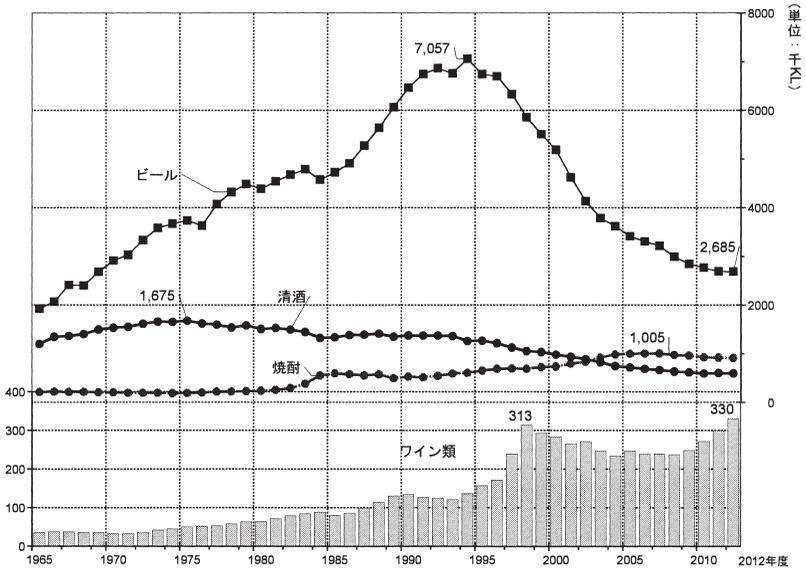
一方、ここ 10 年間（2002～2012 年度）で見て、国内生産量が伸びたのは、焼酎とワインだけである。とはいえ、焼酎の年間生産量は、2002 年度の 82 万 7 千klから 2004 年のピーク（104 万 3 千kl）をへて減少局面に入り、前年度比でプラスに転じるのは 2012 年度（89 万 6 千kl）になってからである。ワイン

図表 1. 酒類の国内年間生産量（2012 年度）

| 区分          | 生産量 (kl)  | 割合      |
|-------------|-----------|---------|
| ビール         | 2,802,558 | 35.26%  |
| リキュール       | 1,891,015 | 23.79%  |
| 焼酎          | 896,319   | 11.28%  |
| その他の醸造酒     | 658,778   | 8.29%   |
| 発泡酒         | 626,424   | 7.88%   |
| 清酒および合成清酒   | 477,272   | 6.00%   |
| 原料用アルコールおよび |           |         |
| スピリッツ       | 325,880   | 4.10%   |
| ワイン類        | 90,523    | 1.14%   |
| みりん         | 90,050    | 1.13%   |
| ウイスキー類      | 88,455    | 1.11%   |
| 粉末酒および雑酒    | 1,409     | 0.02%   |
| 合計          | 7,948,691 | 100.00% |

出所) 国税庁「第 138 回（平成 24 年度版）国税庁統計年報」2014 年 6 月発表。278 ページ。8-3 表より作成。

注) 「焼酎」は連続式蒸留（主に甲類）と単式蒸留（主に乙類）の合計。ワイン類は「果実酒」と「甘味果実酒」の合計。ウイスキー類は「ウイスキー」と「ブランデー」の合計。



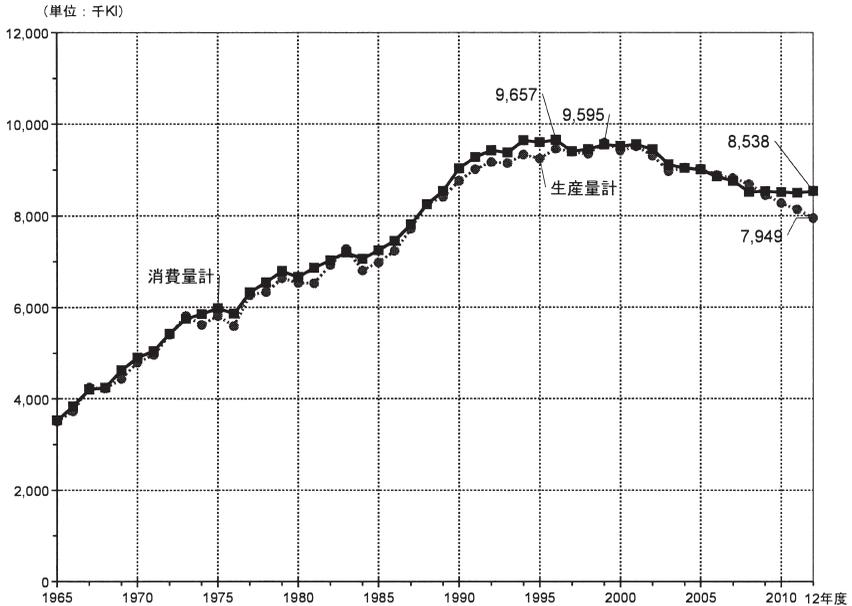
図表 2. 酒類別年間消費量の推移

出所) 国税庁「統計年報(長期データ)」「酒税 2 製成数量及び消費数量」より作成。

<http://www.nta.go.jp/kohyo/tokei/kokuzeicho/jikeiretsu/01.htm> (2014年10月26日閲覧)。

は、赤ワインがブームになった1998年度の11万6千klをピークに、2002年度には8万9千kl、2004年度は7万klまで落ち込んだが、2008年度から上昇に転じ、2012年度には9万1千klが生産されている<sup>4</sup>。

国内消費量で見ると、ウイスキー類が2008年度には8万4千klと、ほぼ60年代末の水準まで落ち込んだものの、2012年度には10万6千klにまで増えてきている。だが、10年前(2002年度)の年間消費量12万2千klまでは回復していない。消費量のピークである1983年度の37万7千klから比べると1/3以下程度である。ワインの年間消費量は、1998年度の31万3千klからしばらく減少局面に入ったものの、2009年度頃から本格的な回復傾向にあり、2012年度の消費量33万klが過去最高である<sup>5</sup>。つまり、酒類の国内年間生産・消費



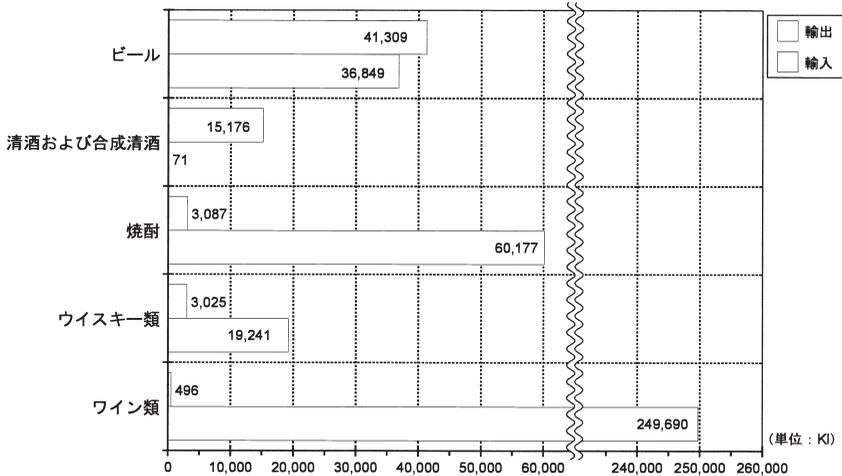
図表 3. 酒類の国内年間生産量・消費量の推移

出所) 前掲書。

量ともに軒並み減少傾向にある中、ワインだけが、数量自体は少ないとはいえ、増加傾向を示しているのである。

ただし、ワインの国内消費は輸入に支えられているという特徴がある。図表 4 は、2012 年度の酒類別輸出入の状況を示している。2012 年度のビールの国内年間消費量は、268 万 5 千klであった。ビールの輸入量は約 3 万 7 千klなので、輸入ビールの割合は 13.8%に過ぎない。同じ時期、ワインの国内年間消費量は、33 万klであった。ワインの輸入量は約 25 万klなので、輸入ワインが国内年間消費量の約 76%を占める。ワインの国内年間生産量は 9 万 1 千klなので、国内生産分の約 2.7 倍のワインが輸入されていることになる。

図表 2 で見たワインの国内年間消費量の伸びとともに、ワインの輸入量も近



図表 4. 酒類別、輸出入の状況 (2012 年度)

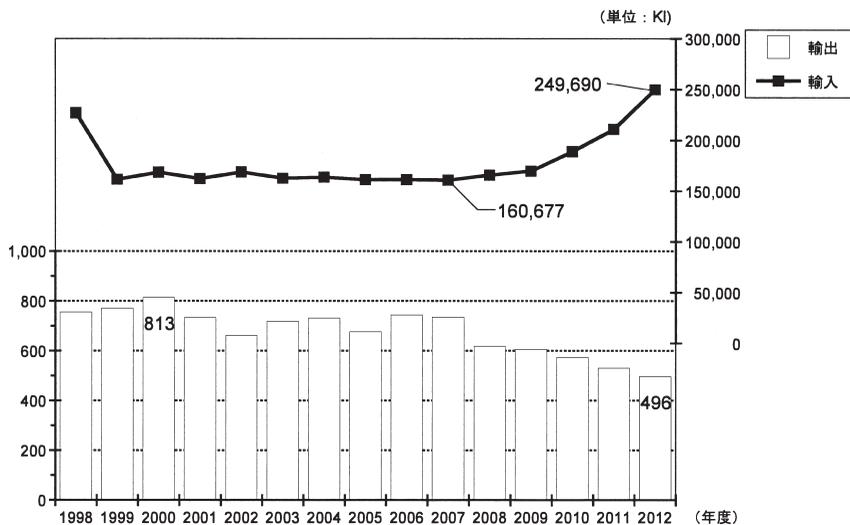
出所 国税庁、前掲「第 138 回 (平成 24 年度版) 国税庁統計年報」。273 ページ。8-2 表 (1) (2) より作成。

注) 輸出货量は、出所同表の「輸出免税」数量を参照。輸入量は、輸入品にかかる課税事情を示す出所「関税分の課税状況」の「課税数量」を参照した。

年増加してきている。その反面、輸出は 2000 年度の 81 万 3 千kl をピークに、特に 2008 年度からは減少傾向にある (図表 5)。

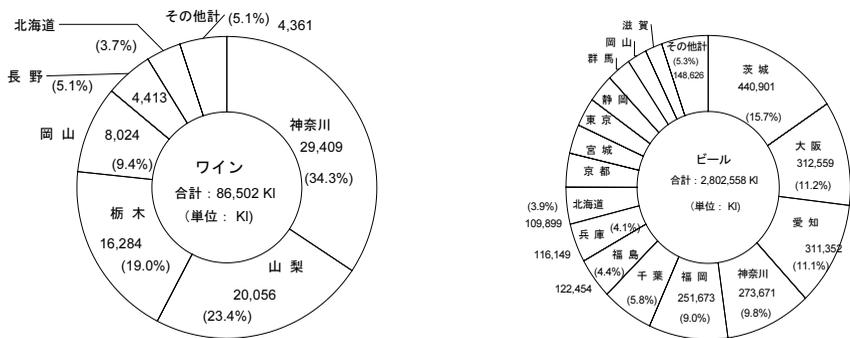
国産ワインの生産地域は、神奈川県と山梨県で約 60% (57.7%) を占める<sup>6</sup>。ビールの生産地域が、各地に分散していることは対照的である (図表 6)。

神奈川県には麒麟ホールディングスのメルシャン藤沢工場などがあるが、ワインの醸造場数で見ると、山梨県が最も多い (図表 7)。ちなみに、農林水産省の「平成 23 年 (2011 年) 産特産果樹生産動態等調査」によると、ワインの原料に用いられるぶどうの生産量では、栽培面積とともに長野県が最も多く (3,381t)、ついで山梨県 (2,807t)、北海道 (1,260t)、山形県 (780.4t) となっている。そのうち、長野県と山梨県だけでも醸造用ぶどうの国内生産量の 64% を占めている<sup>7</sup>。栽培面積あたりの生産量では、長野県の 1ha あたり 8.1t に対



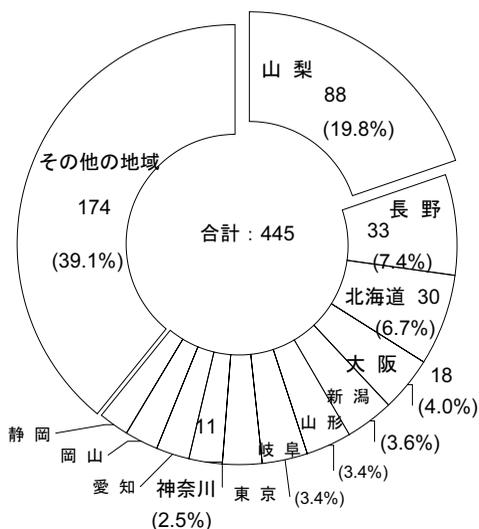
図表 5. ワインの輸入量の推移 (1998～2012年度)

出所) 国税庁「国税庁統計年報」各年度版 (124～138回) より作成。



図表 6. 都道府県別 / 酒類別 年間生産量 (2012年度)

出所) 国税庁、前掲「第138回 (平成24年度版) 国税庁統計年報」、281～282ページ。表 8-3 (3) より作成。



図表 7. 都道府県別、ワイン製造免許場数 (2012 年度)

出所) 前掲書、278 ページ。8-3 表より作成。

注) 2013 年 3 月 31 日時点の酒類の製造免許を受けた場数

して、山梨県は 1ha あたり 10.3t を生産している<sup>8)</sup>。

よく知られているように、山梨県内でも勝沼地区は、日本におけるワイン造り発祥の地である。甲州市勝沼町「ぶどうの国文化館」の展示資料によると、甲府盆地の東に位置する勝沼地区は日照時間が長く、内陸性気候で年間降水量も少なく、ぶどう栽培に適した地である。ここでは古くからぶどう栽培が行われ、江戸時代に甲州街道が開けると早くもぶどうの産地として知られるようになったという。

1877 年 (明治 10 年) には、地域の人びとによって「大日本山梨葡萄酒会社」、通称「祝村葡萄酒醸造会社」が設立され、ここから高野正誠と土屋助次郎 (竜憲) の 2 人の青年をフランスに留学させている。高野正誠と土屋竜憲の 2 人は、苦勞の末、フランスからぶどう栽培とワイン造りの技術を持ち帰り、勝沼地区

で本格的な西洋ワインが造られるようになった<sup>9</sup>。「祝村葡萄酒醸造会社」そのものは1886年に解散するが、「その意思を受け継いだ次世代たちが次々と新たな葡萄酒会社を立ち上げ」とともに、「祝村葡萄酒会社を立ち上げた有志の息子らは、東京への販売市場を開拓し、本格的な産地形成が実現した」<sup>10</sup>。

今なお勝沼地区は、多くのワイナリーが集まり、「ワイナリー巡り」を楽しむ観光客で賑やかである。この地に、今回訪問した‘株式会社 くらむぼんワイン’（以下 - ‘くらむぼんワイン’）はある。

## 2. 会社訪問

‘くらむぼんワイン’への訪問は、11月2日（日）に実施した。この時期は新酒発表の時期にあたり多忙な時期だったにもかかわらず、同社4代目社長野沢たかひこ氏にご対応いただき、直接お話を聞くことができた。

誤解を恐れずにいえば、‘くらむぼんワイン’は、従業員3名の小さなワイナリーである<sup>11</sup>。数多くのワイナリーが集まる勝沼地区の中で、小規模の‘くらむぼんワイン’に特に注目したのは、2014年3月10日付「日本経済新聞」の記事がきっかけだった。その記事によると、‘くらむぼんワイン’は、イギリスでロンドンを中心に展開する高級スーパー、マークス&スペンサーに白ワイン「ソルルケト甲州 (Sol Lucet Koshu)」の輸出を始め、店舗での販売を5月から開始するという。意外なことであったが、「山梨の欧州向けワインの輸出は2009年度に商談が始まったが、飲食店に供給するのが大半」であった。「英国はワイン情報の世界的な発信地とされ、現地での評価が売れ行きを左右する」。日本のメーカーとしては、その「ワインの本場、欧州の小売り大手にワインを輸出するのは（‘くらむぼんワイン’が - 引用者）初めて」だという<sup>12</sup>。

確かに、2009年7月、‘くらむぼんワイン’を含む山梨県のワイナリー15社が中心となり、甲州ワインをEUに輸出するプロジェクト「甲州オブジャパ

ン（通称 KOJ）」が設立されている。KOJ は、2010 年からイギリスでの PR を皮切りに EU 諸国でのプロモーションと輸出を始めている<sup>13</sup>。‘くらむぼんワイン’の取り組みは、本場 EU 市場に向けた国産ワイン輸出の動きを実際に体現しているのだ。

‘くらむぼんワイン’は、創業 100 年を超える歴史あるワイナリーでもある。野沢氏のまとめられた「会社紹介」によると、同ワイナリーは 1913 年 7 月からワイン造りを始めたという。それが 1941 年に勝沼地区のぶどう栽培農家が集まって「田中葡萄酒醸造協同組合」の設立に至った。創業当時から‘くらむぼんワイン’は、ぶどう栽培を通して「ワイン造りは農業である」との考え方を大切にしているという。今日注目されている農産品の「6 次産業化」の萌芽をここにも見ることができる。

1962 年には、野沢家が協同組合の持ち株農家から株式を全て買い取って「有限会社山梨ワイン醸造」へと発展した。さらに 2006 年、会社法改正をうけて「株式会社山梨ワイン」と社名変更を行っている。そして、創業 100 周年を迎えた 2014 年 1 月 6 日、社名を現在の「くらむぼんワイン」とした<sup>14</sup>。

ちなみに社名の「くらむぼん」は、小学校の国語教科書にも掲載されている宮沢賢治作の童話「やまなし」から着想を得ているという。野沢氏によると、「自然環境と人間の調和」を大切にされた宮沢賢治の考え方に共感して、社名にも現している<sup>15</sup>。野沢氏は「自然環境と人間の調和」を「経営理念」や「ポリシー」という言葉では説明されなかったが、この考え方が同社のぶどう栽培とワイン造りにしっかり生かされていることが、当日の訪問から実感できた。

訪問日当日は、まず約 2 ヘクタール（210a）の自社栽培ぶどう畑、「七俵地（しちひょうじ）畑」から見学させていただいた。この畑では、シャルドネ種とカベルネ・ソーヴィニオン種が栽培されていた。ぶどうの木そのものは整然と作付けされているが、一見下草が茂り、自然のままという風情である。木の特性もあるようだが、ぶどうも柵を使って栽培するのではなく、南仏のぶどう畑のように大地から生えたぶどうの木に自然にぶどうが実る。



自社栽培ぶどう畑「七俵地畑」と野沢たかひこ氏（2014年11月2日撮影）

野沢氏によると、自社畑のぶどうは自然栽培、有機栽培で育てられている。ぶどう栽培では、病害虫の被害を防ぐ必要があるが、厳しいEUの規制下でも使用が認められている硫酸銅と石灰の混合液「ボルドー液」を必要最低限使うに過ぎない。「できるだけ農薬を使わず、ワインの味を考えながら肥料も10年ほどは使っていない」。「土は自然が造るもの」との考えがあるからだ<sup>16</sup>。その分、自然の状態に合わせて、ぶどう栽培に関わる摘心・摘房などの作業や果実の育成具合の管理、収穫時期や収穫量の調整など手間をかけた栽培に心を砕いている。それでも野沢氏は、「有機栽培」の認証は取るつもりはないという。この「七俵地畑」が他の農家の畑と隣接しているため、認証基準に合わせたコントロールが難しいという理由もあるということだが、むしろ野沢氏が最も大切だと考えるのは、認証そのものよりも、より自然に調和したぶどう畑と、そこから収穫したぶどうで造るワインの味と品質だからである。同じように、収穫量とも関係するぶどうの収穫時期も、ワインが甘みと酸味のバランスの取れた味に仕上がるように、ぶどうの生育具合を見定めながら注意深く判断しているという。

‘くらむぼんワイン’では、自社栽培の畑の他、地域のぶどう農家からワインの原料を購入している。ぶつう日本のワイナリーは、農協を通じて原料のぶどうを調達することが多いとのことだが、‘くらむぼんワイン’では農家から直接買い付けを行っている。創業の歴史と100年にわたる社歴が、ぶどう農家との長期的な信頼関係を育てているのは確かだが、その分価格と安定買い付けに対する責任は重くなる。それでも、ぶどうの栽培方法に関して、どのように育てているかを含めて農家から直接聞き、相談できることが大切だという。

社歴の長さは、‘くらむぼんワイン’の施設の随所にも見ることができる。もちろん、施設は全体にわたって整然と手入れが行き届き、ぶどうの破碎・压榨機や醸造タンクなどを含めて醸造施設は徹底した衛生管理が行われており、清潔そのものである。ここで仕込まれたワインは、ボルドーなどフランス産のオーク樽に移され、光と温度を適切に管理された環境で静かに熟成の時を過ごす。そして瓶詰めされたワインも、樽が並ぶ保管庫の奥、古いところでは「手掘り」で作られたという90年以上の歴史あるワインセラーの最適の環境の中で保管され、出荷の時を待っていた。



‘くらむぼんワイン’の歴史ある「母屋」

私たちは、「七俵地畑」から醸造施設と保管庫（セラー）を見学した後、「母屋」に場所を移して、さらに野沢氏のお話をうかがった。この風情ある「母屋」は築 130 年、かつては養蚕農家の家屋として使われていた伝統的な建物だという。今でもきちんと手入れの行き届いたこの「母屋」で、野沢氏は少年時代を過ごし、現在は「くらむぼんワイン」を訪れる客のために、テイスティング・ルームと販売カウンターを設け、伝統的なワイン醸造の機械や関連道具の展示、応接スペースとしても使われている。

野沢氏と最初にお会いした時、物静かでもとても理知的な人物との印象を受けた。だが、お話を聞くにつれて、そればかりでない、ワイン造りについて芯のしっかりした情熱と特筆すべき行動力を持っておられることが分かった。

野沢氏は、1997 年、慶応大学理工学部を中退してフランスに留学された。フランスでは、ブルゴーニュ（ボヌ）の栽培醸造専門学校でぶどう栽培と醸造技術を学ぶとともに、ボルドーの他、各地のワイナリーで実際にワイン造りを修得された。野沢氏が現地での「修業」のために、訪れたワイナリーは 50～60 か所におよぶという。野沢氏は、フランスで研鑽を重ねながら、ワインを造ることの意味を考え、自身の考え方を確立された。

野沢氏によれば、フランス留学にあたって、「国産ワインはあまり美味しくない」と思っていた。当時の国産ワインは、「甘口で、お土産ワイン」的なものが多かったという。しかし、プロバンス地方で「料理とワインの組み合わせで特に美味しい」出会いに恵まれる。フランスで彼が得たのは、「辛口で、食事に合う」「原料であるぶどう本来の風味を生かした」ワインが、自らの求めるワインであるという考え方であった。現地の学校で実践的な技術を学ぶとともに、各地のワインの造り手を訪ねながら、その土地の風味を生かしたワインを造ろうという想いに至る。

フランス留学を終えた野沢氏は 1999 年に帰国し、自らのワイン造りに乗り出す。まず、その前年に勝沼地域にも被害をもたらした雪害をきっかけに、自社畑で栽培するぶどうの品種を、辛口ワイン向けのシャルドネ種とカベルネ・

ソーヴィニヨン種に転換する。さらに、フランスでの経験をもとに、「パートナージュ（樽内のワインの攪拌）やブルゴーニュの古典的な醸造手法を採用するなど、一歩ずつ山を登るように確実にワインの品質を上げていった」<sup>17</sup>。そして、自社畑で2007年から本格的な自然・有機栽培に取り組むようになる。2014年には創立100周年を期して、現在の社名に変更するとともに、2013年から原料を国産ぶどう100%に切り替えている。

野沢氏のお話をうかがっていると、彼がいかに関心の品質と味わいについて心を砕き、その向上のために努力を傾注されているかが伝わってくる。それは、ぶどう栽培の考え方についても、終始一貫しておられる。なぜならば、野沢氏は「ワインは自然が作り出すもの」との考えを持っておられるからだ。例えば、ぶどうの熟成が進んだ状態で収穫すると糖度が増す。それを発酵させると、ワインのアルコール度数も上がる。だが、その分すっきりした味わいをもたらしてくれる酸味が損なわれる。逆に、すっきりした味わいと酸味を目指して、ぶどうを早い時期に収穫して仕込むと、糖度とアルコール度数が損なわれる。糖度や酸味を上げるためには、「補糖」「補酸」という技術もある。こうした技術は、厳しいEUの規制下においても認められているという。だが、野沢氏はあえてそうした技術に頼るのではなく、「ワイン造りとしてはたいへんだが」と前置きをしながらも、ぶどうの状態を注意深く見守りながら収穫時期を見きわめ、醸造や熟成にも細心の心配りをする。そうすることで、土地の風味を生かした、ワイン本来の美味しさが味わえるワインが出来上がる。

こうした野沢氏の努力と創意の一端は、2007年の金賞を含めて「国産ワインコンクール」での数々の受賞歴や「世界で最も影響力のあるコンペティション」‘International Wine Challenge’での連続受賞にも現れている<sup>18</sup>。

‘くらむぼんワイン’は、2011年からEUへの輸出も手がけている。EUへの輸出についても、野沢氏はワインの品質向上の考え方を前提に取り組んでいる。周知の通り、2013年、和食がユネスコの「世界文化遺産」に登録された。世界的な和食ブームの中で、野沢氏はワインの品質を高め、世界が甲州ワイン

を評価してくれることを願っている。自らが先鞭を付けることで、「他の甲州ワインが世界に進出するきっかけになれば」との想いもある。また、世界で評価されることで日本国内でも、もっと国産ワインへの関心が高まるという戦略的な見通しも見える。特筆すべきは、メルシャンのような国内大手メーカーに伍して、従業員3人のワイナリーが世界で競争しているという事実である。

世界で通用する、原産地の自然や風味を生かした質の高いワイン。ここに、野沢氏のワインに込めた芯のしっかりしたストーリーを見ることができる。

当然のことながら、野沢氏は品質向上に向けた研鑽に日々余念がない。もともと‘くらむぼんワイン’は、甲州種ぶどう栽培の保護・育成に取り組み、甲州ワインについても「独自の厳しい審査基準」を設けている「勝沼ワイナリーズクラブ」の設立（1987年）からのメンバーでもある<sup>19</sup>。さらに、野沢氏は「より上質のワインを作りたい」という共通意識のもと、山梨県内の若手醸造家7名（調査時点）で「アサンプラージュ」という会を立ち上げ、ぶどう栽培からワイン醸造まで様々な情報交換や勉強会、全国各地でのイベントで甲州ワインを提案する活動など、ワインの品質や技術の向上とネットワーク作りにも熱心である。

その一方で、野沢氏は国産ワインの問題意識をしっかりと認識している。野沢氏によれば「国産ワイン」といっても、国内産の原料（ぶどう）で造られている「国産ワイン」は25%程度だという。‘くらむぼんワイン’は、2013年から原料を国産ぶどう100%に切り替えている。だが、そのぶどう作りにも木を植えてから収穫できるようになるために4~5年の時間がかかるという。日本では、醸造用ぶどうの作付面積が少なく、原材料の調達が困難だという事情もあるのだろう。そのため、外国産の濃縮果汁液や粉末原材料、いわゆる「バルクワイン」という瓶詰めされてない状態のワインなどを輸入し、これらを原料として混合し「国産ワイン」が作られている。

野沢氏によれば、「甲州種」や「マスカット・ベリー A」などの品種は、日本の気候風土に適し、温暖化の影響も受けにくいという。その土地の自然と

風土を味わえる品質の高いワイン造りを目指す野沢氏の考え方が世界で支持されているとすると、「国産ワイン」がより消費者に受け入れられるためには、何が求められているかが見えてこよう。

### 3. 研究報告会

11月2日、「くらむぼんワイン」への訪問を終えて甲府市に移動した後、予定通り研究発表会を行った。

第一報告は、当研究所所長 神頭広好教授の「高山市の観光と交通」であった。この報告で神頭氏は、岐阜県における北陸新幹線とリニア中央新幹線の建設による観光経済効果を試算した。神頭氏は、これまでの経済効果分析の試算枠組みを再検討した後、高山地域を訪れる観光客の特性と観光消費行動、北陸新幹線延伸とリニア中央新幹線の建設計画をふまえ、経済効果を計るための独創的な数理モデルを構築し、計算プロセスとともに試算を発表した。これらの経済効果の試算モデル自体、意味のある説得力の高い研究報告であったが、さらに現地調査の結果など詳細な分析を加えることで、観光客の特性と観光消費行動を明らかにし、より意義深い研究内容にまとめられていた。とりわけ、高山市の観光特性として、高山地域観光の現状を広範なアンケート調査と各種データをもとに明らかにし、さらに実地調査の結果や他の地域での観光消費行動との比較を加え、観光客の消費行動とその動向を多角的に解明された。

この神頭氏の学術的貢献を裏付けるように、参加者から活発な質疑応答が行われた。質疑応答は、データの処理方法と理解の仕方から、高山市や他の地域の観光特性の比較にわたるまで、多岐にわたった。神頭氏は、いずれの質問にも分かりやすく詳細に応じられ、現地での聞き取り調査の結果なども補足され、氏の研究上の貢献をより印象付けるものとなった。

第二報告として、山本（執筆者）より「国産ワインの概況と（株）くらむぼんワインの紹介」を行った。当日の企業訪問とインタビューの内容を振り返り、



「母屋」でのインタビューを終えて。野沢たかひこ氏（中央）を囲んで。

得られた知見を整理することができたように思う。

## むすびにかえて

野沢氏へのインタビューを終え、風情ある「母屋」で‘くらむぼんワイン’が提供するワインを試飲させていただいた。ここでは同社の造る何種類ものワインを試飲することができた。どれもすっきりとしていてまるやかで、それでいてフルーティな味わいは、ぶどうの粹と個性が楽しめる。いずれも香りがよく、大地のような優しさを感じられるワインであった。このスムーズな口当たりと風味豊かな味わいは、食事と組み合わせて楽しいひとときを過ごすのに、最適であろう。ワインごとの個性を楽しめるとともに、それぞれのワインにどんなメニューが合うのか考えるだけでも、とても楽しい。同じワインを例えばロンドンのマークス&スペンサーで手に取った客が、このワインで囿らんに花を添えていると思うと、夢も広がる。

この「企業調査」の時期は、新酒発表の時期とも重なり、折からの連休で勝

沼地区はワイナリー巡りを楽しむ観光客で賑わっていた。‘くらむぼんワイン’のテイasting・ルームも、ワインが好きな多くのお客さんで立錐の余地もない。世界のワイン産地では、「ワインツアー」「ワインツーリズム」も人気を博している<sup>20</sup>。その土地の自然や風土を感じられる、質の高いワインを造る。野沢氏の考え方と‘くらむぼんワイン’の取り組みが、国産ワインの可能性をさらに花開かせる上で決して間違っていないことは、こうしたお客さん達が証明してくれているように感じた。

おそらくワイン造りはもちろん、他の酒類においても同じような考え方を持って日々研鑽に努められている造り手は、全国に少なくないであろう。今回は、その一端を‘くらむぼんワイン’の野沢たかひこ氏に学ぶことができた。また別の機会に、それぞれの地域と人の営為が織りなすストーリーを見つめていきたい。

(謝辞) 今回の「企業調査」にあたって、株式会社くらむぼんワイン4代目社長、野沢たかひこ氏には、ご多忙の中お時間を取っていただき、当方からの質問に答えながら、貴重なお話を伺わせていただきました。さらに同社の自社栽培農園「七依地畑」や施設を直接ご案内いただくとともに、参加者との記念写真にも快く応じていただきました。心よりお礼申し上げます。また、愛知大学大学院経営学研究科修士課程に在学中の知久勝弘氏には、同社への紹介と同行、関連資料の提供などで、ご協力いただきました。ここに記して感謝申し上げます。

## 注

- 1 企業調査の対象企業への追加調査および調査内容を論文等に活用することを希望する所員は、経総研担当者までご一報下さい。それらの公表にあたっては、相手先企業/団体の許諾を必要とする部分があります。
- 2 『週刊ダイヤモンド』第102巻42号(通巻4554号)、2014年11月1日号。30~83ページ。「10年ぶりとなる酒の第1特集」(148ページ)。

3 ここである「ビール」には、「発泡酒」および「リキユール」に分類される「第三のビール」は含まれていない。国税庁の資料からは、これらビール系飲料のみを取り出すことはできないが、国内の主要ビールメーカーで作る「ビール造組」によると、これらのビール系飲料を合計しても、特に2000年代に入って以降、生産量・消費量ともに減少傾向にある。

4 国税庁「統計年報（長期データ）」「酒税 2 製成数量及び消費数量」より。

5 前掲書。

前出『週刊ダイヤモンド』誌によると、「成人一人あたりのワインの年間消費量は13年度で3.07ℓと、始めて3ℓを超えた」。ワインが2002年度の2.8本（750ml換算）から2012年度には3.4本に伸びているのに対して、日本酒は同時期において3.9本（1.8ℓ換算）から2.6本に減少していることを示しながら、ワインの年間消費量が「09年に…日本酒を超えて以来、常に上回っている」という。これをワイン業界は、赤ワインに含まれるポリフェノールが目玉された98年の「赤ワインブーム」に次ぐ、「第7次ワインブーム」だとしている。前掲『週刊ダイヤモンド』64ページ、図3-1および66ページ。

6 日本には、EUのような「ワイン法」がないため、しばしば「(国産)ワインとは何か」というワインの定義に関する問題が提起される。代表的な業界団体、日本ワイナリー協会は、1986年に同協会を含む「全国5つのワイン醸造団体が構成する『ワイン表示問題検討協議会』が策定した自主基準」を制定している。この「国産ワインの表示に関する基準」は、2006年に改訂されているが、それによると「国産ワイン」とは酒税法が定める果実酒のうち、「原料として使用した果実の全部又は一部がブドウである果実酒」で、「日本国内で製造したもの」（同第3条(2)イ)。これに加えて、「日本国外で製造された」「輸入ワインを混入したもの」も「国産ワイン」であるとされる。ただし、「輸入原料を使用している場合には、使用に係わる原料果実名等を表示し(第5条(2))、「原料として使用した果実の全部が国産ぶどう(ぶどう果汁を含む)」でなければ「国産ぶどう100%使用と表示してはならない」(第6条1)とされる。産地を冠して「産地産ワイン」と表示する場合も、同一の産地で収穫したぶどうを75%以上使用することが求められている(第6条3)。つまり、国内産ワインに輸入ワインを混入していても、その表示が求められるとはいえず、「国産ワイン」になる。

本稿では、「国産ワイン」の表示問題にこれ以上立ち入ることはしないが、この基準を念頭に「国産ワイン」と表記している。「国産ワインの表示に関する基準」については、日本ワイナリー協会のHPを参照のこと。<http://www.winery.or.jp/ass/expression.html> (閲覧日：2014年11月13日)

「国産ワイン」に対して、国内産ワイン用ぶどうを原料とするワインは、近年「日本ワイン」と呼ばれている。

7 農林水産省「平成23年産特産果樹生産動態等調査」2013年11月20日発表。

「ぶどう用途別仕向実績調査」「1都道府県別の生産状況」[http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tokusan\\_kazyu/](http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tokusan_kazyu/) (2014年11月13日 閲覧)を参照。なお、ここでワインの原料用ぶどうの「生産量」としたのは、「醸造用」に仕向けられた、「加工専用品種」と「生食用(加工兼用)品種」の出荷量合計。生産量の累計は、1位の長野県から、山梨県、北海道、山形県までで、国内生産の85%を占める。

- 8 前掲資料より。同じく出荷量合計を「栽培面積」合計で除した。
- 9 上野晴朗『ぶどうの国文化館歴史読本』勝沼町、1995年。日本のワイン産業のバイオニアで勝沼出身の小沢善兵衛（膳平）の足跡から、勝沼より全国に栽培・醸造技術が広がるまでは、同書の47～55ページ。湯澤規子『時代を拓く有志の群像：葡萄酒づくりの幕開けと勝沼の人びと』、「ぶどうとワインの資料展」展示資料冊子、甲州市立勝沼図書館発行。2014年。6～10ページ。も参照した。
- 10 湯澤規子、前掲書。12ページ。中央線勝沼駅が新設されたのは1913年である。このことも、「追い風」になったという。
- 11 くらむぼんワイン HP <http://www.kurambon.com/about/index.html> (2014年8月18日閲覧)。従業員数は2014年1月現在。野沢氏へのインタビューによると、同社の資本金は300万円。売上高は年間1億円程度(2013年度)という。同社「会社紹介」によると「移出量は70kl、自栽培畑面積は210a」である。
- 12 「日本経済新聞」2014年3月10日付。他にも前掲『週刊ダイヤモンド』は、同じく勝沼地区のワイナリー、中央葡萄酒(株)から、2014年10月、「同社の4銘柄3000本のワインが初めてロシアへ輸出されることが決まった(64ページ)」ことを伝えている。
- 13 「Koshu of Japan」HP, <http://koshuofjapan.com/japanese/introduction/index.html>  
このプロジェクトの輸出委員会委員長は、中央葡萄酒(株)「グレイスイナリー」社長三澤茂計氏である。経済産業省関東経済産業局は、2009～2011年度の「JAPANブランド育成支援事業」としてKOJ「甲州ワイン」のEU輸出プロジェクトを採択した。関東経済局電子広報誌「いっとじゅっけん」(2012年4月24日更新分) <http://www.kanto.meti.go.jp/webmag/topics/1204topics2.html> (2014年11月5日閲覧)。
- 14 野沢たかひこ、株式会社くらむぼんワイン「会社紹介」。
- 15 野沢たかひこ氏へのインタビューから(2014年11月2日聞き取り)。以下、注釈ない限り同じ。同社HP、前掲。「About us, くらむぼんという名前と歩き方」も参照のこと。ここでも勝沼のぶどう畑と自然の両立、地域の人びととワイナリーの協力、ワインと食文化の調和が、同社の「願い」として謳われている。
- 16 野沢たかひこ、前掲「会社紹介」。
- 17 石井もと子『日本版「ワインツーリズム」のすすめ』講談社、2009年。112ページ。なお、同書では「くらむぼんワイン」を、その執筆・刊行時点の社名である「山梨ワイン」で紹介している。
- 18 International Wine Challenge HPより(2014年11月16日閲覧)「Sol Lucet Koshu, 2013」および「Four Seasons Koshu, 2013」が受賞。  
[http://www.internationalwinechallenge.com/canopy/beverage\\_details.php?wid=75681](http://www.internationalwinechallenge.com/canopy/beverage_details.php?wid=75681)  
[http://www.internationalwinechallenge.com/canopy/beverage\\_details.php?wid=75682](http://www.internationalwinechallenge.com/canopy/beverage_details.php?wid=75682)
- 19 勝沼ワイナリーズクラブ HP、<http://kwcl1987.com/intro/introindex.htm> (2014年11月5日閲覧)。設立メンバーは、12社からなる。当時の社長は、3代目の野沢貞彦氏である。勝沼ワイナリーズクラブの設立の経緯とその貢献については、石井もと子監修・著『日本のワイナリーに行こう2011』イカロス出版、2011年。118～119ページ。「ワイン産地形成の大きな力 勝沼ワイナリーズクラブ」にも紹介されている。勝沼ワイナリーズク

ラブの人びとは、1993年、原料用ブドウの取引価格の安定化に取り組み、生産者とブドウ栽培の保護に多大な貢献をなした。

- 20 野沢氏は、同社における「ワインツーリズム」への取り組みについて、明確には言及されなかったが、ぶどう畑やワイナリー内部を公開し、自社のワインやそのポリシーを消費者に伝えようとしている。ワイン・ジャーナリストの石井もと子氏によると、こうしたワイナリー自身による取り組みは、「ワイナリーツアー」というコンセプトで、1960年代後半～80年代までに、カリフォルニアのナパ・ヴァレーで高品質ワインを造るプレミアムワイナリーを中心に始まったという。これが地域的に発展し、「ワインツーリズム」という言葉が使われるようになり、「90年代に入ると、ナパ・ヴァレーはカリフォルニア州内で、ディズニースタートに次いで、年間訪問者数の多い観光地へと成長」したとのことである。石井もと子『日本版「ワインツーリズム」のすすめ』講談社、2009年。3～4ページ。例えば、甲州市立勝沼図書館は、訪問者に「勝沼のワイナリーマップ」などを提供したり、「ぶどうとワインの資料展」などの企画・展示、講演会などの催しを通じて、地域のワイナリーの魅力を伝え、「甲州ワイン」の歴史や文化についても情報発信をしている。野沢氏も「アサンプラージュ」のメンバーなどとともに、ここでの「産地ワインの夕べ」などの企画に出演し、来場者からの質問にも答えている。こうした地域の地道な取り組みも、日本の「ワインツーリズム」に寄与しているだろう。