



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ワイン産業のいまと未来 : 北海道から世界へ
Author(s)	曾根, 輝雄; Sone, Teruo; 齊藤, 啓輔 他
Description	パネルディスカッション
Citation	地域経済経営ネットワーク研究センター年報, 14, 29-37
Issue Date	2025-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/94423
Type	departmental bulletin paper
File Information	REBN_14_029.pdf



<パネルディスカッション>

ワイン産業のいまと未来 ー北海道から世界へー

パネリスト 曾根 輝雄（北海道大学大学院農学研究院教授）
パネリスト 齊藤 啓輔（余市町長）
パネリスト 高橋 克幸（F PLANNING LAB 合同会社代表）
司会・進行 東山 寛（北海道大学大学院農学研究院教授）

東山：それでは、残りのパネルディスカッションに入りたいと思います。

終わりの時間が決まっております、大変申し訳ないのですが、楽しみにしているテイティングがありますので、時間どおりには終わりたいと思います。

それで、フロアからいろいろご発言があるかなと思っております。その前に、まず今回の講演につきましては特に講師のみなさんと事前の打合せ等しておりませんので、お互いに今日のお話は初めて聞いたということになったかなと思います。まず振って申し訳ないのですが、曾根先生のほうから、お二人のお話を聞いて何かお感じになったことがあればお話しいただければと思います。

曾根：ふだんから私も齊藤町長とは何度もお会いして、先ほどおっしゃったビゾさんが来たときのランチ、私もその場にいました。確かにそういう戦略を持って進めるというのが非常に重要なのだというのは改めて勉強になりました。われわれも大学にいますとなかなかそのようにかじを切るというのは難しいところもあるのですが、非常に勉強になったお話でした。

それから、高橋さんにはいろいろいつも私のほうもご相談していて、先ほどイノベーションを起こすためにという話の中で、最後に、現場の生産者のみなさんとお話をして、声を聞き、とありました。私もできるだけどんなことが必

要なのかというのはやっているつもりなのですが、これからもしっかりやらないといけないなと思ったところです。

東山：ありがとうございました。

齊藤様と高橋様については、少し時間を取ってお話しいただければと思うのですが、齊藤様、まずいかがでしょうか。

齊藤：結構言い足りなかったことがあるのですが、私のテーマは地方創生との絡みでのワイン産業なので、先ほど曾根先生のプレゼンでもカリフォルニアのナパ・ヴァレーの経済効果というお話が出ていましたが、余市も、私は先ほど戦略を立てるのが私の仕事と言いましたが、戦略を立ててレールを敷くということです。そのレールに従って結構経済効果も出てきています、2、3年で大きく化けてくると思うのです。具体的にどういうことかといったら、ワイン産業はボトリングして終わりではなくて、産業が持っている裾野の広がりがあると思うのですが、それこそツーリズムだったり食だったりというような広がりがあります。それを体現しているのがナパ・ヴァレーではあるのですが、余市の場合はむしろ食、レストランもどんどん、どんどんできてきていますし、投資が集まってきていて、コンドミニウムができたり、外資系のホテルの参入の計画もあるというようなことで、経済的な波及効果がいろいろ出ています。

一方で、人口減少の話は冒頭にしましたが、

北海道が目指すのはナパ・ヴァレーではなくブルゴーニュですから、先ほど先生がお話しされたナパ・ヴァレーのようなテロワールではなくて、完全にブルゴーニュのテロワールを目指すのです。その心は、ヴォヌ・ロマネって村は人口300人です。それなのにあれだけの世界的な富を作っています。ジュヴレ・シャンベルタンも人口3,000人ですよ。3,000人であれだけの世界中の人たちの心をつかんでいるのです。ナパは逆に人口がどんどん増えていっているし、やはり北海道を見ると今人口が減っていく中でどう富を上げていくかということを考えていかなければならないので、目指すはブルゴーニュスタイルがいいのではないのかと思っている次第です。

あと、私はよくモデレーターをやることが多いので、ちょっと質問を先に振っておきますが。曾根先生、ナパを取り上げた趣旨をちょっとお聞きしたいのと、あとはGI Hokkaidoがあるではないですか、消費者の観点からすると、日本のワインはやはり選びにくいですよ、ね、何を選んでいいかわからないし、地理的表示も確立されていないし、格付も確立されていない。GI Hokkaidoをどのように活かしていくのでしょうか。今のところあまりよくその方向性が見えていません。なので、その辺の現状や意見をちょっとお伺いしたいということで、よろしくお願いします。

東山：ありがとうございます。逆に質問を出していただいてありがとうございました。

高橋様、何かもう少し言い足りなかったことがあれば、最初をお願いします。

高橋：今日は、温暖化ということで現場のほうでこんなことが起きているよということをお話しました。製造のほうからするとそういうところも問題であります。実は今ワイン産業で一番問題だなと私が思っているのは正直ワインが売れていないことだと思います。造り手の数に対して消費の量が伴っていないのです。先ほど曾根先生から今ワイナリーは70という話があ

りましたが、実はさらに増えており、つい最近国税局の方に聞いたら71（公式には）だと言っていました。それぐらい確実に生産するワインの量が増えているわけです。それに見合うだけの消費が伸びているかというと、実際は伸びていない。これは、国税局のデータでもそうなっています。

これを解決していかないと、これからワイナリーが増えるということがだんだん難しくなっていくますし、今あるワイナリーの中で廃業していくところが必ずや出てくるだろうと思います。それを何とかするためには、やはり飲み手を増やさなければいけないのです。これは、町長のように上から攻めていくというのもすごく効果的な方法で、誰しもが目にするので、すばらしい方法だと思いますが、一方でやっぱり普段飲むような人を増やしていかないと総量は増えていかない部分もありますので、そういう取り組みが実は重要だと思っています。

ところが、道としてもいろいろな取り組み、プロモーション事業をやっているかと思いますが、消費者に効果的に届く施策というのは少ないかなと思っています。情報が伝わらないのです。先ほど町長の話でもそうですが、GI Hokkaidoって進めてきた割にはみなさん知らない。GI Hokkaidoって何ですかって言われたら、答えられる人はすごく少ないのではないかと思います。そういうことも含めて、もうちょっと北海道のワインの情報をきちっと提供しながら、少しでも多くの人に飲んでもらう機会を増やしながら、そしてファンを増やしていくということをしていかないとワイン産業が伸び続けることは難しいかなと思います。

東山：ありがとうございます。

ついでなのですが、価格の面の問題というのはどう考えていらっしゃるでしょうか。

高橋：価格のこともよく言われます。北海道のワインは値段が高いのではないかと。確かに高いのですが、それぞれのワイナリーに私はそれぞれの役割があるのかなと思っています。大手

のワイナリーは量を造ることによってコストを分散できます。その分安いワインが造れる。ですが、量を造るがゆえに細かいことはなかなかできないのです。なので、安くて割と飲みやすいワインを日常的に提供できるのが大手ワイナリーの大事な仕事なのかなと思っています。

逆に、規模の小さなところは非常に手の込んだことをしながら、より一層おいしいものを造る努力をみなさんしております。その中で手間暇がかかるのは、これはどうしようもないのです。その分が価格に反映されているので、その味わいと価格を比較してみなさん納得するものを買って飲んでいただければいいのです。納得しなかったら、買わなければいいだけの話です。それぐらい、造っている側は真剣にみんな自分たちがおいしいと思っているワインを造っているのです。それを共感した人たちがその価格でも買っていいよと思ったときに飲んでいただければいいのかなと思います。

東山：ありがとうございました。

曾根先生、齊藤町長から厳しい質問がありましたが、どうですか。

曾根：なぜナパ・ヴァレーを引き合いに出すのかということですが、もちろん世界には名だたる産地がいっぱいあります。特にナパ・ヴァレーでなければいけないということではないのですが、ワインラバーのみなさんにはブルゴーニュという話をしたときにはぱっと通るのですが、私も講演する場がいろいろなところであり、一般の学生にお話しする時にはやはりドル建てで説明できるところが分かりやすいというところがあるので、その資料を今日も使っているところなんです。

あとは、北海道大学として、それこそ今ブルゴーニュ大学とも協定を結びたいということで少しずつ話を進めているのですが、カリフォルニア大学デービス校という非常に有名なナパ・ヴァレーのワインを成功させた大学との関係というのがもう既にあるものですから、そういった繋がりもあって、ナパ・ヴァレーを例にして

いるのです。今後ブルゴーニュの例も調べて、ぜひ入れていきたいと思っています。

それから、GI Hokkaido のことですね。確かに、私 GI Hokkaido の管理委員会の副委員長というのをさせていただいているのですけれども、別にだからどうのということではないのですが、これは、つくった側もやっている側も結構いろいろ悩みを抱えているところなのです。どうしたらみなさんに GI を知っていただけるのかという、今のところ GI Hokkaido というのがラベルに書いてあるメリットというのが造り手のみなさんにも消費者のみなさんにもうまく作用していない。どういうメリットがあるのかというのがまだ届いていないというところがあります。何とかそこを改善していかないといけないのだらうなというのは常々考えているところなのです。

実際 70 余のワイナリーがあって、今 GI Hokkaido の GI を取っていらっしゃるワイナリーさんというのは恐らく 10 件、15 件ぐらいしかないのです。一つは、それが記されていなくても、ラベルに Hokkaido と書かなくても今のところ売れているというところもありますし、そういった形でまだ取得されていないところも多いのです。あるいは、北海道はいろいろな地域があって、いろいろな特徴のワインができると私も言っているのですが、一括りにしてもしようがないのではないかという考え方があります。GI の仕組みはメーカーさんが申請をして GI ○○というロゴをラベルに載せるような仕組みになっていますので、その意味付けというのがまだ難しいところがあるのかもしれない。ただ、まず 1 段階目として道という都道府県の単位で GI を取ってというのが今のところの動きです。

今後地域の GI なり、何かまとまりというのを各地域で提案してやっていくという時代が来るであろうと、そのほうが多分実用的なものになっていくのだらうなと思います。そこに国の制度がどう関わってくるかというのは今後どう

なっていくか私も分からないところではありますが、そういう流れになっていくのだろうとは思っています。

東山：ありがとうございます。

表示制度については、まだまだ考える余地があるのだなということが私も分かりました。農産物のGIですと取得するとマスコミが勝手に宣伝してくれるので、「今金男爵」みたいに非常に大きな宣伝効果があるのですが、そことの結びつきがまだちょっと弱いかもしれないですね。ありがとうございます。

それでは、残り時間が20分ちょっとぐらいかなとは思いますが、フロアのみなさまから自由にご発言をいただければ、ご発言というか、ご質問ですね。どなたからでも結構ですので、いかがでしょうか。

では、清水池先生よろしくお願いします。

清水池：北海道大学農業経済の清水池といいます。

今日は、講師のみなさまお話しいただきましてありがとうございます。ワインのことはあまり詳しくないのですが、ブルゴーニュには行ったことがあり、非常に面白い話で、大変興味深く聞かせていただきました。

質問というか、どう考えますかということで、誰に聞いたらいいか分からないのですけれども、最近の若い人は基本的にあまりお酒を飲まないのですよね。私もゼミで飲み会をしても、今はもう学生の半分ぐらいがお酒を飲まないのです。ソフトドリンクなのです。特にワインみたいなアルコール度数の高いお酒は、本当に飲まないのです。そういうことを考えた場合、ワインの今後ってどういうふうと考えられるのかなと。

実は、知っている若い人でクラフトビールを造っている人がいるのですけれども、彼は実はお酒がそんなに好きではないのです。彼の究極の目標は、アルコール度数のないクラフトビールを造りたい。それでおいしいものを造りたいというふうに言っていて、ワインも多分、

ちょっと世界的な動向を把握していませんけれども、日本だと結構今の若い人の消費のスタイルを見ているとなかなか今後厳しそうだなと正直思っています。その辺りどのようにお考えになっていますでしょうか。誰に聞いたらいいか分かりませんが、よろしくお願いします。

齊藤：清水池先生、ありがとうございます。非常によく聞かれる質問で、私も大学で授業をするときにマーケティングでもよく聞かれるのですが、まさにそのとおりであって、要は先ほどワインの消費量が減っているという話をしましたが、世界的なトレンドとしてアルコールの消費量が減っています。というのも、そもそも、今日本だから日本に特化して言いますが、日本の人口も減るではないですか。減るともちろん飲み手も減りますよね。そんな中で今後、ワインを推していますが、それって合理性があるのですかという質問を私もよく受けるのです。それに対しての答えは、ありますと、なぜならば、マーケットが違うから、ということなのです。

すなわち、例えば日本酒もそうですが、大きく造っている日本酒の酒造、これはどんどん減っていくと思うのです。そうした状況から脱却しなければ新しいマーケットの開拓はできないということです。古いそれこそオールドスタイルの例えば飲み放題の日本酒だとか、飲み放題のワインとかは減っていきます。一方で、私も昨日20代の子たちとワイン会やったのですが、関心のある若い層というのは別のマーケットなのです。ですから、そちらのマーケットをきちんとフォローすることによるわけです。日本酒もそうですが、酒蔵の造り手がとんがった日本酒を造るというのが出てきていますし（クラフトサケ）、ワインもドメヌ型、大規模ではなくて小さいドメヌ型のワイナリーというのに今需要があり過ぎて供給できないでいるのです。1,000倍の倍率があります。そのようにマーケットの役割というか、ターゲットのとこ

ろがずれていますので、そこは戦略次第では何とでもなると思っています。減っていく中で一定の層というのは確実に残るとというのが私の見解であります。

東山：どうもありがとうございました。

高橋：私のほうから、よく聞く話ということではないのですが、アルコールの中で、よく分からないのですが、と言って飲むのはワインだけではないでしょうか。ビールを飲むときに、ビールよく分からないのでとか、日本酒分らないのと言う人はあまりいないのですが、ワインの話をすると、ワインのことよく分からないので、飲まないですという人が非常に多いように感じます。ワインは何となく敷居が高い飲物に思っている方が多いのではないのでしょうか。これは、多分伝わり方の問題だったのかもしれませんが、ソムリエの方がきちっとサービスをして、こういう飲み方がおいしいのだよ、ワインはこういうふうに飲まないといけない、とまでは言っていないと思いますが、そういうふうに伝わっているのではないかなと思います。

そうすると手が出しにくくなりますよね。ワインって作法が分からないと飲めないのだという人が結構いまだにいます。その辺のハードルを下げるということも身近に感じさせる方法のうちの一つかなというふうに思っています。

曾根：私も、先ほど大学院向けの講義の話をしました。今年 240 人も北大の大学院生がワインの授業を取りたくて来ているのは、みんなテイスティングがやりたくて来ているのです。飲みたいというポテンシャルは必ずあるのです。でも、そんなにお金もかからずにソムリエの人が教えてくれる場で、自分は座っていればいろんなワイン出てきて楽しめるというところに関しては多分すごくみなさんやりたいという気持ちが若い世代にもあるような気がするのです。酔うための飲み方ではなくて、楽しむための飲み方を大学とかの場でやっていくことでそうしたマーケットも開拓できていくのではないかなと

思います。

東山：ありがとうございます。

3人の先生方を刺激するような質問で、ありがとうございました。日本のワイン文化はこれからのかもしれないですね、今第7次ワインブームと言われているようですけれども、ワイン文化の浸透という意味ではこれからのかもしれないかもしれません。ありがとうございました。

ほかにフロアの方から何かご発言ございせんか。今日は関係者の方々も多く来られているかと思います。ご自由にご発言いただければと思います。

参加者：北海道大学法科大学院、高橋と申します。今日はお三方の先生の話すごく面白かったのですが、特に齊藤町長の時間が限られた中でめちゃくちゃ熱意がほとばしる話がすごく面白かったです。町長のお話の中でちょっと分からないというか、もう少し深掘りして聞きたいなと思ったことがありました。町長がおっしゃっていたブルゴーニュ原理主義という言い方なのですが、そこにワインに対する熱意みたいなのがちょっと何かあると思うのです。ブルゴーニュ原理主義過激派というのは何なのかというのをぜひ、ご自身、また熱意ほとばしる感じでお聞きできたらなと思いました。それに関連してなのですが、曾根先生と高橋様の自分の一番好きなワイン、これもちょっと教えてもらえたらなと思いました。取りあえず齊藤町長から原理主義過激派というのは何なのかお聞きしたいと思います。お願いします。

齊藤：ありがとうございます。

ブルゴーニュ原理主義過激派というのは、講演における笑いを取る一種のワードで、特段の深い意味はないのですが、ブルゴーニュをめちゃくちゃ愛していますよというような定義づけができるわけで、今大学院とおっしゃいましたが、私も筑波大学で授業とかやっているのですけれども、学生向けに言うときには絶対ワインについて勉強したほうがいいよと言います。なぜならば、ワインは外交ツールであるし、世

界の共通言語なわけです。私はいろいろな国に行きますし、言語が通じない国にも行きます。中国とか台湾、香港、フランス、イタリアに行きますけれども、英語でコミュニケーションを取れますが、母国語ではないから、齟齬が生じることがあります。そのときにワインを出すと、国際共通言語ですから、それに対するスタイルで会話ができるということがあります。

あとは、教養的、知識をくすぐる飲物なので、ハーバードでもオックスフォードでも学生はワインの知識をきちんと身につけているということがあるので、ワインの勉強は絶対学生のうちからしたほうがいいですよということは言っています。あとは今社会人になったらいろいろゴルフとか接待とかあると思うのですけれども、私はワインをめっちゃくちゃ飲む、ブルゴーニュ原理主義過激派ですから、それを主に飲んでいるわけです。するとどういうことが起こるかということ、全く関わりがなかった階層の方とのコネクションがほんとにできるわけです。するとそこの階層に横の繋がりができるので。本来であればアクセスできないところにアクセスできて、ビジネスの幅も広がるし、教養の幅も広がる。事業の幅も広がるというようにワインを通してメリット以外はないですね。

結局ワインラバーの行き着くところはブルゴーニュなのです。最初はもちろん、若いときなどは、繊細ですから、舌が慣れていないと酸を強く感じたり、ちょっと物足りなく感じるので、ナパ・ヴァレーが一番分かりやすいし、ボルドーも分かりやすいから、エントリーは多分みなさんそういうところから入っていく。そして経験を積み重ねて、行き着く先がそういうところになるのではないかなと思います。

結論としては、ブルゴーニュが好きですが、店によっては置いていないところもある。高騰し過ぎていて、値段が高くて店に置いていない場合は、北海道のピノとシャルドネを選びます。第2選択がもはやほかの国ではない、日本になっているというのが私の独立基準ではない

かなというふうに思います。

参加者：ありがとうございます。

曾根先生と高橋様にもぜひ自分の好きなワインというのを語っていただきたいのですが、さっき若い人がワインをあまり飲まないというふうなお話があり、そうなのかなと思うのですが、そういう時にめちゃくちゃワインが好きな人が自分が好きなワインを語っていると、ではちょっと飲んでみようかなとなることもあるのではないかなと思っています。ぜひ曾根先生と高橋様にも自分のこだわりについて少し語っていただけたらと思います。私も今ブルゴーニュのワインをすごく飲みたい気分になったので、ぜひほかの、北海道のワインでも、ブルゴーニュでも、それ以外でもぜひ語っていただきたいなと思います。

曾根：ありがとうございます。

非常に難しい質問なのですが、ワインだけで飲むのであれば実は、怒られそうですけれども、カリフォルニアのワインが大好きです。カリフォルニアのカベルネ・ソーヴィニオンが非常に好きです。ピノ・ノワールも好きです。食事と合わせると思ったときには北海道のワインを飲みます。というのは、普段すごい食べ物は我が家では出てこないの（笑）、普通の北海道の食事に合わせる時には北海道のワインがものすごく合います。何も邪魔せずその味わいを広げてくれるので、私は家で飲む、食事と合わせる時には北海道のワインが第1選択です。お金がないときはコンビニで買ってくることもありますが、北海道のワインが大好きです。

参加者：ありがとうございます。

高橋：私は、好き嫌いなくいろいろ飲むのは飲むのですが、一つ感動したワインということで言えば、先ほどから出てきているジュヴレ・シャンベルタンのクロドベーズ、グランクリュです。これを本当に若い頃、最初ワインのことを何にも分からなくて、ワインの勉強しようと思ってススキノのワインバーをはしごしていた時代があるのです。いろんなところに行ってい

る中で、たまたまそのお店のお客様がワインセラーからぱっと出してきて、お医者さんだったのですけれども、ワインをぽんと開けて、抜栓した瞬間、空間が変わるぐらいいい香りがふわっと広がったのです。そのときに、そんなにワインを飲んだことがない自分ですらすごいと思いました。そういう幸福感みたいなのがそのワインにはありました。それから、齊藤町長が言うように私もブルゴーニュが結構好きで飲むのですが、今高くて買えないのであまり飲めないで、余市のワインを飲んだりもしていますが（笑）ワインの飲み方という部分でいくと、割と開けたらすぐ飲まなければいけないと思っている方がいまだに多いのかなと思います。私は、逆に開けてから時間をかけて飲むようにしています。1本例えば750ccだとして、1杯ずつ飲んだら7日間飲めるわけです。開けたてがおいしい時と飲みきる最後がおいしい時があったりするのです。それもワインの楽しみ方の一つです。

私は大好きな生産者が余市に1人おりまして、その人のワインは2週間経った以降の方がおいしかったことがあります。そういうワインも世の中にはあるのです。そういうのも一つの楽しみ方です。ワインの楽しみ方って一つではないので、そういうのを自分でいろいろ探りながら飲むとより一層自分の楽しい飲み方というのが見つけれられるのではないかなと思います。

参加者：ありがとうございました。

何かお三方がすごく楽しそうに話しているのを見ていて、自分もワインをいろいろ試してみたいと思うようになりました。ありがとうございます。

東山：ありがとうございます。まだ時間がありますので、他にどなたか。では、お願いします。

参加者：仁木町のドメーヌ・プレスです。今日はありがとうございました。

私は10年前に仁木町に新規就農で入ってきってから、資材の高騰があったり畑の高騰があっ

たり建築費の高騰があったりで、なかなか最近では新規参入というような方には厳しい時代となってきました。そのような中で、最近では企業の参入がすごく余市も仁木も増えてきているなど思っているのですが、その辺このまま企業が多くなってくると地域の無名化、ブルゴーニュのようにではなく、そういう懸念があるのかなと思うのですけれども、個人と企業のパワーバランスをどうお考えなのか。あと個人に、生産者に求めるもの、企業の方に求めるもの、その辺ちょっとお聞きしたいなと思います。

東山：齊藤町長、まずお願いしたいのですが。

齊藤：ありがとうございます。

本間さんのワインも入手困難ですから、需要減とは無関係ですよ。パワーバランス的には、私は基本的にはブルゴーニュの派閥というか、そっちのスタイルを目指していますので、小さいワイナリーがどんどんできることによって地域全体の量が増えるようなスタイルが一番いいのではないかと考えています。実際に余市に関しても大手のキャメルファームワイナリー¹⁾とかが13万本ぐらい生産できるワイナリーを作りましたし、あとは小さいドメーヌです。なので、現在ちょうどいいバランスではないのかと考えています。畑に関しては、余市は北海道のブドウの50%をしめる生産地なのですが、全部域外に出てしまう。いろいろありますが、小樽の北海道ワインさんですとか、十勝ワイン、はこだてワインなどにブドウがほとんど出てしまい、余市ではない名前で出ているわけです。ブドウ農家さんが高齢化で離農すると、そこに域外の大手のワイナリーさんなどが入ってきてやる。そうすると大手のワイナリーの原料になってしまうから、そこは小さいワイナリーのほうでやってもらえたらいいなという思いはあります。こんな感じの回答ですが、基

1) 2014年に余市に設立されたカルディコーヒーファームのグループ会社。

本的には小さいワイナリーで地域をブルゴーニュみたいにしていきたいなというように思っています。

東山：高橋さん、何かお感じになったことがありますか。

高橋：私の場合富良野に今おりますので、富良野という観点からいくと、やはり両方あったほうがいいのかとは思っています。ある程度の大きさのワイナリーが1か所、2か所あって、その地域を代表するようなワインをたくさん出しながら、地域のものにこだわったワインを造っている、そういう小さなドメヌがいくつかあって、両方がそれぞれの地域のワインを代表するような形を取らないとなかなか産地形成というのは難しいかなと思うのです。産地として認識していただくためにはある程度の数がエリアないと認識はされないと思います。

余市や仁木は非常に多いです、それから函館、北斗が今増えてきて、やっぱりそういう産地はマスコミに取り上げられるわけです。でも、残念ながら富良野エリアってなかなか取り上げてもらえないのです。それは、もともと「ふらのワイン」しかなかったですし、今は少し増えてきて、それでも三つ、四つの話です。で、やっぱり産地として取り上げにくいというところがあります。それには小さなものだけでも、大きなものだけでも駄目で、やはり両方あって、その両方が一緒に手を組みながら産地を宣伝していくという姿がいいのかなと思っています。

東山：ありがとうございます。もう一人ぐらい。

参加者：貴重なお話ありがとうございます。文學院の修士のイグチと申します。

齊藤町長にお聞きしたいのですが、担い手の確保について確認をしたいと思っています。人口が減少していく中で、一般論で恐縮なのですが、農家が減少しているということで、こうした問題がある中でこれを今どのように克服していくのか、もしくはどのように今後考え

ているのかというのをお聞きしたくて、定住政策も関連してお話いただければと思っています。よろしく願います。

齊藤：ありがとうございます。

担い手の確保、ワイン分野に関しては、世界中からワイナリーをやりたいという人が今余市に集まってきています。それもトップワイナリーが牽引してくれてです。まさにそういうことが産地形成に大きな役割を果たしていると思っています。そこに世界から、研修生が集まってきます。例えば香港の金融出身で、コーネル大学でMBAを取得して、今余市のワイナリーに入ってきている人もいるし、あとは中国上海出身で、日本でMBAを取って、ワイナリーをやりにきたという人もいるし、あとは日本人初、世界最年少マスターソムリエとかがいますし、こういう多様な人々がどんどん入ってきているので、ワイナリー分野に関しては今のところ域内では確保できていると思っています。逆に畑がなくて、もっと流動性を高められればいいなというふうに思っています。

定住政策に関しては、よく自治体にありがちなのは移住、定住を頑張ってやりますというようなこと言っている人たちです。首長たちもいますが、それを主軸の政策に置くと大きなエラーが生じます。なぜならば、もちろん全体で人口が減っているわけですから、そのような中で地域で取り合いをしてもしょうがないですね。だとしたら、戦略的にその地域の魅力をどう定義づけるか、あと柱を立てるかによって自然と人が集まる。人も富も集まるような戦略を立てるということが私は大切だと思ってるので、そのルールに従って電車がもう動いています。人もお金も集まってきているというような状況です。

東山：よろしいですか。どうもありがとうございました。

残念ながら時間が来てしまいましたので、ここで閉じさせていただければと思います。

今日は若い方々が質問してくれて、大変よ

かったなと思いました。これから「うち」の若い人たちにもワインをがんがん飲んでもらわなければ駄目だなと思った次第です。

最後に二つのことを申し上げたいと思うのですが、今日曾根先生から産官学連携の話がありまして、高橋さんは産官学金民というお話だったのですけれども、こちら辺はやはりアメリカは非常に上手なので、ナパ・ヴァレーもそうなのではないでしょうか、いまだにアメリカは南部に綿花産業とかありますでしょう。あれやはり産官学なのですよね。産官学というのは競争力の源泉なので、これをいかにもうちょっと強化していくのかというのがこれからみんなで考えていかなければいけない課題だなと思った次第です。

もう一つは、ワインとかワイン産業の魅力ですね。これだけいろいろな人を集める魅力的な産業ってあるのだろうかという、そういうポジ

ションに今や登り詰めてきたのではないかと思います。それは、造り手のみならず、飲み手も含めてです。それが曾根先生もおっしゃっていましたが、北海道の食や観光とつながっていったり、場合によってはワイナリーがたくさんできれば滞在型ツーリズムの展開とか、いろんな、余市もそうですし、空知も考えていると思うので、そういう非常に大きなポテンシャルを持った産業だと思います。今日は飲み手をいかに増やしていくかというのはやはり大きな課題だなというふうに認識をした次第であります。

今日は3人のすばらしいパネラーの方に来ていただきまして、大変私自身も勉強になりました。もう一度3人のパネラーのみなさまに拍手をもちましてこの場を閉じたいと思います。どうもありがとうございました。(拍手)