
信州ワインバレー構想



平成 25 年 3 月

長野県

目次

第1章 はじめに	3
1. 構想策定の背景と趣旨	3
2. 信州ワインバレー構想	3
3. 目指す姿	4
4. 信州ワインバレー構想の体系・推進体制	5
第2章 長野県におけるワイン産業の現状	6
1. ワイナリーの立地	6
2. ワイン用ぶどうの生産量とワインの醸造量	8
3. ワイン特区（構造改革特別区）	10
4. ワイン用ぶどう及びワインの評価	10
5. ワインの消費	11
第3章 施策の展開	12
1. ワイン産地の形成	12
1-1 新規参入	12
(1) ワイン生産アカデミー（新規参入などを支援する講座）の開設	
(2) 新規就農里親制度の推進	
1-2 ぶどう栽培	13
(1) 栽培技術指導者の育成と指導力向上	
(2) ワイン用ぶどうの栽培に係る試験研究	
(3) 農地の条件整備、集積	
(4) 栽培施設・機械への資金支援	
(5) オーダーメイド型の支援	
1-3 ワイン醸造	14
(1) 醸造技術に関する支援	
(2) 学術研究機関との連携	
(3) 醸造施設・設備への資金支援	
(4) オーダーメイド型の支援	
1-4 地域内連携の推進	15
(1) ワインバレーの形成	
(2) 産業間連携	
1-5 窓口の明確化	17
(1) 窓口の設置と周知	

2. プロモーション	18
2-1 認知度向上	18
(1) 県内でのイベントの開催と支援	
(2) 県外でのイベントの開催と支援	
(3) ホームページの開設	
(4) プロモーションツールの制作	
(5) 大都市圏における発信拠点設置の検討	
2-2 消費拡大	22
(1) 商談会の開催	
(2) 県内取扱店舗の拡大	
(3) ワインをお店に持ち込む仕組み（BYO：Bring Your Own）の検討	
(4) 多様な商品戦略によるファンの獲得	
2-3 観光交流	23
(1) ワインツーリズムの推進	
(2) 宿泊施設における取扱いの促進	
3. 価値の向上	24
3-1 長野県原産地呼称管理制度（NAC：Nagano Appellation Control）	24
(1) 制度の適正な運営	
(2) 消費者への認知度向上	
(3) ワイナリーの参加促進	
3-2 原材料の表記	25
3-3 ワイン文化	25
(1) ワインと食	
(2) ワインと工芸	
(3) 異分野との連携	
3-4 環境との共生	26
(1) 醸造廃棄物の循環活用の検討	
(2) 環境に配慮した栽培の検討	
第4章 構想実現のための体制	27
1. 推進組織	
2. 事業の推進	
第5章 10年後の数値目標	27
1. ワイン産地の形成	
2. プロモーション	
3. 価値の向上	

第1章 はじめに

1. 構想策定の背景と趣旨

長野県は気候や土壌がワイン用ぶどうの栽培に適しているといわれており、日本を代表する良質なワイン生産県として、近年、国内外の専門家・愛好家を中心にその評価は高まりつつあります。産業としては発展過程にあり、今後、さらなる技術力の向上や新たなワイナリーの参入も見込まれることに加え、全国でもワイン市場は拡大の傾向にあることから、長野県のワイン産業は、今後さらに発展していく可能性があります。また、ワイン用ぶどうの生産拡大は、栽培適地である農地の利用促進による農業の活性化からも意義あることと考えられます。

さらに、ワイン産業は裾野が広く、さまざまな産業を有機的に結びつけて地域活性化につながられるほか、日本国内において良質なワイン用ぶどうを栽培できる場所は限られているため、ぶどう畑などの景観も含めて特徴的な観光資源として位置づけられるなど、ワイン振興は、農家やワイナリーだけでなく地域全体の活性化につながると考えられます。

そこで長野県では、ワイン産業の振興に取り組む体制をつくり、有識者らによる「信州ワインブランド化構想研究会」を設置して意見・助言を仰ぐほか、関係者に意見をうかがうなかで、本構想を策定するに至りました。

本構想は、栽培から醸造、販売、消費にわたる振興策を示し、長野県産ワインのブランド化とワイン産業のさらなる発展を推進し、ひいては長野県の発展に寄与することを目的としています。

2. 信州ワインバレー構想

世界のワイン産地は谷地形に広がることから、ナパ・「バレー」、ソノマ・「バレー」（アメリカ）、ハンター・「バレー」（オーストラリア）などと称され、「バレー」＝「谷地」という本来の意味を超え、「ワイン産地」という意味も持ちつつあります。そこで、各地でワイン用ぶどうやワインの生産が盛んな本県を「信州ワインバレー」とし、栽培から醸造、販売、消費にわたる振興策「**信州ワインバレー構想**」を策定するなかで地域の特性に配慮した振興を図っていきます。

また、長野県産ワインのプロモーションにあたっては、「信州ブランド戦略※」に基づき国内で産地をアピールする場合は「信州」を、ワインの呼称は世界を意識して「**NAGANO WINE**」とします。

※信州ブランド戦略…信州ブランドコンセプトの下に、継続的に信州ブランドを磨きあげ、発信していく県民運動

3. 目指す姿

**美しい風土のなかで
高品質なワインと香り高い文化を育む
信州ワインバレー**
—世界が恋する、NAGANO WINE—

日照時間が長く、水はけの良い丘陵地に広がる美しいワイン用ぶどうの畑。遥かに名峰と呼ばれる山々が連なり、鳥の声や水の音が響く風土「信州」に数多くのワイナリーが立地し、独自の技術とこだわりを持つ人々が、土地の味＜テ・ロワール＞を十分に引き出したワインを醸す。

そうしたワインは海外のコンクールでも高い評価を受け、「NAGANO WINE」としてブランドを確立していく。

高い品質を誇るワインとワインにまつわる食や工芸などが一体的に結びつき、ワインを楽しむ文化として人々の暮らしに息づき、その美しい文化に憧れて県内外から多くの人を訪れる。

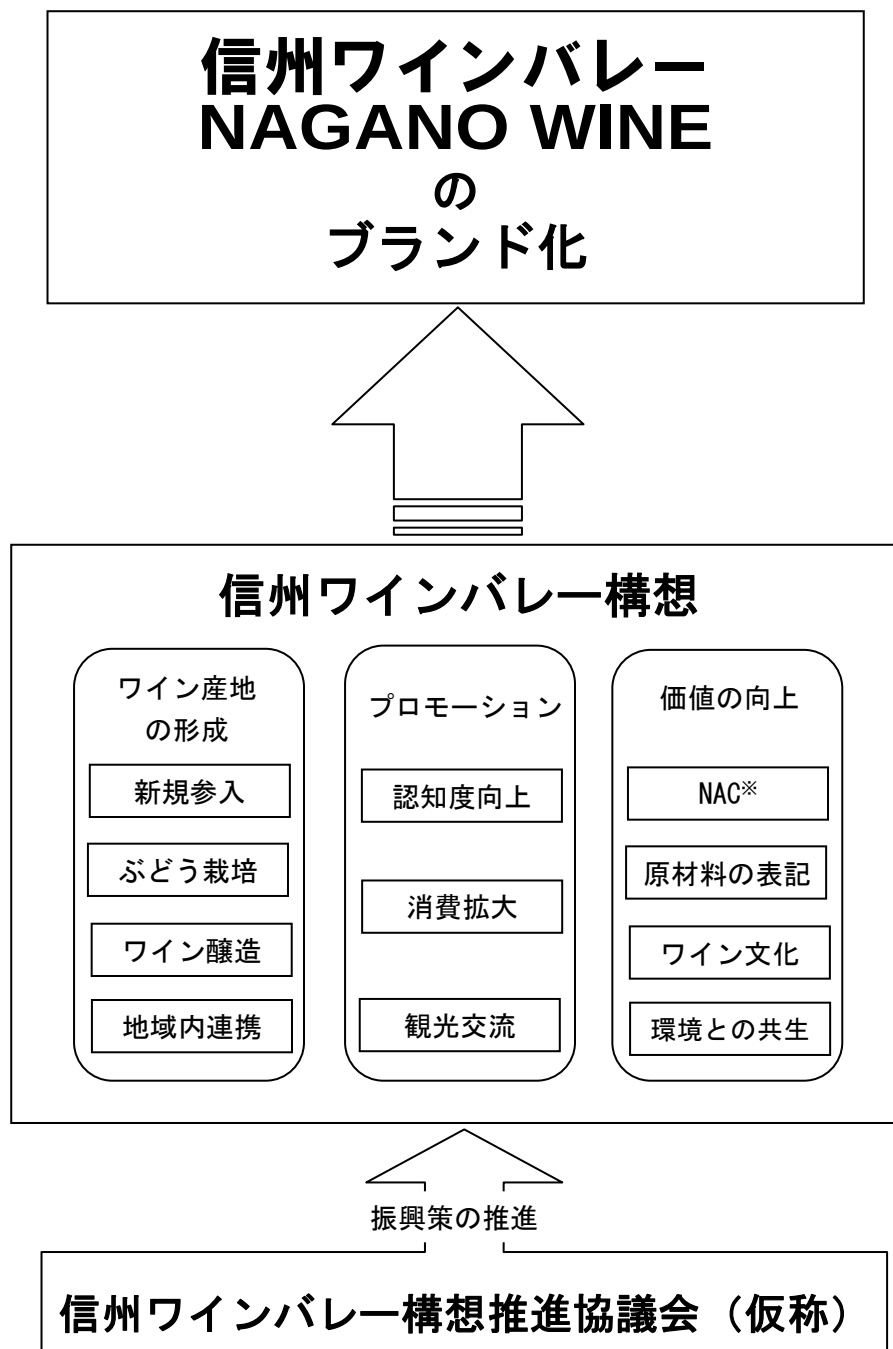
それが、「信州ワインバレー構想」の目指す姿です。

本構想は約 10 年の計画期間を想定し、以下の方向性でブランド化を推進します。

- | | |
|------------|---|
| 生 産 | 長野県産のワイン用ぶどうを使用したワインの醸造を推進する |
| 品 種 | 評価が高い欧州種を中心に増産を図る |
| 品 質 | 大量生産・大量消費ではなく、高品質な NAGANO WINE としてブランド力を高める |
| 地 域 | 地域内のワイナリーや商業施設、観光地などが連携し、特色あふれるワインバレーを形成し、観光と連携して発信していく |
| 消 費 | 県内ではワイン文化の定着を目指して消費拡大に力点を置き、大都市圏ではブランド力の向上と定着を目指して販売促進活動を実施していく |

4. 信州ワインバレー構想の体系・推進体制

信州ワインバレー構想は、以下の体系のもと、ワイン用ぶどうとワインの産地としての「信州ワインバレー」と、「NAGANO WINE」のブランド化を図っていきます。そして、構想の実現のために、産学官協働の「信州ワインバレー構想推進協議会」を設立し、ブランド化の推進を図っていきます。

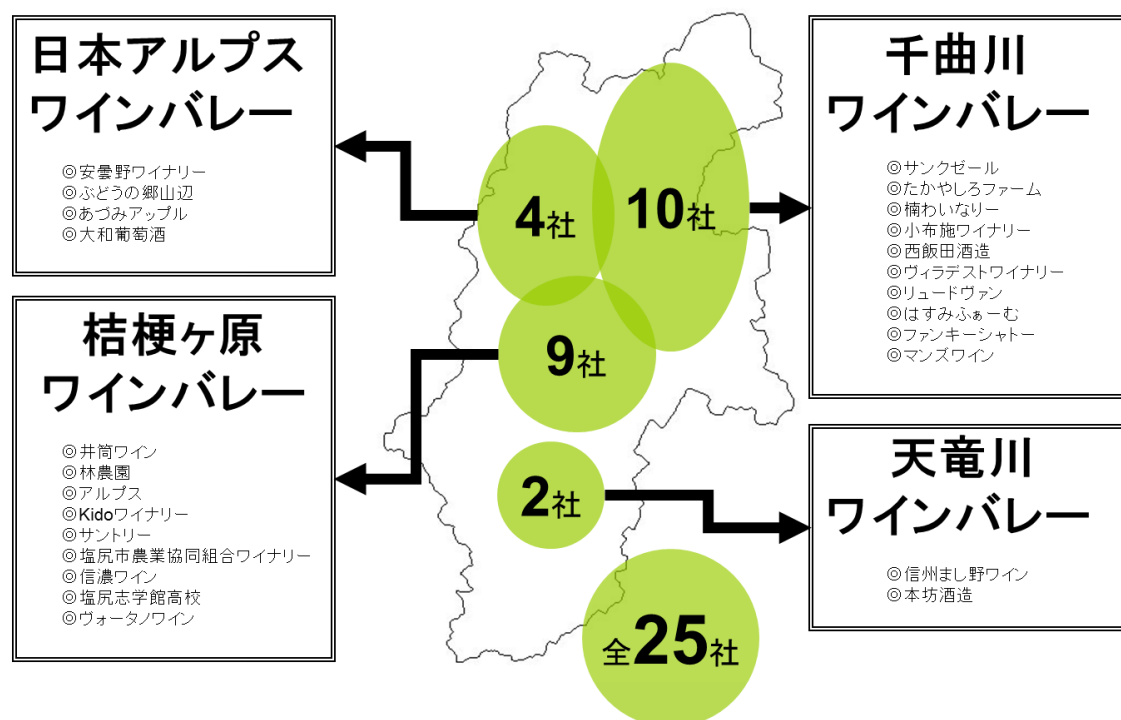


※NAC…長野県原産地呼称管理制度、Nagano Appellation Control の頭文字をとったもの

第2章 長野県におけるワイン産業の現状

1. ワイナリーの立地

長野県には 25 社（平成 25 年 1 月現在）のワイナリーが営業しています（ワイン用ぶどうを使用して果実酒を醸造しているメーカー）。



【桔梗ヶ原ワインバレー】（塩尻市）

全国的に知られた産地である塩尻市桔梗ヶ原。老舗のワイナリーを中心に、新規の小規模ワイナリーも増えつつある地域です。日本のワイン産地の先進地として、ナイアガラ、コンコードを中心に醸造する一方で、寒冷地では栽培が難しいとされていたメルローの栽培研究を重ね、県内に根づかせた先駆けであり、それをもとにメルロー、シャルドネなどの欧州系の品種を植えてきた経緯があります。温暖化により近年特にワイン用ぶどうの生産に適した気候になってきています。

塩尻市内のワイナリーでは、共同でのイベント出店・開催、アンテナショップの出店などを行う動きもあります。なかでも循環バスでワイナリーをめぐる「塩尻ワイナリーフェスタ」には多くの観光客が訪れ、産業としての発展・定着が見られます。

【日本アルプスワインバレー】（松本市、安曇野市、大町市、池田町などの市町村）

松本から安曇野に産地が広がるエリア。長野県内のぶどう栽培の発祥の地といわれる場所を有するなど、古くからぶどう栽培が盛んな地域です。ワイン醸造に関しても当初はナイアガラ、コンコード、デラウェア、巨峰など、生食用のぶどう中心に始ま

りましたが、現在では欧州系の品種にも取り組んでいます。また、現在でも、ジュースやその他の果実酒を製造するところもあります。

現在、ワイナリーが立地しない市町村も、日照時間が長く水はけが良いことからワイン用ぶどうの栽培適地とされるところも多く、各ワイナリーと契約するワイン用ぶどうの畑が点在しています。また、桔梗ヶ原ワインバレーのワイナリーとの連携によるイベントの開催なども行われています。

【千曲川ワインバレー】

(小諸市、東御市、長野市、須坂市、中野市、青木村、小布施町、飯綱町、上田市、坂城町、高山村などの市町村)

降水量が少なく日照時間が長い気候と、水はけが良く土壌の質がワイン用ぶどうの栽培に適しているエリア。近年、個人経営のワイナリーが増加しつつあり、さらなる開業も予定されています。欧州系品種の栽培に適しているといわれており、メルロー、シャルドネのほか、カベルネ・ソービニオン、ピノ・ノワールなどの栽培も増えつつあります。そのなかで中堅のワイナリーでは新規就農里親制度の活用、委託醸造への協力などで新規参入者の支援が進められています。坂城町では、町がワイン用ぶどうの農地を確保し、新規参入を受け入れる動きも出ています。

ワイナリー間で、千曲川ワインバレーとして連携を図る計画を進めているほか、東御市では市内3ワイナリーが連携した「東御ワインフェスタ」が開催されるなど、民間での積極的な連携が図られています。

【天竜川ワインバレー】(宮田村、松川町などの市町村)

中央アルプスと南アルプスの間に天竜川が流れ、川の両側に河岸段丘と扇状地が多く、水はけが良いことから、古くから果物の産地として知られています。

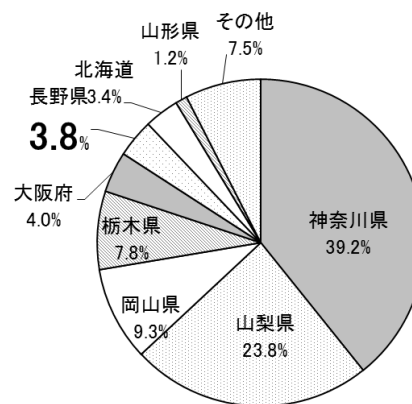
シャルドネ、メルローなどの欧州系のワイン用ぶどうのほか、山ぶどう系のヤマ・ソービニオンや山ぶどうなど、日本の固有品種を用いたワイン、果物を使ったリキュールなど、多彩な商品が造られています。

2. ワイン用ぶどうの生産量とワインの醸造量

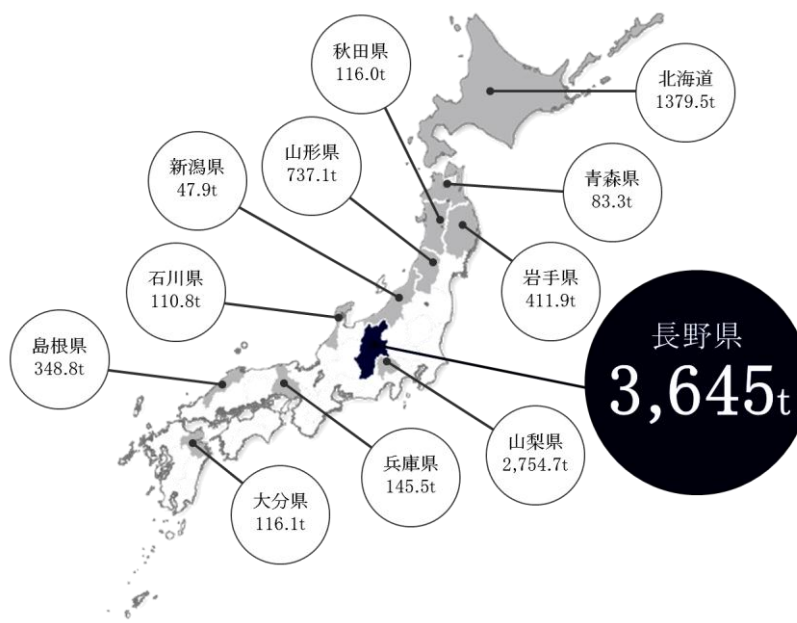
ワインの醸造量は大手ワイナリーが立地する神奈川県、古くからの産地である山梨県が圧倒的に多く、長野県内での醸造量は全国 6 位の 3.8% ですが、上位の県では海外からの輸入ぶどうや果汁を用いていることが多くあります。一方、長野県は、醸造に用いるぶどうの生産量が全国 1 位で、県内のワイナリーでは高い比率で県内産ぶどうを使用し、その土地ならではの個性あるワインを醸造していることがうかがえます。

順位	都道府県	醸造量
1 位	神奈川県	34,676
2 位	山梨県	21,029
3 位	岡山県	8,224
4 位	栃木県	6,849
5 位	大阪府	3,572
6 位	長野県	3,336
7 位	北海道	3,025
8 位	山形県	1,021
その他		6,626
全国計		88,358

ワインの都道府県別醸造量 (kl)
(平成 22 年度課税出荷量：国税庁)



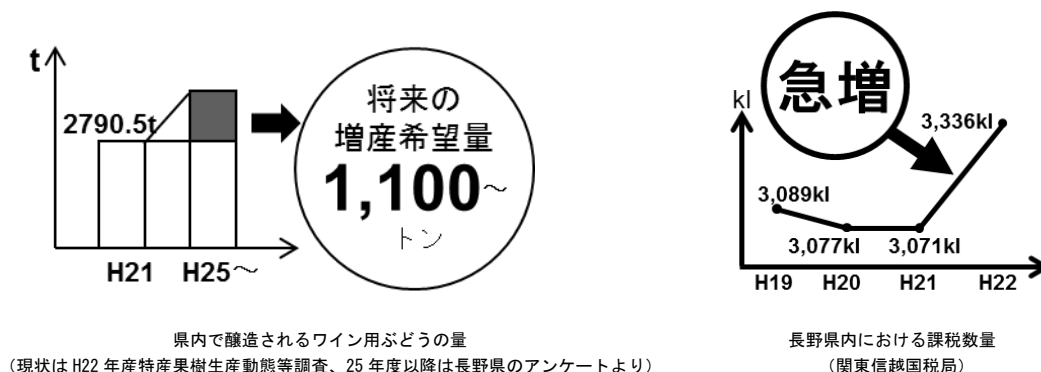
ワインの都道府県別醸造量 (%)
(平成 22 年度課税出荷量：国税庁)



都道府県別の醸造向けぶどうの生産状況
(H22 年度特産果樹生産動態等調査：農林水産省)

しかし、長野県がワイナリーに実施したアンケート結果によると、県産ワイン用ぶどうの増産を希望しており、平成 24 年 5 月時点では、さらに約 1,100 t 以上のワイン用ぶどうが必要であるとされています。

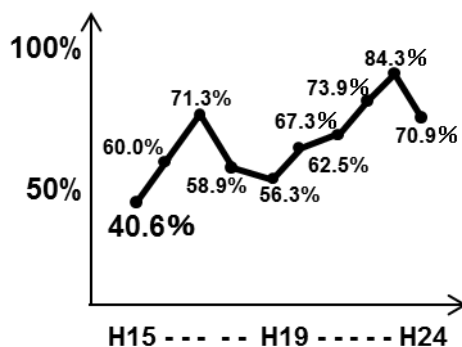
醸造量は平成 22 年に急増しており、ワイン用ぶどうの畑の成熟、小規模ワイナリーの増加などが要因と考えられます。また、近年オープンしたばかりのワイナリーのほか大手ワイナリーでも課税数量は増加傾向にあることから今後も増加していくものと考えられます。



また、長野県では、県産農産物と農産物加工品のブランド化を推進することを目的として、農産物の価値を従来の「大きさ・色・形」などではなく、「栽培方法・生産方法」などに求め「長野県で生産・製造されたもの」を自信と責任を持って消費者にアピールする「長野県原産地呼称管理制度」を平成14年度に創設し、平成15年4月からワインの原産地認定を開始しました。

制度創設により、消費者の信頼感だけでなく生産者の意識も醸成され、ワイン用ぶどうの品質および醸造技術が向上し、創設当初は 46%だった認定率は、平成 24 年には 70.9%にまで上昇しています。

また、この制度により認定されたワインは、国産ワインコンクールでの入賞、都市圏の老舗ホテルのレストランフェアでの採用、雑誌などのワイン特集へのピックアップなど長野県産ワインに注目を集め、評価を高める一助となっています。



長野県原産地呼称管理制度におけるワインの認定率（長野県）

3. ワイン特区（構造改革特別区）

県内の市町村では、経済の活性化のために地域の特性に応じた規制の特例を可能にする「構造改革特区」を検討し、複数の市町村が導入しています。現在、認可されている特区では、酒類製造免許に係る最低製造数量基準（6 キロリットル）が、域内の原料を使う場合、果実酒については2 キロリットル、リキュールについては1 キロリットルにそれぞれ引き下げられ、より小規模な主体も酒類製造免許を受けることが可能になっています。

これにより、新たな地域ブランドの創出や、地域の農業や観光をはじめとした各種産業の活性化につながることを期待されます。

ワイン特区認可済みの市町村

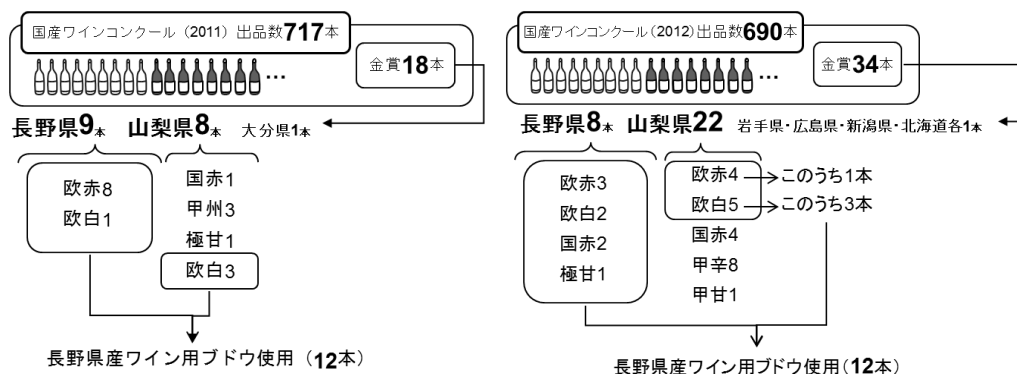
- 東御市：とうみ sun ライズ ワイン・リキュール特区（平成 20 年 11 月認可）
- 高山村：信州・高山ワイン特区（平成 23 年 6 月認可）

4. ワイン用ぶどう及びワインの評価

ソムリエ、酒飯店などの有識者の間では、長野県産のワインやワイン用ぶどうの評価が高まりつつあり、各ワイナリーが出品する国内外のワインコンクールにおいても上位の賞を受賞するなど、確かな実力を持ちつつあります。

山梨県で開催される国産ワインコンクールにおいては、2011 年には金賞 18 本中長野県産ワインは 9 本、2012 年には金賞 34 本中長野県産ワインは 8 本が受賞しており、安定した実力をみせています。

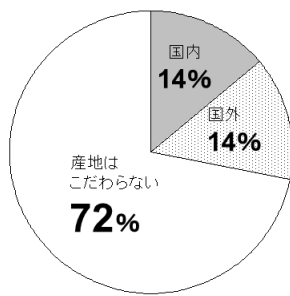
また、上記に加えて、他県で醸造され金賞を受賞したワインのうち、2011 年は 3 本、2012 年は 4 本が、長野県で栽培されたワイン用ぶどうを使用しており、ワイン用ぶどうの品質の高さも評価されています。



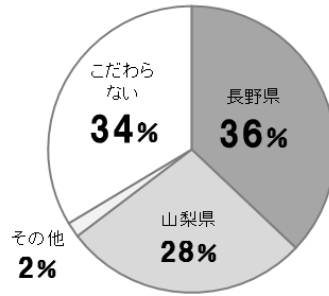
国産ワインコンクールの結果（左 2011 年、右 2012 年）

5. ワインの消費

長野県内 120 人へのアンケートによると、ワインについて、産地にこだわらない人が多いですが、国内産の場合は長野県産を選ぶ人が多く、かつ、今後、長野県産ワインの購入意向は 80%と非常に高いことから、今後さらなる普及につながる可能性があるといえます。

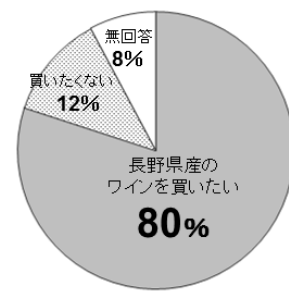


ワイン産地の嗜好（県内）



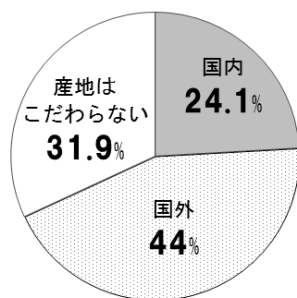
国産ワインで飲みたい産地（県内）

（長野県内 120 人へのアンケートより）

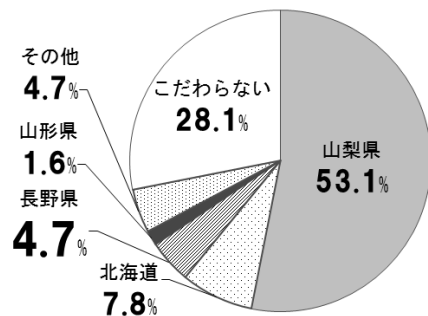


長野県産のワインの購入意向（県内）

また、国税庁の調査によると、全国においては産地にこだわる人が 68%と長野県の 28% に比べて高く、国内のワインを選ぶ割合も 24%と、長野県内に比べると 10%ほど高いことがわかりますが、選ぶ産地は山梨県が 53.1%、次いで北海道が 7.8%、その次に長野県 4.7%と、長野県のワインの認知度はまだかなり低い状況にあります。そのため、プロモーションにより今後、認知度を高めていくことが必要であると考えられます。



ワイン産地の嗜好（全国、国税庁）



国産ワインで飲みたい産地（全国、国税庁）

第3章 施策の展開

長野県と、ワイナリーや酒販店、飲食店、宿泊施設のほかワインに係る民間企業が一体となり、まずは長野県を屈指のワイン産地とする一方で、ワイナリーの経営規模や経営形態のほか地域内にある産業の内容に応じたプロモーション、また、さらなるブランド力の向上に向けた付加価値の醸成などを実施し、ワインを長野県の大きな魅力のひとつに位置づけていきます。

1. ワイン産地の形成

ワイン用ぶどうの栽培農家、ワイナリー、その他の地域産業、公共団体などを含め、地域が一体となって高品質なワインを生み出す「ワインバレー」を形成していきます。

1-1. 新規参入

長野県産ワインをより振興していくためには、地域の雇用や観光などを担うことのできる個性あるワイナリーが増えていくことが必要です。しかし現状では、長野県でワイナリーを開業したいという希望は多くあるものの、育成体制は確立されていません。そのため新規参入希望者を、ワイン用ぶどうの生産からワインの醸造、販売など、ワインに係る総合的な知識を持ち、ワインバレー構想の理念を共有するワイナリー経営者に育てていく体制が求められています。

(1) ワイン生産アカデミー（新規参入などを支援する講座）の開設

ワイナリーの開業には、ワイン用ぶどう栽培のほか、醸造、農地、資金、販路の確保など多くの知識が必要であることから、長野県内でワイナリーを開業しようとする意欲のある新規参入希望者を対象とした講座を開講し、体系的に学べる場を作ります。

○ワイナリー経営に必要な基礎的知識・技術をトータルに学べる講座を開講

(2) 新規就農里親制度の推進

新規就農希望者に対して熟練農業者が、栽培・経営技術の指導や農地確保などの支援をする「新規就農里親制度」を活用し、就農を支援していきます。

○ワイン用ぶどう栽培の里親登録農家を増やし、研修の受入体制を整備

○ワインアカデミー修了者を里親研修などへ誘導し、就農を支援

○新規就農里親制度の充実

1-2. ぶどう栽培

信州の風土を大切にしたい長野県産のワイン用ぶどうによるワインづくりが安定的に行われることが、産地としての評価を高めることにつながります。現状では県内ワイナリーが希望するワイン用ぶどうの量に対し、県内の生産量が不足しているという課題があります。ワイン用ぶどうの栽培を開始してから収穫・醸造されるまでには3～5年の歳月を要することから、ワイン用ぶどうの生産振興は急務です。振興にあたっては、農地の確保や新規就農者への支援を通じて生産量を増やすとともに、より品質の高いワイン用ぶどうの生産や、農家所得の向上に向けた取り組みが求められています。特に近年評価が高まる欧州系品種の栽培を、積極的に推進していきます。

(1) 栽培技術指導者の育成と指導力向上

ワインの品質はワイン用ぶどうの品質によるところが大きく、ぶどう生産は地域の気象条件や栽培環境の影響を大きく受けるため、地域の抱える課題を的確に把握して技術指導に反映させることが重要です。

- ワイン用ぶどう栽培の技術支援を円滑に進めるため、農業改良普及センター、J Aなどの技術者の育成と指導力向上
- 農業改良普及センターを中心に試験場、病害虫防除所などと連携した栽培技術指導、鳥獣害対策などに係る情報提供

(2) ワイン用ぶどうの栽培に係る試験研究

長野県産ワインの品質を向上させるためには、ぶどう栽培を担当する部門とワイン醸造を担当する部門とが密接に連携して試験研究に取り組む必要があります。また、ワインの品質は地域の気象条件や栽培環境の影響を大きく受けるため、地域のワイナリーやぶどう生産者などと連携して試験研究を進めることが重要です。

- 主要品種の生産安定技術の研究
- 病害虫防除技術に関する研究
- 品質・収量など優秀品種の県内における適応性の研究
- 現地と連携した品種の選定

(3) 農地の条件整備、集積

ワイン用ぶどう栽培のためには、栽培適地でのまとまった農地の確保が重要です。また、確保にあたっては、遊休農地を含めた検討が必要です。

- 人・農地プランの策定に合わせ、農地の集積、条件整備を支援する補助事業（事業内容・採択要件など）についての情報提供と事例紹介
- 県、市町村などによる農地の基盤整備に向けた事業計画の策定と実施への支援
（担い手の明確化、担い手への農地の集積を盛り込んだ事業計画の策定）

○市町村農業委員会、長野県農業開発公社、農地利用集積円滑化団体（JA など）などによる農地の確保、集積を支援

（４）栽培施設・機械への資金支援

ワイン用ぶどうの栽培には、ぶどう棚、作業場、スピードスプレーヤ、草刈り機などの施設や機械が必要となります。そのため、補助事業や制度資金を活用した施設・機械の整備への支援を行います。

○補助事業や融資制度を活用した資金支援

（５）オーダーメイド型の支援

地域ごとに、県の窓口や市町村などの関係機関と連携しオーダーメイドの支援を実施します。

○ぶどう生産者やワイナリーからの相談に対して、それぞれの相談内容に応じて関係機関が相互に連携し、解決に向けた支援を実施

1-3. ワイン醸造

県内では、個性豊かで多彩なワインの醸造が行われており、国産ワインコンクールなどで高い評価を得ているワイナリーや独自のワインづくりで熱心なファンを抱えるワイナリーなどブランド力のあるワイナリーが多数存在します。また、優れたワイン用ぶどうを求め、新たに参入するワイナリーも出てきています。

こうしたワイナリーに対して、醸造への支援や研究活動、ワイナリーの経営規模・段階に応じた醸造施設など整備などへの支援を実施することにより、安定した品質のワインづくりが継続されるよう、県工業技術総合センターを窓口として技術相談などに対応します

（１）醸造技術に関する支援

○品質管理などに関する技術相談や、ワインおよびワイン用ぶどうの成分分析の実施

○ワイナリー間で研さんする研究会の充実（有識者の紹介など）

（２）学術研究機関との連携

○学術研究機関との連携による技術向上支援

（３）醸造施設・設備への資金支援

ワイン産地として安定的な生産体制を確立するためには、新規参入事業者の設備整備や既存ワイナリーの事業拡張など経営面に対する支援も必要です。補助事業や制度資金を活用し、ワイナリーの事業展開への支援を行います。

○ 補助事業や融資制度を活用した資金支援

(4) オーダーメイド型の支援

地域ごとに、県の窓口や市町村などの関係機関と連携しオーダーメイド型の支援を実施します。

○ワイナリーからの相談に対して、それぞれの相談内容に応じて関係機関が相互に連携し、個々の事情に応じた支援を実施

1-4. 地域内連携の推進

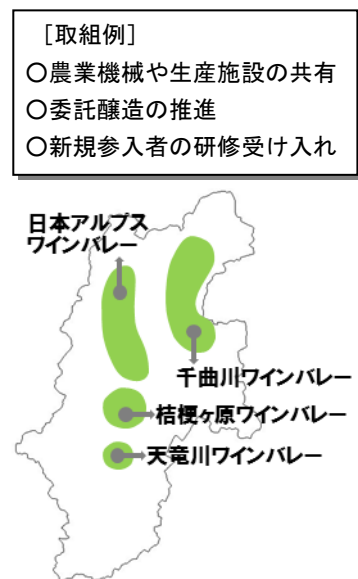
県内の市町村の中には、ワイン特区による規制緩和やほ場整備によるワイン用ぶどうの農園の誘致などにより、新たなワイナリーや農業者の参入を促す動きも出てきています。

こうした新規のワイナリーや農業者と、既存のワイナリー、販売店、飲食店などが有機的に連携することにより、小規模事業者の経営の安定と、個性豊かで魅力的な産地がつくられます。

(1) ワインバレーの形成

ワイナリーの集積地は、各ワイナリーの成熟度や交通の整備状況、地域資源など、それぞれの特長や課題が異なるため、自主組織をつくるなど地域ごとに連携を図り方向性と連携策を見出していく必要があります。

- 連携地域ごとに構築された振興策の発信を支援
- 連携地域の戦略に応じた振興策に対する支援
- ワイナリーをはじめとした地域の企業が取り組む連携推進につながる活動を支援
- ワインバレーをはじめとした地域ごとの特徴を明確化していく
- 各ワイナリーや行政による検討をふまえて地域にあった施策を推進



【桔梗ヶ原ワインバレー】(塩尻市)

現状：全国的に知られた産地である塩尻市桔梗ヶ原。古くからナイアガラ、コンコードなどの在来品種の産地として知られ、近年では長年にわたる研究と温暖化により、欧州系のワイン用ぶどうの増産も図られつつあります。また、各種イベントなどへの参加、実施なども盛んです。

展望：歴史のある在来品種によるワインを個性のひとつとして尊重しつつ、栽培適地とされる欧州系のワイン用ぶどうの増産を行い、塩尻、桔梗ヶ原のブランド力をさらに強化していくことが望まれます。

また、今後、開かれたワイナリーづくりの実践と、周辺施設や漆器をはじめとした伝統工芸などとの連携を図ることにより、観光産業としての発展が期待できる地域です。

【日本アルプスワインバレー】（松本市、安曇野市、大町市、池田町などの市町村）

現状：松本、安曇野に産地が広がるエリア。生食用のぶどうからワイン醸造がはじまり、近年では欧州系のワイン用ぶどうによるワイン醸造も行われつつあります。また、ワイナリーは立地しないもののワイン用ぶどうの栽培適地である市町村も点在します。

展望：歴史のある在来品種によるワインを個性のひとつとして尊重しつつ、栽培適地とされる欧州系のワイン用ぶどうの増産が望めます。

また、レストランやショップを併設するワイナリーが多く、かつ名所、温泉地なども多く点在することから、今後、開かれたワイナリーづくりの実践と、さまざまな施設と連携を図ることにより、観光産業としてさらなる発展が期待できる地域です。

さらに多くの工芸作家が工房を構える地域でもあることから、ワインと工芸のコラボレーションなど、新たな可能性を見出すことが期待されます。

また、ワイン用ぶどうの栽培適地も多いことから、さらなるワイナリーの誘致も望めます。

【千曲川ワインバレー】

（小諸市、東御市、長野市、須坂市、中野市、青木村、小布施町、飯綱町、上田市、坂城町、高山村などの市町村）

現状：降水量が少なく日照時間が長い気候と、水はけが良く土壌の質が、特に欧州系のワイン用ぶどうの栽培に適している地域。近年、個人経営のワイナリーが増加しつつあります。

展望：ワイナリー間での施設や機器などの共有、委託醸造や里親制度による新規参入者の受入れなどを通じて、さらなるワイナリーの開業を促進できる可能性を持っています。

また、電車、バスなどの公共交通機関を利用することで、ワイナリーを結ぶ観光を活性化する可能性も持っています。そのほか、地域内の製造業と連携し必要な機器を開発するなど、ワインを機軸に地域の活性化を図ることも考えられます。

また、東御市、高山村が特区に認定されていますが、域内でのワイン用ぶどうの流通を広げるためには、区域の見直しも考えられます。

【天竜川ワインバレー】（宮田村、松川町などの市町村）

現状：果物の産地として知られる地域であり、山ぶどうとカベルネ・ソービニオンを交雑して生まれたヤマ・ソービニオンや、山ぶどうなど、日本の固有品種を用いたワインが特徴的です。

展望：ワイナリーの誘致、栽培適地のワイン用ぶどうの検討などにより、さらなる産地化を図り、ワインバレーとしての成熟が望めます。

（2）産業間連携

ワイン産業は第1次産業から第3次産業まで幅広い分野と関わりを持っており、それぞれの分野において得られる情報、技術だけでは効果的な連携につながりにくい面があります。国内外におけるワインを機軸とした連携事例を収集し、情報を共有することにより、効果的な取り組みを促進させます。また、民間からの積極的な投資も期待されます。

- 技術的な先進事例の収集、情報共有
- 特区自治体などの国内の先進的な6次産業モデル事例の収集
- 栽培から醸造まで一貫して行う6次産業化にむけた計画づくりを支援
- 県内ワイナリーその他産業との連携の要望や方法について調査を実施
- 県内での苗木生産に向けた検討
- 海外の先進地の研究

1-5. 窓口の明確化

ワイナリー開業にはワイン用ぶどう栽培のほか、醸造、農地、資金、販路の確保など多くの課題があるため、希望者に対して内容ごとに相談できる窓口を長野県に設置します。

（1）窓口の設置と周知

問い合わせについては、大きく農地やワイン用ぶどうの栽培技術に係る「栽培」、ワイン醸造の技術や施設整備に係る「醸造」、それ以外の全体に係る「全般」に分類し、窓口を設置し、各部署連携を図ったうえで対応していきます。

- 「全般」に係る窓口：長野県観光部
例：構想、イベント、情報発信、観光、その他窓口が不明な事項など
- 「栽培」に係る窓口：長野県農政部
例：新規就農、農地のあつ旋・仲介、栽培技術、開園に向けた支援など
- 「醸造」に係る窓口：長野県商工労働部
例：醸造技術、資金支援など
- ホームページや冊子など情報発信ツールで窓口を周知し、活用を促進します。

2. プロモーション

レストラン、自宅、旅先など、さまざまなシチュエーションで信州の食材や工芸とともに NAGANO WINE を楽しめるよう、販路の拡大と的確な情報の発信を行っていきます。

2-1. 認知度向上

水はけの良い土地、日照時間の多さ、降水量の少なさ、昼夜の寒暖差の大きさなどの気候風土の条件、実力のある醸造家の存在などの理由から、長野県のワイン用ぶどうやワインは有識者らから高い評価を受けていますが、一般消費者の認知はまだ低い状況にあり、産地にこだわる人が選ぶ日本のワインの産地としては山梨県、北海道が多くあげられます。ワイン振興を図るうえで、イベント、ホームページ、プロモーションツールなどによる多角的な発信により、まずは長野県産ワインとそのおいしさの理由、ワイナリーやワイン用ぶどうの生産者などについて知ってもらう活動を推進していくことが求められています。

(1) 県内でのイベントの開催と支援

県内におけるワインの消費は少ない状況にありますが、まずは地元での消費の拡大とワイン文化の浸透が重要であることから、県民を対象とした PR イベントの開催・支援を行っていきます。

○ワインにまつわるセミナーなどの開催

○各団体による長野県産ワインの県内普及につながる活動の支援

○NAGANO WINE の日を設けるなどのイベントによる発信の検討

〔開催例 1〕 場 所：信州の風土・文化 が感じられる空間 ワイン：NAC 認定ワイン 対 象：初心者～中級者 内 容：ソムリエなどによ る NAC 認定ワイン についての講習お よび飲み比べなど	〔開催例 2〕 場 所：公園など屋外空間 食 材：ジビエ、信州サー モン、信州黄シャ モ、チーズ、果物、 野菜などの信州 食材を提案 対 象：初心者～愛好家 内 容：ワインピクニック のように昼間か ら気軽に屋外で ワインを楽しむ	〔開催例 3〕 場 所：地域内各所 食 材：各店舗で料理提案 対 象：初心者～愛好家 内 容：店舗が企画を検討 し期間内に各所 でワイン関連の 催しを体験 例) ・シャルドネの会 ・高山村ぶどうの会 ・ソムリエを囲む会 ・期間限定 BYO など
---	---	---

(2) 県外でのイベントの開催と支援

県内中心に消費拡大を図っていくものの、東京、名古屋、大阪の三大都市圏での普及は訴求力が強く重要であることから、大都市圏での PR イベントの開催・支援を行っていきます。

○ワインにまつわるイベントなどの開催

○各団体による大都市圏での普及活動の支援

〔開催例 1〕 場所：高品質を後押しする 感度の高い公共空間 食材：ジビエ、肉・魚、チ ーズ、果物、野菜な どの信州食材を提 案 対象：初心者～愛好家 内容：ワイナリー、食、コ ンシェルジュのブ ース設置、ソムリエ などによる講演会	〔開催例 2〕 場所：百貨店などのショッ ピングスペース 食材：同時出店の信州食材 を提案 対象：初心者～愛好家 内容：観光物産展や物産販 売イベントを活用 して、試飲販売など により品質をアピ ール	〔開催例 3〕 場所：有名シェフのレスト ラン 食材：信州食材を使ったシ ェフの料理 対象：中級者～愛好家 内容：ソムリエを交えたワ イン会。料理とワイ ンの相性の話など を聞きながら食事 を楽しむ
---	---	--

(3) ホームページの開設

1 年ごとに醸造され随時新しい情報が更新されていくワインにとって、その情報を県内のみならず、県外、海外へと広く情報発信していくうえで、即時性・蓄積性・公開性の高いホームページやソーシャルコミュニティは、重要な情報発信ツールですが、総合的に発信しているものではありません。

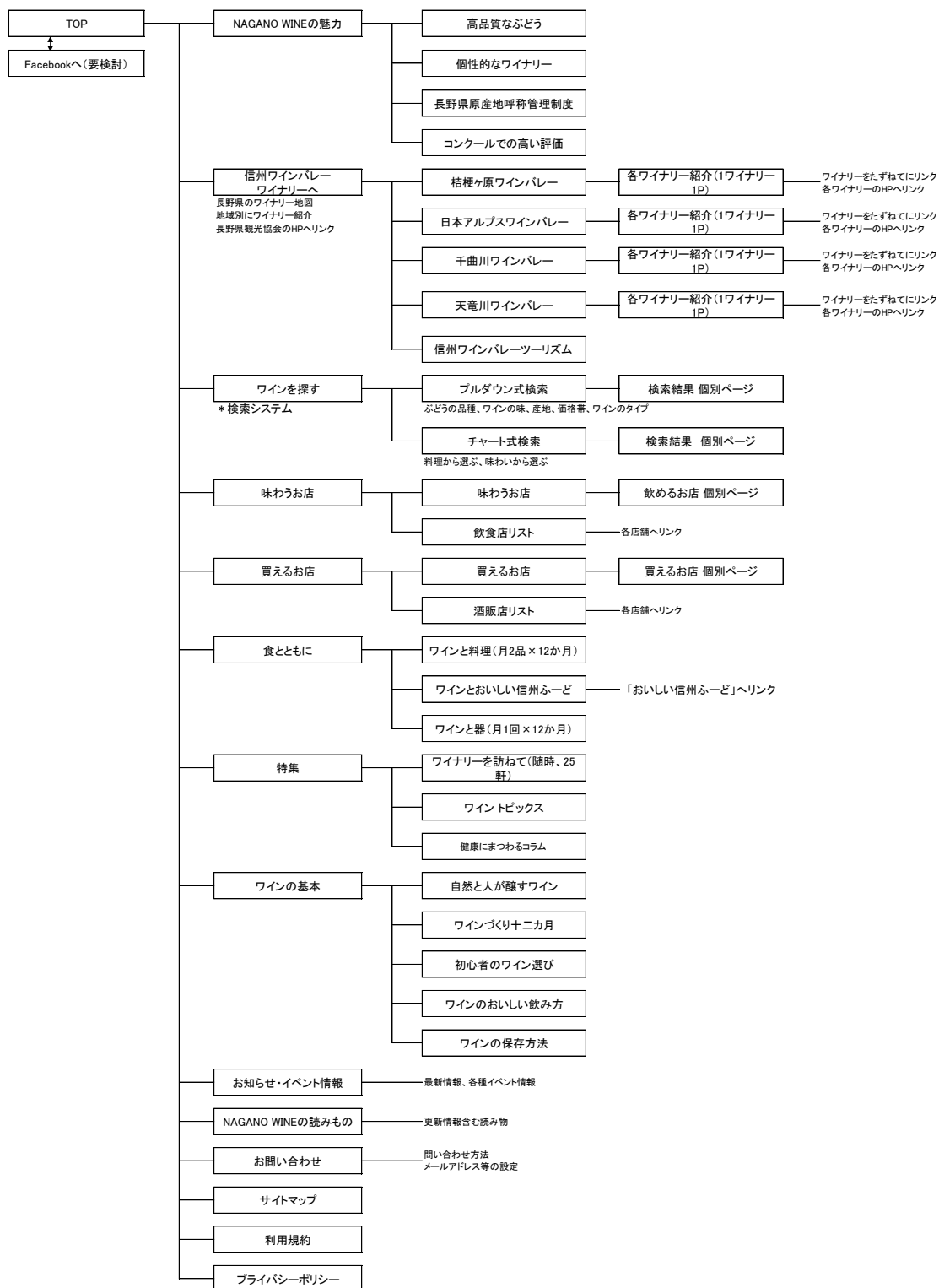
そこで、以下に示すホームページを構築し、情報発信していきます。また、ホームページの構造は次ページの通りです。

○県内外の方々に長野県のワイナリーや NAGANO WINE とその魅力を広く知っていただくためのホームページ

○イベント情報や海外のコンテスト情報など、消費者とワイナリー双方に役立つ情報を随時更新することで、何度でも閲覧したいホームページ

○ワインのみではなく、ワインを切り口に幅広く信州の情報を掲載することで「ワインのある信州」の暮らしそのものを訴求

○ワインに関わるコラムの掲載（旅、健康、工芸）



サイトマップ

(4) プロモーションツールの制作

情報収集と定期的な発信はホームページやソーシャルコミュニティで実施していきますが、そのほかに振興計画の各フェイズに応じたプロモーションツールが必要になってくると想定されることから、次のプロモーションツールの制作を随時検討していきます。

- ホームページへの誘導やイベント時のアイキャッチを目的とした、ポスターやリーフレットの制作
- ワイングラス、ワインオープナー、ワインスタンドなど、信州の工芸技術などを生かして、周知につながるオリジナルワイングッズの制作・販売
- 各ワイナリーやぶどう生産者の取り組みの概要や地図、品質の高さなどを伝える冊子の制作

(5) 大都市圏における発信拠点設置の検討

大都市圏での発信は「信州ブランド戦略」で検討されている東京都内における総合的な発信拠点において、より効果的に行っていきます。

そこでは、単なる陳列ではなく、次の点に留意した販売戦略を検討していきます。

- ポスター・リーフレット・映像の活用、イベント時のワイナリーや専門家の配置などにより、ワイナリーやワインの背景にある物語が伝わる展示方法を検討
- 秋の新酒、真夏のスパークリングなど、時節に配慮した定期的なイベントの開催および商品の入れ替え
- 訪れたお客様にワイナリーやワインの物語を伝えることができる常任スタッフ育成
- 他の商品や地域と連携するなかで、ワインを切り口に信州への来訪につなげる仕掛けづくり

(6) メディアへのPR

テレビ、新聞のほか、ワインの専門誌、旅行雑誌、食の情報誌など、メディアで広く発信することにより、多くの人の興味関心をひきつけられるよう、情報提供などを行っていきます。

- 定期的な情報発信を通じたパブリシティの依頼
- タイアップによる記事掲載の検討

2-2. 消費拡大

長野県産ワインは、十分流通しているとはいえない状況にあります。今後、広く普及していくためには、多くの酒販店・飲食店・宿泊施設に置かれることにより、一般消費者の認知度を向上させ、消費拡大を図っていくことが求められています。

(1) 商談会の開催

ワイナリーにとって、買い手（バイヤー）に対して自社のワインの魅力を PR することは重要ですが、特に小規模ワイナリーは営業力に限界があるため、販路拡大が進んでいません。そのため、各種商談会やマッチング支援を通じて、バイヤーにとって魅力的な場を提供します。

- 県内各地や首都圏をはじめとする大都市圏において、小売業・卸売業・宿泊施設・外食産業などとの情報交換および商談会の実施
- 売り手と買い手とのマッチング支援
- 商談会や販売促進イベントなどにおける、ワイン用ぶどうの生産者や技術者も参加しての PR を実施することを推進

(2) 県内取扱店舗の拡大

県内の酒販店・飲食店などで長野県産ワインの取扱店舗は少なく、ワイン産地としてのイメージの打ち出しが弱い状況にあります。

まず地元からワインを振興する気運を高めるために、県内の取扱店舗を増やしていきます。

- 県内の取扱店舗を調査し、ホームページで発信
- 発信している情報を随時更新できるよう、取扱店舗との連絡体制を整備
- 取扱店舗の増加に向けた個店への営業活動、商談会などを推進
- 正しい情報および商品を発信していくための勉強会の開催
- 各団体が実施する商談会やイベントなど、ワインの取り扱いの推進につながる活動を支援
- 長野県原産地呼称管理制度認定ワインについて、レストランフェアへの提案などによる販売促進

(3) ワインをお店に持ち込む仕組み（BYO：Bring Your Own）の検討

長野県産ワインは高価格のものが多く、在庫を持って販売することが難しく、取り扱いがある場合でも小売価格の 2～3 倍となり、販売しにくい側面があります。

そこで、気軽にワインを楽しむ機

BYO とは

Bring Your Own の頭文字をとったもので、飲食店などに所有のワインを持ち込むシステムを指します。通常、グラスチャージなどの持ち込み料を店舗に支払います。多様な種類を揃えづらい飲食店、お気に入りのワインを飲みたい消費者など、双方にとって優れた仕組みです。

会を増やすために、飲食店・宿泊施設に消費者がワインを持ち込む仕組み（BYO:Bring Your Own）の導入を検討していきます。

- 県内外における BYO の先進事例を調査し、長野県が推進する BYO の仕組みを検討し、導入を推進

（４）多様な商品戦略によるファンの獲得

消費の多様化にともない、ワインを提供するパッケージなどについても、消費の拡大につながり、かつ環境との共生に貢献できるよう、多様なニーズに応えていくことが求められています。

- ペットボトルや紙パックなど、取り扱いや処分が容易で再生可能なパッケージの導入の研究
- 小ボトル導入の検討によるニーズに沿った商品の提供
- コルクに替わるスクリューキャップ導入の可能性の検討
- 瓶の再利用などの可能性がある通い瓶による量り売りの検討
- 品質は維持しながら低コストで製造できる商品の検討

2-3. 観光交流

ワイン産業は現地を訪れ、地域の景観とともに楽しむ旅に結びつくなど、旅行の素材としての可能性を持つ産業です。長野県の観光にとって、新たな客層の獲得も含め、多くの人に長野県を訪れていただくためにも、ワインを機軸にした新しい観光交流の形を提案していきます。

（１）ワインツーリズムの推進

ワイナリーの規模などに応じて旅行の受入れ状況は異なっていますが、今後、近隣ワイナリーや地域内のその他の施設と連携することで、より地域に根付いた観光の形を提案できる可能性をもっています。

- ワイナリー側の旅行プラン受け入れの推進
- ワイナリーをはじめ地域の施設の受け入れ態勢を調査し、「日帰り」「1泊2日」「2泊3日」など、タイプに応じた旅行プランを作成
- 「福岡」「東京」「大阪」「名古屋」などで開催する「長野県旅行商品商談会」における旅行プランの提案
- 旅行エージェント、メディアを招へいして現地視察を実施し、具体的な旅行商品への展開、雑誌での掲載を誘導

（２）宿泊施設における取扱の促進

旅先で地元の食やお酒が楽しめることは、旅行の満足度を向上させる大きな要素であることから、宿泊施設において長野県産ワインの取扱を促進していきます。

- 宿泊施設での取り扱いを促進する商談会の開催
- 正しい情報および商品を発信していくための勉強会の開催
- ワイン付きの宿泊プランの造成

3. 価値の向上

ワインの高い品質を守るとともに、文化や環境と共生する特色あふれる産地形成により、長野県産のワインやワイナリーの付加価値を高め、誰もが憧れを抱くブランドを確立していきます。

3-1. 長野県原産地呼称管理制度（NAC：Nagano Appellation Control）

長野県原産地呼称管理制度におけるワインの認定数は増加していますが、一般消費者の認知度はまだ低い状況にあるため、一般消費者に向けた制度そのものの認知度の向上に加え、買える店・飲める店の増加など販売促進を図る必要があります。

また、参加していないワイナリーへの参加促進や制度PR方法の見直しなどにより、制度のブランド力を確立していくことが求められます。

（1）制度の適正な運営

- 審査を引き続き公開で行うとともに、適正な審査基準の維持確保
- 外部委員の後継者を確保し、永続的な審査体制を確保

（2）消費者への認知度向上

- 制度で認められたワインの「おいしさ」、「品質の信頼性」についてホームページなどにより県内外に情報を発信
- 本構想と連携したPRによる認知度向上
- 「おいしい信州ふーど（風土）」の「プレミアム」の代表格としてPRによる認知度の向上
- レストランフェアへの提案や宴席での乾杯酒利用、県内主要駅などへのPRキャラバン隊派遣のほか、各種イベントなどでのPR

（3）ワイナリーの参加促進

- 新規ワイナリーへの制度の周知・啓発
- 認定による付加価値向上など制度参加による波及効果のPR

3-2. 原材料の表記

長野県で栽培される欧州系品種をはじめとしたワイン用ぶどうは、他県のワイナリーが買い求めて、その使用をラベルにうたっていることから明らかなように、長野県産のワイン用ぶどうを使うことはステイタスであり、ワインのブランド力を支える大きな要因のひとつとなっています。そこで、長野県産のワイン用ぶどうを積極的に使用しPRしていくことを推進します。

○ワイナリーに対して長野県産のワイン用ぶどうの使用推進

○県内外のワイナリーに対して、長野県産のワイン用ぶどうを使用している場合、品種と産地の表記を促進

（「長野県産」「〇〇市産」など、表記の方法は各ワイナリーの任意）

3-3. ワイン文化

ワイン産業は、食や工芸との連携の可能性が考えられる産業です。

県内の多様な分野にわたってワインを切り口とした取り組みを実施していくことにより、さまざまな側面からワインが暮らしに浸透し、文化として根づいていくよう取り組んでいくほか、ワインをはじめとした各種分野の振興を図っていきます。

(1) ワインと食

信州の食材には、農産物のほかチーズ、ジビエなど、ワインと合う食材が多くあります。ワインと料理との組み合わせ方を提案することで、ワインの楽しみ方の幅を広げ、地産地消を推進していきます。

○「おいしい信州ふード（風土）」との連携

○ワインの種類別に、取り合わせのよい食材およびその調理方法を、ホームページなどで発信

○各ワイナリーのワインと合う料理の情報を整備し、ホームページなどで発信

(2) ワインと工芸

グラスや器などのワイン関連の商品と県内工芸作家とのコラボレーションなど、ワインを機軸にさまざまな切り口でワインの楽しみ方を提案することにより、ワインの間口を広げ、多様な人に楽しんでいただく機会を創出していきます。

○ワインと合う長野県内の工芸の情報を整備し、ホームページなどで発信

○工芸品などワイナリーが共通で利用できる関連オリジナル商品の開発を検討

(3) 異分野との連携

海外ではワインとアートがコラボレートしたイベントや、ワインと花、ワインと音楽など、ワインを異なる側面から楽しむ取り組みも行われています。食や工芸に

とどまらず、連携できる分野を広げていきます。

○組み合わせの可能性の検討

○ホームページでの発信

3-4. 環境との共生

さまざまな角度から環境保全に取り組んでいく必要がある今、ワインづくりにおいても環境に配慮した取り組みの推進が求められています。

(1) 醸造廃棄物の循環活用の検討

醸造廃棄物の循環活用の取り組みは、長野県産ワインのイメージアップを図る上でも重要です。

○グラッパなど、資源を最大限活用する技術の推進

○ワインの醸造過程で排出される搾りかすについては、堆肥化してぶどう園などへ施用する取り組みを検討

(2) 環境に配慮した栽培の検討

化学合成農薬や化学肥料を使用しない栽培によるワインへのニーズはあるものの、現時点ではこうした栽培法により安定的に生産する技術が確立されていません。

○減農薬や減化学肥料栽培など環境に配慮した栽培の可能性などについて検討

第4章 構想実現のための体制

1. 推進組織

構想を実現していくため、産学官協働の「信州ワインバレー構想推進協議会（仮称）」を設立します。

- 推進手法の協議
- 進捗状況の管理
- 情報の共有

2. 事業の推進

事業を推進するため、県、市町村、関係団体、民間事業者が必要な協力と経費負担を行うこととします。

- 担い手育成などへの農家、ワイナリーの協力
- HP 運営に必要な経費へのワイナリー・店舗などの広告協賛
- プロモーションなどに必要な経費の適切な分担

第5章 10年後の数値目標

1. ワイン産地の形成

- | | |
|-----------------|-------------------------------|
| ○ワイン用ぶどうの栽培面積 | 100ha 増 (H23 年産 170ha) |
| ○ワイナリー開設を目指す参入者 | 15 人確保 (H23 年度 0 人) |

2. プロモーション

- | | |
|------------------------|------------------------------------|
| ○長野県内でのワイン購入量（成人一人当たり） | 5.2 リットルに (H22 年度 2.7 リットル) |
| ○ワイン関連の観光客の入り込み数 | 20%増加 |

3. 価値の向上

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| ○NAC 認定ワインを持つワイナリー | 70%に (H24 年 7 月 65%) |
|--------------------|-----------------------------|