



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	小規模ワイナリーの観光戦略：北海道・仁木町および余市町のワインツーリズムの事例
Author(s)	三浦, タ佳
Description	この博士論文の全文は利用可能日以降に公開されます。利用可能日以前の閲覧方法は https://www.lib.hokudai.ac.jp/dissertations/copy-guides/ をご参照ください。
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(観光学)
Dissertation Number	甲第16812号
Issue Date	2026-03-25
DOI	https://doi.org/10.14943/doctoral.k16812
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/99657
Type	doctoral thesis
File Information	MIURA_Yuka_abstract.pdf, 論文内容の要旨 https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/



学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（観光学）

氏名：三浦夕佳

学位論文題名

小規模ワイナリーの観光戦略

——北海道・仁木町および余市町のワインツーリズムの事例——

第1章では、日本の農村社会が直面する課題が山積している中で、ワインツーリズムが果たしうる役割について検討した。日本の農村は、少子高齢化や人口減少の進行に伴い、労働力不足や空き家問題が深刻化している。一方で、都市部から地方への移住や二地域居住への関心が高まり、地域おこし協力隊や観光業を契機とした移住者の増加も見られる。このような流れの中で、農村観光の一形態であるグリーン・ツーリズムが展開しており、その発展的形態として位置づけられる北海道のワインツーリズムが急速に発展を遂げている。

北海道では、冷涼な気候を活かしたブドウ栽培の可能性やワイン特区制度の整備など、複数の要因が重なり合い、ワイナリー数が増加している。ワインツーリズムは単なる試飲や販売にとどまらず、畑の見学やワイナリーツアー、収穫体験、ホストとの交流など多様な要素を含み、観光資源として地域ブランドの形成に寄与している。また、仁木町や余市町を中心に数百から千人規模のイベントも開催され、地域における観光の新たな形を提示している。研究の背景として農村社会と観光の関係性を整理し、北海道の小規模ワイナリーの生産者がどのように観光に取り組んでいるのか、ワイン生産現場でどのように観光の場を形成しているかを明らかにする必要性を提示した。

第2章では、世界と日本、とりわけ北海道のワインイベントに焦点を当てた。北海道は近年、新興のワイン産地として注目され、後志、空知、渡島、桧山、十勝といった多様な地域に小規模ワイナリーが広がりを見せている。北海道のワインツーリズムには地域ごとに特色があり、後志地方のラ・フェトやワイリングウォークフェス、空知地方のそらちワインピクニック（ワインユニティ）は複数ワイナリーが集結し、ゲストは1会場で多様な生産者と交流できる。これに対し、十勝地方のワイン祭りは十勝ワインのみを提供し、参加費に飲み放題が含まれるのが特徴で、移動は不要である。こうした違いは、ワインツーリズムが地域の背景に応じて多様な形態を持つことを示している。さらに各ワイナリーでは収穫体験やワイナリーツアーといった小規模イベントも数多く実施されている。

第3章では、仁木町と余市町のワイン生産とワインを活用した観光利用について論じた。また、第3章では多様化する小規模ワイナリーについて考察した。仁木町や余市町のワイナリーは、当初は個人が理想のワインを追求する形で設立する「個人型小規模ワイナリー」が中心であったが、近年は企業による「企業出資型小規模ワイナリー」が増加している。背景には、余市町の国際的な連携によるブランド力の向上があり、企業は資金力を活かして機材導入を進め、安定した給与の確保と複合的な事業展開を実現している。

第4章では、ワイン生産者の1年を説明した。春（4～5月）は畑の雪解けとともに栽培作業が始まり、芽かきや新梢誘引、除葉、農薬散布などを行う。これにより養分を集中させ、病害を防ぐ。5月頃から観光シーズンに入り、町内ワイナリーではカフェやツアーが始まり、観光客を迎える準備が進む。夏（6～8月）は摘芯や適房で養分を果実に集中させ、7～8月に房の間引きや色づきが進む。

秋（9～10月）は収穫と醸造の最も忙しい時期であり、収穫から醸造、発酵、澱引き、瓶詰めまでの工程が続く。観光も最盛期を迎え、収穫体験やツアーが多く開催される一方、収穫ボランティアの確保やイベントの位置付けをめぐる認識の違いからトラブルも発生している。冬（11～3月）は収穫後に冬剪定や枝下ろしを行い、雪に枝を埋めて凍害を防ぐなど北海道特有の作業がある。12月には瓶詰めと瓶内二次発酵が行われ、スパークリングワインの基盤が整う。1～3月は畑作業が少なく、メーカーズディナーやペアリングイベントなど広報活動が活発化する。京都や大阪でのイベントでは地域おこし協力隊がゲストと交流し、料理とのペアリングを通じて仁木町産と余市町産のワインの魅力を広めていた。このように春夏秋冬を通じた作業は、畑作業、醸造、観光、広報が季節ごとに循環し、ワイン造りとワインツーリズムの両立を支えている。

第5章では、ワイン生産者であるホストが、ゲストを生産現場に迎え入れる際の意図や戦略を明らかにした。ブドウ収穫は本来「舞台裏」に属する作業であるが、ホストにとっての真の舞台裏は腐敗したブドウの処理や過酷な圧搾作業であり、それらは観光から切り離される。代わりに、観光として魅力的に映る部分だけが提供され、ゲストを継続的な労働力として取り込む仕組みが作られていた。

このような戦略は「綺麗なワインツーリズム」と位置づけられる。こうした取り組みは、嗜好性の高いワインという農産物だからこそ成り立つ側面が強いが、農業全般に共通する労働力不足に対し、新たな可能性を提示する先駆的事例とも評価できる。ゲストは観光の一環として農業に関与し、ホストは一時的ではあるものの、必要な労働力を確保することが可能となる。総じて、ワインツーリズムは観光と農業労働の双方に資する実践として展開されていた。

第6章では、小規模ワイナリーの生産者は観光を通じてホストと土地や地域との関係性を伝え、ゲストが生産の苦労や精神的つながりを理解できる仕組みが整えられていることが明らかになった。対象ワイナリーにある建物はすべてストーリーを帯びており、場所に意味が付与されている点が特徴であった。ホストはこのような意味づけされた空間を他者に開放し、基本的に自由に出入りを許すことで積極的にゲストを受け入れていた。こうした受け入れにより、ホストは場所や生産者に関する情報だけでなく、ワインの物語や意義を提示し、観光活動を通じてワインの価値を高めていた。

小規模ワイナリーでは、真正な場所で手間をかけて造られたワインを丁寧に説明することで、物質に非物質的な価値を与える仕組みが構築されていた。ホストは、生産者の顔が見える場を創出し、どのような質問にも即座に応答できる環境を整えることで、ゲストとの直接的な交流を実現している。その結果、ワインは単なる飲用物にとどまらず、ホストの労力や思いを含む総合的価値へと転換され、ゲストにとって愛着や学びを伴う体験となっていた。本研究の結論として、小規模だからこそ生まれる近い距離感や限られた空間を活用することが、ゲストとの交流の形成に有効に機能していた。こうした実践は、ファンの形成やリピーターの獲得につながり、小規模性そのものが制約ではなく、戦略的に資源化し得る重要な要素であることが明らかとなった。