

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

韮崎産ワインのプロモーションによる地域再生計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

山梨県韮崎市

3 地域再生計画の区域

山梨県韮崎市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

●国勢調査によると本市の人口は平成17年をピークに減少に転じ、令和2年は29,082人となっている。また今後は令和7年に27,085人、令和13年には25,173人と推計している。

●一次産業従事者も高齢化しつつ減少しており、今年度実施した茅ヶ岳山麓地域における農家に対するアンケート調査によると、70代以上が46.3%を占め、平成29年に行った同調査(24.1%)と比べても急激に高齢化していることが分かる。さらに「後継者が居ない・未定」が77%、「後継者を育てたいと思う」が19.3%と何もしなければ産地が消滅しかねない状況にある。

●その一方、「醸造用ブドウの今後の生産」に関しては拡大・維持が80.7%を占めていることや、「ブドウ生産とワイン醸造に興味のある就農者の受け入れの可否」については可(52.3%)が、否(8.3%)を大きく上回っており、地域における醸造用ブドウ生産に対する情熱やワイナリー開業に対する期待の高さが伺える。

●そこで調査結果を元に、ワイナリー開業に関心のある者に対する意見交換会を開いた他、農家の代表や既存ワイナリー、小規模ワイナリーの開業希望者(以下、「希望者」という)、学識経験者や関係行政機関を交えた委員会(以下、「委員会」という)において徹底審議を行った。92%の農家が醸造用ブドウを生産しており、さらに全体の約1割が自分でワインを作ることに関心があるにも関わらず実際に行動に移れない原因を、資金面、技術・知識面、販路面の3点に対する不安があると絞り込んだ。さらに、資金、販路に関しても不安を抱く要因の一旦は情報や知識不足にあると分析、県外産地の台頭や輸入ワインの関税撤廃等の状況もあり、より高度な技術・知識が求められる中、それらに対抗できる人材育成の視点を持った、実習を伴う研修の実施が最も効果的であると結論付けた。

●本市産ブドウの評価が高く、良質なワインが作れることは業界では認知されているが、消費者における韮崎産ワインの認知度はまだ低い。そこをブランド化していくことにより、市内外からの醸造家を目指す者の発掘や受け入れに繋げていき、高齢化や跡継ぎ、人口問題にも対処していく。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

●本市は、北に八ヶ岳、西に南アルプス、南に富士山、東に茅ヶ岳等の山々に囲まれている。また、特に日照時間日本一とも言われる茅ヶ岳山麓地域を中心に、気温の寒暖差、土壌などの適性があり、古くから生食・醸造双方のぶどう栽培が盛んに行われており、周囲の山々と緑豊かな農地の広がりとのマッチングが美しい景観を作り出している。

●ブドウの品質に関する評価も非常に高く醸造用ぶどうに関しては、その多くを他市ワイナリーに納品、又は委託醸造してきた経緯がある。地元農家からは従来より「地元ワイナリーがあれば」という声が強いことから、H26にワイン特区の認定を受けワイナリーの誘致や新設に有利な環境整備を行ってきた。

●開業したワイナリーが作ったワインがロンドン酒チャレンジ2020でプラチナ賞に輝くまでになったが、ワイン特区を利用した開業は同ワイナリー1社に留まっている。

●市内にワイナリーが増えることにより、市内産地のブランド化が一層進み、地域農業の担い手の確保や耕作放棄地削減、新たな雇用の創出や人口減少対策、農泊や市内観光拠点との連携、市特産品とのペアリングや市内飲食業等との連携によるマリアージュ等、様々な分野に対して相乗効果と好循環を生み出すことを目指している。

【数値目標】

K P I ①	小規模ワイナリー開業数						単位	箇所
K P I ②	支援事業を通じた不耕作及びその恐れのある農地の減少面積						単位	アール
K P I ③	市内における醸造家へと育成する者の発掘及び市外からの呼び込み						単位	人
K P I ④	小規模ワイナリー開業予定者サポート事業利用者数						単位	人
	事業開始前 (現時点)	2022年度 増加分 (1年目)	2023年度 増加分 (2年目)	2024年度 増加分 (3年目)	2025年度 増加分 (4年目)	2026年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	2.00	1.00	1.00	1.00	-	-	3.00	
K P I ②	0.00	60.00	80.00	100.00	-	-	240.00	
K P I ③	3.00	2.00	3.00	4.00	-	-	9.00	
K P I ④	0.00	2.00	2.00	2.00	-	-	6.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

葦崎産ワインプロモーション事業

③ 事業の内容

(小規模ワイナリー開業予定者サポート事業)

小規模ワイナリーを開業するに当たり大きな障壁となっている醸造技術と知識に対する不安解消を第一の目的とするが、同時にワインの製造免許を取得するための研修としての役割も持つ。H29に誘致した市内の基幹ワイナリー（以下、「受託者」という）に事業専用の設備を設置。希望者が自らの圃場で育成したブドウを使い、醸造工程等を研修・指導した上、醸造等に関する様々な相談に乗ってもらう。その後受託者が瓶詰を行い、希望者はそれを買取る。販路や販売免許の取得等は希望者の自己責任が原則だが、必要に応じて委員会に繋げアドバイスを受けられるようにする。

(果樹新植苗購入費補助金)

ワインの原料となる、ブドウの生産量増大に向け、ブドウの苗木購入に要する経費に対して補助を行う。地元農協を介した間接補助。ブドウ品種により補助率1/4、1/2、2/3。

(ワイナリー整備事業費補助金)

ワイナリーの開業又は事業拡大における施設又は設備の整備に対する補助金。補助率2/3。限度額、新設500万円、増設350万円。

(ワイン原料用ぶどう栽培棚等設置事業費補助金)

ワインの原料である醸造用ブドウの生産に必要な栽培棚を新設するか、事業拡大を目的に改修する者に対する補助金。補助率1/3。限度額 垣根式10アール当たり20万円、平棚式10アール当たり40万円。

(ワインフェスの開催)

委員会が主催する市内ワインの需要及び認知度拡大のためのイベントで、開催場所を駅前広場とする他、市民まつり等とタイアップして行う。ワインの試飲・販売と各ワイナリーによるPRが基本だが、年度を重ねるごとに内容を拡大し農泊や山岳観光等の宿泊を兼ねた事業とタイアップしたPRや共同イベントの周知、市特産品とのペアリングや、飲食店との連携によるマリアージュを踏まえた販売、商談会の同時開催等を行い、より高いレベルのブランド化と販路拡大を目指す。

(ワインセミナーの開催)

委員会が主催する、市内ソムリエ等を講師としたワイン自体の魅力の発信と、市内ワインの需要拡大や人材育成を図るための講習会。不特定多数を対象とするワインフェスと異なって定員をしばり、葦崎産ワインのファンクラブの一員として、セミナー終了後はワインの魅力発信等、事業の一翼を担ってもらう存在を作ることを目指す。年度を重ねるごとに内容を拡大し農泊や山岳観光等の宿泊を兼ねた施設の従業員や、連携していく飲食店や商工会等の職員にも声をかけ、ワインツーリズムやワインフェス等のイベントとは別に、葦崎産ワインの魅力を発信できる拠点を増やしていく。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

事業が進むにつれ地域に小規模ワイナリーが増えていくため、醸造やワイナリーの開業がより身近なものとして認知されるだけでなく、韮崎産ワインのブランド力も高まっていき、PRに関連する経費は大きく縮小する。開業者数を増やすためのハードにかかる経費は自己負担か、国・県・市の補助金に依るものとなるが、その他の事業の自走は人材育成と販路に関わるものがメインとなり、開業した小規模ワイナリーが新たな希望者を受け入れたり、他施策との連携において築かれた信頼や販路拡大による収入増、市イベントと連携した販売会の開催、希望者からの負担金等の手法により、当事業に頼らず自走していくことが可能となる。

【官民協働】

(小規模ワイナリー開業予定者サポート事業)

市・受託者は緊密に連携しながら、事業を利用する希望者の選別や醸造に関する計画を立てる。市は事業に使う設備にかかる金額を主に負担する。受託者は受託という形を取るものの、その金額設定は知的財産の授与という観点から見ても破格であり、特に2年目以降は実質的には諸経費のみの金額で事業の実施場所の提供及び利用者の指導等を行う。醸造後の相談に関してはその内容に応じて委員会の各メンバーが受け持ち、市が連絡調整等を行う。

(各種イベント)

他施策や組織と連携するものに関しては、市が実施に向けた調整を行う。各ワイナリーや希望者等は販路や販路拡大に伴う手法、醸造等技術の取得の他、後から続く希望者の育成を行う。

【地域間連携】

本事業の中心となる茅ヶ岳山麓地域は、隣接する北杜市、甲斐市に跨っており、近年ワイナリーも増加傾向にあることから、3市の連携を主軸に、2022年度に連携中枢都市宣言を行う見込みの10市町(韮崎・北杜・甲斐市を含む)との連携を行う。地域を一体としたワインツーリズム等のイベント開催や、温泉・山岳等の観光資源と連携した魅力の発信、直売所のネットワーク化等を検討する。

【政策・施策間連携】

市内にワイナリーが増えることにより、産地化・ブランド化が一層進み、産業、雇用に資するほか耕作放棄地の削減や観光拠点としての活用等を通じた好循環を生み出すことを目指している。

【デジタル社会の形成への寄与】**取組①**

市商工会や連携中枢都市圏とも連携し、韮崎ワインの紹介や各ワイナリーHPへのリンク、イベント告知、ネット通販への誘導を目的としたWEBサイトを制作する。また、SNS等を通じた集客や、行った事業等の発信を通じた地元住民等への周知、オンラインイベントの開催も検討する。

理由①

地方にとって、どうしても弱くなりがちな、全国に向けた発信や販路確保に資することが期待できる。

取組②

該当なし。

理由②

該当なし。

取組③

該当なし。

理由③

該当なし。

⑤ **事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））**

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ **評価の方法、時期及び体制**

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

韮崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略策定委員会における検証。KPIに沿った形となるが、利用者の意見や現況も調査し、数字に表れていない効果があるようであれば、それも踏まえる。

【外部組織の参画者】

大学教授、地区連合会会長、観光協会会長、商工会会長、社会福祉法人理事長、金融機関、子育て支援センター理事長、報道機関、NPO法人、女性消防協力隊、民間企業等

【検証結果の公表の方法】

市ホームページによる公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 43,581 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日 から 2025 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで
(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。