

# 北海道議会海外調査派遣報告書 (カリフォルニア)



平成29年5月20日～5月26日

## 目 次

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	3
北海道議会海外調査派遣団 名簿・・・・・・・・	4
北海道議会海外調査派遣団 日程・・・・・・・・	5
調査テーマ等について・・・・・・・・	6
調査報告・・・・・・・・	8
1日目	
2日目	
3日目	
4日目	
5日目	
6日目	
最終日	
調査所感・・・・・・・・・・・・・・・・	74
あとがき・・・・・・・・・・・・・・・・	79

## はじめに

平成29年5月、北海道はハワイ州との友好提携を結び、観光や民族文化など幅広い分野での交流がはじまった。

ハワイは言うまでもなく観光先進地であり、北海道が得るものも多い提携となるだろうが、時を同じくして、北海道と米国の間では、もう一つの交流が始まろうとしていた。

ワインをめぐる北海道とアメリカ・ナパヴァレーとの協力関係である。

北海道のワインは醸造用葡萄の質の高さなどから、平成12年頃から多くの新規参入があり、ワイナリーの数は現在33までに増え、その品質も飛躍的に向上した。道庁でも、ワイナリーとチーズ工房を巡る「ヴァンフロマージュツアーリズム」や、生産者・醸造家を育成する「ワイン塾」(のちにワインアカデミーに改称)など新機軸の政策を展開。官民が一体となって、ワインを産業として育てようという機運が高まりを見せていた。

一方、北海道の食資源の豊富さと美味しさ、ブランド力は言うに及ばず、外国人入れ込み客数もこの頃200万人を突破し、「食と観光」は本道経済を支える最重要産業の一つとなりつつあった。しかし、道が掲げる道産品輸出1000億円とインバウンド500万人という高い目標の達成に向けては、さらに多くの観光資源の磨き上げや、受け入れ環境の整備、コンテンツの充実が必要であった。

こうした背景を受けた、我々調査団のミッションは明快であった。

ワインと食を活用し、インバウンドの拡大と観光客の満足度向上を図り、さらにはワインそのものの振興を図るため、海外の先進地を調査することである。

では、その調査先をどこにするかという話だが、「道産ワイン懇談会」から「カリフォルニア・ナパヴァレーにすべきだ」との進言をいただいた。

「ワインアカデミー」では、海外からも著名なワイン生産者や醸造家などが講師として参加していたが、その中に、カリフォルニア大学デービス校のロジャー・ボルトン先生がいた。彼の前と後で、ナパの歴史が変わったとさえ評される人物である。

本調査にあたっては、ワインアカデミー名誉校長でもある田辺由美先生、北大農学院の曾根輝雄先生を通じ、現地との調整を図っていただいたが、ボルトン先生にもワイナリーとの交渉にあたっていただいた。

この場をお借りして、ご協力いただいた皆様にお礼を申し上げます。

調査団として、この視察を今後の道産ワインと、食と観光産業の発展につなげることを強く心に誓うものである。

## 北海道議会海外調査派遣団(カリフォルニア)名簿

役職	氏名	年齢	会派	期数	選挙区
調査団団長	川尻 秀之	71	自民党・道民会議	7	函館市
調査団顧問	神戸 典臣	78	自民党・道民会議	8	胆振地域
団員	中野 秀敏	60	自民党・道民会議	2	名寄市
団員	吉田 祐樹	44	自民党・道民会議	2	札幌市豊平区
団員	吉川 隆雅	40	自民党・道民会議	2	札幌市北区
団員	内田 尊之	56	自民党・道民会議	1	檜山地域
団員	中川 浩利	48	民進党・道民連合	1	岩見沢市
団員	清水 拓也	42	自民党・道民会議	1	帯広市

<同行者>

※現地合流含む

1. 道産ワイン懇談会

北海道ワイン(株) 代表取締役社長 眞村 公宏 様  
 北海道中央葡萄酒(株) 代表取締役 三澤 計史 様  
 合同会社10Rワイナリー ブルース・ガットラヴ 様

2. 北海道大学

大学院農学研究院 教授 曾根 輝雄 様

3. 道庁

経済部食関連産業室 室長 三井 真 様

4. 旅行会社

日本旅行(株)札幌支店 支店長 鈴木 雄一 様



# 北海道議会海外調査派遣団(カリフォルニア)日程

平成29年5月20日(土)～5月26日(金)

日次	月日 (曜)	地名	現地 時間	交通機関	日 程
1	5/20 (土)	集 合	15:00		新千歳空港
		新千歳空港	16:00	JL516	新千歳空港より国内線にて羽田空港へ。
		羽田空港	17:35		羽田空港到着後、出国審査。
		羽田空港	19:20	JL002	羽田空港より空路国際線にて
		サンフランシスコ着	13:10		サンフランシスコへ【時差 -17 時間】
		サンフランシスコ滞在		専用車	到着後、入国審査、その後専用車にて市内へ ●ツインピークス視察 【宿泊 サンフランシスコ泊】
2	5/21 (日)	ナパ滞在	終日	専用車	サンフランシスコ発→ナパ市へ移動(2h) ●ゴールデンゲートブリッジ(通過見学) ●ワイントレイン視察 ●ヴェナ・ヴィスタ・ワイナリー視察 【宿泊 ナパ泊】
3	5/22 (月)	ナパ滞在	終日	専用車	●オーパスワン・ワイナリー視察 ●ロバート・モンダヴィ・ワイナリー視察 ●カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ視察 【宿泊 ナパ泊】
4	5/23 (火)	ナパ滞在	終日	専用車	●マーカム・ヴィンヤーズ視察 ●サイレナスワイナリー視察(ナパワイン協会同席) ●オーベルジュ・ドゥ・ソレイユ視察 【宿泊 ナパ泊】
5	5/24 (水)	サンフランシスコ滞在	終日	専用車	●カリフォルニア大学デービス校視察 ●ナパウェルカムセンター視察 ●ナパ市長及びビジットナパパレー代表面談 ナパ市よりサンフランシスコへ移動。(2h) 【宿泊 サンフランシスコ泊】
6	5/25 (木)	サンフランシスコ発	14:00 16:10	専用車 JL001	●JETRO サンフランシスコ ●フィッシャー・マンズ・ワーフ視察 サンフランシスコ国際空港へ。到着後、出国審査。 サンフランシスコ空港より空路国際線にて 羽田空港へ。【機中泊】
7	5/26 (金)	羽田空港着 羽田空港発 新千歳空港着	19:20 20:30 22:00	JL531	羽田空港到着後、入国審査。 羽田空港より空路国内線にて 新千歳空港へ。到着後、解散!

## 調査テーマ等について

### (1) 調査テーマ

米国カリフォルニア州における食を活用した観光政策に関する調査

### (2) 調査の必要性

道においては、「食」と「観光」を柱に据えた海外展開を行っており、特色ある資源を活かした魅力ある観光地づくりに取り組むとともに、付加価値の高い食品の開発や地域の特性を活かした商品づくりなど食の魅力の向上に取り組んでいるところであるが、外国人観光客 500 万人を目指す上では、それぞれの取組を連携させ、本道が優位性を誇る地域資源の一層の磨き上げを図り、質の高い観光地づくりを進めていくことが必要である。

ところで、世界的にワイナリーは観光客を受け入れ、地域振興にも貢献しているケースが多く、食産業振興と観光政策が連動した先進的な取組であり、その推進には幅広い関係者が一体となった体制を構築している。

本道のワイン産業を見ると、醸造用葡萄の生産量が全国一位であるとともに、2000 年以降、ワイナリーの数が急増し、道外国外からの参入者も多くなっており、国が指定する地理的表示制度の取得など、北海道が国内随一のワイン産地となる可能性がある一方、品種の選定や、品質の確保、生産者間の連携など、今後のワイン産業の在り方について、なお整理を要する事項は多い。

「世界が憧れる観光立国」を目指すにあたり、ワインが重要な要素となっていく中、食産業と観光政策、地域振興が連動した取組を進めていくうえでは、地域の特性を踏まえたきめ細かな対応が求められることから、実際に現地の状況を確認し、幅広い視点から課題やその対応方策等を掘り下げてヒアリングを行う調査が必要である。

### (3) 調査目的

先進的な取組を行っている米国カリフォルニア州を訪問し、行政関係者、DMOをはじめとする観光関係者、研究機関や料理学校といった専門機関など、幅広い関係者との意見交換に加え、ファームツーリズム関係施設の視察等を行うことにより、食産業振興と観光政策の効果的な連動のあり方を調査し、今後の議会議論に資することを目的とする。

### (4) 調査内容

・地域の食資源を活用した産業振興方策の調査

- ・食産業振興と観光政策を連動させた取組内容、課題等の調査
- ・DMO など満足度の高い観光地づくりを進めるための戦略や資金の確保、受け入れ体制の調査
- ・行政や大学などの幅広い関係者による連携のあり方の調査
- ・新たな観光資源開発による集客力向上

## (5) 調査先

### 1. 訪問国

米国カリフォルニア州

### 2. 調査先(調査箇所)

- ①現地行政関係者(ナパ市行政府)
- ②食産業関係者(カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ、  
カリフォルニア大学デービス校、ナパバレーワイン協会)
- ③観光関係者(地域 DMO)
- ④関連施設(ワイナリー、オーベルジュ)
- ⑤日本行政関係者(ジェトロサンフランシスコ事務所)

### 3. 調査先を選定した理由

米国カリフォルニア州は、地域の食資源を活用し、産業振興とともに観光振興を両立させた先進的な取組を行っている地域である。特に、ナパ市においては、急速に発展したワイン産地であるとともに、世界的にみても特色ある DMO が中心となり、行政、観光関係者、生産者、研究機関など幅広い関係者が連携を図った取組を行っていることから、各関係機関及び関連施設を調査先として選定した。

また、サンフランシスコはナパ市に近接した大都市であり、都市と地域の取組の比較を行うとともに、日本から見たカリフォルニア州の取組の客観的な評価等を探るため、調査先として選定した。

## (6) 調査行程

平成29年5月20日(土)～5月26日(金)

# 調查報告



## ◇調査事前準備について

現地での調査内容について記す前に、今回の調査に際し、多くの皆様のご協力をいただきながら準備を進めた。そのことについて、最初に書いておきたい。

まずは、道産ワイン懇談会の皆様である。

「ワインと食を活用した観光」産業を調査するというテーマに沿って、調査地の選定に入ったが、やはり当事者となるワイン生産者の皆様の意見は欠かすことができなかった。

当初は、ドイツやフランス、ニューヨークなども候補地に入っていたが、ワイン懇から出てきた意見は「カリフォルニア・ナパヴァレー」であった。

気候や、主力となる葡萄の品種などは異なるものの、世界的には後発地でありながら飛躍的にワインの評価を高めた点や、環境との調和をはかっているなどの観点から、北海道との親和性も高いとのことだった。

カリフォルニア大学デービス校のロジャー・ボルトン先生が「ワインアカデミー」に講師としてお越しいただいたことも大きかった。同じく大学との連携を進めている北海道としても、現地での体制を見ておきたかったこともあるだろう。

道庁を通じて打診した結果、ワイン懇から3名の皆様に同行していただけることになった。

次に、ワインアカデミー名誉校長の田辺由美先生と、北海道大学大学院農学研究院の曾根輝雄先生である。

お二人にはそれぞれの人脈を通じ、現地ワイナリーとの調整を図っていただいた。曾根先生経由でボルトン先生からもワイナリーにコンタクトを取っていただき、大変歓迎を受けたことは、いかにナパでの産学の連携体制がとれているかと驚きを持って受け止めることとなった。

田辺先生には、事務局担当の吉川議員が東京のオフィスを訪ね、現地の内情や、見るべきテーマについてレクチャーを受けた。

そして、在札幌米国総領事館の皆様である。

調査団顧問で、北海道議会日米友好議員連盟の会長である神戸議員と吉川議員が総領事館を訪問し、行政府や観光協会(DMO)などとのアポイント調整等を依頼した。

結果、レイチェル・ブルネット-チェン首席領事、ジャスティン・トール領事らに労を取っていただき、ナパ市長、ナパ観光協会などとお会いできる予定となった。

総領事館の皆様からは、その他にも本道観光についての様々なご提言をいただい

ており、今後の議会議論にも大いに活かしていきたい。

また、道庁経済部国際経済室、食関連産業室の両セクション及び日本旅行札幌支店の皆様に、旅程のコーディネートや細部の調整などについてのサポートをいただいた。

このように多くの皆様のご協力なしに、今回の調査は成り立たなかった。  
あらためてお礼を申し上げます。

## ◇平成29年5月20日(土):1日目

午後4時、新千歳空港発 JL516便で羽田空港へ。国際線ターミナルに移動し、出国手続き後、19:20発 JL002便にてサンフランシスコへ向かう。

現地時間13:10(日本との時差は-17時間)、サンフランシスコ国際空港に到着。入国手続きを行い、荷物を受け取った後、現地ガイドの水戸加寿子さんと合流。

当初の予定では、この日、海沿いのフェリービルディング前で行われるファーマーズ・マーケットの視察を行いたかったが、あいにく既に終了していた。

まずは、丘の町とも呼ばれるサンフランシスコの全景を眺望できるというツインピークス展望台へ向かうことに。



道すがら、水戸さんから、サンフランシスコの概況について説明を受ける。

人口およそ85万人。かつてはゴールドラッシュに沸いたこの町も、1990年代以降は、シリコンバレーを中心とするIT関連企業、多くのベンチャー企業が産業の屋台骨である。一方で、ゴールデンゲートブリッジやアルカトラズ島などの観光

スポットを抱え、ナパヴァレーへの経由地としても、多くの人が行きかう都市である。

気候は非常に温暖で、この時期は既に乾季となっている。日中の気温こそ高いが、朝晩は涼しくなり、湿気が少ないこともあって、一年の中でも最も過ごしやすい季節なのではないだろうか。

今回は訪れることができなかったが、近隣にはオーガニック料理発祥の店として有

名なアリス・ウォータース氏の手掛けるレストラン「シェ・パニース」があり、地産地消とサステナビリティが根付いた土地柄でもある。

北海道も、豊富な食資源に裏打ちされた、地産地消や、ジビエ食材の振興、クリーン農業の推進などの取り組みが進められており、学ぶことも多いと考えられる。

もう一つ、印象的なのが、映画や演劇のモデルにもなっているハーヴェイ・ミルク氏の物語だ。

サンフランシスコ市議在職中に、自らゲイであることを告白した彼は、その後、前市議であるダン・ホワイトによって、当時の市長とともに殺害される。

その顛末については割愛するが、その後、カリフォルニアは全米に先駆けて同姓パートナーの権利を認め、法制化し、アメリカにおける同姓婚の道を切り拓いていくこととなった。

今後、我が国においても LGBT の権利などについて様々な議論がなされるだろうが、こんなところでもサンフランシスコは先駆けとなっているのだ。

さて、話がそれたが、一行はツインピークスへ到着した。

この日は休日ということもあり、それほど広くない展望スペースは多くの人々で賑わっていた。

気になったのは、駐車場の案内が不十分で、大型車のスペースに自家用車が止ま



っていたり、通路をふさぐように止まっている車があるため、渋滞を引き起こしていたことだ。このあたりは反面教師とすべきだろう。

しかし、眺望はさすがに圧巻で、吹き抜ける風も心地よく、明日からの本格的な調査に期待と意欲を抱かせるものであった。

とにかく空が青く、どこも写真映えする風景である。

市内のレストランで夕食を摂り、明日からの調査に備えることとした。



- ホテルから見る夜景(上)
- 市庁舎(右上)
- 米国国旗がたなびく(右)

## ◇平成29年5月21日(日):2日目

午前8時30分、ホテルを出発。途中、ゴールデンゲートブリッジを通過し、ナパ市内へ向かう。



○霧の中に捉えたゴールデンゲートブリッジ

国道をひた走ることおよそ1時間半。車はいよいよナパ郡に入った。

ナパは丘陵が多く、北海道の風景を見慣れた我々からすれば「見渡す限りの」とは言えないが、「どこもかしこも」葡萄畑である、というのが正しい表現なのではないだろうか。



なにしろ46平方キロメートルほどの土地に500以上のワイナリーがひしめいているのである。

葡萄の木々は、その全てが等間隔に整然と並んでおり、様式美すら感じさせる。本当のワイン産地だけが持つ貫禄にふさわしい風景が広がっていた。

## 〈調査① ワイントレイン〉

### ○調査先概要：

廃線になった線路とアンティーク車両を活用し、ナパとセントヘレナ間を往復する観光列車。往復間に地元食材を活用したランチやディナーを提供するほか、地元ワイナリーと連携した見学ツアーや、ミステリーツアーなど趣向を凝らした観光ツアーを行っている。ホームページによれば、年間470万人もの方々が乗車するという。

### ○面会者：Ms. Mia(Officer)

### ○調査のポイント

廃路線を活用した鉄道観光の在り方と誘客の方法について。地元とのかかわり方についてなど。





- ワイントレインの看板(左上)
- 乗車のための受付の様子(右上)
- 出発前の忙しい時間に聴取にに応じてくれた(左)

◇エントランスを抜け、広々とした待合室に入る。すでに多くの方が、乗車のため受付に並んだり、併設されたワインショップやスーベニアショップをのぞいたりと思い思いの時間を過ごしている。ワインショップには、ナパを代表する様々なワインが取り揃えられており、運送会社との提携により日本への発送もできるようになっていた。かつては日本人スタッフもいたようで、日本語のパンフレットや案内表示もあったが、今は退社しており、日本語表記が今後どうなるかわからないようだ。

出発前の慌ただしい時間にも関わらず、オフィサーのミアさんが聞き取りに対応してくれた。

◇ワイントレインの開業は1989年。およそ100年前のプルマン社製のアンティーク車両を改装し、利用している。

廃線となった鉄路を活用し、地元ワイナリーと連携しながら多くの観光客を楽しませてきた。

かつては団体客も受け入れていたが、最近はやナリーが忙しくなり、一年

ほど前から受け入れを休止したようだ。そのようなこともあってか、意外だがアジアからの最多のお客さんは日本人だという。そのほかにはカナダや中国からの乗客が多いようだ。

日本では、漫画「神の雫」で取り上げられたこともあり、会社としては日本人にもっと来てほしいという。しかしながら、特に日本人向けのキャンペーンや広報に力を入れているという感じもないのだが、そのようなことをしなくても、十分な来客があるのかも知れない。あえて広報・周知をしなくても、すでに世界的なブランドになったナパヴァレーの名前だけで、お客さんが来てくれるということなのだろう。

圧倒的な「ナパヴァレー」というブランド力と、それに対する地元の人たちの相当なプライドは、この後の調査の行く先々で感じることとなる。

◇今でこそ順調なワイントレインだが、開業当初は地元の反対にあい、軋轢もあったという。

その原因の一つには、列車の運行が葡萄そのものに悪影響をあたえるのではないかということ。また、多くの観光客の流入が治安上、問題を起こすのではないかという懸念だ。

一部には強硬な反対運動もあったようだが、地元ワイナリーとパートナーシップを結び、倒産寸前のワイナリーを立て直したり、学校などに寄付をしたり、観光によって地元が潤うということを地道に訴えながら、関係を改善してきたという。

**JR** 北海道の鉄路存続問題が起こっている北海道にとっても、こうした取り組みは非常に参考になるのではないか。ただし、ワイントレインが成功したのは、前述したようにナパのブランド力と、ワインという普遍的なコンテンツがあったからに他ならない。北海道にも食資源など観光コンテンツは豊富にあるが、そうしたものをいかに魅力的に見せながら、さらにブランド力を向上させていくか、その磨き上げが重要なポイントだろう。



## 〈調査② ブエナビスタ・ワイナリー〉

### ○調査先概要：

ハンガリー人のアゴストン・ハラスティ伯爵により1857年に創設された、アメリカで最も古い歴史を持つエステート・ワイナリー。

伯爵がヨーロッパから300種類約10万本の葡萄の苗木を輸入し栽培を始めたと言われ、カリフォルニアワインの発展の礎を築いた。伯爵の多大なる業績を讃え「カリフォルニアワインの父」と呼ばれる。

ソノマ・カウンティのほか、カーネロス地区にも広大な自家農園を保有しており、その広さはカリフォルニア最大級。

### ○面会者：Mr.Gim(Winemakers)、Ms. Rebecca(Assistant Officer)

### ○調査のポイント

カリフォルニアワインの発展に果たした役割やツーリズムとの連携に関する取り組みなど。





◇続いて我々は、ナパのすぐ隣、ソノマに位置するカリフォルニア最古のワイナリーの一つ、「ブエナビスタワイナリー」に向かった。

いよいよ、この視察はじめてのワイナリー訪問となる。

◇ブエナビスタワイナリーは数あるワイ

ナリーの中でも、観光向けに特化した施設である。駐車場のほど近くに案内板があり、この日も様々なテイスティングツアーや、イベントなどが行われていることが分かった。



○テイスティングツアーなど様々なメニューがある。



○駐車場からエントランスへ向かう道には、ワイナリーの歴史を記した看板や、生垣を利用した迷路など、遊び心ある施設も作られている。



○ワイナリーに入って最初に見えるのは、バーを併設したショップ。内でも外でも、思い思いにワインを楽しむことができる。

◇ここでは、テイastingツアーの案内人であり、ワインのブレンドやテイastingの講師も行っている醸造家のジムさんが対応してくれた。

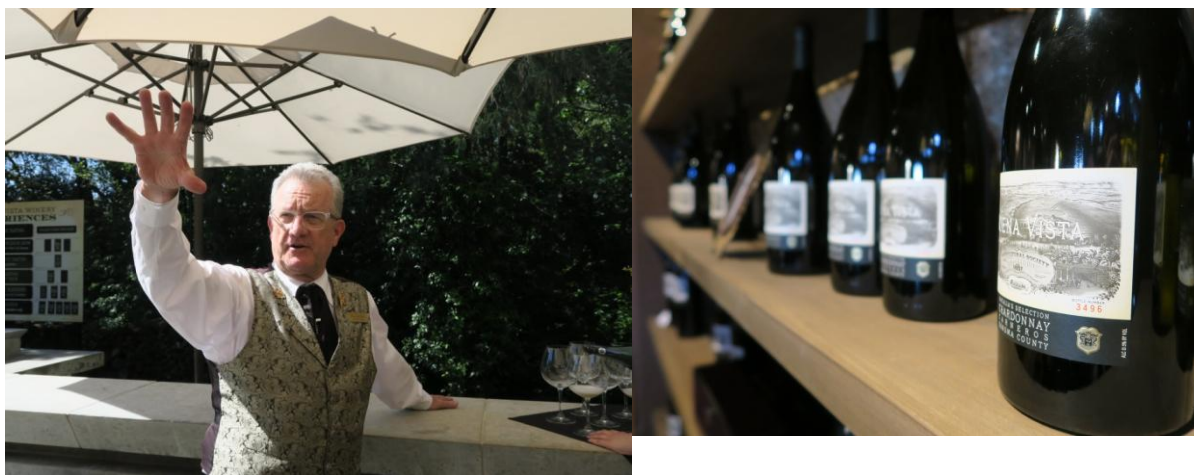
1800年代に開設された同所だが、1880年代にはフィロキセラという害虫が発生し畑の85%が侵されたという。幾度かのオーナーの変更を経て、一時は閉鎖されるなど、順調なばかりではなかったようだ。2011年から現在のオーナーに代わり、大々的にリノベーションして現在の姿になった。

1億2千万ドルの費用をかけ、つるはしの跡も残る古い洞穴を使ったカーヴ(貯蔵庫)など、歴史的な風景も残しながら、小さくて品質の高いものを目指すという方針のもと、経営を行ってきた。

立て直しに向け、残念ながら、畑は全て手放したようだが、かえって質の良い葡萄を買い付けられ、ワインの品質も向上した。いわゆるネゴシアンだが、これが最新のワイナリーの考え方なのだという。一方で、最初のオーナーであるハラスティ伯爵も様々なワインをアッセンブラージュ(ブレンド)するのが好きだったとのことで、ある意味では原点に回帰したのかも知れない。

◇ジムさんに、貯蔵庫をはじめ園内施設を案内してもらおう。1862年に冷害でカーヴの温度が上がらず、発酵が進まなかったことから、カーヴ内で火を焚いて温度を上げたときの焦げ跡など、ワイナリーの歴史を物語るものがそこかしこで見られる。

テイasting分析を体験してもらうための部屋もあり、そこでは、ワインのアロマを構成する様々な香りをかぐことのできる装置なども置かれている。



○醸造家でもあるジムさん(左上)

○ショップに並べられたワイン(右上)

◇観光地としてどれくらいの人があるのか尋ねてみたが、実数値は押さえていないという。年間1万2千ケースというワインの売り上げから、1日に200～300人は来ているのではないかとのことだった。毎年18からの大きなイ

ベントを行っているので、把握しきれないのだという。

プロモーションに関しては、マーケティングの専門家を雇い、積極的に行っている。ただしスーパーボウルでの CM など主に国内向けのようだ。海外向けにはウェブサイトでの発信を重視している。

良いワインを造れば、それが評判となり人を呼びこむので、ワイン造りをしっかり行っていくことが大事だという。

日本での販売は行っておらず、予定もないという。ここに来なければ飲めないものを、という精神でこれからも作っていくということだ。

その土地に行かなければ味わえないものを作っていくことは、観光振興、地域振興にも寄与するし、それはプレミアムな体験となり、来た人に大きなインパクトを残すことにもなる。



- 当時の外観のまま残る貯蔵庫(左上)
- 洞穴をそのまま残している(右上)
- 瀟洒な雰囲気のレストラン(左下)
- ワインのアロマを体験できる装置(右下)



○壁一面にディスプレイされたワイン(上)  
○ユニークな人柄だというオーナーのワンセイ氏(右)



◇平成29年5月22日(月):3日目

### 〈調査③ オーパスワン・ワイナリー〉

○調査先概要：

ナパを代表するワイナリーの一つ。フランスのボルドーワインで有名な「ロスチャイルド男爵」と、ワイン界の重鎮「ロバート・モンダヴィ氏」により1979年に開設。手摘みでの収穫や徹底した温度管理による醸造など厳格な品質管理を行うことにより最高品質のワインを生みだし、世界のワイン品評会などでも高い評価を受けている。

○面会者：Mr.Mark(ゲストリレーション担当)、Mr.Chris(栽培担当)  
Mr.Pablo(醸造・セラー管理担当)

○調査のポイント

栽培～醸造までの技術と課題、ワインプロモーションやツーリズムとの連携、ワイン産業への貢献など。



◇調査3日目。最初の調査先であるオーパスワン・ワイナリーに着くと、道産ワイン懇談会のメンバー、北大農学院の曾根先生、道庁の三井食関連産業室長が既に待っていて下さった。

合同調査となったことで、この後の調査ではさらに技術的な面や、今後の両産地の連携などについても、理解や意義が深まるであろう。道産ワインのレベルアップのために、皆さんにも十分な成果を持って帰ってほしい。

◇オーパスワンは日本でも有名なワインだ。ロスチャイルド男爵とロバート・モンダヴィ氏がタッグを組み、「作品番号1番」という音楽用語を名前に付けて、世に送り出したワインは、国内外で高い評価を受けている。

白亜の城かと思いがうような美しい門構えの前に、一面の葡萄畑が広がる。

受付を通り、案内されたゲストリレーションルームは、高価な調度品が並び、ワイナリーの風格を際立たせる。ここでまずは、接客担当のマークさんから、ワイナリーの歴史などについてレクチャーを受けることに。



○調度品へのこだわりもおもてなしの一環である(左上)

○迎えてくれたマークさん(右上)



◇ロスチャイルド男爵とモンダヴィ氏の間には、ワインに対する情熱や、経験、成功者としての体験と、それを活かしたワイン産業への貢献という共通の価値観があったようだ。

もともとはロバート・モンダヴィ社の施設内で醸造していたが、1991年に現在の建物を竣工し、自社施設内で自社農場の葡萄を醸造している。2005年にモンダヴィ社から独立した。

◇ここで、ワイン界を震撼させた「パリ・テイスティング事件」、「パリの審判」とも呼ばれる「事件」について記しておこう。

1976年のことである。それまでは、ワインといえばフランス至上主義であり、ボルドーの格付け1級シャトーやブルゴーニュのグランクリュの最上級畑は他に比類なきものとされていた。

アメリカやチリ、南アフリカなど現在ではレベルの高いワインを生み出すようになった生産地であっても、今もニューワールド(新たな生産地)と呼ばれているのは、そうした歴史を引きずり続けているからであろう。

当時、そうしたことに疑問を感じたイギリス人でワインスクール経営者のスティーブン・スパリュア氏は、カリフォルニアワインのレベルを知ってもらうため、ある趣向を凝らすことにした。

フランスワインとカリフォルニアワインのブラインド・テイスティング(ラベルを隠しての試飲)を行い、批評家や専門家に評価を付けさせたのである。

銘柄はカベルネ・ソーヴィニヨンとシャルドネ。フランス産は、赤は全てボルドー産、白は全てブルゴーニュの一級品であった。

パリのインターコンチネンタルホテルに、9名の審査員が集まり(全てフランス人！)、テイスティングが開始された。

もちろん、誰もがフランスワインの圧倒的な勝利を信じて疑わなかったが、果たしてその結果は驚くべきものだった。

赤、白ともに、カリフォルニアのワインが1位を獲得したのである。

逆上した審査員の一人が、投票用紙を取り返そうとしたとの逸話もあるほどで、驚きのニュースは世界中を駆け巡り、この「事件」はカリフォルニアの生産者の間でも、カリフォルニアワインを世界的名産地に押し上げた日として深く刻み込まれた。

我々のこの後の調査の行く先々でも、この「事件」のことは話題に上り、生産者の方々がいかに誇りに思っているかを感じるようになった。

◇話をオーパスワンでの調査に戻すことにしよう。

我々は続いて、先ほどの葡萄畑に案内され、栽培担当のクリスさんから、お

話を伺うことになった。

170エーカー(70ha)の畑があり、1エーカーあたり約3300本の木が植えられている。85%がカベルネ・ソーヴィニヨンで、残りがカベルネフラン、メルロー、マルヴェックなど。

畑に植える段階から、ワインのアサンプラージュの予定に合わせた割合に植えているという。隣にある10エーカーの畑には、品種をランダムに植え、それらを混ぜたほうが味に深みが出るのだという。

環境保全の観点から、14エーカーは空き地にしており、他社の畑に比べ、木の丈が低く、畝幅が狭いのが特徴だ。

年明けの降雨量が多かったこともあり、例年より開花が遅れるなど、生育の遅れがあるようだ。

苗木はフランスなどの専門業者から購入し、1本は2〜3ドルほど。しかし、ウィルスチェックに280ドルがかかるという。

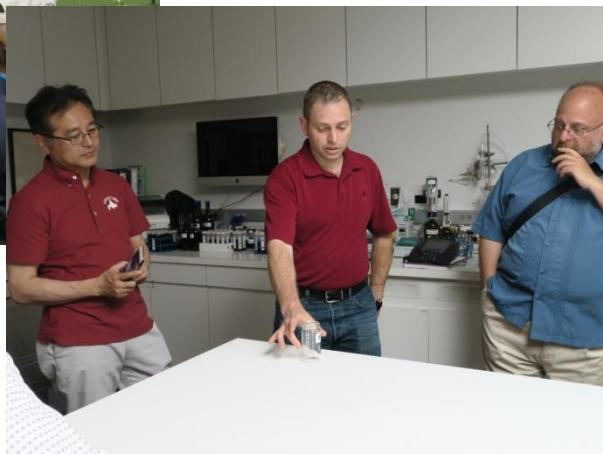
狭い畝幅に対応する専門のトラクターや、霜除けの風車などを導入しているが、収穫は手摘み。細部に至るこだわりが、上質な味わいを生み出す。

◇建物に戻り、ラボ(分析・研究室)では、醸造・セラー管理担当のパブロさんが説明をしてくれた。

ここでは、葡萄の糖度や色など品質のチェック、コルクなど資材の品質管理を行い、特にコルクについてはブショネというカビ臭が発生する異常がないか確認している。



○畑担当のクリス氏。



○ラボでパブロさんの説明を受ける。右はブルース氏、左は畠村氏。

一行はさらに、葡萄の選別機や、発酵中のステンレスタンクなどを見学。

日光や昼間の高温による劣化を防ぐため葡萄の実は夜中の2時から明け方にかけて摘み終え、醸造工房に搬入する。

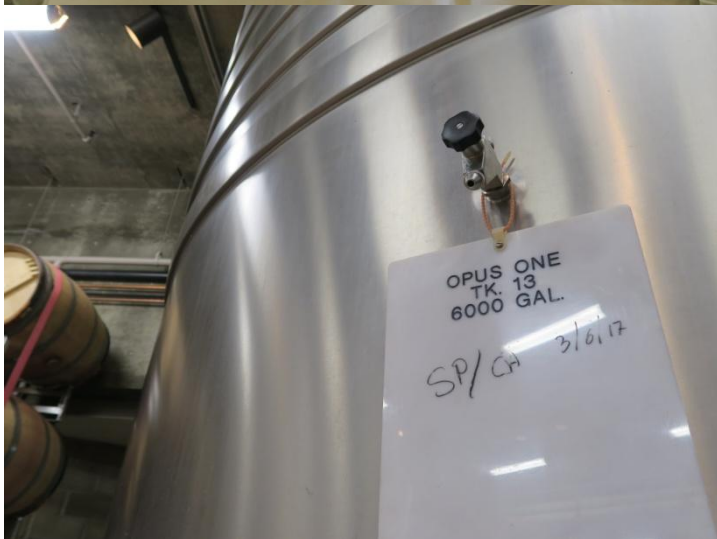
葡萄の選別について、以前は22名の作業員が1日に4～6tの選別を行っていたが、2010年に機器を導入後、14名で10tの選別が可能になってという。

熟成は樽に詰めて18か月。瓶詰してさらに1年寝かせ、出荷される。

熟成にはオークの新樽のみを用いているが、オーパスワンがどのメーカー、素材の樽を使用するか、世界中のワイナリーが注目している。

酵母菌は自社のものを使っているが、フランスから専門家を招聘し、最適な酵母を選別している。

近年の当たり年は2013年。干ばつの始まりであったが品質は良いという。今年2017年の出来にも期待がもてるとか。



○葡萄の選別機(上)

○タンク内で熟成されていく(下)

◇オーパスワンはさすがに日本からの来客も多いらしく、併設されたショップからは日本への発送もできるようになっていた。

あえて多数の観光客を呼び込むような取り組みは行っていないが、自分たちのワイン造りを知ってもらう上では、お客さんに来てもらうのは重要なことと考えているようだ。こうした考えは、他のワイナリーにも共通しており、観光客目当てでワイン造りを行っているような本末転倒ではなく、あくまでワインの質を突き詰めていくことが、当たり前ではあるが、彼らの目標なのだ。

◇余談ではあるが、実は、日本からこの日の訪問についてやり取りをしている段階で、担当者からワイナリー内でのランチ懇談会に誘われていた。

我々もひそかに期待していたのだが、行ってみるとなんとこの日は担当者が休んでおり、誰もその話を聞いていないという。

これはさすがに無理かと諦めかけていたのだが、クリスさんやパブロさんらが「ボルトン先生の紹介なのだから無碍にできない」と、近隣のアメリカンダイナーに招待してくれた。

ボルトン先生と、ワイナリーの方々のご配慮に感謝しつつ、楽しい時間を過ごすことができた。





## 〈調査④ ロバート・モンダヴィ・ワイナリー〉

### ○調査先概要：

ロバート・モンダヴィが自身の理想のワイナリーを作り上げるため、1966年に創設。ヨーロッパの伝統とアメリカの最新技術、経営・マーケティングの専門知識と組み合わせることを目指し、カリフォルニアワイン発展に欠かせない改革を実施。

1979年にはフランスのロスチャイルド男爵と「オーパスワン」を共同創設し、世界最高峰のワインを作り上げた。

また、ワイナリーにおけるコンサートや美術展、料理教室の開催など、ワイナリーと文化を融合させ、地域における文化・芸術活動、医療活動への支援を積極的に行い、世界のワイン業界の指導的役割を果たした。

### ○面会者：Mr.Deana

### ○調査のポイント：

「ロバート・モンダヴィ」の思想と功績、カリフォルニアワインの発展について。



◇ワインに関わる者で、「ロバート・モンダヴィ」の名を知らぬ人はいないだろう。イタリア系移民の家に生まれた彼は、若い頃からワインをアメリカ文化の中に根付かせたいという情熱を持っていたようだ。スタンフォード大学では経済・経営学を専攻しているが、ワイン産業で成功するためには栽培・醸造などの技術的な分野と同じく、マーケティングや近代化が重要だということを考えていたからではないだろうか。

父から受け継いだワイナリーを、弟と共に長らく経営していたが、1966年、53歳のときに息子とともに「ロバート・モンダヴィ・ワイナリー」を設立。ヨーロッパの伝統・技術と、アメリカの最新テクノロジー、経営・マーケティングの専門知識とを組み合わせ、カリフォルニアワインの向上を目指し、それを実現した。

一方、「ワイン造りは文化であり、芸術である」との思いから、様々な文化・芸術活動や医療活動への支援を行う篤志家でもあった。後述する UC デービス校のワイン研究施設にも多額の寄付をしている。

2008年に94歳で亡くなるまで、アメリカワイン産業のリーダーで在り続けたのみならず、世界にニューワールドワインの繁栄をもたらした功績者であった。



◇そんなモンダヴィ氏が築き上げたワイナリーに足を踏み入ると、リゾートホテルに来たかと思ってしまうような、なんとも開放的で、優雅な空間が広がっていた。

迎えてくれたディーナさんに続いて、ワイナリーの中を進んでいく。



○広々と開放的な中庭(上)

○テラス席でワインを楽しむこともできる(右)

◇ワイナリーが設立された当時、アメリカではビールが主流でワイン文化は浸透しておらず、ワイン造りを始めるのはクレイジーだと言われたという。モンダヴィ氏は、そんな中でどうやってワイン文化を広めようかと考え、食とのマッチングを核としようと考えた。

いわゆる「マリアージュ」である。それから数十年が経ち、当たり前になった。

ナパのワインは、その規模は小さく、アメリカ全体の4%ほどのシェアしかない。実はワシントンやニューヨークなど、アメリカのほとんどの州でワインは作られている。そのような状況で、ナパはアメリカワインの代名詞を呼べる存在となった。

注目度が増すことで、海外からの投資も増え、1990年代には日本のメルシャンやサントリーも投資を行っている。現在は、中国からの観光客が増え、投資も増えているという。

こうしたナパの発展は、モンダヴィ無くしてなかったとディーナさんは語る。

◇観光客が増え始めたのは、1990年代から。当初は無料でテイastingサービスを行っていたが、2000年から15ドルほどいただくこととした。

ナパでは有料のツアーがトレンドで、中には100ドル以上取るワイナリーもあるが、サービス内容を充実させ、満足度が高ければ、お客さんは来るという。

ワイン文化がアメリカに浸透したことで、人々がワインにお金をかけるようになり、農家も畑の価値も上がった。

ワイントレインなどのワインツーリズムについても、かつては反対派もいたが、今では、ワインの理解者を増やし、価値を高めるとして皆、賛成しているという。



○熟成庫とそれに隣接する  
テイastingルーム





○ナパの素晴らしいワインを産み出すアペレーション

◇ワイン生産国では、その多くが「ワイン法」を制定している。葡萄の原産地や品種、製法など厳格に設定することで、その品質や個性を担保し、ワインの格付けを行っていく。

ワイン法が生まれたのは1930年代。ヨーロッパでは悪天候や経済不況が続き、フランスでもワイン産業は大きな打撃を受けた。追い打ちをかけるように、フランスの有名産地を騙る偽ワインが多く出回るようになり、対策に乗り出す必要があった。そこで、原産地呼称制度=A.O.Cの制定へ向け、動き始めたのである。

こうした基準や格付けがあることで、消費者は品質の良いものを手に取ることができるし、生産者は付加価値の高いものを造ることができる。対外的にも、自国のブランドを維持し、産業を守ることにもつながるのである。

我が国でも、ワイン法こそないものの、国税庁が酒類の地理的表示制度を管轄しており、現在、北海道でもその取得を目指している。

アメリカでは、政府承認ぶどう栽培地域 (American Approved Viticultural Area 略称 A.V.A) を設定しているが、そこで定めているのは地理的範囲のみであり、品種や醸造方法については定めがない(厳密に言えば膨大な説明になるの

で、ここではこの程度に留めることとする)。

「ナパ・ヴァレー」とはその A.V.A の一つを指すのである。

米国のアペレーションは、どこで採れた葡萄かを証明する制度である。ナパ・ヴァレーというブランド力を持つアペレーションによって世界から認知される。その中でも、個性が際立ったワインを目指して、より狭いエリアに限定された葡萄のみでワインを生産している事実を証明するのが、サブ・アペレーションである。アメリカのアペレーションは、フランスのように葡萄の摘み取り時期や醸造法を限定しないため、各社の自由や判断や努力で品質を向上させていくことのできる価値のある制度なのだ。

アメリカの A.V.A 制度について、ディーナさんは次のように語る。

「A.V.A はワインのユニークさを際立たせる。どこで何を育てるか、自由なのがアメリカワイン。その価値は、規制ではなくマーケットが決めるのだよ」



## 〈調査⑤ カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ(CIA)〉

### ○調査先概要：

1946年にコネチカット州に設立され、ニューヨーク州へ移転。外食産業界のハーバードとも呼ばれ、世界最高レベルの料理教養と技術教育を提供する。大学の学位も取得できる。

充実した施設やカリキュラムにより、世界で活躍する一流シェフを数多く輩出。同校によると、ニューヨークのトップ10レストランのうち7軒シェフがCIA卒業である。世界的に有名な料理界の巨匠ポール・ボキューズが息子を入学させたことでも知られている。

世界の食から注目すべきテーマを抽出し、毎年食の国際会議を開催しており、2010年のテーマには日本が選ばれている。

### ○面会者：Ms. Christie Dufault (Wine & Beverage Instructor)

### ○調査のポイント：

世界に通用する料理人の育成方針、食による地域振興に向けた取り組み、食産業と観光産業との連携など。



◇調査3日目、最後の訪問地は「カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ」。

1946年にコネチカット州に、非営利組織として設立された世界的に有名な料理大学である。現在は本部をニューヨークに移し、ここナパ校以外にはテキサス、シンガポールにも姉妹校を設置している。

「外食産業界のハーバード」とも呼ばれ、外食産業と接客業界のリーダー養成に向け、マネージメント、料理科学、応用食品学専攻の学士号や、カリナリー・アーツとベーキング・アンド・ペーストリー・アーツの準学士を授与するほか、フード・ビジネス・スクールを通じた幹部教育を実施。食品業界のシンクタンクとしてコンサル業務や各種セミナー、フォーラム等を主催するなど、その影響力は大きい。

◇石造りの歴史を感じさせる建物は、かつて、1889年に建設された共同醸造所であった。1920年、禁酒法により一時的に閉鎖されるなどの経過を辿った後、20年前から校舎として使われるようになった。



ロビーには、各国の国旗を掲げた吹き抜けが広がっており、そこで、同校のワインの講師を務める、クリスティさんが迎えてくれた。

受付横のガラス戸の向こうには、学生たちが運営するカフェや、調理器具やエプロン、食材など同校のノベルティグッズを販売するショップが見える。

◇クリスティさんは、厨房設備を完備した実習室、同校やカリフォルニアワインの歴史を伝える展示室など、校内を案内しながら、我々の質疑に応じてくれた。

厨房で使う鍋などの備品は、アメリカンクックウェアのトップブランドであるバイキング社から提供を受けている。また、パン講座のキッチンには日本の「タカギ・ベーカリー」の高木俊介氏から寄付を受け、彼の名前を冠している。

この日はショコラティエ(チョコレート職人)の養成講座が開催中で、窓越しであるが、真剣に取り組む学生たちの様子を見ることのできた。



- ショコラティエの講座の様子(上)
- 様々な調理器具を買うことができる(左中)
- ワイン講師のクリスティさん(右中)
- 高木氏の名前を冠した施設(下)

◇CIA ナパ校のミッションは、技能の高いシェフやソムリエを育てることである。2年制と4年制が基本で、およそ250名の学生が学んでいる。料理学科、ワイン学科はもとより、パン職人やショコラティエの養成も行っている。

ワイン学科の中には、日本酒、焼酎、ウイスキーなどの講座もあり、日本酒の専任講師もいるという。クリスティさん曰く、「日本酒もいいが、日本のウイスキーはもっと素晴らしい」。

◇カリフォルニアのワイナリーは禁酒法以前は225軒が存在していた。それが禁酒法の施行により5軒にまで減ってしまう。まさに絶滅とっていいだろう。しかし、禁酒法の終わりと同時に再び増加し、現在は500軒を超えるまでになった。

ナパの歴史を考えると、ロバート・モンダヴィは、禁酒法以後の初の「ワイナリー」と呼んでいい存在だという。これまで調査してきたように、ナパのワインも一朝一夕に成長したわけではなく、そうした苦難の歴史を乗り越え、現在に至ったことがわかる。

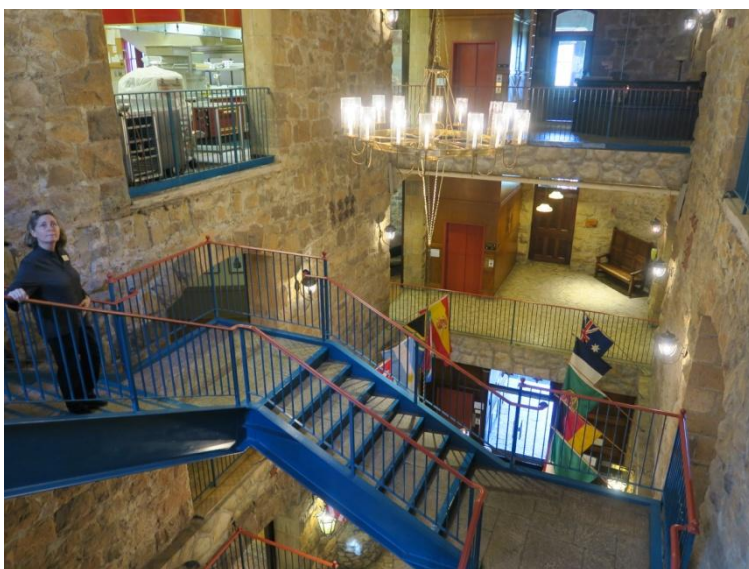
クリスティさんは、それを「ルネッサンス。花が開いた」と表現した。

◇学生たちは世界各国からやってくるという。卒業後は、1年間のプラクティスビザを取得でき、米国内のレストランで働くことが可能になる。

周辺の飲食店には、高級店を中心に、当然ながら同校出身のシェフが多く、卒業生であることがステータスであるという。



- 広い校内には様々な設備が(上)
- 歴史的なワインが数多展示されている(左下)
- 使い込まれた厨房器具(右下)



◇こうした充実した施設を見ていると、アメリカにおけるシェフや食に携わる職人たち、あるいはレストランのプライオリティの高さが伝わってくる。

広大な校舎内は短時間で回りきれぬものではなかったが、場所を別棟になるワイン講座の研修棟へ移すことにして、引き

続きお話を伺っていく。



○ワイン講座は敷地内の別棟で行われている。

◇まず教室は、さほど広くはないが数十名の学生が学べるようになっており、一人ひとりのスペースに、最大18種類のワインを置ける区切りがあり、口を

ゆすぐための蛇口も設置されていた。ワインの色を見るための照明も付いている。

この授業のコンセプトは、世界の料理とのマリアージュでワインの価値を高めることだという。

授業料は、選択プログラムにもよるが、年間およそ3万ドル(300万円強)で、生徒の負担は決して小さくはない。寄宿舎を用意しているが、100人分しかなく、残りの150人は周辺に部屋をシェアするなどして対応している。

地元のワイン協会「ナパ・ヴァレー・ヴィントナーズ(NVV)」は、コピア校の新設に際し、10年間で100万ドルの資金提供を約束してくれたという。そのシアターに、ナパ・ヴァレー・ヴィントナーズ・シアターと名づけ、ここで行われるワイン振興に向けたプログラム(研究講座やシンポジウム等)に、NVVから資金と人脈の両面で協力を受けている。

また、実習用のワインの半分ほどは地元ワイナリーからの寄付で賄っている。ロサンゼルス在住の日本人、ウエノ氏(未確認だが貿易商?)は、日本の酒や焼酎を寄付してくれるという。

こうしたことは、ここで行われている授業や卒業生たちが、いずれ自分たちの業界や産業に還元してくれるものが大きいという認識が広がっていることの裏付けとなるものだろう。

ワインや食に携わるもの全体で、産業を育てようという意識を非常に感じるものである。本道においても、関係者の有機的な連携が今後、必要になってくるだろう。



○教室で説明を受ける。



◇平成29年5月23日(火):4日目

## 〈調査⑥ マークカム・ヴィンヤーズ〉

○調査先概要：

ナパ・ヴァレーで4番目に古い老舗のワイナリー。

フランスのボルドーからの移民である「ジーン・ローレン」氏が1874年に開設。約100年後、「ブルース・マークカム」氏が所有者となり、「マークカム・ヴィンヤーズ」となった。

1987年、日本のメルシャンが資本参加し、葡萄畑の植え替えや各種醸造設備のリニューアルを実施したことによりワインの品質が飛躍的に向上し、市場においてプレミアムワインメーカーとしてのイメージが定着した。

ナパ産の葡萄を使い、品種の特性をそのまま表現した果実味豊かなワインを適正な価格で提供することにこだわり、マークカムの名を冠してリリースされるワインには、銘柄に関わらず、全てナパ産の葡萄が使用されている。

○面会者：Mr. David Flanary (President CFO)

○調査のポイント

地元葡萄の活用方針と課題、ツーリズムとの連携について等



◇調査も4日目に入り、この日もワイナリーの視察から入ることとなった。

マーカム・ヴィンヤーズは、メルシャンの資本も入る老舗のワイナリーである。年間生産量は15万ケース(オーパス・ワンの6倍の規模)というから、大手ワイナリーである。後述するが、ナパの多くは小規模、家族経営のワイナリーであり、こうした両方の規模のワイナリーを訪れることも、今回の視察の目的の一つであった。ツーリズムという観点からすれば、家族経営のワイナリーで、多くの観光客を受け入れることは難しいだろうから、こうした大手ワイナリーの取り組みがそれをけん引することになる。

また、このワイナリーは地元ナパ産の葡萄を使うことにこだわっているとのことで、北海道が置かれている状況とも親和性の高い視察先であろう。

ここでは、社長であり経営責任者であるデビッド氏が出迎えてくれた。



○建物に入るとそこは、バーを併設したスーベニアショップ(左上)

○ワインだけでなく、地元アーティストの作品も販売している(右上)

○アートにこだわった内装(左下)

○敷地内では錦鯉も飼われ、日本的な趣向も感じさせる(右下)

◇1879年、ジーン・ローレン氏が鉄道工場の中国人を使い、地元の石材を切り出して造った同所。1972年にブルース・マーカム氏の手に渡り、1978年から「マーカム・ヴィンヤーズ」となった。その後、メルシャンの資本が入り、飛躍的な品質向上を遂げた同所のワインは、ワイン評論で有名な「ワインスペクテーター」紙が選ぶNo.1メルローにも輝いたことがあるという。

地元アーティストの作品を飾り、さながらギャラリーのような館内を案内しながら、デビット氏がワイナリーの歴史について語ってくれた。

歴史ある他のワイナリーと同じように、創設当時の建築物を使いながら、リノベーションによって設備を近代化させている。

歴史展示物を置いた部屋や、ワイン熟成庫、瓶詰工場、マーケティングオフィスなど、くまなく回りながら、ワイナリーの取り組みについて教えていただく。



○マーカムの歴史について語るデビット氏(左上)

○至るところにアート作品がかかる(右上)

○創設当時の様子を伝えるパネル(下)



○ズラリと並んだ木樽の向こうに、創業当時の石壁が見える。

◇マーカムで醸造しているワインは、カベルネ・ソーヴィニヨン、メルロー、シャルドネ、ソーヴィニヨン・ブランと、それらをブレンドしたものの5つ。

ちょうど今は、メルローのボトリングの時期だという。

120ヘクタールの自社農園を持ち、葡萄全体の3分の2を確保している。残りは12軒の契約農家から購入。南北に長いナパでは、暑い北部はカベルネ系、霧が発生する南部ではシャルドネ系を栽培している。

この日は会うことはできなかったが、醸造の責任者はキンバリー・ニコルズさんという女性。女性の醸造家は全体の10%もないという。ブレンド比率の決定も行うワインメーカーで、マーカムの前はスタッグスリープというワイナリーで働いていた。スタッグスリープといえば、前述したパリ事件で、フランスワインに勝利した銘柄である。

「自分たちのスタイルを追求し、ボルドーなど既存のスタイルを目指すわけではない」とデビッドさんは語る。

確固たる信念に基づいたワインづくりが、ファンを増やし、消費者に訴求することを知っているのだ。



○ステンレスタンクの中で発酵がすすむ。品質は厳重に管理されている。



○巨大な瓶詰工場。ランチタイムが終わり、女性工員が作業に戻ってきた。



○屋上から自社畑を望む。



◇施設内をくまなく見せていただいたが、通常、一般客にはこのようなツアーは行っておらず、試飲だけだという。自社のワインクラブの会員には特別なツアーなどインセンティブもあるようだ。

観光客は、サンフランシスコからナパに入ってくるので、北の方にあるマーカムまで来る人は少ないのだとか。それでも年間2万5千人の観光客が訪れている。来訪者が増えるのは、ワインのファンを増やし、ビジネスに繋がることとして、基本的には歓迎している。

◇ブランドを高める取り組みとして、環境保全の重要性が挙げられる。マーカムでは、**Green Environmental Certification** (環境認証)を取得している。

アペレーションの価値については、大半の商品にナパというアペレーションを標記しているが、土壌や気候が均一な限定的な土地(サブ・アペレーション域内)で採れた糖度の高い葡萄を厳選すると、個性の強いビンテージワインができ、そのボトルにサブ・アペレーションを記載して、高い価格設定を行っている。

また、メルシャンから多くのインターンを受け入れており、勝沼でワイナリーを開く方もいるなど、同社のノウハウは日本のワインづくりにも受け継がれている。全く同じ形にはならないだろうが、今後、北海道のワインづくりにもナパのノウハウが活かされるよう、連携が進むことを望みたい。

## 〈調査⑦ シレナス・ワイナリー〉

### ○調査先概要：

クルミ農園を葡萄畑に転用し、モンダヴィ社などに販売するヴィンヤードとして1970年に創業。2001年に日本での勤務経験もある、スコット・メドウズ氏が買い取り、2003年から自社醸造を開始した。

屋号の「シレナス」はギリシャ神話における酒の神「デュオニュソス」の教師である半人半馬の種族から。シレナスは大変賢い反面、いつも大量のワインを飲み、酔っているという。

葡萄の樹、ハチミツ、松ぼっくりを組み合わせたものをマークにして、ラベルに使っている。

○面会者：Mr. Scott Meadows (General Manager)

## 〈調査⑧ ナパ・ワイン協会 (Napa Valley Vintners)〉

### ○調査先概要：

1943年、ナパ・ヴァレーのワインを全米はもとより世界的に普及させることを目的とする啓蒙促進団体として誕生。現在、525以上のワイナリーが加盟している。11名の役員、30名のスタッフがプロモーション、オークション、アペレーションの管理、地域の環境保全などに携わっている。

○面会者：Mr. Rex Stults (Government Relations Director)

### ○調査のポイント：

ナパワイン産業の概況、ツーリズムやプロモーションに関連した取り組み、アペレーションの管理に関する取り組みなど





◇5軒目にして、最後のワイナリー訪問となる「シレナス・ワイナリー」。

在札幌アメリカ総領事館の手配により、ここでナパ・ヴァレーワイン協会も同席し、調査に応じてくれることとなった。

そのため、実際の調査時には説明や質疑の内容も混在していたが、わかりやすくするため、ワイン協会及びナパワインの概況と、シレナス・ワイナリーについての説明とを、内容を分けて以下に記す。

◇ナパ・ワイン協会は1943年に10程のワイナリーから始まった。役員やスタッフは全てボランティアで、かつてはロバート・モンダヴィ氏も在籍していた。

ワイナリーの65%は年間5,000ケース未満の小規模生産であり、95%が家族経営である。そうした小規模ワイナリーを支援するのが、協会の基本的な仕事である。

年間予算は9百万ドル(約10億円)。半分が会費で各ワイナリーの規模によって拠出。残り半分は営業収入で、オークションによる収入が大きい。現在加入しているワイナリーの80%以上がグロワー、いわゆる葡萄を育てている。

ナパはワインの生産地として有名だが、生産量のシェアは米国内で4%程度しかない。しかし売り上げは3分の1を占めるという。

そうした地位を確立してきた要因はいくつかある。

一つは1968年に成立した農業用地保護法である。これにより、ナパ郡の約4,400ヘクタールの土地が永久に開発されることなく、農地または空き地のままで置かれることが義務付けられている。さらに6,400ヘクタールの土地が、農業用地や空き地を奨励するウィリアムソン法令によって保護され



ている。

ほかにも葡萄畑の認定システムであるナパ・グリーンなどによって、郡政府と各種自然保護団体、ワイン協会が連携し、野生動物の保護や、景観の維持、土壌品質の保全など、環境保全の取り組みを行っている。

こうしたことは、ツーリズムや観光プロモートとは一線を画す考え方で、レックスさんもツーリズムがワインビジネスの振興につながるとは考えていなかったようだ。

今でも、一見さんや物見遊山の客は求めておらず、自分たちのワインの価値を認め、そのために来る客を相手にしていくという。フィービジネスで商売をするつもりはないということだ。

郡政府も観光一辺倒より環境との調和を考え、ワイナリーごとに受け入れ人数の上限を定めているところもあるという。

これらの規制は、ワイン産業が確立する前に定めてしまったという。

すなわち、ワインづくりはあくまで農業が基本にあり、自然との調和や環境の保護が、自分たちの利益につながるということなのだろう。

スコットさんも同調し、こうした考えがなければ今のナパも自分たちの仕事もなかっただろうと語っている。

◇6月開催のオークションは、1981年に開始し「世界最大のチャリティ・ワインオークション」として有名だ。会員ワイナリーから自慢の樽を300以上拋出してもらい、それをオークションにかける。2017年のオークションでは10種類の大イベントを企画しており、世界中から2千人が参加する予定だという(原稿執筆時には終了済み)。これまで累計1億7千万ドル(約190億円)以上の寄付を取りまとめ、地元のNPOなどを通じて医療機関や青少年育成プログラム、低所得者用住宅建設などに活用している。

◇シレナスのオーナーであるスコット・メドウズ氏は、ITエンジニアとして25年前に来日し、アップル社の日本法人や京都の広告代理店に7年間勤務。2001年にワイナリーを購入し、日本人の妻とともに移り住んだ。そのため関西弁が堪能で、ワイン協会では日本及びアジアプロモーションを担当している。

およそ100エーカー9種類の畑を所有し、カベルネ・ソーヴィニオンやカベルネ・フラン、プティ・ヴェルドなど赤ワイン品種を中心に栽培している。

省エネやリサイクルに配慮した施設の運営を心掛けており、郡政府から「グリーン・ビルディング」の認定を受ける予定。この認定によって消費者や業界からの信用度が大きく増すという。

◇ナパでは4月から12月まで雨が全く降らず、水量をコントロールできる。  
また1日の寒暖差も大きく、水はけのよい土地も多い。ワインづくりには葡萄  
の甘さと旨みが大切だが、暑いだけの土地では旨みが出ないとか。

害虫対策にはバラを植え、化学薬剤は使わない。

葡萄づくりにも、環境への配慮が垣間見える。



○巨大なタンクを上ると…

○100エーカーの葡萄畑が広がる





○葡萄の花



- ワイナリー内のワインショップ(左上)
- 受賞歴もあるワインの数々(右上)
- スコットさん。「シレナス」は自身の風貌から名付けたのかも？(左下)



○お土産にワインとキャップをもらい、揃って記念撮影。



## 〈調査⑨ オーベルジュ・ドウ・ソレイユ〉

○調査先概要：

1981年設立のオーベルジュ(宿泊施設付きレストラン)。地産地消をモットーに、ミシュランの一つ星を獲得した質の高い料理と、スパなどが併設された贅沢な宿泊空間を提供している。

○面会者：Mr. Justin Zackewski (Manager)

○調査のポイント

ナパにおける宿泊のトレンド、ツーリストの動向など



◇日本オーベルジュ協会のホームページによれば、「オーベルジュの発祥はフランスであり、“郊外や地方にある宿泊設備を備えたレストラン”」のことを指す。

ここナパでは、宿泊施設としてはモーテルとリゾートホテル、朝食付きのB&B(ベッド&ブレイクファースト)スタイルが主流だが、昼食やディナー向けの高級レストラン志向の高まりと相まって、食に特化したオーベルジュが立地して話題になっているという。

それが、「オーベルジュ・ドゥ・ソレイユ」である。

ソレイユとはフランス語で太陽のことだ。

地元ガイドブックによると、現在のところナパ郡内のオーベルジュはここのみだが、数か月先まで予約で埋まる人気ぶりだという。

◇クロード・ロス、ボブ・ハーマンの両氏により1981年に開設された同所。最初は純粋なレストランだったが、熱心な客の求めに応じ、数年後に宿泊施設をオープンさせた。2000年代の初めには、30室から50室に拡張し、スパやプールなどを整備した。

食材は、地産地消をモットーに、20〜30ほどの地元業者や農家から旬の食材を仕入れている。また、ゆず胡椒やワカメ、和牛などもメニューに記載されている。

年間の平均利用客数は7,500〜8,000人に及ぶ。レストランの平均客数は1日あたり、朝食が75人、ランチが160人、ディナーが150人程だという。

◇当初、宿泊施設やスパなども見学させてもらえる予定だったが、この日はファイナンシャル関係の会社のインセンティブツアーと、投資グループ関係の宿泊客が入っており、急きょ対応が難しくなったとのことだった。

ファイナンシャル会社のツアーは、3泊でワイナリーツアーやゴルフ、ディナーパーティーを催すという。

このほかにも年間を通じて、ウェディングなどのイベントが多数開かれている。

◇日本オーベルジュ協会に登録されたオーベルジュは道内に4カ所あり、その中でも有名なのはニセコのマッカリーナだろうか。

洗練された食と宿泊を同時に提供できるオーベルジュは、国内外の富裕層や海外の大手資本の報奨旅行などにも訴求することができ、地方に富裕層を呼び込むことにもつながる。さらに道内に普及すべき施設の一つであろう。



○素晴らしい眺望が眼下に広がる。



○間もなくディナーのピークタイム(左)

○ミシュランの星を獲得(左下)

○レストランのオリジナルワイン(右下)





## ◇平成29年5月24日(水):5日目

### <調査⑩ カリフォルニア大学デービス校>

#### ○調査先概要：

1905年開設。世界でも屈指の研究設備を誇り、農林業部門、獣医学部門とともにQS世界大学ランキング1位。

1900年代の禁酒法時代においても、果実研究という名目でワイン研究を続け、禁酒法解禁後に多くのワイン醸造家を輩出し、品種改良などカリフォルニアワインの発展に多大な貢献を果たしてきた。

現在でも、数々のワイナリーと日常的に連携し、土作りから醸造段階に至るまで、最先端のノウハウを提供している。

ロジャー・ボルトン教授以外にも、ワイン通の間で「ワイン造りの女神」と称される醸造家のハイジ・バレット氏をはじめ、多くのカリフォルニアワインの担い手を輩出しており、ロバート・ハックマン氏は道主催のワインアカデミーでも講師と務めた。

#### ○面会者:Mr. Roger Boulton (Professor, Department of Viticulture and Enology)

#### ○調査のポイント

本校が取り組むワイン生産技術研究の特徴、葡萄栽培・ワイン醸造における産学連携状況等



◇調査5日目。道主催のワインアカデミーでも来日され、今回の視察のコーディネーターにも大きな労を取っていただいた、ロジャー・ボルトン先生が教鞭を執る、UCデービス校へ向かう。

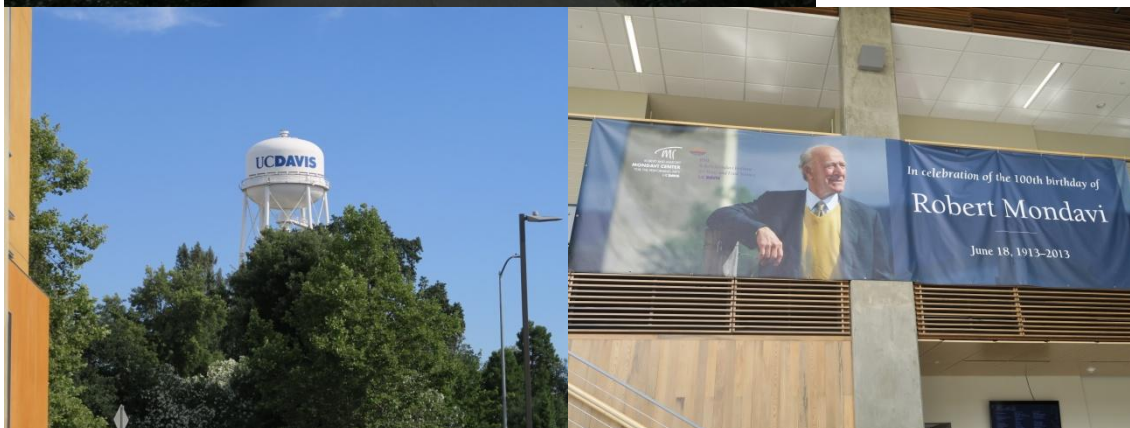
世界大学ランキングで1位に輝いたこともあり、学生数3万3千人はデービス市人口の半分に相当するという同校。その中で、葡萄栽培・ワイン生産学部は最も小さい学部だが、先進的な施設で研究を行っている。

施設整備費の半分をロバート・モンダヴィ氏が個人資産から投じ、残りの半分を大学が支出して開設された。モンダヴィ氏はかねて、栽培と醸造を一緒にした学科の創設を望んでいたという。

環境との調和を目指し、電気・水道を自給循環するシステムを採用しており、将来は他の学部でも同じようなシステムの導入を予定している。



- 建物外観(左)
- 雨水を利用する給水塔(左下)
- 研究所エントランス(右下)



◇モンダヴィ氏は、学部内の施設を充実させるため、世界的な富豪にも声をかけ寄付を募った。バドワイザーの創設家のオーガスト・ブッシュ氏や、大手ワイナリーを所蔵するケンダル・ジャクソン氏、またビル・ゲイツ氏などがそれに賛同した。

ミルク研究室では、ビル・ゲイツ氏のスポンサードにより、アフリカの子供たちのたんぱく質不足を救済するため、穀物以外の効果的な摂取方法を研究。医学や微生物学と連携し5年間の研究を経て、かつては廃棄していたチーズを作る際に出るミルクの搾りかす、いわゆるホエーに行きついた。こうした研究が進めば、子供たちの成長を阻害し命を脅かす事態を解決しうる可能性を持っている。



○ミルク研究室の入り口

◇卒業生の多くがワイナリーに就職しており、ロバート・モンダヴィ・ワイナリーやオーパスワンでは大半が同校の出身だという。

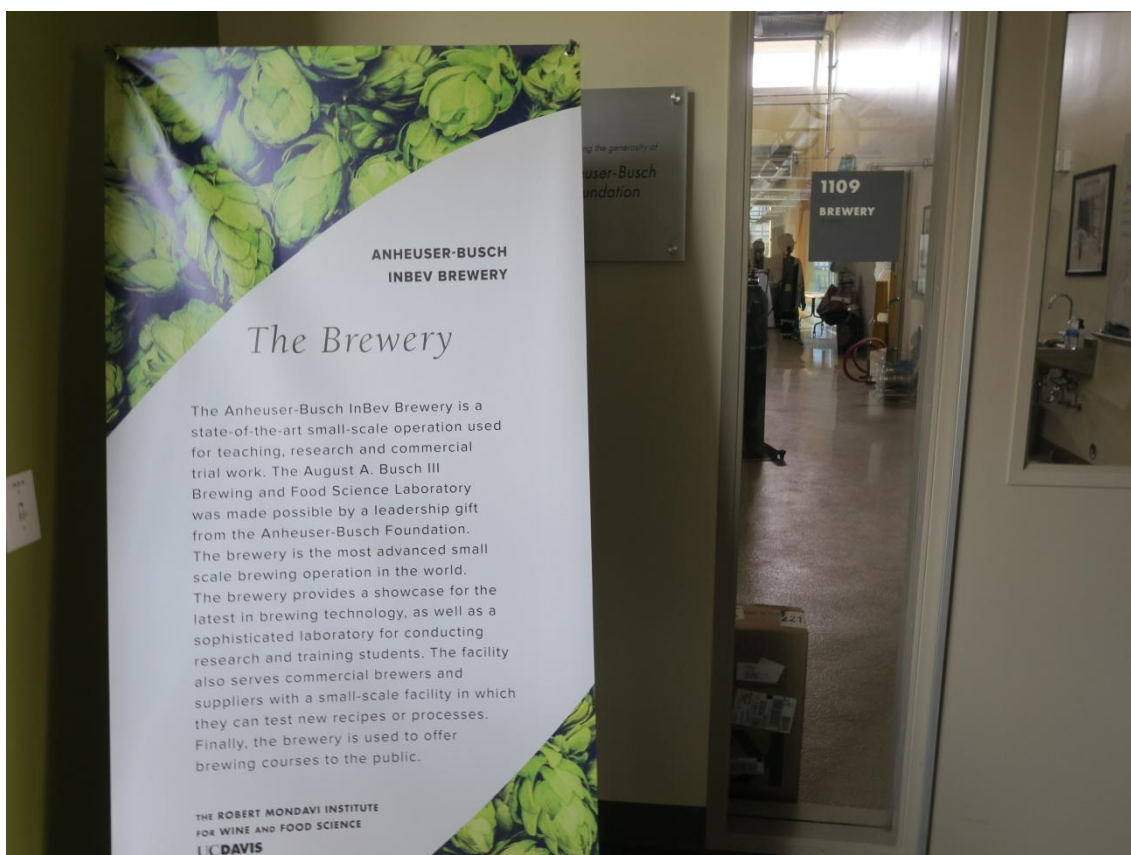
研究テーマの成果がビジネスに還元されるようになるまで、10～15年とといった長いスパンで研究をしていくことが大事であり、卒業後も大学とつながりを持つ者も多いという。ボルトン先生は、大切なのは人づくりであり、そう

いった人たちを送り出す使命を帯びた研究機関が北海道にも必要ではないかと語ってくれた。

ワイナリーからの寄付は金額的には大きくないが、それが原資となり、ワイナリーで働く人々の人づくり、ワイナリーの技術進歩の推進力になっている。



○条件を変えながら発酵の過程を研究できる最新設備



○ビール醸造所



○畑を前に熱心に語るボルトン先生。

◇醸造の設備室から裏口に出ると、同校が所有する葡萄畑が広がっている。ここでは、202種類もの葡萄を栽培し、学生たちが移植や剪定などの実地研修を行っている。

ボルトン先生は、北海道は木の栽培にもっと注力すべきだと語る。特に苗木不足の課題については、行政が海外とのパイプ役としてパートナーシップの構築を目指してはどうかと提案してくれた。最初は行政が橋渡しをしても、いずれ民間同士、業界同士で自走していくはずだと。

新規参入が増えている本道にとって、苗木の不足は上昇カーブを描いてきた状況に待ったをかけかねない深刻な問題である。国産苗木の不足を補うのに、フランスなどの厳格な基準のもと安全性を管理している国から苗木を輸入しやすくするよう、特区制度などの活用も視野に入れていくべきだろう。

◇その後、域内循環システムを管理する機械室などを見学しながら、ボルトン先生から下記のようなお話をいただいた。

「(様々な施設・設備を見学してもらったが)同じものを北海道ですぐに整備す

るのは金銭面などもあり)難しいでしょう。山梨や長野など、国内で研究している施設もあるが、そうしたところと連携していくことも大切です。このままでは、一つひとつの取り組みが小さいままで終わってしまう。

もちろん、それぞれにフォーカスしている内容やアプローチの方法が違うものもあるが、共通している研究内容については連携した方がいい。

(ワインアカデミーと連携している)北大の講義内容を ICT を活用して信州大学やブルゴーニュでも共有できるようにするなど。

中には研究内容をシェアしたくないという人もいるでしょうが、少なくとも道内大学間の連携はできないのでしょうか。

UC デービスもかつては貧乏だった。ワイン業界が発展し、生産量、売り上げが増えたことで、業界がお金を出せるようになったのです。

業界の発展が先か、発展のために研究を進めるのかは、にわとりと卵の関係のような話ですが、できること、小さなことから始めるのが大切なのです。

(北海道として)30年や50年の大計を見据えて取り組んでほしい。

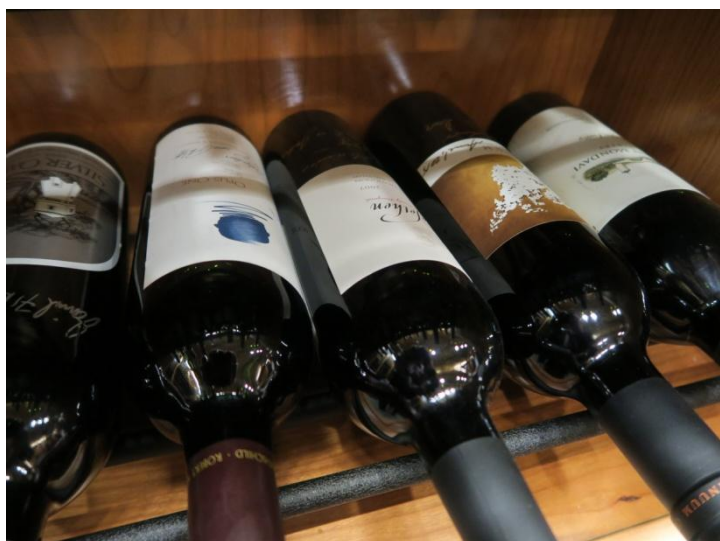
ワインは長熟なのでから…。

ツーリズムについて言えば、単に買い物に来るのではなく、ワインを楽しみながらワインを正しく理解してもらうことが重要。それが、生産者にも還元されていくことになるのです。

私が北海道に行く意味をぜひ理解して下さい。

今回、ナパと UC デービスを参考として見てもらいました。

この成果を北海道の今後を活かし、アペレーションの実現にも向かってほしい。道議会の皆さん、道庁の皆さんは、多くの道民の皆さんに理解してもらうよう努めて下さい」





○モンダヴィ氏のサイン入りボトルと共に。

## 〈調査⑪ ナパ市及びナパ観光協会(ビジット・ナパヴァレー)〉

### ○調査先概要：

ナパ市は1847年に水運の重要な拠点として開かれた。現在の人口は約78,000人。主要産業はワイン産業や観光業。なめし革の加工でも有名。

ビジット・ナパヴァレーはナパ市の観光振興を目的としたDMO。ワイナリーを中心に、食、芸術、アクティビティを切り口とした誘客に取り組み、ナパヴァレーの世界的ブランド化に成功した。

### ○面会者：Ms. Juliana Inman(Vice Mayor)

Mr. Clay Gregory(President & CEO)

### ○調査のポイント

ナパの観光政策と課題。行政とDMOの連携について。食産業の振興と付加価値向上に向けた取り組みなど。





◇UC デービス校で今回の視察のキーマンであるボルトン先生のお話を伺ったあと、再びバスに揺られナパ市の中心部で戻ることとなった。

着いた先はナパ・ウェルカム・センター。

観光コンシェルジュサービスがあり、ホテルやレストラン、ワインの試飲など旅行の計画に役立つ情報の提供や予約・仲介も行っている同所。

ここで、ナパ市のジュリアナ・インマン副市長と、ビジット・ナパヴァレーの代表であるクレイ・グレゴリー氏が出迎えてくれた。

◇同所はお土産品のほか、自転車の修理キットなども販売しており、様々な形態の観光に対応している。

およそ80名のボランティアスタッフが働いており、有給のスタッフは6名が勤務。皆、生きがいを感じながら働いているという。

センター自体には年間約14万人が訪れている。



○設置された地形図の前で、気候や環境について説明してくれるグレゴリー代表。



○洒落たカトラリーや自転車  
リペアキットを販売。



○パンフレット、モバイル、  
コンシェルジュサービスなど  
ニーズに応じた情報提供  
体制が充実



◇ウェルカムセンターで実際の接遇などを拝見した後、歩いて10分ほどのビジット・ナパヴァレーのオフィスに移動し、さらに説明を受け、質疑応答も行った。

以下、その内容について書いていくことにする。

#### 『ビジット・ナパヴァレーの年間予算とスタッフについて』

予算は年間約7百万ドル(約8億円)。域内ホテルが宿泊料に2%上乗せした金額が協会に納入されている。主な支出は、ブランドマーケティング(広報・プロモーション)に48%、セールス(旅行エージェント対応など)に26%、ウェルカムセンターの維持費に8%など。23人の専門スタッフが従事している。

#### 『市政府や郡政府との連携、助成金などの仕組みについて』

市からビジット・ナパヴァレーへの補助は一切行っていない。郡は農業関係の政策を行っているが、市の役割は道路建設や上下水道、住宅、低所得者への福祉など最低限度の行政サービスを行うこと。ただし、観光協会と市との関係は良好である。

#### 『観光による経済効果について。ワイン産業の経済効果について』

観光支出面では2012年の139億ドル(約150億円)から、2016年には190億ドル(約210億円)に増加。税金についても4年間でおおよそ25%増。

ワイン産業については、関連事業と合わせてナパ市とナパ郡全体で年間130億ドルの経済効果と、46,000人の雇用を創出している。

『観光消費を拡大し、税金を増やすなど地域経済への波及効果を拡大するには、ホテルやレストランの確保などが効果的だが、農業保護法はこれらを規制する側面もあるが、どう考えるか。またワイナリーの受入人数をワイン協会が制限していることについてビジット・ナパヴァレーとしての受け止めは』

農業保護法、受入制限ともに賛成している。サンフランシスコからの距離がナパ市とほぼ同じサンタクララ市では、農業保護法がないため、かつての農地

が全て住宅街に変わってしまった。キャパシティ以上に観光客が来訪すると、ワイナリーの雰囲気劣化、質の高いワイン造りの妨げにもなる。

『ビジット・ナパヴァレーのメインミッションについて』

我々の使命はワインを核に「食と健康のプレミアム地区」として北米トップブランドを形成し、それを発展させること。観光客誘致の原動力はナパ・ワインのブランド力であり、質の高いワインを造るために必要な葡萄畑維持に向けた規制や、ワイン造りに支障をきたさないための来訪者数の制限、持続可能な自然環境を整えることなどはブランド価値を高めるために政策的に不可欠である。ワインや食はもとより、「自然」「健康・リラクゼーション」もナパ観光の重要なセールスポイント。

『飲酒した観光客の円滑な移動のため、たとえば循環バスなどの公共交通機関を用意しているか。今後の計画は』

現状、タクシーやワイントレイン、旅行会社によるトリップ・サービス以外はなく、公共交通機関の計画は今後もないものと思う。

『プロモーションのツールとして重視しているものは』

大半の観光客はWEBで情報を取得しているので、Eメールのマーケティングに力を入れており、2016年から当協会のホームページで観光情報「Legend Have It」を提供し、現在までFacebookからのアクセスが51%、Instagramからのアクセスが73%増加している。

『葡萄の品質やワイナリーのこだわり、アペレーションの特徴など、専門的なPR資料は誰が作成しているのか』

ホームページは当協会でも作成しているが、意識が高い訪問客のニーズに応えるためには専門的な情報とセンスが必要。そのため、民間の出版社が有料でガイドブックを発行している。

◇平成29年5月25日(木):6日目

## 〈調査⑫ JETRO サンフランシスコ〉

○調査先概要：

米国に6事務所あり、サンフランシスコ事務所は主にベイエリア(サンフランシスコ湾岸地域)等を所管。中小企業のビジネス展開をサポートするために、現地の協力機関等と連携した支援プラットフォームを整備・構築している。プラットフォームには現地での知見や地元政府当局、地場企業等とのネットワークに強みを持つコーディネーターを配置している。

○面会者：永松康宏次長

竹内大輔ディレクター

ハンター・奈緒子コーディネーター

○調査のポイント：

カリフォルニアの経済概況、食・観光産業概況、日系企業の活動状況等



◇調査最終日。フライトまでの時間を惜しんで、JETRO サンフランシスコ事務所を訪問させていただく。本来なら初日に周辺の経済概況について伺いたかったところだが、休日の到着となったため、最終日の訪問となった。結果的に、これまでの調査において感じてきたことを裏付けるお話を聞くことができ、この調査を締めくくるのにふさわしい内容となったと思う。以下にその様子を記していく。

◇竹内ディレクターからサンフランシスコ・ベイエリアの概況、カリフォルニアの農業観光について説明を受けたあと、質疑応答を行った。

- ・サンフランシスコ・ベイエリアの経済は大変好況。けん引役となっているのは、シリコンバレーを中心としたIT企業である。世界中からヒト、モノ、カネ、情報が集まってきており、日本企業から当事務所への問い合わせも多い。大卒初任給が1300万円を超えることも。

- ・半面、物価は高騰している。一例として1ルームの賃貸マンションの家賃が40万円を超える事もあり、日本食のお好み焼きは1枚20ドル以上。若い旅行者はサンフランシスコやロサンゼルス近郊のホテルには泊まれないということもある。学生は市街にルームシェアで居住しているケースも多い。

- ・ナパ郡の人口は14万人足らずでベイエリア10カウンティ合計の2%に過ぎないが、ワインを核に産業や観光の面で存在感が大きい。

- ・企業は株式上場をするとM&Aを受けるため敬遠するが多い。

- ・規制を取り除くのが行政の最大の役割であり、事業のスタートアップに政府の補助金を受けようという体質はない。イニシャルコストは寄付で賄う例も多く、最近ではクラウドファンディングなどを活用する。

- ・好況を背景に、特に都市部ではオーガニック発祥の地ということもあって食に対するこだわりが強く、エコやオーガニックなど付加価値の高い食や、プレミアムな体験にお金を出そうというマインドがある。

- ・現時点でアグリツーリズムには意識が向いていないが、ナパのワイナリーは結束して組織を形成しており、観光客を受け入れている。そこで良い体験をした人から口コミで評判が広がっていき、さらに人を呼び込む。

- ・しかしナパも最初から順調だったわけではなく、苦勞をしてきている。大手企業の社員3000~4000人を招待するなど、ブランド化への努力をしてきており、ワインの品質の高さがある、イメージ作りに成功した。

- ・40~50年前からトレンドを先取りし、自然保護や開発規制、観光客の受け入れ規制など、短期的な経済利益とは一線を画した政策を実施しており、こ

うした取り組みが現在のブランド力につながっている。





○昼食に立ち寄ったベイエリアにも観光情報センターが。



◇最後に昼食を兼ねて、バイエリア・フィッシャーマンズワーフへ。今回はタイミングが合わず視察はできなかったが、日によってオーガニック野菜や食品、料理などの屋台が並ぶファーマーズ・マーケットが開催されている。

また、施設内にも観光情報センターが設置されており、観光施設のマップやパンフレットを入手することができる。

温暖な気候のカリフォルニアと北海道を一律に論じることはできないが、一次産業が盛んな北海道にファーマーズ・マーケットの取り組みはよくなじむだろう。また観光客に非日常感などワクワクする体験を提供できる施設のあり方や見せ方なども大いに参考になるところであった。

◇全ての視察行程を終了して、一路サンフランシスコ国際空港へ。ガイドの水戸さんに御礼を言って別れ、出国ゲートをくぐる。羽田空港を経て、新千歳空港へ帰りつくのは翌日の夜だ。その模様については割愛するが、今回の視察で得た情報、経験を北海道の発展に活かしていかななくてはならない。次項に調査所感を掲載し、報告としたい。

## 調査所感

◇本道におけるワイン産業と、観光産業には一つの共通点がある。

それは、非常に伸び盛りということだ。

本文等でも述べてきた通り、ワイナリーの数は急激に増え、道外海外からの投資による開設の事例も出てきた。

道がこれまで行ってきた施策の柱は、人材育成とプロモーションである。

人材育成事業である「ワインアカデミー」では、田辺由美氏を名誉校長に迎え、世界的な権威も招きながら、栽培から醸造まで、生産者のレベルアップを図っている。

また、道内のリゾートホテルや、首都圏、海外でも北海道の豊かな食と組み合わせたプロモーションを行い、流通や販売、メディアなどの関係者からも、ワインについて高い評価を受けている。

施策のもう一つの大きな柱が、地理的表示の取得である。

酒税の関係で、国内では酒類の所管は国税庁が担っており、同庁の地理的表示制度では、これまでワインでは山梨のみが取得している。しかしこれは制度改正前の基準で取得したものであり、より基準が厳しくなった現行制度下では事実上の全国初の取得を目指し、道産ワイン懇談会を中心として関係者が協働しており、一日も早い取得が望まれる。

一方、観光産業では、なんといってもインバウンドの伸びが堅調で、国の方向性も相まって、本道を支える基幹産業としての期待もかかるところだ。

ワイン産業が確立されれば、もともとある豊かな食材と組み合わせることで、食卓の全てが“メイドイン北海道”という食事を、道民はもとより観光客の方々に提供できるようになる（もちろん日本酒やウイスキーなども良いものは多いが、幅が広がるという意味で）。

食は旅行において最も大切な要素の一つだが、こうしたプレミアムな体験を提供することで満足度を高め、リピーターの獲得や口コミの広がりにもつながっていく。

外国人観光客が道内で買い物をした分も輸出に含まれると考えれば、道が掲げる「道産食品輸出1000億円」と「外国人観光客500万人」の目標達成のためには、互いの施策を連携させ、相互補完しながら進めていくべきであるという結論に行きつく。

カリフォルニア・ナパヴァレーのワイナリーでは、施設の整備、ツアーの充実などお客様をお迎えするホスピタリティが浸透しており、こうしたことが道内ワイナリーでも行えるようになれば、道の目標達成にも大きく寄与する存在となるだろう。

今回の視察結果を道の食と観光の施策展開に反映させることで、より両者が緊密な関係のもとで発展していく一助になればと考え、以下、いくつかの観点

から所感を述べていく。

◇カリフォルニアの状況を北海道にも持ち込みたいとしたものの、前提条件として、その親和性がいかばかりかといえば、非常に高いと言えるだろう。

たしかに気候風土に違いはあるものの、急速にブランド化を果たした先進地として見るべきものは多い。

ナパの名前を世界に知らしめたのは1976年のパリ事件だが、そこまでのインパクトとは言わなくても、道産ワインもコンクールで評価を受けるようになっており、品質の高いワインを産み出すことで、北海道ブランドは確実に高まっていく。

この「ワインの品質を高める」とは、今回の視察の最も重要なキーワードであり、本質である。

ナパのワイナリーはどこも必ずしも観光客を増やしたいと考えているわけではない。自分たちの作った質の高いワインが人を惹きつけ、足を運ばせていると知っている。だからこそ、安易に観光客の囲い込みに走るのではなく、ワインの品質を高めていくことに大きな労力を割いている。

かといって、その他の部分がおざなりになっているかといえばそんなことはなく、各ワイナリーの状況を見ていただければ、建物、テイastingツアーの充実のほか、音楽やアートと融合した空間づくりなど、見せ方にこだわっているワイナリーもたくさんあることが分かる。

これは、観光客向けの営業というよりは、来てくれた人たちに少しでも楽しんでほしいというホスピタリティの現れと取るべきだろう。

ナパの生産者は、誰もがものづくりの強烈なプライドを持っている。

そうしたマインドは、消費者の側も理解しており、品質の高いものにお金を出し、コストをかけることをいとわない層が、サンフランシスコを始めとした近隣エリアの経済を支えている。

北海道は特に東アジア、東南アジアでの人気が高いが、これらの国は今後も経済成長が見込まれ、富裕層が増え経済力が高まってくれば、なお質の高いものを求められることになるし、それに応える商品を作っていくことが必要となる。

逆に言えば、品質の高いものを作れば、それを求める層がさらに本道を訪れてくれることになる。

道としても量的な目標として「外国人観光客500万人」を目指しているが、高付加価値なツーリズムを提供する観点からも、施策の展開を進めるべきであろう。

◇ワイナリーが観光コンテンツとして大きな魅力を持っているとしても、生産者が、しっかりと収益を上げ、生業として成立した上でなければならない。

その意味でも、「ワインの品質を高める」ための支援策をさらに充実させていく必要があるだろう。

これから顕在化する問題としては、苗木の不足が上げられる。

道内には苗木の生産業者が存在せず、それぞれの生産者が接ぎ木して苗木を作るなどしており、新規参入にあたってはそれを阻む要素となりかねない。

道でも農業試験場などで苗木栽培の研究を行っているが、国の特区制度を利用して輸入苗木の検査体制を拡充するなど、道として国に要望する内容についても今後、検討していくべきである。

◇地理的表示制度の取得は一刻も早く実現すべきである。

ナパで会った方々で、アペレーションの存在意義を否定する方は一人もいなかった。むしろ、それが彼らのワインの価値をどれだけ高めているかをよく知っている。

将来的に、「空知」や「後志」などの地方名、もっと細かく「余市」や「三笠」などの市町村名や地域名まで細分化した制度が欲しいと考えている方もいるようだが、そのためにはワイン法の新設が不可欠である。

まずは、現行制度下での「北海道」の取得が待ち望まれる。

◇法律ということ言えば、カリフォルニアでは環境保全のための法規制や認証制度が整備されている。

農業用地保護法やグリーンランド認定などがそれである。

ワインという強力な武器があれば、安易に開発行為に走らず、自然との共生を目指すことで結果的に地域が潤い、経済的に持続的に発展していくのだ。

さらにサンフランシスコはオーガニック発祥の地とも言われており、シェパニーズなどの海外からお客を集める有名なレストランも多い。

北海道でも、クリーン農業を推進し、より付加価値の高い食材を提供できるよう努めるべきだろう。

◇こうしたことを推進していくためには、官学の連携は欠かせない。

ナパはまさにその先進地であり、UCデービス校は最高の成功例ではないか。

著名なワイン生産者が、後進を育ててほしいと多額の寄付を行い、そこで育った生産者が、さらに素晴らしいワインを造り、将来のナパを支えていく。

素晴らしい好循環だ。

資金面などから、北海道にすぐに同じようなものを持ち込むのは難しいが、

他県や、なによりナパヴァレーと連携しながら、道産ワインのレベルアップ事業に力を入れていくべきだ。

ロジャー・ボルトン氏からの提言は北海道にとって大きな宝になるはずで、今後ともつながりを保ちながら、様々な面でアドバイスをいただくべきだ。

ご本人もそれだけの大きな可能性を、北海道に感じてくれているはずである。

◇ナパのワイン協会は年に2度、チャリティー・オークションを行い、巨額の収益を地元の福祉充実など、地域振興に還元している。

またワイントレインでも、開業当初は住民の反対に合いながら、収益を学校整備などに寄付しながら理解を得てきた。

産業を育てていけば、結果的に教育や福祉向上など地域振興に資するという好例である。

ワインに限らず、あらゆる産業に共通する考え方であるので、モデル地域として非常に価値がある。

こうした取り組みが道内でも実現できるよう、産業育成に取り組むべきである。

◇一方で、ナパ市などの行政が、観光施策などに支出していないことは驚きだった。裏を返せば、それだけ順調に回っているということだろうが、これについてはそのまま北海道が参考にする必要はないだろう。

日本では、行政の関与によって動き出すものごともあるれば、それを期待する人たちも多い。日本的なやり方がたとえグローバルスタンダードでなかったとしても、変える必要もないと思う。

そういう発見をさせてくれたのも、今回の視察では意義深いことであった。

◇いくつかの観点から、今回の視察を踏まえ北海道が取り組むべき方向性について示唆してきた。

ナパは、ワインのブランド化が地域全ての歯車を回している好事例である。

もちろん、今回の視察内容を全て北海道に当てはめることはできないだろう。

しかし、少なくとも、本当に良いものを作れば、それが人を呼び込み、地域も発展していくということを確認できたのは良かったと考えている。

北海道が持つ最大のブランドは「北海道」である。

そのことを我々道議会議員も、道庁も、そして道民の皆様一人ひとりにも理解してもらいながら、一致結束してブランド力を作っていくことに力を合わせていきたい。

北海道の未来は、間違いなく明るい。

## あとがき

「神は水をつくったが、人はワインをつくった」(小説家ビクトル・ユーゴー)  
「ワインは私たちが手に入れることのできる限りのものの中で、もっとも感覚的な喜びを与えてくれるものである」(小説家アーネスト・ヘミングウェイ)  
「一本のワインのボトルの中には、すべての書物にある以上の哲学が存在する」  
(生化学者ルイ・パスツール)

こうして挙げていけばきりが無いほど、ワインにまつわる格言や名言は多い。古今東西、時代や場所を問わずワインが広く愛されてきた証であろう。

ワイン発祥の地は、現在のジョージア、アルメニア、アゼルバイジャンなどを擁するコーカサス山脈地帯と言われている。それが様々な時代を経て、フランスやイタリアなどのヨーロッパで発達し、やがてアメリカやチリ、南アフリカなどの新興地域を巻き込み、今やワイン生産の文化は、私たちの北海道に上陸するまでに至った。

北海道のワイン産業は、今がまさに伸び盛りだ。1960年代、十勝ワインが先陣を切った本道のワイン生産は、現在30を超えるワイナリーが開設し、日本一の醸造用葡萄の生産地となった。

筆者は、これからの本道のワイン産業において最も重要なことは、あらゆる主体が同じ方向を目指し、これを育てていくことだと考えている。生産者(醸造メーカー、葡萄農家)、流通・販売業者、レストラン関係者、マスコミなどに留まらず、行政や政治も、その成長に寄与できることがあるはずである。

人口減少や様々な課題を抱える本道にとって、ワインのように伸び盛りの産業が生まれたことは、大きな希望を感じさせる。食と観光を切り口とした経済振興にも、大きな役割を果たしてくれるはずだ。

シャンパンのボトルには、その泡をなぞらえて「2億の星が入っている」と言われるが、道産ワインのボトルの中にも、多くの希望の星が輝いていることだろう。

今回の視察が、ワイン産業と観光産業の成長に資するものだったと言われるように、今後の議会活動に活かしていきたい。

そのことをお誓い申し上げ、あらためて視察に関わった全ての皆様にお礼を申し上げ、報告書を閉じることに致します。

追記：2017年10月、ナパヴァレーを襲った火災により多くのワイナリーが被害を受けた。被災された皆様に心よりお見舞いを申し上げます。

