日本ワイン比較優位産業論　現地ルポ　第6回

山形ブドウ100%の日本ワイン「ワイン特区」で地域振興めざす

山形県上山市

山形県はブドウ栽培の適地が多く、県産ブドウ100%の日本ワインを造っている。「ワイン特区」に認定された上山市は現在、ワイナリー3社であるが、新規参入が見込まれている。「人（特に女性）を呼ぶ」効果のあるワイン産業を地域振興の目玉にしている。

叶 芳和

1943年、鹿児島県奄美大島生まれ。一橋大学大学院経済学研究科博士課程修了。元・財団法人国民経済研究協会理事長。拓殖大学、帝京平成大学、日本経済大学大学院教授を歴任。主な著書は『農業・先進国型産業論』（日本経済新聞社1982年）、『赤い資本主義・中国』（東洋経済新報社1993年）、『走るアジア遅れる日本』（日本評論社2003年）、『新世代の農業挑戦』新書版（全国農業会議所2014年）など。

1 山形県はブドウの流出県
――山形ワインの成長余力は大きい

山形県上山（かみのやま）市は全国有数のブドウ産地である。果樹地帯であり、サクランボ、ブドウ、ラ・フランス等が盛んであるが、ワイン用ブドウの栽培も盛んである。

上山市は蔵王山麓（南西面）に位置し、4～10月の雨量は670㎜と少なく（山梨県勝沼は850㎜）、また盆地特有で夏は暑く、昼夜の寒暖差が大きい。涼しいのでいいブドウができる。地形は傾斜地で水はけのよい土地があり、ブドウ栽培の適地が多い。ただ、田んぼの中にブドウ畑が点在している地区もあり、見慣れた山梨勝沼とは風景が違う。

山形県のブドウ栽培は、江戸中期に甲州種の栽培が始まっており、明治時代、1870年代には初代県令・三島通庸により奨励された。ワイン造りも古く、1892年（明25）には赤湯（現南陽市）に東北地方初のワイナリーができた（酒井ワイナリー）。上山市のタケダワイナリー（ワイン造り創業1920年）も東北で2番目に古い。

ブドウ収穫量は、山梨県、長野県に次ぐ第3位である。「日本ワイン」生産の潜在力の高さを意味する。現状は、日本ワイン生産量1246kℓ、全国4位（シェア6・8%）であるが、山形県は原料用ブドウの〝流出県〟である。原料用ブドウ生産2500tに対し、県外への移出が912tあり、県外流出率は36%である。他のワイン産地に比べて著しく高い。ブドウ余剰であり、ブドウ生産に対し日本ワイン生産が少ないと言える。山形県の大きな特徴である（表1参照）。ブドウ余剰はワイン産業の成長余力が大きいことを意味する。

ちなみに、日本ワイン生産量に対するブドウ出荷量（生食用を含む）は11倍もあり（注：山梨は2倍、長野6倍、北海道2倍）、潜在的には（条件さえ整えば）、生食用からワイン

醸造用への転換余地は大きい。山形県は日本ワイン生産の適地と言える。

品種別には、白ワイン用はデラウエア、ナイアガラ、シャルドネが多く、甲州はゼロに近い。赤ワイン用はマスカット・ベーリーAが多い。デラウエアは日本一の産地である。

ワイン特区の今

上山市は2016年に「ワイン特区」に認定され、現在、ワイナリーが3社あるが、新規参入が見込まれている。上山市はワイン産業を新しい地域振興の目玉にしている。

上山市は人口減少に悩んでいる。近年は年率1・4％程度の減少が続き、総人口は1990年に3万8000人を超えていたが、現在は3万人を切っている（表3参照）。蔵王エコーラインの開通（1962年）等を背景に団体客で賑わう温泉地として栄えたが、温泉客の減少、2003年の市営競馬場廃止が人口流出に拍車をかけた。観光客数はピーク時の156万人（1992年）から、現在65万人に減った。水田農業も衰退方向である。そこで数少ない成長産業であるワイン産業に目を付けた。ワインの郷にして人を呼び込もうという戦略である。勝沼に学び、ワインツーリズム狙いだ。

現在、特区を活用したワイナリーはない。予備軍は7人いる。それぞれ、ブドウ栽培を始めており、まだ収穫前なので、原料ブドウを購入して委託醸造でワイン造りをしている。ただし、一番手のベルウッド社は特区を活用せず普通免許で新規参入する予定。特区は下限2kℓでの参入であり、売上高600万円では自立できないからだ（後述参照）。特区の活用は副業としてのワイナリー参入しかできない。筆者はこの「特区」には格別な興味を持っている（注）。

注：特定地域に限って規制緩和する「特区」概念は当初、筆者が提案したものである。1991年の第3次行革審で、明治の中央集権化以来初めて、規制を緩和し、地方分権を可能ならしめるための仕組みとして提案した。しかし、霞が関の抵抗ですぐには実現しなかった。10年経って、小泉内閣で「構造改革特区」、そして安倍内閣で「国家戦略特区」として実現した。しかし、行政改革は「国から地方へ」「官から民へ」という二つのコンセプトから成ってきたが（第1次臨調〈土光臨調〉以来）、両特区とも〝地方分権〟がない。拙稿初出論文は「行政改革の『開放区』をつくれ」『週刊東洋経済』1991年9月21日号。

表1：ワイン原料用ブドウの受け入れ状況（2017年度、単位t）

	山梨	長野	北海道	山形	全国
原料ブドウ生産	7,503	5,740	3,485	2,505	23,302
自県ワイナリー受け入れ	6,654	5,135	3,219	1,592	19,940
県外へ移出	850	606	266	912	3,362
県外移出比率(%)	11.3	10.6	7.6	36.4	14.4
（同上、2016年度）	（14.1）	（10.9）	（9.3）	（43.2）	（16.8）
ワイン原料ブドウ使用量	7,558	5,235	3,682	1,606	23,302

（出所）国税庁酒税課「国内製造ワインの概況」2019年2月

表2：都道府県別のワイン生産（2017年度、単位kℓ）

	生産量	内日本ワイン	同左比率%
北海道	2,936	2,933	99.9
岩手	558	542	97.1
山形	1,251	1,195	95.5
栃木	23,359	207	0.9
新潟	391	391	100.0
長野	4,784	4,072	85.1
山梨	14,950	5,530	37.0
神奈川	31,131	−	0.0
愛知	623	17	2.7
岡山	4,707	380	8.1
宮崎	353	353	100.0
全国	87,325	17,663	20.2

（出所）国税庁酒税課「国内製造ワインの概況」（2017年度調査分）、2019年2月

表3：上山市の観光客数の推移

年度	観光客数（万人）	人口（人）
1990	153	38,237
1995	138	38,047
2000	108	36,886
2005	102	36,013
2010	72	33,836
2015	72	31,569
2018	65	30,200

（出所）上山市調べ。2018年人口は推定。

2 創業以来100％山形ワイン ――㈲タケダワイナリー

上山市には歴史の古いワイナリーがある。㈲タケダワイナリー（岸平典子社長）は1920年（大正9）の創業で、近々、百周年を迎える。東北では2番目に古い。

同社は創業以来、〝100％山形県産ブドウ〟の日本ワインを造っている。日本のワイナリーとしては特筆に値することだ。原料ブドウは、自社畑15haと契約栽培（約40軒）で供給し、年産30～35万本（750㎖）のワインを生産している。

自社畑は、20年の歳月をかけて酸性土壌を中性から弱アルカリ性に変えるなど土壌改良を行い、自然農法栽培（過剰な施肥を排除し、自然のサイクルを最大限いかした、減農薬、無化学肥料）によるブドウ栽培を行

なっている。品種は欧州系のワイン専用品種で、カベルネ・ソービニヨン、メルロー、シャルドネ等を、垣根仕立で栽培している。10a当たり単収は約1tである。

契約栽培は上山市と天童市に約40戸ある。上山市では主にデラウエア種、天童市では主にマスカット・ベーリーA種を栽培している。各20戸。サクランボやラ・フランスとの複合経営農家である。単収は1・2～1・7t。契約農家の収入を保証するため、自社畑より単収は多い。ここで作ったブドウは同社のレギュラーワイン「蔵王スター」（1本1200円）の原料として使用してきた。

なお「蔵王スター」ワインは名前を変え、2017年11月蔵出しから「タケダワイナリー」ブランドに変わった。18年10月の表示規制に対応するためである。「蔵王スター」の原料は上山市と天童市から供給しているが、天童市は昔から蔵王山麓とみなされてきたものの、現在の行政区画上では蔵王山麓から外れているからである。表示規制の趣旨を尊重し、「蔵王スター」ブランドを廃することに決めたようだ（タケダワイナリーは750ml1本1600円）。

品質ブラッシュアップ

岸平典子社長は品質向上に取り組んでいる。05年社長就任は業界初の女性の代表取締役兼栽培醸造責任者として話題になった。栽培と醸造の責任者も兼ねた理論家女性社長である。小さい時からワインに魅せられ、玉川大学農芸化学科（微生物学専攻）卒業後、渡仏し、国立大学で栽培・醸造学やテイスティングの研修を受けた。

岸平社長は1994年に帰国、父のやり方は古いと批判し、引退させた。父の時代は「目指せフランス！」であったが、岸平社長は風土に合ったワイン造りを目指している。「土の特性、気候の特性を掴んでそれを活かしたブドウ作り、ワイン造りをしていきたい」「それを見つけるには、自然と共に、体と頭と感性……五感をフルに使って仕事をすることでしょうか」と語る。

ワイン業界にはドラスチックな変化はない。岸平社長が目指しているのは、「父が作ったものを磨き上げる」ことである。ブドウ作りも、醸造工程も、細かい作業でブラッシュアップする。

例えば、日本で古くから栽培されている品種の見直し、地位向上もその一つだ。従来、ベーリーAも、デラウエアも、お土産用の甘いワインの原料に使われ、低く見られてきた品種であるが、そこから脱却めざした。デラウエアを原料に「ペティアン」と呼ばれる微発泡性ワインを開発した（商品名「サン・スフル〈白・発泡〉」）。レギュラーワインの1600円に対し、サン・スフルは2000円で売られている。また、マスカット・ベーリーA（古木）を樽熟成させたワインは、欧州系品種並みの価格3500円だ。デラウエアの樽熟も3500円である。

タケダワイナリーは、日本ワインコンクール等の入賞記録はない。出品しないからだ。岸平社長は「コンクール用の味がある」「香りがあって、インパクトのあるワインが賞を取る」「うちは1本テーブルに置いて、美味しく飲めるワインを造る」。つまり、思想が違うから出品しないという。

2008年の北海道洞爺湖サミットでは、タケダワイナリーの2銘柄がワインリストに並んだ（注：サミットで提供されたワインは16銘柄）。同社のワインが世に知られるきっかけになった。

筆者が「日本ワインは美味しくないという消費者が多い」と挑発的に質問すると、世代の違いもあるという。年配者には「フランスワインが美味しいという味の〝刷り込み〟がある」「脳で飲んでいる。日本ラベルを見ると美味しくないというバイアスがかかる」。しかし、今の30代、40代の若い層はこの先入観がないので、日本ワインを美味しいと飲んでいると指摘する。

確かに、ワインについての嗜好は変化している。世界的に、やさしい味が流行る方向にある。また、和食に合うワインが求められていることもあって、日本ワインが支持されてきている。ただし、まだスタンダード向上の余地は大きいと思われる。1990年代の米国カリフォルニアのように、大いなるイノベーションが期待される。

3 クラウドファンドで体験型ワイナリー
――ベルウッドヴィンヤード

新規参入である（上山市久保手地区）。ワイナリー創業に向け頑張っている段階である。鈴木智晃氏（1977年生）は隣町の「朝日町ワイン」で20歳から19年間、醸造と栽培の担当で働いてきた。しかし、「朝日町ワイン」は年間30万本と規模が大きく、自分が作りたいワイン造りができなかった。日本はワインブームになってきたので、自分で育てた

ブドウで自分の考えるワイン造りがしたくてスピンアウトした。

特区制度を利用した参入も考えたが（年間最低製造数量が6kℓから2kℓに緩和される）、特区は利用しない。特区は小規模で参入できる利点はあるが、2kℓではワイン3000本しか作れず、1本2000円とすると、売上高600万円にしかならない。これでは自立した経営にはなれない。本業は農家でワイナリーが副業の場合しか、特区は意味がない。鈴木氏は特区ではなく、最低1万ℓを計画している。

当初、山形市で土地を求めたが、適地がなく、市役所も新規就農に積極的でなかった。2016年、「かみのやまワインの郷プロジェクト」協議会（15年開始）を通して、デラウエア畑と耕作放棄地（元ピノノワール畑）の農地1haを借地し、すぐ植栽した。

単収は10a当たり800kgの計画。欧州系品種の垣根仕立てである。地代は10a当たり1万円。また今年、ワイナリー用地として水田を21a購入した（10a当たり60万円）。ブドウ園から100mと近く、道路接道なので、高かったが買った。農作業体験型ワイナリーを計画しているからだ。近いほうがいい。

ブドウ園は小さな丘陵状の土地で緩やかに傾斜がついている。遠くに蔵王山が遠望でき、景観がよい。体験型ワイナリーには打ってつけの場所だ。周辺は水田が広がっているが、ブドウ畑が点在している（生食用ブドウか）。水田を畑に転換し、軽い傾斜がついている樹園だ。その奥の山裾の傾斜地はかつてはブドウ畑だったようだが、機械が入らないので、今は耕作放棄地になっている。つまり、山裾の傾斜地のブドウ畑は耕作放棄地になり、ブドウが水田に進出してきたわけだ。

鈴木氏は、SNSで顧客を集め、クラウドファンディングを利用している。返礼品を「ワイン+Tシャツ+収穫祭優先参加」として、1万円、3万円、5万円で募集したら、目標100万円を10日で達成、次の目標を200万円にしたら160万円で止まった。

初年度（17年）は50人来た。去年は東京6人、宮城16人など70人来た。「ふるさと納税」の個人版だ。フェイスブックを使い、クラウドファンディングし、体験型ワイナリーにするという構想は面白い。

すでに、委託醸造でワインを造っている。自分のブドウはまだ収穫できないので、原料ブドウを購入して、「月山ワイン」や「秋保ワイン」の設備を借りて、自分で醸造している。欧州系品種の原料用ブドウは地域平均1kg300円位であるが、鈴木氏はプラス50円の350円で買っている。委託醸造を先行して行なっているのは、酒販店など販路を確保するための助走である。

鈴木氏は、来年から自分のワイナリーで醸造する（今年度建設）。1万1000本計画している。原料ブドウは半分は自社畑、半分は購入だ。最終的には1万6000本にする。ワイン1万本で売上高2000万円、1万6000本だと3200万円になる。従業員は当分、雇用なし、本人一人。ワイナリーは1次（ブドウ栽培）+2次（ワイン醸造）+3次（観光）の6次産業であり、面白そうだ。夢をかなえ、付加価値も高く、新規参入の魅力が高い産業と思われる。

4 蔵王山麓 自社畑100%のドメーヌワイン
——㈲蔵王ウッディファーム

2013年、ワイナリー事業開始、新規参入である（上山市原口）。蔵王ウッディファーム（木村義廣社長）はもともと果樹園であったが、協和発酵と契約し「サントネージュワイン」向けの醸造用ブドウの契約栽培（1ha、1980年）を経て、2013年、年間6kℓの最低製造数量で参入した。ワイナリーを始めようと思ったのは08年で、借地や耕作放棄地等を買って準備を始めた。

13年当時は3・2ha、ブドウ収穫10t、ワイン生産9000本であった。搾汁率65%。現在の規模は7・3ha、ブドウ28t、ワイン2万本である。ブドウ品種は欧州系ワイン専用品種で、赤系はカベルネ、メルロー、カベルネフラン、ピノノワール、白系はシャルドネ、ソーヴィニヨンブラン、アルバリーニョ、プティマンサンである。まだ拡張中で、7万本位までの拡大を計画している。

水田地帯にブドウ畑の風景（上山市原口）

ワイン事業のほか、果樹（4・5ha、西洋梨、サクランボ）も経営している。東京の伊勢丹、千疋屋、成城石井などに出荷している。一流有名どころばかりであり、品質への評価が高いのであろう。観光もぎ取りはない。ワインと果樹の両部門合計で売上高1億円である（果樹7割、ワイン3割）。果樹経営は1ha当たり1600万円だ（筆者試算）。経営面積は合計12haで、果樹園4・5haは自社畑であるが、ワイン用ブドウ畑は自社畑1・5ha、借地6haである（地代10a当たり1万2000円）。

ワイナリーの風景は、山梨勝沼とはだいぶ違う。当社は盆地の中山間の田んぼ地帯である。ブドウ畑は、田んぼを天地返しして整地し、水はけをよくするため緩い傾斜をつけた畑である。美味しいワインが生まれるには、土壌中のミネラルが溶ける必要があるので程よい水分がある元水田は条件がいい。借地も自分で造成した。当地はもともと山であり、山を水田にし、それを畑に戻したわけだ。コメ農業の衰退と成長するワイン産業の相克、水田と畑の相克の歴史の縮図を見る思いだ。

当社のワイン造りは、原料ブドウは100%自社畑産（しかもワイナリー周辺）である。完全な「ドメーヌワイナリー」だ（注：ドメーヌ〈仏ブルゴーニュ〉とは自社畑を所有し、ブドウ栽培や瓶詰めまでワインの製造を行なう生産者）。

原料ブドウの単収は10a当たり800kgで、凝縮したブドウだ。一文字短梢仕立てである。糖度22～23度。有機減農薬栽培である。肥料は使わない。米ぬかなど有機質を使っている。農薬は2分の1である。契約栽培のブドウの場合、農家の所得を保証するため単収を高めがちであるが、自社畑は品質優先のようだ。つまり、いいブドウは自社畑で作るしかないということだ。「ドメーヌワイン」のほうが美味しい確率は高そうだ。

文化を売る マリアージュ・セミナーハウス

木村社長は事業家としてのセンスがいいと思う。高品質な果樹栽培に取り組むだけではなく、「マリアージュ・セミナーハウス」設置（18年）に見るように、文化を発信している。自社ワインと料理のマリアージュを体験してもらえたらどんなに素晴らしいことかと思い、それを実現する場を設けたのである。セミナーハウスは地域のワイナリー仲間にも開放する。地域のワイン文化の創造が事業の発展につながるという発想がある。

6年前、ワイナリー事業を始めた当初から、構想を練ってきたようだ。昨年11月、第1回セミナーは鶴岡市のイタリアンレストラン「アルケッチャーノ」の奥田政行シェフを講師として招いた。参加者は毎回100～120人位になる。小規模なワイナリーはお客様に存在を知ってもらうことが大切ということから始めたのであるが、大成功だ。木村社長はワインを売るのではなく、「文化を売っている」。それがワインの売れ行きにつながっていく。

木村社長（1946年生）は、ワイン技術を学んだことはなく、ワインの醸造等は従業員に任せ、自らは畑と経営だけである。事業としてある程度の規模が必要であり、自分は事業家として経営の仕事に徹するという。セミナーハウスの設置等、文化を売る仕事を思いついたのも、醸造技術者やソムリエでなかったことが幸いしたのではないか。

現在、ウッディファームの従業者数は果樹園12名、うちワイン部門2人である（醸造期間は2カ月、後は果樹園で働く）。まだまだ雇用創出が期待できる。原口地区はちょっと不便なところだ。しかし、文化の発信基地に成功すれば、人は集まってくる。将来、上山市の一つの拠点になるかもしれない。

5 山形ワインまとめ

山形県のワイナリーを初めて調査し、山形ワインの成長余力を感じた。ブドウ栽培の適地が多く、原料ブドウを他県に移出しているのは本県の特徴だ。また、自社畑が多く、ドメーヌ型のワイナリーも多い。

山梨県勝沼と比較すると、ブドウ畑の風景が違う。水田地帯にブドウ畑が点在している地区が沢山ある。水田を畑に転換し、緩い傾斜をつけた畑でブドウを栽培している。主に欧州系品種であるが、10a当たり単収を800kgに落として、凝縮したブドウを作っている（勝沼は欧州系品種は1・5～1tが多い）。

経営耕地規模も勝沼より大きい。契約栽培の単価は、欧州系品種の場合、山梨は1kg350～500円（税抜き）であるが、山形は300～350円と安い。山形は押しなべて価格が安いようだ（注：最低賃金は山梨県810円、山形県763円）。

こうした諸条件を考慮すると、試論的段階であるが、山梨より山形のほうが競争力が強く、今後の日本ワインの成長率は高くなる可能性もある。ただし観光農園は山形は少ない。東京が近い山梨のほうが有利だ。