

5 事業創出活動

□ 産業振興分野

滋賀県産ワイナリーの創出

1. はじめに

日本におけるワイン消費の歴史をふり返れば、当初日本の食生活と馴染まないためその普及は遅かったと言えよう。しかしながら、東京オリンピックの頃、第1次ブームが起こり以来何回かのワインブームを受け、足踏みをしながらもその消費は確実に伸びて来ている。そのステップは、高度成長期の食の洋風化を追い風にボージョレ・ヌーヴォブーム、赤ワインブーム等の経験を経て、今日に至っている。平成23年度のワイン消費量は約30万kl(輸入ワインを含む)で前年比10.2%増加しているものの、一人当たり年間ワイン消費量はまだ約2.8ℓ、成人一人当たり年間ボトル3.7本となっている。(国税庁)

他のアルコール飲料が足踏み状態の中、今後も増大が見込めると予想されている市場である。この中にあって、滋賀県産ワインづくりは、他の地域に比べ極めて遅れていると言われている。この振興をと共同研究の話がある。

- ・滋賀県で拡大している耕作放棄地の有効活用でブドウ畑を
- ・和食の世界遺産登録、日本料理には日本のワインを、滋賀の食文化に合ったワインを
- ・国産ワインの多くは海外原料を使用、安心・安全は国内原料使用
- ・ワインづくりを観光資源に
- ・農業の6次産業化のビジネスにワインづくりを生かせないか

以上のような様々なニーズを基にその一部について考察した。

2. 県外のある地元のメーカーの工夫

県外のあるワインメーカーの事例を紹介する。西暦1800年頃からの日本酒メーカーであったが、昭和18年終戦前の戦火激しい状況下、コメ不足により軍より終戦まで酒造りの中止命令を受けた。ところが敗戦のため約束が守られず、復興申請するも受け入れられず、復活申請の結果、2つ以上の同業者合併の上の申請をするよう指導がある。単独での申請に固執、何時は復活と言うことで設備を残すも、日本酒の消費の低迷を目の当たりにし、申請について逡巡していた。昭和59年ワインのブームを受け、「これだ」とワインの製造免許申請し許可を得る。この間、日本酒製造の設備を40年間使用せず、放置した状態であった。山の斜面、山沿いのやせた土地等ワインづくりに最適な土地を中心に交渉、またブドウ作りに工夫を凝らした。棚づくりは無理と見て高温多湿な土地にあった垣根づくりで栽培、1本づくりとして、果実を作るも問題が多発、地面から近い実が腐ったり、病害虫が付き、風通しも配慮、一文字短梢栽培という栽培方法で、これを克服し地域にあった栽培方法として定着させた。

- ・直射日光(太陽光)が一番成長のエキス、
- ・酵母は乾燥酵母でいいものが出来てきているのでこれを使用、
- ・ワイン製造の振興を県も力を入れてくれたので、工業技術センターの醸造部門がワイン製造組合の指導・研修をしてくれた

3. 今後の課題

この産地でも、温暖化をひしひしと感じる今日この頃であり、以下の工夫を重ねているが解決すべき課題は多い。

- ・品種を寒冷地用とし、栽培地を北へとシフト。
- ・積算温度だんだん高くなってきているが、寒暖の差がなくなり、夜間温度が下がらないので糖度が上がらない。従来品種のシャルドネ、マスカットベリーA、メルロー等は劣化し、隣県の Y や N が適地として浮上してきており、ブドウ作りをシフト。
- ・ブドウ栽培農家も公設試と協力してブドウ作りに工夫をしている。
- ・農家若手育成中、しかし、後継者不足で高齢化が進展しつつある。
- ・昼夜の温度差がこれ以上なくなったら、もう少し高地へシフトせざるを得ないが、山の上にシフトすると鹿や猿、イノシシ、クマの食害が増加する。この結果、耕作放棄地がどんどん大きくなっている。環境保全の面からも、どのように克服するかが大きな課題である。

4. 同社の拘り

ワインは、その土地の香り、芯の強さ、たわやかさを失わないで、その土地柄を表すものであるという拘りを持っている。同社の地下タンク温度は一定で品質をキープ、オーク樽でブランデー、スチール樽で赤、ロゼ、白は瓶詰め状態で保存し保存状態は良好である。赤は特に長期熟成用酵母で発酵、飲み頃に瓶詰めを行う。基本的にいい原料からいいワインができる、従って、ブドウの出来不出来はその年のワインの質を決めるものである。最悪、不足する原料は近隣3県から購入しているようであるが、完熟でなく、土地柄も出ず、好ましくはない。(全体の10%)

基本、全て農家に任せている、講習会は開く、工業技術センターや農業改良支援団体で2月に枝切りや剪定はどうするのか？木づくりは高くないように棚づくり(果実は手でのもぎ取りのため)で、日当たりがいいように、どの枝を残し仕立てていくのか？等々

5. まとめ

ワイン市場は右肩上がりでありその生産・販売は増加する傾向にあるが、同時に地域振興の有効なシーズとして、地域の産物の販売や雇用創出、地域食文化の振興、観光振興等を通じた地域貢献も大きなミッションと考えている。産地としての弱いところは、改革やアイデアを大きな流れにするためのシステム化が弱いようである。大きな流れにするため、技術でなく、人を介在して、何かを立ち上げる必要があると認識している。このあたりの課題は、今後克服されるべきものとして、調査・研究すべきと思料する。

(文責 特任教授 若林 忠彦)