

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 66 号 2018 年 6 月 25 日

【日本ワインの評価と展望】

人気が高まる日本ワイン 目立つ品質向上と増産努力

酒類の監督官庁である国税庁が、国産のブドウを国内で醸造したワインを「日本ワイン」と表示するルールをつくったのは 2015 年でした。このルールは今年の 10 月には完全施行されますが、策定の狙いは国産ワインと日本ワインを区別することにあります。国産ワインの多くは輸入果汁を原料としたり、輸入ワインをブレンドしたりしてつくられています。これらと日本産のブドウだけでつくったワインを区別することで、消費者が間違えないようにし、さらに日本ワインの品質向上を図って、国内外で高付加価値商品として評価されるようにすることを狙っています。

今年、サントリーをはじめ日本ワインの有力メーカーは、次々に日本ワイン強化の方針を打ち出しました。個人が起業しブティック・ワイナリーを目指す動きも各地で見られます。全国的な店舗網を持つ流通業者がワイナリーを始めるケースや、異業種からの観光開発も含めた大型投資も出ています。

今回は日本ワインの動向を整理し、日本ワインの将来を展望します。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

■活気づく北海道のワイン

5月、爽やかな春風が舞う札幌では、北海道産ワインが楽しめるイベント「ワインガーデン2018」が開催されていました。たくさんのフードブースが並び、テーブルと椅子が用意されたテントで飲食できるようになっています。対面でソムリエの解説を聞きながら試飲できるコーナーや、道内の26のワイナリーのワインを飲み比べて（500円 or 800円/杯）、購入もできる「ワインバル北海道」は人気です。平日でしたが18時30分を回るころには仕事帰りのグループ客で席はいっぱいでした。

自分でワインづくりをやりたい方が増えて、近年はワイナリーの創業ラッシュが続いています。長野と北海道で特に多く、毎年10軒近いワイナリーが誕生しています。個人経営の小規模なところは、ブドウ栽培から醸造までを一貫しておこなうドメーヌといわれるスタイルを目指す例が目立ちます。彼らはワイナリーの開業希望者を誘致したい行政が支援する教育プログラムを利用したり、ブドウ栽培を先行させつつ、自ら育てたブドウの醸造を請け負ってもらえるワイナリーで学んだりしながら開業にこぎつけています。

異業種からの参入も増えています。全国に食品店「カルディコーヒー」を展開するキャメルファームは、余市に広大なワイナリーを開設しました。ブドウ栽培から手掛ける本格的なものです。余市の隣町の仁木ではレストランやホテルを併設したリゾート型の高級ワイナリーの建設も進んでいます。こうした動きを受けて、行政もワイナリーを核とする観光開発に取り組み始めました。余市町と仁木町は共同で「余市・仁木ワインツーリズムプロジェクト」を起ち上げ、ガイドブックを作成し、イベントを開催しています。



500円/1枚のチケットを購入して参加



道内の26ワイナリーのワインを楽しむ

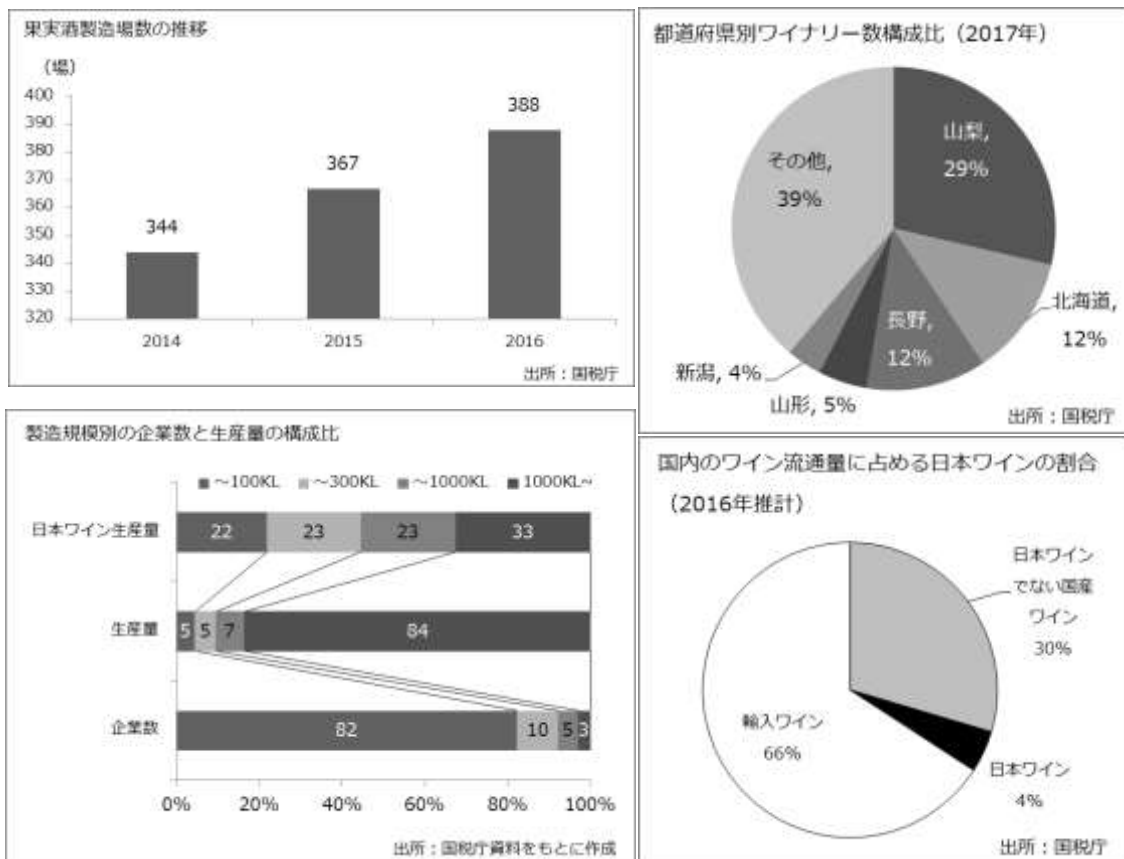


余市の登地区に誕生したキャメルファームワイナリー

■日本ワインのシェアはわずか4%

次に日本ワインのメーカー数や生産量を見ておきましょう。『国内製造ワインの概況』（国税庁：2017年11月）によるとワインの製造免許を持っている醸造所の数（果実酒製造場数）は2014年から毎年20社以上ずつ増え続けています。所在地は山梨がもっとも多く29%を占め、北海道と長野が12%、山形、新潟と続き、この5つで6割を超えます。山梨は産地名を保護しEUでも産地名を表示できるまで準備を進め、地理的表示「GI山梨」が国税庁によって認定されました。他の産地はまだそこまでの準備ができておらず、「北海道」が秋の成立に向けてGIの準備を進めています。

ワイナリーをワインの製造規模別に見ると、1年間に100KLまでの小規模なところがワイナリーの82%を占めています。小さな家族経営のワイナリーがたいへん多いことがわかります。一方、1000KLを超えている大規模な者はわずか3%にすぎませんが、ワインの生産量に占める割合は84%もあります。これを「日本ワイン」に限ってみると最小規模のワイナリーの構成比は22%に高まり、最大規模のワイナリーは33%にとどまっています。カジュアル&エコノミーなワインまでカバーする大規模業者と、比較的高価なワインを小規模に展開するブティック・ワイナリー、その中間に位置する中堅ワイナリーがそれぞれに存在感を発揮していることがわかります。

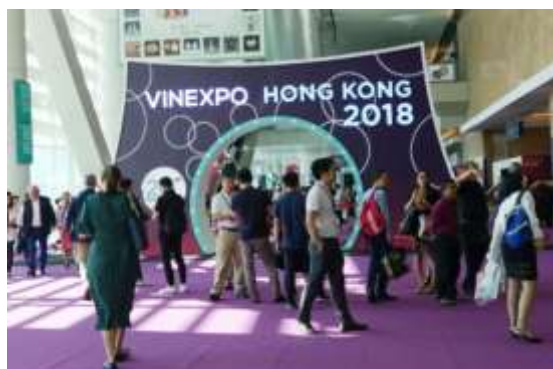


ただし国内で流通しているワインのなかでの日本ワインのシェアはわずか 4%しかありません。輸入ワインが 66%を占め、日本ワインではない国産ワインが 30%という内訳です。ワイナリーの増加と有力ワイナリーの生産力増強により、日本ワインの製造量は増えていますが、ボリュームはまだ小さく、供給余力もないというのが実情です。サントリーやメルシャンなど日本のワイン産業をリードしてきた有力ワイナリーは、みな品質向上と増産を目指してブドウの栽培面積を拡大したり、改植を進めたりしていますが、ブドウが収穫できるまでには数年かかります。日本ワインの生産量は、年に 1 度しか収穫できず、長期間保存することもできないブドウ栽培に決定的に左右されます。穀物を原料とするビールや清酒のように需要に合わせてすぐに増産できるものではありません。

■ 世界レベルと認められた日本ワインサントリー 『登美』

供給量の拡大という面ではまだ時間を要する日本ワインですが、すでに品質面では世界的なレベルと評価されるものが出ています。メジャーなワインコンクールである IWC（インターナショナル・ワイン・チャレンジ）は数年前に「日本ワイン」というカテゴリーを設けました。これまで金賞を受賞したワインはありましたが、そのなかでも卓越する「トロフィー」を受賞したものはありませんでした。今年、『登美 赤 2013』（サントリー）は初めて「トロフィー」を受賞し、日本ワインの品質の高さを証明することになりました。

5月にこの成績を引っ提げて出展した、ワインの国際的なトレードショー「ヴィネクスポ香港」では日本ワインを精力的にアピール、日本独自のブドウ品種である「甲州種」（白ワイン用）と「マスカット・ベリーA 種」（赤ワイン用）のワインは、海外からの来場者の関心を惹いていました。 ■



ヴィネクスポ香港には、サントリー登美の丘ワイナリーが唯一出展して日本ワインを丁寧に紹介した。