

甲州市勝沼町における観光ぶどう農園とワイナリーの地域的特徴

鈴木富之・山本敬太・山崎恭子・呉羽正昭

キーワード：観光農園，ぶどう，ワイナリー，果樹，観光，勝沼町

I 序論

I-1 研究目的

本研究の目的は、山梨県勝沼町における観光農園とワイナリーの地域的特徴を明らかにすることである。

わが国では、1960年前後の高度経済成長期に、多くの果樹生産地域において観光農園が成立した。とくに大都市圏に近接する地域では、観光農園が著しく発達した。本稿で対象とするぶどうに加え、りんご、なし、さくらんぼ、みかんなどの果樹を訪問者自身が収穫体験できる観光農園は、大都市住民にとって魅力的な観光資源となった。さらに、新鮮な果実を土産物として購入する行動も特徴的であった。こうした観光農園は、当時の日本人による周遊観光の卓越とあいまって、重要な立ち寄り地のひとつとして位置づけられた。しかし、観光農園の本格的な成立から40年が経過し、さらにその間に日本人の観光行動も多様化したことによって、観光農園の形態も大きく変化しているものと考えられる。

一方、果実の加工はわが国でも広くみられるが、ワインはそのなかでも原料地立地指向の強い産物である。ワインの生産主体であるワイナリーは、原料としてのぶどうを集めること、原料を加工すること、さらに販売することといった機能を有している。勝沼町は、日本でも有数のワイン産地で

ある。近年では、単にワインを生産する場所としてだけではなく、ワイン文化を発信する場所としても注目を集めている。

1990年代半ば以降、日本ではグリーンツーリズム（またはルーラルツーリズム）が成長著しい。本研究は、こうした流行下、勝沼町の観光農園とワイナリーがどのような特徴を有しているのかに注目する。

勝沼町のぶどう栽培やぶどう観光農園、ワイン生産に関しては、いくつかの研究が存在する。ぶどう栽培に関しては、内山（1996）がぶどう生産に関する機能地域を、防除組合・灌水組合・出荷組合から見だし、その空間的広がりを明らかにした。また、佐々木（1966）は、ぶどう栽培の景観に着目し、労働集約的で収益性が高いことが、著しい景観形成力となっていることを明らかにした。

観光農園に関して中山（1964）は、甲州街道（県道34号線）沿線にぶどう園が発展集積し、首都圏と最も近接した「ぶどう郷」が形成されたと述べている。一方、勝沼町におけるワイン生産を扱ったものとして菊地（1983）がある。彼は、ワイン醸造が個人醸造から共同組合、そして法人組織へと生産体系が変化し、それにともないワイン生産の空間的広がりが集落単位から甲府盆地全体へと変容したことを明らかにした。

本論文は、以上の研究成果をふまえ、勝沼町の

観光農園とワイナリーに関する最新の資料に基づいて、それぞれの地域の特徴を分析する。まずⅡ章では、勝沼におけるぶどう栽培の特徴を、その歴史、栽培法、労働力や栽培ぶどう品種の変遷、出荷という観点から示す。続いてⅢ章では景観調査と聞き取り調査結果に基づき、特徴的な観光農園の事例を挙げながら、観光農園の分布や経営形態を把握する。Ⅳ章では勝沼町のワイナリーの変遷、現在の経営形態について実態把握を試みる。

Ⅰ-2 研究対象地域の概観

本研究の対象地域である勝沼町は、甲府盆地の東縁に位置し、果樹栽培の盛んな甲府盆地では東京に最も近い（第1図）。2005年の国勢調査によると、勝沼町の人口は9,201で、世帯数は2,769である。また、就業構造では15歳以上の就業者数の40%近くを農業が占めており、農業が町の重要な産業として位置づけられる。勝沼町の大部分は扇状地上や山麓斜面に立地しているため、日当たりがよく、水はけの良い砂礫質の土壤が広がっているため、農業のほとんどは土地条件に適したぶどう栽培に特化している。勝沼町は2005年11月に塩山市、大和村と合併し、現在は甲州市の一部となっている。

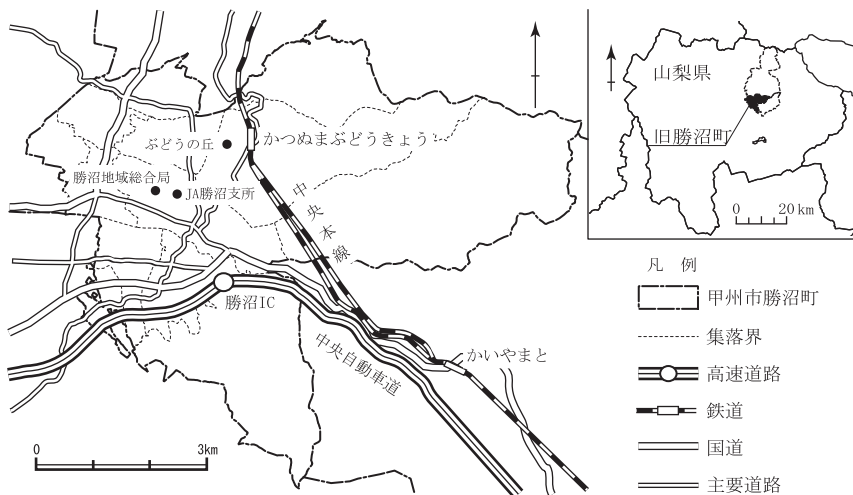
Ⅱ 勝沼町におけるぶどう栽培の特徴

Ⅱ-1 ぶどう栽培の変遷

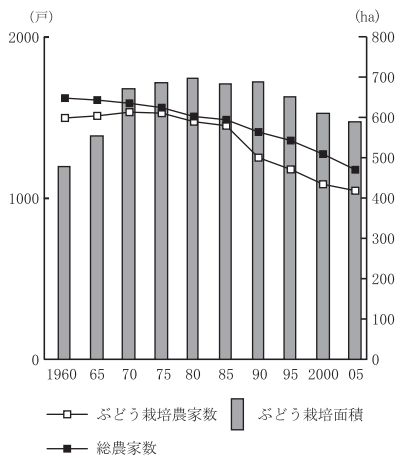
勝沼町におけるぶどう栽培の起源の詳細には諸説あるものの、大正期にぶどう栽培耕地面積が増加した。江戸時代末には桑畑が広く分布していたが、明治期におけるぶどうの西洋品種の導入、栽培技術の革新、養蚕業の不振によって、桑畑がぶどう畑へと転換されていったためである。

ぶどう栽培と観光農園の拡大は、交通変革に基づいている。1913年（大正2）の中央本線の勝沼駅設置は、出荷経路を確立させただけでなく、観光農園の出現をもたらしした（中山，1964）。さらに、1964年の新笹子トンネル（国道20号線）の開通や1976年の中央自動車道の開通は、団体バスでの観光客の増加をもたらした。それまでは甲州街道を中心に観光農園が集積していたが、国道20号線沿いに大規模な観光農園が立ち並ぶようになった。

第2図は、勝沼町におけるぶどう栽培面積と農家数の推移を示したものである。勝沼町のぶどう栽培農家数は、全農家数の9割近くを占め重要な農業基盤となっている。栽培農家数は1970年まで増加したが、以降は緩やかに減少している。ま



第1図 研究対象地域



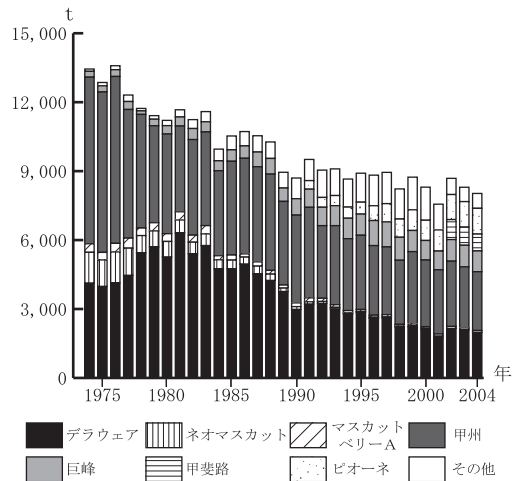
第2図 勝沼町における農家数の変遷
(1960～2005年)
(農業センサスにより作成)

た、栽培面積は、高度経済成長や観光、消費ブームによって1960年から1980年まで大幅に増加したが、農村の後継者不足や高齢化などによって栽培農家数と同様に減少している。しかし、依然として600ha弱もの栽培面積を有する。

II-2 栽培品種とその変遷

勝沼町では、従来、在来種である甲州が生産の中心であった。第二次大戦後にはデラウェア、巨峰などの主要なぶどう品種が導入されてきた。近年では、ロザリオ・ピアンコや甲斐路のような糖度が高く、品質の高いぶどうが注目され、多品種少量生産の傾向がみられる。

第3図は勝沼町における主なぶどう品種の出荷量の推移を示したものである。1975年時点では、出荷量の大半をデラウェアと甲州が占め、ネオマスカットがそれに続いていた。デラウェアは、種なし栽培技術の普及によって、甲州からの転作がなされ、栽培面積が増加した。しかし1980年以降、主要品種であったデラウェアと甲州の出荷量は減少の一途をたどっている。それは消費者のニーズに合わせた高品質のぶどう品種の生産が行われるようになったためである。それらの品種としては



第3図 勝沼町におけるぶどうの品種別出荷量の推移 (1974～2004年)
(果樹生産出荷統計により作成)

巨峰、ピオーネおよび甲斐路があげられる。

果実の中では格段に品種が多いぶどうは、品種による転作が他の果実よりも容易である。したがって、生産者は消費者の嗜好に応じて栽培品種を素早く転換することが可能になっている。ぶどうの品種更新には、台木に苗木を接ぐ方法が行われている。新品种の導入期には果樹園の一角で試験的に栽培し、その後本格的に栽培を開始するのが一般的である。

全出荷量には減少傾向は見られるものの、一定の出荷量が維持されていることは、品種転換によってぶどう栽培が維持されているためであると考えられる。

II-3 栽培方法と栽培層

ぶどうの栽培方法には、日本のぶどう栽培で多く取り入れられている棚仕立てと、西欧に多い垣根仕立てがある。勝沼町では棚仕立てが中心である。これには支柱式と帆柱式があり、前者は鉄線を格子状に編んだ棚を柱で支え、後者は帆柱と呼ばれる棚の中央の最も高い柱から鉄線の棚をつり下げられる方式である。勝沼町では、ほとんどが支柱式によるものである。また、近年はワイン醸造用

	1月		2月		3月		4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月				
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下
生育時期	休眠期			樹液の流動			萌芽		開花期			果粒肥大期			収穫期					落葉期		休眠期					
主な作業	剪定			結果母枝誘引				芽かき	新梢の誘引	摘房	房づくり	ジベレリン処理	ジベレリン処理	摘房・摘粒	袋かけ		着色管理	収穫			土づくり・施肥			剪定			

第4図 種なし巨峰・種なしピオーネの栽培暦と主な作業

(JA 勝沼支所資料により作成)

のぶどうが垣根仕立てによって栽培されるようになり、わずかではあるがその景観がみられる。

第4図は主要品種である種なしピオーネと種なし巨峰の栽培暦である。そのほかの品種も、多少作業時期に違いはあるものの、ほぼ同じ作業暦を有する。冬の間の剪定作業を経て実が着くと、個々の房に対し10回にもわたる作業がある。とくに、種なしぶどうは2回のジベレリン処理を行うため、手間も増える。このようにぶどう栽培は労働集約的な側面が非常に強い。

II-4 ぶどうの集出荷

勝沼町では、1914年に最初の小規模共同出荷組合が成立した(内山 1996)。1931年にはその小組合を統括する甲州葡萄出荷組合連合会が設置された。1948年には旧市町村を単位とした農協が成立した。ぶどうは機械による選果が困難であるため、一度に大量のぶどうを集荷することは困難となる。そのため、出荷組合は集落単位で共選所を設立し、集出荷の拠点としてきた。

現在の勝沼町は、JA フルーツ山梨が統括する4ブロックのひとつに位置づけられる。勝沼ブロック内には、5か所の支所がある。それぞれの正会員・準会員の組合加盟者数は、勝沼支所が483名、岩崎支所が525名、東雲支所が380名、菱山支所が265名、大和支所が303名である。正組合員・準組合員は、合計1,956名である(2005年現在)。

2005年、勝沼ブロックの出荷量は3,210tであった。同年、町内でのぶどう総出荷量が8,290tであるので、約4割のみがJA を介した出荷をしている。

残りは観光農園の直売、「送り」と呼ばれる宅配および個人出荷によるものである。一般に、JA への出荷は減少傾向にあり、直売が増えているのは、市場価格の伸び悩みが理由であると考えられる。高品質の商品を消費者が求めるようになった現在、最も収益を得やすい直売形式が増えている。JA フルーツ山梨の出荷先は、7割が京浜、3割が関西で、45社の取引先と契約している。また、勝沼町内のおよそ30の醸造会社とも取引をしている。勝沼のぶどうは品質がよいことや安定した供給があるため、市場の価格変動はほとんど無い。

ぶどうの出荷量を品種別にみると、とくに露地栽培のデラウェアやピオーネが多い(第1表)。現在、デラウェアは人気の落ち込みにより生産量が伸び悩んでいるが、それにもかかわらず農協による出荷の最多部分を占めている。一方、甲斐路やピオーネといった人気の品種は直売によるものが多いと考察できる。

JA を通じた集出荷作業は、毎朝5時から8時の間に各農家が共選所に持ち込む。その後、JA が委託した検査員がぶどうを審査し、サイズによって等級を決め、見た目、房の形、粒ぞろいや果実についた傷によって秀・優・良・A に分類される。その後箱詰めを経て、昼頃には各市場に向かってトラックが出発する。

共選による出荷の一方、現在では直売が全出荷量の6割を占めている。特に若い世代の農園主によるJA 離れが著しい。JA の共選共販や共選個販の場合、販売単価は品種により異なるが、露地栽培のもので1kg 当たり234円から564円であり、

第1表 JA勝沼ブロックのぶどう出荷量（2005年度）

栽培形式	品 種	出荷量(t)	販売金額(万円)	平均販売単価(円/kg)
ハウス栽培	デラウェア	193	19,000	984
	種なしピオーネ	52	6,060	1,165
	種なし巨峰	15	1,810	1,207
露地栽培	デラウェア	404	16,060	398
	種なしピオーネ	325	18,320	564
	(早生)甲斐路	279	13,780	494
	種なし巨峰	197	10,750	546
	甲州	53	1,240	234

(JA勝沼支所資料により作成)

ハウス栽培のもので1kg当たり984円から1207円である(第1表)。一方、直売では1kgあたり1000円から1800円程度で販売される。直売には、ぶどうを農園の売店で販売する方法と、インターネットや電話での申し込みによるぶどうの宅配がある。顧客は観光ぶどう園を訪れ、味見をした後に購入を決める場合が多い。

Ⅲ 勝沼町における観光ぶどう農園の景観と経営

Ⅲ-1 観光ぶどう農園の変遷と観光客

勝沼町における最初の観光ぶどう農園は、宮光園(勝沼町岩崎)であり、1894年に開園した。第二次世界大戦中は観光ぶどう農園が政府の命令により中止されていたが、1948年の勝沼観光協会と勝沼町遊覧協会の設立により宣伝活動が開始された。そのため、1957年前後に遊覧園ブーム¹⁾が起こり、甲州街道沿いの勝沼地区やその周辺の祝地区を中心に15軒の観光ぶどう農園が存在していた。さらに、1958年の笹子トンネルの開通と自家用車の普及を契機に東京との時間距離が大幅に短縮され、勝沼町の観光ぶどう農園に観光客が増加するようになった。こうした動向で、観光ぶどう農園が急増し、1969年、勝沼町において156軒の観光ぶどう農園が存在するようになった。1977年に中央自動車道の犬伏～勝沼間と国道20号線の勝沼バイパスも開通し、大消費地東京との時間距離が短縮された²⁾。観光ぶどう農園の数はこの頃にピークを迎えたが、近年では減少傾向にある。調

査を行なった2006年時点で、勝沼町における観光ぶどう農園の数は176軒である。

1995年から2005年にかけて観光ぶどう農園の入込み観光客数は60万人前後と安定している。また、勝沼町全体の観光客数は毎年150万人前後であるため観光ぶどう農園の割合は、35～40%を占めている³⁾。また、観光ぶどう農園の主な客層は、マイカーによる週末の家族づれと大型観光バスによるパッケージツアーを利用した観光客が多い。パッケージツアーの場合、余暇時間の多い中高年女性の観光客が多い。パッケージツアーの出発地は東京都や神奈川県、千葉県、埼玉県が多く、立ち寄り地としては富士五湖、猿橋や笹一酒造(大月市)、味の甲州わさび漬センター(笛吹市)などの県内の観光地が多い⁴⁾。

Ⅲ-2 観光ぶどう農園の景観と立地

1) 観光ぶどう農園の景観要素

観光ぶどう農園の景観は、住居・作業場、施設、観光客用のトイレ、車庫・農具小屋、大型冷蔵庫、大きな看板、広大な庭、ぶどう棚、観光客用駐車場などから成り立っている。これらの構成要素は農園によって大きく異なる。

①高棚

多くの観光ぶどう農園では、入り口に鉄製の高棚が設置されている(写真1)。高棚は農作業をする場合、リフトを必要とするため作業効率はよくない。しかし、鉄製の高棚は目立ちやすく、観光ぶどう農園のシンボルとしての効果がある。ま



写真1 観光ぶどう農園前の高棚
(2006年5月 山本撮影)



写真2 コンクリート製のぶどう棚
(2006年5月 山本撮影)

た、棚下は広大な駐車場スペースとして利用され、大型観光バスの駐車が可能であり、付属施設にいたる通路として、さらには雨よけとして機能している。

② 付属建造物・施設

高棚の奥や横には施設が配置され、ぶどう狩りの受付、ぶどうや土産品の販売がなされ、また休息所ともなっている。休息所では利用客がぶどうの味見をし、お茶等のサービスもされる。屋外には観光客用のトイレや看板、駐車場が設置されている。さらに大規模な観光農園ではレストランや喫茶店、民宿、バーベキューガーデンなどの経営も行なわれている。また、施設の2階が居住空間になっている場合もある。高棚の下には、車庫・農具小屋が設置され、軽トラックや農具、スピードプレイヤー、トラクター、リフト、テラーなどが収納されている。

③ ぶどう畑

付属施設の背後には、ぶどう畑が配置されている。これらは、上記の高棚とは異なる一般の棚である(写真2)。ここでは、観光客が自らの手でぶどう狩りを行うことができる。後述するが、多くの観光ぶどう農園ではぶどう畑が分散している。個々の畑には異なる品種のぶどうが作付されており、時期によって遠隔のぶどう畑まで観光客を自動車で案内する。なお、農園の背後にぶどう以外の桃やさくらんぼ、トマトなどを若干栽培してい

る観光農園もある。

2) 景観からみた観光ぶどう農園の類型

前述のように観光ぶどう農園の景観は、多様である。これらの景観要素について個々の観光ぶどう農園を観察した結果、いくつかの類型に分けられることが明らかになった。すなわち、大型施設、小型施設、簡易施設および廃業施設である。

「大型施設」は、大型観光バスの受け入れが可能である大きな観光農園である。大型施設の景観的な特徴は、入り口の大きな看板である。また、道路に面したぶどうの高棚は鉄製でその高さは4m程度である。この棚の下は駐車場となっており、大型バスの出入りも可能である。多くの施設では観光客向けの屋外トイレを有している。さらに大型施設の特徴として、ぶどう狩りや直売以外の日常的なサービスや観光サービスを提供していることが挙げられる(第2表)。職住近接型の大型施設では、宿泊施設(民宿)、飲食施設(飲食店やバーベキューガーデンなど)および土産店のような労働力を多く必要とする高次の観光サービスを有する。加えて、学習塾、美容室、建築事務所、レンタカー、刃物店を併設する観光ぶどう農園がみられた。一方、職住分離型の大型施設では、ワイン販売や団体用休憩所、土産店などの観光サービスを提供している。

「小型施設」は、施設がプレハブやログハウス

第2表 勝沼町における観光ぶどう農園の種類別サービスの特徴（2006年）

農園の 分類	農園 番号	観光サービス						日常的なサービス業	
		民宿	BBQ	飲食店	土産店	休憩所	ワイン		その他
大型施設 (職住近接)	1		○					ケーキバイキング	美容室 建築事務所 学習塾 刃物屋 レンタカー レンタカー ガソリンスタンド
	2	○	○						
	3	○	○						
	4					○			
	5		○	○				釣り	
	6		○	○					
	7		○	○					
	8				○	○			
	9		○						
	10			○					
	11							朝市	
	12				○				
	13				○				
	14						○	蔵見学、ギャラリー	
	15						○		
	16						○		
	17						○		
	18								
	19								
	20								
	21								
大型施設 (職住分離)	22				○		○	蔵見学	
	23			○			○		
	24				○	○			
	25					○	○		
	26					○	○		
	27			○					
	28				○				
	29				○				
	30					○			
	31					○			
	32						○		
	33						○		
	施小 設型	34			○				
35							○		
簡易 施設	36			○			○		
	37					○			
	38						○	蔵見学	
	39						○		

※BBQはバーベキューガーデン、ワインはワイン販売、休憩所は団体客用の休憩所

(現地調査により作成)

の小規模な観光農園である。小型施設の特徴は、小さな看板やコンクリート製のぶどう棚が設置されていることである。また、駐車場が小さく、ぶどう狩りや直売以外の観光サービスの提供もあまりみられない。

「簡易施設」は、ぶどう生産農家の住居に施設を設けた、小型施設よりもさらに簡易的な観光農園である。簡易施設は観光客用の駐車場がみられない、もしくはあっても台数が少なく、看板も小さい。

「廃業施設」は、観光ぶどう農園を廃業した施設である。廃業施設は、ほとんどが小型施設や簡



写真3 駐車場化した廃業施設

(2006年6月 鈴木撮影)

易施設だったものであり、現在では住居や駐車場、レンタカーの営業所などとして利用されている（写真3）。

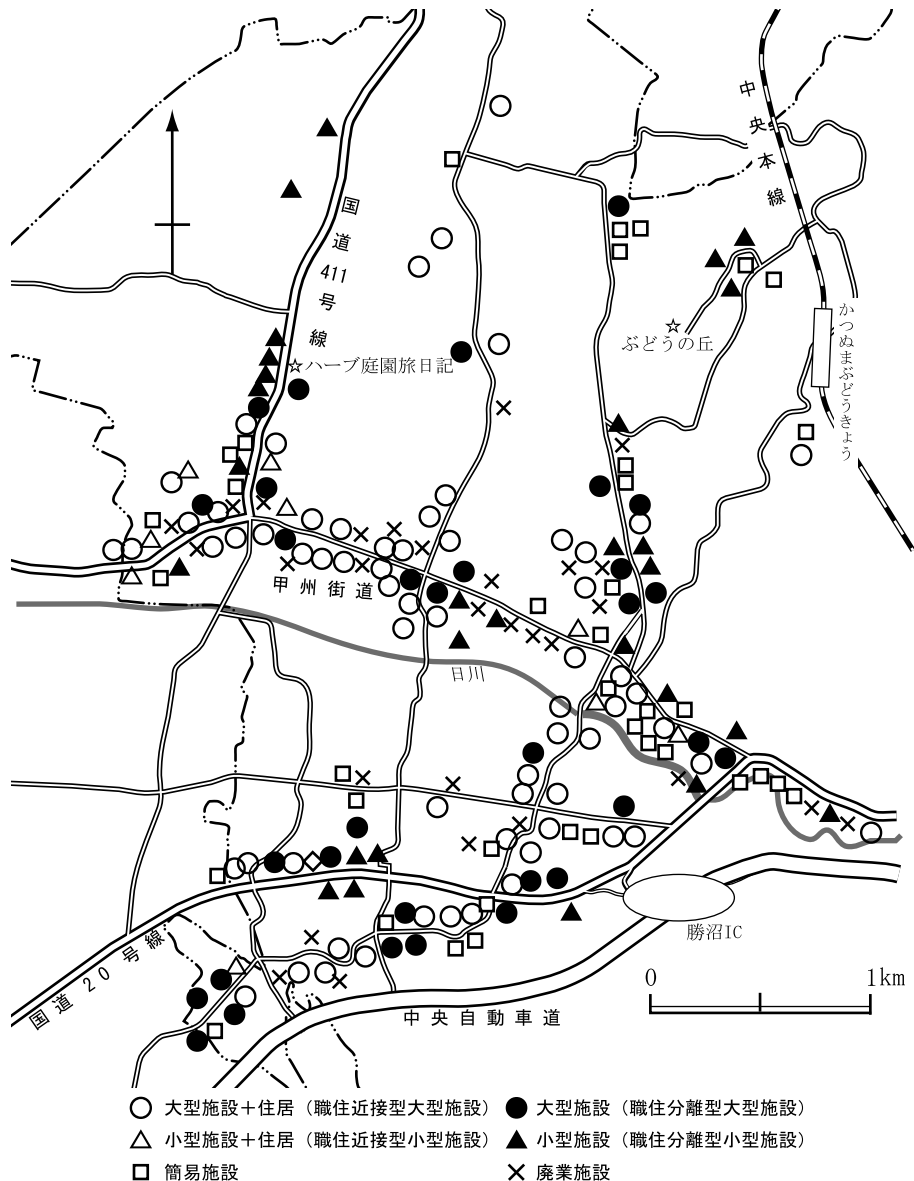
3) 観光ぶどう農園の立地

第5図は、勝沼町における観光ぶどう農園の分布を示している。勝沼町の観光ぶどう農園は、甲

州街道沿いや勝沼バイパス沿い、国道411号線沿いなど特定の場所を集積する傾向がみられる。ここでは、これをもとに4つの場所ごとに立地の特徴を記述する。

①国道20号線（勝沼バイパス）や勝沼インターチェンジ付近の観光ぶどう農園

勝沼町を訪れる観光客の大部分は、東京大都市



第5図 勝沼町における観光ぶどう農園の分布（2006年）

（現地調査により作成）

園居住者で、行き帰りには中央道勝沼インターが頻繁に利用される。そのため、日川以南の勝沼バイパスや中央自動車道付近には大型施設が集積している。大型施設では大型観光バスの受け入れが可能である施設が多い。また、勝沼バイパス沿いでは、下り車線よりも上り車線に観光ぶどう農園が多く立地している。これは、東京周辺から訪れた観光客が帰路に土産物としてぶどうの購入を目的として立ち寄ることが多いためであろう。

②旧甲州街道付近の観光ぶどう農園

1958年の笹子トンネルの開通と自家用車の普及は、旧甲州街道沿いの観光ぶどう農園に最初のぶどう農園集積をもたらした。しかし、その後の交通変革によって、甲州街道沿い付近では、廃業施設が多くなった。ここは宿場町として発展したため、古くから都市的な土地利用が多く、農地や駐車場の拡大がでなかったためである。これは、勝沼バイパスと中央自動車道の開通によって大型施設が拡大している事実と対照的である。

③国道20号線（勝沼バイパス）と旧甲州街道の分岐点周辺の観光ぶどう農園

勝沼バイパスと旧甲州街道の分岐点周辺では、小型施設や簡易施設が目立つ。とくに簡易施設が下り車線に多く立地している。これは、上り車線が急斜面で山がちであるのに対し、下り車線は日

川までの緩やかな斜面でのぶどう栽培が可能であったためである。

④旧甲州街道以北の観光ぶどう農園

勝沼ぶどう郷駅付近の観光ぶどう農園は、簡易施設が多い。これは、斜面を利用した広大なぶどう畑を有していて、主にJA出荷を目的とした生産農家が副業として観光ぶどう農園を開園しているためである。

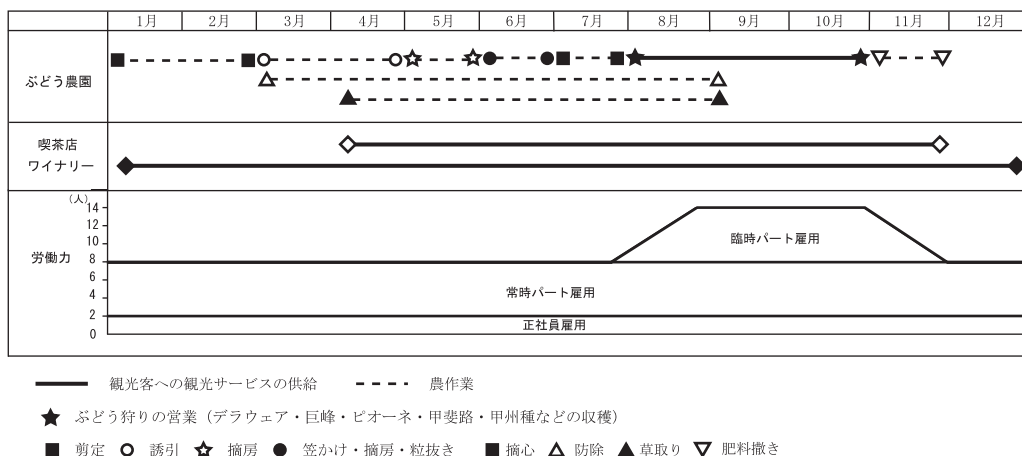
また、旧甲州街道以北の国道411号沿いや「ぶどうの丘入口」交差点付近には小型施設が多く見られる。これは、「ハープ庭園旅日記」や「ぶどうの丘」などの新たな観光資源の登場に伴って、その付近のぶどう生産農家が新しく観光ぶどう農園を開業したと考えられる。

Ⅲ-3 勝沼町における観光ぶどう農園の経営

1) 大型施設における観光ぶどう農園経営

ここでは、H 観光農園、I 観光農園、T 観光農園を事例に大型施設の経営状況を明らかにしていく。

H 観光農園は、旧甲州街道からやや北に入った地点に位置し、1924年に観光ぶどう農園として開業した。ワイナリーも経営し、1999年には喫茶店を開業した。第6図は、H 観光ぶどう農園における経営暦と労働力の配分を示したものである。観



第6図 H 観光農園における経営暦および労働力の年間配分 (2006年)

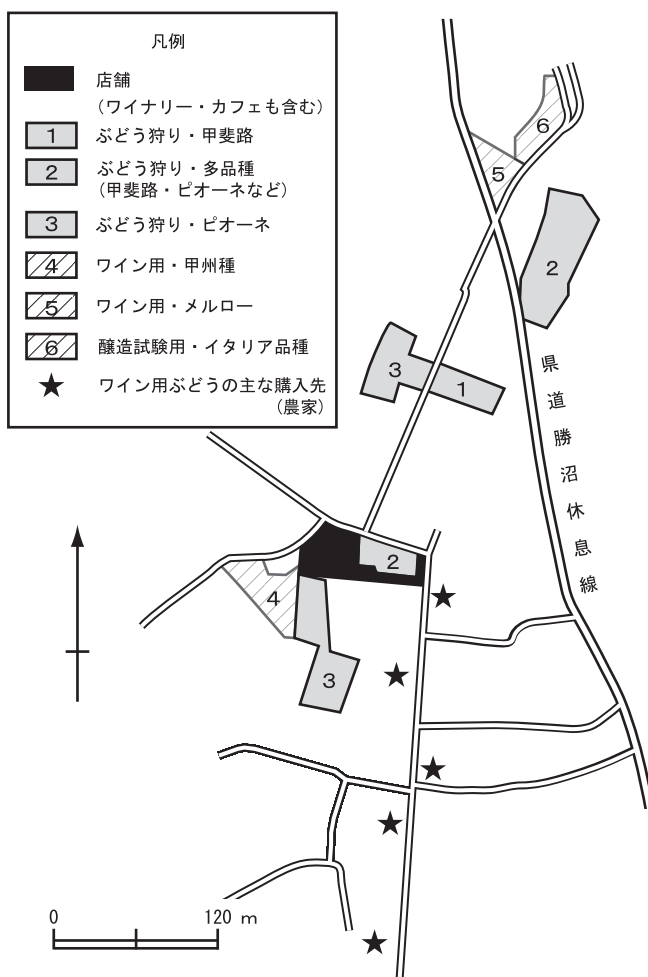
(聞き取り調査により作成)

光ぶどう農園の営業期間は8月～10月頃で、週末には1日約500人、平日でも1日約100人の観光客が訪れる。また、喫茶店やワイナリーを経営しているため、ぶどう狩りの時期以外にも1日10人程度の観光客が訪れる。労働力の配分をみると、年間を通じて社員が2名、常時パートタイム労働者が6名であり、ピーク時になると、臨時パートタイム労働者も含めて14名が雇用されている。

現在、H観光農園が所有する果樹園は1.5haで、ワイン用と生食用の割合は半々である。第7図は、H観光農園におけるぶどう園の配置を示している。施設から比較的近い農地には、ぶどう狩り

用の人気品種である甲斐路やピオーネが栽培されている。一方、ワイン用の甲州種やイタリア品種は施設から比較的遠い場所に配置されている。なお、H観光農園から400m以内の農家から白ワイン用の甲州種を買い上げ、早川町や山梨市などの遠隔地の農家からは赤ワイン用のぶどうを購入している。このように、H観光農園における果樹園の配置は気候や土壌によって決定されたのではなく、観光客のニーズや利便性によって決定され、観光客のぶどう狩り用果樹園は施設に近い場所に配置されている。

H観光農園におけるぶどうの栽培品種は観光客



第7図 H観光農園における農地の分布（2006年）
（聞き取り調査により作成）

のニーズに応じて変わってきた。H観光農園では、かつて甲州種の栽培が中心であったが、1960年代からはデラウェアが導入され、ジベレリン処理の普及により種なしぶどうの栽培も可能になった。1970年代から大粒で種なしの巨峰・ピオーネを導入し、やや遅れて高級種である甲斐路の栽培が始まった。H観光ぶどう農園における主な宣伝活動としては、ホームページや旅行雑誌、パンフレット、東京等で行なわれるワインの試飲会が挙げられる。

I観光農園は、旧甲州街道と国道411号の合流点付近に立地し、1970年に観光ぶどう農園として開業した。観光ぶどう農園の開業契機は、観光ぶどう農園の現金収入という経済的な要因であった。主な労働力は、50代の世帯主と20代の娘2人で、ピーク時には一日30人のアルバイトを雇用する。現在の果樹園面積は1.8haであり、開業の際に近隣の農家が所有していた果樹園を購入し、農地の拡大を図った。巨峰とピオーネで0.9haを占め、残りはデラウェアや甲州、ベリーA、甲斐路が占めている。客層は中高年女性の個人旅行や観光バスを利用した団体観光客が主体である。旅行会社や観光バス会社と契約を結んでおり、売り上げの一部をそれぞれに支払う仕組みになっている⁵⁾。そのため、旅行会社や観光バス会社に対する営業活動も重要である。また、I観光農園は、レストランや土産店、バーベキューガーデン、喫茶店、きのこ詰め放題など観光サービスの提供や従業員に対するホスピタリティ教育などにより、多目的な癒しの空間をつくりだしている（写真4）。JAへの出荷はなく、観光・直売収入に依存しており、ぶどう狩り・直売を除いた観光サービスの供給もI観光農園において重要な収入源となっている。

T観光農園は、旧甲州街道からやや南に入った地点に位置し、1930年頃に開業した。現在の主な労働力は75歳の世帯主と65歳妻であり、この夫婦は1975年に先代から観光ぶどう農園の経営を引き継いでいる。開業当時の品種は甲州種とデラウェアであったが、現在では、ベリーA、ピオーネ、

甲斐路、サニールズなどの10品種が栽培されている。耕地面積は50aである。JAへの出荷はなく、観光・直売収入に依存している。T観光農園は、旅行会社や観光バス会社との提携がなく、客層は家族連れが多い。T観光農園では、1970年から民宿の経営を開始した。ぶどう狩りによる収入と民宿による収入の割合が半々であり、民宿経営がT観光農園の大きな収入源になっている。

このように、大型施設の観光ぶどう農園はJA出荷を行なう生産農家によって開始された。その後、現金収入の多さや農家による価格設定が可能であることからJA出荷を縮小・中止し、また近隣の農地を購入し、観光ぶどう農園として拡大を図ってきた。加えて、観光客のニーズに応じて果樹園における品種配置を変化させてきた。大型施設の観光農園では、レストランや土産店などの観光サービスの提供、旅行会社や観光バスとの提携によって、観光に依存した経営形態になっている。

2) 小型施設における経営の現状

M観光農園は、国道20号バイパスに立地し、1969年に家族経営で開業した。現在の労働力は、50代の世帯主一人で、ピーク時には1日2人のパートを雇っている。M観光農園の耕地面積は80aであり、ぶどう狩りの他に桃狩りを行なっ



写真4 多様な観光サービスを提供している観光ぶどう農園

(2006年6月 鈴木撮影)

いる。ピーク時には、一日30～100人の観光客が訪れ、客層としては家族づれが多い。M 観光農園におけるJA 出荷と直売・観光収入の割合は2 : 8である。M 観光農園は直売・観光を重視しているが、安定した観光収入が得られる観光バスとの提携がない。そのため、現在でもJA 出荷が補助的な役割を果たしている。

3) 簡易施設における経営の現状

B 観光農園は勝沼ぶどう郷駅付近に立地している施設であり、農地は斜面に立地している。従来ぶどうの出荷のみ行なう生産農家だった。1996年から、JA への出荷を主体としながら、副業として観光客を受け入れるようになった。現在の労働力は、70代の夫婦とその息子夫婦（ともに40代）からなる家族経営で、パートも一人雇っている。B 観光農園の耕地面積は2haで、甲州が20a、巨峰が20a、ピオーネが30a、デラウェアが30a、ハウス栽培が40a、残りはさまざまな品種構成されている。かつては作業効率のよさから斜面の標高差を活かして、高さごとに異なる品種を栽培していた。現在では観光ぶどう農園も開業したこともあり、標高差ごとではなく、同じ品種が一箇所に集中して栽培されている。現在のB 観光農園におけるJA 出荷収入と直売・観光収入は9 : 1である。直売による観光客の受け入れは補助的な収入として位置づけられている。

Ⅲ-4 勝沼町における観光ぶどう農園経営の課題

第3表は、これまでの分析をもとに勝沼町における観光ぶどう農園経営の現状をまとめたものである。これをもとに観光ぶどう農園の課題と展望を考察していく。

大型施設は、大型観光バスによる大量の観光客の受け入れを行ない、施設などの附属施設も大規模化してきた。しかし、近年勝沼バイパス沿いの大型施設では、大型観光バスによる団体観光客が減少している⁶⁾。そのため、このような大型観光バスによるマス・ツーリズムへの対応と同時にマイカーによる個人旅行への対応も重要であろう。

また、大型施設は、多くがJA 出荷を中止し、直売やぶどう狩り、その他の観光サービスなどの観光収入に依存している。これは、直売・ぶどう狩りの価格を観光農園ごとに自由に設定できることができ、JA 出荷よりも高価で取引することが可能であるためである。加えて、バーベキューガーデンや喫茶店などの観光サービスによってある程度の副収入が見込める。今後は安定した収入を得ることができるため、大型施設には後継者が存在することが多い。

小型施設と簡易施設の小規模施設は、現在もJA 出荷を継続していることが多い。そのため、大型施設と比べると従業員教育や観光サービスの供給、附属施設のバリアフリー化などのサービスの向上において遅れがみられる⁷⁾。このように、

第3表 勝沼町の観光ぶどう農園における経営の現状（2006年）

	大型施設(居住機能あり)	大型施設(居住機能なし)	小型施設	簡易施設	廃業施設
立地	勝沼バイパス・勝沼インターチェンジ付近、国道411付近		点在	斜面	旧甲州街道沿い
看板	大きな看板		小さな看板	小さな看板もしくは看板なし	小型店舗や居住内店舗の名残
主なぶどう棚	鉄製の高い棚		コンクリート製の低い棚		×
駐車場	広い集約的な駐車場		狭い駐車場	民家の駐車場	×
直売を除くサービスの供給	日常的サービスや高次の観光サービス(宿泊業、BQ、飲食店、売店など)の供給	低次の観光サービス(売店や休憩所など)の供給	なし		×
旅行会社との提携	あり	なし			×
観光農園の経営形態	観光專業型経営		観光重視型経営	生産農家の副業的経営	×

(現地調査により作成)

従業員のサービスの質的向上や、グリーンツーリズム（農家民泊や農業体験）などの新たな観光サービスの供給を行うことで大型施設との差別化を図っていく必要がある。また、小規模の観光農園では、高齢化や後継者の問題を抱えている⁸⁾。

IV 甲州市勝沼町におけるワインの生産活動

IV-1 ワイン生産の展開

勝沼町におけるワイン生産は明治期に始まる⁹⁾。1877年（明治10）、東八代郡祝村下岩崎（現在の甲州市勝沼町下岩崎地区）に、ぶどう栽培家の出資によって、大日本山梨葡萄酒会社（通称祝村葡萄酒会社）が創設された。同社は1877年に高野正誠、土屋竜憲の2人の青年をフランスに派遣し、ワイン醸造の方法とワイン醸造品種の栽培を学ばせた。両氏が帰国すると直ちに醸造に着手し、製品の試売に努めた。当時の製品は、輸入品に比べると低価格であったため、大いに歓迎された。しかし、当時はワインの消費量が少なく、また、醸造方法や貯蔵法が未確立であったため、1886年（明治19）に会社は解散した。会社経営によるワイン生産は失敗したものの、農家によるワイン醸造は継続された。それは、生食用として出荷されない品質の悪いぶどうが、自家消費用のワインとして加工されたためである。

大正時代にぶどうの生産量が拡大すると、大量の余剰や屑物になったぶどうがワイン醸造に利用されるようになった。その結果、個人の醸造業者、とくに副業的にワインを醸造する農家が多く登場した。1922年（大正11）には169か所だった醸造所が、1929年（昭和4）には620か所へ増加した。増加した背景には、免許税を払えば個人醸造免許が交付されたこと、台風による被害や市場への対策といった要因が挙げられる。

第二次世界大戦中には食糧統制のため、全国で果樹の多くが米麦栽培へ転換させられたが、勝沼町では軍からの要請により、ぶどう栽培とワイン生産は優遇措置を受けながら継続された。個人醸造を行っていた農家は、地区や集落単位で共同醸

造組合を設立し、共同醸造場でワイン製造を開始した。1944年には軍の要請により日清製油（後のメルシャン）が酒石酸採取工場を建設し、県外の会社が進出するようになった。

第二次世界大戦直後には、勝沼町のワイン生産の中心は地区単位の共同醸造組合が大半であった。これらの組合は、統廃合によって、1962年には30か所（うち県外資本は2か所）にまで集約化された。同時に、多くの共同醸造組合が法人組織へと転換した。30か所の醸造所のうち、法人化した醸造業者は、副業的なワイン生産から専門的なワイン生産へと変化した。また、新しい醸造技術や栽培技術を導入することで、量より質を目指した生産へ変化もみられた。

海外旅行の自由化（1964年）、大阪万博・ワインの輸入自由化（1970年）などによってワインに触れる機会が増加し、日本国内での消費量が増加した。数度のワインブームの到来によって消費者の嗜好が変化すると、従来醸造に用いられていた甲州種に加えて、ヨーロッパ系のカベルネ・ソーヴィニオン種やメルロー種といったワイン用品種が導入されるようになった。ヨーロッパの栽培地域では、夏季に乾燥し土壌が痩せ、梢が成長しないため、枝梢をワイヤーなどで支える垣根栽培が行なわれている。一方、日本では温暖湿潤な気候で、土壌が肥沃であるため垣根栽培が導入されてこなかった。しかし、1980年前後からワイン用品種の栽培に成功すると、垣根栽培を取り入れる農家もみられるようになった（西野編、2004）。また、1979年には原料ぶどうの品質維持とワイン産業の拡大・振興を図ることを目的とした「ワイン原産地認証条例」が制定され、行政によるワイン生産推進が本格化した（藤本、2005）。

2003年には勝沼町を含む山梨県東地域が「ワイン産業振興特区」に認定された。これは、従来農地法で制限されていた法人（農業生産法人は除く）の農地取得や賃借を、一定条件のもとに例外として認める制度であり、ワイナリーによるぶどう栽培などが該当する。この特例措置により、ワイナリーが自社農地を所有することが認められ、

ぶどう栽培からワイン生産までを一体化し、高品質なワイン生産が可能になった。

このように、勝沼町におけるワインの生産活動は自家消費を目的とした個人醸造を起源に、第二次世界大戦中に個人醸造者の整理統合を行い共同醸造組合へと変化し、そして現在のような法人組織による醸造へと推移してきたのである。

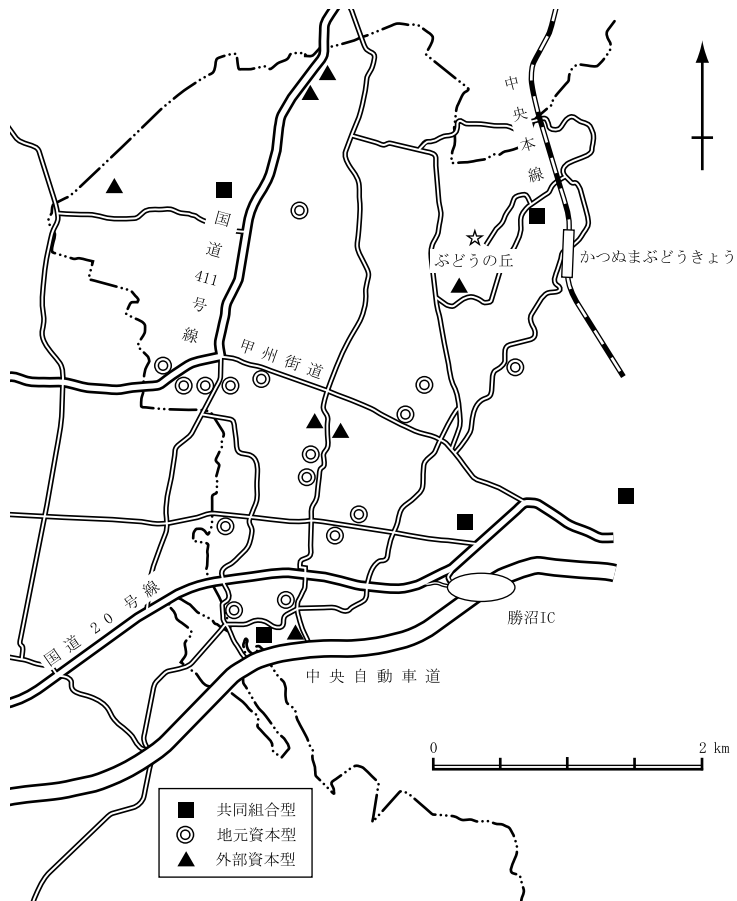
Ⅳ-2 ワインの生産・販売形態

甲州市勝沼町には、2006年現在、31のワイナリーがある（第8図）。それらは生食用ぶどうの栽培農家が集落ごとに組織したグループによる共同組合型、勝沼町に資本を置く地元資本型、勝沼町外から進出してきた外部資本型の3タイプに分ける

ことができる。共同組合型と地元資本型ワイナリーのほとんどが旧甲州街道や県道田中・勝沼線沿いを中心に、外部資本型ワイナリーは主要道から少し離れたところに立地している。次では類型ごとに特徴的なワイナリーの事例に基づいて、経営の特徴について述べる。

1) 共同組合型ワイナリー

勝沼町のワイナリーについて、中心的役割を果たしてきたのは共同組合型ワイナリーである。これは醸造所の管理や原料の納入、さらには醸造までを農家が共同で行うものである。自家消費用ワインを生産するという性格が強かった。第二次世界大戦直後まで、このような共同醸造所は多く存



第8図 勝沼町における類型別ワイナリーの分布（2006年）

（現地調査により作成）

在した。1963年に酒税法が改正されると、酒類製造は法人組織のみに認められるようになった。そのためワイナリー経営のほとんどが、共同組合型からぶどう農家が株主となった法人組織型へと転換した。

Aワイナリーは菱山地区の30軒の農家が自家用にワインを醸造するために設立されたが、1936年に共同醸造所として再編成された。終戦後、小規模のワイナリーが統廃合され、現在菱山地区にはAワイナリーのみが存在している。Aワイナリーには、他のタイプのワイナリーのような専門の醸造技術者がおらず、ぶどう栽培から醸造、瓶詰めといった一連の作業を組合員である各農家が共同で行っている。また、ワイン醸造にはそれぞれの農家が栽培した甲州種を使い、昭和初期の破碎機や樽を使い、昔ながらの手法で醸造していることが特徴的である。

2) 地元資本型ワイナリー

Bワイナリーは1939年に下岩崎地区の農家が集まり、共同醸造組合として設立された。1963年に税務署の要請で、組合員の農家から持ち株を買い取り、株式会社となった。2006年現在、Bワイナリーは赤ワイン用のカベルネ・ソーヴィニヨン種、ワインビネガー（ワイン酢）用のデラウェア種を主体に、年間ワイン用原料を70トン、ワインビネガー用原料を70トン生産している。現在、Bワイナリーは果樹園を1ha所有しているが、そのうち半分の50aでぶどうの収穫を行い、残りは2、3年後の収穫を目指した未成園である。そのため、2006年時点では自家農園だけで原料を調達することができず、契約栽培農家や県内外の農家、JAから原料を購入している。

地元資本型ワイナリーは農家でもあり、原料であるぶどうの生産からワインの醸造までを一貫して行っている。毎年8月ころからデラウェア種の収穫・仕込みが始まると、12月まで栽培品種ごとに、特性に合わせて醸造、熟成、ボトル詰め作業が行われる。また、11月から翌年3月ごろまではぶどうの木の剪定作業を行い、その後収穫期ま

で誘引、芽かき、房作りなどの手入れ作業が行われる。また、Bワイナリーの醸造責任者はフランスへ留学し、ぶどうの栽培方法やワインの醸造方法などを修得してきた。そのため積極的にヨーロッパ系のぶどう品種の栽培にも取り組み、栽培から醸造までの作業を一貫して行うことで、高品質なワイン生産を目指している。こうした傾向は、勝沼町内の地元資本型ワイナリー全般にもみられる（山本、2003）。

Bワイナリーは企業やレストラン、個人客を中心に販売を行っている。その販売方法は、店舗での直接販売、電話やファックスからの注文による通信販売がほとんどであるが、わずかながらインターネットからの注文もある。

3) 外部資本型ワイナリー

Cワイナリーは、名古屋で最大の大手酒造会社が地元会社を買収し、1973年に開業したものである。2006年現在、Cワイナリーは甲州種、デラウェア種を主体に年間およそ50銘柄を生産している。従業員はパート従業員を含めて20人であり、ほとんどが勝沼町から通っている。ワインの原料は契約栽培農家5戸を含む地元農家からの購入を中心としている。収穫期の7月から10月にかけて仕込み作業を行い、その後は年間を通してボトリング作業を行っている。

Cワイナリーのような外部資本型ワイナリーは、他のタイプのワイナリーと異なり、原料のぶどうを買い取り、加工するといった工業的な性格が強い。また、製造工程の見学や、自社栽培しているシャルドネ種、カベルネ・ソーヴィニヨン種などの収穫体験を行うことが可能である。さらに、レストランと結婚式場兼ねた施設を併設しているため、このタイプに該当するワイナリーは観光的な側面も強い。

Cワイナリーの主な販売地域は、親会社の拠点である中部地方および関西地方が大半を占め、酒類量販店やスーパー、コンビニエンスストアで販売されている。

4) ワインの販売形態

ワインの販売形態は、生産形態によって大きく異なる。共同組合型ワイナリーの場合、農家が共同醸造場でワインを自家消費用に生産している。そのため生産されたワインの大半が自家消費され、少量は一般に直販される。店舗では販売されていない。一方、地元資本型・外部資本型ワイナリーは、独自の試飲施設を所有し、ワイナリーや果樹園見学などと組み合わせた店舗で直接販売を行っている。また、酒屋への卸販売や電話やファックス、インターネットを利用して通信販売も行っている。

そのほかに、ワイン関連施設としてトンネルワインカーヴやぶどうの丘がある。トンネルワインカーヴは中央本線旧深沢トンネルを利用し、ワインの長期熟成や付加価値を高める施設として、勝沼町内外のワイナリーや個人に利用されている。また、ぶどうの丘では勝沼町推薦のワインを地下のワイン貯蔵庫に保管し、試飲や販売を行っている。

V 結論

本稿は、山梨県甲州市勝沼町の観光農園とワイナリーの特徴を明らかにしてきた。その結果は、次のようにまとめられる。

勝沼町におけるぶどう栽培は、1980年前後をピークとして減少傾向にあるが、後述する観光農園の動向とあいまって、ある程度の生産規模が維持されている。近年では、とくに品種の多様化が顕著であり、少量の珍しい品種が観光客向けに栽培される例が増えている。そのため、大規模農家では後継者もある程度存在している。

観光ぶどう農園は、東京との交通条件の改善によって急速に発展した。とくに1958年の笹子トンネル開通、自家用車の普及さらには1977年の勝沼バイパスと中央自動車道の開通は大きな影響をもたらした。現在では年間150万人に及ぶ観光客が訪れるようになった。

勝沼町における観光ぶどう農園は、景観や経営

面の特徴から大型施設、小型施設、簡易施設に分けることができる。大型施設は、勝沼バイパスや勝沼インターチェンジ付近、国道411号線付近に立地する。大きな看板、鉄製の高棚、大規模駐車場が景観の特徴である。さらに、レストランやバーベキュー施設などさまざまな観光サービスの提供もみられる。しかし、観光客の農園での滞在時間は短縮されており、ぶどうの収穫体験というかつての主目的は減少し、新鮮で珍しい品種を購入する場としての性格が強まっている。大型施設にとっては、観光客へのぶどうの販売や宅配販売が中心で、JA出荷は大きな意味をもたない。一方、小型施設や簡易施設は規模が小さく、ぶどうのJA出荷が経営の中心で、観光農園経営は補足的な位置づけである。その多くでは、サービスの向上や大型施設との差別化、高齢化や後継者の問題などが課題となっている。

勝沼町のワイナリーは日本で最も古い歴史を有する。今日、ワイナリーは共同組合型、地元資本型および外部資本型に分けることができる。共同組合型ワイナリーは、旧来より自家消費用ワインを生産するといった性格が強い。醸造所の管理、原料の納入、醸造まで共同で行なう。次に、地元資本型ワイナリーは、共同組合型が企業に統合されたもので、今日では、高品質のワインを生産・販売する拠点として性格付けられる。ぶどう栽培からワイン醸造までを一貫して行い、観光客に対する高品質ワインの販売も始まっている。一方、外部資本型ワイナリーは安価なワインを大量に生産する工業的な色彩が強い。販売先は、大都市が大半を占める。また、観光客の受け入れを積極的に行い、大規模な販売施設や飲食施設を設置している。

勝沼ぶどう郷駅の北側に、1975年に「ぶどうの丘」が設置された。2000年ごろから施設の整備が進み、町内のワイナリーが生産したワインの試飲施設、飲食施設、ワイン販売施設、宿泊施設、さらには入浴施設が集積している。ぶどう狩りのシーズンには、多くの観光客が訪れる。小規模の地元資本型のワイナリーにとっては、自社産ワイ

ンの品質をアピールする機会が提供されている。　　イナリーを結びつける施設としての役割を担い、
ぶどうの丘は、勝沼町における観光ぶどう園とワ　　今後の展開が目される。

本稿を作成するにあたり、甲州市役所、山梨県果樹試験場、JAフルーツ山梨、観光ぶどう農園経営者、
ワイナリー経営者の方々にご協力いただきました。記して感謝申し上げます。

[注]

- 1) 観光ぶどう農園の変遷については、勝沼町誌刊行委員会編（1962）を参照した。
- 2) こうした市場との近接性については、山村・浦（1982）でも論じられている。
- 3) 観光客数は甲州市の資料による。
- 4) 観光バスを利用したパッケージツアーについては、I農園およびハーブ園の駐車場に駐車している
観光バスの運転手や添乗員に聞き取りを行なった。
- 5) 観光農園と契約を結んでいる旅行会社や観光バス会社は、西武バス、クラブツーリズム、小田急ト
ラベル、相鉄観光、富士急トラベル、ホリデー、阪急交通、京王電鉄、静鉄観光バス、読売旅行な
どが挙げられる。
- 6) 勝沼バイパス沿いに立地するS観光農園からの聞き取り調査による。
- 7) 甲州市がコンサルタントなどによるサービス向上を目的とした講習会を開催した。しかし、小規模
な観光ぶどう農園が様々なアイデアを取り入れることが少なく、サービス向上に関する意識の低さ
が伺える。
- 8) 同様の問題は、田辺（1988）による兵庫県の観光農園についての報告でも指摘されている。
- 9) ワインの生産の歴史的経過については、勝沼町誌刊行委員会編（1962）を参照した。

[文 献]

- 内山幸久（1996）：『果樹生産地域の構成』大明堂。
- 勝沼町誌刊行委員会編（1962）：『勝沼町誌』勝沼町。
- 菊地俊夫（1983）：甲府盆地におけるワインの生産形態と生産組織。経済地理学年報，29，88-105。
- 佐々木博（1966）：甲府盆地東部と南西ドイツKaiserstuhlにおけるブドウ栽培景観の比較。地理学評論，
39，118-145。
- 田辺一彦（1988）：観光農園についての若干の考察－兵庫県氷上郡春日町春日を事例として。人文地理，
40，355-367。
- 中山美恵子（1964）：勝沼町における観光農業。岩田孝三編『観光地理研究』明玄書房，237-264。
- 西野祐輔編（2004）：『日本のワインがすき 全国ワイナリー探訪39』日之出出版。
- 山梨県編（1996）：『山梨県史 民俗編』山梨県。
- 山村順次・浦達雄（1982）：都市化地域における観光農園の動向－川崎市多摩川沿岸を例として－。新地理，
30（2），1-18。
- 山本 博（2003）：『日本のワイン 本格的ワイン造りに挑んだ全国のワイナリー』早川書房。