
信州ワインバレー構想 2.0



令和5年3月

信州ワインバレー構想推進協議会
長野県

目次

| | |
|-------------------------------|----|
| はじめに | 1 |
| 第1章 信州ワインバレーの現状 | 2 |
| 1 ワインバレーとワイナリーの立地 | 2 |
| 2 ワイン用ぶどう生産量とワイン醸造量 | 5 |
| 3 ワイン特区（構造改革特区） | 7 |
| 4 ワイン用ぶどう及びワインの評価 | 8 |
| 5 ワインの消費、ブランディング、ワイン・ツーリズム | 10 |
| 第2章 本構想の目指す姿 | 12 |
| 1 本構想の位置づけ | 12 |
| 2 信州ワインバレー構想 2.0 | 12 |
| 3 目指す姿 | 13 |
| 第3章 構想の推進体制及び進行管理 | 14 |
| 1 構想の体系と推進体制 | 14 |
| 2 10年後の目標（KPI） | 16 |
| 3 構想実現のロードマップとマイルストーン | 16 |
| 第4章 構想実現のためのアクションプラン | 17 |
| 第1節 ワイン産地の形成と確立 | 17 |
| 1 産地力の強化 | 17 |
| 1-1 新規参入支援 | 17 |
| (1) 新規参入希望者への支援 | 17 |
| (2) ワイン用ぶどう栽培への参入支援 | 17 |
| (3) ワイナリー開業に向けた支援 | 17 |
| 1-2 ぶどう栽培 | 18 |
| (1) 栽培技術指導者の育成と指導力向上 | 18 |
| (2) ワイン用ぶどう栽培に係る試験研究・情報の共有と活用 | 18 |
| (3) 農地の条件整備・集積 | 19 |
| (4) 栽培設備・機械への資金支援 | 19 |
| 1-3 ワイン醸造 | 19 |
| (1) 醸造技術に関する支援 | 19 |
| (2) 栽培部門及び学術研究機関等と連携した研究の推進 | 20 |
| (3) ワイン醸造家の連携 | 20 |
| (4) 醸造施設・設備等整備への資金支援 | 20 |
| 1-4 ワイナリー経営 | 20 |
| 1-5 ワイン産業の事業継承 | 21 |
| 1-6 生産者連携の推進と支援体制 | 21 |
| 1-7 ワイン産業とアップサイクル | 21 |
| 1-8 参入・栽培・醸造に関する相談窓口 | 21 |

| | |
|---------------------------------|----|
| 2 地理的表示（G I）による産地の確立 | 22 |
| 2-1 長野県原産地呼称管理制度とG I長野 | 22 |
| (1) 長野県原産地呼称管理制度からG I長野へ | 22 |
| (2) G I長野とその役割 | 22 |
| 2-2 G I長野とあるべき姿 | 22 |
| 第2節 ワイン文化の醸成 | 23 |
| 1 認知度向上とファンづくり | 23 |
| 1-1 県内でのイベントの開催 | 23 |
| 1-2 県外でのイベントの開催 | 23 |
| 1-3 効果的で多様なウェブプロモーションの展開 | 24 |
| 1-4 プロモーションツールによるブランドの展開 | 24 |
| 1-5 県外拠点等の活用 | 24 |
| 1-6 メディアを通じた発信 | 25 |
| 2 プロモーションと消費の拡大 | 25 |
| 2-1 取扱店の増加に向けた取組 | 25 |
| (1) 商談会の開催 | 25 |
| (2) 酒販店・飲食店・宿泊施設の店づくり | 26 |
| 2-2 B to C プロモーションによる需要の掘り起こし | 26 |
| 2-3 B Y O の検討 | 26 |
| 2-4 多様な商品戦略によるファンの獲得 | 27 |
| 3 他分野との連携によるプロモーションの展開 | 27 |
| (1) ワインと食 | 27 |
| (2) ワインと工芸 | 27 |
| (3) 芸術やレジャー等との連携 | 28 |
| 第3節 ワインをテーマにした観光地域づくりの推進 | 28 |
| 1 観光地域づくりの基盤の確立 | 28 |
| 2 「ワインゴーランド」と酒類ツーリズムの展開 | 29 |
| 3 地域交通と二次交通 | 29 |
| 第4節 地域ワインバレーの活性化 | 30 |
| 1 ワインバレーの「伝え手（インタープリター）」の育成 | 30 |
| 2 産業の枠を超えたネットワークの形成 | 30 |
| 3 地域を跨いだネットワークの形成 | 30 |
| 附録 | 31 |
| 参考資料 | 31 |
| 事項ごとの相談窓口 | 45 |
| 用語集 | 48 |

はじめに

長野県は、気候や土壌がワイン用ぶどうの栽培に適しており、日本を代表する良質なワイン生産地として、国内外の専門家・愛好家からの評価が高まってきました。

ワイン産業としては今なお発展が続いており、「世界が恋する、NAGANO WINE」を目指す姿に据えた「信州ワインバレー構想」（以下、「前構想」という。）を策定した平成 25 年（2013 年）3 月からの 10 年間で、ワイナリー数は 3 倍近くに増加、ワイナリーの開設を目指すワイン用ぶどう栽培者も依然増加し続けています。

急速な参入者の増加は遊休農地や耕作放棄地の活用にもつながる一方で、栽培適地や生産者の需要に応じたクローン苗木等の多様な苗木の供給のひっ迫、将来世代へのワイン産業の承継など、今後の課題も浮き彫りとなってきました。

県内のワイン産業は、ワイナリーの集積が進み、多様なワインが生産される中で、地域内の飲食業・観光事業者等との有機的な連携が萌芽し、経済的な波及効果を広げつつあります。さらに、各種メディアや観光プロモーション等においても「ワインバレー」が取り上げられるなど、各方面からの注目はますます高まっています。

令和 2 年（2020 年）には、現状を踏まえた目標の修正や観光に関する取組を大きく取り上げた「信州ワインバレー構想グレードアップ版 2020」（以下、「GU版」という。）を策定、取組の深化を図ってきました。

そして、「前構想」の策定から 10 年間という計画期間が満了する令和 5 年（2023 年）、信州ワインバレー構想推進協議会では、次の 10 年間の長野県内のワイン産業の振興の方向性を記す新たな「信州ワインバレー構想」として「信州ワインバレー構想 2.0」（以下、「本構想」という。）を策定することとしました。

「本構想」は、「前構想」及び「GU版」で培ってきた「信州ワインバレー」と「NAGANO WINE」の価値の向上を図ることを目的とし、「ワイン産地の形成と確立」、「ワイン文化の醸成」、「ワインをテーマにした観光地域づくりの推進」、「地域ワインバレーの活性化」を推進します。

第1章 信州ワインバレーの現状

「前構想」では、ワインの主要な産地として、「桔梗ヶ原ワインバレー」、「日本アルプスワインバレー」、「千曲川ワインバレー」、「天竜川ワインバレー」の4つのバレーを置き、ワイン産業の振興を図ってきました。

本章では、10年間の変化を総括します。

1 ワインバレーとワイナリーの立地

「前構想」が策定された平成25年（2013年）3月時点で県内には25場のワイナリーがワインを醸造していました。「前構想」では、ワイン産業への参入者の増加を期待し、「ワイナリー開設を目指す」を15名確保することを目標としましたが、当初の予想を遥かに上回る速さで参入が進み、平成31年（2019年）3月の時点で47場、「GU版」を策定した令和2年（2020年）12月時点で62場と増加し、令和5年（2023年）1月時点で71場のワイナリーが営業しています。

「前構想」では、ワイン産業の集積地として、桔梗ヶ原、日本アルプス、千曲川、天竜川の4つのワインバレーを形成してきましたが、近年、ワインバレーとしての名称を設定しなかった地域でもワイン産業は着実に活発化しています。

【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。桔梗ヶ原等の老舗のワイナリーを中心に、新たな小規模ワイナリーも増えつつあります。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、寒冷地での栽培が難しいとされていた「メルロー」の栽培研究を重ね、県内に根付かせた先駆けであり、それをもとに「メルロー」、「シャルドネ」といった欧州系の品種を栽培してきた経緯があります。

塩尻市内のワイナリーでは、共同でのイベント出展・開催が行われ、中でも、「塩尻ワイナリーフェスタ」は、多くのファンを持つ、県内屈指のワインイベントです。また、平成26年には塩尻市が「塩尻ワイン大学」を開講、ワイナリーや塩尻ワインの振興を図る人材の育成を図っています。更に、同年には構造改革特区である「桔梗ヶ原ワインバレー特区」の認定を受けるなど、小規模ワイナリー設立の環境が整い、新規参入者が相次ぎました。その結果、桔梗ヶ原地区に加え、洗馬、岩垂原、小野、柿沢、片丘等、市内の他地区においてもワイン用ぶどうの生産が盛んになっています。

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

松本、安曇野、大町にかけて産地が広がるエリア。長野県内のぶどう栽培発祥の地を有するなど、古くからぶどう栽培が盛んな地域です。ワイン醸造についても、かつては「ナイアガラ」、「コンコード」、「デラウェア」、「巨峰」といった生食用ぶどう中心に始まり、現在では、欧州系ワイン用品種の栽培も盛んに行われています。

この地域は、日照時間が長く水はけがよいことからワイン用ぶどうの栽培適地とされることが多く、各ワイナリーと契約するワイン用ぶどう畑があるほか、農業農村整備事業による大規模なワイン用ぶどう畑の造成が行われ、新規参入者も増加するなど、様々なワイン用ぶどう栽培者がぶどう栽培に取り組んでいます。また、平成26年（2014年）に山形村が「信州山形ワイン特区」の認定を受けたことを皮切りに、平成30年（2018年）には安曇野市、大町市、池田町が共同で「北アル

プス・安曇野ワインバレー特区」を、令和元年（2019年）には松本市、山形村、朝日村が、山形村の特区を継承する形で「信州松本平ワイン・シードル特区」の認定を受けるなど、小規模ワイナリー設立への機運が高まり、特区を活用したワイナリーが次々と誕生しています。

【千曲川ワインバレー】（佐久市、小諸市、東御市、上田市、千曲市、長野市、須坂市、中野市、立科町、青木村、長和町、坂城町、小布施町、高山村、飯綱町、野沢温泉村などの市町村）

降水量が少なく日照時間が長い気候と、水はけのよい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、個人経営等の小規模ワイナリーが急増しており、多種多様なワインが造られています。この地域では、欧州系品種の栽培が盛んで、「メルロー」や「シャルドネ」、「カベルネ・ソーヴィニオン」のほか、「ソーヴィニオン・ブラン」や「ピノ・ノワール」など多様な欧州系品種の栽培が増加しています。また、農業次世代人材投資事業、里親ワイナリー研修制度による新規参入者への支援に加え、平成27年（2015年）からは、民間企業がワイン産業への参入者向け総合的な講座を開講、多数の修了生がワイン産業に参入しています。

平成20年（2008年）に東御市が県内で初となる「とうみ sun ライズワイン・リキュール特区」の認定を受けると、以後、平成23年（2011年）には高山村が「信州高山ワイン特区」を、平成25年（2013年）に坂城町、平成26年（2014年）に上田市、平成27年（2015年）に小諸市と、特区の認定が相次ぎました。さらに、平成27年（2015年）には、上田市、東御市、小諸市、千曲市、立科町、青木村、長和町、坂城町の8市町村が共同で県内初の広域特区となる「千曲川ワインバレー（東地区）特区」に認定されました。その後も、平成30年（2018年）には飯綱町が「飯綱ワイン・シードル特区」、令和2年（2020年）には、野沢温泉村が「野沢温泉ハウスワイン特区」として認定を受けました。令和3年（2021年）には佐久市が「千曲川ワインバレー（東地区）特区」に加入、令和5年（2023年）には長野市が「長野市ワイン・シードル特区」の認定を受けるなど、特区の活用は広がりを見せています。「千曲川ワインバレー（東地区）特区」構成市町村では「千曲川ワインバレー特区協議会」を立ち上げ、共同のイベントを実施するなど、バレー内での連携が強化されつつあります。また、バレー内のワイナリーが世界的なワイナリーコンクールで3年連続（令和2～4年）ベスト100に選出されるなど、世界的に注目を集めています。

【天竜川ワインバレー】（伊那市、飯田市、中川村、宮田村、松川町、下條村などの市町村）

中央アルプスと南アルプスの間を流れる天竜川により形成された河岸段丘と支流河川の扇状地は水はけがよく、古くから果物の産地として知られており、「シャルドネ」、「メルロー」といった欧州系のワイン用ぶどうのほか、山ぶどう系交雑品種の「ヤマソービニオン」や山ぶどうといった日本固有の品種を用いたワインやりんごを使ったシードルなど、多彩な商品が造られています。

ワインやシードルを振興するため、この地域でも構造改革特区の認定が相次いでおり、平成28年（2016年）に松川町が「南信州松川町りんごワイン・シードル特区」、下條村が「下條村果実酒特区」を、平成29年（2017年）に飯田市が「南信州飯田果実酒特区」、平成30年（2018年）には伊那市が「信州伊那ワイン・シードル特区」、令和2年（2020年）には中川村が「中川村ワイン特区」の認定を受けるなど、多くの特区が生まれ、小規模なワイナリーやサイダリーが増えつつあります。

～新たな産地の形成～

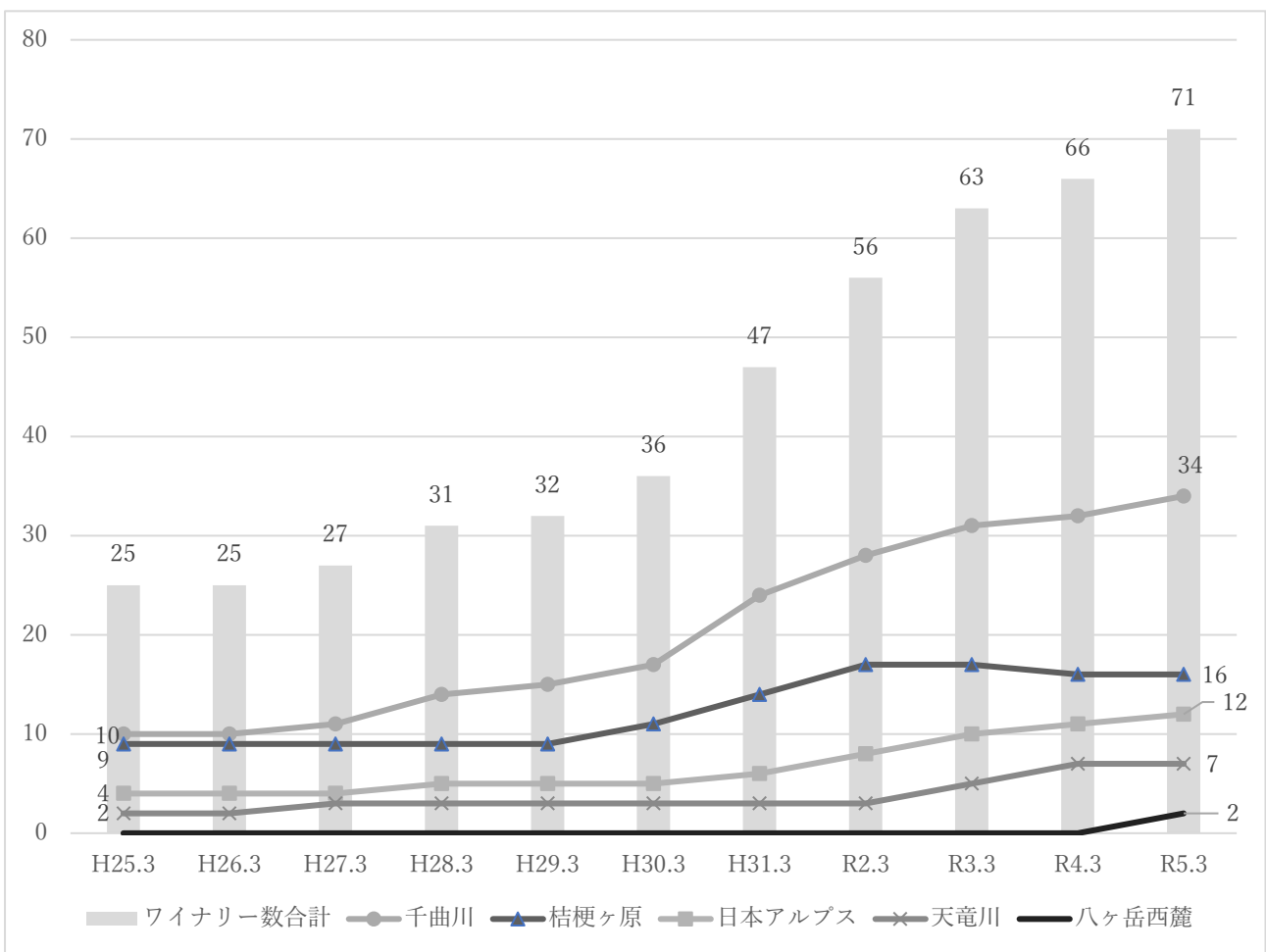
【八ヶ岳西麓地区】（茅野市、富士見町、原村などの市町村）

県内でも最も標高の高いワイン用ぶどうの栽培地域として新たに形成されつつある産地です。

非常に冷涼な地域であったことから、数年前まではワイン用ぶどう全般の栽培が困難な地域でしたが、温暖化の影響もあり、「ピノ・ノワール」や「ピノ・グリ」といった冷涼な気候に合った品種の産地となりつつあり、今後、更に注目が集まる可能性があります。

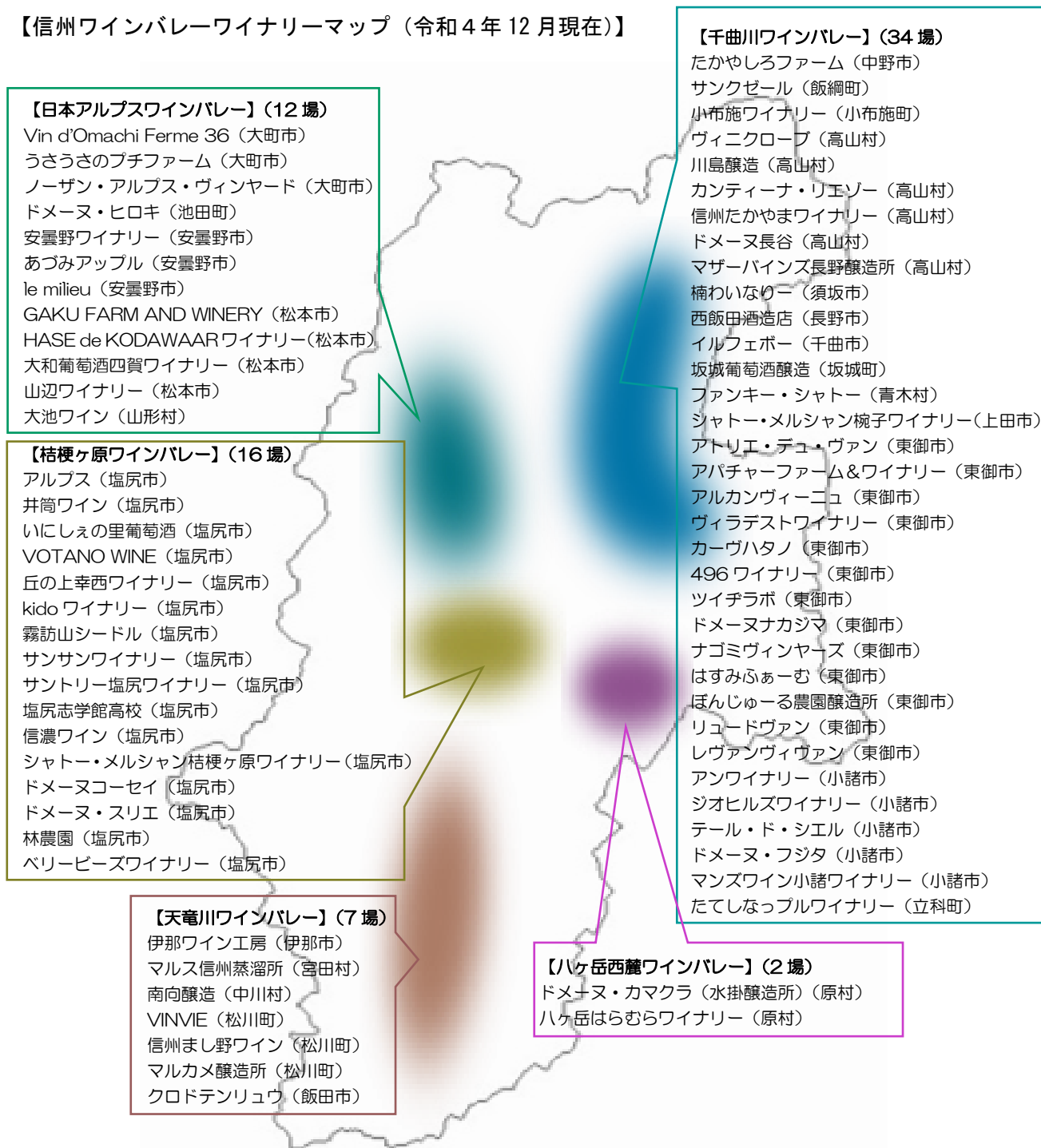
令和2年（2020年）には原村が「八ヶ岳西麓原村ワイン特区」の認定を受け、令和4年（2022年）には村内初のワイナリーが2場誕生しました。令和5年（2023年）3月には、原村の特区計画を変更し、茅野市、富士見町を区域に加えた「八ヶ岳西麓ワイン特区」が内閣府から認定を受けたことにより、ワイナリーの開業・ワイン産業の発展が加速化する可能性があります。このことから、「本構想」においては、当地区を新たなワインバレーと位置付けることとし、その名称を「八ヶ岳西麓ワインバレー」とします。

【ワイナリー場数のグラフ（全県）】



（出典：国税庁ホームページ酒類等製造免許の新規取得者名等一覧等より長野県日本酒・ワイン振興室作成）

【信州ワインバレーワイナリーマップ（令和4年12月現在）】



2 ワイン用ぶどう生産量とワイン醸造量

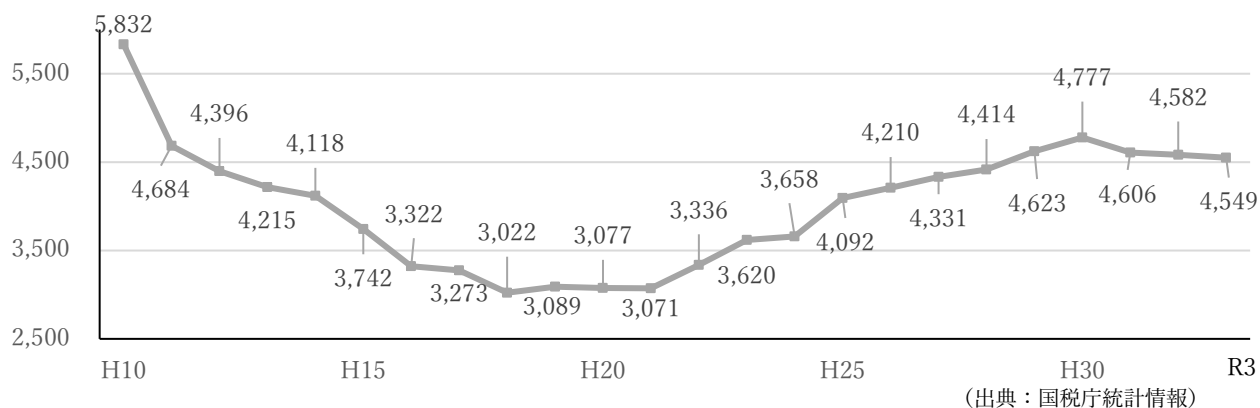
国内製造ワインを含む果実酒の醸造量は、大手ワイナリーが立地する神奈川県、栃木県、古くからの産地である山梨県に集中し、3県で全体の77.9%を占めており、長野県内の醸造量は、令和3年醸造分では、全国第5位の4,438kl（シェア4.8%）となっています。県内の果実酒の出荷量に着目すると、平成18年の3,022klで底を打って以降は上昇に転じ、令和3年には、全国第5位の4,549klとなりました。この中でも日本ワインに限定すると、統計のある平成28年以降、長野県の醸造量は山梨県に次いで第2位、出荷量は令和元年には山梨県を抜いて第1位となるなど、ワイン産地として着実に歩みを進めています。

また、県内のワイン用ぶどう生産量は、農林水産省の特産果樹生産動態等調査によると、平成22

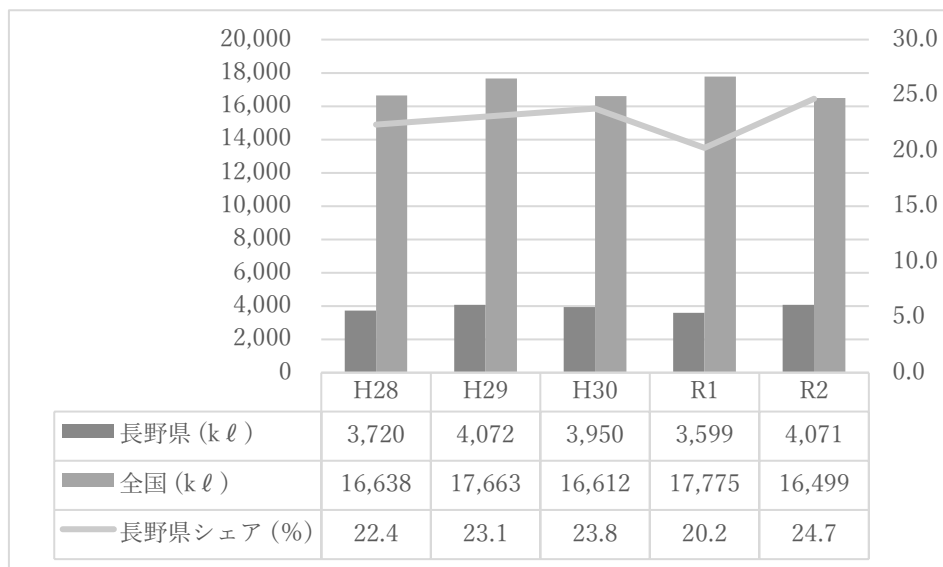
年から全国1位の収量であり、直近では、「前構想」策定時の基準値である平成22年産の3,645tから約1.9倍の6,789t（令和元年産）まで増加しています。

県内のワイン用ぶどう生産量及びワイン醸造量は、継続的なワイン産業への新規参入、ワイン用ぶどう園の新植や成園化等により、増加が続いています。また、近年開業したワイナリー、大手ワイナリー等の自社農場新設等により、日本ワインの醸造量の増加が見込まれることから、今後も更に増加が見込まれます。

【長野県の果実酒課税移出数量推移】

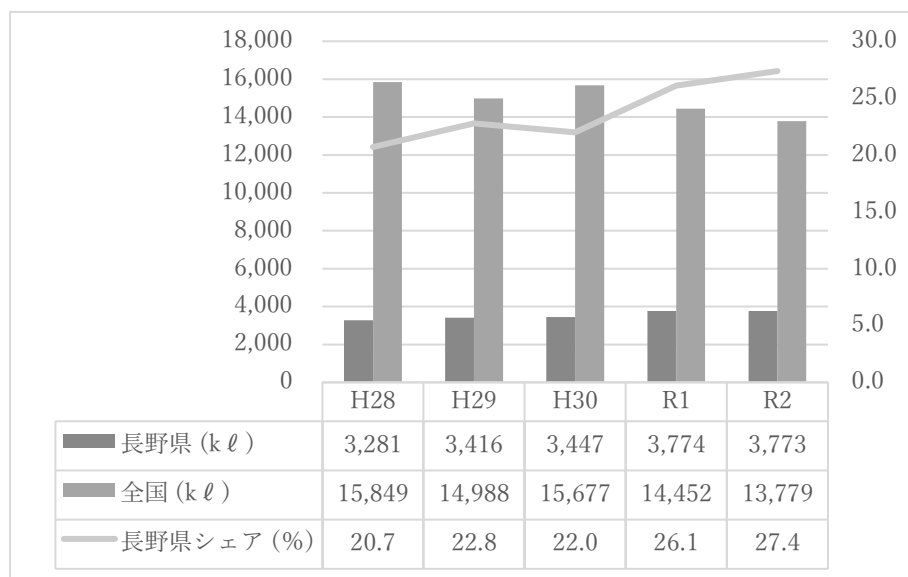


【日本ワイン生産量】



(出典：国税庁 国内製造ワインの概況、酒類製造業及び酒類卸売業の概況)

【日本ワイン出荷量】



(出典：国税庁 国内製造ワインの概況、酒類製造業及び酒類卸売業の概況)

【国内のワイン用ぶどう生産量】

(単位：t)

| 順位 | 都道府県 | 生産量 | 順位 | 都道府県 | 生産量 |
|----|------|-------|-----|------|--------|
| 1位 | 長野県 | 6,789 | 7位 | 大分県 | 293 |
| 2位 | 山梨県 | 5,224 | 8位 | 島根県 | 284 |
| 3位 | 北海道 | 1,623 | 9位 | 大阪府 | 165 |
| 4位 | 山形県 | 1,168 | 10位 | 石川県 | 128 |
| 5位 | 岩手県 | 447 | その他 | | 597 |
| 6位 | 宮崎県 | 308 | 全国計 | | 17,026 |

(出典：農林水産省令和元年産特産果樹生産動態等調査)

3 ワイン特区（構造改革特区）

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」を多くの市町村が導入しています。ワインに関しては、酒類製造免許にかかる最低醸造数量6kℓを、特区の区域内の原料のみを使う場合に2kℓに引き下げた製造が可能になる（特産酒類の製造事業）特区、及び特定農業者（農家民宿や農家レストラン等、酒類を自己の営業上において飲用に供する旅館、飲食店等を営む農業者）が醸造する場合に、最低醸造数量の制限を受けない（特定農業者による特定酒類の製造事業）特区の2種類があり、「前構想」策定時の2市村から大幅に増加し、令和5年（2023年）3月末現在、県内の14地区28市町村がいずれかまたは両方の特区の認定を受けています。

中でも、平成27年（2015年）に認定を受けた「千曲川ワインバレー（東地区）特区」により、初めて広域のワイン特区が誕生しました。その後、県内では日本アルプスワインバレー（2地区）、八ヶ岳西麓ワインバレー（1地区）でも広域特区が誕生しています。広域特区では、特区内における原料のワイン用ぶどうの広域的なやり取りが容易となることから、ワイン産業の活性化の一助と

なっています。

これらの特区制度により、観光と結びついた小規模なワイナリーが誕生し、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。

【県内のワイン特区（令和5年3月末現在）】

| 特区名 | 構成市町村 |
|---------------------|-------------------------------------|
| 信州・高山ワイン特区 | 高山村 |
| 桔梗ヶ原ワインバレー特区 | 塩尻市 |
| 南信州松川町りんごワイン・シードル特区 | 松川町 |
| 下條村果実酒特区 | 下條村 |
| 南信州飯田果実酒特区 | 飯田市 |
| 北アルプス・安曇野ワインバレー特区 | 大町市、安曇野市、池田町 |
| 信州伊那ワイン・シードル特区 | 伊那市 |
| 飯綱ワイン・シードル特区 | 飯綱町 |
| 信州松本平ワイン・シードル特区 | 松本市、山形村、朝日村 |
| 中川村ワイン特区 | 中川村 |
| 野沢温泉ハウスワイン特区 | 野沢温泉村 |
| 千曲川ワインバレー（東地区）特区 | 上田市、小諸市、佐久市、千曲市、東御市、立科町、青木村、長和町、坂城町 |
| 長野市ワイン・シードル特区 | 長野市 |
| 八ヶ岳西麓ワイン特区 | 茅野市、富士見町、原村 |
| 計 | 14 地区 28 市町村 |

（※内閣府ホームページより長野県日本酒・ワイン振興室調べ。掲載は最終認定日の古い順）

4 ワイン用ぶどう及びワインの評価

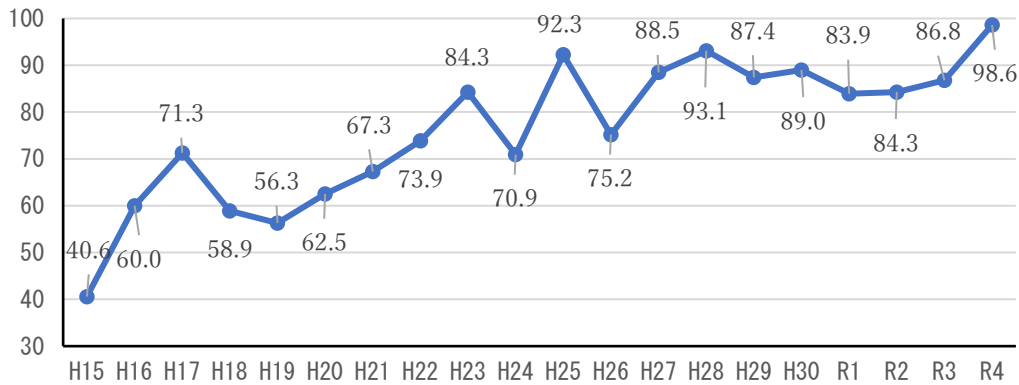
長野県では、県産農産物と農産物加工品のブランド化を推進することを目的として、農産物の価値を従来の「大きさ・色・形」などではなく、「栽培方法・生産方法」などに求め「長野県で生産・製造されたもの」を自信と責任をもって消費者にアピールする「長野県原産地呼称管理制度」（NAC; Nagano Appellation Control）を平成14年（2002年）に創設、平成15年（2003年）4月からワインの認定を開始しました。

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及び醸造技術の向上につながりました。更に、令和3年（2021年）6月30日には、国税庁から「酒類の地理的表示『長野』（G I 長野）の指定を受けたことにより、生産者がより主体的にかかわる制度へと移行、一層の制度的な発展が望めます。

NACで認定されたワインは、国際会議等で参加者に振る舞われる等、NAGANO WINEに注目を集め、評価を高める一助となりました。G I 長野においても引き続き広く浸透させる活動を行い、

ブランド化を進めるとともに、産地としての魅力を向上していくことが求められます。

【NAC及びG I 長野の審査におけるワインの認定率】



(出典：長野県日本酒・ワイン振興室調べ)

ソムリエ、酒販店、酒類ジャーナリスト等の有識者の間では、NAGANO WINE や県産の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、確かな実力が評価されつつあります。

山梨県で開催される日本ワインコンクールにおいては、NAC/G I 長野認定ワインをはじめ、長野県内のワイナリーが生産するワインが毎回金賞を受賞しているほか、長野県で栽培されたワイン用ぶどうを使用して他県で醸造されたワインも金賞を受賞した実績があり、ワイン用ぶどうの品質の高さも評価されています。

【日本ワインコンクール受賞状況】

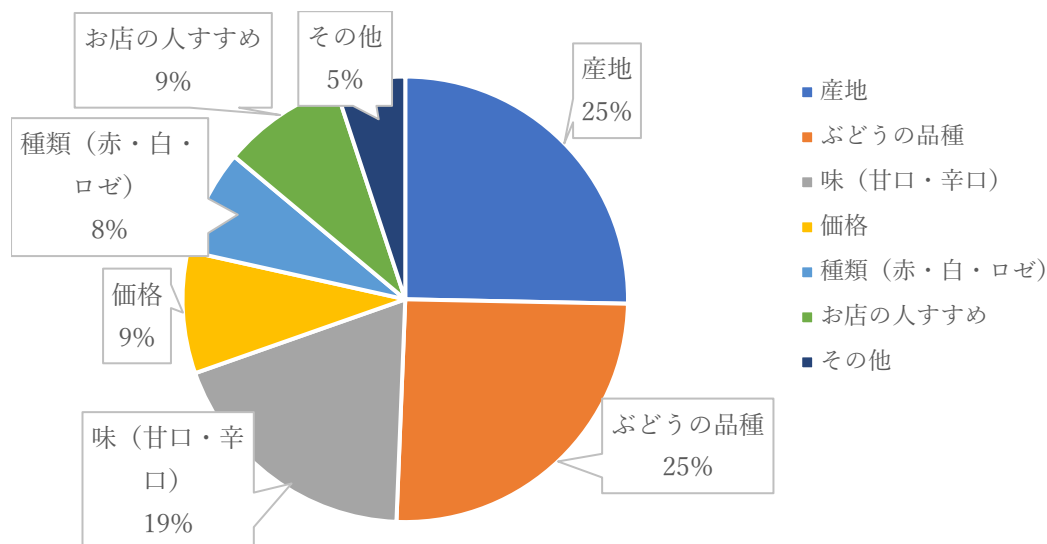
| | | 令和4年 | 令和元年 | 平成30年 | 平成29年 | | | |
|---------------------|------------------|------------------------------------------|------|--------------------------------|-------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 出品数 | 全国 | 706 | 788 | 787 | 726 | | | |
| | 県産ワイン | 140 | 127 | 127 | 131 | | | |
| 入賞数 (金銀銅 奨励計) | 全国 | 260 | 351 | 328 | 315 | | | |
| | 県産ワイン | 70 | 73 | 61 | 65 | | | |
| | 県外産ワイン | 190 | 278 | 267 | 250 | | | |
| | うち県産ぶどう 使用ワイン | 9 | 13 | 17 | 14 | | | |
| 金賞 受賞数 | 全国 | 24 | 21 | 22 | 26 | | | |
| | 県産ワイン | 12 | 5 | 3 | 7 | | | |
| | 県外産ワイン | 12 | 16 | 19 | 19 | | | |
| | うち県産ぶどう 使用ワイン | 0 | 2 | 2 | 3 | | | |
| 長野県順位 (金賞受賞数) | | 1位 | 2位 | 2位 | 2位 | | | |
| 全国の金賞受賞状況 | 1位 | 長野 12品 (欧州赤7・白2、 国内改良等赤2、 極甘口1) | 1位 | 山梨 8品 | 1位 | 山梨 11品 | 1位 | 山梨 14品 |
| | 2位 | 山梨 5品 | 2位 | 長野 5品 (欧州赤2・白2、 国内改良等赤1) | 2位 | 長野 3品 (欧州赤2・白1) | 2位 | 長野 7品 (欧州赤4・白2、 極甘口1) |
| | 3位 | 大分 3品 | | 山形 5品 | 山形 3品 | 3位 | 北海道 埼玉 新潟 富山 大分 1品 | |
| | 4位 | 北海道 新潟 広島 熊本 1品 | 4位 | 埼玉 静岡 島根 1品 | 4位 | 北海道 埼玉 石川 広島 大分 1品 | | |

(出典：日本ワインコンクールホームページより長野県日本酒・ワイン振興室独自まとめ)

5 ワインの消費、ブランディング、ワイン・ツーリズム¹

長野県が2020年に実施したNAGANO WINEをテーマとしたオンラインセミナー（信州地酒サミット2020 ワインの会）で、県内外の約80人を対象にウェブアンケートを実施したところ、ワインを購入する際に特に重視するポイントは、「産地」と「ぶどうの品種」が多く、次いで「味（甘口・辛口）」となっており、こだわりを持って買い求めている層が多く、産地の特性を生かしたワインづくりに対する期待が高まっていると考えられます。

【ワインを購入する際に重視するポイント】



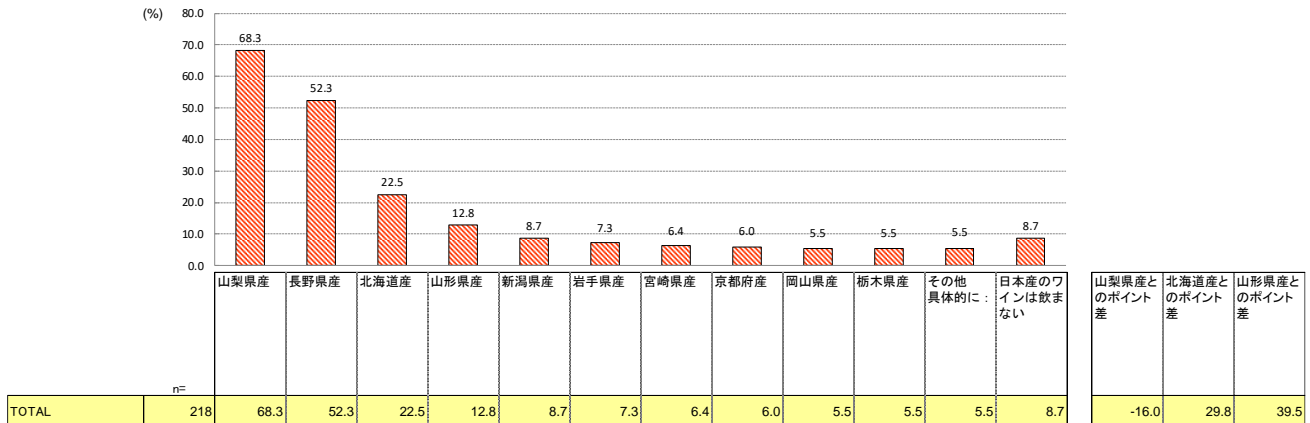
（出典：長野県日本酒・ワイン振興室 信州地酒サミット2020 ワインの会 参加者アンケート）

また、果実酒の一人当たりの消費量は、日本酒やビール等、他の酒類が減少する中で増加傾向にあり、長野県内では、平成22年（2010年）の2.7ℓ/年から令和2年（2022年）には3.3ℓ/年まで増加しました。「前構想」の目標（5.2ℓ/年）には届かなかったものの、県内にワイン文化は少しずつ広がってきたと考えられます。今後、更にNAGANO WINEの消費量を伸ばしていくためには、品質と認知度の向上に努めるとともに、県内外のNAGANO WINEファンを増やすための取組を行うことが必要です。

また、令和2年度に長野県営業局が首都圏の消費者を対象に行った調査によると、首都圏のワインを飲む消費者300人のうち、よく飲む日本ワインの産地として「長野県産」と回答した者は52.3%で、「山梨県産」の68.3%に次ぐ状況にあります。また、NAGANO WINEについて、回答者の30%が「自分で買った経験がある」と回答しており、ワイン愛好者の間ではNAGANO WINEの消費が徐々に増えているものと推測されます。

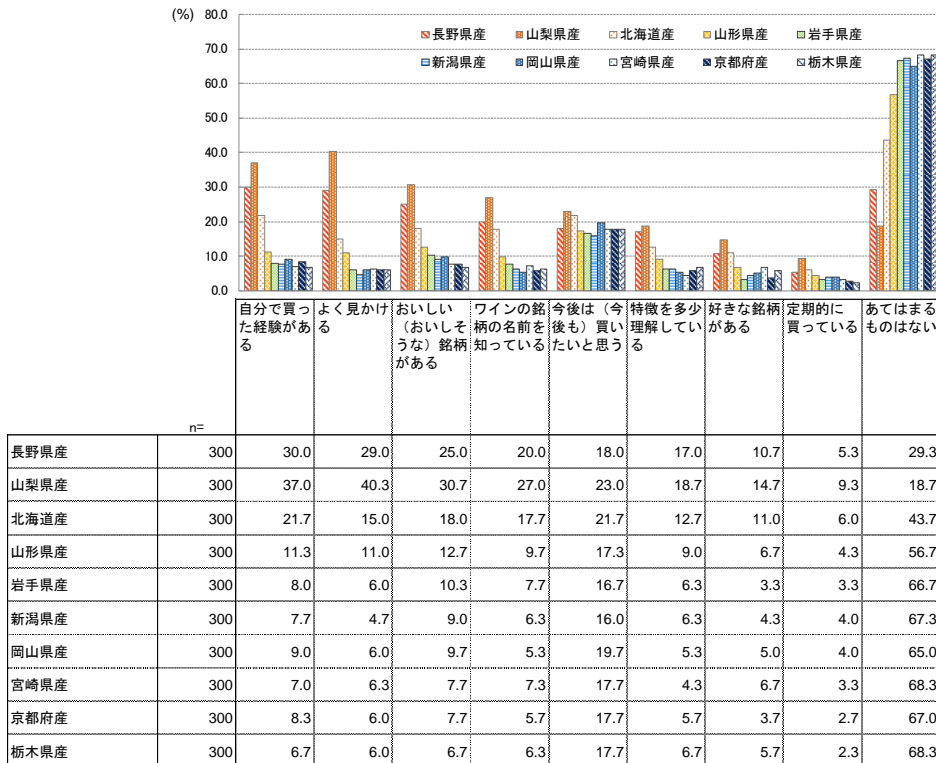
¹ ワインを活用した観光を表す言葉として使用。なお、『ワインツーリズム』は（一社）ワインツーリズムの登録商標。

【首都圏消費者が「よく飲むワインの産地」】



(出典：長野県営業局「令和2年度信州ブランド推進重点品目等マーケティング調査業務委託ワイン調査報告書」)

【各県のワインに対する印象等】



(出典：長野県営業局「令和2年度信州ブランド推進重点品目等マーケティング調査業務委託ワイン調査報告書」)

観光面からワインについて捉えると、「前構想」の策定からの10年間で、ワイナリーが増え、また、信州ワインバレーや各地域ワインバレーの名前が首都圏等の関係者に知られるようになったことで、旅の目的をワイナリーとするワイン・ツーリズムが徐々に活発化してきました。

ワイン産業は、原料の域内調達率が高く、単価も高いことから、観光客の増加によるNAGANO WINEの消費増は、県全体の観光消費額を押し上げる可能性があります。この実現に向け、ワイン・ツーリズムを推進するためには、ワイナリー等でNAGANO WINEを気軽に飲めるよう、二次交通網を充実させることが必要になります。また、ワイン愛好者ではない方や飲酒習慣のない方も楽しんでいただける「ワインのある観光地」の魅力向上を進めていく必要があります。

第2章 「本構想」の目指す姿

1 「本構想」の位置づけ

「前構想」は、ワイン産業が萌芽しつつある時期であり、ワイン産業を羽ばたかせるためのスタートアップの時期となったことから、県が主体となった構想を策定しました。しかしながら、「前構想」策定からの10年間でワイン産業は大きく発展、多くのワイン産業や関連分野に携わる者が誕生してきたほか、推進組織として「信州ワインバレー構想推進協議会」が誕生しました。このことから、「本構想」は、これらのワイン産業に携わる者が、産学官の連携により計画を共創し実行していくものとし、信州ワインバレー構想推進協議会が中心となって策定することとします。

2 信州ワインバレー構想 2.0

旧来より、世界のワイン産地は谷地に広がる場合が多く、ニューワールドを中心に、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）などの、「バレー」＝「谷地」という本来の意味を超え、「ワイン産地」という意味での使用がなされてきました。国内でも「信州ワインバレー構想」をひとつのきっかけとして、各所・各地で「ワインバレー」という言葉が定着してきました。

今後も、国内の「ワインバレー」の先駆者として、県内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、消費にわたる産学官連携の振興策として「信州ワインバレー構想 2.0」を策定し、産地全体の魅力をより高めていきます。

また、プロモーションの展開にあたっては「信州ブランド戦略」（平成25年（2013年）3月長野県観光部信州ブランド推進室（現・長野県営業局）策定）に基づき、国内で産地をPRする場合は「信州」、ワインの呼称は、世界を意識して「NAGANO WINE」を用います。

3 目指す姿

「本構想」では、「前構想」の目指す姿を更に深めていくため、10年後の目指す姿を新しく据えることとしました。

美しい風土の中で
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 —

信州が誇る名峰の山麓に広がる丘陵地。日照時間が長く、昼夜の寒暖差が大きい最適の気候に恵まれたその土地では、良質なワインぶどうが育てられ、そのポテンシャルを十分に引き出した上質なワインが醸される。

ワインは、その土地の価値を表現するアートである。

ワインと農業に魅せられた人びとが信州に集い、あふれる自然に囲まれた田園で、それぞれの風土の美質を表現するために人生を捧げている。その持続的な営みは美しい景観と多様な物語を生み出し、地域と世代を超えたつながりが人の輪を広げて、ワインのある食卓を求めて多くの人から訪れる。

ワインによる絆は豊かな暮らしの文化を育み、幅広い裾野をもつワイン産業の発展は、観光や飲食をはじめとするさまざまな分野で地域経済を活性化する。

NAGANO WINE を世界で評価される高みに位置づけ、ワインバレーに香り高い文化の花を咲かせて、信州の魅力を世界に発信すること。

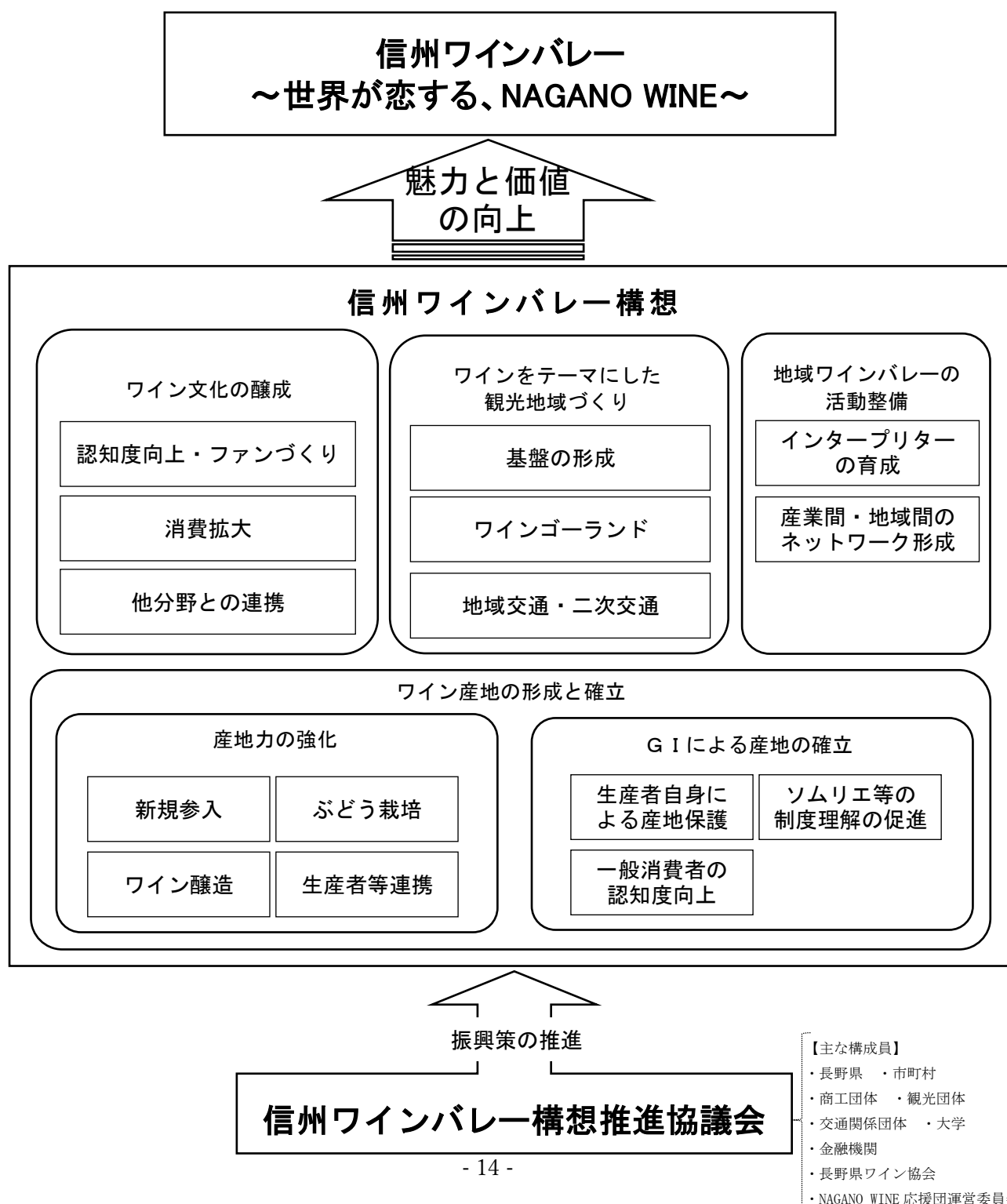
それが「信州ワインバレー構想 2.0」の目指す姿です。

第3章 構想の推進体制及び進行管理

1 構想の体系と推進体制

信州ワインバレー構想 2.0 は、以下の体系の下、ワイン用ぶどうとワイン産地としての「信州ワインバレー」及び「NAGANO WINE」全体の魅力と価値の向上を図るものです。構想実現のためには、平成 25 年（2013 年）6 月に設立した県、市町村、商工団体、観光団体、大学等による産学官の連携組織「信州ワインバレー構想推進協議会」が中心となり、参画団体等とともに構想を推進していきます。

【信州ワインバレー構想推進体系図】



産学官が共同して「本構想」を推進していくため、各主体は主に以下の役割を担います。

【ワイナリー及び業界団体の役割】

消費者に親しまれる安全・安心かつワイナリーのこだわりが生む高品質なワイン生産を行うとともに、自然に恵まれた信州らしい景観づくりや多様な産業と連携した経済活動の主体としての役割を担います。

国内外の市場動向や消費者ニーズを的確に把握し、ワインの消費拡大とブランド化を進めるとともに、飲食・宿泊・交通等の観光サービス事業者と連携して、地域経済の好循環と活性化に貢献することが期待されます。

【飲食・宿泊・交通等観光サービス事業者の役割】

飲食・宿泊事業者は、積極的に NAGANO WINE を消費者や観光客などへ提供し、地域内消費に波及する役割を担います。

交通や旅行関係事業者は、ワイナリーやワインショップなどを観光ルートに組み込むことで、観光客等に豊かな暮らしの付加価値となるサービスを提供し、誘客の促進を担います。

【商工団体の役割】

小売酒販店、土産物店などでは、積極的に NAGANO WINE を取り扱うとともに、消費者や観光客へ NAGANO WINE の魅力を発信します。また、商工会、商工会議所においては、ワイナリーがその地域の中核事業者となるための経営支援等を通じて地域経済社会の活性化につながる役割を担います。

【ワイン用ぶどう栽培者、農業生産組織等の役割】

ワイン用ぶどう栽培者、農業生産組織等は、良質なワイン用ぶどうを栽培することで、高品質な長野県産ワインの礎となる役割を担います。

また、美しい風土のなかで都市住民とのふれあいや体験などワイナリーとの連携による活動を行うことで、農業への理解促進と農地の保全活動が期待されます。

【市町村の役割】

地域の特性を活かした産業として、地域のワイン用ぶどうの栽培とワイン醸造、また、ワインの販売・消費が促進され、地域の産業維持と発展に導くファシリテーターとしての役割を担います。

【学術研究機関の役割】

大学や民間試験研究機関等は、県や市町村等と連携を図りながら、ワイン用ぶどうの品種特性の研究などにより、栽培技術や醸造技術の向上支援を担います。

【金融機関の役割】

新規参入希望者やワイン用ぶどう栽培者、ワイナリー等の経営や設備投資、事業承継等が適切に行われるよう助言、支援を行うことが求められるほか、県外等のワインに関心を持つ企業・個人の

ワイン関連産業への投資を促進する役割を担います。

【消費者・県民の役割】

本県の豊かな自然環境に育まれた NAGANO WINE の魅力を理解し、愛飲することで日常生活が豊かになることが期待されます。

また、ワイン関連イベントへの参加や観光先として訪ねるなど、ワイナリーと積極的にふれあうことにより地域内消費を促進し、ワインを取り巻く産業の活性化を通じて持続可能な地域社会づくりの一翼を担います。

【県の役割】

「本構想」の実現に向けて、ワイナリーと地域の産業間の連携を促進するとともに、NAGANO WINE のブランド化を促進し、世界に認められるワインを機軸とした地域づくりに努めます。

【信州ワインバレー構想推進協議会の役割】

参画団体等の連携を強めるとともに、目標値やアクションプラン等、構想実現に向けた進捗管理と各種取りまとめを行う役割を担います。

2 10年後の目標（KPI）

信州ワインバレー構想の実現に向け、第4章に掲げるアクションプランの推進状況を確認するため、以下の項目を10年後の目標（KPI）として設定します。

2-1 ワイン産地の形成と確立

| | | |
|--------------------------|-------|-------------|
| (1) ワイナリー数 | 100 場 | (R5.3 71 場) |
| (2) G I 認定ワインを保有するワイナリー数 | 50 場 | (R5.2 28 場) |

2-2 ワイン文化の醸成

| | | |
|---------------------------|----------|----------------------|
| (1) 「NAGANO WINE 認定店」の店舗数 | 500 店 | (制度を構築) |
| (2) ワインイベントへの参加者数 | 38,000 人 | (R3 調査(R1) 27,037 人) |

2-3 ワインをテーマにした観光地域づくりの推進

| | | |
|----------------|-----------|-----------------------|
| (1) ワイナリーへの誘客数 | 360,000 人 | (R3 調査(R1) 255,112 人) |
|----------------|-----------|-----------------------|

3 構想実現のロードマップとマイルストーン

「本構想」は、令和5年度（2023年度）から10年後の令和14年度（2032年度）までの10年間を構想期間とし、最終年度を目標年度とします。

「本構想」の実現に向けて、第4章のアクションプランの効果的な推進を確保するためには、「本構想」の推進機関で産学官が構成する信州ワインバレー構想推進協議会において、毎年度、アクションプランの成果と課題を的確に把握し、構想期間5年度目において社会の環境変化を踏まえながら、構想内容の見直しを図ります。

第4章 構想推進のためのアクションプラン

第1節 ワイン産地の形成と確立

ワイン用ぶどうの栽培者、ワイナリー、その他の地域産業、商工団体、地方公共団体など、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 産地力の強化

信州ワインバレー及び NAGANO WINE の振興にあたっては、持続的に高品質なワインを生み出すとともに地域の雇用や観光などを担うことができる個性的なワイナリーやワイン用ぶどう栽培者が必要となります。参入及び経営の各段階に応じて必要な支援施策を講じます。

1-1 新規参入支援

「前構想」策定後、長野県内でワイン用ぶどうを栽培したい・ワイナリーを開業したいという声に応え、産学官が新規参入希望者や参入間もない者に対する支援を行ってきました。今後も産学官連携の上、適切な役割分担のもとで支援を行います。

(1) 新規参入希望者への支援

ワイン産業への新規参入希望者は、県内農業者の事業多角化、U I J ターン、企業参入等、様々な背景を持ちます。これらの新規参入希望者が必要とする支援・情報は、背景や段階に応じて異なるため、県・市町村・民間事業者等が連携して適切な相談先の紹介を行う環境を整えます。

また、ワイナリーの開業には、ワイン用ぶどう栽培技術、農地、醸造、税、資金、販路の確保等多くの知識が必要です。県・市町村・民間事業者等が連携の上、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に、必要な基礎知識を習得する場を提供するとともに、その後の段階に応じた支援を行います。

- 関係団体の連携強化による新規参入希望者の相談環境づくり
- ワイナリー開業・経営に必要な基礎知識を総合的に学べる講座の実施

(2) ワイン用ぶどう栽培への参入支援

ワイン用ぶどう栽培を始めるにあたり、農地の取得や安定した栽培技術の習得には時間を要します。そこで、ワイン用ぶどう栽培への参入希望者に対し、熟練農業者が、栽培・経営技術の指導や農地確保などを支援する「新規就農里親研修」制度の活用等、県・市町村・民間事業者等が連携し、就農を支援します。

- ワイン用ぶどう栽培の里親農業者の確保による、研修生の受け入れ体制の充実
- 民間団体等が実施した研修の修了生等の円滑な「新規就農里親研修」への移行

(3) ワイナリー開業に向けた支援

ワイナリーの開業にあたっては、醸造技術、販路の見込み、醸造所の設置等、多くの課題があります。そこで、県・市町村・金融機関・民間団体等が協力し、ワイナリーの開業に向けた支援を行います。

- 里親ワイナリー研修等による実践的な醸造研修
- ワイナリーによる委託醸造を通じた実践的研修
- ワイナリーの開業に向けた相談

1-2 ぶどう栽培

高品質なワイン生産のためには、栽培に適した農地の確保や新規就農者向けの支援に加え、ワイン用ぶどうの栽培技術の向上等、原料となる高品質なぶどうを安定的に生産することが大切です。

また、ワイン用ぶどうの苗木供給は苗木業者や市町村等の協力により、苗木の増産体制が整い、数量的には、需要を満たす供給が行えるようになりました。他方で、ワイナリーやワイン用ぶどう栽培者のニーズは、クローンや耐病性品種等、多様化しています。今後は、民間事業者・県・市町村等の役割分担と連携により、これらの需要を見据えた苗木の供給体制の確立を目指します。

(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、また、ぶどうの品質は地域の地形、土壌及び気象条件などの栽培環境の影響を大きく受けます。そのため、地域や栽培者が抱える栽培上の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。

- 栽培者への適切な技術支援に向けた長野県農業農村支援センター、農業団体等の技術者の育成と指導力向上
- 長野県農業農村支援センターを中心に専門技術員、長野県農業関係試験場、長野県病害虫防除所などと連携した栽培技術指導、気象災害や病害虫、鳥獣害対策などに係る情報提供
- 県等による地域ニーズに沿った栽培初心者などに対する栽培技術習得研修会の実施

(2) ワイン用ぶどう栽培に係る試験研究・情報の共有と活用

NAGANO WINE の品質を向上させるためには、ワイン用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、ワインの品質は地形や気象といった栽培環境の影響を大きく受けるため、各地域のワイナリーやワイン用ぶどう栽培者などと連携して試験研究を進めていくことが重要です。更に、持続可能なワイン産業の実現のため、環境にやさしい栽培方法についても今後の研究が望まれます。

地域によっては、ワイン用ぶどう栽培者や市町村などが核となって、ワイン用ぶどう研究会が立ち上げられています。長野県農業農村支援センターや農業関係試験場、また、市町村やJAが連携して研究会の活動を支援し、地域ごとの状況に応じた栽培技術の調査研究、研修会の開催により栽培技術の高位平準化を目指します。

平成 29 年（2017 年）には、県内のワイナリーやワイン用ぶどう栽培者が情報を共有し、技術を研鑽しあう、「NAGANO WINE 栽培情報プラットフォーム」が構築されました。この枠組みの活用により、栽培技術や知識を共有し、全体のレベルを高めていくことが求められます。

このほか、ワイン用ぶどうを栽培するほ場への気象観測装置の設置及び気象データの収集・蓄積やスマート農業の導入に向けた取組等が始まっています。

- 民間機関や栽培現場が連携した気候条件などに適応した新品種導入の研究
- 優良品種の生産安定技術の研究

- 病虫害防除技術に関する研究
- 鳥獣害防止技術・装置の研究・導入
- ほ場への気象観測装置の設置による気象条件・栽培情報の共有化
- スマート農業等のワイン用ぶどう栽培への導入
- ワイン用ぶどうにおける環境にやさしい栽培方法の研究
- 市町村やワインバレー内の栽培者の相互研鑽の仕組みの充実
- NAGANO WINE 栽培情報プラットフォームの活用による全県の情報共有

(3) 農地の条件整備・集積

ワイン用ぶどうの栽培には、栽培適地における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、農業経営基盤強化法に基づく地域計画を踏まえた、耕作放棄地等の活用についても検討が必要です。ワイン用ぶどうの畑が織りなす景色は地域のアートとして観光的価値をも持つ可能性があることから、継続的な営農がなされるための仕組みづくりが求められます。

- 地域計画の策定に合わせた担い手への農地集積、耕作条件の整備を支援する補助事業（事業内容・採択要件等）についての情報提供と事例紹介
- 県、市町村等による農地の条件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などによる農地の確保・集積の支援
- 耕作放棄地の活用や利用可能な非農地^(※)の活用の検討
(※非農地の活用を検討する際は、市町村農業委員会に相談してください)
- 他作物・果樹からの改植を支援する補助事業の検討

(4) 栽培設備・機械への資金支援

ワイン用ぶどうの栽培には、棚や垣根、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。

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、日本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、続々と新たなワイナリーが参入しています。

こうしたワイナリーに対して、醸造技術の向上、ワイナリーの経営規模・段階に応じた醸造施設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ことが必要です。長野県工業技術総合センター、長野県産業振興機構、商工団体等を窓口として技術相談や経営相談などに対応するほか、各ワイナリーの技術者等と連携した研究の実施や醸造技術向上支援のための協力体制を築き、NAGANO WINE の品質向上に取り組みます。

(1) 醸造技術に関する支援

NAGANO WINE の品質向上のためには、各ワイナリーの醸造技術を向上させていくための総合

的な仕組みづくりが必要です。長野県工業技術総合センター食品技術部門を核としながら、ワイナリー間の連携体制を構築し、NAGANO WINE の品質向上を目指します。

- 基本的なワインの醸造・管理技術の普及
- 品質管理などに関する技術相談やワイン及びワイン用ぶどうの成分分析の実施
- ワイナリー間で研鑽する研究会の充実
- ワイナリーと長野県工業技術総合センターの連携による技術支援体制の構築

(2) 栽培部門及び学術研究機関等と連携した研究の推進

信州ワインバレーの総合的な特徴を知り、NAGANO WINE の品質に反映していくためには、栽培・醸造等の実践的な試験研究とともに学術研究機関等との連携による理論的な研究を車の両輪として進めていくことが望まれます。信州ワインバレーのテロワールの研究により、各ワインバレーをはじめとする産地におけるワイン用ぶどう及びぶどうから造られるワインの特徴を明らかにし、ワインに携わる多くの人々が NAGANO WINE と信州ワインバレーを立体的に語る形を目指します。

- 研究機関や大学、ワイナリーの技術者等と連携した醸造技術向上支援
- ワインの品質分析等を通じた信州ワインバレーのテロワールの解明に関する研究の推進
- 研究成果の関係者への共有と発信

(3) ワイン醸造家の連携

ワイナリーにおいても、個々の醸造技術の向上に加え、全体の醸造レベルの向上、また、新たなトレンドの研究等、NAGANO WINE の地位を確固たるものにするため、醸造家間の連携体制の構築が求められます。この実現のため、長野県ワイン協会と長野県工業技術総合センターを中心とした研究会やセミナーを開催し、県全体での連携体制の構築を目指します。

- 市町村やワインバレー内の醸造家の相互研鑽の仕組みづくり
- 醸造家の連携のためのプラットフォーム形成の検討
- 全県ないし各地域の醸造家が参集する研修会の開催

(4) 醸造施設・設備等整備への資金支援

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、新規参入事業者を含む施設や設備の整備を支援していく必要があります。県・市町村・民間団体（商工団体、業界団体）等は、ワイナリーの経営の段階に応じた金融機関への計画的な相談を促し、利用可能な補助事業や制度資金を活用した事業展開への支援を行っていきます。

- 補助事業や融資制度を活用した資金支援

1-4 ワイナリー経営

ワイナリー経営においては、栽培・醸造技術に加え、商品展開等のマーケティングスキル、自らのワイナリーの財務状況を的確に把握し、経営を継続していくことが求められます。そこで、金融機関や経営の専門家等と連携し、経営の段階に応じた商工団体、金融機関等による相談や経営能力

の向上に向けた研修を行うための体制を整えます。

- 創業から経営段階に応じた相談体制の整備
- バイヤーや消費者のニーズ把握等マーケティングスキルの獲得

1-5 ワイン産業の事業承継

ワイン産業が将来にわたり、ぶどう畑のある風景を地域のアートとして提供し続け、持続的に発展・継続していくためには、ゼロスタートの新規参入の促進のみではなく、現在営業しているワイナリーやヴィンヤード等のワイン産業従事者が事業承継を求めた際に、円滑な承継がなされるような後継者の確保と仕組みづくりが必要になります。そのためには、新規参入希望者の育成と併せて、将来的にはワイナリーに対する事業承継セミナーの開催や新規参入希望者とのマッチング等の支援、新規または異業種からの参入希望者を把握するための仕組みを作ることが望まれます。

- ワイン産業従事者への事業承継セミナーの開催
- 事業承継のためのマッチング支援

1-6 生産者連携の推進

ワイン産業の発展のためには、ワイン用ぶどう栽培者やワイナリーの増加及び多様性の広がりに対応して「NAGANO WINE ブランド」が維持される必要があります。そのためには、個々の生産者（栽培者・ワイナリー）の技術向上や経営力の強化に加え、栽培者、醸造家の枠組みを超えた連携による業界全体の実力の強化が必要です。そこで、生産に携わる栽培者、醸造家、ワインに関する研究者、行政等が連携を取るため、関係者全体が活用可能なプラットフォームの構築やその活用等、連携体制の構築を目指します。

- 栽培者・醸造家等のワイン関係者が相互に連携できる共通化したプラットフォームの検討
- 醸造設備、栽培機械等の共有化・共同利用のための連携体制構築等の研究

1-7 ワイン産業とアップサイクル

ワイン生産においては、栽培や醸造の各段階で生じる廃棄物についても有効活用が望まれます。ワイン産業が持続的であるためには、せん定枝や搾りかす等、そのままでは産業廃棄物となるものについても有効活用していくことが求められます。グラッパ等の蒸留酒の製造や堆肥としての活用に加え、飼料としての活用を通じた畜産物のブランド化、ヴィーガンレザーの開発、他の食品への活用等を研究していきます。

1-8 参入・栽培・醸造に関する相談窓口

新規参入希望者のスムーズな参入、栽培や醸造における相談、マーケティングや機器導入、経営アドバイス、事業承継等の相談に対応するため、県、市町村、金融機関等が連携します。

それぞれに必要な相談窓口を設置し、連携した対応を実施します。

2 地理的表示（G I）による産地の確立

2-1 長野県原産地呼称管理制度とG I長野

（1）長野県原産地呼称管理制度からG I長野へ

長野県では、より高い品質の農産物及び農産物加工品を提供していくことで生産情報を消費者へ開示し、消費者の信頼を得ながら地域の振興を図ることを目的とし、全国に先駆けて平成14年(2002年)に独自の品質認定制度、長野県原産地呼称管理制度（NAC）を導入、翌平成15年（2003年）から認定を行って来ました。NACの認定率は、初年度は40.6%と、半数以上のワインが不合格となっていました。徐々に認定率は上昇し、近年はおおむね85%強で安定的に推移して来ました。本制度が、NAGANO WINEの品質向上に寄与してきたことが認められます。

一方、国においては、国税庁長官の指定を受けることにより、「正しい産地」であることと「一定の基準」を満たして生産したことが確認された場合に、産地名を独占的に名乗ることができる「酒類の地理的表示」（G I）制度を制定、ワインでは、平成25年（2013年）に山梨県、平成30年（2018年）に北海道が先行して国税庁からの指定を受けていましたが、長野県においても、長野県ワイン協会と長野県原産地呼称管理委員会が中心となりG I指定に向けた検討が進められ、令和3年（2021年）6月30日にNACのブランド力を受け継いだ「G I長野」として山形県、大阪府とともに国税庁から指定を受けました（長野は清酒のG Iと同時指定（全国初））。

G I長野は、一定の基準を満たしたワインを「G I長野」、更に厳密な審査基準をクリアしたワインを「G I長野プレミアム」として認定し、認定を受けたワインのみが産地名の「長野」を独占的に表示することができる制度であり、長野県原産地呼称管理委員会ワイン委員会が管理機関となり、制度を運営しています。

（2）G I長野とその役割

G I長野は、ワイナリーが主体的に制度を管理・運営し、地域のワインの品質を守り、消費者の信頼を得ながら地域ブランドの価値を守っていく制度です。G Iはその産地名を独占的に使用することから、ワイナリーが主体性を持ち、NAC以上に公平・公正を意識した客観審査を実施し、継続的に信頼性を向上していくことが望まれるため、ワイナリーの果たす役割は非常に大きなものになります。ワイナリー自らが産地を育てる意識を持つことで、多くのワイナリーがG Iの認定を受けることにつながり、G I長野の実効力を高めていくことが必要です。

- ワイナリーが産地に誇りを持つための意識の醸成

2-2 G I長野とあるべき姿

長野県産のワイン用ぶどうを使用し、県内で醸造した高品質なブランドとしている「NAGANO WINE」は、G I長野認定制度の趣旨により、産地名「長野」をあらゆる場面で活用できることから、そのブランド価値についてワイナリーをはじめとするワイン産業に関わる事業者の中で共有して発信していきます。

長野県は、全国第2位のワイナリー数を誇り「NAGANO WINE」ブランドを拡大していくため、ワインの出荷販売に合わせたG I長野の認定審査をすることが必要です。

また、美味しく、高品質なNAGANO WINEを県内外の多くの人たちに親しみ・楽しみながら飲んでいただくため、現在、長野県原産地呼称管理委員会ワイン官能審査委員会の官能審査委員に加え、ワインを提供するソムリエやワイン醸造家などが審査会に参加しています。

これにより、ソムリエは NAGANO WINE の価値や魅力の理解を深化し、飲む方々にストーリー性を持って直接伝えることができます。

また、ワイン醸造家の参加により、さらに高度な品質への磨き上げが相互に行われることにより、ブランド力の向上へと発展していきます。

NAGANO WINE の価値の向上とともに、ワイナリーのこだわりを肌感覚で伝えられ消費者に理解してもらえる制度として、販売等の出口戦略を検討するとともに、全てのワイナリーが G I 長野の認定を受けるべく申請されるよう制度を推進していきます。

- 生産者に対する G I の認定を受ける必要性の啓発
- 生産者が G I 申請を増やすための仕組みづくり
- 酒販店、量販店等における「G I 長野」コーナーの設置や販売促進等

第2節 ワイン文化の醸成

長野県内のワイン産業が持続的な産業として根付いていくためには、持続的な生産とともに、県内外でワイン文化が根付き、県民や長野県内を訪れた方がワインを楽しめる環境がつけられることが望まれます。

1 認知度向上とファンづくり

NAGANO WINE が県内外で楽しまれるためには、新規参入した若手ワイナリーを含めた県内ワイナリーや NAGANO WINE 全体の認知度向上を図るとともに、各ワイナリーや NAGANO WINE 全体としてファンを獲得し惹きつけ続けることが重要です。そのためには、まずは NAGANO WINE とそのおいしさの理由、ワイナリーやワイン用ぶどう栽培者などについて知ってもらい、その魅力を感じてもらおうための取組が求められます。

1-1 県内でのイベントの開催

長野県がワインの産地として発展していくためには、まずは地元での消費の拡大とワイン文化の浸透をさらに図っていく必要があります。そのため、商工団体・観光DMO・市町村・県等が協力し、県民を対象としたPRイベントを開催していきます。

- ワインにまつわるセミナーなどの開催
- NAGANO WINE の県内普及につながる活動
- 「信州地酒で乾杯の日」を活用した NAGANO WINE のPR
- 県内外の消費者に NAGANO WINE の魅力を伝える人材を育成するため、観光関連事業者や飲食店等に向けた NAGANO WINE の魅力を啓発
- 日本酒やクラフトビール等と連携した県産酒類の魅力を相互に盛り立てるイベントの実施

1-2 県外でのイベントの開催

信州と言えばワインと容易にイメージされるようなワイン文化を醸成していくためには、普及に向けた訴求力が大きい東京、名古屋、大阪の三大都市圏をはじめ、県外でのPRイベントの開催が求められます。

- 一般消費者が NAGANO WINE を知るためのきっかけとなるイベントの開催
- 酒販店や百貨店等における NAGANO WINE コーナー設置の働きかけ

1-3 効果的で多様なウェブプロモーションの展開

1年ごとに土地とその年々の気候の特徴が反映された醸造がなされ、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、蓄積性・公開性の高いホームページや即時性・拡散性の高いソーシャルネットワーキングサービス（SNS）は重要な情報発信ツールとなります。

より多くの方に NAGANO WINE を知っていただくため、「NAGANO WINE オフィシャルサイト」のコンテンツを充実させるとともに、ワイナリー等の SNS 発信等と連携した充実した情報発信を目指します。

また、近年普及が進むウェブ会議システム等も活用し、遠隔地であっても NAGANO WINE の魅力を知っていただけるような取組を推進します。

- 「ワインのある信州」の暮らしそのものを訴求する、ワインのみではなくワインを切り口とした幅広い信州の情報の発信
- ワインに関わるコラム等の掲載（食・工芸等）
- SNS 等と連携したイベント等の旬な情報の発信
- ウェブ会議システム等を活用したリモートイベントによる魅力の発信
- オンラインワイナリーツアー等、客層に応じた効果的な NAGANO WINE の PR の実施
- インフルエンサーを活用した情報の発信
- 海外に向けた情報の発信

1-4 プロモーションツールによるブランドの展開

ホームページや SNS による活発な情報発信に加え、多様なプロモーショングッズやツールを活用し、県内外に信州ワインバレーと NAGANO WINE のブランドを訴求していきます。

- ホームページ等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
- 信州の伝統工芸をはじめとした工芸技術と連携したワイングラス、ワインオープナー、ワインスタンドなどのオリジナルワイングッズの制作と販売
- 各ワイナリーやワイン用ぶどう栽培者の取組の概要や所在地、品質の高さなどを伝える冊子やマップ等の制作。ウェブ媒体での展開の検討。

1-5 県外拠点等の活用

首都圏における情報発信は、信州首都圏総合活動拠点「銀座 NAGANO」（しあわせ信州シェアスペース）等を活用し、より効果的な発信を目指します。

銀座 NAGANO においては、単なる商品の陳列ではなく、NAGANO WINE の魅力がより伝わる販売戦略を検討・実施していきます。

また、長野県名古屋・大阪観光情報センター（名古屋・大阪事務所）や市町村の県外事務所等と連携し、各種 PR を図ります。

- ワイナリーやワインの背景にある物語を伝えるポスター、リーフレット、冊子、映像等の活用やワイナリーや専門家を招いたイベントの開催
- 「信州ヌーボー」や真夏のスパークリングワインなど、信州ワインバレーの四季を感じられるイベントの開催及び商品の検討
- 来訪客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の育成
- 県内ワイナリーやワイン用ぶどう栽培者等がワインの魅力を直接伝えるイベントの開催
- ワイナリー訪問や収穫体験の案内等 NAGANO WINE を切り口とした信州への来訪につなげる仕掛けの検討

1-6 メディアを通じた発信

テレビ、新聞のほか、ワインをはじめとした酒類専門誌、旅行雑誌、食の情報誌、インターネットメディア等を活用し、幅広い発信を行うことで、ワイン愛好家のみならず、多くの人の興味関心を惹きつけられるような情報発信を行っていきます。また、情報発信にあたっては、インバウンド需要を想定した、英語や中国語等による発信を進めていきます。

- 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
- メディアへの働きかけ
- グランピングや野外フェス等、ワイン以外の新たな切り口と連携した新たなファンの獲得に向けた発信

2 プロモーションと消費の拡大

NAGANO WINE は、ワイナリーや委託醸造をするグロワー等、多くの生産者がいますが、十分に流通しているとはいえない状況が続いています。今後、ワイン文化を根付かせていくためには、高品質な NAGANO WINE を最適な状態で消費者に提供する酒販店、飲食店、宿泊施設等を増やし、更にそのワインの特徴やストーリーを伝えることで一般消費者の評価を高め、継続的に NAGANO WINE を購入するきっかけを作り、消費拡大を図っていくことが求められます。そのためには、消費者に対する直接的なPRに加え、BtoBの取扱いの増加や取扱店の理解の深化を目指した取組が必要となります。

2-1 取扱店の増加に向けた取組

消費者が NAGANO WINE を手にするのは、直接生産者から購入する場合がありますが、多くは酒販店や飲食店等の取扱店と考えられます。そのため、NAGANO WINE の消費量を拡大していくためには、取扱店の店舗数の増加と取扱銘柄や取扱量の増加が必要となります。

(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や価格力及び生産量に限界があるため、販路拡大が進みづらい状況があります。そのため、商工団体等の民間団体、金融機関、市町村、県等は、リアル・オンラインの各種商談会の開催によるマッチング支援を通じ、バイヤーが NAGANO WINE の新しい魅力に出会うことができる場を提供していきます。

- 県内各地や首都圏をはじめとする大都市圏における小売業・卸売業・宿泊施設・飲食業等との情報交換及び商談会の実施
- 地域単位や規模感を合わせたメーカーによる共同プロモーションの実施
- 遠隔地のバイヤーとのウェブ商談による販路開拓
- 売り手と買い手とのマッチング支援
- 商談会の実施に向けた生産者向け研修会の実施
- 商談会や販売促進イベント等における醸造技術者やワイン用ぶどう栽培者によるPR推進

(2) 酒販店・飲食店・宿泊施設の店づくり

県内の酒販店・飲食店・宿泊施設等における NAGANO WINE の取扱いは限られており、ワイン産地としてのイメージが打ち出しにくい状況があります。

地元からワインを楽しむ機運を高めていくために、「NAGANO WINE 認定店」設置の検討や「おいしい信州ふード SHOP」との連携により、県内の取扱店舗を増やすとともに、取扱量の増加や酒販店、飲食店、宿泊施設等でワインやワインバレーについて説明できるスタッフの育成を目指します。

- 県内の取扱店舗を調査し、ホームページ等で発信
- 取り扱う NAGANO WINE を説明できるスタッフがいる「NAGANO WINE 認定店」設置
- 取扱店舗との連絡体制の整備
- 商品の魅力と正しい情報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等、ワインの取扱いの推進につながる活動
- 「G I 長野」の認知度向上及び取扱店の増加に向けた各種フェアの開催
- 県内の飲食店や酒販店、宿泊施設と、県内ワイナリー等とのマッチングツアーによる新規取引の開拓支援
- 高品質な NAGANO WINE を温度・湿度・光等、適切な条件で保管・提供できる店舗の増大

2-2 BtoCプロモーションによる需要の掘り起こし

長野県内の小規模ワイナリーは、一般的な酒販店等の流通経路に載らない、生産量がごく限られた生産者のワインもあります。また、全ての酒販店や飲食店が求めに応じた NAGANO WINE を取り扱えるとは限らず、全国の消費者に NAGANO WINE を届けることは困難と言えます。

そこで、酒販店や飲食店の販路に加え、ECサイトの活用も検討し、多くの消費者が NAGANO WINE に接することができるチャンネルを確保し、プラットフォームECサイトの活用を推進することで、多くの商品が消費者の目に触れる機会の増加を目指します。

- 個別のECサイトの開設支援の検討
- プラットフォームECサイト等の活用の検討
- 消費シチュエーションに合わせた多様な商品の開発

2-3 BYOの検討

長野県内にワイナリーやグロワーが増えたことにより、より多くの銘柄のワインが誕生しました。NAGANO WINE を取り扱う飲食店や宿泊施設は増えているものの、それぞれの施設が全ての銘柄

を取り扱うことは非常に困難です。

そこで、気軽に様々なワインを楽しめるよう、消費者が飲食店や宿泊施設に NAGANO WINE を持ち込める仕組み（B Y O; Bring Your Own）の導入を研究していきます。併せて、飲食店や宿泊施設が B Y O の制度を利用しやすくするための仕組みを検討していく必要があります。

- 県内外における B Y O の先進事例の研究と実験

2-4 多様な商品戦略によるファンの獲得

消費の多様化に伴い、ワインボトルやパッケージ等についても、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ます。

- ハーフボトルやクォーターボトルの導入等、生活スタイルの変化によるニーズに沿った商品の検討
- コルクに代わるスクリューキャップ等の代替素材導入の研究
- 瓶の再利用や通い瓶による量り売り等の検討
- 省資源・低コストで品質劣化しにくい、バッグインボックス等の大容量容器等、飲食店や宿泊施設で使用しやすい商品の検討
- コイン式ワインサーバー機器の設置の推進

3 他分野との連携によるプロモーションの展開

ワイン産業は、食や工芸、文化的なイベント等との連携が考えられる産業です。

県内の多様な分野とワインを連携させることで、それぞれが相互的に暮らしの中に浸透し、文化として根付いていくよう取り組み、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、農畜産物やジビエ、チーズをはじめとした発酵食品など、ワインと楽しむことができる食材が数多くあります。ワインと料理のペアリングを提案することで、ワインの楽しみ方の幅を広げ、地消地産や地域内経済循環を推進していきます。

- 「おいしい信州ふード」との連携
- ワインに合う加工食品の開発
- ワインの種類別に取り合わせのよい食材及び調理方法の発信
- 各ワイナリーのワインと合う料理の情報の発信

(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の工芸作家や伝統的工芸品とのコラボレーション等、ワインとともに新機軸で楽しみ方を提案することで、ワインを楽しむ人々の間口を広げ、多様な方がワインを楽しむきっかけ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て発信
- ワイナリーが共通利用できる工芸品等、オリジナル商品の開発を検討

(3) 芸術やレジャー等との連携

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、アウトドアレジャーなど、ワインを異なる側面から楽しむ取組が行われています。食や工芸に留まらず、連携できる分野を広げていきます。

- 登山やキャンプ等の自然共生型アウトドアレジャーとワインの連携
- 多様な分野との組合せの検討
- ホームページやSNS等を活用した発信

第3節 ワインをテーマにした観光地域づくりの推進

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付くなど、優れた観光資源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、ワインを一つの機軸にした観光地域づくりを引き続き推進していきます。

1 観光地域づくりの基盤の確立

ワイナリーをはじめ、観光地域づくり法人（DMO）などの地域内の関係者が連携し、ワインを取り入れた観光地域づくりを展開していきます。また、市町村観光協会等の連携を強化し、市町村域を越えたワインバレーやワイン産地のPRを推進し、県内外やインバウンド観光客がワインを楽しむに長野県を訪れるきっかけづくりや長野県を訪れた方がNAGANO WINEを楽しめる仕掛けづくりを目指します。

また、ワインをテーマにした観光を実施する場合、ワイナリーやグロワーといった、実際にワイン産業に携わる生産者やその関係者が観光客を受け入れることが求められます。一方で、小規模ワイナリーの多くは常に（又は時期により）来訪者の受入対応が難しい場合があります。来訪者からの需要が大きい収穫体験や収穫ボランティア、NAGANO WINEへの理解を深め体感してもらうためのぶどうの栽培管理作業といった取組を体験型ツーリズムとして、観光団体、商工団体、生産者等の連携により、来訪者と受入者がともにメリットを得られるコンテンツとしていくとともに、持続的な実施に向けた地域単位の体制整備が求められます。

- 観光地域づくりのための合意形成、体制整備
- 長期滞在やバレー周遊に寄与する民間企業の投資の呼び込み
- 各観光協会が作成するパンフレットへのワインバレーの記載
- 観光協会の広域連携の推進
- ワイナリーやグロワーごとの受入体制強化の検討
- ワインやワイン関連産業の仕事体験や知識向上を目的とした旅行動機づくり
- 産地における体験型ツーリズム受入体制の整備及び着地型旅行商品の造成
- 仮想現実（VR）や拡張現実（AR）等のXR（Extended Reality）を活用したワイナリーや地域観光拠点の発信
- 「ワイナリーがある地域に住まう誇り」というシビックプライドの醸成
- 地域ごとに陣容の限られたワイナリーに代わってワイナリー等を案内できる人材を育成する体制の整備

- 観光関係事業者が長野ワインの魅力を語れるようにワインエキスパート等資格取得の支援
- オンラインツアーやタウン誌への掲載等を通じた県外在住者がワインを目的に来訪をするための仕掛けづくり
- ぶどう栽培の作業に関心のある旅行者やリゾートテレワークの実践者と生産者・醸造家の橋渡しの検討
- インバウンドの増加に向けた英語、中国語等による情報発信の強化
- インバウンドに対応できる人材の育成

2 「ワインゴーランド」と酒類ツーリズムの展開

ワインを用いた観光は、個々のワイナリーへの来訪だけではなく、同時多発的なワインイベントや地域イベント、名所・旧跡等の地域資源をワインと結びつけ、来訪者がワインバレー内や県全体を自由に周遊する「ワインゴーランド」(Wine-Go-Round)の展開が考えられます。

長野県は、果実酒、清酒等の酒類の免許場数を合計すると全国トップを誇ります。ワインゴーランドの展開にあたっては、日本酒やクラフトビール等、県内の他の酒類関連産業とも連携を図りながら、「ワインゴーランド」に留まらず、より広範に「山の美酒王国『NAGANO』」として県産酒類全般を県内外にPRし、「酒類ツーリズム」・「地酒ゴーランド」へ発展していくことも考えられます。

- ワインバレー内や県全体を巡回できる仕掛け
- 地域イベントや名所・名跡とワインのかけ合わせによる魅力向上
- ワイン産地やワインバレーを紹介したパンフレットの作成と配布
- 地域の魅力向上に寄与する日本酒、シードル、クラフトビール等と複合した発信

3 地域交通と二次交通

県内外からの来訪者の受入には、拠点となる駅からの二次交通の仕組みづくりが重要です。在来線や路線バス、タクシー等の交通機関は旅行者の移動手段となる側面と地域住民の生活インフラとしての側面があります。二次交通の活用にあたってはこの両面の利害が相反することなく、双方にメリットがあることが求められます。

そのためには、共通的に利用されるソフトの整備や資源の共用等を通じた維持・運営コストの削減、新たな交通需要の創出による二次交通の維持・整備等が必要と考えられます。

- JR各社、しなの鉄道、長野電鉄、アルピコ交通(上高地線)、上田電鉄等の鉄道各社との連携強化
- バス、タクシー等によるワイナリーや地域拠点を結ぶ仕組みの構築
- ワイン等の輸送に係る貨客混載の検討
- 交通系ICカード等を使った決済方法の導入の検討
- ワイン列車等の企画の開催

第4節 地域ワインバレーの活性化

1 ワインバレーの「伝え手（インタープリター）」の育成

信州ワインバレーや NAGANO WINE を地域の内外に広げ、根付かせていくためにはそれを伝える「伝え手（インタープリター）」の存在が不可欠です。ワインはぶどうの樹を植えてから長期間にわたり栽培・収穫・醸造が行われ、その土地の姿を表現する、アートと言えます。ワインをはじめとする地域の魅力について地域の多くの方が気づき、誇りを持ち、自らの地域を語る事ができる仕組みづくりを検討していきます。併せて総合的に伝えるための中核的な人材の育成を目指します。

- NAGANO WINE 検定等、NAGANO WINE と信州ワインバレーを県内外の皆さんに知っていただく仕組みづくりの検討
- 信州ワインバレーや各地域ワインバレーにおけるインタープリターの育成

2 産業の枠を超えたネットワークの形成

ワインバレーの魅力を県内外の方に伝えたり、栽培や観光の体制整備を行うためには、ワイン産業の関係者に留まらない、産業の枠を超えた地域内の連携体制を確立することが求められます。他の酒類産業や製造業、飲食、観光、交通、教育等、地域に関わる多くの関係者が地域を盛り上げるために同一の方向に向かって進むための場づくりが必要です。

また、金融機関等と連携し、投資家へのワイナリーやワインの周辺産業に関する情報発信やセミナーの実施等、幅広い投資を呼び込むための取組を検討します。

- 地域内の幅広い関係者によるネットワークの構築
- ネットワークの構築に向けた研修会等の支援
- ワイン関連産業への外部投資の呼び込み
- ブロックチェーン技術を利用したワインのブランド化の検討
- 県外からのワイン産業及び関連産業への投資の呼び込みに向けた取組の推進
- 地域や学校におけるワイン文化の学びの場の形成

3 地域を跨いだネットワークの形成

「信州ワインバレー」として県全体のワイン産業等の魅力を伝えていくためには、それぞれのワインバレーによるプロモーションの展開に加え、県全体がワイン産地であることを発信していく必要があります。信州ワインバレー構想推進協議会を中心に、事業者団体、生産者、民間団体、市町村、県等が連携し、NAGANO WINE の地位を確固たるものに育てていきます。

参考資料

①酒類の地理的表示「長野」申立書

酒 税

CC1-7701

地理的表示の指定に係る申立書

令和3年4月23日

国税庁長官殿

(申立者)

住所又は所在地

長野市大字南長野字幅下 692 番 2

日本酒・ワイン振興室内

氏名又は名称

長野県原産地呼称管理委員会

ワイン委員会

代表者名

委員長 菊池 敬

電話番号

026-235-7126

下記の酒類については、別紙に掲げる理由から「酒類の地理的表示に関する表示基準」(平成 27 年 10 月国税庁告示第 19 号)第 2 項に規定する地理的表示として指定をすることが適当であると考
えられますので、関係書類を添えて申し立てます。

記

1 名称

長野

2 産地の範囲

長野県

3 酒類区分

ぶどう酒

4 酒類の品目

果実酒

(関係書類)

産地の範囲に当該酒類区分に係る製造場を有する全ての酒類製造業者の名簿

- 産地における地理的表示の指定に関する協議の状況
- 管理機関の定款その他の基本約款
- 管理機関の業務実施要領
- 名称が表示基準第3項第1号の規定に該当する表示である場合には、侵害の停止等を請求されるおそれがないことを証する書類
- 産地の範囲が日本国以外の場合の世界貿易機関の加盟国にある場合には、当該国で保護されていることが分かる書類

1 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性

(1) 酒類の特性について

イ 官能的要素

長野ワインは、総じて、ぶどう品種ごとの本質的な香味の特性がはっきりと現れたワインである。

赤ワインは、総じて濃い色調を有し、骨格のあるタンニンと適度な酸味を備えた凝縮感の高い味わいである。また、白ワインは、ぶどう品種の持つ特徴香がよく表現されており、フレッシュで生き生きとした酸を備えている。

また、長野ワインの中でも「プレミアム」と称するワインは、ぶどう品種ごとの本質的な香味の特性を活かした上で、華やかで気品のある香りと厚みのある果実味が調和した味わいを有し、しっかりとした余韻を感じることができる。

長野ワインの産地では、郷土料理である山賊焼きや信州そば並びに特産品である信州黄金シャモ、信州サーモン、ジビエや馬肉を用いた料理と合わせて好んで飲まれている。

ロ 化学的要素

長野ワインは、アルコール分、総亜硫酸値、揮発酸値及び総酸値等が次表の要件を満たすものをいう。

| | 長野ワイン | 内 長野ワインプレミアム |
|---------------------|--------------|--------------|
| ア ル コ ー ル 分 | | |
| 補糖しない場合 | 7.5%以上 20%未満 | 8%以上 20%未満 |
| 補糖した場合 | 15%未満 | 15%未満 |
| 総 亜 硫 酸 値 | 350mg/ℓ以下 | 250mg/ℓ以下※ |
| 揮 発 酸 値 | 1.2 g/ℓ以下 | 1.2 g/ℓ以下 |
| 総 酸 値 (酒 石 酸 換 算) | 4.5 g/ℓ以上 | 4.5 g/ℓ以上 |
| 発 泡 性 | 有するものを含む | 有するものを含まない |

※「貴腐ワイン、氷結ワイン」については、350mg/ℓ以下とする。

(注)「補糖」とは、酒税法第3条第13号ロ又はハに規定する製造方法により、糖類を加えることをいう。

(2) 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられることについて

イ 自然的要因

長野県は本州中央部に位置し、北西部には飛騨山脈（北アルプス）、南東部には赤石山脈（南アルプス）と、周囲を2,000mから3,000m級の高い山々に囲まれている。長野県の中央部にも木曾山脈（中央アルプス）があるなど、全域にわたり山岳が多くみられる急峻で複雑な地形である。総面積のほとんどが山地であり、その平均標高は1,000mを超えている。

これらの高い山々に降る雨や雪が、その急峻な地形と相まって、多数の河

川を形成している。特に東北部に向かい流れる千曲川と犀川や、中央部に位置する諏訪湖を水源とし南流する天竜川では、河川に沿って盆地が形成されており、その盆地に沿って都市や農地が広がっている。

盆地周縁の扇状地は、浸透性の高い小石や砂混じりの土壌であり、水はけが良好である。また、高い山々に囲まれていることにより、梅雨や台風の影響を受けにくく、年間降水量は1,000mm程度と全国有数の少なさである。さらに、ぶどうの栽培期である4～10月にかけての積算日照時間は1,200時間程度と全国の中でも晴れの日が多く、多湿や日照不足に起因する病害や生育不足が発生しにくい。

ぶどうの栽培地の多くは標高500m以上の高地にあることから、全般的に冷涼な気候であり、昼夜の寒暖差が大きい。アメリン&ウインクラ（カリフォルニア大学デービス校）の分類によれば、長野県内のワインぶどう栽培地は、概ねリージョン1からリージョン3に分類され、比較的冷涼な気候を好む欧州系ぶどうの栽培に適している。

冷涼で昼夜の寒暖差が大きい気候条件のもと、白ワイン用ぶどうは適度な有機酸を含有しつつも糖度が高く、また赤ワイン用ぶどうにおいてはアントシアニン含量が豊富で高品質なぶどうが生産され、その生産量は日本有数である。

ロ 人的要因

長野県でのぶどう栽培の歴史は古く、江戸時代には山辺村（現在の松本市山辺地区）で甲州ぶどうが栽培されていたようである。

明治時代には、政府の殖産興業政策を受け、長野県での果実栽培とぶどう酒醸造が奨励され、1879（明治12）年には、山辺村の豊島新三郎氏がアメリカ系品種の栽培を成功させたとされている。また、塩尻・桔梗ヶ原（現在の塩尻市桔梗ヶ原地域。以下「桔梗ヶ原」という。）では、1869（明治2）年から開拓が始まると、豊島新三郎氏の養子である豊島理喜治氏が桔梗ヶ原に入植し、1890（明治23）年から本格的にコンコード品種を主体とするぶどう栽培を開始した。

なお、桔梗ヶ原では、林五一氏が1951（昭和26）年からメルロの栽培を始め、創意工夫をもって根付かせていくと、1989（平成元）年に国際的に権威のあるワインコンクールで当地のメルロを用いたワインが金賞を受賞したことにより、桔梗ヶ原はメルロの産地として有名になっている。

1970年代になると、上田市塩田・小諸市一帯や小布施町・高山村・須坂市一帯で、大手ワイナリーとの契約ぶどう栽培による欧州系品種の栽培が始まるなど、長野県全域に醸造用ぶどうの栽培が広がっていった。

2003（平成15）年には、長野県東部町（現東御市）でぶどう栽培からワイン醸造まで一貫して行う小規模なワイナリー（以下「ブティックワイナリー」という。）が開設されると、2015（平成27）年に、民間企業によるワイナリーの立ち上げ支援として千曲川ワインアカデミーが開講されたこともあって、長野県内各地でブティックワイナリーが相次いで立ち上げられ、長野県内でのワイン醸造が盛んになっていった。

また、長野県庁は2002（平成14）年に「長野県原産地呼称管理制度（Nagano Appellation Control）」を創設した。この制度は、農産物の原料や栽培方法、飼育方法、味覚による差別化を行うことにより、生産者が「長野県で生産・製造されたもの」を自信と責任を持って消

費者にアピールしていくとともに、生産意欲の醸成を図ることを目的としたものであり、長野県産農産物のブランド化を目指したものである。制度創設当初よりワインの認定も行い、「長野ワインプレミアム」に繋がる長野らしいワインの品質について明確化することに貢献してきた。

さらに、2013（平成 25）年には、長野県内のワイン産地を、桔梗ヶ原ワインバレー・千曲川ワインバレー・日本アルプスワインバレー・天竜川ワインバレーに 4 区分し、長野県全体のワイン産業とブランド化を推進する取り組みである「信州ワインバレー構想」を策定するなど、産官学協働でワイン振興を図っている。

このように、長野のワイン造りはぶどう栽培と一体的に発展してきたものであり、それぞれの気候風土に適合した品種の栽培方法や品種に適した醸造方法等も盛んに研究されるなど、ぶどう品種ごとの本質的な香味の特性がはっきりと現れるという酒類の特性が形成される要因となっている。

2 酒類の原料及び製法に関する事項

地理的表示「長野」を使用するためには、次の事項を満たしている必要がある。

(1) 原料

イ 果実に長野県で収穫されたぶどうであって、次に掲げる品種のみを用いたものであること。

(イ) ヴィニフェラ系品種

A 類：メルロ、シャルドネ

B 類：カベルネ・ソーヴィニヨン、ピノ・ノワール、ケルナー、ソーヴィニヨン・ブラン、ピノ・ブラン、カベルネ・フラン、セミヨン、ミュラー・トゥルガウ、サンジョヴェーゼ、シラー、ヴィオニエ、バルベリーラ、ピノ・グリ、ゲヴェルツトラミナー、リースリング、バッカス、マルベック、プティ・ベルド、タナ、プティ・マンサン、アルバリーニョ、マルスラン、シュナン・ブラン、シェンブルガー

C 類：ザラジェンジェ、ツヴァイゲルトレーベ、ドルンフェルダー

(ロ) ラブラスカ系品種

A 類：セイベル 13053、セイベル 9110

B 類：デラウェア

C 類：コンコード、ナイアガラ

(ハ) 日本系交配品種

A 類：浅間メルロ

B 類：サンセミヨン、信濃リースリング

C 類：シャルドネ・ドウ・コライユ

D 類：マスカット・ベリーA、ブラック・クイーン、小公子、ヤマ・ソービニオン

E 類：竜眼、甲州

F 類：ワインランド、国豊 3 号、ホワイトペガール、ブラックペガール、上記に掲げた以外のヤマブドウ（アムレンシス種及びコアニティ種等）

G 類：巨峰

ロ 原料として水を使用していないこと。

ハ 原料の果実の果汁糖度が、次表の要件を満たすぶどうを用いること。

ただし、ぶどう栽培期間の天候が不順であった場合には、当該ぶどう栽培期間を含む暦年内に収穫されたぶどうに限り、それぞれの必要果汁糖度を1.0%下げることができる。

| ぶどう品種 | 細分 | 長野ワイン | 内 長野ワインプレミアム | |
|-----------|----|---------|--------------|--|
| | | | 内 発泡性を有するもの | |
| ヴィニフェラ系品種 | A類 | 17.0%以上 | 19.0%以上 | |
| | B類 | | 18.0%以上 | |
| | C類 | | 17.0%以上 | |
| ラブルスカ系品種 | A類 | 17.0%以上 | 17.0%以上 | |
| | B類 | 15.0%以上 | 18.0%以上 | |
| | C類 | | 16.0%以上 | |
| 日本系交配品種 | A類 | 17.0%以上 | 19.0%以上 | |
| | B類 | | 18.0%以上 | |
| | C類 | | 17.0%以上 | |
| | D類 | 16.0%以上 | 18.0%以上 | |
| | E類 | | 17.0%以上 | |
| | F類 | | 16.0%以上 | |
| | G類 | | 15.0%以上 | |
| | | | 12.0%以上 | |

ニ 酒税法第3条第13号に規定する「果実酒」の原料を用いたものであること。

ただし、同法第3条第13号ニに規定するブランデー、アルコール、スピリッツ、糖類又は香味料については、次表の要件を満たす場合に限り使用することができる。

| | | 長野ワイン | 内 長野ワインプレミアム |
|-------|-------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| ブランデー | 他の容器に移し替えることなく移出することを予定した容器内で発酵させたものに、発酵後、当該容器に加える場合に限り使用可能 | | 使用不可 |
| アルコール | 使用不可 | | 使用不可 |
| スピリッツ | 使用不可 | | 使用不可 |
| 糖 類 | 砂糖、ぶどう糖又は果糖に限る | | 砂糖に限る |
| 香 味 料 | ぶどうの果汁又はぶどうの濃縮果汁（いずれも長野県で収穫されたぶどうのみを原料としたものに限る。）に限る | | 原料の果実として使用したぶどうと同じ品種のぶどうであって、同一の暦年内に同一の地域（市区町村の範囲が同一であることをいう。）で収穫されたぶどうの果汁又はぶどうの濃縮果汁に限る |

(2) 製法

イ 酒税法第3条第13号に規定する「果実酒」の製造方法により長野県内において製造されたものであり、「果実酒等の製法品質表示基準（平成27年10月国税庁告示第18号）」第1項第3号に規定する「日本ワイン」であること。

- ロ 酒税法第3条第13号ロ又はハに規定する製造方法により、糖類を加える場合には、その加える糖類の重量が、次表の要件を満たすこと。

| ぶどう品種 | 細分 | 長野ワイン | |
|-----------|----|-----------|--------------|
| | | | 内 長野ワインプレミアム |
| ヴィニフェラ系品種 | A類 | 7 g/100ml | 5 g/100ml |
| | B類 | | 6 g/100ml |
| | C類 | | 7 g/100ml |
| ラブラスカ系品種 | A類 | 7 g/100ml | 7 g/100ml |
| | B類 | 9 g/100ml | 6 g/100ml |
| | C類 | | 8 g/100ml |
| 日本系交配品種 | A類 | 7 g/100ml | 5 g/100ml |
| | B類 | | 6 g/100ml |
| | C類 | | 7 g/100ml |
| | D類 | 8 g/100ml | 6 g/100ml |
| | E類 | | 7 g/100ml |
| | F類 | | 8 g/100ml |
| | G類 | | 8 g/100ml |

- ハ 酒税法第3条第13号ニに規定する製造方法により、糖類を加える場合には、次のいずれか少ない方の重量までに限る。

(イ) 果実に含まれる糖類の重量から、上記ロにより加えた糖類を差し引いた重量

(ロ) 加えようとする糖類の重量と加える前の酒類の重量の合計の100分の10

- ニ 酒税法第3条第13号ニに規定する香味料を加える場合は、当該加える香味料に含有される糖類の重量が当該香味料を加えた後の果実酒の重量の100分の10を超えないこと。

- ホ 補酸及び除酸剤の使用は、次表の要件を満たすこと。

| | | 長野ワイン | |
|----|-------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| | | | 内 長野ワインプレミアム |
| 補酸 | 原料果汁の総酸値が7.5 g/l以上である場合 | 不可 | 不可 |
| | 原料果汁の総酸値が7.5 g/l未満である場合 | 色調の安定化、亜硫酸調整等の品質保全の目的でPH調整を行う必要最小限の補酸として4.0 g/lまで可能 | 色調の安定化、亜硫酸調整等の品質保全の目的でPH調整を行う必要最小限の補酸として2.0 g/lまで可能 |
| 除酸 | | 総酸値を2.0 g/l低減させるまで可能 | 不可 |

- ヘ 製造工程上、貯蔵する場合は長野県内で行うこと。

- ト 消費者に引き渡すことを予定した容器に長野県内で詰めること。

3 酒類の特性を維持するための管理に関する事項

- (1) 地理的表示「長野」を使用するためには、当該使用する酒類を酒類の製造場（酒税法（昭和28年法律第6号）第28条第6項又は第28条の3第4項の規定により酒類の製造免許を受けた製造場とみなされた場所を含む。）から移出（酒税法第28条第1項の規定の適用を受けるものを除く。）するまでに、当該使用する酒類が「酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項」及び「酒類の原料及び製法に関する事項」を満たしていることについて、次の団体（以下「管理機関」という。）により、当該管理機関が作成する業務実施要領に基づく確認を受ける必要がある。

管理機関の名称：長野県原産地呼称管理委員会

住所：長野市大字南長野字幅下692番2 日本酒・ワイン振興室内

電話番号：026-235-7126

- (2) 管理機関は、業務実施要領に基づき、ぶどう栽培期間の天候が不順であったと認める場合には、直ちにその旨を公表する。
- (3) (1)による確認を受けた酒類であって、酒類の容器又は包装に地理的表示であることを明らかにする表示と併せて、次の事項の表示を行う場合は、業務実施要領に基づき表示することとする。
- イ ぶどう品種名の表示
 - ロ 「長野ワインプレミアム」の表示

4 酒類の品目に関する事項

果実酒

②酒類の地理的表示「長野」業務実施要領

地理的表示「長野」業務実施要領

(総則)

第1条 この業務実施要領は、長野県原産地呼称管理委員会（以下「管理機関」という。）が行う、地理的表示「長野」（以下「G I 長野」という。）に関する酒類の特性を維持するための管理業務（以下「G I 長野管理業務」という。）について定めるものである。

(目的)

第2条 G I 長野管理業務は、G I 長野に関する酒類の特性を維持するための管理を行うことにより、G I 長野を使用するワインに対する消費者からの信頼性の確保及び地域ブランド価値の向上を図ることを目的として実施する。

(実施事項)

第3条 管理機関は、G I 長野管理業務として以下の業務を実施する。

- (1) G I 長野を使用することを希望するワイン（以下「G I 確認申込酒類」という。）が、G I 長野の生産基準に定める「酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項」（以下「特性に関する事項」という。）及び「酒類の原料及び製法に関する事項」（以下「原料等に関する事項」という。）の要件を具備しているか確認する業務（以下「確認業務」という。）
- (2) 消費者からのG I 長野に関する問合せに対応する業務
- (3) G I 長野の使用状況の把握及び管理に関する業務
- (4) 国税当局との連絡及び調整に関する業務
- (5) (1)から(4)に掲げる業務を実施するために必要なその他の業務

(確認業務)

第4条 管理機関は、管理機関の構成員（以下「構成員」という。）から当該構成員が製造するワインに対する確認業務の申込みがあった場合は、以下の方法により確認業務を実施する。

- (1) 書類等の確認
 - (2) 理化学検査
 - (3) 官能審査
- 2 管理機関は、管理機関の構成員でない者からその者が製造するワインに対する確認業務の申込みがあった場合は、前項各号に掲げる方法により確認業務を実施する。
- 3 管理機関に前2項の確認業務を申し込む場合は、以下の書類等を確認業務実施日の2週間前までに提出する。
- (1) 別紙様式1「地理的表示『長野』確認申込書」
 - (2) 第5条及び第6条に定める確認事項に記載の事実を証する書類又は別紙様式2「製造仕様書」
 - (3) G I 確認申込酒類（360ml以上の容器に詰めたものを2本）
 - (4) G I 確認申込酒類に付すことを予定している表示証（商品ラベル）

4 確認業務は、原則として年4回（2月、5月、8月及び11月）実施する。

ただし、管理機関の長が必要と認める場合は、上記に定める以外の時期にも確認業務を実施することができる。

（書類等の確認）

第5条 管理機関は、第4条の規定により提出されたG I 確認申込酒類がG I 長野に係る原料等に関する事項を具備しているかについて、以下の事項の確認を行う。

- (1) 原料ぶどうの収穫年、場所、品種、果汁糖度及び使用重量（原料として用いた品種全てについて確認する。）
- (2) 水を用いていないこと
- (3) ブランデー、アルコール及びスピリッツの使用実績
- (4) 補糖の実績
- (5) 補酸又は除酸の実績
- (6) 香味料の使用実績
- (7) 甘味化の実績
- (8) 製造した場所
- (9) 貯蔵した場所
- (10) 消費者に引き渡すことを予定した容器に詰めた場所（予定を含む）
- (11) ブレンドの状況

2 前項の確認は、酒税法（昭和28年法律第6号）第46条により帳簿に記載した事項又は酒類の原料の契約書、納品書、規格書並びにその他これらに類するものの写しの提出を受けて行う。

3 管理機関は、前項に掲げる書類等の確認を円滑に行うため、G I 確認申込酒類に係る第1項に掲げる事項について、構成員及び構成員でない者（以下「構成員等」という。）に対して、事前に別紙様式2「製造仕様書」（以下「製造仕様書」という。）へ記録しておくことを求めることができる。

4 第4条の確認業務の申込みに当たり構成員等から製造仕様書が提出された場合には、第2項の規定にかかわらず製造仕様書により確認することとして差し支えない。

（理化学検査）

第6条 管理機関は、構成員等のG I 確認申込酒類について、以下の事項を確認する。

- (1) アルコール分
- (2) 総亜硫酸値
- (3) 揮発酸値
- (4) 総酸値（酒石酸換算）
- (5) 発泡性の有無

2 前項の確認は、国税庁所定分析法、又は国税庁所定分析法以外の測定方法で合理的かつ正確であると国税庁が認めたものによる分析により実施する。

3 前項の規定にかかわらず、構成員等から提出された第4条第3項第2号に掲げる書類により確認することとして差し支えない。

(貴腐ワイン等)

第7条 G I 長野の生産基準第1(1)ロに規定する「貴腐ワイン」及び「氷結ワイン」は、次の要素を満たすものをいう。

- (1) 貴腐ワインとは、原料として使用したぶどうの全てが貴腐ぶどう(ぶどうの木の枝に付いた状態のまま、ボトリティス・シネレア菌に覆われた状態のぶどうを収穫したものをいう。)であって、ブランデー、アルコール及びスピリッツを混和せず、製造工程で補糖及び甘味化を行っていないものをいう。
- (2) 氷結ワインとは、原料として使用したぶどう全てについて、収穫後当該ぶどう果実又は当該ぶどう果汁を冷凍し、氷結した水分を除いてエキス分(糖分等)を濃縮したものをを用いたものであって、ブランデー、アルコール及びスピリッツを混和せず、製造工程で補糖及び甘味化を行っていないものをいう。

(官能審査等)

第8条 管理機関は、官能審査を実施するため「官能審査実施細則」を定める。

- 2 官能審査委員5名以上を置き、うち1名を委員長とする。
- 3 官能審査委員の過半数は、構成員以外の者から選任する。
- 4 官能審査は、次の部門ごとに実施する。
 - (1) 一般部門
 - (2) プレミアム部門
- 5 官能審査では、G I 確認申込酒類に、G I 長野に係る特性に関する事項に合致していないような明らかに異常な味や香りが無いことを確認する。

特に、プレミアム部門では、G I 長野に係る特性に関する事項が十分に反映されていることを追加的に確認する。
- 6 委員長は、官能審査の結果を速やかに管理機関の長に報告する。

(確認業務の結果通知)

第9条 管理機関は、第4条の確認業務を実施した結果、構成員等のG I 確認申込酒類がG I 長野に係る特性に関する事項及び原料等に関する事項の要件を具備していると認めた場合は、当該構成員等に対して別紙様式3「地理的表示『長野』確認結果通知書」(以下「結果通知書」という。)によりその旨を通知する。

- 2 前項に掲げる以外のG I 確認申込酒類については、要件を具備していないと認めたG I 長野に係る特性に関する事項及び原料等に関する事項を記載した結果通知書によりその旨を通知する。

なお、当該G I 確認申込酒類については、当該G I 確認申込酒類に講じた矯正措置等の具体的な内容を適宜様式に記載・提出させ、その妥当性を管理機関の長が認めた場合のみ、1回に限り、再確認のための第4条の確認業務の申込みを受け付けることができる。

(G I 長野を使用できる範囲)

第10条 前条第1項による通知があった構成員等は、以下に掲げる酒類のうち、結果通知書で定める範囲の酒類について、当該結果通知書で定める有効使用期限の間に限り、生産基準第3「酒

類の特性を維持するための管理に関する事項」に規定する確認を受けたものとして「G I 長野」を使用できる。

- (1) G I 確認申込酒類と同一の貯蔵容器に貯蔵されていた酒類
 - (2) G I 確認申込酒類と同一の仕込み方法により製成した酒類の内、結果通知があった日から1年を経過する日までに出荷される酒類（製成後にブレンドをしていないものに限る。）
 - (3) G I 確認申込酒類と同一の工程で、消費者に引き渡すことを予定した容器に詰めた酒類
- 2 前項の結果通知書で定める範囲の酒類については、原則として、第8条第4項の官能審査を実施する区分に応じ、次に掲げる範囲を定めるものとする。
- (1) 一般部門 前項(1)から(3)の範囲
 - (2) プレミアム部門 前項(3)の範囲

(確認業務結果の保存及び開示)

- 第11条 確認業務に関する書類は、確認業務を行った日の属する年度の翌年度の4月1日から5年以上保存する。
- 2 構成員等から、当該構成員等のG I 確認申込酒類に係る確認業務に関する書類について情報の開示請求があった場合は、保存している情報を開示しなければならない。
 - 3 前項に基づく対応のてん末については、適宜の様式で記録し、その記録を作成した日の属する年度の翌年度の4月1日から5年以上保存する。

(手数料)

- 第12条 構成員等は、第4条の確認業務の申込みに当たり、管理機関に手数料を納めなければならない。
- なお、手数料の具体的な金額等は、管理機関が別途定める。

(消費者からの問い合わせに対する業務)

- 第13条 管理機関内に、G I 長野に関する照会等担当者を置く。
- 2 照会等担当者は、G I 長野に関する消費者からの問合せに対する対応を行う。
なお、構成員等の商品に関する問合せや品質等に対する苦情があった場合は、当該構成員等と連携して対応する。
 - 3 G I 長野を使用してはならないワインに「長野」が表示されている旨の情報提供があった場合には、適宜の様式で記録し、直ちに管理機関の長に報告する。
 - 4 前項の記録については、その記録を作成した日の属する年度の翌年度の4月1日から5年間保存する。

(G I 長野の使用状況の把握及び管理)

- 第14条 管理機関内に、G I 長野に関する使用管理者を置く。
- 2 構成員等は、4月1日から翌年3月31日までに出荷したG I 長野使用ワインに関する出荷量等を、別紙様式4「地理的表示『長野』出荷状況報告書」により4月30日までに管理機関に報告する。

- 3 管理機関は、第9条第1項による結果通知書を通知した者に対して、前項の報告を求めることができる。
- 4 使用管理者は、前2項により把握した出荷量等の統計情報を集計し、管理機関の長に結果を報告する。
- 5 G I 長野の使用状況の把握及び管理に係る書類は、その作成した日の属する年度の翌年度の4月1日から5年以上保存する。

(国税当局への協力)

第15条 管理機関は、消費者の信頼性の確保及び地域ブランド価値の保護の観点から、不正な「長野」の使用に関する情報について関東信越国税局へ提供する。

- 2 前条第4項で集計した統計情報については、作成次第遅滞なく、関東信越国税局に提供する。
- 3 この他、管理機関は、関東信越国税局からの求めに応じて、G I 長野管理業務に関する資料及び情報を提供する。

(違反等)

第16条 管理機関は、構成員等が結果通知書で定める範囲のワイン以外のワインにG I 長野を使用していることを把握した場合は、当該構成員等に対し、必要な範囲においてG I 長野の使用を直ちに停止するよう求めることができる。

- 2 管理機関は、前項によるG I 長野の使用停止の求めに応じない者からの第4条の申込みについては、当分の間受理しないことができる。
- 3 管理機関は、「酒類の地理的表示に関する表示基準（平成27年国税庁告示第19号）」を遵守しないものとして、財務大臣が酒類業組合法第86条の6第4項に基づき公表した酒類製造業者からの第4条の申込みについては、当分の間受理しないことができる。
- 4 管理機関は、第14条第2項に規定する報告を行わなかった者からの第4条の申込みについては、当該報告が行われるまでの間受理しないことができる。
- 5 管理機関は、構成員が製造するワインに係るG I 長野の使用について違反があることが疑われる場合は、当該構成員に対して現地調査を実施することができる。
- 6 管理機関は、構成員でない者が製造するワインに係るG I 長野の使用について違反があることが疑われる場合は、当該構成員でない者から承諾を得た上で、現地調査を実施することができる。
- 7 第1項から前項までの規定に基づく対応内容については、適宜の様式で記録し、その記録を作成した日の属する年度の翌年度の4月1日から5年以上保存する。

(ぶどう栽培期間の天候)

第17条 管理機関の長は、気象庁がホームページで公開している気象情報、長野県果樹試験場における天候観測結果、台風等の要因等を総合勘案し、ぶどう栽培期間の天候が不順であったか否か決定するとともに、その旨をホームページ等で周知する。

- 2 前項の決定に関する書類は、決定を行った日の属する年度の翌年度の4月1日から5年以上保存する。

(その他)

第 18 条 本管理業務実施要領及び関連規定を改訂する場合は、国税庁の承認を受ける。

2 G I 長野管理業務の実施に当たり、その他必要な事項は、管理機関の長が別途定める。

(ぶどう品種の追加)

第 19 条 G I 長野の生産基準第 2 (1) イに規定するぶどうの品種以外の品種について、当該ぶどうの品種を原料とした果実とした酒類が 3 年以上継続して製造されており、かつ、官能審査委員の総意をもって G I 長野の生産基準の特性に関する事項が十分に反映されていることの確認ができた場合には、速やかに、G I 長野の原料ぶどう品種として追加する手続を、国税庁長官に対して開始する。

(ぶどう品種名の表示及び「長野ワインプレミアム」の表示)

第 20 条 G I 長野の生産基準第 3 (3) イに規定するぶどうの品種名の表示を行う場合は、果実酒等の製法品質表示基準に基づき表示することとするが、次の左欄の場合には、必ず右欄の表示を行うこととする。

| 左欄 (区分) | 右欄 (表示方法) |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 生産基準の原料欄に掲げる品種を 3 品種以上原料として使用している場合 (使用量の多い上位 2 品種の使用量の合計が 85% 以上を占める場合を除く。) | 使用量の多い順に表示し、その表示するぶどう品種の使用量の合計が 85% 以上を占める品種まで表示する。(品種の表示は、生産基準第 2 (1) イに定めたぶどう品種名の表記により行う。) |

2 G I 長野の生産基準第 3 (3) ロに規定する「長野ワインプレミアム」の表示を行う場合は、次の方法により「G I NAGANO PREMIUM」と表示することとする。

- (1) 表示する場所は、メインラベルとし、途中で改行せずに一体的に書くこととする。
- (2) 表示する文字の大きさは、7 ポイント以上とする。
- (3) 表示する文字の書体は、装飾がなく誰もが読みやすいものとし、表示する文字の色は問わない。
- (4) 上記(1)から(3)に代えて、管理機関が定めたシールラベルでの表示をすることができる。

(附則)

第 1 条 G I 長野の指定の日より前に長野県原産地呼称管理委員会から認定を受けたワインであって、同日以降初めて実施される確認業務の結果通知を受ける日 (確認の申込みをしなかったワインについては、当該確認業務が実施される日) までに出荷されたワインは、第 9 条第 1 項に定める通知を受けたワインとみなす。

事項ごとの関係窓口

【ワイン産業に新たに携わりたい】

| | 代表的な相談先 | 連絡先 |
|-----------------|-------------------------|----------------------------------|
| 県外窓口 | 銀座NAGANO（移住担当） | 03-6274-6016 |
| | ふるさと回帰支援センター | 080-7735-3992/090-1657-7401 |
| | 長野県名古屋事務所（移住・交流サポートデスク） | 052-251-1441 |
| | 長野県大阪事務所（移住・交流サポートデスク） | 06-6341-7006 |
| 県内窓口 | 長野県信州暮らし推進課 | 026-233-1794 |
| | 長野県農業農村支援センター | 長野県ホームページをご覧ください |
| | 長野県農業担い手育成基金 | 026-236-3702 |
| | 長野県農ある暮らし相談センター | 080-8883-6619 |
| | 市町村移住相談窓口 | 各市町村にお問い合わせください |
| ワインについて総合的に学びたい | 千曲川ワインアカデミー（日本ワイン農業研究所） | 0268-71-7082 |
| | 塩尻ワイン大学（塩尻市農林課） | 0263-52-0280(代) |
| ワイン醸造の研修を受けたい | 長野県産業労働部日本酒・ワイン振興室 | 026-235-7126 |

【ワイン用ぶどうを栽培したい】

| | 代表的な相談先 | 連絡先 |
|------------------------------|----------------------|----------------------------------------------------|
| 農地の取得・貸借 | 市町村農業委員会 | 各市町村にお問い合わせください |
| | 市町村農政担当課 | 各市町村にお問い合わせください |
| | 長野県農業開発公社 | 026-234-0777 |
| 栽培の指導を受けたい ・栽培の困りごとを相談したい | 長野県農業農村支援センター | 長野県ホームページをご覧ください |
| | 長野県農政部農業技術課（専門技術員） | (農業試験場駐在) 026-246-2413 (野菜花き試験場駐在) 0263-52-3611 |
| | 長野県農業関係試験場 | 長野県農業関係試験場ホームページをご覧ください |
| | 長野県病害虫防除所 | 026-248-6471 |
| | J A果樹担当課（営農指導員） | 各J Aのホームページをご覧ください |
| | 長野県ワイン用ぶどう栽培情報ネットワーク | ネットワークホームページからお問合せください |

【ワイナリーを開業したい・醸造したい】

| | 代表的な相談先 | 連絡先 |
|--------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| ワイナリーを建てられるか知りたい | | |
| 農地転用・農振法関係 | 市町村農業委員会（農地転用） | 各市町村にお問合せください |
| | 市町村農政担当課（農振法） | 各市町村にお問合せください |
| 開発許可・建築確認 | 建築指導課（長野市・松本市） | 各市にお問合せください |
| | 長野県建設事務所担当課 | 長野県ホームページ をご覧ください |
| 醸造に必要な免許や許可を相談したい | | |
| 酒造免許の取得について相談したい | 長野税務署酒類指導官（東北信） | 026-234-0111(代) |
| | 松本税務署酒類指導官（中南信） | 0263-32-2790(代) |
| 食品製造の営業許可について相談したい | 長野市保健所（長野市） | 026-226-9970 |
| | 松本市保健所（松本市） | 0263-40-0704 |
| | 長野県保健所担当課 | 長野県ホームページ をご覧ください |
| 醸造時の困りごとを相談したい | 長野県工業技術総合センター食品技術部門 | 026-227-3131(代) |
| 事業者団体に加入したい | 長野県ワイン協会事務局 | 026-229-6775 |
| ワイナリーの経営について相談したい | 商工会、商工会議所 | 各団体または連合会にご連絡ください |
| | 長野県産業振興機構（長野県よろず支援拠点） | 026-227-5875 |

【設備投資の融資、制度資金、補助金等について相談したい】

| | 代表的な相談先 | 連絡先 |
|--|----------------------|-----------------------------------|
| | 商工会、商工会議所 | 各団体または連合会にご連絡ください |
| | 市町村農政・商工担当課 | 各市町村にお問合せください |
| | 長野県農業農村支援センター | 長野県ホームページ をご覧ください |
| | 県内各金融機関 | お取引のある金融機関等にお問合せください |
| | 日本政策金融公庫長野支店（農林水産事業） | 026-233-2152 |

【販路開拓に取り組みたい】

| | 代表的な相談先 | 連絡先 |
|--|---------------------|-------------------|
| | 長野県営業局 | 026-235-7248 |
| | 長野県観光機構CX事業部 | 026-219-5276 |
| | 長野県産業振興機構マーケティング支援部 | 026-235-7387 |
| | 商工会、商工会議所 | 各団体または連合会にご連絡ください |
| | 長野県名古屋事務所 | 052-251-1441 |
| | 長野県大阪事務所 | 06-6341-7006 |

【ワイン・ツーリズムに取り組みたい】

| 代表的な相談先 | 連絡先 |
|-----------------|----------------|
| 長野県観光部 | 026-235-7250 |
| 長野県観光機構パブリック事業部 | 026-219-5274 |
| 市町村観光担当課 | 各市町村にお問合せください |
| 地域DMO・市町村観光協会 | 各市町村等にお問合せください |

【全体的な相談をしたい。どこに相談したらよいかわからない】

| 代表的な相談先 | 連絡先 |
|--------------------|--------------|
| 長野県産業労働部日本酒・ワイン振興室 | 026-235-7126 |

用語集

【制度等】

| 用語 | 説明 |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 里親ワイナリー研修制度 | 信州ワインバレー構想の策定を受け、平成 26 年度（2014 年度）から長野県が開始した研修制度。ワイナリーの協力の下、県内での新規開業希望者の醸造技術等の向上のため、登録された里親ワイナリーで研修を実施する。 |
| 酒類の地理的表示 | 地域の共有財産である「産地名」の適切な使用を保護・促進するため、産地からの申立てにより、国税庁長官が産地を指定。産地特性の適合確認を受けた商品が産地名を独占的に名乗る制度。WTO の発足時にぶどう酒と蒸留酒の地理的表示の保護が加盟国の義務とされ、国税庁が制度を制定。平成 27 年（2015 年）に全ての酒類が制度の対象となった。令和 5 年 2 月時点で 20 地域（清酒 13、ぶどう酒 5、蒸留酒 4、その他 1・地域の重複含む）が指定を受けている。 |
| 酒類の地理的表示「長野」 （G I 長野） | 「長野県原産地呼称管理委員会」が主体となり、平成 12 年に長野県が策定した長野県原産地呼称管理制度の考え方を引き継いだ基準を作成し国税庁へ申立て。令和 3 年（2021 年）6 月 30 日に全国で初めて清酒とぶどう酒の同時指定を受けた。 |
| 新規就農里親研修制度 | 県職員の就農コーディネーターが、新規就農希望者の就農までのプラン作成を支援するとともに、県に登録している里親農業者が栽培技術や経営管理に係る知識の習得等を支援する研修。 |
| 地域計画（農業経営基盤強化法） | 農業経営基盤強化促進法に基づき、市町村が、自然的経済的社会的諸条件を考慮した区域ごとに地域の農業者、関係団体と協議し、10 年後の区域における将来の農業の在り方、農業上の利用が行われる農用地等の区域、農業を担う者ごとの利用する農用地を示した計画。 |
| 長野県原産地呼称管理制度 （NAGANO Appellation Control） | 平成 14 年（2002 年）に長野県が独自に策定した県産農産物及び酒類のブランド化を推進するための認定制度。略称は頭文字を取って N A C。平成 15 年（2003 年）に日本酒とワインの認定から始まり、焼酎、米、シードルの認定が追加された。日本酒とワインについては、令和 3 年 6 月 30 日に国税庁から指定を受けたこととともない「酒類の地理的表示『長野』」への制度を移行した。 |
| ワイン特区（構造改革特区） | 自治体からの申請に基づき内閣府が認定する「構造改革特区」のメニューのひとつで、「ワイン特区」は通称。 ワイン特区では、特区内の原料を使って製造する果実酒の最低醸造数量が引き下げられる。 令和 5 年 3 月末時点で、県内では 14 地区 28 市町村が「ワイン特区」の認定を受けている。 |

【ワイン・醸造関係】

| 用語 | 説明 |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 国内製造ワイン | 日本ワインを含む、日本国内で製造された果実酒及び甘味果実酒。国内製造ワインには、ぶどう以外を用いた「フルーツワイン」や濃縮果汁等を使用したものも含まれる。 |
| サイダリー（シードルリー） | シードルを主として製造する醸造所の通称。 |
| シードル | りんごを主原料として醸造した発泡性のお酒。県内ではワイナリー、サイダリー、酒蔵等で作られ、委託醸造によりオリジナルのシードルをつくる農家も増えている。地域や国により、シードル以外にも、サイダー、ハードサイダー、シドラ等とも呼ばれる。 |
| テロワール | フランス語（Terroir）。ワインが醸される土地の気候、地形、土壌等の自然環境を指す。これに加え、生産者等の営みを加えて示すこともある。 |
| 日本ワイン | 国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒。平成 27 年（2015 年）に国税庁が「果実酒等の製法品質表示基準」を制定して定義し、平成 30 年（2018 年）10 月 30 日からラベルに「日本ワイン」と記載する運用が始まった。 |

【団体等】

| 用語 | 説明 |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 信州ワインバレー構想推進協議会 | 信州ワインバレー構想の策定を受け、平成 25 年（2013 年）6 月に立ち上げられた。県、市町村、ワイナリー、商工団体、観光団体、金融機関、大学等により構成され、信州ワインバレー構想の推進に向け、産学官の協働で活動を行う。 |
| 長野県原産地呼称管理委員会 | 長野県原産地呼称管理制度を運営するために立ち上げられた団体。現在は、同制度に加えて、酒類の地理的表示「長野」（GI 長野）の管理機関としての役割も担う。 |
| 長野県ワイン協会 | 長野県内のワイナリーが所属することができる事業者団体。信州ワインバレー構想においてはワイナリーの活動において中心的な役割を担う。 |
| NAGANO WINE 応援団運営委員会 | 信州ワインバレー構想の推進に向け、民間有志が立ち上げた NAGANO WINE のプロモーション等を行う任意組織。長野県や長野県ワイン協会等と連携し、様々なイベントや情報発信に取り組む。 |

【栽培・農業関係】

| 用語 | 説明 |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ヴィンヤード | ぶどう園のこと。英語「vineyard」より。「本構想」では主にワイン用ぶどう園を指す。 |
| クローン（苗木/品種） | 一般的には、遺伝的に同じ性質をもつ集団のこと。ただし、ぶどうでは同一品種であっても耐病性、生産性、早熟性、着色性など性質が異なる個体が発現することがあり、これを増殖したものがクローンと呼ばれている。例えば「ピノ・ノワール」及び「シャルドネ」では、発泡性ワインに適したもの、収量が高いもの、高品質なワインに適したもの等、数 10 種類以上のクローンがある。 |
| グロワー | ワイン用ぶどう栽培者のこと。「本構想」では、その中でも委託醸造を行い、自社銘柄のワインを販売する者をいう。 |
| スマート農業 | ロボット技術やAI、IoT、ICTなどの先端技術を活用して、省力化、精密化や高品質生産を行う農業のこと。 |
| NAGANO WINE 栽培情報プラットフォーム | より高品質なワイン用ぶどうの安定生産を目指すことを目的に、県内でワイン用ぶどう栽培に関わる方々が情報を共有し技術を研鑽しあう場として、平成 29 年に構築されたプラットフォーム（議論の場）。プラットフォーム活動の一環として、研修会の開催や「長野県ワイン用ぶどう栽培情報ネットワーク」のホームページによる意見交換などを行っている。 |
| ワイン用ぶどう | ヨーロッパでワインの醸造に使用されてきた、「メルロー」、「シャルドネ」等の欧州系品種（ヴィニフェラ種）、長野県で明治時代以降に盛んに生産されてきた「コンコード」、「ナイアガラ」等の歴史ある北米系品種（ラブルスカ種）、「竜眼」等の県内の在来品種や山ぶどう、「マスカット・ベリーA」や「ブラッククイーン」等の国内改良品種の総称。 |

【醸造関係】

| 用語 | 説明 |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 委託醸造 | 酒造免許を有さない者が、自らの名義で販売するための酒類の製造を、酒造免許を有する者に委託して製造すること。県内にはワイン、シードルの製造を委託する者が数多くいる。 |
| グラッパ | ワイン用ぶどうの搾りかすを用いて製造した蒸留酒。イタリアが本場。 |

【プロモーション関係】

| 用語 | 説明 |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| ECサイト | インターネット上で商品やサービスを売買できるウェブサイト。 |
| BtoB | 企業が企業に対してモノやサービスを提供するビジネスモデル。 |
| BtoC | 企業が個人（一般消費者）に対してモノやサービスを提供するビジネスモデル。 |
| BYO | 自ら購入したワインを飲食店や宿泊施設に持ち込む（Bring Your Own）の頭文字を取ったもの。通常、グラスチャージやボトルチャージといった持込料を店舗に支払う場合が多い。 |
| プラットフォームECサイト | ここでは、複数の異なる運営主体によるオンラインショップが集まるウェブサイトのこと。 |

【観光関係】

| 用語 | 説明 |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DMO | 観光地域づくり法人（Destination Management/Marketing Organization）の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立って多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた戦略を策定するとともに、戦略を実施するための調整機能を備えた法人。 |
| ワインゴーランド | 遊園地のメリーゴーランドで遊ぶように、ワインとぶどう畑と作り手を訪ねながらワインバレーを回遊するワイン・ツーリズムの一類型。 |
| ワイン・ツーリズム | ワイナリーでの試飲・購入、ぶどう畑のある景色の散策や収穫体験など、旅行の目的地としてワイン生産地を訪れ、能動的にその土地のテロワールを楽しむこと。 |

【その他】

| 用語 | 説明 |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| アップサイクル | 元の製品や廃棄予定のものに新たな付加価値を持たせて別の製品として商品化すること。 |
| インタープリター | 「本構想」においては、信州ワインバレーや各地域ワインバレーの魅力をバレーの内外に伝える「伝え手」のこと。ワイン・ツーリズムの実践等において大きな役割を果たすことが期待される。 |
| ヴィーガンレザー | 植物等、非動物性の素材を用いた合成皮革。長野県内ではりんごを使った事例もある。 |
| UIJターン | 生まれた土地に戻る「Uターン」、都市部から地域に移住する「Iターン」、地方から都市部に出た者がその土地の近隣の都市に戻る「Jターン」の総称。 |