

世界で高い評価を受ける「日本ワイン」

◆なぜ「日本ワイン」が人気を博しているのか？

『日本ワイン』とは、国内栽培されたブドウ100%で国内で醸造されたワインのことを指します。生産量、輸出量だけでなく、質についても『日本ワイン』は、英国のワイン雑誌が主催する世界最大級のワインコンクールにおいて、アジア初のプラチナ賞を受賞するなど、国際的なコンペティションでも全世界で高い評価を受けています。これは最近まで海外の製法を真似てきた『日本ワイン』が、ここ10年で品質選びや肥料、土地の改良などが大きく進み、その土地や気候に合わせたブドウ作りをするようになってきたことが理由の一つです。二つ目にはワイン造りを念頭に置いた栽培方法や収穫時期などを農家が学び、ブドウ品質が劇的に変わったことが大きな理由だと言われています。

現在は産地の個性を重要視する世界的潮流にもまच्छし、『日本ワイン』の人気が高まり、醸造用ブドウの苗木が品薄になるなど、「日本ワインブーム」といえるほどの活況を呈しています



『日本ワイン』の中で岩手ワインの特徴

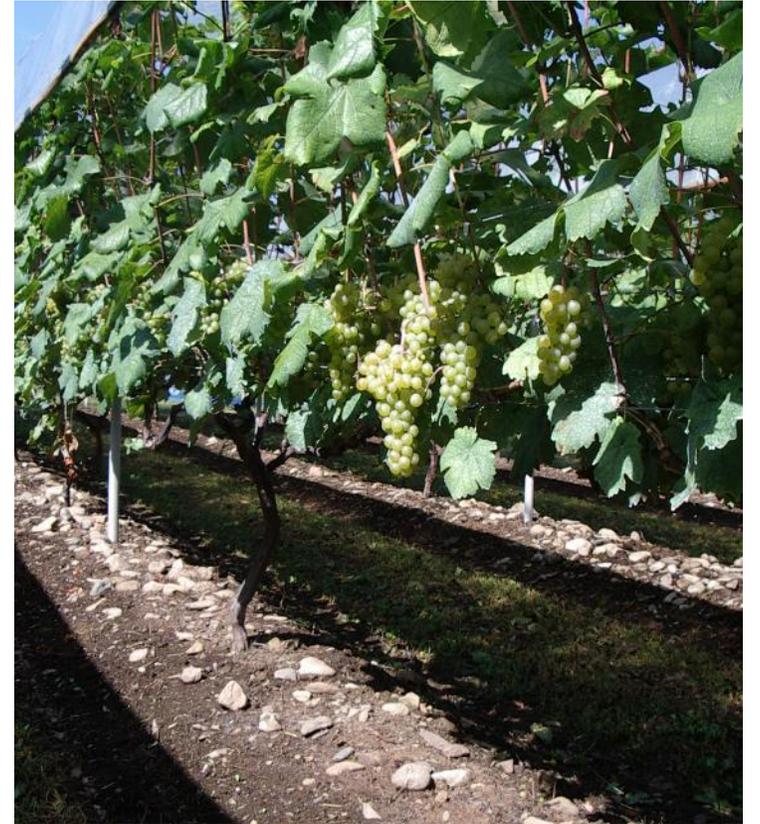
◆岩手がワイン造りに向いている理由

岩手県の中でも特にブドウ栽培が盛んな北上盆地は奥羽山脈と北上山地に挟まれた場所に位置し年平均降水量が1,100ml程度で県内では最も少なく、気温が高めの夏と厳しい寒さの冬を持つ典型的な盆地性気候の土地です。岩手県の中でも比較的降水数量の少ない地域で、元々、乾燥した気候の土地を起源とするブドウにとって気候的にみても栽培に向いている土地であると言われています。

岩手県の中央を流れる北上川の東部は、国内でも非常に古い地層がある事で有名です。その基岩は粘板岩（スレート）のような古世代の堆積性の変成岩や、新世代の火成岩、そして石灰質土壌まで多岐にわたっています。工場の基礎工事も苦労するほどの硬い岩盤と、弱アルカリ性を示すその土壌が冷涼な気候と結びつくことで、世界基準のポテンシャルを持つブドウを育むテロワールとなり、国内のどのワインからも一線を画すこの地域のワインが持つ固有の特性を作りだしています。

◆県内屈指のブドウの産地“おおはさま”

特にその中でも岩手県花巻市大迫町（おおはさま）は、昭和22年当時の岩手県知事であった國分謙吉氏の「大迫の気候はボルドーに似たり」の発言のもとブドウ栽培を奨励。多くの試行錯誤を積み重ね、またブドウ品種の栽培試験や栽培農家への技術指導など、風土に適した品種の選定や園地の開墾が行われたことで、県内屈指のブドウ産地として地位を確立しています。（岩手県ブドウ生産量は国内第5位）



岩手県花巻市大迫町の「土」「気候」「栽培者」「品種」

◆大迫の「土」と「気候」

岩手県の中央を流れる北上川東部（北上山系）は国内でも有数の古い地層であり地中には古生代の堆積性の変成岩や、新生代の火成岩があり、土壌には石灰質が多く含まれています。弱アルカリ性の土壌が、冷涼な気候とあいまって、ミネラル感と切れのある酸味が特徴の個性豊かなワインが生まれるブドウが栽培されています。



◆大迫の「栽培者」

大迫地区の醸造用ブドウ生産者は、すべて*エコファーマーとして認定され、化学肥料や農薬使用を控えた土壌づくりとブドウ栽培に取り組んでいます。

（*エコファーマー：持続性の高い農業生産方式を導入し、農林水産省に認定を受けた農業家）
エーデルワインで醸造されるワインのブドウの殆どは、この大迫地区の生産者から仕入れています。近年は地域の過疎化に伴い、約40件のブドウ栽培者に加え、大迫町とエーデルワインの協力により「ぶどうづくり隊」や「ぶどう部」と呼ばれる作業ボランティアを募集し高品質なブドウの継続的栽培を実施しています。



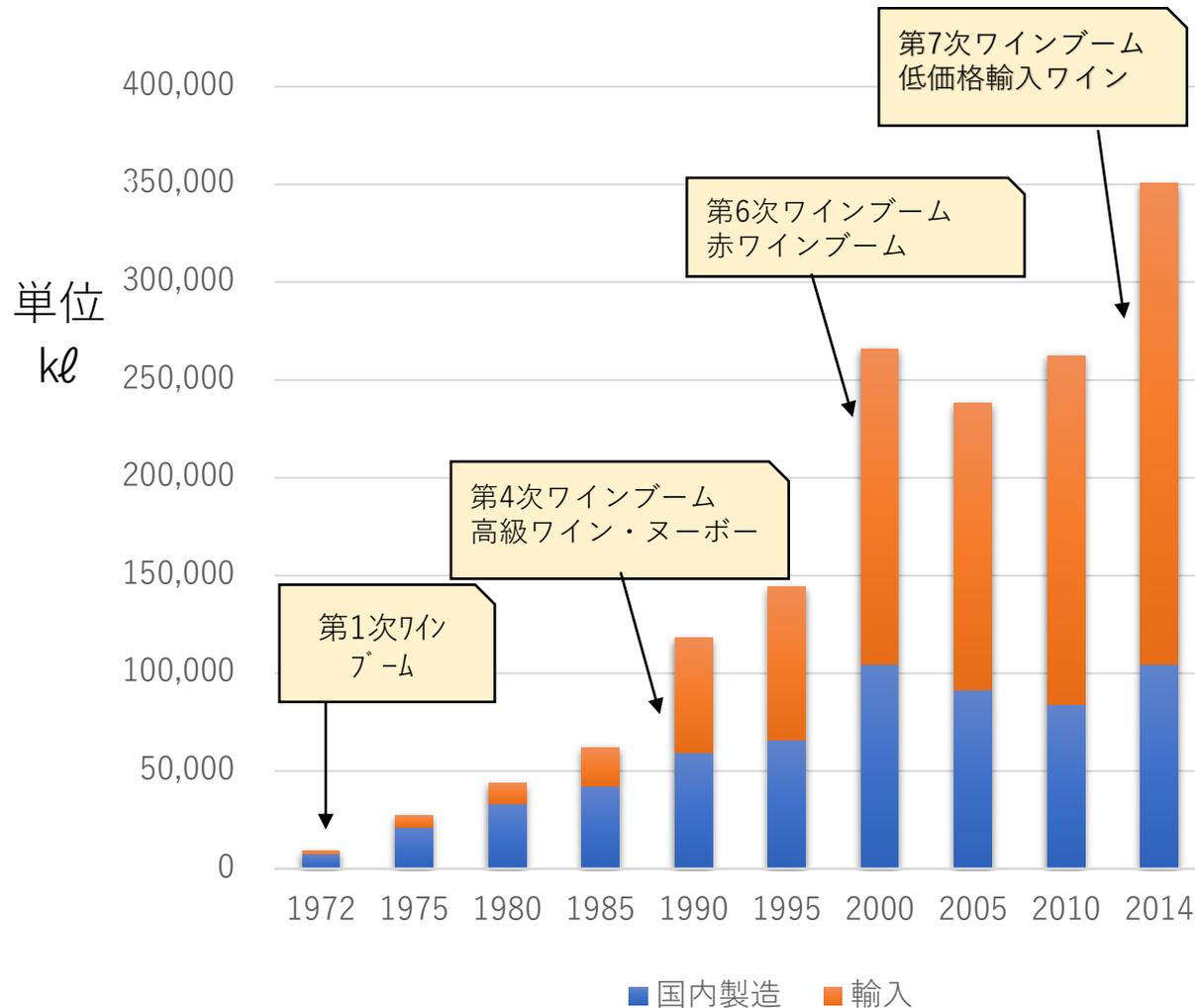
◆ブドウの品種

大迫町のブドウ生産者は、花巻市の外郭団体「葡萄が丘農業研究所」からの技術提携を受け、高品質なブドウを栽培しています。

- 【品種】
- ・リースリングリオン
 - ・シャルドネ
 - ・ソービニョンブラン
 - ・ツヴァイゲルトレーベ
 - ・メルロー
 - ・キャンベル
 - ・ロースラー
 - ・グリュナーヴェルトリーナー
 - ・ピノノワール
 - ・カベルネソーヴィニオン
 - ほか



ワイン消費数量推移 (1972年～2014年)



1. 消費量推移について

- ・1964年の東京オリンピック、1970年の大阪万国博覧会契機としてワインの消費が伸び始める。
- ・1988年頃、「ポリフェノール」が動脈硬化に効くとの学説が発表され飛躍的に赤ワイン消費が伸びる
- ・2012年頃から、輸入関税が徐々に低下し安価なワインが海外ワインが伸長した。昨年EPA、TPPなどにより更に関税比率が下がり、更に海外ワインが伸長している。

2. 市場のトレンド

- ・東京オリンピックから約50年、日本経済の進展とともに生活様式の変化、特に食生活の多様化と向上に合わせ、何度かのワインブームを経て急速に拡大しています。
- ・昨今、日本ワインが世界的なコンクールで最高賞を受賞するなど、その味わいや品質の成長が目覚ましくなっています。

これまで日本で製造されれば「国産ワイン」とされてきましたが、昨年10月に国税庁により表記方法が改正され、原料が日本ブドウ100%で造ったワインだけが「日本ワイン」と表記できることとなりました。

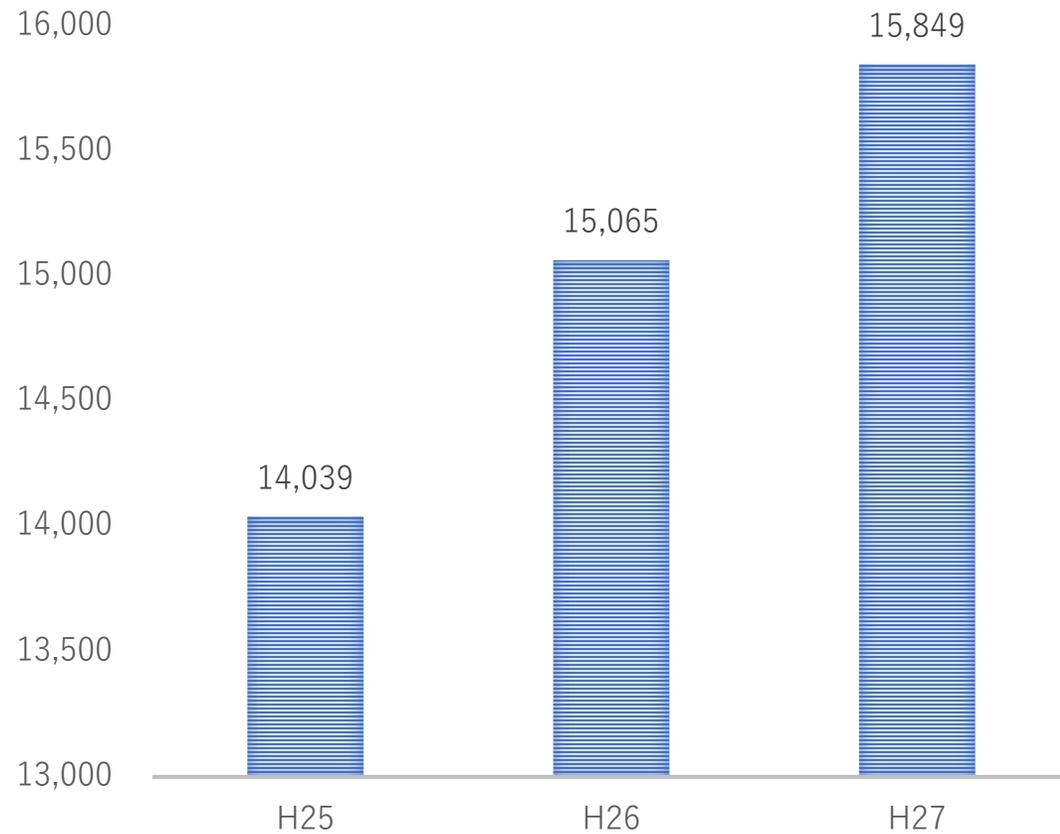
このことも「日本ワイン」のブームに拍車をかけてこだわりのある日本各地のワインが消費されています。今後「日本ワイン」のブランド化が期待されています。

全酒類の消費量10年前との比較(2004年と2014年の比較)

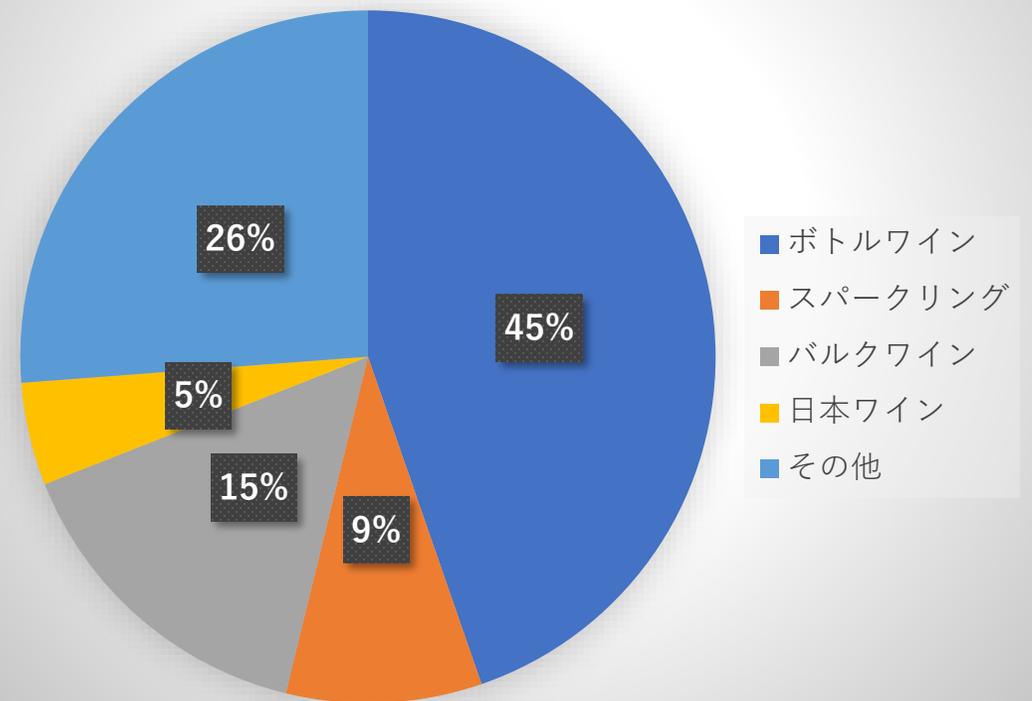
種 類	2004年(kℓ)	構成比	2014年 (kℓ)	構成比	10年前比較	増減
清酒	745,735	8.2%	545,008	6.5%	73.1%	↘
合成清酒	62,518	0.7%	33,702	0.4%	53.9%	↘
焼酎甲類	496,892	5.5%	400,164	4.8%	80.5%	↘
焼酎乙類	486,182	5.4%	462,411	5.6%	95.1%	↘
みりん	103,226	1.1%	101,474	1.2%	98.3%	↘
ビール	3,616,890	40.0%	2,595,593	31.2%	71.8%	↘
果実酒	225,543	2.5%	350,670	4.2%	155.5%	↗
甘未果実酒	8,343	0.1%	10,019	0.1%	120.1%	↗
ウイスキー	87,965	1.0%	118,070	1.4%	134.2%	↗
ブランデー	11,979	0.1%	6,628	0.1%	55.3%	↘
発泡酒	2,213,264	24.5%	764,936	9.2%	34.6%	↘
原料用アルコール・スピリッツ	59,185	0.7%	318,871	3.8%	538.8%	↗
リキュール	691,903	7.7%	1,979,359	23.8%	286.1%	↗
その他	232,026	2.6%	626,389	7.5%	270.0%	↗
合計	9,041,697	100.0%	8,331,433	66.79%	92.1%	↘

日本ワインの動き

日本ワインの出荷量推移 (kl)

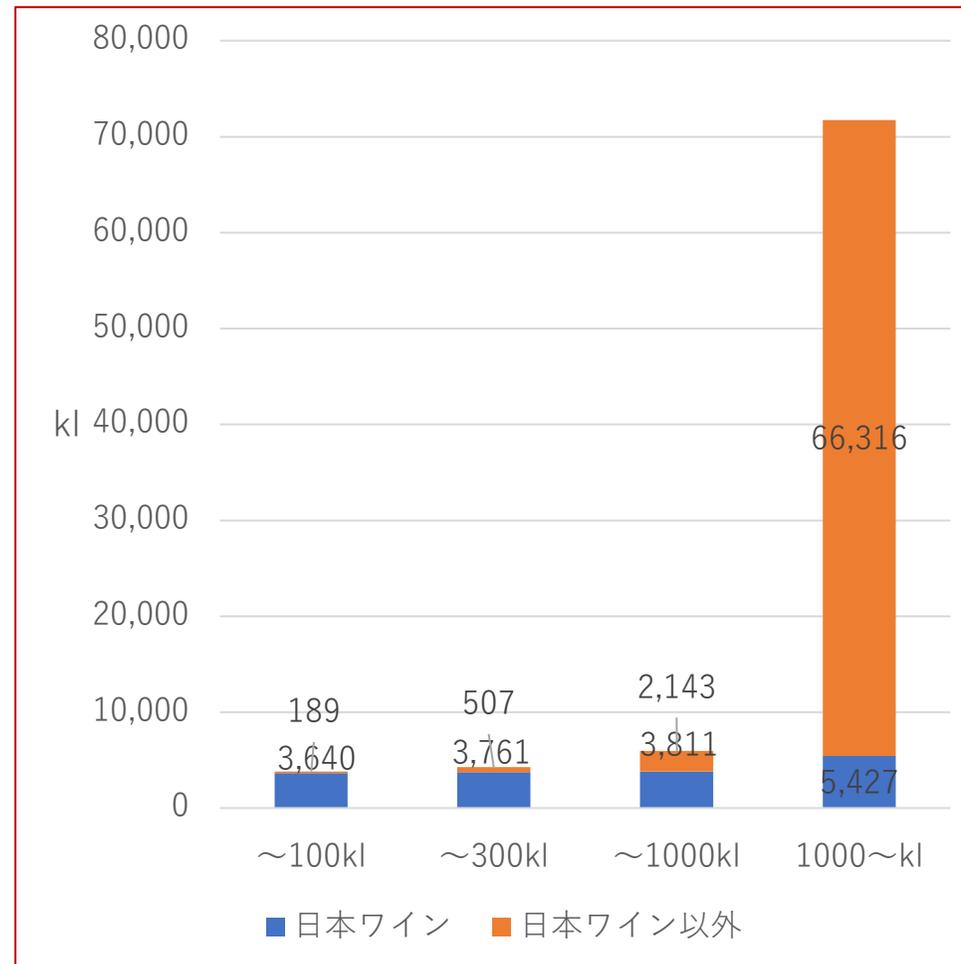


国内市場におけるワイン流通量の
構成比(H28年度推計値)



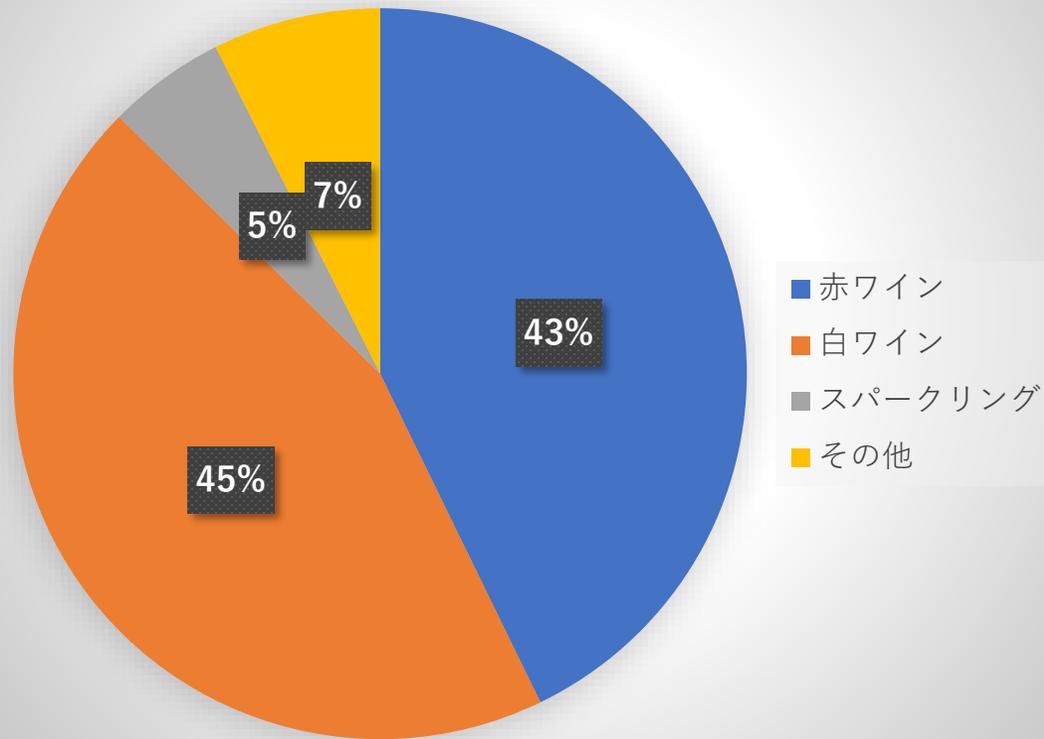
国内製造ワインの生産量（生産規模別）

生産規模		～100kl	～300kl	～1,000kl	1,000kl～	総数
企業数		190	23	11	7	231
構成比		82.3%	10.0%	4.8%	3.0%	100.0%
生産量		3,829	4,268	5,954	71,743	85,794
構成比		4.5%	5.0%	6.9%	83.6%	100.0%
	内日本ワイン	3,640	3,761	3,811	5,427	16,638
	構成比	21.9%	22.6%	22.9%	32.6%	100.0%

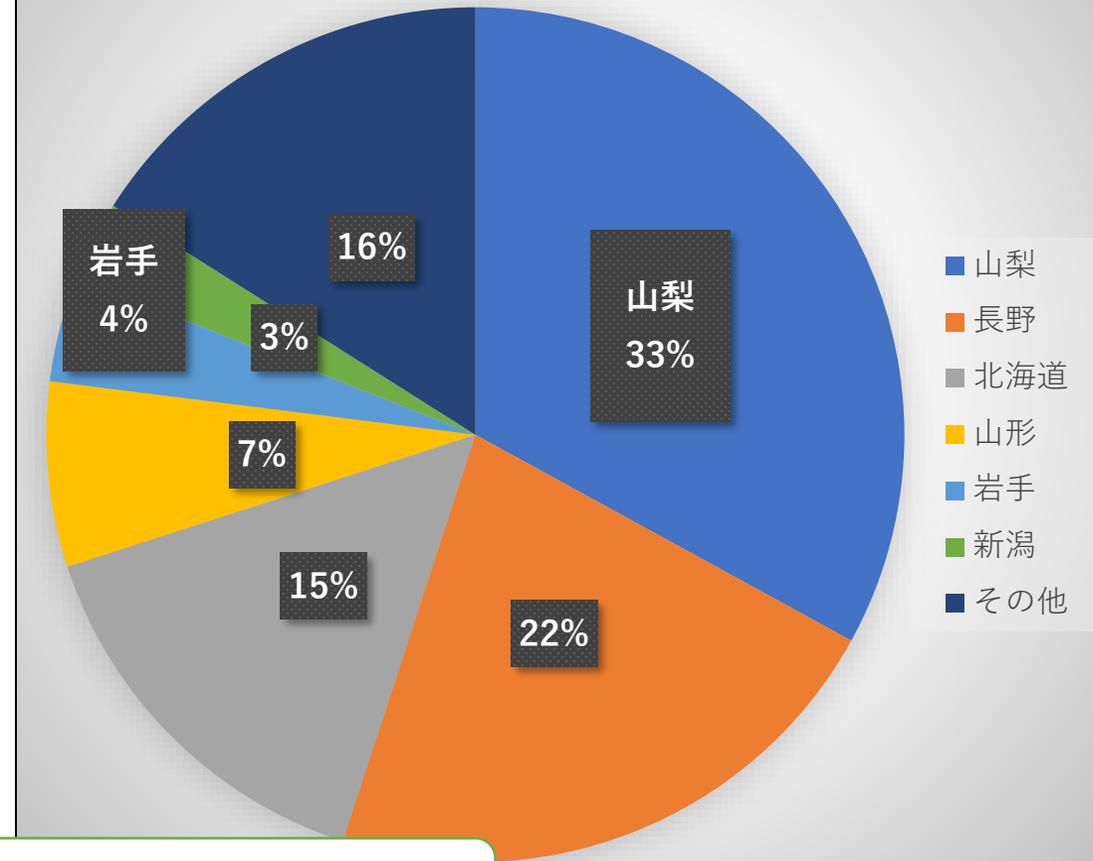


日本ワインの種類別生産量及び上位6道県の構成比

生産量 (16,638kl)



県別生産量



国税庁課税部酒税課 (H28年度調査分)

岩手県内のワイナリー

企業名	地区
株式会社エーデルワイン	花巻市大迫町
岩手缶詰株式会社	岩手郡岩手町
株式会社ベアレン醸造所	盛岡市
株式会社紫波フルーツパーク	紫波郡紫波町
高橋葡萄園	花巻市大迫町
株式会社五枚橋ワイナリー	盛岡市
NPO法人 遠野まごころネット	遠野市
合同会社亀ヶ森醸造所	花巻市大迫町
農事組合法人アグリ平泉	平泉町
有限会社神田葡萄園	陸前高田市
株式会社岩手くずまきワイン	葛巻町
株式会社のだむら	野田村

エーデルワインのキラリポイント

☆従業員平均勤続年数 19年以上

★岩手県内ワイナリー生産量・販売No.1

☆経済産業省が選ぶ全国2000社の地域未来牽引企業に認定

★国際ワインコンクール

『フェミナリーズ』2年連続金賞受賞

『サクラアワード』ダブルゴールド賞受賞 (国内最高賞)

『AWCウィーン国際コンクール』

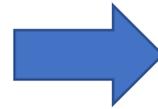
国内ワイナリーで当社のみ一つ星2年連続受賞

日本ワイン・エーデルワインのこれから



課題

- ・ 価格競争
関税撤廃などにより海外ワインが
これまで以上に価格が低下
(チリワイン 関税撤廃)
(オーストラリア 2020年度1.90%
2021年度 0%)
(アメリカ 2025年度 0%)
- ・ ブランド
海外ワイン、山梨、長野の知名度
- ・ 文化
食卓で飲まれる文化がない
- ・ 味わい、品質



取り組み

- ・ 価格の土俵では戦わない（戦えない）
- ・ 日本の気候、風土に合ったワイン造り
- ・ 個性的なワイン造り
エーデルワインらしさのブランディング
- ・ 国際ワインコンクールへの出品
コンクールの評価基準、自社の評価を知る
- ・ ワインが飲まれる場所や機会を創造して
提供する（ワイン会、試飲会）
- ・ 新品種、ブレンド、醸造技術の向上
- ・ ワインを知ること
提供する側の知識向上