

小諸市ワイナリー見学研修レポート

23JP1028 五十嵐 心桜

1. 研修を通じて学んだこと

今回の小諸市のワイナリー研修では、実際に畑や田んぼを視察したことで小諸市全体が農業のキャリア支援やまちづくりを推進していることを理解することができた。特に、ワイン用のぶどうの育成や米作りにおいては土地が強く影響しており、自然環境・気候条件を生かしたワイン産業の発展が地域振興に直結しているのだと感じた。

小諸市は千曲川ワインバレー特区の一角として、標高や土地面積、気候、風土的条件などを活かし、世界的にも評価されるぶどうの産地となっており、小諸市全体でワイン産業を盛り上げたいという強い意思を感じた。これにより、小規模ワイナリーの新規参入が進み、多様な生産者が技術を学び合う場として「小諸ワイングロウーズ倶楽部」が設立されている点は大きな特徴である。生産者同士の強いネットワークや行政・専門家の手厚い支援があることで、品質向上とブランド確立を図ることができていると確認した。

加えて、「KOMORO WINEDAYS」といったイベントを通じて小諸市のワインの認知拡大に取り組んでいること、ブランドデザインワークス(BDW)と協働して小諸ワインのブランド価値を高めることなどに力を入れていることがわかった。小諸市の取り組みは、単なる農業支援にとどまらず、観光、デザイン、食文化と連動した総合的な地域戦略であると実感した。

2. 小諸市のワイン産業を盛り上げる新しいイベント提案

以下に、来年度の「KOMORO WINEDAYS」をさらに盛り上げるべく、小諸市の研修を通して考えた新しいイベント企画を提案する。

① 「ぶどう畑(もしくは小諸城跡)×星空(ライトアップ)」

浅間山や高原、ぶどう畑の豊かな景色に私はとても感動した。もし天気の良い夜ならば、さらに小諸ワインを片手に星空を楽しむすばらしいスポットになると考える。SNS 映えも期待でき、特に若者層に人気が出る可能性が高い。また、個人的にワインは夜にのんびりと楽しむのが好きなので、夕方向けのイベントとしてライトアップされたスポットを設置することも効果的であるとする。

② 「ワイン列車 in 小諸」もしくは

地域鉄道と連携し、列車を貸し切ってワインを楽しむ企画を行う。イベント自体は 17 時までなので、夜に貸し切ることさらに小諸市の魅力を伝えることができると考える。車窓からの浅間山や田園風景を眺めながら、地元のワインと料理を楽しむ特別体験は、旅行者に強く訴求できる。鉄道好きや旅行客の新規層も取り込める。

③ 「小さなワイン(缶)お土産」

ワインはそもそも高価なため、購入に躊躇しやすい。そのため、缶などに少量だけワインを入れることでワインの魅力を広く伝えられると考える。缶ワインをお土産として渡す条件を作ることや小諸ワインの根強いファンには生産者との関わりを持たせる場(コミュニティ)を提供するのも良いと考える。

3. まとめ

小諸市のワイナリー見学を通じ、地域資源を最大限に活かした産業振興と、住民・観光客双方に価値を提供するまちづくりの姿を学んだ。今後は、食文化や歴史・自然との連携、若者層を取り込む仕組み、そして国際的な情報発信を強化することで、「小諸だから選ばれる」ワイン産地としてのブランドを一層高められると考える。小諸市のワインイベントは、地域の魅力を内外に発信し、持続的な地域振興につながる基盤となると考える。

小諸研修提言書

23JC1188 久保勝義

小諸市では新規の生産者のため他の地域より経験が得られるような取り組みがされている。新規の生産者の立場は強いものではなく、農地の斡旋等の取り組みは本当の意味での新規就農支援ということができるように思います。また、小諸市独自の取り組みだけでなく、千曲川ワインバレーといった地域での共同の取り組みがあり、産地の形成といった長期的な視点が存在することも学びました。50周年の記念を迎えるように歴史を重ねているのも特徴ということができるように思います。

この提言書では一回のイベントではなく長期的な視点から捉えたいと考えます。まず課題として挙げられる「多くの人に集客してもらう、特に若い人に」と「ブランドとしての価値を高めたい」この二つを両立することは明らかに難しいように思えます。学習の中で言及があったように、現状イベントに関心が高いのはマニアと呼ばれるような人が中心であります。そこを起点として多くの人を集客することを目的としたとき、ターゲットとなるのは比較的ライトな層といえます。そこでブランドとしての価値が高い状態、つまりは値段の高いワインをライトな層に飲んでもらうことは難しいことがわかります。この相反する課題を短期的に解決するのは難しいように思います。

私は投機目的で購入されるほどのブランディング形成をした後、結果としてついてきた知名度をもとに多くの人に小諸のワインを楽しんでもらう、このようなフローを考えました。

私が参考にしたのは国産ウイスキー市場の高騰のニュースです。今年に入ってから高騰が落ち着いていることが報道されていましたが、山崎 18 年のオークションでの取引価格がコロナ禍に 2 倍程度に上がりました。国産ウイスキーの価格高騰については、外国人による投機目的の購入が指摘されています。投機目的で購入する人が多くなれば、本来プロパーの価格で飲んでいた人たちがその価格で飲めなくなるので、このような形の価格高騰は本来の適正な姿とはいえない可能性があります。その一方でニュースに取り上げられることなどを通じて知名度を大きく上げたのも事実であります。本来閉鎖的になりがちなウイスキー市場の話が私が知ったのも他ならぬニュースがきっかけです。

先ほど言及したように今年に入りウイスキー市場の高騰は落ち着きを見せています。しかし価格を見るとコロナ禍前の価格に戻ったという表現が正しい価格の推移をしており、10 年ほど前と比べると大きく取引価格が上がっていることがわかります。私はこれを投機目的の購入者が市場から去り、本来のマニア+上がった知名度による比較的ライトな層の購入者と考えています。

私個人は投機目的の購入も市場の形として自然なものだと考えています。ただ投機目的の市場の高騰は長く続くものでもないと考えています。小諸の本当に質の高いワインを売り出すのであれば、このような長期的な KPI を取り入れられる土壤があると考えています。

小諸研修提言書

23jp1097 阪本つぐみ

1. 学んだこと

今回の小諸研修では、ワイナリー訪問、農場見学、市役所の方からのお話を通じ、ワイン産業と地域づくりの現場を肌で感じる事ができた。ワインは二十歳を迎えてから飲み始めたばかりで知識も浅かったが、今回の学びによって、日本ワイン、とりわけマンズワインが国内外で高い評価を受けている事実を知り、世界的ブランドに成長していることに驚かされた。特に、受賞歴を重ねるプレミアムワイン「ソラリス」や「ル・シエル」の存在は印象に残った。今後は日本ワイン、プレミアムワインについて個人的に学んでいきたいと考えた。

農場見学では、外国人労働者が国籍にとらわれず活躍している話が印象に残った。外国から来る方々は優秀であるため、特定の国の人だけに偏らず、多様な国籍から採用することで同じ国籍で固まらないようにしているという工夫も非常に印象に残った。維持費も莫大な費用がかかる中、採用、キャベツの保存方法、綺麗に揃った苗、栽培する野菜といった様々な工夫を経て農業が成り立っているのだと感じた。消費者からすると野菜が高く感じるが、農家さんからの話を直接聞くと天候リスク等から適正価格を反映させることが重要だと考えた。

2. 提言書

① 若者が参加しやすい仕掛けづくり

- ・甘口タイプや小容量ボトルの販売
- ・気軽に立ち寄れる試飲スペースの拡充
- ・SNS や動画を活用した発信強化（リール動画）
- ・ドレスコードの設定

② 参加しやすい環境づくり

- ・ 飲食スペースを多く取り、屋根付きにする。(日差し対策)
- ・ 虫対策
- ・ ドリンクホルダー
- ・ トイレ

加えて、ワイナリー巡りをもっと楽しくするために「スタンプラリーアプリ」があったらいいのではないかと考えた。考えたのは、各ワイナリーで試飲すると QR コードからスタンプを取得でき、感想や訪問記録を残すとクーポンを獲得できる仕組みだ。デジタルを活かした体験は若い世代の参加を後押しし、イベントを盛り上げることができる考えた。

小諸研修提言書

23ju1063 小林綾音

小諸研修を通して、自然に恵まれた小諸市の豊かな魅力を肌で感じるとともに、これまでの生活では得られなかった多くの新しい経験を積むことができた。普段は都市部での生活が中心であり、農業や地域文化に直接触れる機会は限られていたため、今回の研修は私にとって大変貴重な時間となった。実際に農家の方々の仕事を間近に見学たり、ワインイベントについて考えることで、単なる知識としての理解にとどまらず、農業や地域社会が抱える課題や価値を自分自身の体験として実感することができた。

特にアマリファームでの経験は、私にとって非常に有意義な学びの時間となった。農家の仕事を間近で拝見するのは初めてであり、農業に対する私の認識は大きく変化した。特に、苗代田での稲の管理方法が印象的であった。端の稲は乾燥しやすく、中央の稲は水分を含みやすいという特徴に応じて水量を調整し、稲の高さを均一に整えている点に深く感銘を受けた。このように手間を惜しまない丁寧な生育管理が、取引先が苗代田を見て品質を判断する理由につながっていることを理解できた。私たちが日常的に口にする野菜は、単に水と太陽があれば育つものではなく、農家の方々による緻密な計算と労力の積み重ねによって支えられているのだと実感した。さらに、あまりさんの農業に向ける真摯な姿勢は、私の人生観にも強い影響を与えた。私は以前、歌舞伎を題材とした映画『国宝』を鑑賞した際、主演俳優の演技以上に、その周囲で支える人々の存在に目を奪われた。大歌舞伎役者・半二郎の妻である幸子は、観客や記者に対して常に丁寧に挨拶を欠かさず、その姿勢が俳優としての地位を支えているのだと感じた。今回、あまりさんが取引先との関係を第一に考え、誠実に向き合う姿を目にし、同様の在り方が仕事をする上でも、そして人生を歩む上でも大切なのだと学んだ。

また、実際に野菜の直売所を訪れる機会をいただき、そこから歴史的な視点での学びも得られた。かつては女性の社会的地位が低く、就労の機会も限られていたため、直売所で自ら野菜を販売し収入を得ることが、女性たちにとって自立や地位向上の手段となっていたと伺った。その話を通して、女性の努力に対する理解が深まるとともに、直売所や野菜そのものに対する見方も大きく変わった。現代ではスーパーなど流通経路が整備されているが、直売所の役割が女性の社会進出や地域経済の基盤に直結していたことを知り、食や農業が単なる生活基盤を超えて社会構造と深く結びついていることを実感した。

最後に、佐藤さんが小諸市に注ぐ熱意は非常に印象的であった。特に、ワインづくりを志す人々に寄り添い支援するという小諸市役所の方々の姿勢は、小諸のワインブランドが確かな地位を保ち続けている大きな要因の一つであると感じた。また、今回の研修を通じてワインイベントの企画に関わる機会をいただき、その過程で、消費者のニーズに応えながらも地域のワイン産業を発展させていくことの難しさを学ぶことができた。

この二日間の経験を忘れることなく、今後に生かしていきたい。
