山梨のワイン

山梨学院大学　観光産業論
やまなし観光カレッジ 2015.6.1（月）

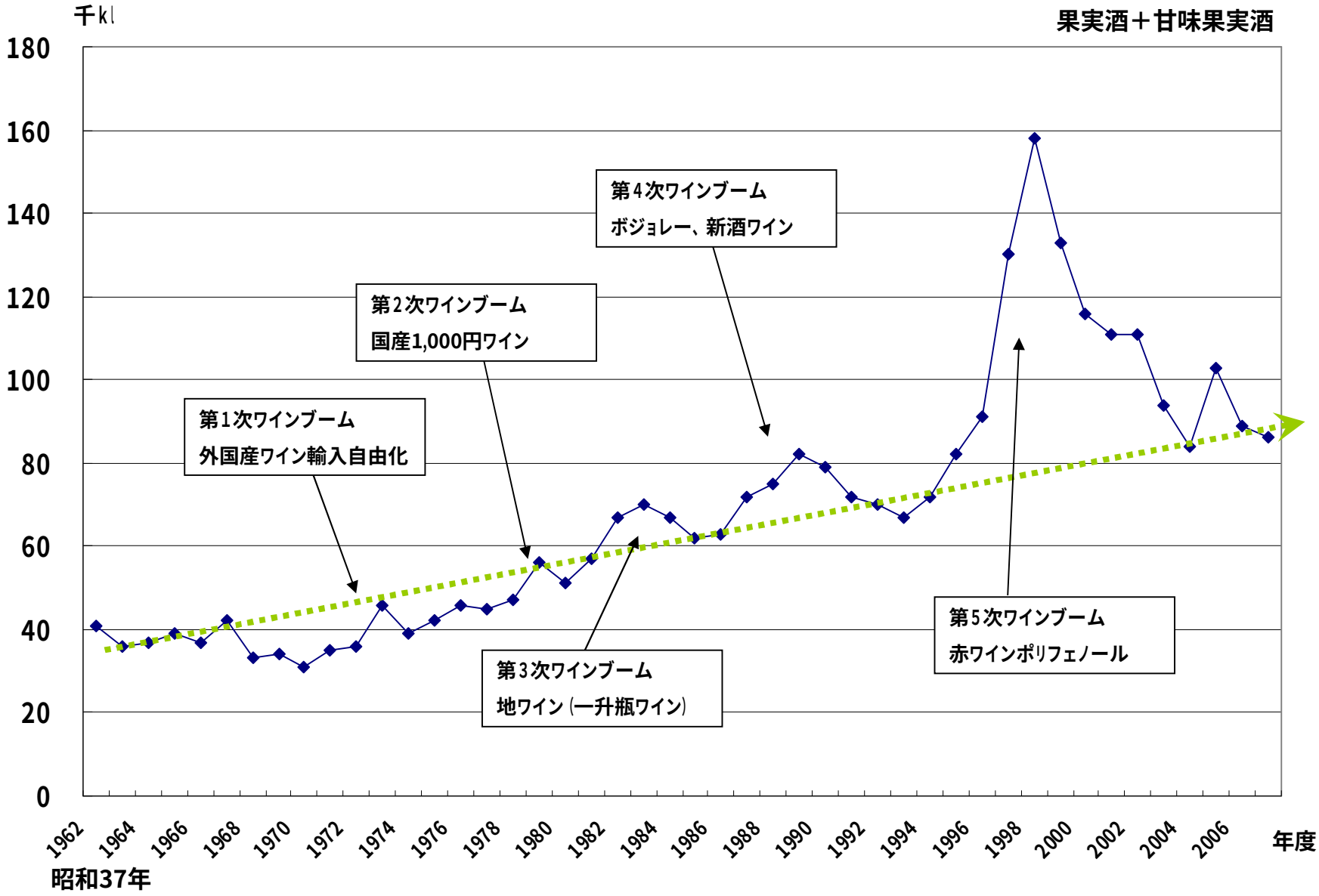
（C）雁屋哲・花咲アキラ・小学館

山梨県 観光部 観光企画・ブランド推進課長 仲田道弘
nakada-rpi@pref.yamanashi.lg.jp

1　日本のワイン市場

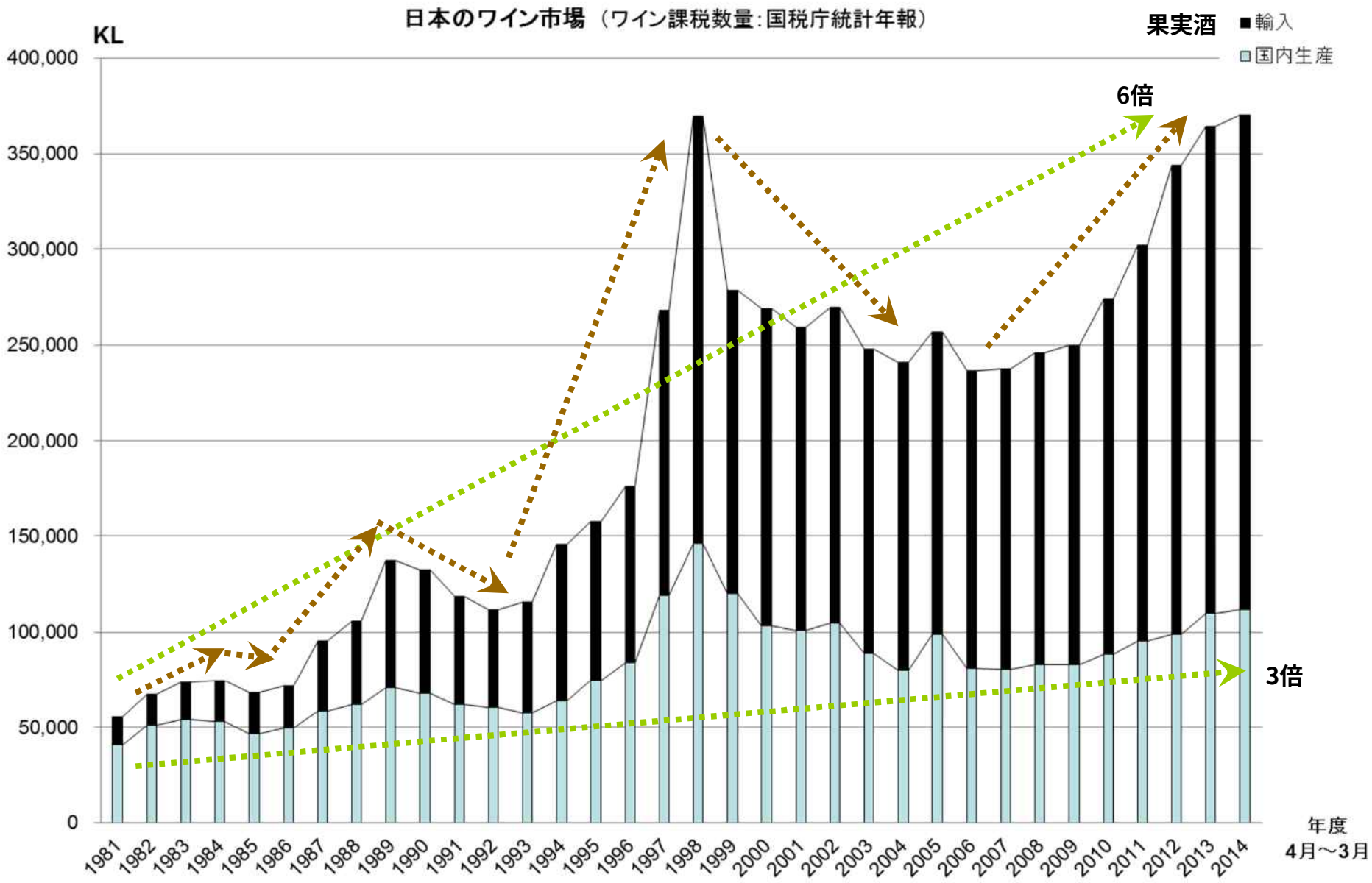
(1)　国産ワインの出荷量（課税数量）

出典：国税庁統計年報



(2) 国産ワインと輸入ワインの出荷量（課税数量）

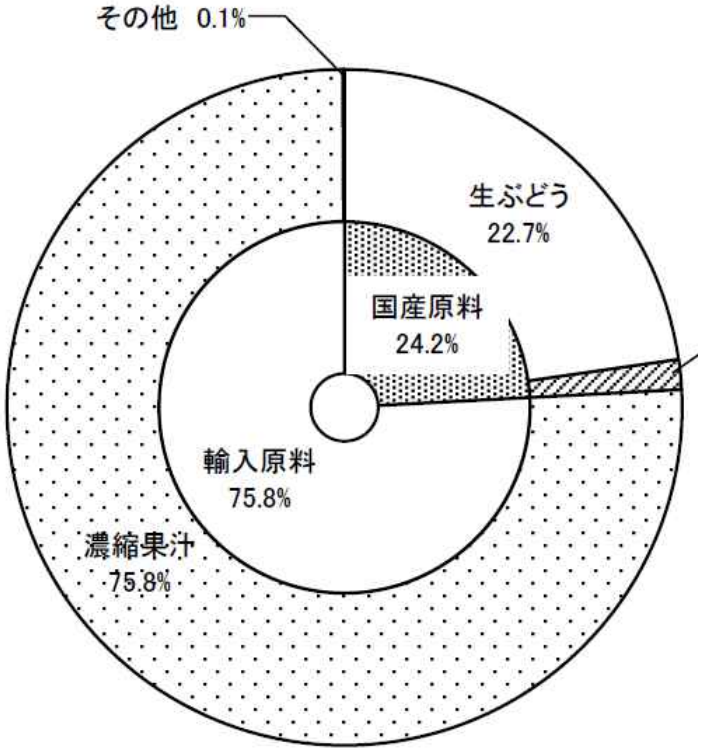
出典：国税庁統計年報



(3) 国産ワインにおける使用原料構成比（H25）

出典：国税庁

使用原料構成比

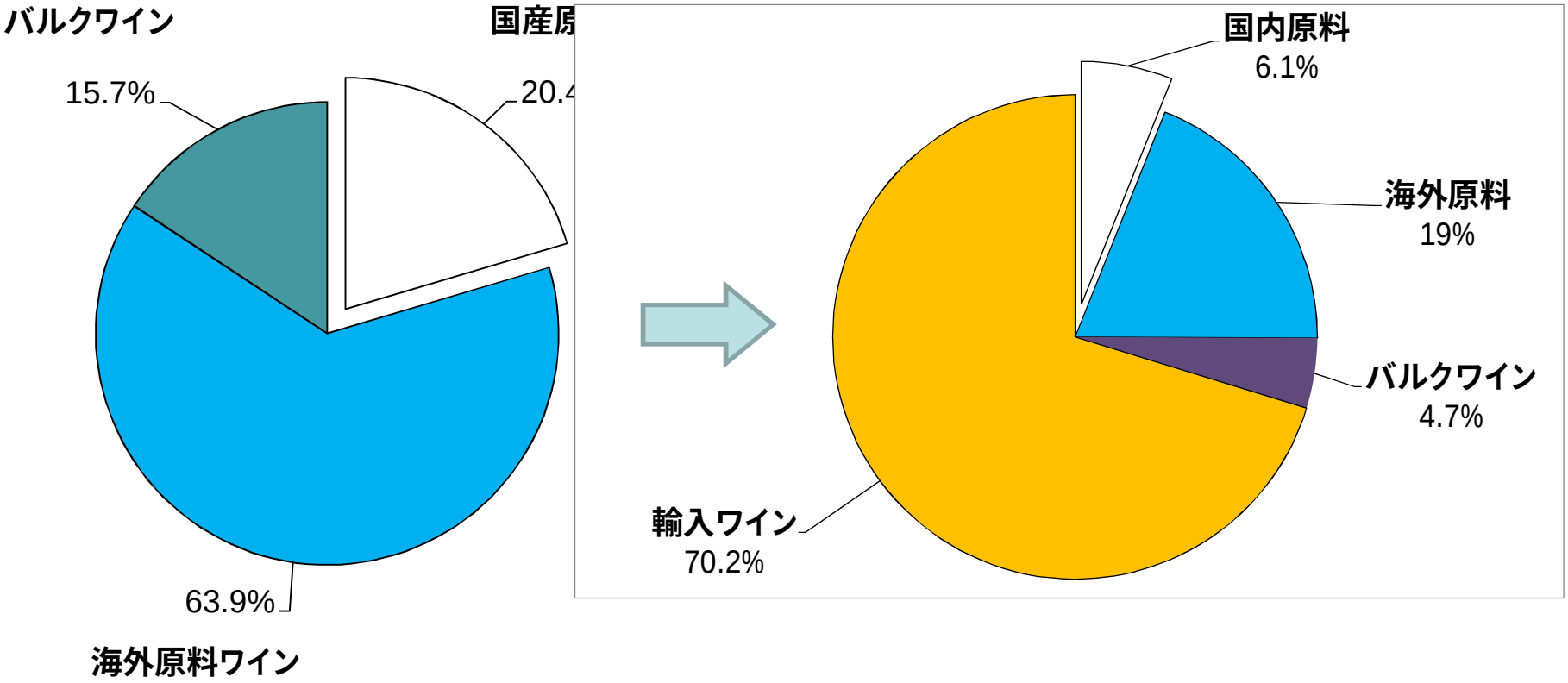


（単位：kl、%）

区　分		重量構成比	製成数量等	構成比
国産原料		24.2		
	生ぶどう	22.7		
	その他	1.4		
輸入原料		75.8		
	濃縮果汁	75.8		
	その他	0.1		
計		100.0	88,294	84.3
バルクワイン			16,418	15.7
合　計			104,712	100.0

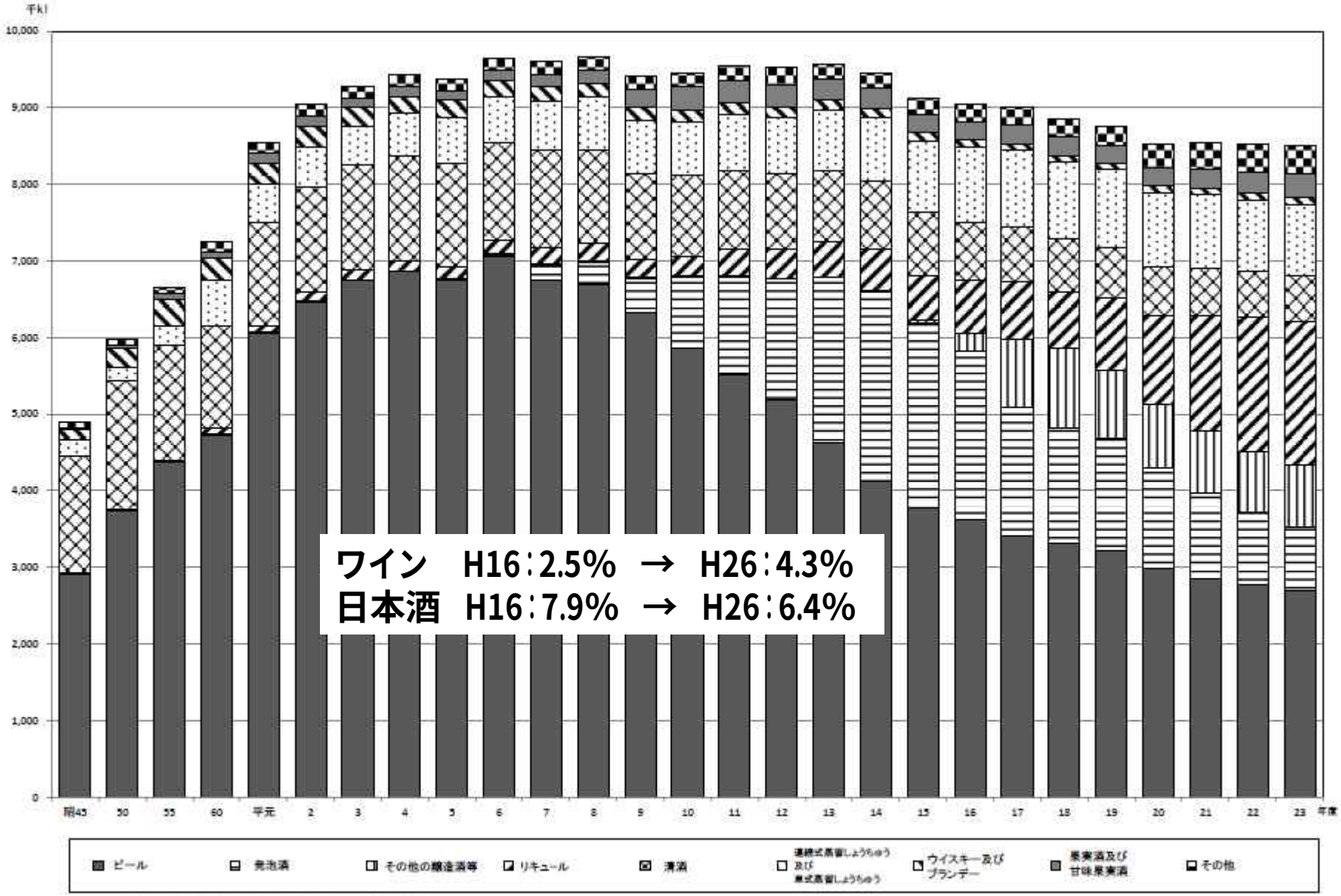
（注）1 重量構成比は生果換算重量比（推計）である。
2 原料別の製成数量は把握していない。

(4) 国内ワイン市場における使用原料構成比（H25）



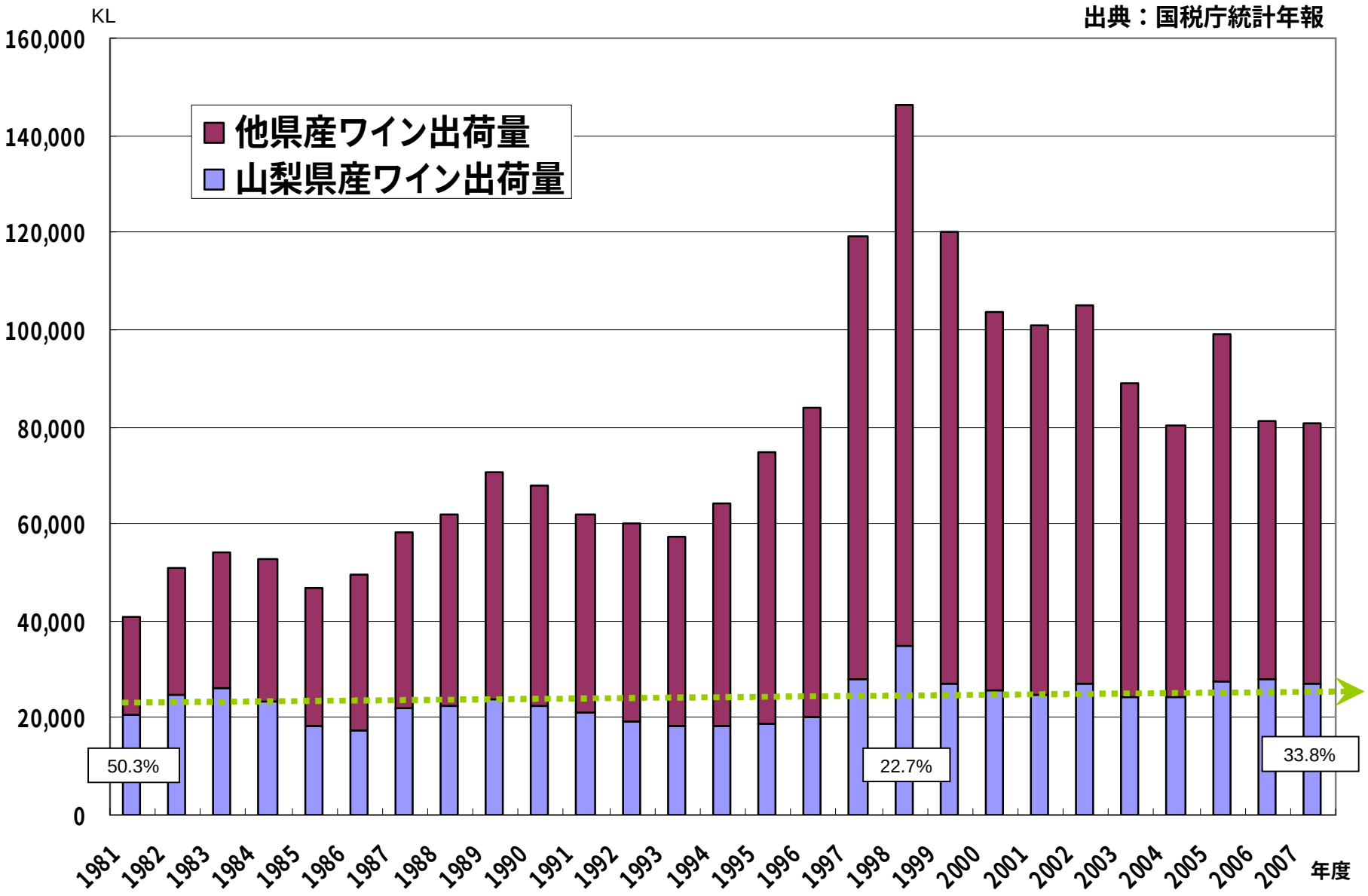
2　酒類の年間消費量

出典：国税庁



（注）　その他は、合成清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

3　山梨県ワインの出荷量



4　山梨県ワイン産業の現状

H24　県内総生産の産業別構成比　　(単位：百万円，%)

項　　目	県内総生産（名目）	構成比
1　第一次産業	58,376	2.2
農林水産業	58,376	2.2
2　第二次産業	922,379	34.4
鉱業	3,076	0.1
製造業	694,348	25.9
建設業	224,955	8.4
3　第三次産業	1,702,078	63.4
電気・ガス・水道業	40,021	1.5
卸売・小売業	302,558	11.3
金融・保険業	105,288	3.9
不動産業	455,424	17.0
運輸業	112,419	4.2
情報通信業	89,301	3.3
サービス業	597,067	22.3
4　産業計（1＋2＋3）	2,682,833	100.0

工業統計の主なデータ

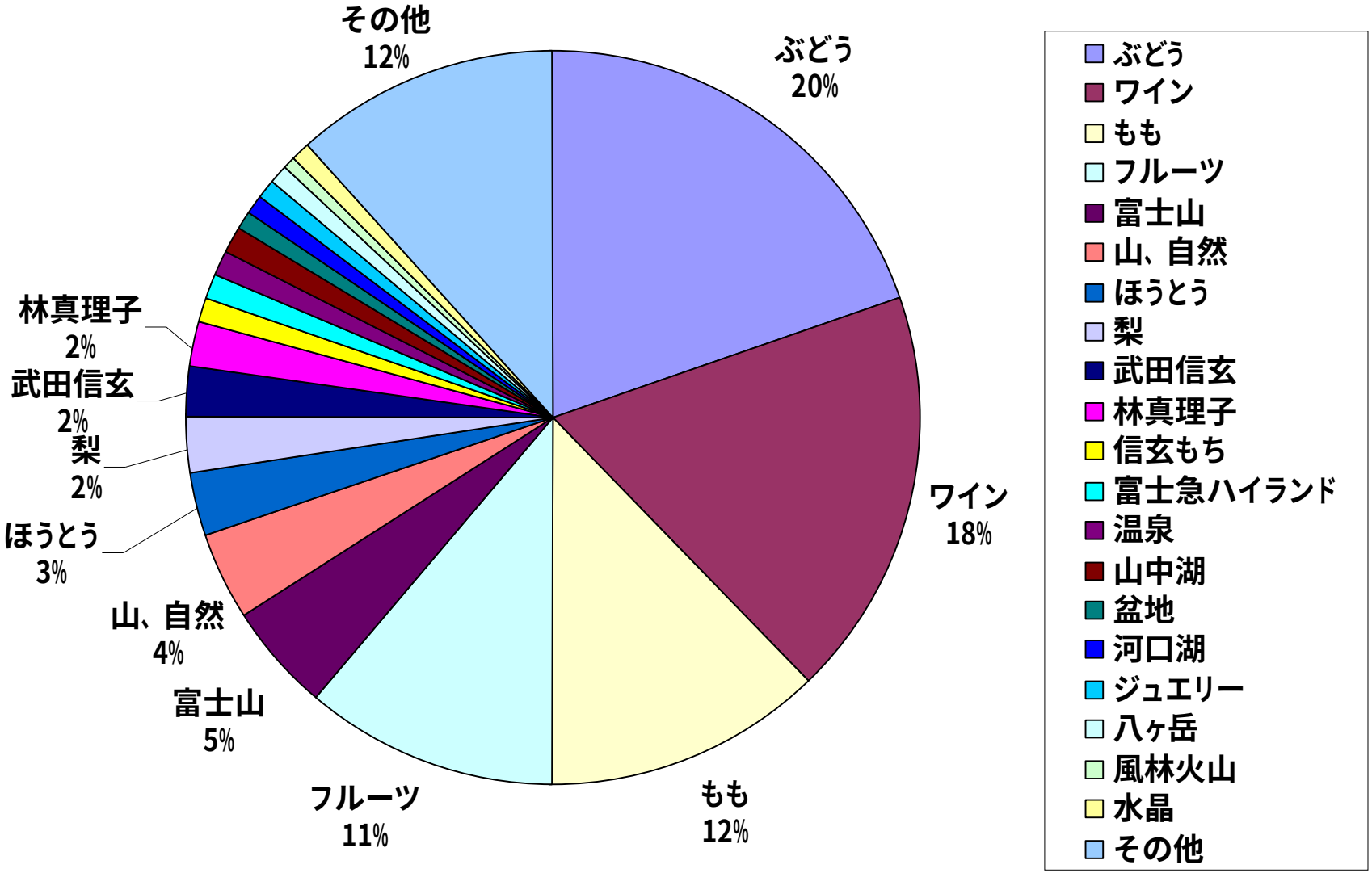
従業員4名以上

	製造品出荷額	事業所数	従業者数
製造業全体	2兆5000億円	2400社	7万9000人
･機械電子工業	2兆円　(77%)	1300社 (54%)	5万3000人 (77%)
･地場産業	3500億円 (15%)	700社 (30%)	1万6000人 (20%)
⑴ワイン産業⑴	160億円 (0.6%)	34社 (1.4%)	660人 (0.8%)

対県ＧＤＰ　0.15%　　0.2%

(2) 山梨県のイメージとワイン産業のポジション

丸の内キャリア塾アンケート (H19.9.20) 平均年齢36歳 女性 226名



5　山梨県ワイン産業の活性化への取り組み

1983年	メルシャン甲州シュールリー	「メルシャンだけがいいワインを造っても勝沼はワイン産地にならない」
1988年	第1回蔵コン開催	「蔵をきれいにしたんで、見に来てもらいたい」
1989年	垣根式葡萄畑への挑戦	「これでダメならワイン造りをやめてもいい」
1990年	第1回新酒ワイン祭り	「お客さんが来なかったので、鎧兜を付けて銀座を練り歩いたら…交番で止められた」
1993年	ワイン用葡萄畑草取りツアー	「会費を払って草取りをしよう」
1997年	ワイン葡萄畑オーナー制度	「ワインを買うだけでは収まらなくなってきた消費者に対しての、新しいおもてなし」
	第1回蔵めぐりワインツアー	「勝沼10社のワイナリーオーナーと直接語り合うツアー」
1999年	ナパヴァレー視察	「この視察で試飲の有料化につながった。Hospitality Program多様化」
2000年	漫画美味しんぼ	「味噌、醤油、米酢、味の濃い魚に合うワインを始めて発見。和食に合うワイン」7週連続
2002年	甲斐Vin設立	「山梨ワインのテイスティングネットワーク。あなたが審査員」
2003年	第1回国産ワインコンクール	「日本で最も影響力のあるコンクールに育った」ワイン産地確立推進会議
2004年	甲州ワインプロジェクト	「寿司屋で飲めるワインをようやく発見した」
	日本ワインを愛する会設立	「これまで馬鹿にして飲まなかったけど、この10年で日本ワインの品質向上は目覚しい」
2005年	休日はワイナリーに行こう発刊	「以降隔年で発刊。山梨中心から全国へ」
2008年	ワインツーリズム山梨スタート	「とにかく走りながら考えてスタート」
2010年	第1回ロンドンプロモーション	「10年前だったらこのワインは評価されなかった。今こそ世に出るべきワイン」
	甲州をOIVが品種登録	「EUでテーブルワインからの脱却し、クオリティワインとして販売できるようになった」
2011年	ワインレストランY-wine	「山梨ワインのラインナップがあるからできたこと」山梨ワインのPR拠点
2012年	石和温泉BYOwine	「500円で、持ち込み県産ワインを冷やしてグラスをご用意します」
2013年	ワインタクシー	「連日盛況！　ワインリゾート山梨への布石」
	国税庁長官産地指定「山梨」	「日本で唯一地理的表示ができるワイン産地。輸出ワインにProduct of Yamanashi」
2014年	丸藤第二期ワイナリー改造	「新たなワイン貯蔵庫、ゲストルーム、売店等の整備を開始」

6　観光産業活性化の考え方

- デザイン
- ビジターズ・インダストリー
- ブランド
- ホスピタリティ・マーケティング

地域ブランド：地域が持つブランド価値（イタリアの例）