

山梨ワイン産地確立推進計画

H28～R7

山梨ワイン産地確立推進会議

まえがき

山梨県は、日本におけるワイン醸造発祥の地であり、日本を代表するワイン産地として発展してきましたが、歴史を振り返ると必ずしも明るい時代ばかりではありませんでした。ここ十数年を振り返るだけでも、1998年のワインブームが去った後、県内ワイナリーは大量の在庫を抱え、農家から原料ぶどうを買い取ることができなくなり、多くの農家はぶどうを廃棄する事態に陥りました。当時、甲州を伐採して他の生食用ぶどうに切り替える動きがありましたが、こうしたこともその要因の一つと言えます。

こうした事態に危機感を抱いた山梨県内のワイン業界関係者や行政は、一過性のブームに左右されない高品質なワイン造りの必要性を痛感し、産地全体として高品質なワインづくりを目指すこととなりました。

具体的な取組として、先ず自らのポジションを確認するため、国や関係機関、主要ワイン産地の協力を得ながら、国産原料のみを対象とした国産ワインコンクール（現：日本ワインコンクール）を立ち上げ、自らのワインや原料ぶどうのレベルを確認しました。結果にショックを受けた県及び業界は、早速、有識者、業界関係者、行政などで構成する「ワイン産地確立推進会議」を立ち上げ、長期計画を策定して醸造用ぶどうの高品質化、ワイン醸造技術の高度化等に取り組むこととなりました。

こうした地道な取組と平行して、当時は実現不可能とされていた甲州ワインをEUに輸出する取組も意欲的なグループによりスタートし、困難な目標にチャレンジすることにより、技術的な飛躍や国際ブドウ・ワイン機構への品種登録、地理的表示「山梨」の指定など、多くの成果を得ることに繋がりました。

こうした経緯を踏まえ、今般、原料ぶどうの不足、輸入ワイン関税の撤廃など新たな課題に対処するため第2期計画を予定を1年前倒しして策定しましたが、県産ワインの消費量と原料ぶどうの生産量が大きく乖離すると、農家とワイナリーの間で過去の悲劇を繰り返すこととなりますので、両者の関係が利害対立ではなく「利害共有」となるよう配慮しながら進めなければなりません。

この困難な課題を克服するため、本会議では将来ビジョンに向けて、これまでの発想の延長ではなく、マインド（意識）、プロセス（やり方）、プロダクト（商品）の3分野において必要なイノベーションが伴うことを意識しながら計画を取りまとめました。

山梨ワイン産地確立推進会議

目次

I はじめに	1
(1) 山梨ワイン産地確立推進計画の策定について	1
① 主旨と背景	
② 推進会議について	
(2) 推進計画の概要	3
計画期間	
ビジョン	
地域貢献	
目標と成果指標	
推進の方向	
(3) 推進体制	4
① ワーキンググループの設置	
② 修正計画の策定について	
推進計画概念図	
II ワイン産地山梨の現状	6
(1) ワイン市場の動向	6
① 国内における酒類の消費動向	
② 日本ワインについて	
(2) 山梨県産ワインの生産状況	6
① 輸入ワインと国産ワイン及び県産ワインの出荷状況	
② 県産醸造用ぶどうによる日本ワインについて	
③ ワイン原料用国産ぶどうの品種別受入数量	
④ 日本ワインコンクールにおける山梨県産ワイン	
(3) 輸出に向けた取り組み	10
III 第2期計画推進事項（課題と取り組み）	11
(1) 第1期計画の振り返り	11
① 第1期計画における取組内容	
② 主な成果と課題	
(2) 第2期計画に向けた推進方針	14
① ビジョンと地域貢献	
② 基本課題と推進の方向	
③ 目標と成果指標	
④ 成果（令和3年度中間見直し）	

IV 個別課題と具体的な推進施策 19

(1) 醸造用ぶどうの振興 19

- ① ぶどう品種
- ② 栽培技術
- ③ 農家とワイナリーとの相互理解促進
- ④ 栽培振興（生産基盤の確立）
- ⑤ 栽培振興（栽培農家の規模拡大支援）
- ⑥ 栽培振興（新規参入者対策）
- ⑦ 栽培振興（ワイナリーの自社圃場）

(2) ワイン生産の振興 23

- ① 醸造技術（高品質化のための分析研究）
- ② 醸造技術（醸造技術の底上げ）
- ③ 醸造技術（次世代の担い手育成）
- ④ 農家とワイナリーの相互理解促進
- ⑤ 生産振興（生産力強化）
- ⑥ 生産振興（新規参入支援）
- ⑦ 生産振興（ワイナリーの自社圃場）

(3) 消費拡大 25

- ① 産地や県産ワインの積極的な情報発信・プロモーション（産地情報発信）
- ② 産地や県産ワインの積極的な情報発信・プロモーション（差別化）
- ③ 産地や県産ワインの積極的な情報発信・プロモーション（マーケット戦略）
- ④ ワイン観光の推進

V スケジュール 28

I はじめに

(1) 山梨ワイン産地確立推進計画の策定について

① 主旨と背景

平成 18 年度にワインに関係する有識者、関係団体、行政機関等により山梨ワイン産地確立推進会議を設け、山梨県のワイン産地の確立に向けて平成 19 年度から平成 28 年度を計画期間とした 10 年計画が策定された。

計画では、より高品質なワインの生産を優先課題に掲げ、醸造用ぶどうの高品質化と醸造技術の高度化への取り組みが進められた結果、近年、山梨県産ワインは国内外において高い評価を受ける品質に向上してきている。

また、計画策定から 8 年が経過し、この間「甲州」、「マスカット・ベリー A」が国際ブドウ・ワイン機構に品種登録されるとともに、「山梨」が国税庁長官から地理的表示の指定を受けるなど山梨県産ワインの評価は高まり、県産ワインの輸出促進プロジェクトも進められている。

一方で、国内市場では安価な海外ワインが大量に輸入され、TPP や各国との EPA など国際的な関税撤廃等の動きが加速するなど輸入ワインの更なる攻勢が危惧されている。

そのような中、国産ぶどうによる日本ワインの人気は年々着実に高まってきており、平成 27 年 10 月には、国税庁が告示した果実酒等の製法品質表示基準により、ラベル表示に関する細かなルールが設定された。これによって、消費者がより意識的に国内各産地のワインを選択できるようになり、産地間競争が更に激しさを増すことが予想されるが、本県は品質の高さで他産地をリードするも、生産農家の高齢化・後継者不足などにより醸造用ぶどうの不足が危惧されている。

こうしたワインを取り巻く状況の変化に的確に対処し、日本を代表するワイン産地として発展していくため、地元産ぶどうによる山梨ワインの更なる高品質化、消費拡大、需要に見合う醸造用ぶどうの安定供給と生産農家の経営安定に取り組むことが喫緊の課題であるとの認識から、現行計画の終期を 1 年前倒しして、平成 28 年度を始期とする第 2 期の推進計画を策定することとした。

② 推進会議について

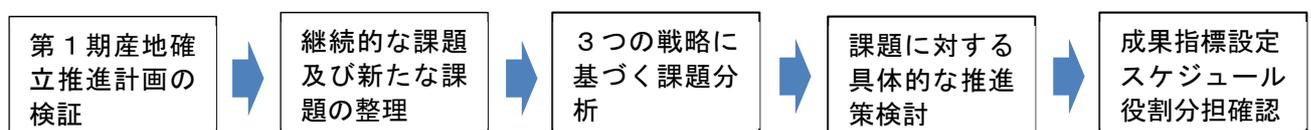
〈目的〉

ワイン業界関係者、農業団体関係者、有識者、行政などで構成する山梨ワイン産地確立推進会議を設置し、ワイン産地山梨の確立に向けた課題や問題点を検証し共通の目標と今後のとるべき方策を定めた計画を策定して、それぞれの分野において実施していくものとする。

なお、本計画では消費拡大が一つの大きなテーマとなることから、新たに（公社）やまなし観光推進機構及び県観光部が加わる構成としている。

〈検討の経過〉

会議では、まず第 1 期計画を振り返り、成果と課題を検証し、また、新たな目標や課題を整理するなかで具体的な推進策を検討するとともに、それぞれの役割分担について確認した。



〈会議開催状況〉

- (H27. 7.27) 第1回会議 (1) 設置要綱案及び会議の進め方について
 (2) 議長の選任
 (3) ワイン産地山梨の状況、アンケート結果
 (4) 第1期計画事業の取組状況と成果、今後の課題
- (H27. 9. 8) 第2回会議 (1) 第1回会議の論点整理
 (2) 第2期計画の推進方向について (案)
- (H27.10.21) 第3回会議 (1) 第2回会議の論点整理
 (2) 現状と課題の整理、戦略とイノベーション、
 具体的推進事項 (案)
- (H28. 1.29) 第4回会議 (1) 第3回会議の論点整理
 (2) ワイン産地確立推進計画 (案)

〈委員構成〉

		氏名 (敬称略)	
有識者	産学官連携	山梨大学ワイン科学研究センター教授	
	消費拡大	ジャーナリスト	ワインジャーナリスト、「ワインスカラ」主宰
		消費者の視点	ワインアドバイザー、新田商店代表
	契約栽培関係	元カルビー株式会社社長	
関係団体等	産地組合	山梨県ワイン酒造組合会長	
		山梨県ワイン酒造組合原料部会会長	
		山梨県ワイン酒造組合需要開拓部会会長	
		山梨県ワイン酒造組合若手醸造家農家研究会会長	
		山梨県ワイン酒造協同組合理事長	
	観光団体	(公社) やまなし観光推進機構専務理事	
	農業団体	全農山梨果実園芸部長	
		J A フルーツ山梨営農販売部長	
		J A ふえふき指導販売部長	
	ぶどう生産者	醸造専用種・甲州種栽培農家	
醸造専用種・甲州種栽培農家			
行政	県産業労働部	山梨県産業労働部地域産業振興課長	
		山梨県産業労働部工業技術センター所長	
	県観光部	山梨県観光部観光企画・ブランド推進課長	
		山梨県観光部観光振興課長	
	県農政部	山梨県農政部果樹食品流通課長	
		山梨県農政部農業技術課長	
		山梨県農政部果樹試験場長	
	関係市町村	甲州市産業振興課長	

(2) 推進計画の概要

※この計画でいう山梨県産ワインとは、山梨県産ぶどうだけを使用した日本ワインとする。

計画期間

平成 28 年度から令和 7 年度とする。

ビジョン

世界に通用するワイン産地の確立
— 日本を代表するワイン産地として維持・発展 —

〈目指す姿〉

ぶどう生産者とワイナリーが協働して、国際的な評価を受ける甲州、さらに国内トップレベルの欧州系品種など魅力的あるワインが生産され、山梨が発信するワイン文化や美しい景観を目的に、国内外から多くの人々が訪れる日本を代表するワイン産地

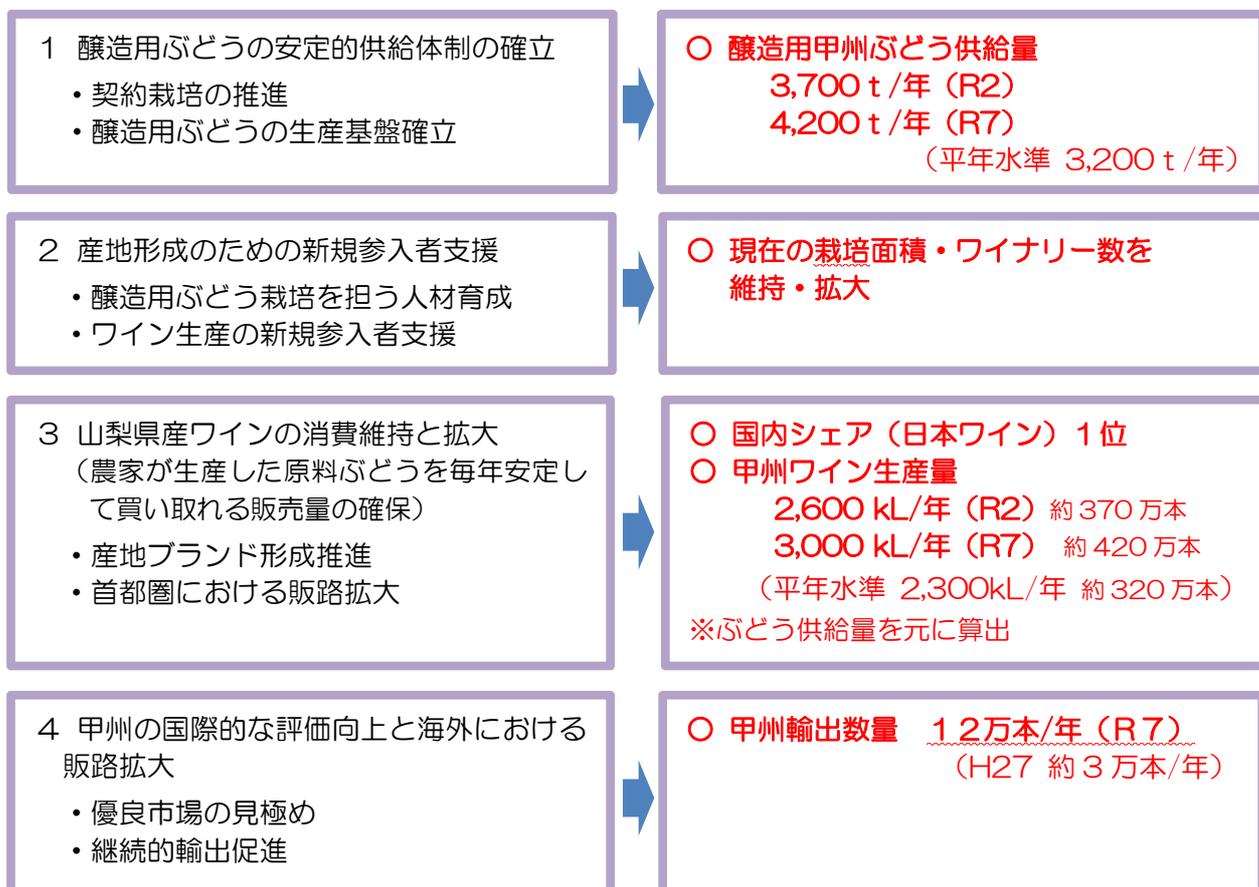
地域貢献

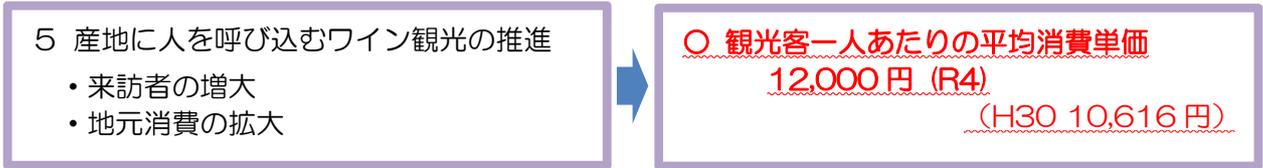
ビジョンの実現により活力ある郷土「山梨」を実現

- 農業振興……生産農家の所得安定・向上 後継者育成
- 産業振興……ワイナリーの経営安定 雇用促進
- 環境保全……良好な農村景観の保全 循環型農業の推進
- 地域経済の活性化……ワイン関連産業の振興（観光関連事業者等）
- 地域交流人口の増大・観光客の増加
- 山梨ブランドの形成・魅力ある誇りのもてる郷土 山梨県の知名度向上

目標と成果指標

※波線での下線部は、R3 中間見直しによる改訂





推進の方向

「醸造用ぶどうの振興」

- 醸造用ぶどうの安定的な供給体制を築く
- 甲州ワインなどの品質をさらに高めるため、醸造用ぶどうの品質を上げる
- 新たな山梨の顔となる欧州系ワインを生産するため、欧州系ぶどう品種の導入を促進する

「ワイン生産の振興」

- 山梨県産ワインの競争力を高めるため、ワインの品質を更に向上させ、製品の幅を広げる
- 山梨県産ワイン全体のレベルの底上げのため、産地全体で品質向上を図る
- 山梨県産ワイン生産力の強化支援を図る

「消費拡大」

- 安定的な消費拡大を図るため、国内外におけるプロモーションを行う
- 山梨に国内外から人を呼び込み、地元消費を拡大する

(推進策の詳細は「Ⅳ 個別課題と具体的な推進施策」に記載)

(3) 推進体制

① ワーキンググループの設置

取組項目の進捗管理や計画推進上の諸課題を随時解決するため、第1期計画に引き続き産学官連携のもと関係団体等によるワーキンググループを設ける。年3回程度の開催を基本とするが、第1期計画に比べて所管事項が広範になるため、必要に応じて分科会等を設け課題に応じて機動的に対処する。

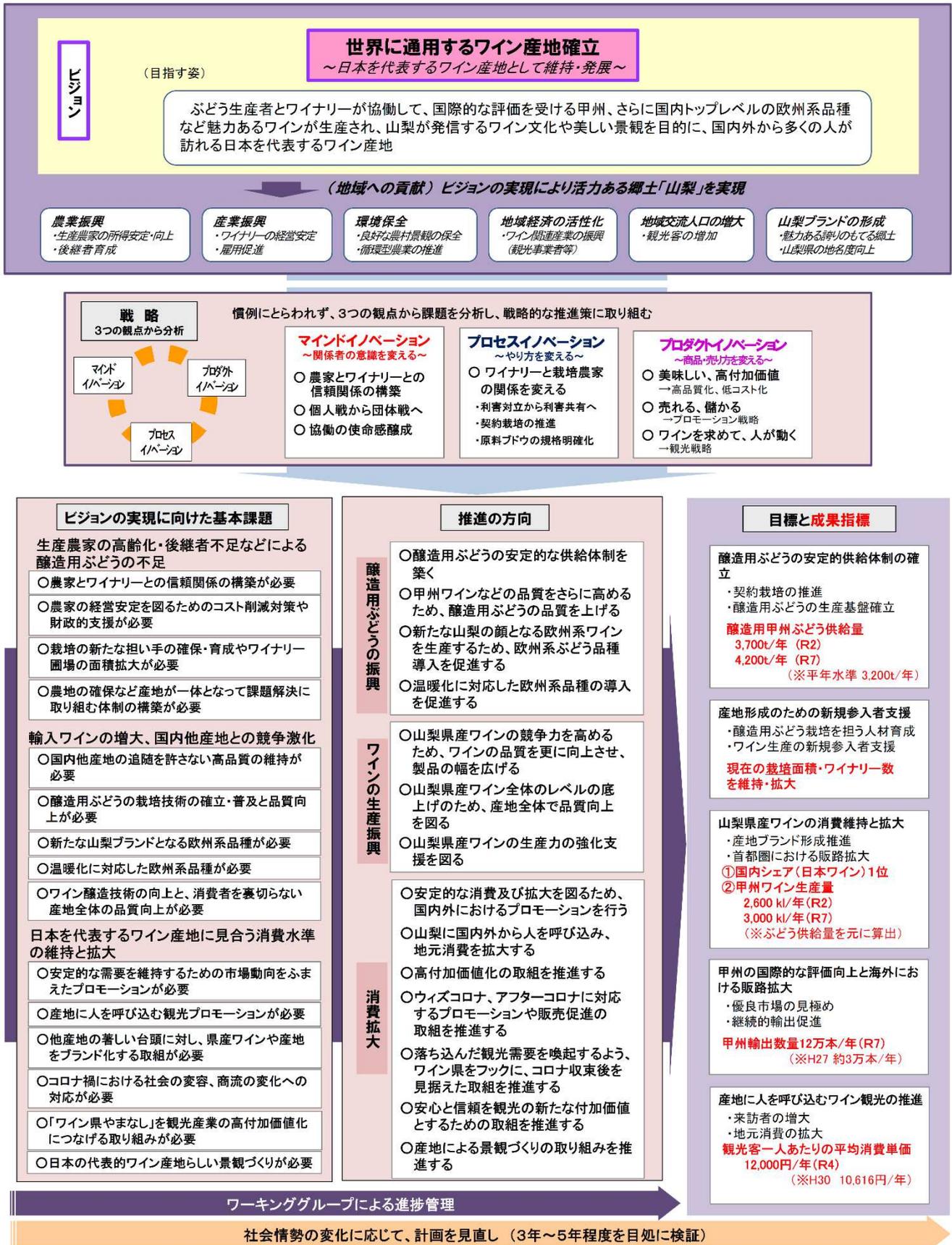
② 修正計画の策定について

本計画は平成28年度から平成37年度までの10年計画であるが、社会情勢の変化等に適切に対応し、より戦略性や柔軟性をもって計画を推進するため、3年～5年のスパンで計画の推進状況等を検証し、計画の見直しや修正を図るものとする。

(4) 計画の見直し（令和3年度）

新型コロナウイルス感染症の影響など社会の変化等を踏まえ、本計画の推進体制である「山梨ワイン産地確立推進計画」推進連絡会議の構成員により推進状況等を確認の上、見直しを行った。

推進計画概念図



Ⅱ ワイン産地山梨の現状

(1) ワイン市場の動向

① 国内における酒類の消費動向

人口減少社会の到来、高齢化の進展による人口構成の変化等を背景に、国内における酒類の販売数量は平成8年度の966万kLをピークに減少傾向にある。

また、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの酒類小売業への参入が進んだ結果、一般酒類販売の比率が大きく減少するなど、酒類小売業の構造も大きく変化している。

こうした酒類の消費減少や流通構造が変わるなか、ワインの消費数量は堅調に推移し平成27年をピークに過去最高の消費数量となった。

特に輸入ワインの伸び率が高く、チリワインなど低価格な新世界ワインの台頭が目立つ。日・チリEPA、TPP、日欧EPA、日米貿易協定など、EPA交渉において関税や輸出規制の撤廃・緩和が進展していることから、今後更なる輸入ワインのシェア拡大も懸念される。

令和2年以降は、新型コロナウイルス感染症の流行に起因する人流の抑制や飲食店への休業要請などにより、観光や業務用の酒類の需要が大きく落ち込んだ。また、コロナ禍を契機に大きく伸長したインターネットショッピングや動画配信は、消費動向に変化をもたらした。

② 日本ワインについて

日本ワインとは、国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造されたワインを意味する。国内市場におけるワイン流通量に占める割合は5%程度だが、酒類の販売数量が減少傾向にある中、出荷量は堅調に推移している。

平成27年10月の国税庁長官による「果実酒等の製法品質表示基準」の告示によりワインのラベル表示に関する細かなルールが設けられ、消費者がより明確に好みの日本ワインを選択できるようになった。また、平成25年(2013年)に国税庁長官による地理的表示(GI)「山梨」の指定以降、平成30年(2018年)に「北海道」、令和3年6月には「山形」「長野」「大阪」が加わるなど、日本各地で続々と、その地域名を冠するGIが誕生している。日本ワインへの関心が高まる中、ワイン産地としての地域ブランド確立が、国内外での日本ワインのブランド力向上、輸出促進に繋がることが期待される。

(2) 山梨県産ワインの生産状況

① 輸入ワインと国産ワイン及び県産ワインの出荷状況

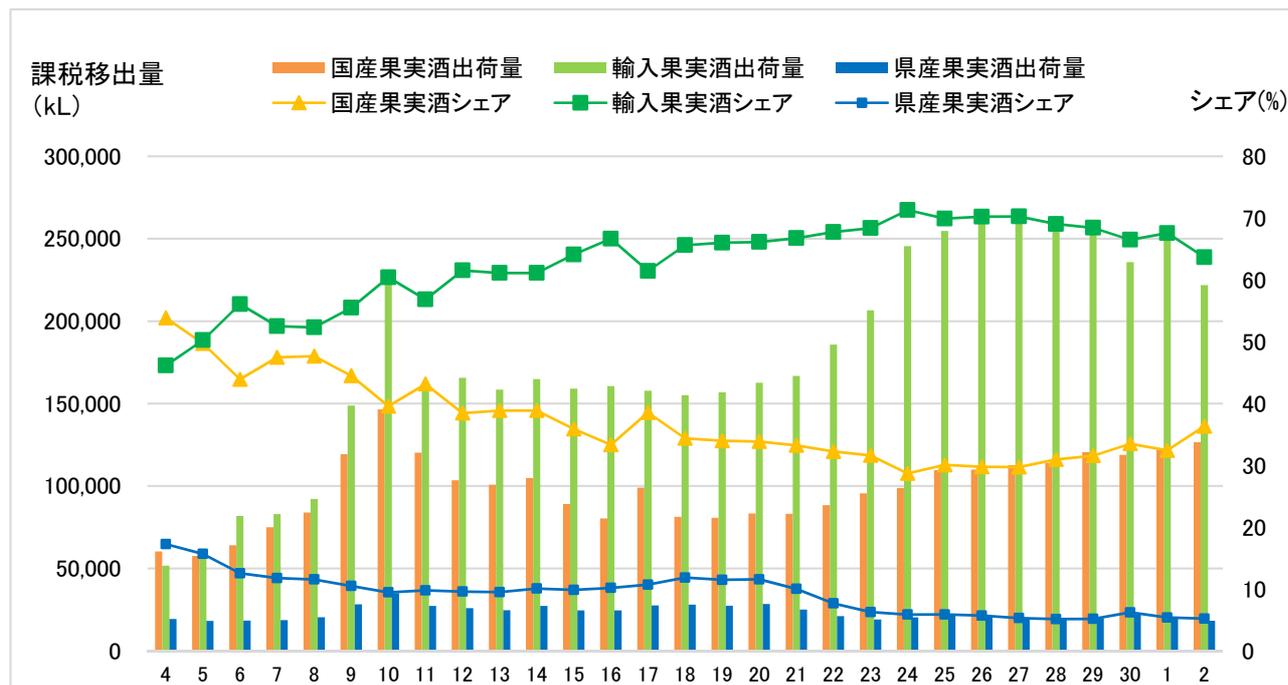
国産果実酒の消費が拡大傾向にあるなか、山梨県内で製造される国産果実酒は横ばいである。(図-1 *ここでいう果実酒には、ぶどう以外の果実を原料とするものを含む。図-2も同。)

平成25年度と令和2年度のシェアで比較すると、平成25年度は輸入果実酒が69.9%、国産が30.1%、そのうち山梨県産果実酒は5.9%で、国産果実酒に対する比率は19.5%となっているのに対し、令和2年度では、輸入果実酒が63.7%、国産が36.3%、そのうち山梨県産果実酒は5.2%で国産果実酒に対する比率は約15%と減少した。(図-2)

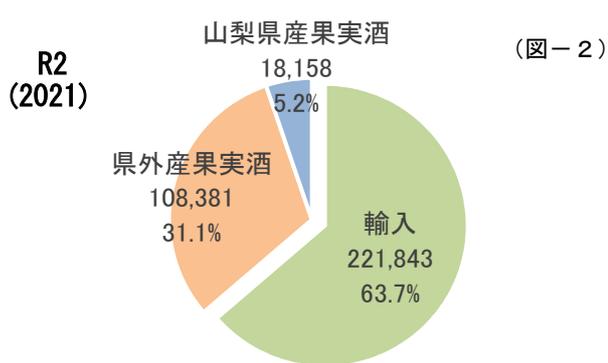
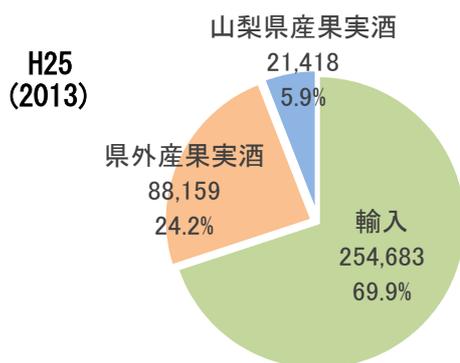
ただし、国産果実酒には海外原料を使用し国内で醸造された果実酒や、海外から輸入した果実酒を国内製成した果実酒にブレンドしたものも含まれていることに留意する必要がある。

輸入果実酒と国産果実酒及び県産果実酒の出荷状況

(図-1)



出典：国税庁統計年報



(図-2)

H25 (2013)	課税移出量
アルコール全体	9,039,565KL
果実酒全体	364,260KL
輸入	254,683KL
国産果実酒全体	109,577KL
県外産果実酒	88,159KL
山梨県産果実酒	21,418KL

R2 (2021)	課税移出量
アルコール全体	8,141,003 KL
果実酒全体	348,382 KL
輸入	221,843 KL
国産果実酒全体	126,539 KL
県外産果実酒	108,381 KL
山梨県産果実酒	18,158 KL

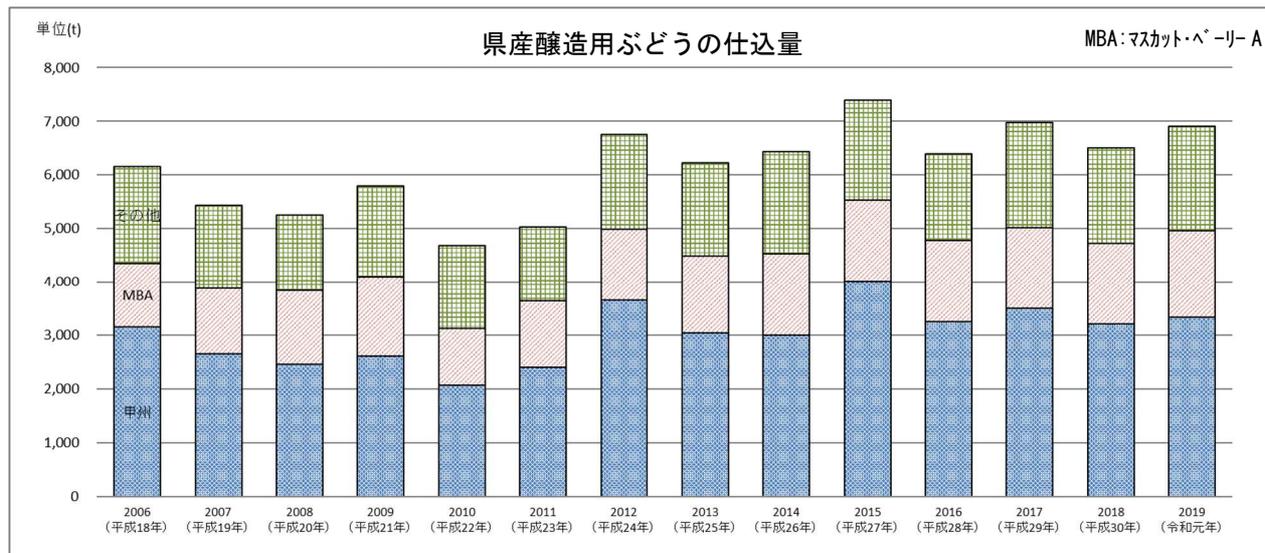
出典：国税庁統計年報

② 県産醸造用ぶどうによる日本ワインについて

県内製造の国産ワインは減少傾向にあるものの、県産醸造用ぶどうから製成された日本ワインの仕込量でみると、天候や病害の影響があった年を除き 5,000t～7,000t で推移していることが分かる。(図-3)

甲州は、生産量の約9割が醸造用に仕向けられるなど、醸造用への仕向量の増加により現状では需給バランスがとれているものの、栽培面積、生産量は減少傾向にあることから、醸造用ぶどうの不足が危惧される状況であったが、基盤整備を契機としたワイナリーの自社圃場の拡大や企業の農業参入への支援等により、平成23年度以降甲州の栽培面積は増加している。(図-4)

(図-3)

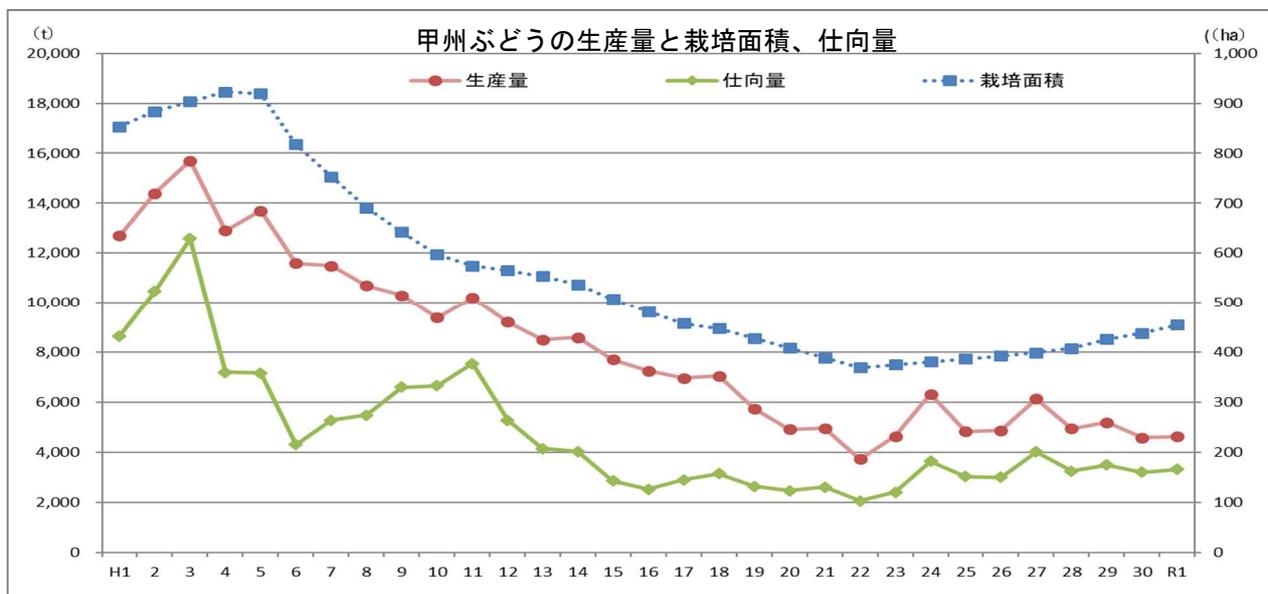


単位(t)

品種	2006 (平成18年)	2007 (平成19年)	2008 (平成20年)	2009 (平成21年)	2010 (平成22年)	2011 (平成23年)	2012 (平成24年)	2013 (平成25年)	2014 (平成26年)	2015 (平成27年)	2016 (平成28年)	2017 (平成29年)	2018 (平成30年)	2019 (令和元年)
甲州	3,157	2,648	2,465	2,616	2,068	2,404	3,649	3,041	3,000	4,016	3,253	3,495	3,209	3,329
MBA	1,188	1,227	1,364	1,482	1,063	1,233	1,340	1,448	1,535	1,511	1,533	1,519	1,517	1,636
その他品種	1,809	1,557	1,430	1,698	1,555	1,389	1,771	1,743	1,894	1,867	1,602	1,956	1,774	1,946
合計	6,154	5,432	5,259	5,796	4,686	5,026	6,760	6,232	6,429	7,393	6,388	6,970	6,500	6,911

出典：山梨県ワイン酒造組合「山梨県のワインの生成量・課税数量・県産ブドウの使用量の推移」

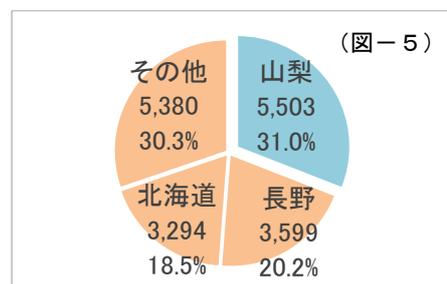
(図-4)



出典：生産量、栽培面積については農林水産省「作物統計調査（～18年）」、山梨県果樹・6次産業振興課による推計値（未公表）（H19～）、関東農政局・甲府地域センターの推計値（H23・未公表）を加工して作成。
仕向量については、全農山梨県本部調べ（～H13）、山梨県ワイン酒造組合「山梨県のワインの生成量・課税数量・県産ブドウの使用量の推移」を加工して作成

令和元年度の日本ワインの製成量は、山梨県が最も大きな割合（31.0%）を占めている。（図-5）

出典：酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和2年調査分）
「図20 日本ワイン製成数量上位3地域の構成比」



③ ワイン原料用国産生ぶどうの受入数量

国税庁酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和2年調査分）「ワイン原料用生ぶどう生産量上位6地域のワイン原料ぶどう受入状況」によれば、4大産地（山梨、長野、北海道、山形）のうち、ワイン原料用国産生ぶどうの生産量、生産した原料用ぶどうを自己の道県内で使用している量について山梨県が最も多いが、長野県、北海道が大きく数字を伸ばしている。

（都道府県別ワイン原料ぶどうの使用状況）

令和2年調査分（国税庁）

ぶどう産地	山梨	長野	北海道	山形	全国計
ワイン原料ぶどう生産量（単位:t）	6,563	5,289	4,350	2,543	22,365
道県での使用量（単位:t）	5,695	4,759	3,982	1,686	19,132

出典：国税庁酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和2年調査分）「表56 ワイン原料用生ぶどう上位6地域のワイン原料用ぶどう受入状況」

平成26年度調査分（国税庁）

ぶどう産地	山梨	長野	北海道	山形	全国計
ワイン原料ぶどう生産量（単位:t）	7,356	3,495	3,305	2,307	20,192
道県での使用量（単位:t）	6,389	3,141	2,918	1,411	16,883

出典：国税庁果実酒製造業の概況（平成26年度調査分）「都道府県別ワイン原料ぶどうの使用状況」

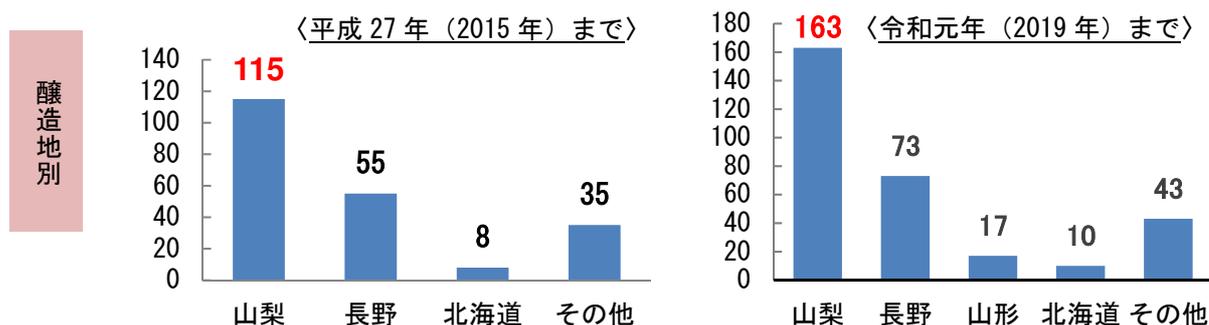
④ 日本ワインコンクールにおける山梨県産ワイン

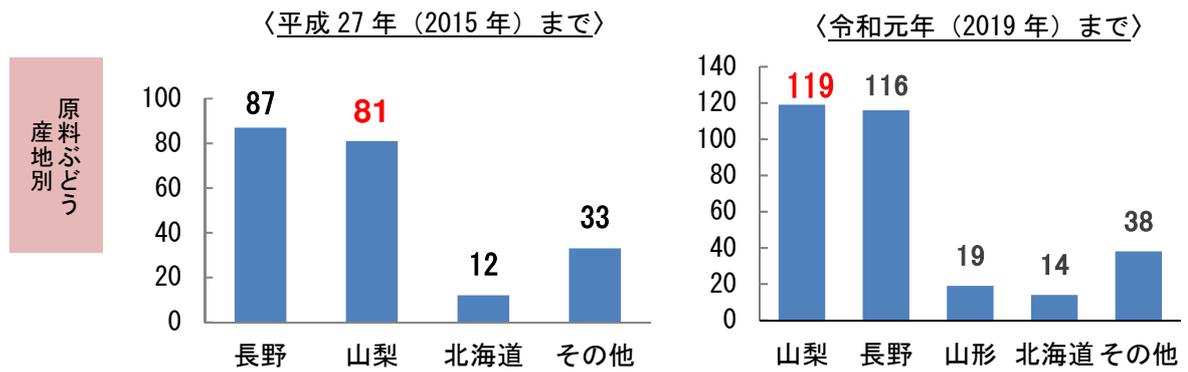
国産原料ぶどうによる日本ワインのレベルの向上等を目的に、平成15年（2003年）から関係団体や各ワイン産地との連携・協力のもと日本ワインコンクールを本県で開催している。

近年では、一般消費者が受賞ワインを試飲できる公開ワインテイスティングの人气が高まり、入場券が即日完売するなど高い関心を集めると同時に、コンクールでの受賞がワインを購入する際の目安のひとつとなってきている。

日本ワインコンクールにおける本県の金賞受賞状況は、第1期計画を策定した平成18年（2006年）時の第4回までの累計において醸造地別では最多となっていたが、ぶどう生産地別では山梨の5に対して長野が18と大きく差が開く結果となっていた。第2期計画策定時（平成27年度（2015年度））では、ぶどう産地別の差は、長野が山梨を僅かに上回ったが、令和元年（2019年）までの累計（2020、2021は開催中止）では、山梨が長野をごく僅差で上回っている。

（日本ワインコンクール産地別金賞受賞数）





(3) 輸出に向けた取り組み

販路を拡大するため、海外への輸出に向けた取り組みも進められている。

山梨県ワイン酒造協同組合では、平成 20 年度から欧州への甲州ワイン輸出促進に向けた取り組み「甲州ワインEU輸出促進プロジェクト（通称 KOJ）」に着手し、EU規格にあった製品造りなど輸出に向けた諸課題の解決に取り組んだ。

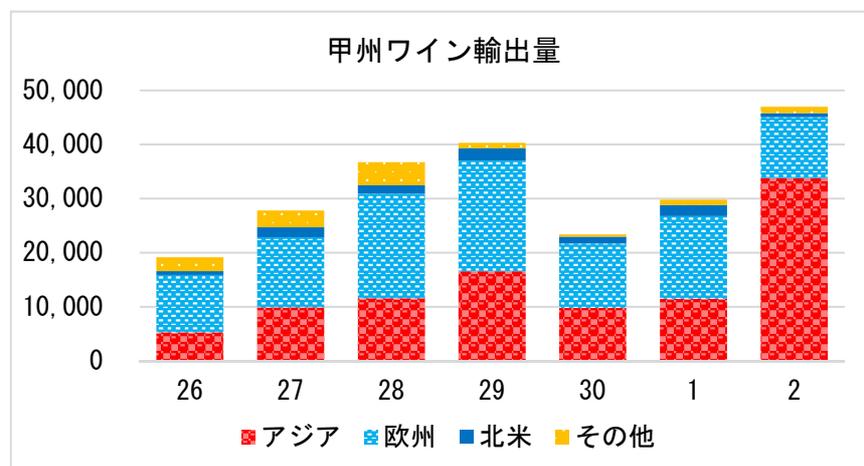
平成 21 年度以降、在英国日本国大使館をはじめ多くの関係機関の協力を得るなかで、ワインに関し国際的な情報発信力のあるロンドンを拠点に、著名なワインジャーナリストや輸入事業者等を集めたプロモーションに取り組み、甲州ワインの海外におけるブランド形成を進めている。

また、平成 22 年には、日本のぶどう品種として初めて「甲州」が国際ブドウ・ワイン機構（OIV）に登録され、平成 25 年には同様に「マスカット・ベリーA」が登録されている。

さらに、同年 7 月には国税庁長官から、ワインでは日本初となる地理的表示「山梨」の指定を受けたことにより、山梨県産の甲州種及びマスカット・ベリーA種のワインは、EUにおいても産地名「山梨」及び品種名をラベルへ表示することが可能となるなど、より付加価値の高いワインとして輸出できる環境が整ってきている。

こうした取組により、「甲州」は世界中に知られるワイン用ぶどう品種となり、海外で開催される国際的に権威の高いコンクールにおいても金賞を受賞するなど、年々評価を高めている。

甲州ワインの輸出量は、産地組合の主なプロモーション先である英国のEU離脱の悪影響等により欧州向けは減じたが、アジアへの輸出増により全体の輸出量も増加傾向となっており、ロンドンを基点に世界に向けた甲州ワインの情報発信が一定の成果を上げていると考えられる。



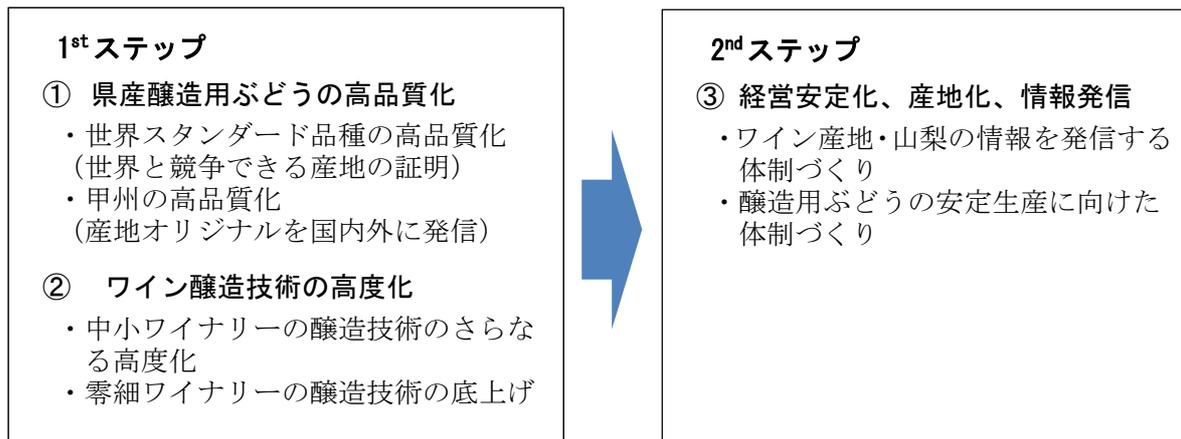
出典：山梨県ワイン酒造組合、山梨県（産業労働部・農政部）県内ワイナリー実態調査（R2は未確定値）

Ⅲ 第2期計画推進事項（課題と取り組み）

(1) 第1期計画の振り返り

① 第1期計画における取組内容

第1期計画では、輸入ワインの増加や国内他産地の台頭を背景に、高品質なワイン造りに注力し、醸造用ぶどうの高品質化、ワイン醸造技術の高度化に重点的に取り組むこととされ、2次的な課題として産地化、ブランド化、消費拡大策に取り組むという方向付けがなされた。



② 主な成果と課題

I 醸造用ぶどうの高品質化について

ア) 優良系統・品種の選抜

優良系統・品種の選抜では、欧州系5品種（※）12系統及び甲州8系統について取り組んだ。苗木の収集（購入）からスタートし、ウイルスフリー化等の作業もあったため、ようやく果実が収穫できるようになった段階であり、今後果実調査、果汁調査、試験醸造の開始が待たれる状況にあり、第2期計画においても継続した取組が必要となっている。但し、原料ぶどうの増産を図るためには苗木生産が不可欠なため、早急に各品種・系統毎の特性を把握し、苗木生産に繋げていく必要がある。

※カベルネ・ソーヴィニオン、カベルネ・フラン、メルロ、プティ・ヴェルト、シャルドネ

イ) 醸造用ぶどう栽培技術の確立

高品質化に向けた栽培技術の確立では、台木の種類による特性把握、整枝・剪定方法の違いによる栽培性、果実品質の特性把握を行った。何れも、8年生時点までの調査結果はまとめたが、樹齢が10年を超えてからの特性把握も必要なことから、第2期計画でも継続して調査を行う。加えて、新梢管理や除葉等の研究も品質向上に有効と考えられることから、追加して調査を行う。なお、原料ぶどうの増産は、品質の向上が伴わなければ意味が無いため、早期に研究成果をまとめて可能なものから順次栽培農家へ普及する必要がある。

ウ) 醸造用ぶどう栽培技術指導体制の充実

栽培技術指導体制の充実では、醸造用ぶどう栽培技術を指導できるエキスパートを育成するた

め、山梨県として初めて、ボルドー大学醸造学部へ職員を長期間留学させ、醸造用ぶどうの栽培技術を学ばせた。併せて、果樹試験場に醸造ブドウ栽培科を創設し、留学を終えた職員を配属、醸造用ぶどう栽培技術の研究や普及指導員、ワイナリー技術者への技術指導、山梨大学等での講義など、醸造用ぶどう栽培技術の普及に取り組んでいる。加えて、海外からコブス・ハンター教授（南アフリカ・ステレンボッシュ大学）など醸造用ぶどう栽培の専門家を招聘し、山梨県の気候や環境を踏まえた栽培技術指導を依頼した。第2期計画では、栽培農家への技術指導など普及の活動範囲を更に広げていく必要がある。

II ワイン醸造技術の高度化について

ア) 中小ワイナリーへの技術支援

欧米からの技術導入などにより、県内ワイナリーの醸造技術は総じて高いレベルにあるが、旧態依然な方法で醸造するところも存在していることから、産地全体の醸造技術の底上げを図るため、これまで延べ26社に対してワイン酒造組合、山梨大学、山梨県ワインセンターが連携した醸造技術支援を実施し、うち16社が日本ワインコンクール2014に出品し、13社が入賞する成果を上げている。

また、ワイナリーが集積する利点を活かし、メーカーや役職の垣根を越えて産地全体でのワイン生産技術高度化に取り組む「若手醸造家・農家研究会」の活動を支援し、これまで8年間で66回研修会を開催し、技術情報の産地内共有を推進している。

イ) 高品質ワインの分析研究

それぞれ日本で唯一となるワインに特化した公設試験研究機関「山梨県立ワインセンター」や、大学試験研究機関「山梨大学ワイン科学研究センター」が所在する利点を最大限活かし、産官学連携した県産ワイン高品質化の分析研究を推進し、その成果をホームページや延べ20回にわたる研究成果発表会を通じて産地全体への普及に努めている。

ウ) 醸造技術指導体制の充実

県産ワイン高品質化の取組を強力に推進するためには山梨県立ワインセンターにおける試験研究体制や醸造技術指導体制を充実させる必要から、平成19年～20年にかけて小型タンクや高度分析機器を導入した他、平成20年と平成23年にはワインセンター研究員をフランスへ醸造研修に派遣するなど、ワインセンターの醸造技術指導体制を強化し、産地全体の醸造技術の底上げに取り組んでいる。

III 経営安定化、産地化、情報発信について

ア) ワイナリーと農家の協力、共存

ワイナリーと農家の協力、共存では、長期契約栽培の推進を図る観点から、ワイナリーと長期契約栽培を締結した農家に対して、苗木の購入や棚の設置など新植に必要な経費の一部を補助している。こうした取組により、これまで(H22～H26)に、9.2haの甲州の新植を支援した。

また、農家へ醸造用ぶどう栽培技術を普及するため、留学（ボルドー大学）から帰国した醸造

用ぶどう栽培エキスパートによる普及指導員への醸造用ブドウ栽培研修会を開催している。

イ) ワイナリーの農業参入支援

これまでワイナリーは、長らく農地法の規制により農地の使用が許可されなかったことから、自らぶどうを生産することが出来ず、古くからのワイン産地である山梨県では農家から原料ぶどうを購入するしかなかった歴史がある。

こうした問題を解決するため、山梨県では平成 15 年 4 月に構造改革特別区域法が施行されたことを受け、この特区制度に着目し、農地規制の特例措置により、ワイナリーがぶどう栽培からワイン醸造まで一体的に行えるようワイン産業振興特区を申請した（H15：甲州市、山梨市、笛吹市、甲府市の一部、中央市の一部）。山梨県がこの特区制度の認定を受けたことを契機に、平成 17 年に農業経営基盤強化促進法が改正され、全国的に農業生産法人以外の法人に対し農地の貸付が始まった。さらに、農地法の改正（農地の権利取得規制や農業生産法人要件の緩和等（H21））が行われ、企業の農業参入が行いやすくなったことから、以後ワイナリーの農業参入支援を積極的に行っている。第 1 期計画期間中（H20～H26）には、土地の幹旋や圃場整備事業等により、7 社、37.7ha の圃場整備を支援した。

ウ) 情報の発信

第 1 期計画期間中には、甲州ワインキャンペーン（H24）の実施、一般消費者向けワインセミナーや講習会の開催、Web やソーシャルネットワークを活用した産地情報の発信、日本ワインコンクールを通じたワイン情報の発信、山梨県ワイン酒造組合、山梨県ワイン酒造協同組合などの関係団体による各種取組（山梨ヌーボーまつり、ワインツーリズム山梨、山梨ワイナリーズフェアなど）により、日本を代表するワイン産地としてのイメージが定着し、調査会社（※）によるアンケート調査で「好きな国内のワイン産地」では「山梨県」が第一位（44.3%）となるなどイメージ向上を図った。

※リクルートライフスタイル社（H26.9.17）

(2) 第2期計画に向けた推進方針

第1期計画では競争力のある高品質ワインの生産を喫緊の課題に掲げ、産学官連携により原料ぶどうの高品質化と醸造技術の高度化に取り組んできたが、第2期計画では次のステップとして山梨を世界に通用する日本を代表するワイン産地として確立させるため、明確なビジョンを掲げるとともに、この取組が山梨県にどのような利益をもたらすのかを提示することで、県内の様々な関係者ととともに一体となった意欲的な産地形成の取り組みを促進する。

また、ビジョン達成に向けた推進策の策定にあたり、目標と具体的な成果指標を設定する。

① ビジョンと地域貢献

世界に通用するワイン産地の確立 —日本を代表するワイン産地として維持・発展—

(目指す姿)

ぶどう生産者とワイナリーが協働して、国際的な評価を受ける甲州、さらに国内トップレベルの欧州系品種など魅力あるワインが生産され、山梨が発信するワイン文化や美しい景観を目的に、国内外から多くの人々が訪れる日本を代表するワイン産地

(地域貢献)

ビジョンの実現により活力ある郷土「山梨」を実現

- 農業振興……生産農家の所得安定・向上 後継者育成
- 産業振興……ワイナリーの経営安定 雇用促進
- 環境保全……良好な農村景観の保全 循環型農業の推進
- 地域経済の活性化……ワイン関連産業の振興（観光関連事業者等）
- 地域交流人口の増大…観光客の増加
- 山梨ブランドの形成…魅力ある誇りのもてる郷土 山梨県の知名度向上

② 基本課題と推進の方向

〈基本課題〉

ビジョンの達成に向けて、第1期計画を振り返り継続的な取り組みが必要な事項や、山梨の現状を踏まえた新たな取り組み事項について、戦略・イノベーションの観点から課題を整理。令和3年度に「気候変動への対応」「高付加価値化」「ウィズコロナ・アフターコロナへの対応」「ワイン県宣言」の4つの観点から中間見直しを実施。

(生産農家の高齢化・後継者不足などによる醸造用ぶどうの不足)

- 農家とワイナリーとの信頼関係の構築が必要
- 農家の経営安定を図るためのコスト削減対策や財政的な支援が必要
- 栽培の新たな担い手の確保・育成やワイナリー圃場の面積拡大が必要
- 農地の確保など産地が一体となって課題解決に取り組む体制の構築が必要

(輸入ワインの増大、国内他産地との競争激化)

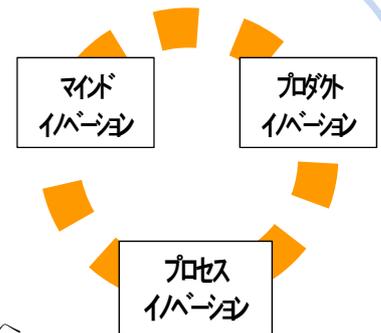
- 国内他産地の追随を許さない高品質の維持が必要
- 醸造用ぶどうの栽培技術の確立・普及と品質向上が必要
- 新たな山梨ブランドとなる欧州系品種が必要
- 温暖化に対応した醸造用品種が必要
- ワイン醸造技術の向上と、消費者を裏切らない産地全体の品質向上が必要

(日本を代表するワイン産地に見合う消費水準の維持と拡大)

- 安定的な需要を維持するための市場動向をふまえたプロモーションが必要
- 他産地の著しい台頭に対し、県産ワインや産地をブランド化する取り組みが必要
- コロナ禍における社会の変容、商流の変化への対応が必要
- 産地に人を呼び込む観光プロモーションが必要
- 「ワイン県やまなし」を観光産業の高付加価値化につなげる取り組みが必要
- 日本の代表的ワイン産地らしい景観づくりが必要

－取組の戦略－

具体的な推進策の策定にあたり、これまでの慣習にとらわれずに課題を3つの視点から検証し、絶えず改革の意欲と市場分析による戦略的な取り組みを進める。



○プロセスイノベーション ～やり方を変える～

ワイナリーと栽培農家の関係を変える → (利害対立から利害共有へ
長期契約栽培の推進
原料ぶどうの規格や栽培手順の明確化)

○プロダクトイノベーション ～商品・売り方を変える～

高品質化と低コスト化の両立 → 高品質なものほどトータルコストは下がる
売れる、儲かる → プロモーション戦略
ワインを求めて、人が動く → 観光戦略

○マインドイノベーション ～関係者の意識を変える～

意識変革 → (農家とワイナリーとの信頼関係の構築
個人戦から団体戦へ
協働の使命感醸成)

〈推進の方向〉

第1期計画の振り返り及び基本課題をふまえ、取組事項を「醸造用ぶどうの振興」、「ワイン生産の振興」、「消費拡大」の3つの柱に集約。

「醸造用ぶどうの振興」

醸造用ぶどうの安定的な供給体制を築く

- 農家とワイナリーの信頼関係を築くため、全量契約栽培を促進するとともに、互いの交流活動などに積極的に取り組む。
- 醸造用ぶどうの生産基盤を確立するため、早期成園化やコスト削減のための栽培技術を開発・普及するとともに、初期投資や未収益期間への財政的な支援、苗木の安定的な供給など総合的な支援を行う。
- 醸造用ぶどう栽培を振興するため、栽培を担う人材の確保・育成や栽培希望者に対する農地の確保支援などの仕組みを構築する。
- ワイナリーの自社栽培を促進し、醸造用ぶどうの生産拡大を図るため、基盤整備を契機としたワイナリーの自社圃場の拡大や企業の農業参入等を進める。

甲州ワインなどの品質をさらに高めるため、醸造用ぶどうの品質を上げる

- 産地全体のレベルを引き上げるため、品種毎の系統比較や栽培技術の研究を継続するとともに、産地が一体となって課題を解決する活動を促進させる。
- 地域特性に合ったぶどうを普及させるため、地域毎に気象を観測してデータを収集し、産地毎に適正品種、作柄、収穫適期等を分析して情報を共有する。
- 温暖化に対応した醸造用品種の導入を促進する。

新たな山梨の顔となる欧州系ワインを生産するため、欧州系ぶどう品種の導入を促進する

- 新たな山梨のブランドとなる欧州系品種導入のための調査・検討を進める。

「ワイン生産の振興」

山梨県産ワインの競争力を高めるため、ワインの品質を更に向上させ、製品の幅を広げる

- 産地ブランドを強化するため、山梨県産ワインの高品質化のための分析研究を継続するとともに、甲州スパークリングなどの研究を推進する

山梨県産ワイン全体のレベルの底上げのため、産地全体で品質向上を図る

- 産地全体の醸造技術の底上げを図るため、醸造技術に関する指導機会が全てのワイナリーに及ぶ仕組み作りなどに取り組む。
- 次世代を担う醸造家や栽培農家の連携した取り組みを促進する。
- 農家とワイナリーの品質目標の共有化を図り、契約栽培を推進する。

山梨県産ワインの生産力の強化支援を図る

- ワイナリー、農家の生産規模拡大など、活用できる支援制度情報や、新規参入に必要な技術研修制度等の情報を一元的に集約して提供する。

「消費拡大」

安定的な消費拡大を図るため、国内外におけるプロモーションを行う

- 消費者に分かりやすく産地の情報を発信するため、ワインに関する一元的な情報発信ツールの整備や、観光情報とリンクした産地情報の発信を行う。

- 首都圏での流通拡大を図るため、首都圏の小売事業者などへの山梨県産ワインに関する理解促進の取り組みを進める。
- 有効な海外市場を見極めて販路拡大を図るため、山梨県産ワインの海外プロモーションを促進する。
- 他産地との差別化を図るため、高付加価値の取り組みを進める。
- ウィズコロナ・アフターコロナに対応するプロモーションや販売促進の取り組みを進める。

山梨に国内外から人を呼び込み、地元消費を拡大する

- ワイン産地山梨へ人を呼び込むため、ワイン観光を推進する。
- 落ち込んだ観光需要を喚起するよう、ワイン県をフックに、コロナ収束後を見据えた取り組みを進める。
- 安心と信頼を観光の新たな付加価値とするための取り組みを進める。
- 産地による景観づくりの取り組みを推進する。

③ 目標と成果指標

○ 醸造用ぶどうの安定的供給体制を確立

- ・ 契約栽培の推進
- ・ 醸造用ぶどうの生産基盤確立

指標：醸造用甲州ぶどう供給量 3,700 t /年 (R2)
4,200 t /年 (R7) (平年水準 3,200 t /年)

○ 産地形成のための新規参入者支援

- ・ 醸造用ぶどう栽培を担う人材育成
- ・ ワイン生産の新規参入者支援

指標：現在の栽培面積・ワイナリー数を維持、拡大

○ 山梨県産ワインの消費維持と拡大

(農家が生産した原料ぶどうを毎年安定して買い取れる販売量の確保)

- ・ 産地ブランド形成推進
- ・ 首都圏における販路拡大

指標：①国内シェア（日本ワイン） 1位
②甲州ワイン生産量 2,600kL/年 (R2) (約370万本)
3,000kL/年 (R7) (約420万本)
(平年水準 2,300kL/年 (約320万本))
※ぶどう供給量を元に算出

○ 甲州の国際的な評価向上と海外における販路拡大

- ・ 優良市場の見極め
- ・ 継続的輸出促進

指標：甲州輸出数量 9万本/年 (R2) (H27 約3万本/年)
12万本/年 (R7) ※1

○ 産地に人を呼び込むワイン観光の推進

来訪者の増大
地元消費の拡大

指標：峡東地域入り込み客数 5,883千人/年 (R1) (H26 5,619千人/年)
観光客一人あたりの平均消費単価 12,000円 (R4) ※2 (H30 10,616円)

- ※1 甲州輸出量の指標（年間12万本）は、県ワイン酒造組合がとりまとめた各ワイナリーの将来見込みから設定しており、コロナ禍にも旺盛な消費をみせるアジアへの輸出を見据えている。
- ※2 産地に人を呼び込むワイン観光の推進の指標は、地元消費の拡大の取り組みとして、中間見直しにより峡東地域入り込み客数に代わり観光客一人あたりの平均消費単価を12,000円まで上げることを指標とする。

④成果（令和3年度中間見直し）

	指標		基準値(計画策定時)		中間値(中間見直し時)		成果 (中間値による)
		時点		時点		時点	
醸造用甲州ぶどう供給量	3,700 ㍉/年	R2(H32)	3,200 ㍉/年	H24-26 平均値	3,444 ㍉/年	H29-R1 平均値	48.8% (達成率)
栽培面積	現状数を維持・拡大		399 ha	H27	438 ha	H30	109.8% (増加率)
ワイナリー数	現状数を維持・拡大		81 場	H27	85 場	R1	104.9% (増加率)
国内シェア(日本ワイン)	1 位	H37	1 位	H28	1 位	R1	達成
甲州ワイン生産量	2,600 kℓ/年	R2(H32)	2,300 kℓ/年	H24-26 平均値	2,595 kℓ/年	H29-R1 平均値	98.3% (達成率)
甲州輸出量	90,000 本	R2(H32)	30,000 本	H27	46,949 本	R2 (見込値)	28.2% (達成率)
峡東地域入り込み客数	5,883 千人/年	R1(H31)	5,619 千人/年	H26	5,423 千人/年	R1(H31)	— (達成率)

- 醸造用甲州の安定的供給体制の指標である「醸造用甲州ぶどう供給量」は、3,444トン(H29～R1平均)であるが、長期栽培契約やワイナリーの自社圃場拡大等の支援、また人材育成の取り組みにより「栽培面積」は増加しており、今後の更なる供給量の増加が見込まれる。
- 「ワイナリー数」は、81場から85場へ、策定時より増加している。
- 「山梨県産ワインの消費維持と拡大」の指標である日本ワイン生産量は、引き続き国内シェア1位となった。また、「甲州ワイン生産量」は、概ね指標を達成した。
- 「甲州の輸出量」は、令和2年度までに年間9万本を指標としたが、4万7千本となった。これは、ブレジットやコロナ禍の影響が考えられる。
- 来訪者の増大、地元消費の拡大を測る指標である「峡東地域入り込み客数」は、策定時の数値を割り込んでいるが、最終年度である令和元年度は台風により交通が一部遮断されるなど、自然災害が大きく影響した。

IV 個別課題と具体的な推進施策

(1) 醸造用ぶどうの振興

* 県関係機関の表記

果試:果樹試験場

農大:農業大学校

ワ技:ワイン技術部

観振:観光振興課

果6:果樹・6次産業振興課

畜酪:畜産酪農技術センター

産振:産業振興課

① <ぶどう品種>

(課題)

- 【甲州】これまで生食用と兼用されてきたため、醸造用としての特性把握が不十分
- 【欧州系品種】現状高品質なぶどうが収穫しにくいこと、垣根栽培では収量が少なく農家が栽培しづらいことなどから、栽培面積が少なく、醸造するワイナリーも少ない
- 本県の環境に適し、高品質生産ができる新たな欧州系品種が必要

(推進施策)

- 甲州を醸造用品種として振興
- 欧州系品種の高品質化
 - ア) 甲州の系統比較 [ワイン酒造組合、果試]
 - ・ 系統毎の特性把握 (糖度、酸度、収量、栽培性等)
 - ・ 甲州の推奨系統の苗木供給による面積拡大
 - イ) 欧州系品種の品種・系統比較 [ワイン酒造組合、果試]
 - ・ 品種・系統毎の特性把握 (糖度、酸度、収量、栽培性等)
 - ウ) 新たな欧州系品種の導入検討 [ワイン産地確立推進会議]
 - ・ 山梨県内で栽培実績のない (少ない) 品種の導入
 - ・ 欧州系について、品種毎の栽培適地について調査
 - ・ 栽培方法・品質・収量・販売価格等から持続可能な取引単価の検討
 - エ) 新たな欧州系品種・系統の比較 [ワイン酒造組合]
 - ・ 温暖化に対応した新たな欧州系品種の導入推進

② <栽培技術>

(課題)

- 甲州の栽培技術は生食用の技術
- 生食用と醸造用で求められる品質要件が異なることへの理解不足
- 栽培方法や収穫適期は、経験や勘で判断

(推進施策)

- 醸造用と生食用では、求められる品質が違うことを農家に普及
- 新規参入者でも、省力的で高品質な栽培が出来る技術の確立
 - ア) 台木の種類の比較検討 (甲州、欧州系) [県 (果試)]
 - ・ 樹齢 10 年以上での比較や特性把握
 - イ) 整枝・剪定方法の検討 (甲州、欧州系) [県 (果試)]
 - ・ 樹齢 10 年以上での比較や特性把握

ウ) 樹勢適正化、高品質化等の研究 (甲州、欧州系) [県 (果試)]

- ・新梢管理、除葉等の研究

エ) ワークショップ (研究・普及) の活性化

[県 (果6・果試・農務事務所)、ワイン酒造組合、JA、山梨大学]

- ・栽培技術上の諸課題の解決、農家・ワイナリーの相互理解促進

オ) 気象データを活用した地域性の検討、高品質化、地域毎の作柄・収穫適期等の把握

[県 (果6・果試・農務事務所)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA、]

- ・県内各地の醸造用ぶどう圃場における気象データの観測・収集
- ・気象データの蓄積・解析・検証・情報共有

カ) 分析センターの整備検討 [山梨大学]

- ・依頼分析 (ワイナリー等では難しいもので高品質化に関する課題解決) の実施
- ・栽培・醸造に関するコンサルタント業務
- ・ワイナリーの新入社員等に対する分析教育

③ <農家とワイナリーとの相互理解促進>

(課題)

- 契約栽培も増加しているが、長期契約は全体の1/3程度 (甲州)
- 取引単価の交渉に終始し、ワイン産地を振興するという意識が育っていない
- 豊作時やワイン需要が落ちた時は、単価引き下げや引取が困難になることが懸念される
- 農家とワイナリーの接点は、売買時だけの場合が多い
- ぶどうの搾りかすについて、活用例はあるものの一部に留まり処理に苦慮している実態がある

(推進施策)

○ 農家とワイナリーとの関係を利害対立から「利害共有」へ

[ワイン酒造組合、JA・農家、市町村、県 (果6・農務事務所ほか)]

ア) 農家とワイナリーとの信頼関係の構築

- ・全量契約栽培宣言の徹底 (農家への周知、植える前に長期栽培契約締結)
- ・長期栽培契約を通じた農家とワイナリーとの交流促進、情報共有
- ・ワイナリーによる、農家やJA生産部会に対する試飲会・研究会の開催
- ・醸造用ぶどうの栽培手順や納品規格の明確化

イ) 農家とワイナリー、それぞれの意識改革 [ワイナリー、ワイン酒造組合、農家、JA]

- ・ワインの売れ行き・評判等の農家へのフィードバック
- ・受賞や売上げアップ銘柄の原料生産者に対するボーナス付与 など
- ・高品質化への協力 (栽培方法、収穫日時等の見直し)
- ・消費者、生産者の立場から、ワイン文化醸成に向けた協力 など

ウ) 利害を共有するための新たな契約内容の検討 (試験的な導入検討・例示)

[ワイナリー、ワイン酒造組合、農家、JA]

- ・取引数量は、各年次のぶどう生産量により増減せず一定とする (納入量の事前取り決め)
- ・取引単価は、需給バランスではなく、予め品質基準を設け品質により決定する

※基本的な考え方として、疑義のある項目については事前にルールを定めることを推奨

エ) ぶどう搾りかすの有効活用促進 [県(果試、畜酪)、ワイナリー、農家、JA]

- ・ぶどう搾りかすの家畜飼料、堆肥等への利用推進
- ・未利用資源の有効活用に向けたワイナリーと畜産農家、耕種農家との連携促進

④ <栽培振興(生産基盤の確立)>

(課題)

- 醸造用ぶどうは、生食用に比べて面積当たりの収入が少ないうえ、
 - ・安定的に買ってもらえるのか不安が残る
 - ・新植してから収穫までに7~8年かかる
 - ・棚の設置や苗木代、未収益期間が農家にとって負担になる
- などの理由により新規参入者が少なく、栽培農家、栽培面積は減少傾向

(推進施策)

- 醸造用ぶどう栽培で安定した収入を確保できるよう、早期成園化、コスト削減等の技術開発を進めるとともに、栽培促進のための各種支援策を実施する
- 長期的な生産目標を定めた上で、長期契約栽培等を通じた安定的な取引を推進する
 - ア) コスト削減のための栽培技術の確立・普及 [県(果試)、JA]
 - ・早期成園化、低コスト・省力化技術の開発・普及
 - ・新甲州式低コスト果樹棚の開発・普及
 - イ) 醸造用ぶどう栽培を振興するための総合的な支援
[県(果6・果試)、ワイン酒造組合、JA、山梨大学]
 - ・優良系統苗木(ウイルスフリー)の安定的な供給
 - ・新植、改植、未収益期間等への支援
 - ・醸造用ぶどう栽培を含めた経営モデルの提示
 - ・ワークショップ(課題解決)の開催
 - ウ) 醸造用甲州の生産目標の共有 [県(果6・果試)、ワイン酒造組合、JA、山梨大学]
 - ・目標の共有:醸造用甲州の10年後の生産(=販売)目標設定
 - ・リスクヘッジ(品質向上、継続的なプロモーション等)
 - ・利害共有に向けた契約内容の検討(疑義のある項目については予めルールを定める)

⑤ <栽培振興(栽培農家の規模拡大支援)>

(課題)

- 醸造用甲州は収入が少なく、魅力が無い(後継者不足)
- 甲州の栽培規模を拡大したいが、借りられる畑がない(情報不足)
- 結果、甲州圃場が有効活用されず、遊休農地化が進行

(推進施策)

- 醸造用甲州圃場の流動化促進
 - ア) 栽培実態調査の実施と活用 [県(果6)、市町村、JA、中間管理機構]
 - ・圃場の場所、面積、樹齢、将来の栽培意向等の調査(全県)
 - ・農地情報の提供(農地を貸したい人、借りたい人のマッチング)

- イ) 醸造用ぶどう栽培を担う農家への支援 [ワイン酒造組合、JA、県(果試)、山梨大学]
- ・規模拡大希望者向けワークショップ(低コスト・省力化技術等)の開催
 - ・醸造用ぶどう主体の農家育成(経営モデルの検討)

⑥ <栽培振興(新規参入者対策)>

(課題)

- 醸造用ぶどう栽培希望者に対する、受け入れ体制が不足(情報がない、窓口が分からない)
- 醸造用ぶどう主体で営農するのはリスクが高い
- 結果、新規参入者が少なく、栽培農家の高齢化が進行

(推進施策)

- 山梨県で醸造用ぶどう栽培を希望する人に対する受入体制等の構築
- 醸造用ぶどう栽培を担う人材の育成
 - ア) 学ぶ機会の提供 [山梨大学、県(果6・農大・果試)、ワイン酒造組合、JA]
 - ・醸造用ぶどう栽培セミナーの実施
 - ・山梨県立農業大学校での受け入れ枠拡充(就農研修:職業訓練農業科)
 - ・ワイン・フロンティアリーダー養成プログラム等の実施
 - イ) 新規参入者への総合的な支援(農地確保、栽培技術、営農指導等)
 - [県(果6・農大・果試)、市町村、JA、中間管理機構、山梨大学、ワイン酒造組合]
 - ・中間管理機構や市町村、JAと連携した、新規参入者向け農地の斡旋・確保
 - ・JAでの受け入れ体制の検討
 - ・醸造用ぶどう栽培マニュアルの作成
 - ・ワークショップ(初心者講習)の開催
 - ウ) 初期段階における経済的な支援 [県(果6ほか)]
 - ・新植、改植、未収益期間等への支援
 - ・青年就農給付金の活用

⑦ <栽培振興(ワイナリーの自社圃場)>

(課題)

- 自社圃場は、整備にも管理にも負担が大きい
- 圃場の所有・貸借にはハードルが多く、二の足を踏む
- 結果、自社栽培の割合は少ない(甲州で5%、欧州系品種で26%程度)

(推進施策)

- ワイナリーが自ら原料ぶどうを栽培する機運を高め、支援する
 - ア) ワイナリーに対する土地の斡旋・紹介、圃場整備支援 [県(農務事務所ほか)]
 - ・農業生産法人化支援(圃場の取得・貸借)等
 - ・基盤整備を契機としたワイナリーの自社圃場拡大への支援
 - イ) ワイナリーに対する栽培技術支援 [ワイン酒造組合、県(果試)、山梨大学]
 - ・ワークショップ(大規模栽培、低コスト・省力化技術等)の開催

(2) ワイン生産の振興

① 〈醸造技術（高品質化のための分析研究）〉

（課題）

- 醸造技術の高度化に向けた研究を進める上で、醸造用ぶどうに関するデータ蓄積が不足
- 産地のブランド力強化に繋がる研究（産地特性を生かしたスタイルの開発等）が必要
- ワイナリーが求めるニーズ（成分分析の即日対応など）への対応が必要

（推進施策）

○ 産地のブランド力強化

- ア) 山梨県産ワイン高品質化のための分析研究〔県（果試・ワ技）、ワイン酒造組合、山梨大学〕
 - ・ぶどう果汁及びワインの分析データ蓄積を継続
 - ・分析センター機能など、ニーズへの対応を検討
- イ) 山梨県産ワインのブランド力強化研究〔県（ワ技）、山梨大学〕
 - ・ぶどうが持つ特質、タイプに応じた新たな可能性に関する研究推進（甲州スパークリングなど）

② 〈醸造技術（醸造技術の底上げ）〉

（課題）

- 中小ワイナリーへの技術支援により技術力向上に一定の効果がみられる一方で、支援が希望制のため、品質に問題（欠点）がありながら技術支援を受けていないワイナリーが存在

（推進施策）

○ 産地全体で品質向上を図る

- ア) ワイン生産技術の強化〔ワイン酒造組合、県（ワ技・産振）〕
 - ・消費者の信頼を裏切らない県産ワインの品質確保
 - ・技術支援機会が全てのワイナリーに及ぶ仕組み作り
 - ・醸造用ぶどう生産農家や流通関係者も交えた技術力強化の取り組み
 - ・国内他産地や海外の最新情報の積極的収集と共有
- イ) 高品質なワインを醸造する意欲の醸成〔県（産振・ワ技）、ワイン酒造組合、山梨大学ほか〕
 - ・日本ワインコンクールの継続的な開催

③ 〈醸造技術（次世代の担い手育成）〉

（課題）

- 生産者の技術交流を目的とした若手醸造家・農家研究会が発足しているものの、農家の参加が十分でない

（推進施策）

○ ワイナリーと農家との協働意識の醸成

- ア) 醸造技術の普及促進〔ワイン酒造組合、県（ワ技）、農家、JA〕
 - ・次世代の醸造家と農家が連携した県産ワイン高品質化に向けた取組促進

- ・ワインセンター職員の更なるスキル向上（醸造技術・普及活動手法）
- ・最新醸造技術や普及活動事例の情報収集と共有

④ 〈農家とワイナリーの相互理解促進〉（再掲）

* 醸造用ぶどうの振興に記載

⑤ 〈生産振興（生産力強化）〉

（課題）

- 醸造用ぶどうの品質目標が共有されていない。
- 年度による需給バランスの不均衡（ぶどうの収穫量が天候に大きく左右されるため、ワイン市場のニーズと一致しない）

（推進施策）

- 栽培と醸造が一体となって計画的に行われる産地への転換
 - ア) ワイン生産力の強化支援 [ワイナリー、ワイン酒造組合、農家、JA、県（果6・産振）]
 - ・全量契約栽培に向け、ワイナリーと農家の醸造用ぶどう栽培に関する品質目標の共有化
 - ・ワイナリー、農家の生産規模拡大など、活用できる支援制度情報を一元的に集約し提供

⑥ 〈生産振興（新規参入支援）〉

（課題）

- ワイン産業への新規参入希望者受入体制が、長野や北海道に比べ遅れているなどの指摘がある
- ※背景に日本一のワイナリー数を擁する産地であることから、醸造用ぶどうの不足を懸念する意識

（推進施策）

- ワイン生産の新規参入者支援
 - ア) 新規参入者への情報提供
 - [県（ワ技・産振・農大・果6）、山梨大学、ワイン酒造組合]
 - ・大学・試験研究機関等において実施される人材養成プログラム等の情報を集約化し、希望者に提供
 - ・その他、関連する技術研修や農地情報など、新規参入に必要な情報を一元的に情報提供

⑦ 〈生産振興（ワイナリーの自社圃場）〉（再掲）

* 醸造用ぶどうの振興に記載

(3) 消費拡大

① 〈産地や県産ワインの積極的な情報発信・プロモーション（産地情報発信）〉

（課題）

- 山梨の総合的なワイン産地情報を継続的に発信するツールがない
- 消費者がワインの品質を判別しやすい情報が必要

（推進施策）

○ 山梨のワインや地域の魅力を総合的に情報発信

ア) 消費者に分かりやすい産地情報等の発信体制を構築

〔ワイン酒造組合、県（ワ技・産振）、観光推進機構〕

- ・ワイン産業関係者が連携して一元的に産地情報等を発信できる情報発信ツールを整備
- ・観光情報とリンクさせ、地域のもつ様々な魅力とワイン情報を合わせて発信

イ) 消費者に日本ワインコンクールの審査結果や地理的表示「山梨」ワインなど商品選択材料となる情報を提供

〔ワイン酒造組合、県（ワ技・産振）、山梨大学〕

- ・日本ワインコンクール、同公開テイスティングの継続的な開催

② 〈産地や県産ワインの積極的な情報発信・プロモーション（差別化）〉

（課題）

- 輸入ワインや国内他産地との差別化を図るプロモーションが必要
- 山梨ワインに対する知識を広めるための消費者へのインセンティブが必要
- ワイナリーが集積するメリットを活かした産地プロモーションが必要

（推進施策）

○ 山梨県産ワインの産別化を図るプロモーション

ア) 山梨県産ワインの海外プロモーション

〔ワイン酒造組合、県（産振）〕

- ・地理的表示「山梨」や「甲州」を切り口とした海外への展開
- ・有効な海外市場を見極め、戦略性のある海外プロモーションを実施
- ・世界マーケットでの評価を国内市場に積極的にPR

イ) 地理的表示「山梨」を活用した訴求

〔ワイン酒造組合、県（産振）〕

- ・国内他産地との差別化を図り、セールスポイントを明確にした国内プロモーションの実施
- ・地理的表示「山梨」を活用した高付加価値化

ウ) 新たなブランドの創造

〔県（販売・輸出支援課、農業技術課、果6、産振）、ワイン酒造組合、JA、農家〕

- ・4パーミル・イニシアチブによる高付加価値化
- ・やまなし4パーミル・イニシアチブ農産物等認証を取得したワインを「おいしい未来へ やまなし」としてPR

③ 〈産地や県産ワインの積極的な情報発信・プロモーション（マーケット戦略）〉

（課題）

- 地元消費拡大への取組が不足
- 一般消費者やワイン愛好家の関心を引き寄せる情報発信が必要
- 県産ワインプロモーションにマーケット戦略が不足
- ジャーナリストや旅行会社を対象とした訴求も必要
- 消費者に接する酒販店や料飲店へのセミナーや情報提供（県外）が必要
- ウィズコロナ、アフターコロナにおいて消費を拡大する取り組みが必要

（推進施策）

- 多様な国内マーケットにおける戦略的なプロモーション
 - ア) 首都圏マーケットでの流通促進 [ワイン酒造組合、県（ワ技・産振）、山梨大学]
 - ・国内他産地との差別化を図り、セールスポイントを明確にした国内プロモーションの実施
 - ・首都圏の流通事業者を対象とした、県産ワイン理解促進の取り組み
 - イ) アンテナショップ等を通じた情報発信 [県（観振）]
 - ・都内山梨県アンテナレストラン「Cave de ワイン県やまなし」における県産ワインの販売と情報発信
 - ・山梨県地場産業センター「かいてらす」における県産ワインの販売と情報発信
 - ウ) 地元消費を促進 [ワイン酒造組合、県（ワ技）、山梨大学]
 - ・消費者に対する県産ワインセミナーやテイスティングイベントの継続的な開催
- コロナ禍における社会の変容や商流の変化に対応した国内外プロモーション
 - ア) オンラインの活用等、有効なプロモーションの実施 [ワイン酒造組合、県（産振）]
 - ・リアルとバーチャル両軸によるプロモーション
 - イ) 変容する消費形態に合わせた情報発信・販売促進 [ワイン酒造組合、県（産振）]
 - ・家飲み需要などの個人消費に向けた取り組み

④ 〈ワイン観光の推進〉

（課題）

- 地元商工会などとの連携による地元消費文化の醸成が必要
- 消費者に接する酒販店や料飲店へのセミナーや情報提供（県内）が必要
- ワイナリーと楽しいレストランやおもしろい宿舎を組み合わせた魅力発信が必要
- 落ち込んだ観光需要を喚起するよう、コロナ収束後を見据えた取り組みが必要
- 安心と信頼を観光の新たな付加価値とするための取り組みが必要
- 日本の代表的ワイン産地らしい景観づくりが必要

（推進施策）

- 産地に人を呼び込むワイン観光の推進
 - ア) ワインを中心とした観光情報の継続的発信 [観光推進機構、県（観振）]
 - ・観光事業者や交通事業者等とタイアップした産地情報の発信

- ・大学との連携や、やまなしのブランドイメージ向上の取組を通じた情報発信
- イ) 山梨県地場産業センター「かいてらす」における県産ワインの販売と情報発信
- ウ) 「ワイン県やまなし」のプロモーションの推進〔県（観振）、ワイナリー、観光推進機構〕
 - ・「ワイン県」の認知度向上と本県ワインの魅力発信による「ワイン県やまなし」をきっかけにした本県への誘客の推進
- エ) ワインと「やまなしの美食」による山梨ファンの獲得〔県（観振）〕
 - ・「食」を山梨来訪の目的へ飛躍させるための取り組みの推進
- オ) やまなしグリーン・ゾーン認証制度（ワイナリー）の推進〔県（観振）、ワイナリー〕
 - ・感染拡大防止と経済活動を両立するため、ワイナリーにおけるやまなしグリーン・ゾーン認証制度の取り組みの推進
- カ) 持続的・発展的な景観づくりの推進〔県（景観づくり推進室）、甲州市〕
 - ・自然色シート・ネットの普及促進など景観形成の推進
 - ・ガードレールの景観色への塗り替え等住民と協働した景観活動の推進

V スケジュール

* 県別関係機関の表記
県試: 果樹試験場
農事: 農務事務所
観振: 観光振興課

県6: 果樹・6次産業振興課
県大: 農業大学校
産振: 産業振興課

1 醸造用ぶどうの振興

年度	項目	ぶどう品種		栽培技術		農家とワイナリーとの相互理解促進	
		ワイン酒造組合、県(県試)	推進会議	県(県6・県試・農事)、ワイン酒造組合、山梨大学、JA	山梨大学	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	ワイナリー、ワイン酒造組合、JA・農家
H28	甲州系品種の系統毎の特性把握	欧州系品種の系統毎の特性把握	新たな欧州系品種の導入検討	気象データを活用した地域性の検討、高品質化、地域毎の作柄・栽培適期の把握	分析センターの整備検討	新たな契約内容の検討	
H29	甲州系品種の特性把握	新たな欧州系品種の導入	県内で栽培実績のない(少ない)品種の導入検討	ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	新たな契約内容の検討 (取引数量の安定化、品質基準に基づく取引単価設定)
H30		新たな欧州系品種の特性把握	新たな欧州系品種の導入	ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
H31~R1		ワイリスフ	新たな欧州系品種の特性把握	ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
R2				ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
R3				ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
R4				ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
R5				ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
R6				ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	
R7				ワークショップ(研究・普及)の活性化	醸造用ぶどう主体の醸造育成(経営モデル)の検討	農家とワイナリーの協議関係の構築	

年度	項目	栽培振興		栽培振興		栽培振興	
		生産基盤の確立	栽培農家の規模拡大支援	栽培農家の規模拡大支援	栽培農家の規模拡大支援	栽培振興	新規参入者対策
H28	早期成園化・低コスト・簡易栽培技術の開発	新甲州式低コスト果樹棚の開発	醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
H29	果樹棚の普及	果樹棚の普及	醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
H30			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
H31~R1			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
R2			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
R3			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
R4			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
R5			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
R6			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家
R7			醸造用甲州の生産目標の共有	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・県試・農事)、山梨大学、ワイン酒造組合、JA	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家	県(県6・農事ほか)、ワイン酒造組合、JA・農家

年度	項目	栽培振興	
		ワイナリーの自社圃場	ワイナリーに対する農地の紹介、圃場整備支援
H28~R7	ワイナリーに対する農地の紹介、圃場整備支援	県(県試)、山梨大学、ワイン酒造組合	ワイナリーに対する農地の紹介、圃場整備支援

* 関係機関の表記
 果試：果樹試験場 県6：果樹・6次産業振興課 農大：農業大学校
 農事：農務事務所 ワ技：ワイン技術部 産振：産業振興課
 観振：観光振興課 観資：観光資源課

2. ワイン生産の振興

年度	項目	醸造技術		醸造技術の底上げ	醸造技術の担い手育成	生産振興 生産力強化	生産振興 新規参入支援
		醸造技術の底上げ	醸造技術の担い手育成				
	実施期間	県(果試・ワ技)ワイン酒造組合	山梨大学	ワイン酒造組合、県(ワ技・産振)	ワイン酒造組合、県(ワ技)	ワイナリー、農家、県(果6、産振)	県(ワ技・産振・農大・果6)、山梨大学、ワイン酒造組合
H28		ぶどう果汁及びワインの分析とデータ蓄積	エクステンション部門での分析研究開始	甲州スパーキングの研究	海外や国内産地の情報収集と共有	ワイナリーと農家の原料ぶどう栽培に関する品質目標の共有化推進	各種人材養成プログラム等の情報収集及び連携
H29							
H30							
H31・R1		データの普及・活用		ぶどうのもつ特質、タイプに応じた新たな可能性に関する研究と普及	醸造技術や普及活動事例の情報収集と共有	ワイナリーや農家が活用できる支援制度情報の一元的集約と提供	技術研修制度や産地情報など、新規参入に必要な情報を一元的に情報提供
R2							
R3							
R4							
R5							
R6					ワインセンター職員		
R7				フォローアップ事業の実施	ワインセンター職員 の海外研修		

3. 消費拡大

年度	項目	産地や県産ワインの情報発信		産地や県産ワインの情報発信		産地や県産ワインの情報発信	
		産地情報発信	産地情報発信	産地や県産ワインの情報発信	産地や県産ワインの情報発信	産地や県産ワインの情報発信	産地や県産ワインの情報発信
	実施期間	ワイン酒造組合、県(ワ技・産振)、観光推進機構	観光推進機構	産地や県産ワインの情報発信 差別化	産地や県産ワインの情報発信 マーケティング戦略	観光推進機構、県(観振)	観光事業者、観光推進機構、県(観資・産振、果6)
H28		総合的HPの構築 (* H27に組合が実施)		EUまたはアジアに向けた山梨ワイン海外プロモーションの実施 * 海外での評価を、HPやメディアを通じて国内市場でもアピール	首都圏における山梨ワイン試飲イベントなどの開催 首都圏流通事業者等を対象のセミナーの開催	日本橋「Cave de ワイン県やまなし」での県産ワインの販売と情報発信	H27～ 富士の国やまなし蔵真地域ワイナリーゾーン構想の推進 (H27～H31) 日本遺産「葡萄酒が織りなす風景」を活用した観光振興(H30～)
H29		日本ワインコンクール情報の継続的発信			県民向けワインセミナーなど、啓発イベントの継続的開催	観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信	富士の国やまなし蔵真地域ワイナリーゾーン構想の推進 (H27～H31) 日本遺産「葡萄酒が織りなす風景」を活用した観光振興(H30～)
H30		観光情報とリンクして、産地情報を発信			コロナ禍を踏まえた個人消費に向けた情報発信、販売促進、販路拡大の取組	山梨県産地産業センター「かいてらす」での県産ワインの情報発信	観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
H31・R1						ワイナリーやまなしプロモーションの実施(R1～)	観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
R2						ワイン県やまなしプロモーションの実施(R1～)	観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
R3						食「に」による山梨ワインの獲得(R1～)	観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
R4						やまなしグリーンゾーン認証制度(ワイナリー)の推進(R2～)	観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
R5							観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
R6							観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信
R7							観光事業者や交通事業者とタッグアップした産地情報の発信



平成28年3月28日策定
令和4年2月1日改定

山梨県ワイン産地確立推進会議
(推進連絡会議事務局)

山梨県産業労働部産業振興課

山梨県農政部果樹・6次産業振興課

山梨県観光文化部観光振興課、観光資源課