

### 第3章 フランス・アルザス地域のワイン産業

徳田 博美

#### 1. はじめに

農村地域の地域経済を活性化する上で、有効な手段の一つに地元農産物を利用した農産加工業の形成がある。そのことにより、地元農産物の需要を拡大するとともに、加工部門で新たな雇用を創出することで、地域経済の活性化が期待できる。この分野はコミュニティビジネスの活躍が期待される主要な分野の一つでもある。

地元農産物を利用した農産加工業の典型にワイン産業がある。言うまでもなくフランスは世界有数のワイン大国であるが、後述する原産地呼称制度によって原料ブドウとワイン醸造が地域的に結びつける制度が確立しており、ブドウ生産とワイン醸造が地域的に一体化している。本章では、地元農産物を利用した農産加工業におけるコミュニティビジネスの典型事例としてフランスのワイン産業を取り上げる。

コミュニティビジネスとして地元農産物を利用した農産加工業が発展していくためには、地元農産物の安定した供給システムや小規模企業を支える技術やマーケティングなどに関する支援システムが必要となる。ここでは、フランスの中でもコミュニティビジネスが主体となっているワイン産地であるアルザス地域を事例として、そこでのワイン関連産業の産業構造を整理した上で、そこに形成されている地域的な支援システムを明らかにする。以下では、まずアルザス地域の概要とワイン産業の特徴を述べ（第2節）、次いでフランスにおけるワインの生産と流通で欠かすことのできない原産地呼称制度の概要を述べる（第3節）。その上でアルザス地域のワイン関連産業の産業構造を分析し（第4節）、アルザス地域のワイン関連産業を支える地域支援システムを明らかにする（第5節）。最後にアルザス地域とは対照的なワイン産地であるボルドー地域におけるワインの生産と流通の特徴を紹介し、コミュニティビジネスとしてのアルザス地域のワイン産業の特性を浮き彫りにする（第6節）。

なお、周知のことであるかもしれないが、フランスのワイン産業は、日本とは異なり、醸造用ブドウとワイン醸造は、一つの経営体の中で営まれている場合がほとんどである。日本では、醸造用ブドウ生産は農家が行い、ワイン醸造はワインメーカーが行っている。ワインメーカーの一部は自家ブドウ園を所有しているが、そのような業者でも醸造用ブドウの大部分は外部から購入している場合がほとんどである。それに対して、フランスではワイン醸造の協同組合による醸造を含めると、醸造用ブドウ生産者自らワインを醸造している場合がほとんどである。一部の大規模なワイン醸造業者では、外部から醸造用ブドウ

を購入しているが、その場合も使用するブドウの多数は自ら栽培している場合が多い。自ら醸造用ブドウを栽培していないワイン醸造業者は、後に取り上げる醸造用ブドウ生産者の協同組合を除くと、皆無とみていいだろう。したがって、ワイン醸造業者の多く、特に小規模な業者の大部分は、法人化している場合もあるが、醸造用ブドウ農家なのである。

フランスのワインは、ほとんどの産地で赤ワインが主体である。しかし、アルザス地域では白ワインが主体である。赤ワインでは、特に高級ワインで長期の貯蔵熟成がなされ、いわゆる年代物として高価格で取引されるものがある。しかし、白ワインでは基本的に長期熟成されることはなく、短期間で流通し、消費されるという違いがある。アルザス地域のワイン産業をみていく上で、このような違いも留意しておく必要がある。

## 2. アルザス地域のワイン産業の特徴

### 1) アルザス地域の概要

まず、ここでアルザス地域の概況を簡単に述べておく。アルザス地域はフランス東部に位置しており、ライン川を挟んでドイツと接している（図3-1）。日本ではドーデの「最後の授業」で有名であるが、戦争によって帰属がフランスとドイツの間を移動した地域である。アルザス地域は、フランスという範囲でみると周辺部にあるが、ヨーロッパという範囲でみれば、ライン川流域の中心部となる。実際、アルザス地域第一の都市であるストラスブールには、ヨーロッパ議会が置かれている。

アルザス地域は、フランスの26ある州の中で最も小さい州であり、面積は8千km<sup>2</sup>あまりで、オーラン県、バーラン県の2つの県で構成されている。人口は180万人弱であるので、人口密度は200人/km<sup>2</sup>を超えており、フ



図3-1 アルザス地域の位置



ランスの中では高い方である。地形は、ライン川に沿って南北に長く、ライン川に接した東側には平野が広がっており、西側は南北にヴォージュ山脈が走っている。ヨーロッパの経済的中心部であるライン川流域に位置しているアルザスは、工業が盛んであり、フランスの中でも所得水準は上位にある。日本の企業も多数進出している。

アルザス地域の農業の特徴は、まず経営面積が小さいことが指摘できる。図3-2に示すように、アルザス地域の農業経営の63%は20ha未満、19%が20～50haであり、両者合わせて82%に達している。一方、100haを超える大規模経営は6%に過ぎない。フランス全体でみると、20ha未満は43%、20～50haが21%であり、100haを超える経営が16%を占めているので、それと比べるとアルザス地域は経営面積の小さい農業経営の比重がかなり高い。平均経営面積でみてもフランス全体では50haであるのに対して、アルザス地域は26haであり、フランス全体のほぼ半分に過ぎない。しかし、2005年における農業経営1戸平均の農業所得を計算すると、フランス全体では3.78万ユーロであるのに対して、アルザス地域では3.63万ユーロであるので、大きな違いはない。すなわち、アルザス地域では経営面積が小さい中で集約的な農業が展開していると言える。

2000～2005年の5年間でアルザス地域の農業経営は16%と大幅に減少している。減少の大部分は小規模層であり、20ha未満層の減少数は、全体の減少数の97%に当たる。小規模な農業経営の急激な減少が進んでいる。ただ、フランス全体でみても、同期間で農業経営は18%減少しており、その75%は20ha未満の農業経営である。したがって、小規模な農業経営の急激な減少はフランス全体でみられる傾向であり、アルザスの動きはむしろ緩やかであると言える。

アルザス地域の集約的な農業の主体は、醸造用ブドウ生産である。2003年において栽培面積では、穀物が

17.5万haで全体のほぼ半分を占め、ブドウは1.5万haで4%に過ぎない。しかし、産出額ではブドウが3.9億ユーロで全体の36.5%を占めている。一方、穀作部門は2.3億ユーロで全体の21.6%である。また農業経営の主部門別割

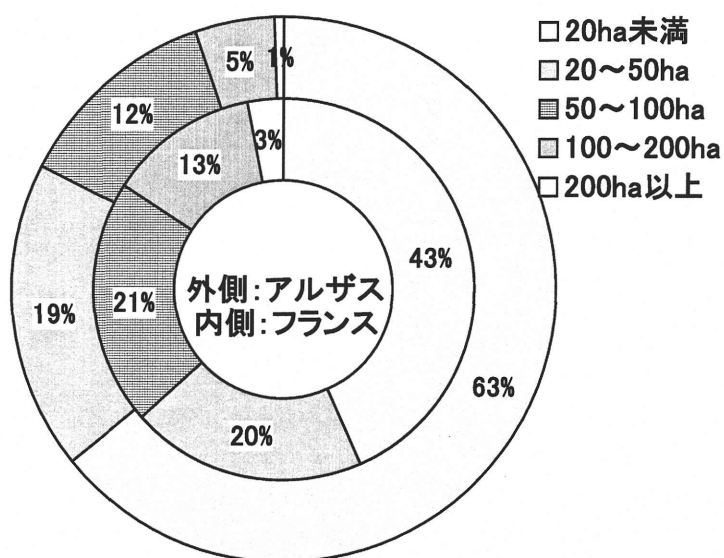


図3-2 アルザス地域の経営農地規模別農業経営数

合でみても、醸造用ブドウ生産が 34.8%で最も多い。醸造用ブドウ生産は、アルザス地域の農業の中核部門となっている。アルザス地域の中でも農業の地域性があり、東側のライン川に沿った平野部では、穀作が主体となっている。ブドウ栽培は、西側のヴォージュ山脈山麓の丘陵地帯で行われている。ヴォージュ山脈を上がっていくと牧草地が広がっており、酪農が主体となっている。

## 2) アルザス地域のワイン生産の特徴

アルザス地域は、フランスのワイン生産の中では、決して大きな生産地ではない。表 3-1 にフランスにおけるブドウ栽培面積を示したが、最も栽培面積が大きいのは、南フランスのラングドック・ルション州であり、33.6%を示している。次いで大きいのは、ボルドー地域を中心とするアキテーヌ州であり、17.2%を占めている。全体として南フランスおよび西部の大西洋岸の州の比率が高く、ボルドー地域と並んで世界的に有名なブルゴーニュ州も 3.4%を占めるに過ぎない。アルザス州はさらに小さく、わずか 1.7%でしかない。

表 3-2 には、フランスにおけるワイン生産量を州別に示した。ワイン生産量でも、ブドウ栽培面積とほぼ同様な傾向であり、ラングドック・ルション州をはじめとする南フ

表3-1 フランスの州別ブドウ栽培面積(2000年)

	栽培面積 (百ha)	構成比 (%)	生産者数 (戸)	平均栽培面 積(ha/戸)
ラングドック・ルション	2,979	33.6	31,541	9.4
アキテーヌ	1,526	17.2	18,735	8.1
プロヴァンス・アルプ・コート・ダジュール	1,018	11.5	12,010	8.5
ポワトゥ・シャラント	829	9.3	13,628	6.1
ローヌ・アルプ	586	6.6	12,843	4.6
ミディ・ピレネー	434	4.9	11,926	3.6
ペイ・ド・ロワール	394	4.4	8,974	4.4
ブルゴーニュ	301	3.4	5,609	5.4
シャンパーニュ・アルデンヌ	287	3.2	12,562	2.3
サン・トル	230	2.6	5,598	4.1
アルザス	152	1.7	5,684	2.7
その他の	136	1.5	4,853	2.8
合 計	8,872	100.0	143,963	6.2

出所:2000年フランス農業センサス

ランスおよび大西洋岸の比重が高い。アルザス州は、ブドウ栽培面積よりも比重は高いが、2.2%に過ぎない。アルザス地域は、フランスのワイン全体の中でみれば、きわめて小さな生産地と言っているだろう。(もっとも、日本のブドウ栽培面積は 2 万 ha (2005 年) で、ワイン生産量は 803 千 hl (2003 年) であるので、アルザス地域はブドウ栽培面積で日本の 3/4、ワイン生産量では 1.5 倍弱であり、日本との比較で言えば、決して小さな生産地ではない。)

表3-2 フランスの州別ワイン生産量(2005年)

	生産量 (千hl)	構成比 (%)	AOC(原産地認証) ワインの比率(%)
ラングドック・ルーション	15,957	29.9	18.9
ポワトゥ・シャラント	9,517	17.8	0.4
アキテーヌ	7,740	14.5	88.8
プロヴァンス・アルプ・コート・ダジュール	4,358	8.2	63.5
シャンパーニュ・アルデンヌ	2,798	5.2	87.9
ミディ・ピレネー	2,690	5.0	18.8
ローヌ・アルプ	2,659	5.0	73.0
ペイ・ド・ロワール	2,197	4.1	68.8
ブルゴーニュ	1,768	3.3	94.6
サントール	1,248	2.3	76.8
アルザス	1,195	2.2	96.7
その他	1,210	2.3	57.4
合 計	53,337	100.0	44.2

出所:フランス農業省統計局

しかし、ワイン生産量に占める AOC（統制原産地呼称）ワインの比率をみると、アルザス州は96.7%であり、生産されたワインのほとんどはAOCワインである。AOCワインは、原産地呼称制度に規定された栽培方法や品質基準などが遵守されたものとして品質保証されたワインである。フランス全体では、AOC ワインの比率は 44.2%であり、アルザス州の比率は、世界的に有名なワイン産地であるブルゴーニュ州、ボルドー地域を含むアキテーヌ州を上回って、最も高くなっている。ただ、AOC ワインは価格面でも優位に取引されているが、その価格水準は AOC ワインの中でも千差万別である。アルザス地域の AOC ワインは、ボルドー地域やブルゴーニュ地域の世界的にも名の知られた超高級ワインと比べると、比較にならないほどの価格差がある。アルザス地域の AOC ワインの比率の高さは、産地総体として品質基準などが遵守されることで、産地の底上げが図られていることを意味している。

アルザス地域において AOC ワインが大部分を占めるようになったのは、古くからのことではない。アルザス地域で原産地呼称制度が導入されたのは、1962 年であり、現在原産地呼称制度が取り入れられているワイン産地の中では最も遅い。それ以前は、高い品質のワインを産出する産地とは言えなかった<sup>注1)</sup>。アルザス地域のワイン生産はローマ支配下の 3 世紀にまでさかのぼり、中世には優良なワインも生産していた。しかし、フランス革命以降は、品質よりも量産が追及されるようになった。さらに第二次世界大戦中のドイツ占領下では、低級品のドイツワインとのブレンドが大量に生産されるようになり、いっそう品質を低下された。第二次世界大戦以降にワイン品質向上の取り組みが始められ、1962 年に念願の原産地呼称制度が認められ、現在では生産されるワインのほとんどは AOC ワインとなったのである。このようにアルザス地域は、ワイン生産の歴史は古いが、産地と

しての評価を大きく引き下げてしまったものを、第二次世界大戦以降に再び引き上げたのであり、新興産地的な性格を有する産地と言える。

アルザス地域のブドウ生産の特徴として、経営規模が小さいことが挙げられる。表3-1に州ごとの平均栽培面積を示しているが、アルザス州は2.7haで、シャンパーニュ・アルデンヌ州に次いで小さい。フランス全体の平均は6.2haであるので、アルザス州はその半分にも達していない。ラングドック・ルション州やアキテーヌ州などの南フランスや大西洋岸の州の中には10ha近い平均栽培面積を有する州もあり、アルザス州とは隔絶した格差がある。

表3-3には、フランスの主要なブドウ生産地域ごとに栽培面積別生産者の構成を示したが、これをみてもアルザス州の生産者の規模の小ささが際立っている。アルザス州では、ブドウ栽培面積2ha未満の生産者が全体の65.7%と、ほぼ2/3を占めている。生産者全体の94.7%はブドウ栽培面積10ha未満である。逆にブドウ栽培面積が20haを超える大規模な生産者はわずか0.5%に過ぎない。栽培面積シェアでみても、アルザス州では栽培面積2ha未満で12.5%を占めており、10ha未満で70.8%に達している。逆に栽培面積20ha以上の生産者の面積シェアは6.4%である。アルザス州と同じように平均栽培面積の小さいブルゴーニュ州では、栽培面積2ha未満の生産者は44.9%であり、アルザス州のほぼ2/3である。一方栽培面積20ha以上の大規模な経営の比率は3.4%であり、やはり

表3-3 フランスの主要地域におけるブドウ栽培面積別生産者構成

									(%)
		2ha未満	2～5ha	5～10ha	10～15ha	15～20ha	20～30ha	30ha以上	合 計
生産者数	アルザス	65.7	13.4	15.6	3.9	0.9	0.3	0.2	100.0
	ブルゴーニュ	44.9	14.9	22.8	10.2	3.8	2.2	1.2	100.0
	ジロンド	28.1	13.1	17.5	12.9	8.6	9.8	10.0	100.0
	ラングドック・ルション	38.9	15.2	13.1	10.9	8.2	7.5	6.3	100.0
	フランス	54.5	12.9	12.6	7.6	4.7	4.3	3.5	100.0
面積シェア	アルザス	12.5	16.4	41.9	17.2	5.6	2.7	3.7	100.0
	ブルゴーニュ	4.4	9.6	30.8	22.9	12.2	9.7	10.5	100.0
	ジロンド	1.7	3.5	10.2	12.5	11.7	18.7	41.7	100.0
	ラングドック・ルション	3.4	5.3	10.2	14.4	15.0	19.1	32.5	100.0
	フランス	4.9	6.9	14.9	15.2	13.1	16.8	28.3	100.0

出所：2000年フランス農業センサス

少数であるが、アルザス州と比べると比率は大きい。栽培面積シェアでみると、栽培面積20ha以上の比率は20%を超えており、アルザス州のほぼ3倍である。平均栽培面積の大きいジロンド県（アキテーヌ州の中でボルドー地域が属している県）やラングドック・ルション州をみると、栽培面積10ha未満の生産者の比率は、それぞれ58.7%、67.2%であり、アルザス州やブルゴーニュ州に比べると、比率は低いが、50%を超えており、小規模な生産者が半数を超えている。しかし、栽培面積シェアでは、栽培面積10ha未満の比率は、それぞれ15.4%、18.9%と小さい。一方、栽培面積20ha以上の大規模な生産者は、

生産者数では 19.8%、13.8%で、それほど高くないが、栽培面積シェアでは 60.4%、51.6%であり、半分以上を占めている。特にジロンド県では栽培面積 30ha 以上の最上層の栽培面積シェアが 41.7%にも達している。これらの地域では、栽培面積シェアでみれば、大規模な生産者が過半を占めているのである。

このようにフランスにおけるブドウ生産者の構成は、地域間で大きな違いがある。その中でアルザス州は、最も平均栽培面積の小さい地域の一つであり、小規模な生産者が栽培面積シェアでみても主体となっている地域である。

表 3-4 にフランスにおけるブドウ生

産者数の変化を示したが、フランス全体でみると、総栽培面積はあまり変化していない中で生産者数は激減している。

1979～2000 年では

ば 1/3 になっている。その結果、平均栽培面積は 2.5ha から 8.1ha へと、3 倍以上の拡大となっている。このような急激な変化は、小規模な生産者のブドウ栽培からの離脱によるものと考えられる。小規模な生産者が離脱し、その園地が大規模な生産者に集積したことで、栽培面積が飛躍的に拡大した。一方、アルザス州では、原産地呼称ワイン用ブドウに限定した数値であるので単純に比較できないが、栽培面積は増加しており、生産者数は減少しているが、その減少率はフランス全体の数値と比べると小さい。1979～2000 年間の減少率は 33.6%であるので、フランス全体の減少率のほぼ半分である。そのため、栽培面積は増加しているが、平均栽培面積の増加は、1.6ha から 3.0ha へと、2 倍にも達していない。アルザス州では、1979 年においてもフランス全体よりも平均栽培面積は小さく、小規模な生産者の比重が高いが、生産者数の減少をフランス全体の中でみれば低い水準に抑え、栽培面積はむしろ増加させており、小規模な生産者を主体とする産地として維持・発展させてきたのである。この点がワイン産地としてのアルザス地域を注目した第一の理由である。

3) ワイン産業と観光

アルザス地域を注目したもう一つの理由は、ワイン産業が観光と結びついて、両者が相乗的な効果を発揮することで、重層的な地場産業の発展を実現していることである。アルザス地域には、ヴォージュ山脈やローマ時代からの古い町並みや城郭などの観光資源に恵まれ、多くの観光客を集めている。アルザス地域の主要な観光資源の中にブドウ畑の広が

表3-4 フランスにおけるブドウ生産者数の変化

	フランス全体			アルザス州		
	栽培面積 (百ha)	生産者数 (戸)	平均面積 (ha/戸)	栽培面積 (百ha)	生産者数 (戸)	平均面積 (ha/戸)
1979年	1,422	56,571	2.5	119	7,404	1.6
1988年	1,406	34,867	4.0	135	6,543	2.1
2000年	1,526	18,735	8.1	151	4,988	3.0

注)アルザス州に関しては、原産地認証ワイン用ブドウに限定した数値である。

出所:フランス農業センサス

る景観とワイナリーが含まれる。ブドウ畑とワイナリー、ローマ時代からの古い町並みと城郭が点在するブドウ生産地域は、ワイン街道と呼ばれており、アルザス地域の観光の中心となっている（写真3-1、2、3）。ワイン街道の景観として、ブドウ畑は欠かせない存在となっている。また観光客の中には、ワイナリーで直売しているワインを購入することを目的の一つとしている人も多い。すなわち、アルザス地域のワイン産業は、地域の観光産業を支える存在となっているのである。

一方、ワイン産業にとって、観光の発展はワイン直売への来客の増加をもたらしている。さらにワイン生産者の中には、農家民宿を兼営するものもあり、観光産業の発展がワイン生産者に兼営部門導入の条件を広げている。特に小規模なワイン生産者にとってみると、追加的な所得源を得ることで、所得の増加、経営の安定につながっている。アルザス地域での調査は、アルザス州の南半分を占めているオーラン県で行ったが、2000年フランス農業センサスによると、オーラン県でブドウ生産が集中している4つの郡<sup>注2)</sup>では、民宿を経営している農家は152戸であり、農家全体の6.2%である。アルザス州全体では、民宿を経営している農家は462戸で、農家全体の3.1%であるので、ブドウ生産地帯の方が民宿を経営している農家の比率は高い。

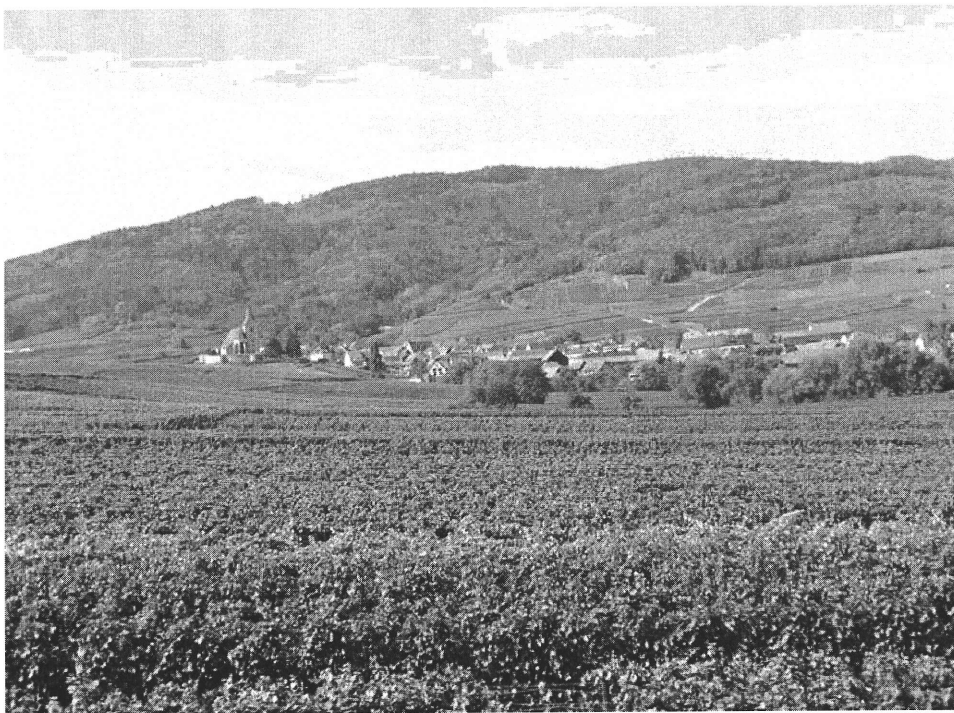


写真3-1 アルザス地域のブドウ畑の景観



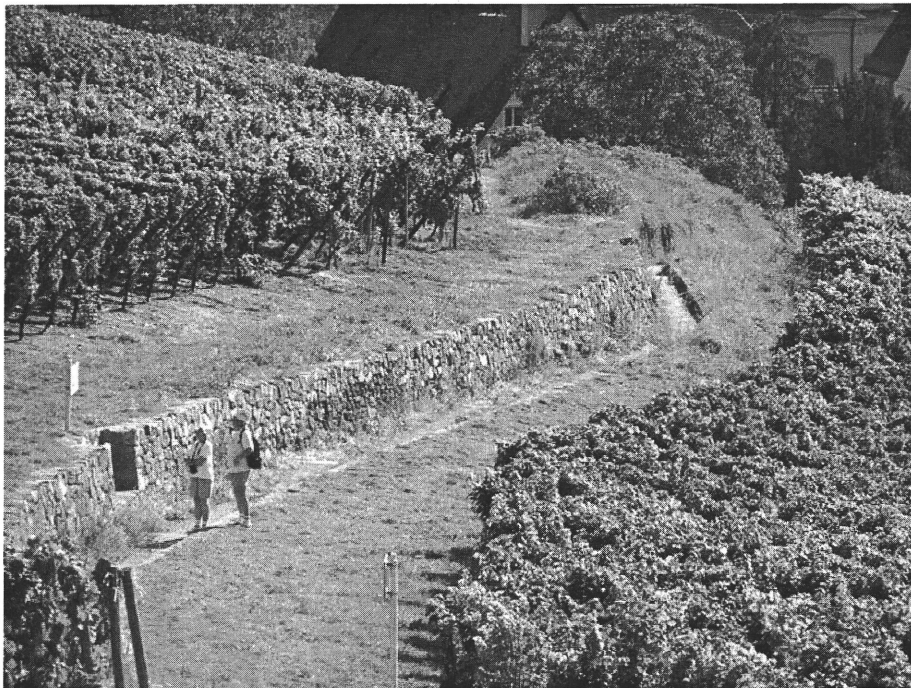


写真３－２ ブドウ園に設置されている遊歩道

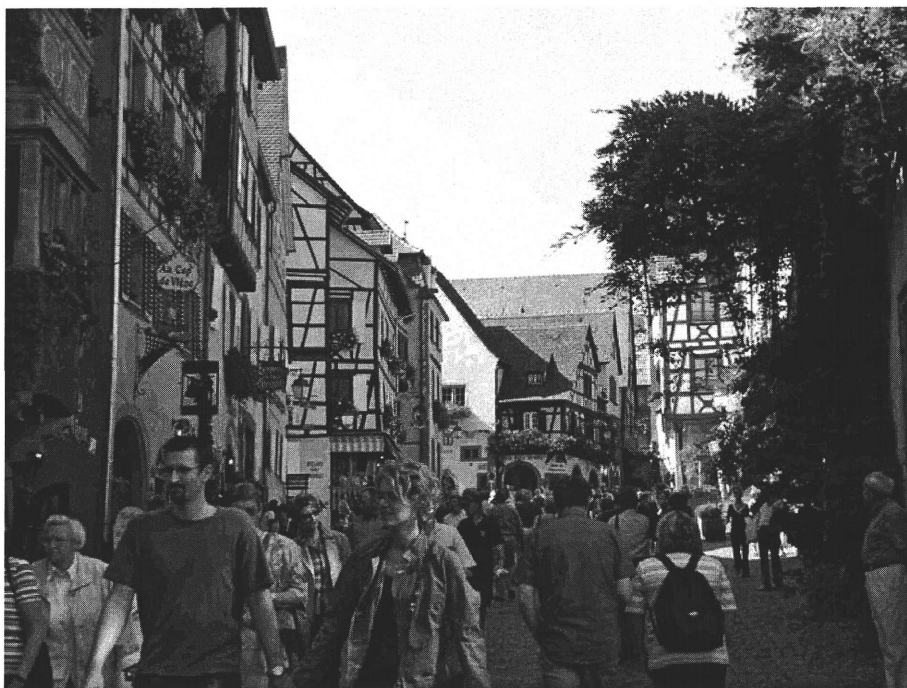


写真３－３ ワイン街道にある観光客を集めている村の景観

ワイン産業は、原料となる醸造用ブドウ栽培とワイン醸造が地域的に一体化しており、地域資源を活用した産業として、コミュニティビジネス的な性格を有している。しかし、



フランスのワイン産業のすべてがコミュニティビジネスという範疇でとらえられる訳ではない。前掲の表3-1、表3-2に示されているように、フランス最大のワイン産地であるボルドー地域では、大規模な生産者が生産の過半を担っている。いわゆるシャトーである。シャトーは単に規模が大きいということだけでなく、その中には地域外（その一部はフランス国外）のオーナーによって所有されているものも多い。中には、世界的に有名な大富豪や企業が所有しているシャトーもある。すなわち、地域外の資本によって経営されている場合も多く、コミュニティビジネスという範疇でとらえることはできないであろう。

その点、アルザス地域のワイン産業は、小規模な生産者が主体であり、地域外から資本が流入していることも少なく、コミュニティビジネスとしての性格が強いと言える。

### 3. フランスのワイン生産と原産地呼称制度

#### 1) 原産地呼称制度の歴史

ワイン産業は、醸造用ブドウ栽培とワイン醸造が地域的に一体化している場合が多いが、フランスでは特に顕著である。フランスで醸造用ブドウ栽培とワイン醸造が地域的な一体化を支えているのが、原産地呼称制度である。ここでは、フランスにおける原産地呼称制度を簡単に紹介しておきたい。

フランスにおける原産地呼称制度の歴史は古く、1905年に行政機関が認証製品の生産地域を確定することができると法律で定めたのが始まりとされている<sup>注3)</sup>。その後に認証製品の生産区域等の確定などに関する規定を定めた原産地呼称法が1919年に制定されて、原産地呼称制度が本格的に始まった。1919年の法律では、原産地呼称制度は、「その製品の品質と特質が産地の自然的要素と人的要素を含む地理上の条件に由来することを示すため」に地域の名称を表示することとされ、「地域の、忠実（誠実）な、継続的な用法（生産方法）に」<sup>注4)</sup>反する場合には認められないとされた。原産地呼称制度は、いわゆる産地偽装の商品や偽物を市場から排除することで、市場の秩序を保ち、価格を維持することを目的としているが、その根底には、農産物やその加工品の品質は、土壌や気候など、生産された地域の自然条件に大きく影響され、伝統的な生産方法によらなければ、その品質は保てないので、自然条件や伝統的な生産方法を大切にすべきであるという考え方がある。

1935年には、ワイン市場の保護及びアルコールの経済制度に関する法律（AOCワイン法）が制定された。この法律では、ブドウの生産条件やワインの品質基準などを予め定めた統制原産地呼称（AOC）制度の創設が試みられた。AOCワインに関して適用される生産条件として、生産地域、ブドウの品種、1ha当たり収量、ワインの最低アルコール度が規定され、「ブドウの栽培、醸造、蒸留の過程で何も加えない自然の製造を前提とするもの

でなければならない」<sup>注5)</sup>と定められた。また、この法律によって、統制原産地呼称制度を管理する機関として、ワイン及び蒸留酒原産地呼称全国委員会が設置された。この委員会は、1947年にワイン及び蒸留酒原産地呼称全国機関（INAO）に組織替えされた。この1935年の法律によって、現在の原産地呼称制度の原型が確立されたと言っているだろう。

当初の原産地呼称制度は、ワイン及びその蒸留酒（ブランデー）に限られた制度であったが、1990年に原料・加工農産物及び食料品の原産地呼称に関する法律が制定され、統制原産地呼称制度はチーズや他の食料品にも適用できるようになった。それに伴って、ワイン及び蒸留酒原産地呼称全国機関（INAO）は原産地呼称全国機関（INAO）となり、その権限も拡大された。

原産地呼称制度は、原則的には統制原産地呼称制度（AOC）に限定されるものではない。しかし、現状においては原産地呼称制度によって認定されている製品のほとんどは AOC 製品となっている。現在、AOC 製品以外で原産地呼称制度によって認定されている製品は、VDQS（上級品質規定）ワインのみである。そのため、原産地呼称制度は、統制原産地呼称制度を意味している場合も多くなっている。AOC 製品として認定されているものは、2001年現在で、ワイン及び蒸留酒が 466、チーズなどの乳製品が 45、その他の食料品・農産物が 23 で、合計 534 品目となっている<sup>注6)</sup>。

フランスの原産地呼称制度と同様の仕組みは、イタリアやスペインなどのヨーロッパ諸国にも広がっていった。そして、1992年には、ECとして原産地呼称制度の考え方に基づいた保護原産地呼称（AOP）と保護地理表示（IGP）制度を創設した。それに対応して、1994年にはフランスの AOC 製品は、ECの AOP 製品として登録された。ただ、AOP 制度はワインを対象としていないため、AOC ワインは登録されていない<sup>注7)</sup>。

## 2) ワインにおける統制原産地呼称制度（AOC）の特徴

ある地域の生産物が AOC の認定を受けようとする場合には、まず生産者が組合を結成し、原産地呼称全国機関（INAO）と協議して、地域の伝統的な、忠実（誠実）な、継続的な用法（生産方法）に基づく生産条件を定めなければならない。それを INAO が政府に提案し、政府が生産条件を定めた政令を公布することで、AOC 製品として認定されることになる。ワインにおいて政令で定められる主な生産条件としては、①生産地域の指定、②醸造用ブドウの品種、③ブドウの単収限度、④ブドウの最低糖度、補糖の可否、ワインの最低アルコール度、⑥ブドウの木々の最低樹齢、植栽密度、せん定の方法、⑦醸造の方法、⑧分析・食味検査などである<sup>注8)</sup>。これらの項目は年によらず普遍的なものであるが、各年の気象条件に基づいて、ブドウの収穫開始日も INAO によって指定されている。

AOC の認定は、産地ごとになされるので、同じ AOC ワインでも産地によって定められている生産条件は異なる。もっとも端的な事項は品種である。アルザス地域の AOC ワインで認められている品種は、シルバーネ、ミュスカ、ピノ・グリ、ピノ・ブラン、リース

リング、ゲヴェルトラミネールの6品種である。ボルドー地域の AOC ワインでは、カベルネ・ソーヴィニヨン、カベルネ・フラン、メルローなどである。

また AOC の認定の受け方も地域によって違いがある。アルザス地域のワインでは、AOC の認定はアルザス地域全域を対象としたものしか存在しない。ところが、ボルドー地域の AOC の認定は、指定した地域の範囲の異なる AOC が重層的に存在している。すなわち、ボルドー地域全域を対象とした AOC がある一方で、ボルドー地域の特定の地区のみに限定した AOC も存在している。例えば、日本で言えば郡に相当するオーメドック地区を対象とした AOC があり、さらにオーメドック地区にある一つの村であるマルゴー村に地域を限定した AOC も存在している。したがって、マルゴー村では、ボルドー全域を対象とした AOC、オーメドック地区を対象とした AOC、マルゴー村に限定された AOC が併存していることになる。各ワインは一つの AOC の認定しか受けられないが、一般的には、より狭い範囲を対象とした AOC ワインほど高級品とされている。したがって、一つの村というような狭い範囲を対象とした AOC は、土地条件などに恵まれ、高品質なワインを生産できる地区にしか存在しない。

一方、アルザス地域では、品質の高いブドウを産出するブドウ園を指定し、そのブドウ園で生産されたブドウのみで醸造されたワインを認定している AOC があり、これがアルザス地域のワインの高級品とされている。アルザス地域で品質の高いブドウを産出するブドウ園として指定された園地はグラン・クリューと呼ばれ、現在 50 カ所、ブドウ園全体の約5%が指定されている。このような AOC の認定のやり方は、ブルゴーニュ地域とほぼ同じである。アルザス地域では、この他にスパークリング（発泡性）ワインを対象とした AOC があるので、合わせて3種類の AOC ワインが認定されている。

フランスのワインにおける原産地呼称制度は、生産地を限定するとともに、厳格な品質の統制・管理を行うことで、地域ブランドの維持・向上に貢献している。それとともに、醸造用ブドウ栽培とワイン醸造を地域的に一体化することで、地域産業としての地域内の産業連関の確立にも大きな役割を果たしている。さらに後述するように、ワイン産地内において流通している醸造用ブドウの割合は結構高い。AOC によって醸造用ブドウの生産条件などが定められているが、それは産地内で流通するブドウの品質などの基準となっており、醸造用ブドウの円滑な流通を実現していく上でも、原産地呼称制度の果たしている役割は大きい。

#### 4. アルザス地域のワイン産業における産業構造

##### 1) ブドウの生産構造

本節では、2005 年に行った実態調査などに基づいてアルザス地域のワイン産業における

産業構造をみていきたい。

まず醸造用ブドウの生産構造からみていきたい。アルザス地域のブドウ生産者は、既に表3-3に示したように栽培面積の小さい生産者が圧倒的多数を占めている。平均栽培面積は2.7haであり、生産者の2/3は2ha未満の栽培面積しか有していない。これはフランスの他のワイン産地と比べても栽培面積は小さく、小規模な生産者の比重が特に高い産地である。生産者の多数を占める栽培面積2ha以下の小規模な生産者の収益を推計してみると、後述する事例調査を行った協同組合のブドウ買取基準価格は1kg当たり1~1.7ユーロ程度であり、1ha当たりの収穫量は原産地呼称制度によって約10トン以下に制限されている。したがって、ブドウ生産部門の粗収益は、栽培面積1ha当たり1~1.7万ユーロ（日本円で150~255万円、1ユーロ=150円で換算。以下も同様のレートで換算する。）程度である。したがって、栽培面積2ha未満の生産者は、大きく見積もっても、ブドウ生産部門の粗収益は5百万円には達しない。

今回調査を行ったオーラン県の中でもブドウ生産が集中している4郡について、2000年フランス農業センサスによって経営主の就業状態をみると、農業専従者は38.7%に過ぎず、兼業農家が多いとみられる<sup>注9)</sup>。この4郡では、ブドウ以外の作物の作付農家数、家畜飼養農家数ともに少なく、ブドウ生産者の多くは、ブドウ専作経営とみられる。

アルザスのワイン醸造業者は約1千経営であり、17の協同組合を除けば、すべてブドウ栽培も行っている。アルザス全体でのブドウ生産者は約5,500戸であるので、その中でワイン醸造まで行っているのは2割程度である。したがって、ブドウ生産者の大部分はワイン醸造を行っていないことになる。ブドウ生産者の中でワイン醸造を行っている者は、栽培面積が大きい層に偏っていると考えられる。そこでブドウ栽培面積の大きい順に1,00戸を取ると、5~10haが下限となる。経営数では過半数を占める栽培面積2ha未満の生産者はブドウ栽培のみを行っていて、ワイン醸造を行っているとみていいだろう。すなわち、ブドウ生産者の多数は、ワイン醸造を行わず、農業部門はブドウ栽培のみで、その粗収益は5百万円に満たない小規模な兼業農家なのである<sup>注10)</sup>。

しかし、栽培面積シェアで見ると、アルザス州では栽培面積2ha未満の生産者の面積シェアは12.5%に過ぎない。栽培面積5ha未満にまで範囲を広げても、面積シェアは28.9%にしか達しない。生産量で見れば、多数を占める小規模な兼業農家の比重は相当に低い。栽培面積で見ると、その中心となるのは、10ha前後の中規模層である。栽培面積5~10haの階層の面積シェアが最も高く、41.9%を占めており、次いで10~15ha層が17.2%である。両階層を併せると59.1%と、過半に達している。ブドウ生産で見ると、中規模な家族経営が生産の中心的な担い手と言える。この規模階層は、ワイン醸造業者の数から考えて、ワイン醸造も行っている者が多いとみられる。ただ、ワイン醸造を行っていない生産者も結構な数になることも留意しておく必要がある。

## 2) ワイン醸造業の産業構造

次にアルザス地域におけるワイン醸造業の産業構造についてみていきたい。既述のようにアルザスにワイン醸造業者は約1千経営ある。それらの業者は3つの企業形態に分けることができる<sup>注1 1)</sup>。第一は、自ら生産したブドウのみを使用している経営であり（以下では自園型経営という）、その多くは家族経営とみられる。ワイン醸造業者のほとんどはこの形態である。ブドウ生産において栽培面積シェアでみて中心的な担い手となっている10ha前後の中規模層の多くは、このタイプに含まれるとみられる。第二の形態は、自らもブドウを生産しているが、外部からも原料ブドウを購入している規模の大きい企業の経営である（以下原料購入型経営という）<sup>注1 2)</sup>。この形態の企業は50社であり、業者数でみると、わずかである。このタイプのほとんどは、自らも大面積のブドウ園を経営しており、自らのブドウ園から大量のブドウを調達している上に、外部からもブドウを調達することで、より大きな規模のワイン醸造を実現している。第三の形態は、ワイン醸造を行っていないブドウ生産者で組織されているワイン醸造の協同組合である。アルザス地域にはワイン醸造の協同組合は17組合ある。協同組合は小規模なブドウ生産者のブドウを原料としているが、多数の生産者からブドウを集めているので、生産規模は大きい。

企業数で言えば、自園型経営が大多数であるが、企業形態別の生産量シェアは、表3-5に示すように、自園型経営が22%、原料購入型経営が41%、協同組合が37%であり、自園型経営のシェアは少ない。企業数では大部分を占める自園型経営は、ワイン生産量では全体の2割余りしかなく、併せても企業数の6～7%程度の原料購入型経営と協同組合でワイン生産量の8割弱を占めている。平均生産量でみても、自園型経営が約2.5万ℓで、原料購入型経営が約100万ℓ、協同組合が約250万ℓであり、企業形態により規模格差は大きい。原料購入型経営の平均醸造規模は、自園型経営の40倍であり、協同組合の平均醸造規模は、自園型経営の100倍に達している。ちなみに1haのブドウ園から醸造できるワインは約8千ℓであるので<sup>注1 3)</sup>、使用するブドウの栽培面積は、自園型経営で約3ha、原料購入型経営で約125ha、協同組合が300haである。

表3-5 ワイン醸造業者の企業形態別ワイン生産状況

	経営数	生産 シェア	1経営当たり 醸造量	醸造面積	推計総販売金額
自園型経営	約1千	22%	25万ℓ/ル	3ha	10万ユーロ
原料購入型経営	50	41%	100万ℓ/ル	125ha	400万ユーロ
協同組合	17	37%	250万ℓ/ル	300ha	1,200万ユーロ

注1) 2005年9月のアルザスワイン同業者委員会での聴き取り調査  
および収集資料(パンフレット等)による。

2) 醸造面積は、需要に使用したブドウの栽培面積である。

またアルザスワイン同業者委員会の資料から試算すると、アルザスワインの平均価格は10当たり約4ユーロである。企業形態により販売価格に違いがあることも考えられるが、1社当たり総販売金額は、自園型経営で10万ユーロ（約1,500万円）、原料購入型経営で4百万ユーロ（約6億万円）、協同組合で1,200万ユーロ（約18億円）程度である。自園型経営の中にも、後の調査事例にあるような企業的に展開している経営もあるが、大多数は小規模な家族経営とみられる。アルザスのワイン醸造業における産業構造は、多数の小規模な経営と、大きな生産シェアを占める協同組合も含めた少数の大規模な経営によって構成されている。

生産シェアで見ると、ブドウ生産では中規模な家族経営が中心的な担い手であるのに対して、ワイン醸造では原料購入型経営と協同組合という大規模な経営が中心的な担い手であり、ブドウ生産とワイン醸造で中心的な担い手は異なる。このことは、ブドウ生産者とワイン醸造業者との間で大量のブドウが流通していることを意味している。醸造業者自ら栽培したブドウで生産されたワインは、自園型経営の生産分と原料購入型経営の自家栽培分である。自園型経営のワイン生産のシェアは22%である。原料購入型経営の自家栽培分は、経営数からみて、総ブドウ栽培面積のせいぜい1割程度とみられる。したがって、醸造業者が自ら栽培した

部分は1/3程度であり、醸造に使用されたブドウの2/3は地域内で取引されたと考えられる。取引されたブドウの半分強は協同組合により、残りは原料購入型経営によって購入されている。図3-3にブドウ生産部門とワイン醸造部門の関係を経営的な関係とブドウ取引の流れから示した。ブドウ生産部門は、ブドウ生産面積から3つの階層に分けられ、生産者数では小規模層が多数を占めているが、栽培面積シェアで見ると、中期防が主体となっている。ワイン醸造部門では、原料購入型経営、自園型経営、協同組合の3つの経営形態があり、経営数では自園型経営が大多数を占めているが、醸造量シェアで見ると、原料購入型経営と協同組合の平均醸造量が大きいので、この2つの経営形態で8割弱を占めている。原料購入型経営のほとんどは、ブドウ生産部門は大規模層に属しているとみられる。

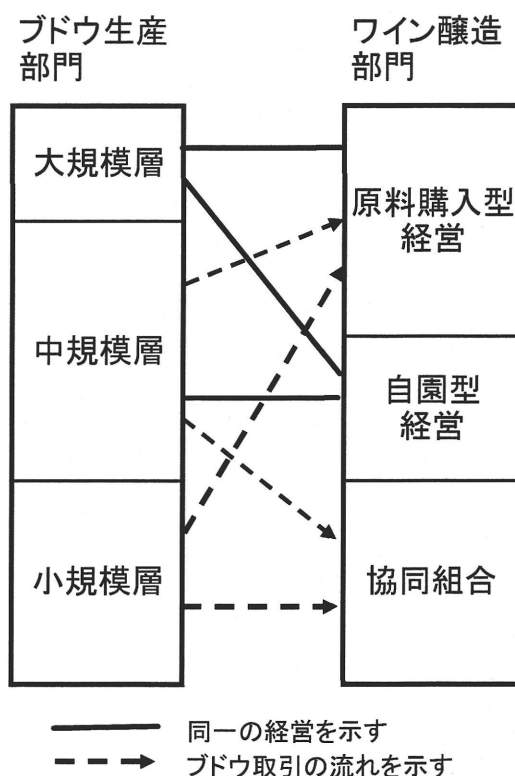


図3-3 アルザス地域のワイン産業におけるブドウ生産部門とワイン醸造部門の関係



大規模層のほとんどは、ワイン醸造も行っているが、その中には醸造用ブドウを外部から調達せずに、ワイン醸造部門は自園型経営に属しているものもある。中規模層は、ワイン醸造を行っている場合は自園型経営となっているが、ワイン醸造を行っていない生産者も多い。小規模層はほとんどがワイン醸造を行っていないとみられる。ワイン醸造を行っていない中規模層、小規模層のブドウは、原料購入型経営、協同組合に引き取られ、醸造されている。

原料購入型経営からみれば、大量のブドウが地域内で調達できることが、自家ブドウ園の制約を超えた大規模な経営を実現する条件となっている。一方、小規模なブドウ生産者からみれば、協同組合とともに、原料購入型経営がブドウの購入者として存在することが、自ら醸造を行わないでもブドウ生産を継続できる条件となっている。まさに原料ブドウの生産構造とワイン醸造業の産業構造が地域内でのブドウ流通を通じて、整合的に結びついていると言える。

### 3) ワイン醸造業者の事例分析

以上述べたように、アルザス地域のワイン醸造業者には、生産規模などが大きく異なる企業形態の業者が併存している。アルザス地域の調査では、企業形態の異なるワイン醸造業者の聞き取り調査を行った。本節では、調査対象となった業者を事例として、企業形態の異なるワイン醸造業者の特徴をみていきたい。本節では、4つの経営を取り上げる。その内訳は、自園型経営が2経営、原料購入型経営と協同組合が各1経営である。自園型経営のうち、1経営は家族経営であり、もう1経営は雇用を導入している企業的な経営である。調査事例の概要は表3-6に示した。

表3-6 調査対象ワイン業者の概要

	A	B	C	D
企 業 形 態	自園型経営	自園型経営	原料購入型経営	協同組合
ブドウ栽培面積	9ha	30ha	50ha	—
醸 造 面 積	9ha	30ha	190ha	329ha
ワイン生産量	7万本	20～25万本	200万本	350万本
常 時 労 働 力	3人(家族のみ)	10人(ブドウ栽培5人, 醸造5人)	40人	47人
販 売 経 路	直売50% 業者(国内32%, 輸出18%)	直売20% 通信販売30% レストラン(アルザス内)25% 輸出25%	輸出60% 国内40%(宅配の顧客3万人)	量販店48% 輸出25% 卸売業者・レストラン15% 個人12%
備 考	農家民宿を兼営、1998年より農業法人化(EARL)、2000年よりブドウ栽培は有機栽培に転換	収穫時には臨時雇用を30人以上導入 ブドウ園の10～15%は借地	株式会社 ブドウの購入先は約100戸で毎年ほぼ固定、原則全量買取である。	組合員220人(6～7か村) 販売では、別の協同組合と共同販売

注1) 2005年9月の聞き取り調査および調査時の収集資料(パンフレット等)による。

2) 醸造面積は、醸造に使用したブドウの栽培面積である。

3) ワイン生産量はボトル(750ml)数である。

4) 販売経路については、調査対象者の回答のままなので、統一的な表現になっていない。



### ①A経営（自園型経営）

家族経営のA経営は、夫婦とその息子の3人で経営しており、典型的な中規模層の家族経営である。1998年には、経営主と後継者の共同経営という形態で農業法人（EARL）化している。

A経営のブドウ園面積は9haである。ブドウ園はすべて自作地である。親の代の農地面積は5haであったが、徐々に購入によって規模拡大してきた。またかつては穀作も行っていたが、1986年頃に農地交換により農業部門はブドウ栽培に専作化した。ブドウ栽培では、

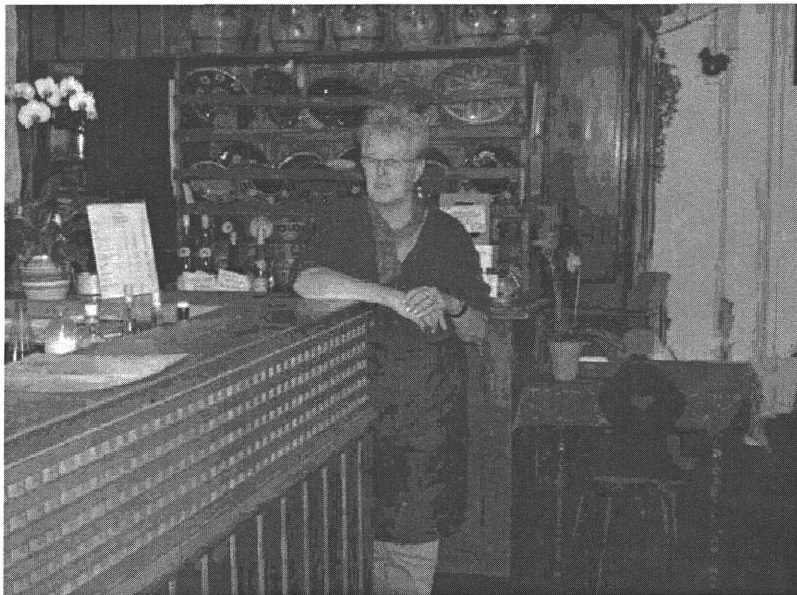


写真3-4 A経営のワイン直売施設と経営主の妻

従来から除草剤を使わないなど、環境に配慮した栽培を行っていたが、2000年からは本格的な有機栽培に転換した<sup>注14)</sup>。有機栽培に転換したことで、ワインの価格に変化はない。

ワイン醸造量は、年間ほぼ7万本（約5万 ）である。1 当たり4ユーロで計算すると、売上高は20万ユーロ（約3千万円）となる。ワインの販売は、ほぼ50%がワイナリーでの直売である。残りの50%のうち、18%は輸出であり、32%は国内販売である。ワインの直売は、1970年頃から始めたが、当時はワインを直売する業者は村でほとんどなかった。その後、直売する業者は徐々に増えてきている。収益性に関しては、中間の業者が入らない分、直売の方が有利なようである。またワインの市場開拓のために、国内外で開かれるフェアやイベントなどにも参加しているようである。

A経営はワイン部門とともに農家民宿を兼営している。A経営が行っている民宿は、2つの形態がある。一つは、自ら住んでいる家の中の一部の部屋を貸すものであり（フラン

スでは、シャンプル・ドットと呼ばれている。)、もう一つは一軒家をそのまま貸すもの(フランスでは、ジットと呼ばれている。)である。シャンプル・ドットでは、希望によって朝食を提供している。シャンプル・ドットは1978年より始めており、ジットは1993年より始めている。A経営が所在している村は、きれいな町並みが保存されており、観光客が多く来る村の一つであるが、1978年にA経営が農家民宿を始めた頃は、農家民宿はまだ少なかった。その後、徐々に増えてきて、現在では30戸程度の農家民宿がある。ジットと



写真3-5 A経営の農家民宿(シャンプル・ドット)の建物(経営者家族の住居でもある)

して使用している建物は、かつては人が住んでいたが、ジットは始める前は物置小屋であり、傷みも進んでいた。そのため、ジットは始めるに当たっての改造費に80万フラン(1フランはだいたい20円程度)を要した。

民宿の利用状況は、春の復活祭の休暇から夏休みにかけての時期が中心で、土曜・日曜は比較的利用されているが、平日は空いていることも多いようである。しかし、民宿はあくまでも副次部門であり、これ以上宿泊客を増やそうとすると、施設をより充実される必要があり、新たに民宿部門専門で人を雇う必要があるので、現状程度の宿泊者数で満足しているようである。宿泊の申込は、村の観光協会などを通じて申し込まれるものが多い。宿泊客は、フランス国内からのみでなく、オランダ、ベルギー、ドイツなどヨーロッパ諸国から来ている。民宿は、経営主の妻が主に担当している。そのため、ブドウ栽培やワイ

ン醸造には、経営主の妻をあまり従事していない。

## ②B経営（自園型経営）

B経営はブドウ栽培面積 30ha であり、ブドウ栽培部門では大規模層に区分される。ワイン醸造部門では、ブドウの購入は行っておらず、自園型経営である。自園型経営の中では規模の大きい経営である。兄弟で経営し、雇用も導入して企業的に展開している。ワイン醸造は 1680 年から行っており、長い歴史を有している。B経営では、何代かに渡って徐々に規模拡大して現状の規模に達しており、ブドウ園は 9 か村に分散している。ブドウ園が分散している要因は、アルザス地域では農地は原則的に均分相続であり、婚姻の際に妻がブドウ園を持参してくる場合があり、そのようなことが積み重なってブドウ園の分散は進んだらしい。

30ha のブドウ園のうち、10～15%程度は借地である。アルザス地域では、ブドウ園の借地料の形態は、定額制と刈分け小作料の 2 つの形態がある。地域の中で比率としてどちらが優勢とは言えないような状況であるようだが、B経営の借地では刈分け小作料を採っているようである。また借地期間は、一般的に 9 年間となっている。これは、農地のみでなく、不動産全般で採用されている一般的な貸借期間のようである。10 年前の B経営のブドウ園面積は 25ha 程度であったので、この 10 年間で 5 ha ほど増加しているが、現在では B経営のような既に規模が大きい経営が、さらに規模拡大することは難しくなっている。ブドウ園の売買、貸借には県の許可が必要となっているが、現在は小規模な生産者や



写真 3-6 B経営のワイナリー全景

若い生産者に優先してブドウ園を割り当てられて、大規模な経営での新たな購入や借入には許可が下りにくくなっているようである<sup>注15)</sup>。ただ、B経営としては、ワインが過剰傾向にあるため、これ以上の規模拡大は考えておらず、むしろワイン品質の向上によって市場競争力を強めることを目指している。

B経営の従業員は、常時雇用者で10人である。そのうち、5人はブドウ栽培部門で雇用されており、残りの5人はワイン醸造部門で雇用されている。さらに収穫時の臨時雇用を30人以上雇い入れている。臨時雇用者のほぼ2/3は毎年固定されており、周辺20kmの範囲から集まっている。

アルザス地域のAOCワインは、地域全体を範囲としているので、ブドウ園の所在地が違っても、グラン・クリューでない限り、区分する必要はない。実際、後で取り上げる原料購入型経営や協同組合は所在地別に分けてはいない。ところが、B経営では9か村にあるブドウ園から収穫されたブドウは、村ごとに分けて醸造している。ワインの販売経路別比率は、ワイナリーでの直売が20%、消費者への通信販売が30%、アルザス地域を主体としたレストランへの販売が25%、輸出が25%である。ワイナリーでの直売、通信販売を合わせた消費者への直接販売が50%に達している。通信販売に関しては過去3年間に取引のあった者を対象として、年間2,500通のダイレクト・メールを送っている。

### ③C経営（原料購入型経営）

原料購入型経営のC経営は、個別経営としてはアルザスでも有数の大規模経営である。自家ブドウ園も50haと大きいのが、醸造に使用しているブドウの栽培面積は190haであるので、醸造用ブドウのほぼ3/4は外部から調達していることになる。ワインの醸造量は約200万本である。表3-5に示した原料購入型経営の平均値と比べても、醸造面積で約1.5倍、醸造量で2倍の規模である。ワイン価格を1当たり4ユーロとして売上高は、6百万ユーロ（9億円）となる。従業員は40人である。

C経営の創立は1680年であり、B経営と同じように長い歴史を有している。300年以上の長い年月に渡って、創始者一族が経営を引き継いできており、規模が大きい企業経営であるが、地場の企業として発展してきた。現在は株式会社となっている。

ブドウは約100戸の生産者から購入している。したがって、1戸平均の購入ブドウの面積は約1.4haである。購入元のブドウ生産者の多くは、栽培面積2haに満たない小規模な生産者である。購入元の農家はほぼ毎年決まっており、原則的に農家が生産したブドウの全量を買収することになっている。

ワインの販売先では、輸出が6割を占めており、海外が主要な市場となっている。自園型経営の2つの事例と比べて輸出の比重が非常に高い。ワイナリーでの直売も行っているが、その比率は小さいようである。ただ、宅配による販売での顧客が3万人あり、国内販売での主要な販売経路の一つとなっている。したがって、自園型経営の2つの事例と比べ

ると直売の比率は低いが、直売が重要な販売先であることは自園型経営の2つの事例と同様である。

#### ④D経営（協同組合）

D経営はワイン醸造の協同組合である。醸造量は350万本であるので、本節で取り上げた事例の中でも最も規模が大きく、協同組合の中でも大きい方である。D経営は、1956年に小規模なワイン業者が共同化し、規模拡大を図ることで、市場競争力の強化と生産性の向上を目的として設立された。当初の組合員は180戸で、醸造面積は120ha、醸造量は16.2万であった。現在の組合員は220戸であり、醸造面積は329haである。したがって、組合員数は2割程度しか増加していないが、醸造規模は大幅に増加している。組合員の平均ブドウ栽培面積は、C経営に販売している生産者とはほぼ同じで、約1.5haである。組合員は6、7村に分かれている。アルザス地域全体で17の協同組合があり、組合ごとの管轄範囲が決められている訳ではないが、地区によって加入する組合はだいたい決まっている。組合員の中で専業農家は2割程度である。逆に言えば、8割は兼業農家ということになる。C経営も同様であるが、D経営は複数の村から原料ブドウを調達しているが、B経営のように村ごとに分けて醸造することはせず、品種などごとに一括して醸造してい



写真3-7 D経営のワイン直売施設



る。

D 経営は、販売面ではアルザス地域の北部にある協同組合と共同化している。2つの協同組合の醸造量を合わせると、7百万本になる。アルザス地域の中ではきわめて大きな販売ロットであり、販売規模の拡大によって販売力を強化することを狙ったものである。2つの協同組合のものを合わせた2004年の売上高は、2,090万ユーロ（約30億円）である。

ワインの販売先は、量販店が48%でほぼ半分を占めている。残りは輸出が25%、レストラン・卸売業者が15%、消費者への直接販売が12%である。量販店の比率がきわめて高く、直接販売の比率が低いことが特徴である。量販店の中でも世界第2位の量販店であるカルフルに年間70万本販売している。すなわち、総販売数量の10%をカルフル1社に販売していることになる。

#### ⑤調査事例の階層別特徴

調査した4つのワイン醸造業者の特徴を概略したが、全体的な傾向として、規模の小さい自園型経営では品質指向型の経営を、規模の大きい原料購入型経営や協同組合では、規模の大きさを活かした量産指向型の経営を特徴としている。ブドウ栽培部門の比重の違いはあるが、常時労働力数当たりのワイン生産量は、大規模な経営ほど大きく、規模の経済性が発揮されているとみられる。一方、自園型経営では、A経営が有機ブドウを栽培し、B経営ではブドウ園の所在地ごとに分けて醸造しているように、品質にこだわった原料ブドウの調達が可能となり、ワインの品質への配慮がやりやすい。

販売面でも、この違いは反映している。品質にこだわった生産を指向する自園型経営では、品質の違いを強調しやすい直売が主体となっている。A経営、B経営ともに販売量の半分は消費者への直接販売である。一方、大規模な経営では、大量販売が可能な輸出や量販店への販売が主体となっている。

原料購入型経営や協同組合という大規模経営は、原料ブドウを外部から調達することで、ブドウの自家生産の制約を超えた大規模化を実現し、効率化を図っているが、それは原料ブドウの品質管理では一定の限界を伴い、品質面では相対的に不利な条件にある。一方、自園型経営はブドウの自家生産の枠内に規模は制約され、生産の効率性では劣るが、原料ブドウを自ら生産することで、品質面では有利な条件にあり、販売面でもきめ細かな販売対応が可能なことを活かせる直接販売に比重を置いている。このように経営規模などの経営的特性に対応した経営展開がなされている。そのことによって多様な経営が共存できおり、その結果として産地規模としてはそれほど大きくない産地でありながらも、その維持・発展が実現できている。

## 5. ワイン生産・流通を支える地域組織

### 1) 産地の維持・発展を支える地域組織

アルザス地域のワイン産業は、小規模な生産者が多数を占め、長い歴史を持ちながらも、第二次世界大戦時までは衰退の道を辿っていたが、第二次世界大戦後にワイン産地として回復・発展を実現させた。それを可能とした要因として、地域内に産地の発展を支えるシステムが整備されたことが挙げられる。

産地発展を支えた地域的なシステムは、ワイン産業に関わる多様な地域組織によって形成されている。それらの地域組織が果たしている役割としてまず挙げられるのは、アルザス地域における AOC を確立し、その管理を担っていることである。アルザス地域のワインは、そのほとんどが AOC ワインであり、その比率はボルドー地域やブルゴーニュ地域を上回っている。これはアルザス地域のワイン産業の発展を支えた大きな要素である。アルザス AOC を確立し、高い AOC ワインの比率を維持する上では、AOC の管理を担う地域組織の役割は大きい。

第二には、地域内での醸造用ブドウの流通の円滑化を図るなど、ワイン関係業者間の関係を調整するとともに、アルザスワインの販売促進活動を担っていることである。いわば、産地コーディネート機能であり、産地総体としての発展の推進役である。

第三には、ブドウの栽培技術やワイン醸造技術の改良、普及・指導などの技術面での支援である。小規模な生産者にとっては、自己完結的に技術の習得や改良を行っていくことは難しく、地域的な支援システムは不可欠である。

第四には、ワイン醸造の協同組合のように小規模な生産者の経営の一部を補完する役割である。小規模な生産者が多数を占めるアルザス地域のワイン産業にとっては、この役割も重要である。

これらの役割を担う地域組織が形成され、産地の維持・発展を支える地域的なシステムが有効に機能していることが、アルザス地域におけるワイン産業の発展をもたらしてきたと言える。以下では、各組織への聞き取り調査に基づいて、その概要を紹介する。

### 2) 原産地呼称全国機関 (INAO) コルマー支所

原産地呼称機関 (以下では、INAO と称す) は、全国組織であり、アルザスワインの AOC もパリの本部で決定される。しかし、規定する生産条件などの具体的な検討は、当該地域を担当する支所でなされている。

まず INAO 総体の概要を述べると、本部はパリにあり、全国に 25 カ所の支所がある。INAO は公的な性格を持った機関であるが、政府とは独立した機関である。財政のうち、政府からの交付金が 75% であり、ワイン醸造業者からの分担金が 25% を占めている。ワイン醸造業者の分担金は全国共通で、醸造量単位で決められており、現在 100 当たり 0.1



ユーロである。全体の職員数は約 300 人である。

INAO の業務としては、AOC の認定・管理とともに、EU の保護地理表示 (IGP) 制度の認定も担当している。さらに農業ラベル (レベルルージュ)<sup>注16)</sup> や有機農業に関しても関与するようになってきた。本部には、「ワインおよびミネラルウォーター」、「乳製品」、「その他の食品」の全国委員会があり、各委員会が新たな AOC を創設する場合の政府との協議を担当している。各委員会は、当該製品の職能団体代表、行政代表、有識者によって構成されている<sup>注17)</sup>。

アルザス地域を担当する INAO の支所は、オーラン県の県庁所在地であり、アルザス地域のワイン産業の中心都市であるコルマーに置かれている支所である。コルマー支所は、アルザス州とともに、ロレーヌ州を担当している。コルマー支所の職員は 6 人と少人数である。この中で 3 人が技術者である。

既述のように AOC は INAO の提案に基づいて、フランス政府が決定するが、INAO による提案は本部の全国委員会によって決められる。しかし、生産条件などの具体的な AOC の内容は、当該地域を担当する INAO の支所が生産者団体と協議して原案が作られる。また認定された AOC の管理も各支所の業務となる。アルザスワインに関しては、INAO コルマー支所として食味検査を主催している。ただ、実際には食味検査は次に紹介するアルザスワイン同業者委員会 (CIVA) が行っており、検査員はワイン醸造業者の組織であるアルザスワイン業者協会 (AVA) から選出されている。INAO コルマー支所は、アルザスワイン同業者委員会が行った食味検査の結果を承認するという役割を担っている<sup>注18)</sup>。

INAO の各支所でも、本部と同じように品目別に地方委員会が組織されている。コルマー支所でもアルザスワイン地方委員会が組織されている。この委員会は 26 名で組織されており、12 名は生産者、8 名は卸売業者、6 名は行政関係者という構成となっている。地方委員会は、担当する AOC に関する生産条件などについて協議し、全国委員会に提案する役割を担っている。INAO としての AOC に関する決定権は、すべて全国委員会にあるが、年ごとのブドウの収穫日については、実質的に地方委員会で決定している。

現在のアルザスワインの AOC は、アルザス AOC とアルザス・グラン・クリュー AOC の 2 種類であるが (発泡ワインを除く)、今後の方向としてアルザス AOC とアルザス・グラン・クリュー AOC の間にもう一つの AOC を設けることが検討されている。それはアルザスの後に地区 (町村) 名を付けるものである。全国的な傾向として、AOC のランク付けをより明確にする方向に動いているようであり、これもその傾向に沿ったものである。現在、アルザス・グラン・クリュー AOC が全体の 5 % 程度であるが、新たに設ける AOC は現行のアルザス AOC の中で上位の 25 % 程度を取り込み、アルザス AOC は全体の 7 割程度にすることが、INAO コルマー支所では検討されている。

### 3) アルザスワイン同業者委員会 (C I V A)

アルザスワイン同業者委員会（以下では CIVA と称す）は、アルザス地域のワイン醸造業者によって組織されている、いわば業界団体である。フランスではワイン産地ごとに同じような組織が作られている。アルザス地域では、CIVA と同じような組織で、先にも述べたアルザスワイン業者協会（以下では AVA と称す）という組織もある。この2つの組織の構成員はほとんど同じであると思われ、その機能の違いも今回の調査では明確にできなかった。したがって、以下で述べる CIVA の機能の中には、実際には AVA が果たしている機能もあると考えられる<sup>注19)</sup>。



写真3-8 INAOコルマー支所、CIVA、AVAの建物

CIVA の機能としては、まずアルザスワインのプロモーション機能が挙げられる。アルザスワインの業界団体としてアルザスワインに関するパンフレットの作成、ホームページの開設、さらにワインスクールなどの各種イベントの主催などのアルザスワインのプロモーション活動を一手に担っている。

次に地域内でのブドウ取引の基準価格の決定など、ワイン関係業者間の調整機能である。実際のブドウ取引での価格は基準価格とは異なるようであるが、取引で基準となる価格水準が示されているようである。基準価格の決定は各関係業者の代表の協議で決められている。

さらに前述のように CIVA よりも AVA が主体となっているようであるが、アルザスワイ

ンの AOC の管理を担っている。

CIVA はワイン醸造業者の団体であるが、その構成員を本章でも利用した 3 つのタイプ分け、原料購入型経営、自園型経営、協同組合で区分している。そして、CIVA の会長は、1 年交代で原料購入型経営とそれ以外から交互に選出されている。

#### 4) 農業会議所

農業会議所は、ブドウ農家のみを対象とした組織ではないが、アルザス地域ではブドウは主要な農産物であり、農業会議所の業務の中でブドウ農家を対象とした業務は決して小さくない。農業会議所は県単位にあり、アルザス地域での調査では、アルザス州の南半分を占めているオーラン県の農業会議所で聞き取り調査を行った。

農業会議所は法律に基づいて設立された公的な機関ではあるが、政府や地方自治体の機関ではない。オーラン県の農業会議所には、84 人の職員がいる。農業会議所の役割は大きく 2 つあり、一つは一般の人に向けた農業に関する情報発信であり、もう一つが農業者を対象とした技術指導などのサービスの提供である。

農業者に提供しているサービスは、大きく 4 つに分かれている。第一には、栽培などの技術指導である。これが最も主要な業務のようであり、人員的にも最も多くの職員が配置されている。ワイン産業に関わっては、3 人の技術指導者がおり、そのうち 2 人はブドウの栽培技術を、1 人はワインの品質チェックを担当している。指導の形態としては、個別指導と集団指導があるようである。第二のサービスは、経営指導である。これには、法律関係や税務関係の指導も含まれる。経営指導については、個別に契約した農家を対象としたサービスのようであり、現在 500 戸の農家と契約している。そのうち、ブドウ農家は 50 戸である。第三のサービスは、地域開発に関わるサービスである。この中には農家での施設などの建設に関するものも含まれている。いわば建築関係のコンサルティングのような業務と思われる。第四のサービスは、農業者が農場を離れた一定の期間継続して受ける研修の提供である。このような研修は、農閑期となる 10～3 月に行われ、短いものでは 2、3 日のものもあるが、一般的には 30 日程度の期間のことが多い。このように見てくると、農業会議所の主要な機能は日本の農業改良普及センターに近いものと思われる。

農業会議所の運営は、6 年ごとに行われる選挙で選出された理事会によって担われている。オーラン県の農業会議所の理事会は、53 人で組織されており、現在の会長は耕種農家だそうである。

オーラン県の農業会議所の財政規模は、年間で約 600 万ユーロであり、その 60% は人件費である。収入は、50% が土地税である。土地税は国の税金であるが、その一部は法律で農業会議所に交付されることになっているようである。残りの 50% のうち、27% は提供したサービスに対する利用料であり、23% は EU、国、州、県からの補助金である。このように農業会議所は純粋な政府の機関ではないが、財政的には大部分を国などが保証してい

る。

## 5) ワイン醸造協同組合

上記の3つの組織は、ワイン産地総体としてのシステム作りの機能を果たしていた。ワイン醸造の協同組合は、これらの組織とは異なり、小規模な生産者の経営の一部を直接補完する役割を果たしている。アルザス地域は、フランスの中でも小規模な生産者の比率が特に高い地域であるが、小規模な生産者がワイン醸造まで自己完結的に行うことは難しい。ワイン醸造の協同組合は、フランスの多くのワイン産地で存在しているが、アルザス地域では、その果たしている役割が特に大きいと言える。

アルザス地域全体でワイン醸造協同組合は 17 組合ある。協同組合の平均醸造量は 250 万 であり、個別の業者と比べると大きい。協同組合は、日本の総合農協のように管轄区域が決められている訳ではないが、アルザス地域のワイン産地全体に点在しており、どこかの村でも近隣に協同組合はあるようである。ワイン醸造協同組合については、前節でも経営的な側面を中心として取り上げた。本節では、先に紹介した事例を中心としながら、組合員との関係を中心述べてい。

組合員になるには、ブドウ園 1 ha 当たり 1 千ユーロの出資金を支払わなければならない。また組合員の資格は 5 年間という期限が設けられており、通常は 5 年ごとに更新されている。協同組合は組合員のブドウによって委託醸造するのではなく、組合員からブドウを買い取って、醸造したワインを販売している。組合員は生産したブドウ全量を協同組合に販売しなければならないことになっている。

協同組合のブドウ買取価格は、17 の協同組合が協議して、年ごとの生産量や品質などを考慮して統一価格を決めている。価格は、品種、糖度、土地条件（グラン・クリューであるか否か）などによって格差が設けられている。品種間の価格差は、最も安いシルバーネで 1 ユーロ/kg で、最も高いゲヴェルトミネールで 1.7 ユーロ/kg である。同じゲヴェルトミネールでも、グラン・クリューであれば、2.7 ユーロ/kg であり、遅詰みであれば 4 ユーロ/kg となる。また糖度による価格差は品種によって異なるが、シルバーネでは 1 度違うと 0.1 ユーロ/kg 変化する。このように品種などによるブドウの価格差は大きい。ブドウ代金の支払いは、ブドウを販売した翌年の 4 月から 2 ヶ月ごとに 6 回に分けて支払われる。

協同組合は、組合員からブドウを買い取って、それを醸造して自ら販売しているので、当然、利益や損失が生じる。その部分は、組合員への配当や追加負担の徴収で処理している。調査した D 経営では、これまで損失を計上したことはほとんどなかったようである。したがって、組合員はブドウの販売代金以外にもいくらかの配当を得ているようである。ただ、配当金の多くは、出資金に積み増され、協同組合内に留まっていることが多いようである。

## 6) アルザスワインの産地システム

以上紹介した組織の他にも、コルマー市に国立農業研究所 (INRA) コルマー支所があり、ブドウとワインに関する研究を行っており、ブドウの苗木の配布も行っているようである。また、州および県も産地の維持・発展に一定の役割を果たしていると思われる。

これまでみてきたアルザスワインに関する地域組織の機能から言えることは、アルザス地域のワイン産地を支える地域的なシステムは、ワイン醸造協同組合のように直接的に経営支援する機能よりも、AOC をはじめとして産地の発展を可能とする枠組みを確立する機能が主体となっているように思われる。INAO コルマー支所を中心として確立され、AVA など関わって管理しているアルザス AOC によって、アルザスワインの基本的な品質が管理されている。CIVA はアルザスワインの対外的なプロモーションを担当するとともに、地域内の関係業者間の調整も行っている。農業会議所は、個々の経営を直接対象とした技術などの支援を行っているが、産地としての生産技術の基本的な枠組みを設定しているとも言える。

このような地域的なシステムと小規模な生産者の経営を補完するワイン醸造協同組合などによって、多様な経営が維持・発展する条件が形成されている。アルザス地域のワイン産業は、生産シェアで言えば、大・中規模の経営が主体であるが、数で言えば、依然小規模な生産者が主体である。フランスのワイン産地の多くでは、小規模な生産者が急激に減少している。その中であって、アルザス地域は小規模な生産者の減少率を比較的強く抑え、多様な規模の経営の共存を実現している。また AOC によって基本的な品質基準は設定されているが、その枠内で生産者ごとに有機ワインなど、多様な品質が追求されている。アルザス地域のワイン産地を支える地域的なシステムは、産地の基本的な発展方向を規定しているが、その中で多様な経営展開を可能としている点に特徴の一つがあるように思われる。

また INAO にしても、農業会議所にしても、その基本的な姿は、国によって定められており、財政面でもその基本的部分は国が保証している。しかし、具体的な運営に関しては、理事会や地方委員会を通じて、各地域の当事者にある程度委ねられている。そのため、地域ごとの AOC にみられるように、地域の特性も反映されている。このように基本的な枠組みは国として設定されているが、具体的な運営は地域の主体性が尊重されている点にも一つの特徴があるように思われる。

## 6. ボルドー地域におけるワイン産業の特質

### 1) ボルドー地域におけるワインの生産の構造

フランスのワイン産業は、地域による構造的な違いが大きい。前掲の表3-1、表3-3で示したように地域間の経営規模に大きな違いがある。アルザス地域は、何度も述べているが、小規模な生産者の比率が高い産地である。一方、南フランスから大西洋岸にかけてのワイン産地は大規模な生産者の比率が高く、生産の大きな部分を大規模層が占めている。そこでは、ワインの生産・流通の仕組みでアルザス地域との違いも大きいと考えられる。そこで、本節では、経営規模の違いのみでなく、その産地全体の規模や歴史性でも、アルザス地域とは対照的なボルドー地域を取り上げ、そこでのワイン産業の特質を紹介したい。ボルドー地域では、経営規模が大きいのみでなく、地域外からの資本参入も大きく、コミュニティビジネスという性格はきわめて薄い。そのようなボルドー地域を取り上げることで、アルザス地域のワイン産業が有するコミュニティビジネスとしての特性がより浮き彫りになると考える。

前掲の表3-3からボルドー地域の含まれるジロンド県のブドウ栽培面積別の生産者の構成をみると、栽培面積30ha以上の生産者は10.0%であるが、生産シェアで見ると、41.7%を占めている。さらに栽培面積20ha以上にまで広げると、生産者の比率では19.8%で、生産シェアでは60.4%にまで達している。大規模層は、生産者の比率で言えば、それほど大きくないが、生産シェアで見れば相当大きな比率を占めている。ボルドー地域の大規模な生産者は、いわゆるシャトーである。大きなブドウ園を囲い込み、一般的には自ら栽培したブドウのみで醸造を行っている。ボルドー地域は、規模の大きなシャトーを主体とした産地と言える。

ボルドー地域のシャトーは、単に規模が大きいということだけが、アルザス地域のワイン業者との違いではない。シャトーの所有者の中には地域外の者も多い。その中には、世界的に有名な大富豪や会社もある。また複数のシャトーを所有しているオーナーも少なくない。長い歴史の中でシャトーの売買が進み、地元の人の手を離れたシャトーが多いのである。資本関係からみると、ボルドー地域のワイン産業は、コミュニティビジネスの態をなしていないと言える。

ボルドー地域のワイン生産は、前掲の表3-1、表3-2に示したように、アルザス地域とはく比べものにならないほど大きい。ボルドー地域が属しているアキテーヌ州は、アルザス州と比べて、ブドウ栽培面積で10倍、ワイン醸造量で7倍の規模となっている<sup>20)</sup>。産地規模が大きいこともあり、ボルドー地域内での地区間、さらにはシャトー間での品質評価の格差がきわめて大きい。世界的に有名なボルドーワインと言っても、ボルドー地域全体が高級ワインを産出している訳ではない。高級ワインを産出できる地区は限られている。



ボルドー地域で高級ワインを産出できるのは、大きく2つの地区のみである。一つは、ボルドー地域のワイン産地の中を流れるジロンド川の下流部左岸にあるメドック地区であり、もう一つはジロンド川の支流ドルドーニュ川の右岸の丘陵地区にあるサンテミリオン村とそれに隣接するポムロール村である。メドック地区の中でも高級ワインを産出しているのは、一部の村のみである。さらに言えば、その村の中でも高級ワインを産出しているシャトーは限られている。このような地区間、シャトー間の品質評価の格差、序列は、ワインの品質が、原料となる醸造用ブドウが栽培されたブドウ園の自然条件に大きく規定されるためである。土壌条件や微気象などのぶどう園の持つ自然条件によって、生産されるブドウの品質に微妙な違いが生まれ、それがワインの品質に決定的な影響を与えている。そのため、高品質なワインを生産するための必要条件は、優良なブドウ園で栽培されたブドウを原料とすることである。したがって、高級ワインは優良なブドウ園が所在する地区でしか産出されないのであり、高い評価を得ているシャトーとは、要するに優良なブドウ園を所有しているシャトーである。

ボルドー地域のワイン産業では、このようなシャトー間での品質評価の格差、序列が厳然と存在している。アルザス地域では、このような明確な序列はみられない。しかも、この序列は、基本的にブドウ園の自然条件に規定されているため、入れ替えることはきわめて難しい<sup>21)</sup>。いわば、シャトーの序列は超えることのできない壁となっているのである<sup>22)</sup>。ボルドー地域のワイン産業では、規模間格差以上に大きな意味を持ち、逆転が困難なシャトー間序列が存在していることが、アルザス地域のワイン産業との大きな違いの一つである。

## 2) ボルドー地域のワイン流通

ボルドー地域は、ワイン流通形態においてもアルザス地域とは異なっている。まず指摘できるのが、シャトーでは直売がほとんど行われていないことである。アルザス地域では、ワイナリーでの直売がワイン販売で無視できない比率を占めているが、ボルドー地域では直売を行っていないシャトーが多数を占めている。ボルドー地域では、ワインの7割以上がネゴシアン<sup>23)</sup>と呼ばれるワインの卸売業者を通じて販売される。ボルドー地域のネゴシアンは約400業者おり、ボルドーワイン流通を中核的に担い、ボルドー地域のワイン産業の重要な役割を果たしている。

ボルドー地域とアルザス地域のワイン流通でのもう一つの大きな違いは、アルザス地域では樽のままのワインの売買が禁じられているが、ボルドー地域では認められており、樽での売買も結構行われている。アルザス地域では、ワイナリー段階ですべて瓶詰めされており、その段階で商品化されている。一方、ボルドー地域では、ネゴシアンが樽のままいくつかの醸造業者からワインを買い取り、それをブレンドして、ネゴシアン独自のブランドで販売しているものもある。商品化の最終過程の一部が、醸造業者の手を離れて、



ネゴシアンという流通業者によってなされている。

ボルドー地域のワイン取引で特徴的なものにプリムール販売というものがある。プリムール販売とは、醸造業者が、まだワインが樽での熟成途上にある段階で、ネゴシアンに対して先行的に売買契約を結ぶものである。実際にワインがネゴシアンに引き渡されるのは、瓶詰めされてからであり、その1年後以降となる。日本で数万円以上するような超高級ワインのほとんどは、プリムール販売されているようである。逆に格付けを得られないような評価の低いワインでは、プリムール販売を行われない。

高級ワインは、最終的に消費されるまで長期間貯蔵されるものが多く、その期間で価格が変動していく。一般的には価格は次第に上昇していく。特に出来のよい年のワインでは、価格上昇は顕著である。したがって、長期間手元に置いておいた方が利益は大きくなる可能性が高い。

それでも、シャトーは高級ワインでプリムール販売を選択している。その理由は、まずなるべき早く資金を回収することと、価格変動リスクを負わないということが挙げられるだろう。それとともに、シャトーのマーケティング戦略としてのチャネル管理も目的となっていると考えられる。プリムール販売は、常に取引のある特定のネゴシアンに限って行っている。信頼のおけるネゴシアンに限って販売することで、その先の販売ルートもある程度固定することができる。おかしい業者などに流れた場合、投機的な扱いがなされ、実需を離れた不正常な価格変動が起きる危険がある。これはシャトーにとってみれば、決して好ましいことではない。また長期貯蔵される場合、適正な環境で保存されていなければ、ワインの品質が損なわれてしまう。そのため、適正な環境で保存されていないワインが市場に出回ってしまうと、そのワインの市場評価を落としてしまう危険がある。したがって、シャトーにとっては、保存環境も含めて適正な扱いをする業者間で流通していくことがワイン流通における最も重要な課題の一つである。シャトーは、特定のネゴシアンにプリムール販売を行うことによって、そのネゴシアンにその後の流通過程の管理を委ねていると言える。

ネゴシアンにとってみると、超高級ワインの扱えることは、単にそこから利益が得られるということだけでなく、業者としてのステータスを高め、営業上大きなメリットがある。しかもプリムール販売で先行して確保できるので、そのメリットはいっそう大きい。そのため、ネゴシアンは継続的にプリムール販売でワインが確保できるように、シャトーの意向に沿わないような販売は避けるようになる。プリムール販売とは、シャトーはワイン生産に専念し、ネゴシアンはシャトーの意向を踏まえた販売を行うという分業体制によって、超高級ワインを頂点とする市場秩序を維持することで、両者の共存を図るシステムと言える。

ボルドー地域のワイン流通には、クルティエという職種もある。クルティエとは、日本語では仲買人と訳されているが、第三者的立場でワインの品質を評価するとともに、シャ

トーとネゴシアンとの間やネゴシアン同士の間での取引を仲介する役割を担っている。通常のワインの取引では、取引相手が特定された固定的取引が多く、そのような取引ではクルティエが介在することはない。しかし、シャトーが新たな売り先を開拓しようとしたり、ネゴシアンが新たな商材を確保しようとしたりする場合には、クルティエの力を借りることになる。またネゴシアンが売り先からの依頼などによって、通常は扱っていないようなワインをスポット的に確保しようとする場合も、クルティエが登場してくる。クルティエは、ボルドーワインの取引に関する情報力を武器として、ワイン取引の仲介業務を行っている。

このようにボルドー地域のワイン流通では、ネゴシアン、クルティエといった多様な流通関係者がおり、彼らがワイン流通で果たしている役割は大きく、シャトーがワイン流通に果たしている役割はそれほど大きくない。むしろ、シャトーはワイン生産に専念してとも言える。一方、アルザス地域では流通関係者はあまり目立たず、直売などのようにワイン醸造業者自らがワイン流通に大きく関わっている。この点は、アルザス地域とボルドー地域のワイン流通での根本的な違いとも言える。この違いは歴史的に形成されてきたものであるが、現状の産地の特性にも関係しているようにみえる。ボルドー地域は、ワインの生産規模が大きい上に、格付けや地区ごとの自然条件に由来するワインの特性の違いによって様々なワインが出回っている。シャトーのみでは、その多種類のワインを秩序立てて流通させるのは難しく、専門の流通業者が不可欠なのであろう。それに対してアルザス地域は、ワインの生産量が少ない上に、ワインの品質的な違いも比較的単純であるので、専門の流通業者に依存しなくても、ワイン醸造業者を中心とした流通でも何とか対応できるのであろう。

### 3) ボルドー地域のシャトーなどの事例調査

2006 年秋にボルドー地域においてシャトーなどの聞き取り調査を行った。ここでは、聞き取り調査を行ったシャトーなどの中で代表的なものに絞って、概要を紹介する。

#### ① シャトーA（メドック地区の格付け1級のシャトー）

シャトーAは、1855 年に行われたメドック地区の格付けで1級に格付けされた4つのシャトーの一つである。後に唯一1級に格上げされたシャトーも併せた5つのシャトーは、ボルドー地域の5大シャトーと言われ、世界的にも有名なシャトーである。シャトーの歴史は古く、12 世紀には存在した記録が残っている。現在の建物も歴史的建造物として指定されている。幾度もオーナーは代わり、現在のオーナーはギリシャ人の実業家であり、本社機能はパリに置かれている。オーナーがボルドーに来ることはあまりなく、ワイン醸造はシャトーの技術者に任されている。シャトーの所有面積は 262ha と広大であり、そのうちブドウの栽培面積は 94ha であるので、ブドウ栽培面積は総面積の約 1/3 である。こ

れは、所有地の中でも優良なブドウが作れない土地ではブドウは栽培しないためである<sup>24)</sup>。  
 ワイン醸造量は約 40 万本である。ボルドー地域の中でも規模の大きいシャトーである。

表3－8 ボルドー地域の調査事例シャトーなどの概要				
	シャトーA	シャトーB	シャトーC	協同組合D
格付け	メドック1級	メドック5級	不明	なし
オーナー	ギリシヤ人実業家	地元(ワイン生産に関与しない)	地元(ワイン生産に従事)	組合員数約200戸
栽培面積	92ha	28ha	4.5ha	850ha
醸造量	40万本	15万本	2万本	400万本
販売方法	すべてプリムール販売	95%プリムール販売、5%直売	現状の売り方は不明。将来的には消費者への直接販売を志向	ネゴシアンをほとんど介さず、独自に販売
出所: 2006年11月の聞き取り調査による				

醸造したワインの中で、このシャトーの1級ワイン（ファーストワイン）として販売されるものの比率は4割程度で、5割は2級ワイン（セカンドワイン）、残りの1割は格下げされて、このシャトーのブランド名が付けられずにネゴシアンに売られている<sup>25)</sup>。醸造したワインの95%はネゴシアンにプリムールで販売している。残りの5%はプロモーションやシャトー内でのイベントなどで使用されるのであり、ネゴシアン以外にワインを販売す



写真3－9 シャトーAの正面入り口

ることではない。各ネゴシアンに販売する数量はほぼ決まっており、市場環境などの違いによって販売先や販売比率を変えることはほとんどない。

長い歴史を有し、ボルドー地域の中でも最有力なシャトーであるので、最適な湿度を保ちやすい地下の樽貯蔵庫をボルドー地域で初めて導入するなど、一部では新たな技術導入を進めているが、全体としては伝統的な施設や醸造方法、販売方法を守り続けているという印象を受ける。AOCと格付け制度の下で、優良な土地条件という絶対的に優位な経営資源を占有しているシャトーAにとっては、現状のシステムを守ることによって、自らの高い地位を維持することが基本的な経営戦略となっていると言っていいたいだろう。

### ② シャトーB（メドック地区の格付け5級のシャトー）

シャトーBはメドック地区の格付けでは5級であり、格付けの中では一番下の格付けとなる。しかし、シャトーの中には、格付けを得られないものも多数あり、格付けされているだけでも、相対的にみれば高い序列のシャトーと言える。シャトーのブドウ園面積は28haであり、そのうちの2haは別の村にある。その中で、シャトーのある村を範囲とするAOCで販売できるのは12.5haだけである。全体のワイン醸造量は15万本である。

ワインの販売は全体の95%はプリムールでネゴシアンに販売され、残りの5%はシャトーで直売されている。周辺のシャトーで直売を行っているところはわずかであり、5%とわずかな割合ではあるが、直売を行っているのは特殊な事例と言える。このシャトーでは直売のみでなく、現在は行っていないが、ワイン学校などのワインに関わるツーリズムにも興味を持っている。このシャトーが直売などを取り入れている背景には、このシャトーのワインが必ずしも高い評価が得られていないということがある。例えば、隣接するシャトーの中には、同じ5級格付けのシャトーのワインで1本100ユーロの値が付いているものがあるが、このシャトーのワインは1本25ユーロ程度である。1本25ユーロという価格も決して安い価格ではないが、いわゆる超高級ワインではなく、値頃感のあるワインと言える。その点を活かしながら、消費者と直接結びつきながら、ワインに関連した事業の展開も模索しているのである。ただ、ネゴシアンにまったく依存しないでワインを販売することは困難であり、ネゴシアンとの信頼関係を保っていくために、直売の比率を大幅に高めることは考えていない。ワインを販売しているネゴシアンは多数あるが、主要な取引相手は2業者である。ネゴシアンの先の販売先は、ほぼ80%が輸出である。シャトーとしても、ネゴシアンがどこに売っているか、ある程度把握している<sup>26)</sup>。

### ③ シャトーC（サンテミリオン村、格付けは不明）

ここまで紹介した2つのシャトーは、オーナーはワイン生産には従事していないが、シャトーCはオーナー家族自らがブドウ栽培からワイン醸造まで直接関わっており、家族中心の経営である。シャトーCのブドウ栽培面積は4.5haであり、ワイン醸造量は2万本で

ある。ボルドー地域では小さいシャトーである。ただ、オーナー家族はシャトーC以外にも25ha規模の別のシャトーも所有している。

2つのシャトーを併せた労働力は、家族労働力が4人と通年雇用者が7人で、常時労働力が11人となる。さらに収穫時には、20人の臨時雇用者を雇い入れている<sup>27)</sup>。この労働力数は、シャトーの規模に比して、多めである。それは、このシャトーが品質を重視し、ブドウ栽培などに手を掛けているためである。個々の樹体の個性にまで配慮した栽培管理を行っているが、これは家族を中心とした小規模なシャトーであるからこそ行えることである。

シャトーCのブドウ園はすべて優れた自然条件にあり、醸造されるワインの評価もきわめて高い。格付けは不明であるが、高い格付けは得ていないようである。それでも、ワインの価格は5大シャトーの一つであるシャトーAのワインとまったく遜色ない。ブドウ園が先天的に持つ特性のみでなく、上記のような稠密的な栽培管理も高い評価の背景にあるように思われる。

シャトーCでもワインのほとんどはネゴシアンを通じて販売しているが、今後は消費者への直接販売を志向している。ここのワインを本当に評価してくれる人に直接売りたいということが、その大きな理由であるが、シャトーCは規模が小さい上に、高い評価を得ているので、ネゴシアンに頼らなくても、相当程度は販売できるということが背景にあると言える。この点は、高い評価が得られないが故に直売を志向しているシャトーBとは、動機や条件が異なっている。



写真3-10 シャトーCのブドウ園と醸造施設



#### ④ ワイン醸造協同組合 D

ワイン醸造協同組合 D は、高級ワインの生産地として有名なサンテミリオン村にある協同組合である。この組合は 1931 年に周辺の 10 戸の小規模生産者が集まって設立された。ボルドー地域では、最も早く設立された協同組合である<sup>28)</sup>。その後、加入する生産者は増加し、現在では 200 戸の生産者が加盟している。最近では、組合員数はあまり変化していない。醸造しているブドウ園面積は 850ha に達している。ワイン醸造量は 400 万本である。醸造量では、大規模なシャトーを超える巨大なものであり、醸造施設も機械化の進んだ大がかりなものである。醸造しているワインの AOC は、ほとんどが村を範囲とする AOC である。組合の運営は、組合員の中から選挙によって選ばれた 15 名で構成されている委員会（理事会）によって行われている。

生産者がこの組合に加入する際の加盟料（あるいは出資金）は面積当たりで決められている。組合は組合員のブドウによってワインを醸造し、販売するが、組合員に対しては、経費を差し引いた部分が配当される。配当の配分は、ブドウの生産量とその品質、それから醸造されたワインの価格などによって決められる。この点はブドウを買い取っているアルザス地域の協同組合とは方式が異なっているようである。しかも、組合員に対して実際に支払いが行われるのは、ブドウが栽培されてから 5 年先になる。醸造されるワインが赤ワインであるため、販売されるまでの期間が長いためであろう。また組合に対しては、EU、国、州から補助金が交付されている。

醸造しているワインは、組合員のシャトーのブランドで販売されるもの、協同組合のブランドで販売されるもの、特別のブランド名を付けられずに販売されるものの 3 種類ある。シャトーのブランドで販売されるものも、その組合員が販売するのではなく、協同組合として販売している。販売先では、国内が 7 割、海外が 3 割である。国内の販売では、量販店への販売も結構多い。立派な直売施設も整備しているが、直売の割合は 5 % 程度である。販売はネゴシアンを介している部分はわずかであり、大部分は自ら販売活動を行っている。個別のシャトーの場合は、ほとんどがネゴシアンへの販売であるので、大きな違いである。醸造されるワインの品質と量の違いが影響しているように思われる。

#### ⑤ ネゴシアン E

ネゴシアン E は、ワインの卸売のみでなく、ワイン醸造も手掛けている（ボルドー地域では、ネゴシアン・エルブールと呼ばれている）。ブドウで買い取って自ら醸造したものとワインで買い取ったものからブレンドワインを生産し、販売することを業務としている。ネゴシアンと言っても、次に紹介するネゴシアン F とは、業務内容はまったく異なっている。

ネゴシアン E は、ボルドー地域の 5 大シャトーの一つを頂点とするグループ企業の一角



をしめ、ブレンドワインの製造・販売を担当している。このグループ企業全体のワイン販売本数は3億本であり、総販売金額は1.67億ユーロ（250億円）である。従業員数は600人であり、ボルドー地域以外にもフランス国内外でワイナリーを所有している。まさにワイン産業における巨大企業である。

ネゴシアンEは、2つの醸造およびブレンドの施設を持っており、今回訪問した施設は醸造に関しては白ワインのみを行っている。ワインで買い取ったもののブレンドは赤ワインについても行っている。ワインの生産量は1,700万と非常に多い。生産規模は非常に大きく、施設も大型で最新鋭のものが装備され、まさに工場と断言していいものである（写真3-11）。またグループ企業全体の研究施設も併設している。ブドウおよびワインは、ボルドー全域、一部はボルドー外から来ているので、出荷されるワインは多くのAOCで出荷されている。



写真3-11 ネゴシアンEの醸造・ブレンド施設

生産者からワインを買い取る形態は3つある。一つは、個々の生産者と醸造前から買い取る契約を結ぶものである。その多くは、継続的にその生産者の醸造したワインのすべて買い取っているようである。第二の形態は、ワイン醸造協同組合との間での醸造前からの買い取り契約によるもので、その場合には醸造に使用するブドウの園地を指定している。第三の形態は、醸造されたものをサンプルで評価して、スポット的に買い取るものがある。

醸造前からの契約による第一の形態と第二の形態では、ブドウ栽培やワイン醸造の過程でもネゴシアンEからアドバイスなどを行うことで、品質をある程度コントロールしている。形態別の割合は年によって変動するが、おおよそ第一の形態が20%、第二の形態が65%、第三の形態が15%程度である。買い取るワインのほとんどは、醸造前からの契約によるものであり、その多くは協同組合から購入している。しかも、最近は第三の形態のスポット的な購入を抑える方向にある。醸造前からの契約によるものの中でも、園地を指定して契約するものの比率を増やす傾向にある。ブレンドするワインの品質をコントロールする上で、醸造前のブドウの段階からコントロールすることが重要ということであろう。

ボルドー地域全域からワインを買い取っているが、買い取るワインが最も多いのは、アントル・ドゥー・メール地区である。アントル・ドゥー・メール地区は、ボルドー地域の中では必ずしも評価の高い地区ではない。その中から土地条件の優れた園地を見つけ出し、そこからのワインを買い取っている。しかも、協同組合から買い取るものが多いように、その生産者は規模が小さく、自らワインを醸造し、高い品質評価を得ることが難しい生産者が多いと思われる。すなわち、潜在的には高い品質評価を得られる可能性を秘めながらも、地区のブランド力や生産者の力量などのために、実際には高い品質評価が得られていないものを探しだし、そこから品質的に優れたブレンドワインを生産することで、利益を上げていくことが、ネゴシアンEの経営戦略と言える。

## ⑥ ネゴシアンF

ネゴシアンFは、シャトーで瓶詰めされたワインをプリムールなどで買い取って、フランス国内外に販売するボルドーワインの卸売を業務とする典型的なネゴシアンである。ボルドー以外で世界中に7カ所のオフィスを持っている。従業員は世界全体で30人である。ワインの売上高は1,710万ユーロ（約25億円）である。したがって、従業員1人当たり売上高は、約60万ユーロ（9千万円）となる。ボルドー地域のネゴシアンは約400業者で、その売上高は約24億ユーロであるので、1業者平均の売上高は600万ユーロとなる。したがって、ネゴシアンFは規模の大きなネゴシアンと言える。売り先をみると、ワイン販売の9割以上は輸出であり、総販売額の3割近くが日本に販売している。

ネゴシアンの商売のやり方は、ワインのストックはできるだけ持たずに、なるべく早く売り抜いてしまうことだそうである。超高級ワインでは、特にその傾向が顕著になる。超高級ワインは、ほとんどがプリムールで販売され、しかもネゴシアンごとの販売数量は毎年ほぼ固定されている。そのため、ネゴシアンは実際にワインが手元に届く前に取り扱える数量がほぼ判っている。そこで手元にワインが届く前に、売り先との売買契約も行えるのである。このようなやり方は、ワインの値上がりによる利益は得られないが、ストックに関わる金利負担と貯蔵のためのコストを軽減できるとともに、価格変動リス

クを回避できる。さらにそれはシャトーの意向にも沿うものであり、シャトーとの間の信頼関係を強め、ワインを安定して確保することにもつながる。

超高級ワインに関しては、ネゴシアン間での関係は、それを扱えるかどうかの関係のみであり、取り扱っている場合は、どのネゴシアンも同じような売り方であり、価格もほとんど変わらない。それに対して、それほど品質評価の低いワインに関しては、ネゴシアンの競争があり、その力量が問われてくる。超高級ワインでない一般的なシャトーワインに関しては、世間的な評判は低いワインの中から価格の割に品質の優れたものを見つけ出し、うまく販売していくことがネゴシアンの商売となる。超高級ワインでは、シャトーの方が主導権を握っているため、一つのネゴシアンが独占的に扱うということはあるが、一般的なシャトーワインの中から価格の割に優れた品質のワインを見つけ出せた場合は、輸出先ごとで独占的な契約を結ぶこともでき、そこから大きな利益を得る可能性もある。ネゴシアンにとっては、取扱数量の中で超高級ワインの比率は低く、大部分は一般的なシャトーワインであるため、ある意味では一般的なシャトーワインの方が商売上は重要と言える。

超高級ワインでは、世界的にも知れ渡っており、ネゴシアン側から売り込む必要はない。しかし、一般的なシャトーワインでは知名度もないため、ネゴシアン側から売り込むことも多い。その場合に、超高級ワインとの抱き合わせ的な売り方を行うこともある。このような点では、超高級ワインはネゴシアンの販売戦略上は重要な役割を果たしていると言える。

#### 4) ボルドー地域とアルザス地域のワイン産業の違い

ここまでみてきたボルドー地域のワイン産業の構造は、アルザス地域とは相当に異なっている。ワイン関連業者の種類が多く、ワイン流通の仕組みも複雑である。それは、ボルドー地域のワイン産業は規模が大きいということだけでなく、シャトー間に厳然とした序列が確立しているとともに、ワインの品質が多岐に渡っており、多様なワインが生産されていることがある。そのため、徹底した分業体制の下での専門化した体制が必要となってくる。それは地域内に高度な産業コンプレックスが形成されているとも言えるが、コミュニティビジネスとしてそれを作り上げることはなかなか難しいであろう。すなわち、コミュニティビジネスとして展開しうる条件を超えてしまっていると言える。

一方、アルザス地域は、産地規模が小さいのみでなく、生産されるワインの品質も比較的似かよっているため、高度な分業化も必要でなく、同質的なワイン醸造業者を主体とした単純なシステムでも、産地として維持していけるのであろう。いわば、コミュニティビジネスとしての産業展開が可能な規模にあると言える。しかし、ワインという商品は国際的な商品となっており、アルザス地域のワインでも輸入の比率は結構高い。したがって、アルザス地域のワイン産業も熾烈な国際競争に晒されている。ワイン醸造業

者自らが輸出も行うような単純なシステムで、果たして国際競争に生き残っていけるのか、疑問がないわけではない。この点は、今回の研究では明らかにできなかった。今後の課題としたい。

【注】

- 1) アルザス地域のワインの歴史に関する記述は、新田俊三『アルザスからヨーロッパの文化を考える』東京書籍、1997年、p 107～108による。
- 2) この4郡で、オーラン県のブドウ生産者の81.8%、ブドウ栽培面積の85.7%を占めている。アルザス州全体の中での比率でも、ブドウ生産者の49.7%、ブドウ栽培面積の49.6%に達している。
- 3) フランスの原産地呼称制度に関しては、高橋悌二編訳「フランスの原産地呼称制度」『のびゆく農業』852号、農政調査委員会、1996年、高橋悌二訳「フランスワインの原産地呼称制度」『のびゆく農業』947号、農政調査委員会、2004年、須田文明「欧州における地域ブランド戦略の展開」『農業と経済』第71巻第13号、昭和堂、2005年、p 50～62、高橋悌二・池戸重信『食品の安全と品質確保』、農文協、2006年に依拠している。
- 4) 高橋悌二訳「フランスワインの原産地呼称制度」『のびゆく農業』947号、農政調査委員会、2004年、p 3。
- 5) 前掲書4) p 4。
- 6) 高橋悌二・池戸重信『食品の安全と品質確保』、農文協、2006年、p 174～176。
- 7) 前掲書4)、p 5。
- 8) 前掲書6)、p 176。
- 9) オーラン県農業会議所での聴き取り調査でも、ブドウ農家の半数以上が兼業農家であるということであった。
- 10) 既述のようにアルザス地域は、フランスの中では経済先進地域であり、工場立地も多く、就業機会に恵まれている。ブドウ生産地帯の大部分も、それらの工場などへの通勤圏となっていることも、兼業農家が多数残っていることの要因となっている。
- 11) 以下の記述は、主にアルザスワイン同業者委員会での聴き取り調査および収集資料による。ここで行っているワイン醸造業者の企業形態に関する3区分もワイン同業者委員会で行っている区分をそのまま利用している。
- 12) 現地ではネゴシアンと呼ばれている。他の産地では、ネゴシアンとは醸造されたワインを仕入れる仲買人の機能も有する者を指すが、アルザスのネゴシアンは原料ブドウを購入するのみで、ワインの仲買は行っていない。
- 13) 原産地呼称全国機構により、ブドウ園1ha当たり醸造量は8千ℓに制限されている。

- 14) 原産地呼称制度では、有機ワインの基準はなく、その表示も認められていない。そのため、「有機ブドウで生産したワイン」としか表示することはできない。
- 15) ワイン同業者委員会での聞き取りによると、最近のグラン・クリュの畑での売買価格は、1 ha 当たり 15 万ユーロ（約 2,250 万円）程度ということである。優良なブドウ園の価格は、相当な高価格と言える。
- 16) 農業ラベルは、食品の公的品質証明制度であり、特定の高い品質を有すると認められた商品に付けることができるラベルである。詳しくは、前掲書 6) p 190～198 を参照。
- 17) 須田文明「欧州における地域ブランド戦略の展開」『農業と経済』第 71 巻第 13 号、昭和堂、2005 年、p 54～55
- 18) 2007 年 1 月からは、AOC の管理業務は INAO から他の機関に委託することになっており、アルザスワインの AOC の管理は、アルザスワイン業者協会を母体として創られる視察機関が請け負うことになる。
- 19) CIVA、アルザスワイン業者協会、さらに INAO コルマー支所は、コルマー市郊外の同じ建物に事務所を置いており、この 3 者は密接に関係していると思われる。
- 20) ブドウ栽培面積に比べてワイン醸造量での格差の方が小さいのは、ボルドー地域では品質をより重視しているため、単位面積当たりのブドウ収穫量をアルザス地域よりも抑えていることが大きな要因と考えられる。ボルドー地域には、50 以上の AOC があり、AOC によって違いがあるが、単位面積当たり許されている醸造量はボルドー地域の方がアルザス地域よりも 3 割程度少ない。
- 21) 各ブドウ園が持つ自然条件（個性）を尊重するという観点から、AOC によってブドウ園の土地改良などの改変が禁じられている。なお、ブドウ園の持つ自然条件はテロワール（土地個性）と呼ばれ、ワインの評価における重要なキーワードの一つとなっている。
- 22) シャトーの序列を示すものとして、格付けがある。ボルドー地域の格付けは地区ごとに行われており、やり方も少しずつ違っている。最も早く格付けが実施されたのは、メドック地区であり、1855 年に行われている。その後は格付けの変更はほとんど行われていないが、現在でもシャトーの評価として十分機能している。
- 23) アルザス地域では、ネゴシアンとは外部からも醸造用ブドウを調達して醸造する大規模なワイン醸造業者を指すが、ボルドー地域では一般的には自らはワイン醸造を行わず、醸造業者からワインを仕入れて、輸出を行ったり、国内の小売店などに販売したりする卸売業者を指している。
- 24) このシャトーのワインは、シャトーのある村を範囲とする、評価の高い AOC を得ているが、シャトーの土地の中には、それで栽培した醸造用ブドウから作ったワインは、その AOC としては認められない区域もある。

- 25) ボルドー地域のシャトーでは、醸造後樽熟成の段階で、樽ごとに品質評価され、1級（ファースト）、2級（セカンド）、場合によっては3級（サード）に選別され、シャトーの名前が付けられて売られるのはファーストワインのみであり、セカンドワインは別のブランド名で販売される。このシャトーのように超一流のシャトーでは、セカンドワインでも、それなりの高価格で流通している。
- 26) ネゴシアンとの売買契約では、契約文書の中で売り先に関する事項を記載される場合が多い。
- 27) 臨時雇用で雇っている人は、近隣の人である。ほとんどが長年の顔見知りやその家族である。現在、フランスでは外国人労働力を導入することは政策的に難しくなっている。
- 28) ボルドー地域には、現在 56 のワイン醸造協同組合があり、約 5,500 戸の生産者（ボルドー地域の生産者の約半分）が協同組合に加入している。