

がんばれ!!



新連携・地域資源活用・農商工連携

第32回

北海道から届ける“純”国産ワイン 農商工連携が支える次なる挑戦

独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援部 連携事業支援課

立石美和子

紹介事例の概要

会社名	北海道ワイン株式会社
認定区分	農商工連携
認定事業名	北海道産ワイン製造残渣を用いたメタボリック症候群予防食品の開発
認定日	平成22年2月18日

◆ “純”国産ワインメーカー・北海道ワイン

北海道の大地に“純”国産ワインの一大メーカーがある。北海道ワイン株式会社（以下、北海道ワイン）だ。小樽の市街地と日本海を見晴らす高台に店舗と工場があり、石狩川の流域・鶴沼に広大な葡萄畑がある。農園の総面積は東京ドームの約100倍、その他にも契約農家が約300軒あり、国産葡萄の使用量全国第1位のメーカーだ。その量、年間2,400トン。そのうち2割が搾汁後の残渣となる。同社は残渣を活用したメタボリック症候群予防食品を開発する事業で農商工連携の認定を取得した。



鶴沼の葡萄農園

北海道ワインが鶴沼の土地の開墾に着手したのは1971年。最初は11ヘクタールから始まった。それが40余年のうちに日本最大の葡萄畑を有するワインメーカーになり、更には農商工連携事業によって加工食品の開発に乗り出している。この発展から企業成長のヒントを得るには、同社のワイン醸造の軌跡と国産ワインの現状を紐解かなければならない。

◆ 一からのワインづくり

北海道ワインの創業者、寫村彰禧（しまむらあきよ

し）氏は1971年、ドイツのワイン果樹教育試験所にいた。まったく別の仕事の視察で立ち寄ったのだったが、ドイツが欧州北限の葡萄産地であることと、梅雨や台風がなく夏の日照時間が長い北海道の気候とを照らし合わせ、その年のうちに鶴沼にあった耕作放棄地11ヘクタールを購入した。それから社員7名で開墾に取り掛かり、1974年に北海道ワインを設立。社員2名をドイツに派遣し、醸造や葡萄栽培技術を習得させた。

「北海道でワインに適した葡萄を作れるわけがない」「1、2年で会社は潰れるだろう」—周囲ではそんなことが囁かれていたという。ドイツにいる社員が探し出した葡萄の苗木がようやく鶴沼の畑に根を下ろしたのは、開墾作業から5年目の1976年。しかしその苗はほとんどが枯れ木となってしまった。粘土質の土壌、水はけの悪さ、野うさぎ被害、豪雪など、問題は次々と発生し、その度に、堆肥づくりや栽培方法の改良など試行錯誤を繰り返した。

同社のワインづくりに光が差したのは1979年。努力が実を結び、ドイツの品種「ミュラー・トゥルガウ」の収穫に成功した。前年に迎えていたドイツ人醸造技師の指導のもと、日本ではまだ一般的ではなかった“非加熱生処理”で仕上げたワインを3,000本製造した。初出荷に漕ぎつけたそのワインは、首都圏で「幻の逸品」として話題になったという。

◆ 苦境に立たされる農家とともに

同社が初出荷を迎えた1980年頃、北海道の葡萄農家の多くで栽培されていた品種「ナイヤガラ」が巨峰などに押され、市場価格は下落の一途を辿っていた。ある時「余っているナイヤガラを引き取ってほしい」と農協から相談を受けた同社は、自社の経営もまだまだ苦しい時にふたつ返事で買取りを決めた。

時は進んで2000年、またしても葡萄農家は窮地に追い込まれる。1990年代半ばから起こった空前の赤ワインブームの影響だ。ポリフェノールの効能が注目され、赤ワインが飛ぶように売れた時代だった。

葡萄農家は作付けを増やして対応したが、ブームが去った後に農家の手元に残ったのは大量の過剰在庫。この時も北海道ワインは、相談を受けた1,000トン以

上の葡萄を引き受け、過去最大量の3,800トンを買収した。これは通常の仕入れの1.5倍に相当する量であった。

◆ 日本の“国産ワイン”とは

赤ワインブームの裏で、北海道ワインが大いに儲かったかという、そうではなかった。元々、道産葡萄100%で製造している同社の商品で、赤ワインは全体の1/4しかなかった。ましてや、ワインの原料である葡萄は一朝一夕でできるものではない。

ところで、現在でも日本の“国産ワイン”には

1. 国産葡萄から製造されたワイン
2. 1. に輸入ワインをブレンドしたワイン
3. 輸入濃縮果汁に水を加えて発酵させたワイン

の3種類があるという、どうお感じになるだろうか。

私たちは、フランスのブルゴーニュワインと聞けば、ブルゴーニュ地方で採れた葡萄をその土地で醸造し、瓶詰めして日本に運ばれてきたワインであると思うが、日本の“国産ワイン”を同様に考えることはできない。ほとんどのワイン生産国にあるいわゆるワイン法が日本には存在しないため、日本のワインメーカーは原料産地も加工地も明記する義務がないからだ。

赤ワインブームの時、北海道ワインは道産葡萄による“純”国産ワインのみを作り続けた。結果、葡萄が底をついて、スーパーや量販店との取引停止が相次いだ。需要のある時に品切れを起こしたとして、売上補填を求められることもあった。ブームのピークであった1998年、北海道ワインは売上が前年を下回った国内唯一のワインメーカーとなった。

ブームが去ってからも、市場の信頼回復には時間がかかった。ワインの需要自体が落ち着いていたため、売上は落ちていくばかり。そんな中での過去最大量の葡萄の仕入れだったのだ。

◆ 誠実さが実を結ぶ

ここで、北海道ワイン設立時の「結社の意義」と「社是」を紹介したい。

結社の意義：農家は、私たちの利益を生み出す手段ではない。～中略～この人達があってこそ私達の社会価値と存在意義が生まれる。平等互恵、共存共栄の精神を忘れてはならない。
社是：北海道ワインは北海道に必要な会社となります。感謝と誠実を心に

土壌が合わなければ畑を移せばよい。原料が足りなければ他所から持ってくればよい。そのように思う人がいるかもしれない。しかし、北海道ワインの歴史は設立から現在に至るまで、結社の意義と社是に表れているこの姿勢を貫いてきた挑戦の歴史だった。食の安心・安全に関心が向かい、混ぜ物のワインではない、



おたるワインビネガーとビネガードリンク「ナイ酢」

生産者の顔が見えるワインを消費者が求めるようになった今、時代が北海道ワインに追いついたと言っているのかもしれない。前述のとおり、北海道ワインは“純”国産ワインの一大メーカーとなった。

「ワインづくりは、それそのものが農商工連携です。ワインは結局のところ農業なのです。農業だから、気候の影響を受ける。農業だから、不作の年もある。だからこそ農商工連携事業で基盤強化を図っているのです」と畠村公宏代表取締役社長は力強く語る。

国産葡萄に拘ったからこそ、葡萄農家とともに歩むことができた。北海道ワインのワインづくりは、同社の成長だけではなく、地域の農家を支え、雇用を生み出す地域活性化事業なのだった。農商工連携によって安定的な収入の柱を作り、更に強固な基盤を作っていくことを目標としている。

事業認定のメリットについて畠村社長は「加工食品はこれまでの流通ルートとは別の販路を開拓する必要があります。認定を受けたことで展示会出展の機会を得たり、低利融資を受けることができました。何より、マネージャーやアドバイザーなどの専門性の高いアドバイスが大変助かっています」と語る。

取材に訪れた10月は葡萄の収穫と醸造作業の最盛期で、次から次へと旬の葡萄が運ばれてきては工場で搾汁されているところだった。辺りには採れたての葡萄の甘い爽やかな香りが立ち込めていた。「北海道」を社名に冠する北海道ワインは、これからも変わらず北海道の大地と向き合い、“純”国産の香りを北海道に、日本に、世界中に届けていくことだろう。



次々と運ばれてくる葡萄、新しいワインを待つ樽