



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_summary.pdf, 全文の要約



学位論文内容の要約

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——

研究背景

日本の農村地域では、少子高齢化および人口減少の進行に伴い、農業労働力の不足や空き家の増加といった構造的課題が深刻化している。こうした状況に対し、近年では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、地域おこし協力隊制度や観光業への従事を契機とした移住者の流入も一定程度見られるようになってきた。農村は単なる生産の場にとどまらず、暮らしや交流、体験の場として再評価されつつある。

このような動向の中で、農村観光の一形態としてグリーン・ツーリズムが展開されてきた。農業や農村生活に触れる体験を通じて、都市住民と農村との関係性を再構築する試みとして位置づけられてきたグリーン・ツーリズムは、近年、より多様な展開を見せている。その発展的形態の一つとして注目されるのが、ワイン生産を核としたワインツーリズムである。

北海道では、冷涼な気候条件を活かしたブドウ栽培の可能性に加え、ワイン特区の整備といった制度的要因が重なり、ワイナリー数が増加してきた。これに伴い、ワインツーリズムは、観光形態の一つとして発展段階にある。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、生産者との交流など、多様な要素を包含する点に特徴がある。さらに、北海道仁木町や余市町を中心に、数百人から千人規模のワインイベントが開催されるなど、ワインを媒介とした観光の新たな形が地域に定着しつつある。

しかしながら、ワイン生産者と観光との関係性については、制度や経済効果の側面から論じられることが多く、ワイン生産の現場において、生産者がどのように観光に取り組み、いかなる実践を通じて観光の場を形成しているのかについては、十分に検討されているとは言い難い。

以上のような背景を踏まえ、本研究では、北海道の小規模ワイナリーに着目し、ワイン生産者の観光実践に迫る。

研究の目的

本研究では、北海道仁木町と余市町の小規模ワイナリーを事例に、生産者がワインツーリズムに取り組む動機や戦略を明らかにする。具体的には、ホストがワイン生産という農業活動にとどまらず、なぜ観光を実践しているのかに着目する。そのうえで、ワインツーリズムにおける場所性および領域性の視点から、小規模ワイナリーのホストがいかなる特性を有し、どのように観光の場を構築しているのかについて論じる。

研究方法

本研究では、2016年から2025年にかけて、ワイン生産者および行政職員などを対象に、半構造化インタビュー調査を実施した。ワイン生産者に対しては、ワイン生産に従事する以前にワインツーリストとしての経験を有していたかどうか、ならびにその経験がホストとなった後の観光実践やゲスト対応にいかに関与しているのかを中心に質問を行った。加えて、参与観察を通じて、調査対象者の身振りや表情、場の雰囲気といった非言語的情報も併せて収集し、発言内容のみならず、考え方や感情の変化およびその傾向を把握した。

また、2021年から2024年の3年間は、仁木町地域おこし協力隊として活動した。仁木町で暮らしながら活動することにより、地域住民との接点が増加し、ワイン生産者に限らず、地域住民との交流を通じて多様な意見を得ることができた。さらに、町内外で開催されるワインイベントに出店者として参加し、ワインツーリズムにとどまらず、ワインソムリエとゲストとの関係性やワインに関する作法などについても理解を深め、ワイン業界を多角的に調査した。

各章の概要

第1章では、主にワインツーリズムに関する先行研究および理論的枠組みについて論じた。ワインツーリズムの成功要因を中国の事例から検討した研究では、ホストとゲストの交流や感覚的体験、ワイン畑を含む景観が、ゲストの満足度や産地への愛着形成を促し、再訪意欲や将来的な購買意欲につながることを示されている（Sthapit et al. 2024: 10）。また、八反田（2016）は生産者について創造性とポリシーを持って自立する農業を志向しつつ、消費者と直接向き合う関係の再構築を模索していると指摘する。しかし、こうした交流や相互理解が、いかなる場において、どのような実践を通じて形成されているのかについては、十分に検討されているとは言い難い。

以上のような課題を踏まえて、本研究では、ワインツーリズムを場所論と領域性という2つの理論的視座から捉えることを試みる。舞台裏論は、観光における演出がいかに関与されるのかを理解する上で有効な視座を提供するが、これをワインツーリズムに応用する際には、場所自体の意味づけを対象とする場所論との接続が不可欠である。したがって本研究では、場所論および領域性の理論を援用し、ワイン生産者の観光実践がいかなる構造を有しているのかを検討する。

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ワイナリーが広がりを見せており、北海道のワインツーリズムは地域ごとに異なる特色を有している。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）では、各会場に複数のワイナリーが配置され、ゲストは多様な生産者と交流しながら、ワインを1杯ごとに購入する形式が採用されている。これに対し、十勝地方のワイン祭りは、主に十勝ワ

インのみを提供し、参加費にワイン代金を含めた形式を特徴としている。

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の展開について論じた。加えて、近年多様化が進む小規模ワイナリーの形態や特徴について考察した。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、北海道のワイン生産者の年間作業の流れを整理し、季節的特性を明らかにした。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。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、収穫と醸造が重なる年間で最も多忙な時期であり、ブドウの収穫から醸造に至る工程が連続的に進行する。観光面でも最盛期を迎え、収穫体験やワイナリーツアーが多数実施される一方で、一部のワイナリーでは収穫ボランティアの位置づけをめぐるホストとゲスト間の認識の相違から、トラブルが生じるケースも散見される。

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実施される。1～3月は畑が雪で覆われるため、生産者はメーカーズディナーやペアリングイベントなどの広報活動が活発化する。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長時間に及ぶ圧搾作業であり、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だからこそ成立する側面が大きい。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っている。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が観光を通じて、ホストと地域との関係性を伝え、ゲストが生産の苦労や努力の積み重ねを理解できる仕組みを構築していることを論じた。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、場所そのものが意味を持つ空間として構成されていた。ホストは、このように意味づけられた空間を他者に開放し、積極的にゲストを受け入れることで、場所に関する情報のみならず、ワインに込められた物語や生産者らしさを提示し、観光活動を通じてワインの価値を高めていた。

すなわち、小規模ワイナリーにおいては、真正な場所で手間をかけて造られたワインについて丁寧に説明することで、物質的な産物に非物質的な価値を付与する仕組みが構築されていた。ホストは、生産者の存在が可視化される場を創出し、あらゆる問いに即応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内包した総合的な価値へと転換され、ワインツーリズムはゲストにとっては愛着や学びを伴う体験として位置づけられていた。

終章では、ワインツーリズムにおける小規模ワイナリーの価値について論じた。生産規模の小ささは、生産本数や観光展開の制約として捉えられることが多いが、実際には希少性による付加価値を生み出し、ホストによる丁寧な説明や双方向的な交流、柔軟な対応を可能にすることで、満足度の高い観光体験を実現していた。

大規模な観光施設の整備は必ずしも必要ではなく、少人数が交流可能なシンプルな空間こそが、親密な体験の基盤となり、ゲストの愛着形成や再訪意欲を促していた。観光資源や交通条件に制約を抱える農村地域においても、ワインが有する趣味的かつ文化的な特性によって、とりわけ小規模ワイナリーでは、ホストの哲学や人柄が観光資源として提示され、ファン形成が成立し得る。小規模ワイナリーの増加に伴い差別化が課題となる中で、一部のワイナリーでは、学びや共同作業を伴う体験を通じて付加価値を創出しており、小規模性は単なる制約ではなく、ファン形成を支える戦略的資源として機能しているのである。

参考文献

- 八反田元子 (2016) 「農村と都市の創造的関係の構築に対する観光の機能に関する研究——ワインツーリズムを事例として」 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士論文.
- Sthapit, E., Prentice, C., Ji, C., Yang, P., Garrod, B., & Björk, P. (2024). Experience-driven well-being and purchase: An alternative model of memorable wine tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*, 26(2), 10.