



富士の国やまなし

峡東ワインリゾート構想

峡東地域ワインリゾート推進協議会

目次

第1章 はじめに

構想策定の趣旨	1
---------	---

第2章 ニューツーリズムの創出

地域固有の資源の新たな活用方法	3
-----------------	---

第3章 山梨県観光の現状と課題

3-1. 国内旅行の状況	4
3-2. 山梨県における観光の現状	6
3-3. 現状から見る山梨県観光の課題	7

第4章 峡東地域の観光

4-1. 地域の観光資源	9	4-4. 地域の観光課題への対応	12
4-2. 山梨県のワイン	10	4-5. ワイン等を活用した観光の現状の課題	13
4-3. 産地の取り組み	11		

第5章 ワインを核とした周遊・滞在型観光の推進

5-1. 基本コンセプト	15	5-4. 構想の推進体制	18
5-2. 峡東地域が目指す観光地像	16	5-5. 他地域との連携	19
5-3. 誘客の対象	17	5-6. 県内周遊観光の推進	20

第6章 具体的な推進方策

6-1. ワイナリーにおける受入環境の整備	21
6-2. ホテル・旅館等におけるワインでのおもてなしの充実	23
6-3. 飲食店におけるワインでのおもてなしの充実	24
6-4. 食の掘り起こしと魅力度向上	25
6-5. ワインをはじめとする地域文化に対する意識の共有	26
6-6. 地域の歴史・文化資源の活用	27
6-7. JR駅とワイナリー、ワイナリー間等を結ぶ二次交通の整備	28
6-8. 地域の情報発信・観光客受入の拠点整備	29
6-9. ワイン関連のアミューズメントの充実	30
6-10. 地域ボランティア(案内ガイド)の育成	31
6-11. 地域案内サインのデザイン統一(デザインコントロール)	32
6-12. 国内外へのプロモーションの強化	33
6-13. ワイン産地の生産基盤の強化	34

第7章 推進施策のアクションプログラム

7-1. 年度別取り組み事項	35
----------------	----

第8章 成果指標(5年後の数値目標)

36

構想策定の趣旨-1

平成25年6月に日本のシンボルである富士山が世界文化遺産に登録されたことなどにより、本県を訪れる観光客は国内外を問わず大幅に増加しています。

特に富士山を擁する富士北麓地域に多くの観光客が訪れ、賑わいを見せていますが、今後、本県のさらなる発展を目指す上では、様々な観光資源を連携させ、観光客を県内周遊につなげることによって、本県の交流人口の増加や経済の活性化を図っていく必要があります。

本県は、首都圏に隣接する絶好の位置にあり、四方を美しい山々に囲まれ、その豊かな自然の中から、四季折々のフルーツをはじめ、ワイン、ジュエリー、ミネラルウォーター、織物、印章、和紙といった、全国に誇る数多くの特産物が産み出されています。

中でも、峡東地域を中心に生産量が全国一のブドウから生み出されるワインについては、甲州種やマスカット・ベリーA種が国際ブドウ・ワイン機構（O・I・V）に日本固有の品種として登録されるとともに、ヨーロッパの権威あるワインコンクールで賞を獲得するなど、海外での評価の高まりなどから、近年、県産ワインを目的とした観光客も増加してきています。

構想策定の趣旨-2

また、本地域では、緑の葉が織りなすブドウ棚の連なる情景や、桃源郷とも称される一面に桃の花が咲き誇る様など、果樹農業が育む美しい農業景観そのものが大きな観光資源となることから、脈々と受け継がれてきたこれらのかけがえのない資源・文化を末永く保全していくため、「世界農業遺産」の認定に向けた取り組みが始まっています。

本構想は、山梨県の大きな資源であるワインや農業景観、ワインを生産するワイナリーが集積する峡東地域において、官民が協働し、ワインを核に多くの来訪者がゆっくりと地域の魅力を体感、堪能できる周遊・滞在型の観光地を目指すビジョンであり、関係者が一体となって受入体制づくりなどを進めることで、地域観光のさらなる振興と地域経済の活性化を目指すとともに、将来的には峡東地域を拠点として広く県内周遊へとつなげていくことを目標とします。

なお、本構想の期間は、平成27年度から平成31年度までの5年間とします。

2016年3月

第2章 ニューツーリズムの創出

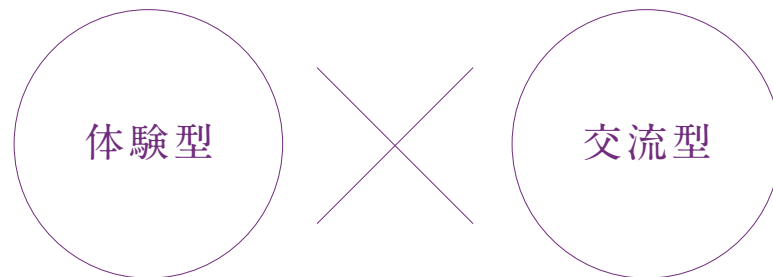
地域固有の資源の新たな活用方法

近年、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態であるニューツーリズムが注目されています。

活用する観光資源に応じて、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、産業観光等があげられます。

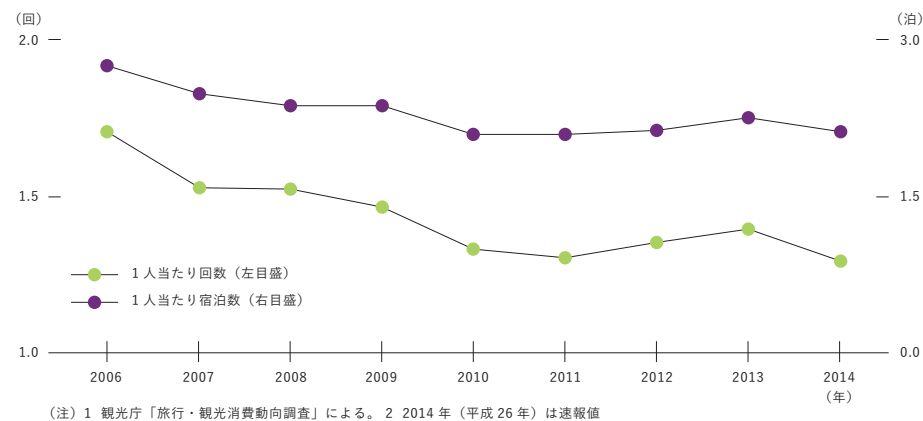
こうした「地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態」として、古くからこの峡東地域では、その地域特性を活かした「果物狩り」や「ワインの試飲」などの体験・交流を取り入れた観光が行われてきました。

今では全国、各地域の観光地において、様々な誘客対策が行われていますが、今後の観光地づくりを進めていく上では、時代やニーズを先取りしながら、他地域にはない地域固有の資源、強みを生かした取り組みを図っていくことがますます重要となってきています。

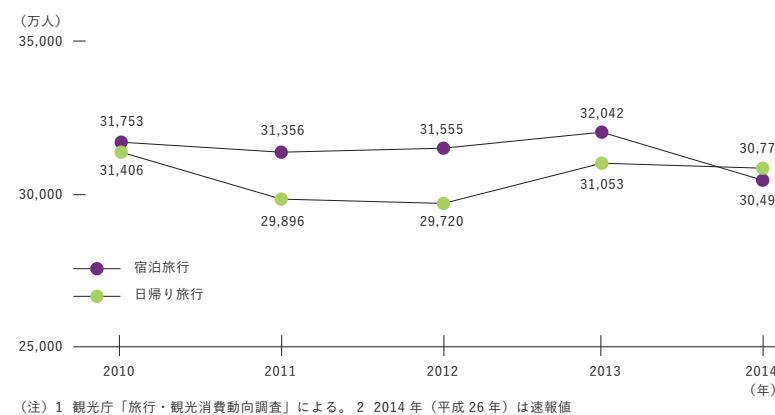


第3章 山梨県観光の現状と課題

3-1. 国内旅行の状況

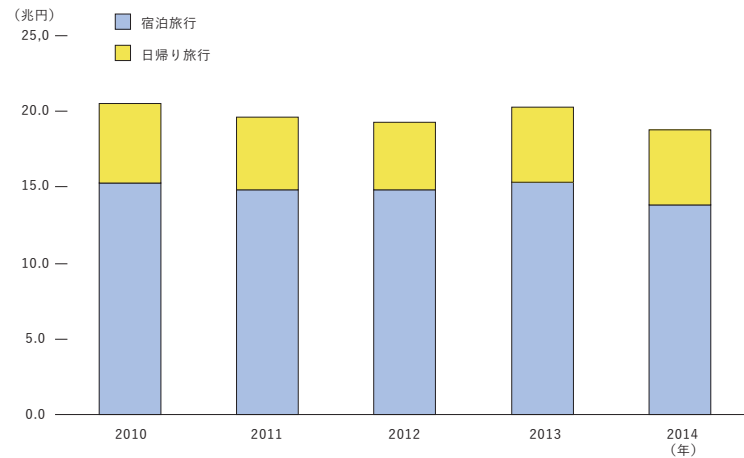


平成 27 年の観光白書によると、「国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数」については、2010 年から 2013 年までは僅かながら増加傾向にありましたが、2014 年(平成 26 年)はともに減少に転じています。

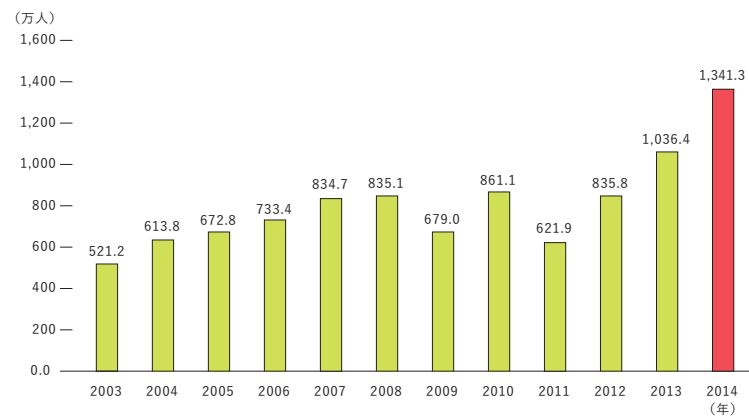


また、「国内宿泊旅行に行った延べ人数」は 2014 年(平成 26 年)は対前年比 4.8% 減、「国内日帰り旅行」は対前年比 0.9% 減となっています。

第3章 山梨県観光の現状と課題

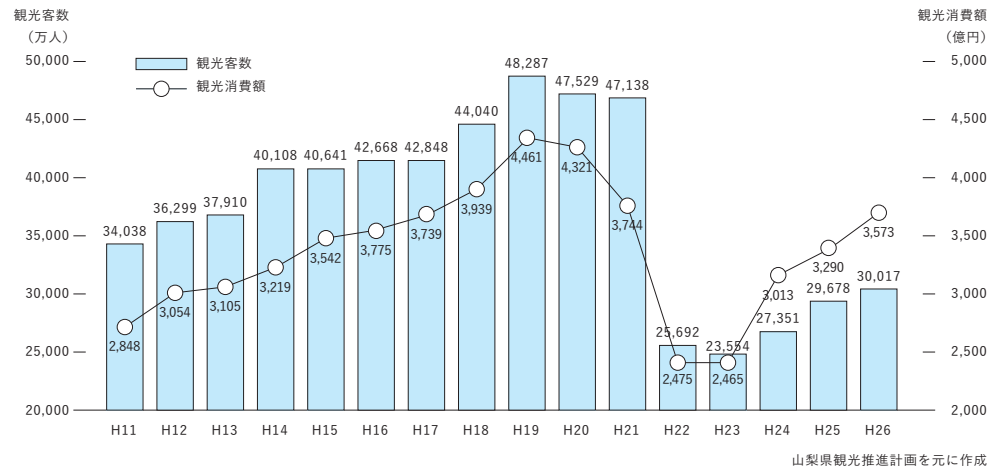


さらに、「国内旅行消費額」についても同様に 2014 年（平成 26 年）は 6.8% 減少しています。

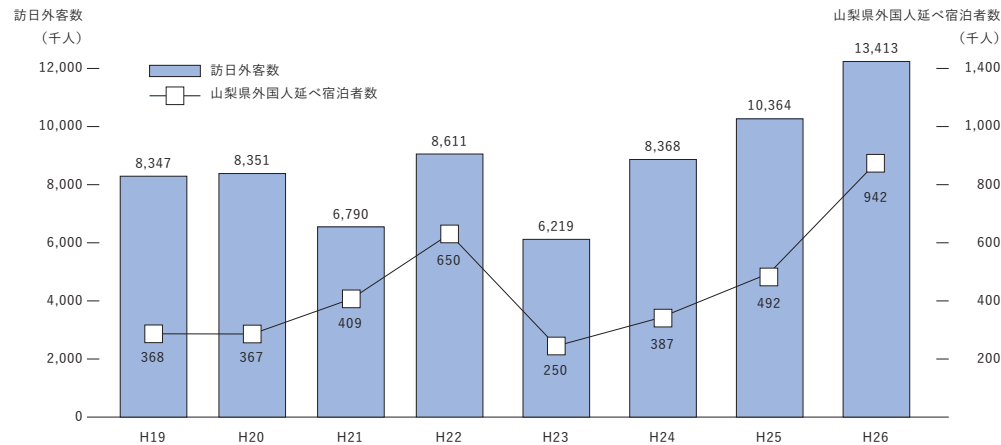


こうした状況下において、「訪日外国人旅行者数」については、初めて年間 1,000 万人を突破した 2013 年（平成 25 年）との比較で見ると、29.4% 増と 2 年連続で過去最高を更新しています。

3-2.山梨県における観光の現状



「観光客数」は、2007年（平成19年）をピークに減少、統計手法が変わった後の2012年（平成24年）より増加傾向にあります。「観光消費額」も同様に2011年（平成23年）を底に飛躍的に増加しています。



「訪日外国人観光客数」の増加に加えて、2013年（平成25年）の富士山世界遺産登録などにより、本県における「外国人延べ宿泊者数」は大幅に伸びてきています。

3-3.現状から見る山梨県観光の課題

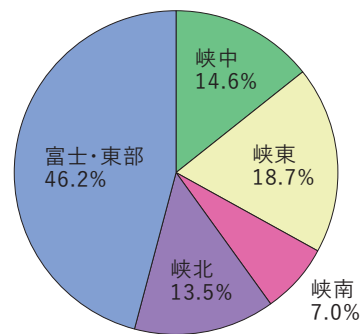
外国人観光客の増加と
富士山の世界文化遺産登録などにより
全体として観光客数は増えているものの、
課題も抱えています。



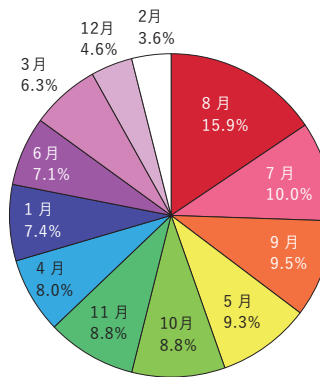
課題

- ① 3,001万7千人の観光客数のうち約75%の2,262万4千人が日帰りとなっている。
- ② 地域間において観光客の入り込みに大きな偏りが見られる。
- ③ 季節により観光客の偏りがあり、特に冬季の観光客が落ち込んでいる。

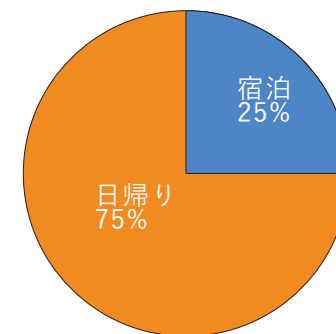
これらの要因により、観光消費額の増加に結び付いていない現状



圏域別観光客数の割合



季節別観光客数の割合

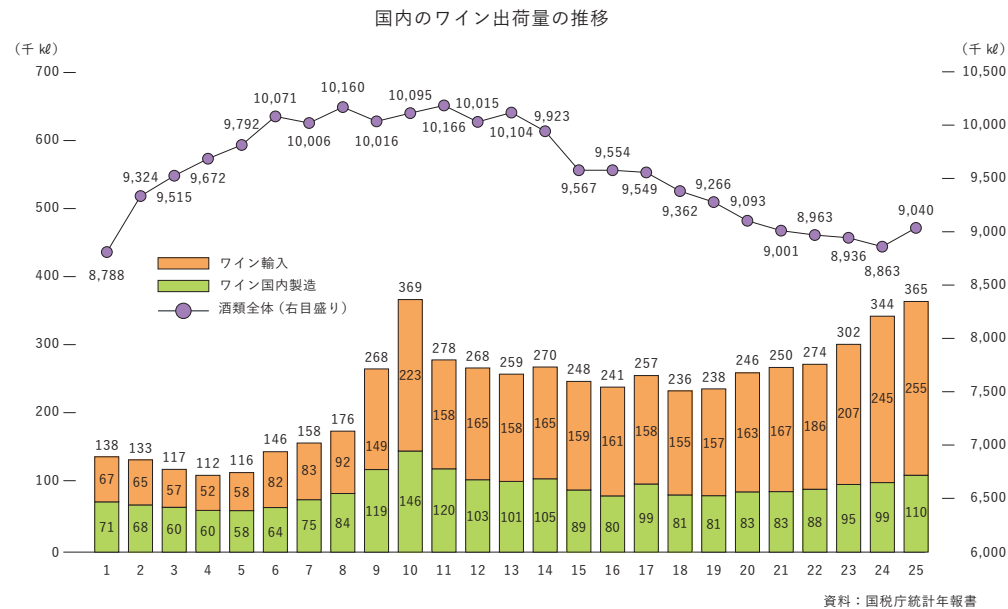


日帰りと宿泊の観光客数の割合

第4章 峡東地域の観光

前述のような観光課題を解決するためには、数ある観光資源のうち、富士山に次ぐ魅力ある資源であるワインやフルーツなどの観光資源を磨き上げ、富士山周辺からの周遊を図る必要があります。特に、観光客が落ち込む冬期の誘客を図るためには、来訪者が通年で楽しむことができる観光資源を積極的にPRしていく必要があります。

本県は、豊かな自然、フルーツや温泉をはじめ、ワインやジュエリー、和紙や印章など様々な優れた地場産業が発展してきました。このうち、ワインについては、国内の酒類の出荷量が平成8年をピークに減少している中で、輸入、国内製造ともに増加が続いており、大きな増加が見られた平成10年に匹敵する水準となっています。



特に本県には、国内に200超（関東農政局）あると言われるワイナリーのうち約80のワイナリーが集積しており、その中でも峡東地域（山梨市、笛吹市、甲州市）は約60ものワイナリーが存在する国内随一のワイナリー集積地となっていることから、誘客のための大きな観光資源として期待が寄せられています。

60/80

山梨市、笛吹市、甲州市には約60ものワイナリーが存在

4-1.地域の観光資源

山梨市、笛吹市、甲州市の3市からなる峡東地域は、2014年（平成26年）の本県の観光入込客数を圏域別にまとめると、隣接する富士北麓地域に次いで多くなっています。

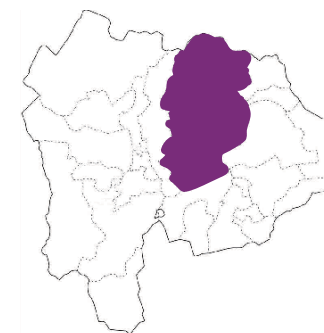
対前年比で見ると、富士北麓地域以外では峡東地域のみ観光客数が増加しており、笛吹市における温泉やフルーツ、山梨市における自然景観、甲州市におけるブドウやワインといった、それぞれの地域が持つ本県ならではの魅力を活かしながら観光入込客数を積み上げていると言えます。

また、前述のとおり、峡東3市に共通した資源として特に「ワイン」が挙げられます。



峡東3市

- 笛吹市
- 山梨市
- 甲州市



小圏域名	平成26年	平成25年	対前年比
大菩薩・恵林寺周辺	435,303	439,507	99.0%
勝沼ぶどう郷周辺	1,561,955	1,491,818	104.7%
西沢溪谷・フルーツ公園周辺	1,198,362	1,209,576	99.1%
石和温泉・果実郷周辺	2,423,413	2,237,428	108.3%
小計	5,619,031	5,378,330	104.5%

峡東地域の入込客数（H26 山梨県観光入込客統計調査報告書より）

4-2.山梨県のワイン

山梨県は日本のワイン発祥の地であり、国内に200余りあるといわれるワイナリーのうち、約80社のワイナリーが集積する日本を代表するワイン産地となっています。

特に、本県固有の甲州種ブドウから造られる甲州ワインの品質向上は近年著しく、国際的な権威あるワインコンクールでも数々の受賞を果たしています。この甲州種ブドウで造られた白ワインは、和食に合う味わいが特徴で、和食ブームの海外でも注目を集めており、世界市場へのチャレンジも始まっています。

また、国産ブドウ100%で造られたワインの品質を競う「Japan Wine Competition（日本ワインコンクール）」を毎年、山梨県で開催しています。平成25年7月には、原産地名を保護する「地理的表示」に「山梨」がワイン産地として初めて指定されました。これにより、「山梨」と表示されるワインは、数々の要件を満たしたものであるとして原産地や品質を保証された付加価値の高いものとなり、ワイン産地やまなしのブランド力が更に高まることが期待されています。

原産地名を保護する「地理的表示」

「山梨」がワイン産地として初めて指定されました。

||

ワイン産地やまなしのブランド力が更に高まる

4-3.産地の取り組み

ワイン観光の取り組み

ワイン産業の振興策については、これまで各ワイナリーや試験研究機関等における地道な研究活動等により、品質の向上が図られてきている一方で、峡東地域というワイナリーが日本一集積するエリアを丸ごと楽しみながら、交流人口を増加させ、人と消費の流れをつくり出し、地域を活性化させようという取り組みである「ワインツーリズム®」（一般社団法人ワインツーリズム）が2008年より民間によってスタートしています。

現在では、このワインを巡るツアーが地域の大きな観光資源として定着しつつあり、2012年（平成24年）時の1回のイベント実施による経済効果は、約7,400万円（元山梨県大月市立大月短期大学 比嘉正茂 准教授・山梨県大月市立大月短期大学 佐藤茂幸 教授）とされています。これらの取り組みを契機として、イベント以外での来県者も増えており、年間の第一次および第二次産業の生産誘発効果の合計は30億8,200万円（平成24年）と推計されており、ワイン産地を丸ごと楽しむというコンセプトにより、成果を上げてきています。

1回のイベント実施による経済効果

約7,400万円

第一次・第二次産業の生産誘発効果

推計
30億8,200万円

平成24年

元山梨県大月市立大月短期大学 比嘉正茂 准教授

美しい農業景観の保全

また、現在、峡東地域では、将来に向けて果樹産地の維持・保全を図るため、桃源郷やブドウ棚の連なる美しい景観、ワイン文化などの資源を構成資産とする世界農業遺産の認定に向けて、関係者において検討が進められています。

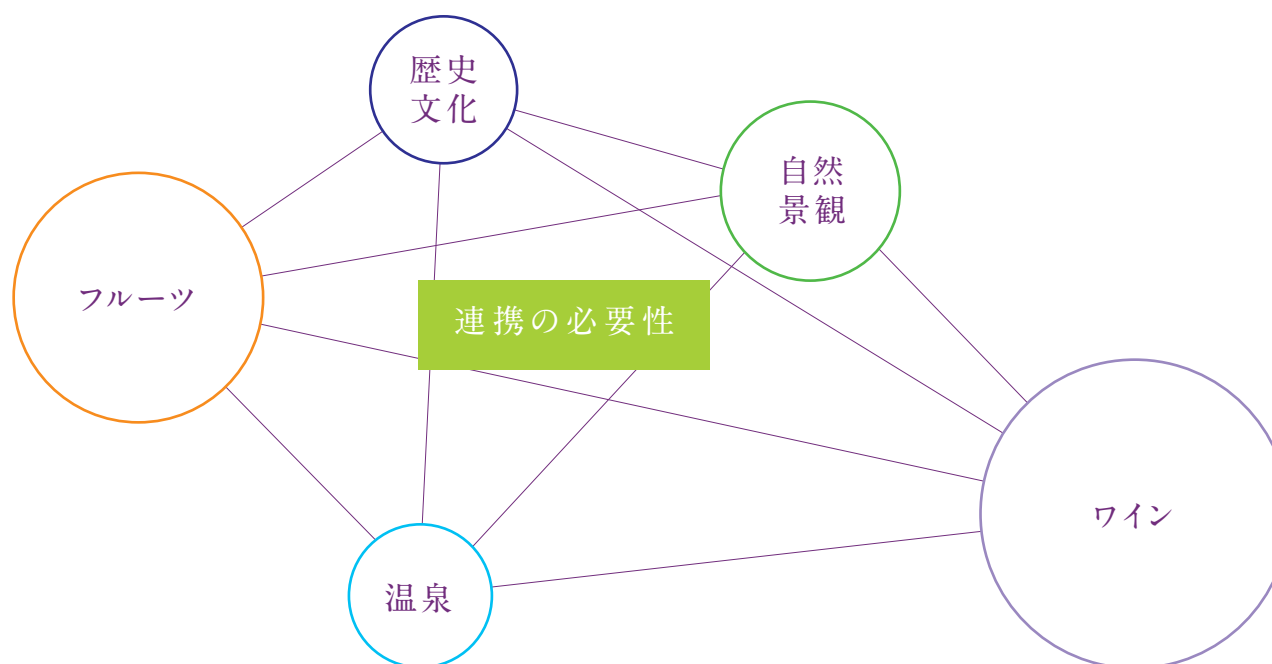
これは、何世代にもわたり形づくられてきた農業上の土地利用、伝統的な農業とそれに関わって生まれた文化、景観、生物多様性などが一体となった世界的に重要な農業システムを認定する制度であり、これらの農業景観や歴史・文化を保全する取り組みは、地域の景観力を高め、風土そのものが大きな観光資源となることから、今後峡東地域の農業景観の魅力・重要性を地域住民はもとより観光客にも積極的にアピールしながら、保全の機運を高めていく必要があります。

4-4.地域の観光課題への対応

峡東地域では、地域が持つ資源である「温泉」や「フルーツ」、「自然景観」、「歴史文化」また、共通の資源である「ワイン」を活用した各自治体の観光振興の取り組みはなされてきましたが、それぞれの地域資源を連携させ、足りない点は補い合う中で相互の強みを生かす広域の取り組みが不足していたことから、各市が連携を強め、峡東地域を一つの観光地として確立していくことが必要です。

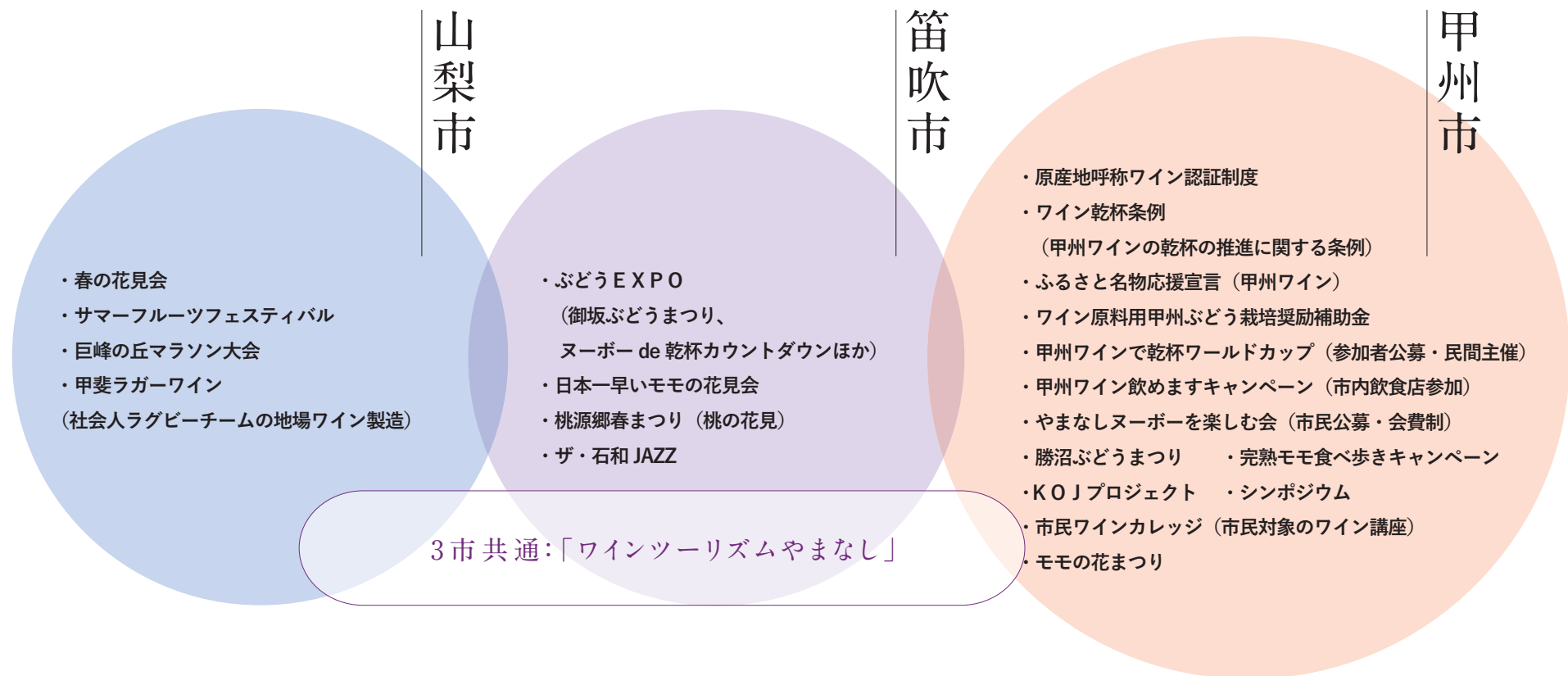
また、この地は安全安心で美味しい農産物の宝庫であることから、これらの食材を地域内の旅館・ホテルなど宿泊施設や飲食店での利用拡大につなげるとともに、農産物直売所などでの土産品需要の掘り起こしや、観光果樹園などでのおもてなしの体制づくりを進める必要があります。

これらの取り組みを通じて、様々な地域の素材を楽しむことができる周遊の仕組みを確立させ、広域の「新たな観光地づくり」を進めていくことが重要となっています。



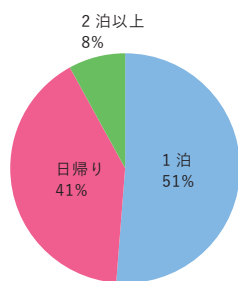
4-5.ワイン等を活用した観光の現状と課題

峡東地域内では、これまで各市によって峡東地域の資源であるワインやフルーツ、自然景観を生かした様々な取り組みが行われてきました。

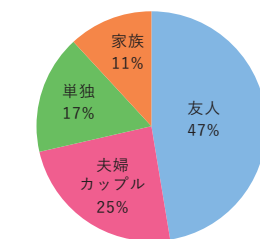


特に、2008年（平成20年）に始まった「ワインツーリズムやまなし」は民間による広域の活動であり、地域の散策や二次交通の活用、地域ボランティアによるエリア案内などを通じた新たな観光のニーズを生み出す先進的な取り組みとなっています。参加者アンケートによると、約8割の参加者が複数人で訪れているとともに、全参加者の約6割の人々が宿泊し、地元での飲食や土産としてのワイン購入など、消費行動も積極的に行なわれるなど、この取り組みがワイナリー巡りを通じた観光客の増加に貢献していることが見て取れます。

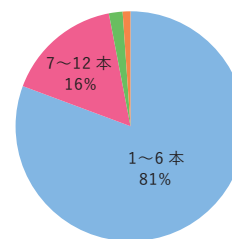
また、地域の中には徐々に飲食店も増加してきており、着地型旅行代理店やJRなどによるワイナリーツアーも始まっています。ワインを核としたこの一般社団法人ワインツーリズムの取り組みは、ワイナリーをはじめ宿泊、飲食、2次交通など様々な分野の関係者が協働して進められていることから、本県の観光振興における最大の課題である周遊観光の促進、日帰りの観光客を宿泊につなげていく上でのモデルケースと考えられます。



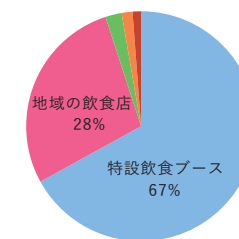
イベント参加者の滞在日数は？



イベントに誰ときましたか？
(ワインツーリズムやまなし 2015 アンケートより)



購入予定本数



イベント当日ランチ地場所予定
(ワインツーリズムやまなし 2015 アンケートより)

今後、これらの「ワイン観光」の芽をさらに発展させるためには、官民が協働することによって持続的な地域の活動にしていくことが重要となります。そのためには、ワイン観光に携わる行政、ワイナリー、宿泊、飲食、2次交通事業者、農業者など、あらゆる関係者が観光客を受け入れるためのソフト・ハード両面の体制整備を主体的に行うことをはじめ、観光客が減少する冬期の観光も見据え、峡東地域と埼玉県や北関東地域を結ぶ主要な路線である雁坂トンネルの活用など、観光客の誘客方法や安全・快適な周遊観光を楽しんでいただくための仕組みづくりに積極的に取り組んでいく必要があります。

これにより、観光を地域の主要産業として発展させ、多くの人々の交流活動を促進し、観光消費額の増加、ひいては雇用の拡大など、地域活性化に大きく貢献できるものと考えられます。

第5章 ワインを核とした周遊・滞在型観光の推進

5-1.基本コンセプト

地域の様々な資源を周遊して楽しみ、 ゆったり滞在するワインリゾートの創出



地域の一大資源であり世界的な評価も高まりつつある甲州ワインを中心に、日本ワインのトップランナーとして、魅力ある県産ワインの産地づくりをベースに峡東地域に国内外のワインファンなど多くの誘客と宿泊滞在の促進を図っていきます。

また、来訪者に峡東地域の最大の資源であるワインをはじめ、様々な地域資源や文化を堪能していただくためには、食、宿泊、2次交通など多くの分野と密接な連携による受入環境の整備、情報発信の強化と関係者間の連携構築が重要なポイントとなります。

本構想は、そのための地域のグランドデザインを描き、新たな観光地づくりへの方向性を示すことにより、様々なサービスを実践する方々をはじめ、地域に住む人々、事業者など、あらゆる関係者が本構想の理念を共有し、当事者となって活動展開していくためのビジョンとなるものです。

5-2. 峡東地域が目指す観光地像

ワインリゾートの先進地である米国・カリフォルニア州ナパ・バレーには、世界中から多くのワインファンや観光客が訪れていますが、その人々の目的は、ワインのみならず、美しいブドウ畑の景観や地域の素材にこだわった食事、芸術（アート）と一体となった個性や歴史観のある美しいワイナリーなど、地域の歴史と魅力ある素材を含めたトータルなワイン文化とサービスに触れることです。

峡東地域においても、観光客などが日本最大のワイン産地を巡りながら、地域の歴史や産地を形成している人たちとのコミュニケーションを通して、1本のワインができる過程を学び文化にひたる……。ゆっくりとワイン産地に滞在し、地域の自然を感じ、温泉で癒されながら、自分たちが見つけたお気に入りのワインと地域ならではの食を楽しむ……。

これがワインリゾート構想の目指すところであり、そのために、国内外への認知度向上と、多くの来訪者が「また来たい」と思うような質の高いサービスの提供や受け入れ体制の充実、そのための手法を明示し、こうした意識を山梨市、笛吹市、甲州市3市の関係者が共有し、「新たな観光地づくり」に取り組んでいきます。

このため、明確な方向性を定め、その実現に向けた以下のような具体策を推進していきます。

“ ゆっくりとワイン産地に滞在し、地域の自然を感じ、温泉で癒されながら、
自分たちが見つけたお気に入りのワインと地域ならではの食を楽しむ ”

- 1) ワイナリーの受入環境整備
- 2) ホテル・旅館におけるワインでのおもてなしの充実
- 3) 飲食店におけるワインでのおもてなしの充実
- 4) 食の掘り起こしと魅力度向上
- 5) ワインをはじめとする地域文化に対する意識の共有
- 6) 地域の歴史・文化資源の活用
- 7) JR 駅とワイナリー、ワイナリー間等を結ぶ2次交通の整備
- 8) 地域の情報発信・広域案内の拠点づくり
- 9) ワイン関連のアミューズメントの拡充（ワインイベント、ワイントレイン等）
- 10) 地域案内ガイドの育成
- 11) 地域案内サインのデザイン統一（デザインコントロール）
- 12) 国内外へのプロモーションの強化
- 13) ワイン産地の生産基盤の強化

5-3. 誘客の対象

観光客の誘致に向けては、全国の各地域が競い合う中で、これらの地域間競争に打ち勝つためには、ワイン等に対する嗜好が旺盛なターゲットを明確にして、その層の行動趣向に合致する素材やプランを提供していくことが重要です。このため、本構想では、これまでのイベント「ワインツーリズムやまなし」の参加者の傾向などを分析し、ワインや食に関心が高い年齢層などをメインターゲットとして、取り組みを進めていきます。また、増加している外国人観光客に対しても積極的な情報発信を行っていきます。

30代～40代の女性

旅行の目的として温泉やグルメなどへの関心が高く、女性同士で旅する、いわゆる「女子旅」も人気であり、ワインやフルーツなどの観光資源はこれらの目的に合致することから、ワインや食に関する情報やイベント情報などを女性雑誌へ積極的に提供していきます。

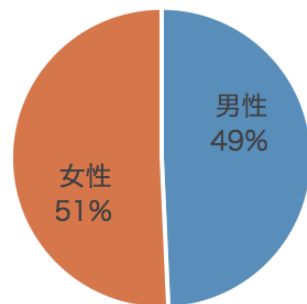
50代のミドル・シニア層

収入も安定し、自分の余暇や趣味に時間を割くことができるミドル・シニア層に対して、ワインや食をゆったり楽しむ、地域の文化に触れることができるような周遊・宿泊プランの提供や、HPなどによる情報発信を強化していきます。

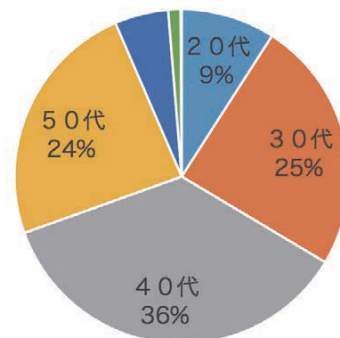
外国人観光客

多言語HPの構築など、峡東地域のワインやフルーツ、自然景観などの魅力を国外に向けて発信し誘客を図っていきます。

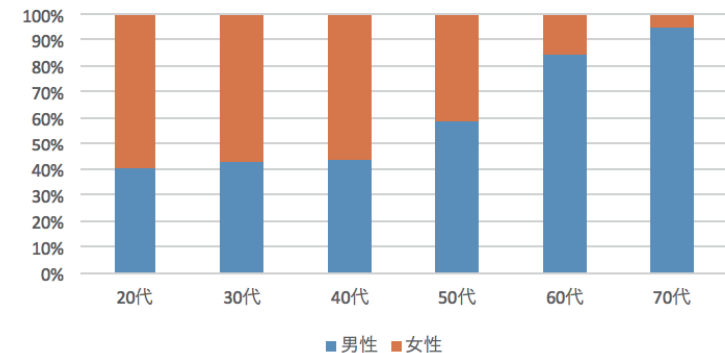
参加者男女比



参加者世代比



世代男女比

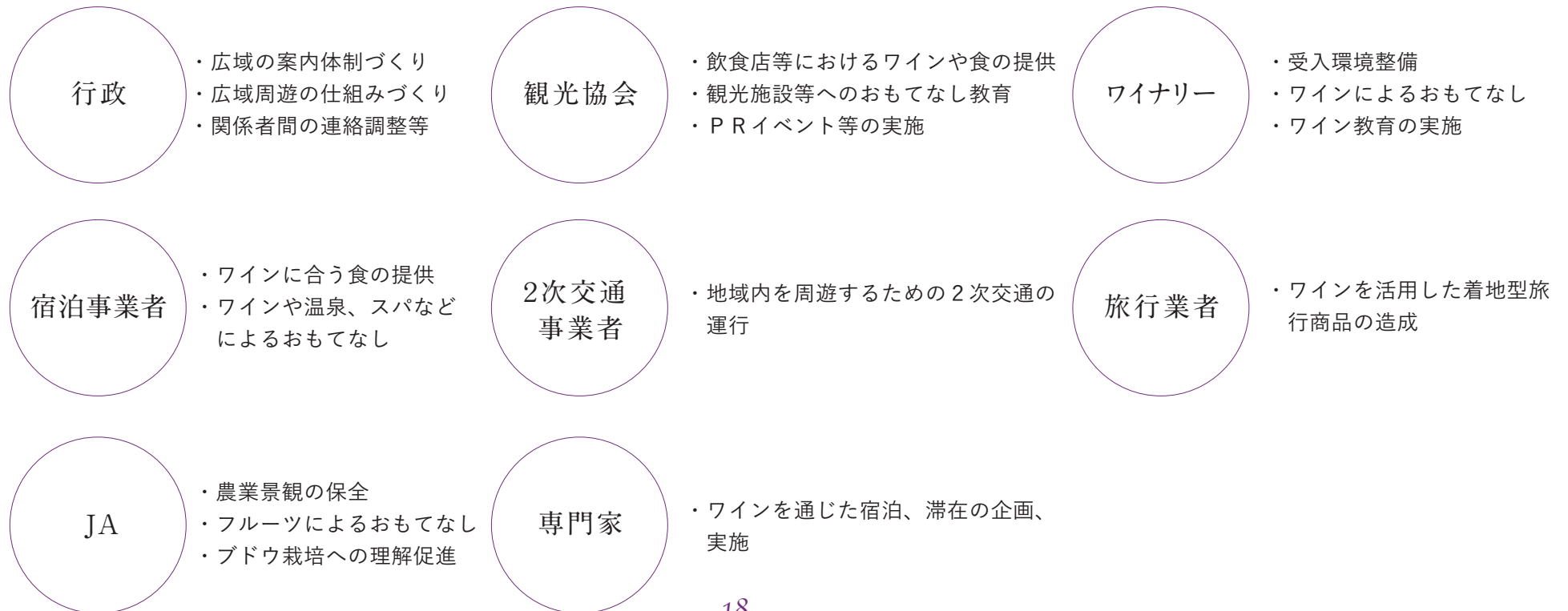


(データ：一般社団法人ワインツーリズム提供)

5-4. 構想推進の体制

地域のワイナリー、観光協会、旅館・ホテル等の観光関係事業者、行政などから構成する「峡東地域ワインリゾート推進協議会」を設置し、関係団体、組織などを通じて「新たな観光地づくり」の意識を徹底、受け入れ態勢の充実など、ホスピタリティに満ちた観光地づくりに向けた体制を構築していきます。また、将来的には、峡東地域の広域的な総合案内や統一的なプロモーション活動などを担う新たな体制づくりの検討も必要と考えられます。

各組織・団体の主な役割分担



5-5.他地域との連携

ワインについては、本県の峡東地域以外でもブドウ栽培やワイン生産が行われており、中にはワイナリーの開設などによる活性化の取り組みを始めた地域も出てきています。また、東京など首都圏でも他地域との連携による広域周遊観光の動きが見られています。将来的には、峡東地域を国中地域の周遊の拠点として、他地域とも連携し、ワインをテーマとした県内の広域的な周遊に取り組み、宿泊滞在日数の増加と、それによる観光消費額の増加につなげていくことが必要です。

峡中地域

- ・甲府市では、明治7年に甲府市内でワイン醸造が行われ、これが日本初のワイン醸造ではないかと言われていることから、JR東日本とタイアップして首都圏からのワイン列車を運行し、市内のワイナリーツアーを実施
- ・甲斐市では、市内のワイナリーが甲府市のワイナリーと連携したワインイベントの開催などによるPR活動を実施



甲府市が実施したワイン列車・ワイナリーツアー

峡北地域

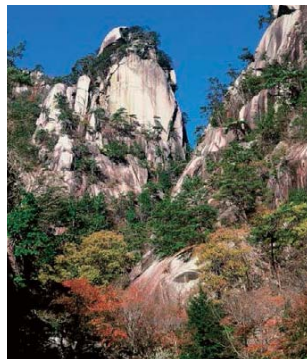
- ・韮崎市では、マスカット・ベリー A やカベルネ・ソーヴィニヨンなど赤ワイン用の高品質ブドウの生産地である穂坂町において、ワイナリーを核とした複合的な観光拠点を整備する計画《赤ワインの丘プロジェクト》が進行中
- ・北杜市では、明野町を中心に県内ワイナリーが新たな原料ブドウ用の圃場の開設など、ワイン生産の拠点づくりに取り組んでいるとともに、若手醸造家の新規参入によるワイン作りも始まっている



峡北地域のブドウ畑の景観

5-6. 県内周遊観光の推進

峡東地域以外にも、県内にはワインや自然景観、寺社仏閣、温泉、祭りといった地域ごとの特徴ある観光資源は数多く存在しています。本県の観光の特徴である、富士山周辺に集中する観光客を峡東地域へ誘客するためのワインを核とした取り組みと併せ、峡東地域を訪れた観光客に対して、他地域のワイナリーの情報や周辺の魅力的な観光スポット、レジャー、スポーツといったコンテンツを積極的にPRし、峡東地域から県内各地域への周遊を推進していくことが重要です。



昇仙峡（甲府市）



ポール・ラッシュ祭（北杜市）



甘利山ヒルクライム（韮崎市）



身延山御会式（身延町）



富士川ラフティング（富士川町）



神明の花火（市川三郷町）

第6章 具体的な推進方策

6-1. ワイナリーの受入環境整備

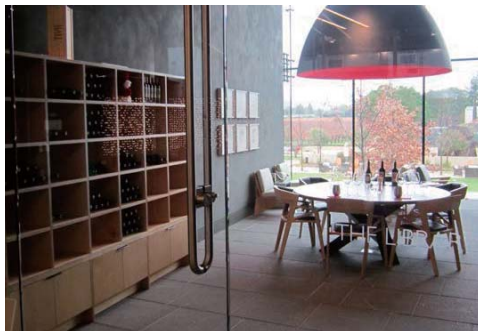
ニューツーリズムが唱えられ「地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態」が求められているなか、顧客との接点をもっとも密となるワイナリーでの体験や交流がますます重要になってきます。本県でのワイン醸造の歴史は古く、顧客の体験を満足させるコンテンツは各ワイナリーが十分に保持しているものと考えられます。

しかしながら、歴史ゆえの施設の老朽化や、時代の変化に対応するための施設拡充など、ハード面への対応の必要性が表面化してきている現状があります。

また、限られた人数でお客様にどのようにサービスを実施していくのかといったソフト面での課題にも対応しなければなりません。

こうした課題に対して、各ワイナリーが規模に応じて工夫を凝らしつつ、受け入れ環境整備を進めていくことが求められています。

また、顧客の満足度を高め信頼を獲得するためには、産地全体でワインの品質レベルを向上させ、消費者の期待に応えるワインを提供していく取り組みが重要です。



テイastingルーム



見せることを意識したワイン蔵



ワイナリーに整備されたパーティールーム

6-1.ワイナリーの受入環境整備

施設の充実と受け入れ体制（ホスピタリティ）の充実

- ・ テイスティングルームなど施設・設備の充実に向け、ワイナリーの改装などのための融資制度や助成制度などの活用促進を図ります。
- ・ ワイン醸造の歴史や技術、古くから地域に息づくワイン文化などについて、来訪者に積極的にアピールする中で、質の高いワイン産地としてのイメージを形成していきます。
- ・ ワイナリー間におけるホスピタリティの格差が課題となりつつあるため、受入体制の充実強化を目標とする、各々のワイナリーの自己診断評価基準となるチェックリストを作成し、特徴ある各ワイナリーの詳細情報として発信していきます。

高品質ワインの生産及び原料ブドウの安定的な確保

- ・ 厳しい基準を満たす地理的表示「山梨」ワインの生産などにより、消費者の信頼に応える県産ワインを提供できるよう産地全体で取り組んでいきます。
- ・ ワイナリーが消費者のニーズを満たすワインを生産し続けるためには、原料となる醸造用ブドウの安定的な確保が不可欠であることから、既存農家の規模拡大や、農家とワイナリーとの契約栽培の推進などを通じて、原料ブドウを確保していきます。
- ・ 原料ブドウ生産が安定的に継続されることで、地域の美しいブドウ畑の農業景観が保たれることから、誘客のための有効な観光資源として活用していきます。

6-2.ホテル・旅館におけるワインでのおもてなしの充実

ワイナリーでの体験と同等もしくはそれ以上に重要なのが、宿泊先での体験となります。

食を提供する機会や、癒しを提供する機会など、旅において一番長い時間を過ごすのが宿泊場所となる旅館・ホテルであることから、観光客の期待も大きく、その期待に応えていく必要があるため、ハード面ソフト面において質の高い総合的なサービスの構築が求められます。このため、ワイナリー同様ハード面への課題対応と併せ、お客様の期待にお応えするための「山梨のワイン」に少しでも特化した「ちょっとしたサービス」の確立といったソフト面での対応が期待されています。

ワイン等に関する教育支援

従業員などへのワイン知識の教育を行い、基本的なサービスの所作を学ぶ場づくりを行います。

ワインに合う料理の充実

特色ある農産物など地域食材の積極利用の推進と、ワインに合う料理メニューの掘り起こしを行います。

冬期など閑散期のワイナリーと連携したオリジナル宿泊プラン企画の開発等

宿での地場ワインの飲み比べ企画など、ワイナリーと連携したサービスプランの開発と実践を行います。

施設・設備の充実

民間や公的融資制度の活用による施設の改修や設備の充実を図ります。

6-3. 飲食店におけるワインでのおもてなしの充実

観光客に対しては、様々なシチュエーションで地域の魅力を伝える必要があります。飲食店で気軽に地域ならではのワインが飲める環境づくりを進めていくことによって、地元の人々も気軽にワインに接する機会が増えるとともに、観光客にとっては飲食をきっかけに地域のワイン文化に触れる入口となります。



ワインセミナー、試飲会などの実施

ワイン産地でありながら、依然地域の飲食店におけるワインの取り扱いは少ないため、飲食店が観光客などのお客様に対し、誇りを持って県産ワインを勧められるよう、「どのようなワインを揃え、どのように扱い、利益を出すように使っていくべきか」を学ぶ場づくりに取り組んでいきます。

6-4.食の掘り起こしと魅力度向上

旅の楽しみの大きな素材として「食」があげられます。

地域の風土で育まれた様々な農畜水産物を素材とした、その土地ならではの食は、観光客を引きつける重要な資源となっており、現在では、食を目的とした旅行者も多く、地域の歴史の積み重ねが生んだ文化性をも楽しむ素材として注目されています。

また、近年は、ご当地グルメやB-1グランプリなどの人気を背景として、食を素材とした観光振興等に取り組む地域も増加してきています。

このような中で、本地域は、寒暖の差を生かした高品質なブドウ、モモなどの主要産地であるとともに、トウモロコシなどの野菜類や甲州ワインビーフなどの肉類、甲斐サーモンをはじめとする淡水魚など、山紫水明の地の利を生かした特徴ある産物が生産されています。



現在では、本地域の温泉郷の旅館・ホテルにおいて、県産食材にこだわった朝食を提供するプロジェクトなどの取り組みが進められていますが、今後は、さらに生産者や宿泊施設・飲食店などより一層連携して、伝統的な料理はもとより、県産農産物を生かした県産ワインと相性の良い新たな料理レシピの開発などを進めていきます。また、ワインと料理が相互に引き立つ組み合わせなど「食」をPRするイベントなどの企画や、加工品も含めた新たな食の開発とともに、やまなしブランドのPRとして旅館・ホテルでの県産食材を使用したメニューをHPで紹介するなどの取り組みにより、食の魅力度向上を図っていきます。

KEYWORDS

KEYWORD1: 地元でしか食べられないもの、また、食べ方

KEYWORD2: 季節限定のもの、いつでも（通年）食べられるもの

KEYWORD3: 安全、安心、体に良い（健康）もの

KEYWORD4: 素材等の歴史、ストーリー性のあるもの

6-5. ワインをはじめとする地域文化に対する意識の共有

観光旅行での一つの感動は、その地を訪れることによって、地域に根付いた文化を肌で感じることにあります。地域住民との何気ない触れ合いの中で、ワインやフルーツが地域に愛されていることを感じ、また、とっておきの景観を楽しむスポットやうんちくなど、インターネットなどでは分からない現地ならではの情報を得ることで、観光客の満足度は高まり、「また来たい」というリピーターの獲得にもつながります。そのためには、地域の日常の中にワインが浸透し、また住民が地域の歴史文化や風土に親しみや誇りを持つことが大切です。

現在、住民に地元ワインへの親しみを持ってもらうための取り組みを進めている市もあることから、これらの取り組みを峡東地域全体に広げ、本県のワインの魅力に対する理解を深めることにより、地域をあげて「おもてなし」の心で観光客等と触れ合うとともに、地場産業や地域の歴史文化への理解と郷土愛の醸成を図っていきます。

(1) ワインを身近に感じるためのキャンペーン等

- ・地域住民を対象としたワインイベントの実施

(2) 地域をより深く知るためのフットパスなどへの参加促進

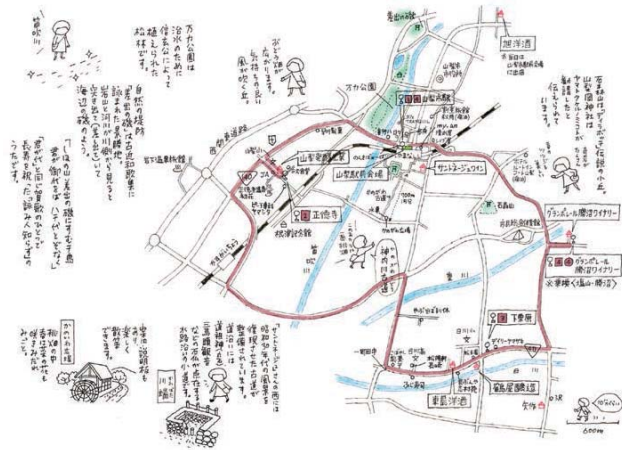
- ・自らの足で歩き、地域の魅力を再確認するためのツールとして活用

(3) ワインやワインの歴史に関する企画展示等の実施検討

- ・既存施設の活用による地域住民への意識啓発



飲食店に掲出



散策ルートづくり

6-6.地域の歴史・文化資源の活用

峡東地域には、ワイナリーやブドウに関する様々な歴史文化施設、また国宝を有する由緒ある寺社仏閣などが数多く存在しています。

大善寺 奈良時代の高僧行基が修業中、夢枕に立った右手にブドウを持つ薬師如来の姿を木彫りにして大善寺に安置したところ、ブドウの樹を発見。これを薬草として育てたのち村人にも広まり「甲州」となったという説がある。

宮光園 宮崎光太郎が創業した宮崎葡萄酒醸造所と観光葡萄園の総称。明治10年（1877年）祝村下岩崎（現甲州市勝沼町下岩崎）に設立された我が国初のワイン醸造会社である大日本山梨葡萄酒会社が明治19年（1886年）に解散した後、醸造器具等一切を引き継いで、フランスでワイン造りをした土屋龍憲とともに操業を開始した。当時のワイン醸造や皇族の行啓、行幸の様子がわかる貴重な写真や、観光葡萄園に関する数多くの資料などを展示している。

これらの寺社や施設は、ブドウ栽培やワイン生産に長い歴史を持つ本県ならではの貴重な資源であることから、ワイナリーを訪れた観光客がワインだけでなく本県のワインのルーツを知り、よりワイン文化に親しんでいただくためのツールとなります。

ワイナリーと連携したワインツアーの実施

フットパスの会などと連携して地域内に様々なルートを設定し、ワイナリーを訪れる観光客に対して、自分が飲むワインのルーツや地域の歴史を知るためのツアーを実施し、ワインを味わうとともに本県のブドウ・ワインの歴史、また地域が誇る寺社仏閣などを紹介することで地域のファン、山梨のファンを増やしていきます。



大善寺



宮光園



勝沼トンネルワインカーヴ

6-7. JR 駅とワイナリー、ワイナリー間等を結ぶ2次交通の整備

JR 駅からの2次交通をどのように構築していくかは、地方の観光にとっての最大の課題となっています。各地で様々な取り組みがなされていますが、交通事業者（鉄道、バス、タクシーなど）と行政、観光事業者など関係者が連携して継続できるサービスをいかに構築していくかが求められています。また、年々増加する世界遺産富士山への人の流れを峡東地域ほか国中地域へ誘導する交通手段の整備も課題となっています

タクシーおよびバスの利用拡大

ワイン産地であることを意識した「新たな観光地づくり」にあたり、本県で課題となるのは、JR で最寄り駅など現地に到着してからの2次交通の整備・利用拡大が挙げられます。これは量の充実という面もさることながら、質となる「ワイン産地であることを意識した」サービスの提供という面において、ビジネスの視点でもまだ大きな発展の可能性を秘めています。2次交通は、今後の「周遊型の観光地づくり」における重要なポイントとなることから、単なる移動手段としてだけでなく、お客様も楽しめる仕組みの提供について検討を進めていきます。

具体例) 「ワインタクシー」「一般社団法人ワインツーリズム」の仕組みの活用

富士山との連携(周遊ルートの開発)

3-3で記述のとおり、本県における大きな課題として富士北麓地域への観光客数の集中が挙げられます。日本を代表する山である富士山に来た観光客を、日本を代表するワイン産地にどのようにつなげていくかを考える必要があります。もちろんただ客数を追うだけではなく、どのようなお客様に来ていただきたいのかを考慮して周遊ルートを構築していくことが求められています。

そこで、富士北麓地域と峡東地域を結ぶ2次交通の整備と併せ、ワインをはじめ様々な地域資源との連携によるルートづくりを進めていきます。



2次交通の利用

6-8.地域の情報発信・広域案内の拠点づくり

観光客の増大とともに新たな課題も表面化してきます。ツアーであれば旅行代理店などによる情報提供が期待できますが、個人旅行の場合にはどのようにして地域の観光情報を提供するのか、観光客の視点に立った広域の案内体制づくりが重要となってきます。

情報発信拠点(インフォメーションセンター)の設置の可能性

各市がそれぞれに提供していたワイナリー、観光スポット、宿泊、飲食、2次交通などの情報をワンストップで提供できる情報発信拠点(インフォメーションセンター)の設置の可能性を検討していきます。

積極的な情報発信

地域内に観光客を呼び込むためには、積極的な情報発信が必要となります。このため、既存の民間リソースの活用などにより、地域と行政と民間の連携を図り、峡東地域の一体感のある効率的な情報発信体制を構築していきます。

インバウンドへの対応

増加する外国人観光客への対応として、HPやパンフレットなどの多言語化に取り組んでいきます。



インフォメーションセンター
(アメリカ・カリフォルニア)

6-9. ワイン関連のアミューズメントの充実

ワインイベントの実施

これまで全県を対象としたワイン関連イベントや、各市におけるイベントが実施されてきており、中には知名度が高まっているものもあります。可能なイベントは地域の広域的なイベントとして拡充を検討するとともに、既存のイベントを実施する際には、他の地域でも連携したイベントを開催するなどにより、峡東地域全体としてアミューズメントの充実を図っていきます。

ワイントレインやリゾートトレインの活用（JR等との連携）

JRなどとの連携については、現在ワイナリー等とタイアップした企画による臨時列車の運行などが実施されています。今後は、さらに地域との連携が高まる取り組みとして、ワイントレインの運行などについて期待が高まっています。これらは首都圏からの運行によって大きなパブリシティ効果が期待されます。

また、長期的には、リニア新幹線開通を見据え、本県にとってライフラインである「中央本線」に新たな付加価値を醸成する取り組みともなり得ます。併せて、2017年春に運行を開始するJR東日本の豪華寝台列車「トランスweet四季島」の塩山駅への停車が決定されたことから、地域内のワイナリーやレストラン、魅力ある観光スポットなどとの連携による周遊が期待されます。このことから、今後ワイントレイン運行をはじめJRなど関係者間で様々な可能性について検討していきます。

具体例

新酒ワイン祭り
ブドウ祭り
日本ワインコンクール
ワインツーリズムなど



具体例

- ・ロゴマーク、キャッチフレーズ→キャンペーンの展開
- ・電車にはソムリエが乗車し、ソムリエを目指す若い人材の研修としての役割の「場」も担う
→「もの」づくりだけでなく「人」づくり
- ・食事は沿線の名物を核とした料理を開発



ワイントレイン

6-10. 地域案内ガイドの育成

峡東地域は山梨におけるフットパス発祥の地です。日本における先進地として甲州市勝沼で NPO によって勝沼フットパスが定期的に行われていました。こうした先行事例を参考に、今後、地域住民が自ら案内役として、観光客などをもてなす案内ガイドを育成していくことが重要です。これはボランティアとして強制的に人を集め、地域案内を任せるということではなく、自分たちの地域をガイドとして案内することを楽しみたい、地域ならではのオススメスポットを紹介したいというニーズをくみ上げ、お互いの協力関係を築きながら、ガイド育成を進めて行く必要があります。

また、地域案内ガイドの育成とともに、観光客のニーズに応じて地域内を歩きながらワイナリーやワインに関連する歴史文化施設、寺社仏閣、観光スポットなどを楽しむことができるバラエティに富んだルートを設定し、ゆっくり地域内を周遊できる仕組みを作り上げていくことも峡東地域のファンを増やすための重要な取り組みとなります。

さらに、増加するインバウンドへの対応として、県が国の特区認定を受けて育成する「地域限定通訳案内士」にもワインのより深い知識の普及を図るなど、外国人観光客にも峡東地域のワインやフルーツ、歴史を体験していただく体制づくりを進めていきます。



放光寺（甲州市）



西沢溪谷（山梨市）



ぶどう棚の風景（甲州市）

地域案内ガイド
の育成

バラエティに
富んだ
観光ルート

＝ 峡東地域のファン創出

6-11. 地域案内サインのデザイン統一(デザインコントロール)

観光客が地域を巡る際、目的地まで円滑に誘導するためには、各施設や道路の案内サインを、視覚的にわかりやすいデザインに統一していく必要があります。これにより、峡東地域のワインリゾート地としての一体感が醸成され、来訪者への認知度の向上に繋がっていくことから、内容や設置場所等について検討を進めていきます。



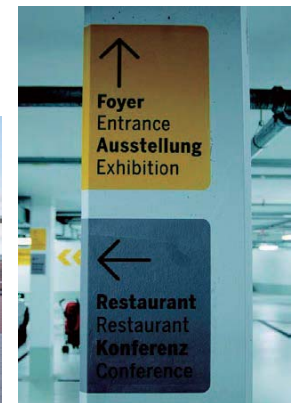
勝沼フットパスの会の設置事例



国内事例



海外事例



6-12.国内外へのプロモーションの強化

認知度向上のためのプロモーションは、既存の取り組みを基本としつつ、各市、各団体等が実施している取り組みを、共同や連携などにより、効果的に展開していくことが必要です。国内外へのPRの強化、ワインを楽しむ文化の形成、地元消費の拡大など、地域にある課題を一つずつ、地域の関係者が当事者意識を持つことで改善していくことに努めていきます。

- (1) 県内でのイベントの開催
- (2) 広域のワイナリー周遊ガイド等の作成
- (3) ワイン大使(仮称)の活用による県外への県産ワインの情報発信(本県出身の著名人など)
- (4) 専用ホームページの開設(民間HPとの連携)
- (5) ワイナリー、ワイン関連の観光資源の掘り起こし
- (6) 大都市圏における発信拠点・小売店などとの連携(アンテナショップ(富士の国やまなし館等)の活用、百貨店等と連携した山梨ワインの発信による販路拡大)
- (7) ロゴマークなどの作成(一般社団法人ワインツーリズムの活用)
- (8) 商談会の開催(既存の団体や小売店などを活用)
- (9) 飲食店等におけるワインの取り扱いの拡大(ワイナリーと飲食店等との連携)

6-13. ワイン産地の生産基盤の強化(山梨ワイン産地確立推進計画)

県産ワインのブランディングを進め、消費の拡大に努めるとともに、需要に見合うワインの生産を支えるため、ブドウ生産農家とワイナリーが一体となって優れた原料ブドウを生産し、安定的に供給できる体制の構築に取り組んでいきます。また、甲州スパークリングや山梨の土壌に合う高品質な欧州系品種ワインの生産など、県産ワインの魅力を広げる研究を進めます。

原料ぶどうの品質向上と安定的な生産

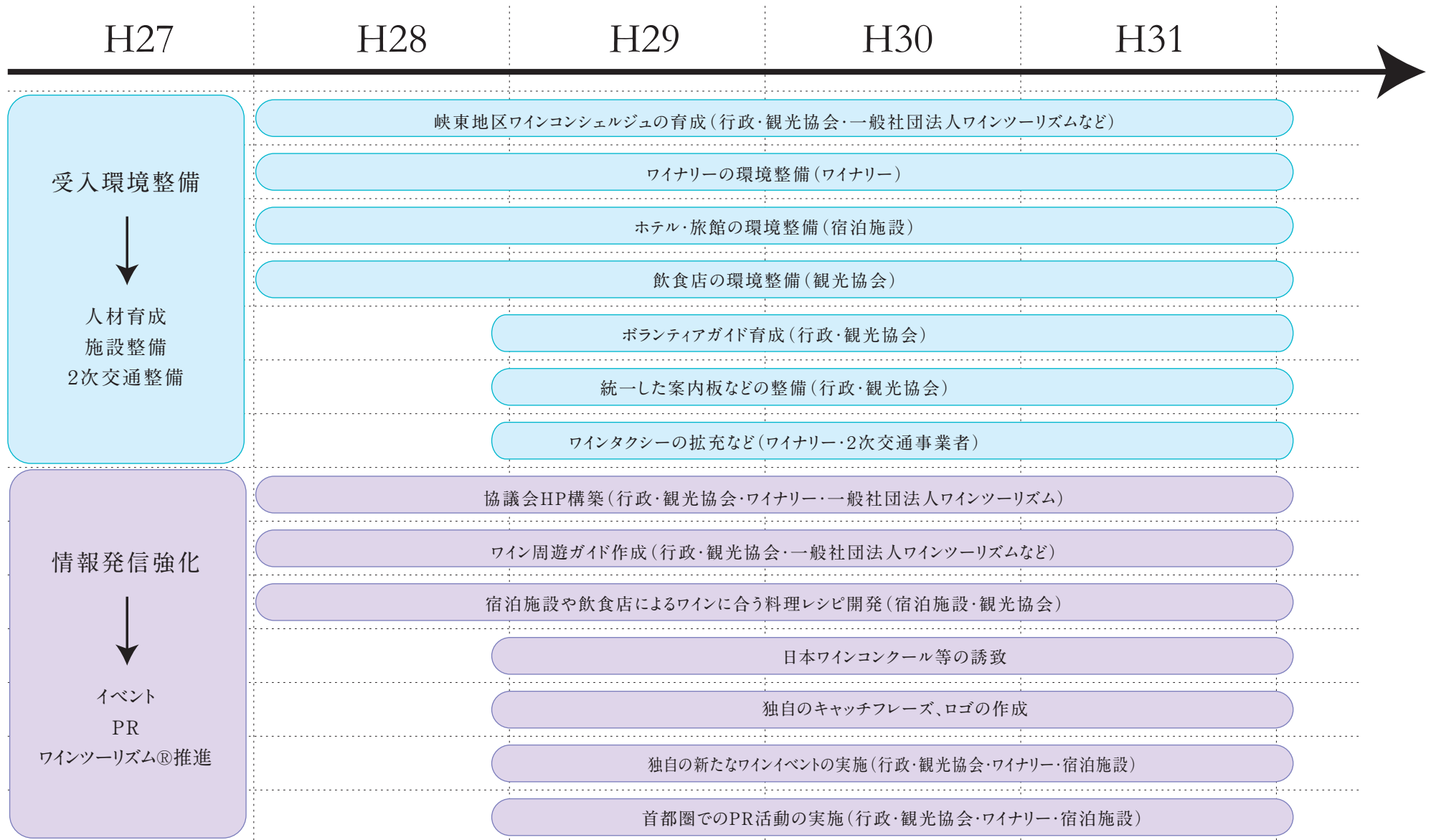
- (1) 甲州種の優良系統の選抜と普及
- (2) 地域特性に合う欧州系品種の選抜と普及
- (3) 醸造用ブドウの栽培技術研究と普及
- (4) 農家とワイナリーの相互理解促進
- (5) 醸造用ブドウ栽培促進のための支援
- (6) 既存農家の規模拡大支援や新規参入者支援
- (7) ワイナリーの自社圃場確保に向けた支援

醸造技術の高度化などに関する取り組み

- (1) 県産ワイン高品質化の分析研究
- (2) 産地全体の醸造技術の底上げ
- (3) ワイナリー新規参入支援



第7章 推進施策のアクションプログラム



第8章 成果指標（5年後の数値目標等）

峡東地域への観光入込客数の増加

588万3千人(H31)

← 5年間でH26対比4.7%増

561万9千人(H26)

峡東地域への観光消費額の増加

780億円(H31)

← 5年間でH26対比15%増

679億円(H26)

県産ワインに用いる醸造用甲州ブドウの供給量(全県) (山梨ワイン産地確立推進計画)

4,200 t/年(H37)

←

3,200 t/年(平年水準)

※ 3,700 t/年(5年後(H32)の中間時点)