

論 文

北海道富良野市におけるふらのワインの成立と展開

¹天 野 太 郎 ²東 美 緒¹同志社女子大学・現代社会学部・社会システム学科・教授²同志社女子大学・国際社会システム研究科・国際社会システム専攻・修士課程Establishment and development
of Furano Wine in Furano City, Hokkaido¹AMANO Taro ²AZUMA Mio¹Department of Social System Studies, Faculty of Contemporary Social Studies,
Doshisha Women's College of Liberal Arts, Professor²International Social System Studies,
Graduate School of Doshisha Women's College, Master's course

Abstract

In this study, “*Furano Wine*” in *Furano City*, Hokkaido, which is run by the government, is considered for “Sake Brewery Tourism,” which has been attracting attention in recent years as part of the diversified development of food tourism in Japan. An overview of the historical transition of *Furano* wine is outlined with the inclusion of a map of the distribution of vineyards. Furthermore, aerial photographs taken in 1967, 1977, and 1989 are compared to consider the changes to around the *Furano* winery from a spatial perspective.

In addition, how the government conducts sightseeing through *Furano* wine is clarified from the perspectives of the winery's hardware and software, its events, and interviews with government officials. Issues in developing sake brewery tourism were also highlighted. Finally, this study categorized and schematized the possibilities of developing tourism centered on “*Furano Wine*” in *Furano City*.

本研究では、国内における食の観光の多角的な展開を展望するうえで、近年注目されている「酒蔵ツーリズム」について、行政主導でワイン造りを行う北海道富良野市の「ふらのワイン」を対象にみていく。ふらのワインの歴史的な変遷を概観し、ブドウ畑が集中して立地する地区のブドウ畑について地図化した。さらには、1967年・1977年・1989年の空中写真を収集し、

ふらのワイン工場周辺の変化を空間的な視点から考察した。また、行政がふらのワインを通した観光をどのように行っているのか、その現状をふらのワイン工場やイベント開催、さらには行政関係者への聞き取り調査などから、ハードとソフトの視点を交えつつ明らかにした。酒蔵ツーリズムを展開していくうえで課題になる点についても明らかにした。そして最後に、富良

野市における「ふらのワイン」を中心とした「酒蔵ツーリズム」について、展開の可能性を類型化して図式化した。

1. はじめに～本研究の目的～

近年、地域住民が主体となって観光資源を発掘し、旅行商品としてマーケットへ発信・集客を行う取り組みとしての着地型観光¹⁾が重視されるようになってきた。そこでは、地域の人々や文化、風土などとの交流が重要な要素であり²⁾、交通や宿泊などの消費をもたらすだけでなく、地域住民の生きがいやまちへの誇りにもつながることが多い。さらに着地型観光は、まちづくりの観点からも着地型観光の重要性が注目されてきており、地域住民と地元の観光関係者（事業者、観光協会、商工会、行政）が一体となって観光交流の取り組みを推進していくことが重要であると指摘されている³⁾。このような観光とまちづくりは密接に結びついているという考えから、多くの自治体で地域の資源を活用した観光まちづくりが行われており、そのなかで地域の特性を反映した食文化は重要視されてきている。

そうした食文化と地域との関係を考える上で、地域の食文化を観光資源としたニューツーリズム⁴⁾の一つである「酒蔵ツーリズム」⁵⁾は、各地域の気候・風土を反映した食文化であり、そうした生産現場を観光できる点で注目できる。「酒蔵ツーリズム」は、観光庁の政策の一つであり、国内外の観光客に新たな地域への来訪動機を与え、地方誘客を図ることを目的としている。「日本酒の蔵をはじめ、蒸留所やワイナリー、ブルワリーなどを巡り、地域の方々と触れ合い、お酒を味わうとともに、そのお酒が育まれた土地を散策しながら、その土地ならではの郷土料理や伝統文化を楽しみ、それにまつわる地域の物語を知ること」を定義とし、2013年に設立された「酒蔵ツーリズム推進協議会」を契機に国内で本格的に取り組み始められた⁶⁾。その後、観光庁のみならず国税庁や農林水産省でも酒蔵ツーリズムに関する取り組みが行われ、近年注目が

高まっている新しい観光であることがうかがえる。また、日本において酒蔵ツーリズムは日本酒が中心であるが、欧米などではワインが中心にワインツーリズム⁷⁾として展開されている。

日本においてワインツーリズムは、まだ発展段階にあるが、北海道におけるワイン産業及びワインツーリズムは、海外のワイナリーが進出するなど世界的にも近年特に注目されている。地球温暖化の影響や品種改良、栽培技術の向上もあり、北海道で栽培できるブドウの品種が増加し、幅広い種類のワインを製造することが可能になってきた。また、北海道のワイナリー数が2018年では全国3位⁸⁾であり、ぶどう加工専用品種生産状況では、北海道が長野県に次ぐ全国第2位⁹⁾であることから、国内有数のワイン産地であることがうかがえる。さらに北海道庁では道産ワインの連携と地域連携、ワイン産業の持続可能な成長を目的とした研究などについて、北海道大学とも連携しさまざまな取り組みを始めており、2022年2月には第1回のシンポジウムが開催されるなど、北海道のワインを中心とした研究に注目が集まっている状況である。

こうした北海道のワインを取り巻く流れや、豊かな食資源を活かして新しい食文化が地域振興の一環として人為的に生み出された事例として、本研究では北海道富良野市を対象地域（図1）として、そこで行政によって醸造・流通が行われている「ふらのワイン」に注目したい。富良野市は、ラベンダーや「北の国から」に代表される日本有数の観光地であり、地域ブランド調査では市町村別で第10位（2021年）¹⁰⁾と認知度も非常に高い。しかし、一般的なイメージとは異なり、富良野市の公式のキャッチフレーズは「へそとスキーとワインのまち」とされており、富良野地域ではワインが地域を表象する資源として行政によって位置づけられている。富良野市におけるワイン産業は、地域の重要な産業であり、同時に観光資源として注目されるものの、観光イメージとの乖離が大きいことが指摘できる。以上のことから本研究では、食と

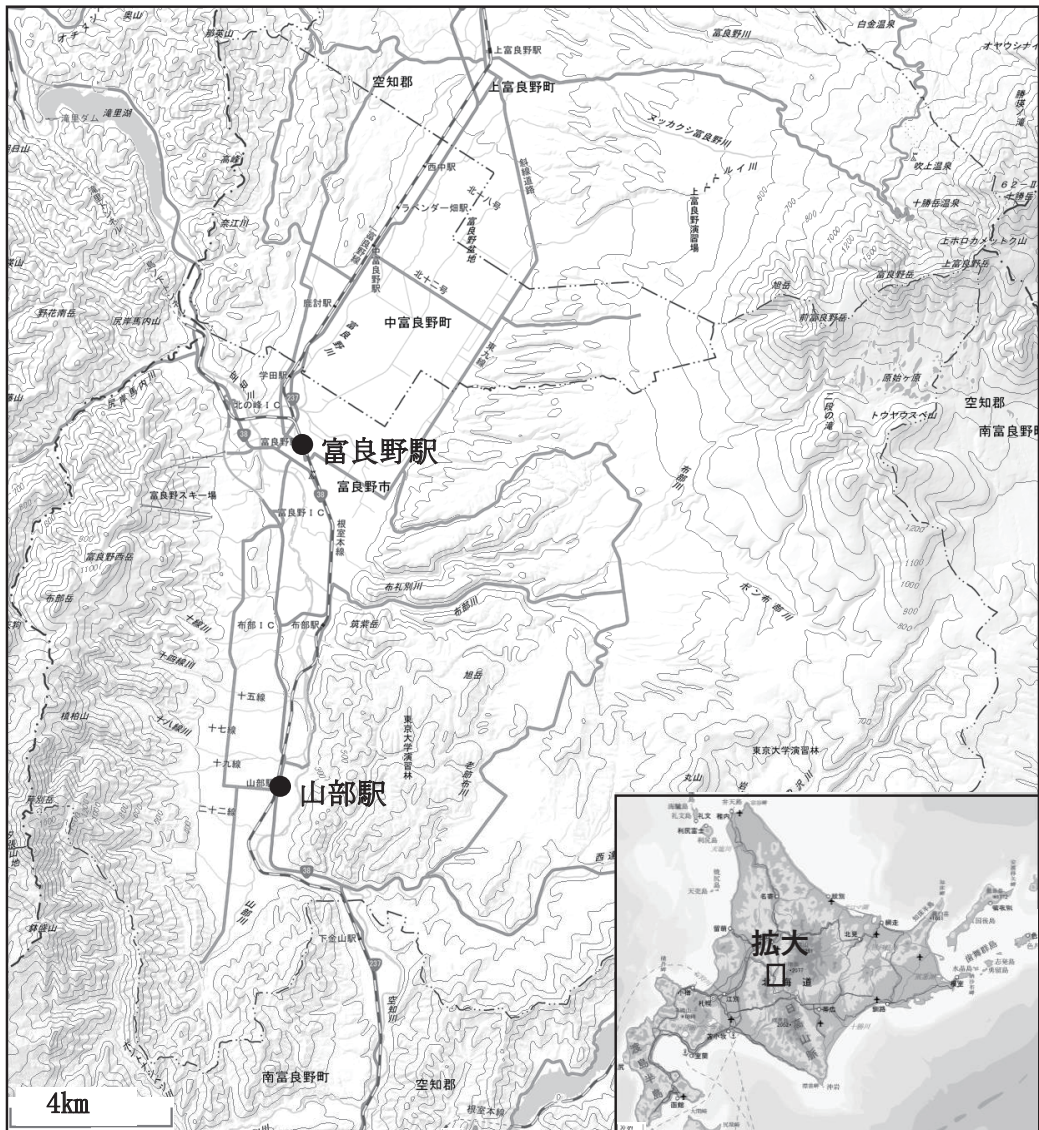


図1 研究対象地域

出典：地理院地図をもとに筆者作成。

観光を通じた地域活性化を考察する上で、北海道富良野市におけるワイナリーを中心とした観光資源がどのように形成され、地域において展開してきているのか、さらにはブドウ畑の自然景観や宿泊施設との関連性なども視野に入れながら酒蔵ツーリズムの可能性について考察することを目的とする。

2. 先行研究の現状と課題

酒蔵ツーリズムについて先行研究を概観すると、先行研究の多くは酒蔵が集積する地域に関する研究があるものの、食文化と観光における学術的研究が日本では多くないことが従来より指摘されている¹⁾。しかし近年、酒蔵ツーリス

ムに関する事例研究が散見される¹²⁾ようになってきたことから、特定地域の酒蔵ツーリズムの取り組みや、その効果の事例研究や一般の雑誌記事などでの紹介が増加してきている¹³⁾。ここで、清酒業と観光との関わりについての研究をみると、西村泰長(2014)の研究¹⁴⁾や、竹安栄子・井上守正ら(2017)の研究¹⁵⁾などが挙げられる。そのなかで西村は、酒造業と観光の連携するメリットは、「国内市場での新たな顧客の獲得」、「海外市場での新たな顧客の獲得」、「ブランド力の強化」、「企業のイメージアップ」と述べ、連携することで清酒業界全体の業状改善につながると指摘している¹⁶⁾。しかし、これらの研究は、日本酒企業に焦点を当てた観光との関わりを述べており、地域への関わりや地域振興を中心とした議論が管見の限り少ないことが指摘できる。

つぎに、ワインツーリズムに関する研究について概観すると、国内で研究が見られるようになったのは2000年代後半になってからであり、山梨県において日本で初めて本格的にワインツーリズムを始めた笹本貴之(2012)の一連の研究成果が注目される¹⁷⁾。そして、日本のワインツーリズムについて今後の展開可能性を論じた、安田亘宏(2012)の研究¹⁸⁾や、桃井謙祐(2017)の研究¹⁹⁾、澤村明(2019)の研究²⁰⁾などが存在する。このなかでも特に、安田の研究は、日本酒などの酒蔵巡りもワインツーリズムの概念と共通すると述べ、日本酒などを含めたワインツーリズムが観光まちづくりにとって重要であると示唆している。そして、ワインツーリズムには「ワイナリーとブドウ畑、ワイナリーの見学受け入れ、ワインの試飲、購入場所、つくり手との交流の場所、ワインと地元の料理が食べられるレストラン、ブドウ畑が見渡せる場所、遊歩道、隣接した宿泊施設」の要素がそろっていることが重要であると述べている²¹⁾。こうした点から、日本においてワインツーリズムの概念をワイン以外の酒にも当てはめることは、食文化と観光、地域を考える重要な糸口になると考える。

さらに、観光地理学の視点から対象地域のワ

インツーリズムの発展について明らかにした、菊地俊夫ら(2016)の研究²²⁾や矢ヶ崎典隆(2016)の研究²³⁾などが存在し、これらはワイナリー分布図や土地利用図を作成し、地理学的観点からワイナリーの発展を明らかにしている。また菊地は、世界各地のワインツーリズム成功地の研究を複数行っている²⁴⁾ことにも注目できる。

ワインツーリズムが周辺地域に与える影響について多角的に論じた研究としては、八反元子による一連の研究が注目される。ワインツーリズムの都市住民へのアンケート調査を基軸としつつ、ワインを通じた生産と消費活動について、北海道のワイナリー(池田町・都農町・空知南部地域)の現地調査を通して農村と都市との関係性と農村観光の可能性について論じた研究²⁵⁾がある。さらに博士論文においては、観光社会学のアプローチから北海道池田町などにおけるワインツーリズムを通して、都市と農村との交流拡大およびその社会的・文化的意義について論じ、農村地域の活性化の一助となる可能性について論じている²⁶⁾。こうした一連の研究は、ワインツーリズム研究の中でも重要な位置づけがなされるものであるが、他の諸研究を概観しても、本研究で対象とする富良野地域におけるワインツーリズムに関しては、その重要性に比して研究事例が少ないことが指摘できる。

また、ツーリズムに限らず富良野地域におけるワインに関する広義の研究としては、進藤賢一(1984)²⁷⁾、亀畑義彦・中根正彦(1989)²⁸⁾、金井一頼(2002)²⁹⁾、長村知幸(2014)³⁰⁾などが挙げられる。進藤賢一(1984)は、農村複合化に向けてぶどう栽培についての課題を指摘し、地域経済の活性化を図っている事例として富良野市と池田町のワイン事業を取り上げている。亀畑義彦・中根正彦(1989)はふらのワインの事業展開について述べ、金井一頼(2002)は富良野市と池田町の自治体ワイン事業のイノベーション・モデルについて検討している。長村知幸(2014)はワイン事業がまちおこしとして成功した要因を明らかにしている。しかし、これらの研究はワイン産業の現状に関して論じたも

のが主体であり、本研究におけるワインツーリズムについての視点は、その重要性に比して見られない。

3. 富良野市におけるふらのワインの概要と空間的な形成過程

つぎに、富良野市のワイン事業の歴史³¹⁾と現状について概観してみたい。富良野市がワイン用ブドウ栽培に着手した背景として、「農業収入の拡大」、「やせ地の開発」、「地場産業の育成」が挙げられる³²⁾。1971年以降の稲作転換事業のなか水稲、小麦などにかわって現在主要な農産物となっているタマネギやニンジン栽培などが導入された。そしてブドウ栽培は、傾斜地の多い市南部の山部地区や南扇山地区に根菜と複合化して行われるようになり、傾斜地を耕地へと活用されていった。

また、ブドウ栽培は生食用ブドウとして戦前から行われていたが、1972年に市立のブドウ果樹研究所が設立されたことを機に、山部地区芦別岳の山裾に「桜ヶ丘園芸研究会（後の山部ワイン用ぶどう耕作組合）」が創設され、セイベル系を中心に栽培を始めたのが富良野市におけるワイン原料用のブドウ栽培の始まりとされる³³⁾。

そして1976年10月には、市域中心部に近接する清水山地区にヨーロッパ風の「ふらのワイン工場」（写真1）が完成した。清水山は今日のワインツーリズムで重要視されるテロワール³⁴⁾

を感じることができる富良野地域の景観を眺望・俯瞰できる立地であり、ワインツーリズムの萌芽がこの時期に成立したといえる。この富良野市中心部に近接する清水山周辺では、ブドウ畑が広がっており、ふらのワイン工場とも相まって観光資源化しておりそうした意味においてブドウ畑の観光地化は、この清水山を中心に行われている。さらに、ふらのワイン工場に隣接して、生産されたワインと、地域の農産物を使用した食事を楽しむことができる、地産地消を目的としたレストラン「ふらのワインハウス」が1979年4月にオープンした（写真1）。

このように、富良野市のふらのワイン工場を中心とした清水山地区の観光地が形成され、ワイン事業が本格化していった。1978年には市としてのワイン事業の基本方針を、

- ①ワイン事業によって地域産業の振興を図る。
- ②原料ブドウの優良品種の開発と、良質ワインの限定醸造。
- ③ローカルワインとして限定販売を行う。

と掲げ³⁵⁾、全国市場化は考えず地産地消を基礎として、「量」より「質」を重視した醸造が推進されてきている。

また、富良野市のワイン事業の特徴として、市民還元の取り組みが行われていることが挙げられる。ふらのワインは1978年1月に販売が開始されたが、その前年9月には「市民還元用ローゼワイン」3,000本を町内会、農事組合単



写真1 ふらのワイン工場（左）とふらのワインハウス（右）

出典：2020年9月、2021年3月 筆者撮影。

位に無償配布を行った。この取り組みは、行政主体で事業を行うことの象徴的な取り組みであるといえる。営利目的ではなく住民の豊かな暮らしを第一に考えている点で、市民還元政策は地域に寄り添った取り組みであり、新規産業のワイン事業を住民に受容してもらえる機会にもなっていると考えられる。この無償配布は、現在では市民還元ワインとして低価格で提供され続け、住民の信頼も築き上げてきた。そして、農業の第一次産業としての側面だけではなく、加工された第二次産業、さらには流通サービスの第三次産業を併せた付加価値の高い「六次産業化」³⁰⁾として位置するワイン事業は、富良野市の持続可能な地域産業として注目されている。

このような取り組みを続けてきたことで、ふらのワインの事業は、富良野市を特徴づける産業として市の基幹産業である農業と観光業をつなぎ、地域を支えている。また、その販路に関しては、先述したワイン事業の基本方針のとおり、現在も富良野市内を中心とした道内主要都市に限定した販売形態が中心である。しかし、契約するブドウ栽培農家数および圃場面積の減少や、近年のブドウ生産の不作などの影響によって、ワインの販売数量（720ml換算）は、資料の制約上1992年から2013年の数値はないものの、1991年度は554,000本に対し、2019年度は225,578本と大幅に減少しており（図2）、また

販売価格は上昇している³⁷⁾。そうした状況の中で2000年代以降のワインの品質は注目されており、国内最大規模の国産ワイン品評会「日本ワインコンクール」などで毎年のように賞を獲得している³⁸⁾ことや、北海道産の食材をいかした逸品を選ぶ「北のハイグレード食品2021」でふらのワインが選ばれる³⁹⁾など多方面で評価されており、ふらのワインは行政主導という特殊な体制の中での諸制限があるものの、付加価値を高め質の良い国産ワインとして、さらには「富良野」という知名度の高い地名のブランドとも相まって高い評価がなされている。

つぎに、富良野地域の地理的条件を概観しながら、ブドウ・ワイン産業の現状についてみていく。

北海道富良野市は、十勝岳連峰や夕張山地に囲まれた北海道の中心部・富良野盆地の南部に位置している。「富良野」という地名は、アイヌ語の「フラヌイ」に由来し、硫黄のにおいがして臭いところという意味を示していた⁴⁰⁾。このことからわかるように、富良野地域は長年十勝岳の噴火の影響を受けており、泥流地帯で火山灰質の地域も多く、さらには泥炭地が広がり農業に適さない土地であったが、長年にわたる土地改良によって、現在では農業と観光業を富良野市の基幹産業とするまでに成長している。

本研究で取り上げる富良野市の市営ワイン事業は、農業振興の一環として行われ、行政主体の地域活性化事業として特徴的な存在である。現在、富良野市内のブドウ畑の約42%が山部地区にあり、ブドウ生産の中心地となっている⁴¹⁾。

そこで、本研究では現地調査を行い、国土基本図と住宅地図の対比、さらには富良野市ぶどう果樹研究所（以下、ふらのワイン工場）の資料などをもとに、ブドウ畑が集中して立地する富良野市南部に位置する布部地区と山部地区のブドウ畑について図化した。ブドウ畑の基本的なものは、市から提供された資料などから分析したものの、一部公表されていないワイン畑を確認するために、国土基本図を併用して現地調査を行い、位置情報を補正した。現地調査の具

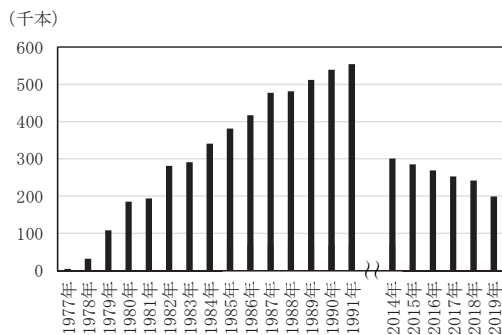


図2 ふらのワインの販売数量（720ml換算）の推移

出典：富良野市資料をもとに筆者作成。

体的な方法としては、ブドウ畑を撮影し、実際の栽培状況を確認した上で位置情報をもとに範囲を検討して図示した(図3)。富良野市は緩斜面が多く、昼夜の寒暖差が大きいことなど地理的条件から、ワイン用ブドウ栽培に適した環

境であるが、図3からは、富良野市域の中でも両地区のブドウ畑が、空知川の河川との位置関係や、東京大学北海道演習林の立地などが影響して盆地西側の山麓沿いに多く位置していることが読み取れる。

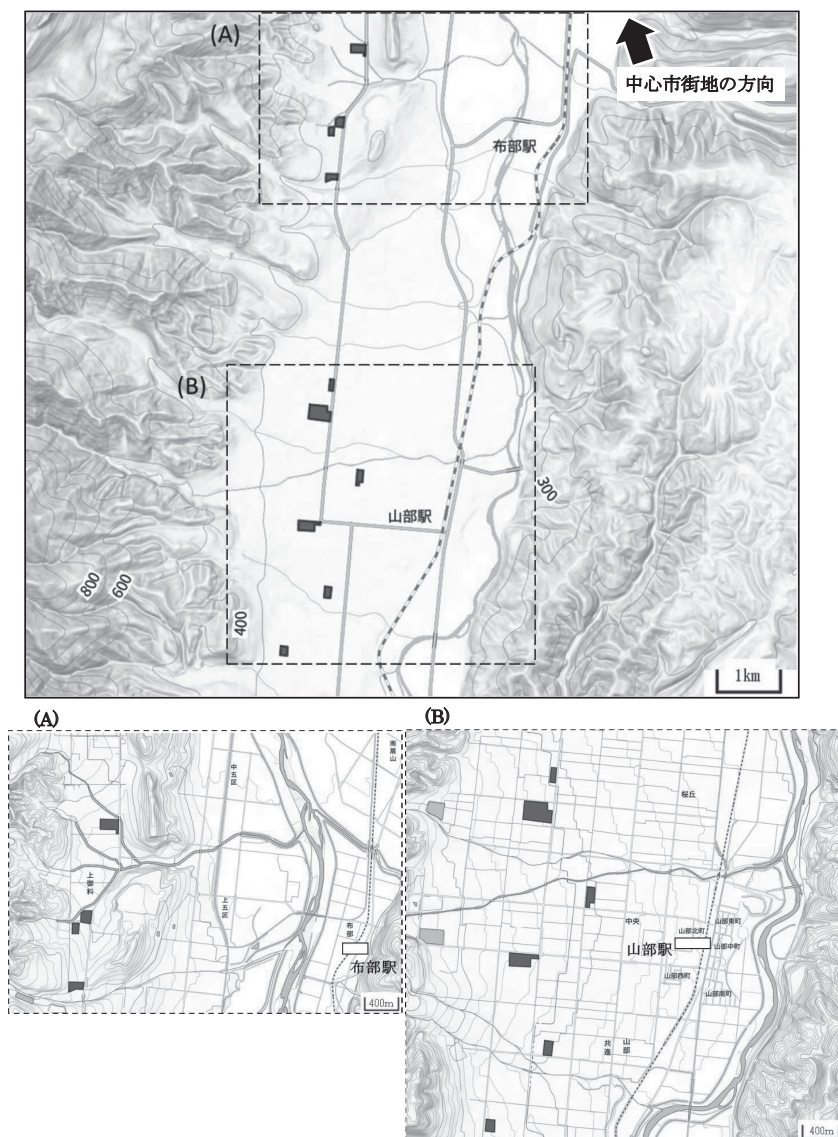


図3 富良野市南部におけるブドウ畑の位置
(A) 布部地区 (B) 山部地区 ■…ブドウ畑

出典：地図…地理院地図をもとに筆者作成。

撮影…2020年9月17日筆者撮影。

つぎに、図3中の(A)と(B)を見ると、斜面の地形を活かしてブドウ畑が作られていることがわかり、特に(B)からは、芦別岳山麓の水はけの良い場所に作られていることが読み取れる。このように、富良野市のブドウの多くは市街地の周辺や富良野盆地北部で作られているのではなく、富良野市南部の盆地西側における斜面沿いを中心とした地域で栽培されていることがわかる。

行政が契約するブドウ栽培農家数および圃場面積は、近年では減少傾向にある⁴²⁾。しかし、その品質が評価され、国内最大規模のワインコンクールで毎年賞を受賞している点も注目される。高品質であるという評価を得ていることは地場産業としての付加価値が注目されているのみならず、地域振興策のひとつとしてワイン事業が今後展開していく可能性を有していることが指摘できる。また、行政が市民還元策として市民に安価に提供している点も大きな特徴である。さらには、近年のコロナ禍の影響を考慮し、飲食店や宿泊施設などの料飲店を応援するために、ふらのワインとぶどう果汁を無償提供した⁴³⁾。このように概観すると、富良野市のワイン事業は、農業振興のみならず、幅広く地域経済の振興や観光振興にも寄与しており、富良野地域における観光を考える上でも重要な役割を果たしている。

つぎに、ふらのワイン工場周辺の変化について、

空中写真を用いて空間的な視点から考察していきたい。図4は、1976年にふらのワイン工場が建設される前の1967年と、建設後1977年・1989年のふらのワイン工場とその周辺を撮影した空中写真を収集し、その変遷を図化したものである。以下ではそれぞれの年代の変化についてみていく。

まず、1967年から1977年にかけての変化をみてみると、富良野市中心部(矢印の方向)より北西に位置する清水山付近の土地や道路整備の著しい発展がわかる。図4中のAから、蛇行した富良野川をまっすぐに整備したことにより、清水山周辺に向かう道路整備が行われた。この河川改良工事は、ふらのワイン工場やふらのワインハウスなどから形成される「ふらのぶどうヶ丘公園」⁴⁴⁾一帯の交通や、北に隣接する中富良野町・上富良野町へと通じる、富良野盆地の地域計画の基準線となった基線道路への接続にもおける重要な開発であると考えられる。

また、この期間において全国的なスキーブームがあり、富良野市においても大規模なスキー場の整備が行われた。そして、富良野市で1975年に国体冬季大会スキー競技会、1977年にFISワールドカップ大会の開催されたことで全国にスキーのまちとして知られるようになり、冬季の観光客数が増加していった期間であった。

1977年から1989年では、図4中のBからわかるように富良野川を越えた北側の道道759号が



図4 清水山における土地開発の形成過程(1967~1989年)

出典：国土地理院空中写真をもとに筆者作成。

直線になるように整備された。中富良野町には、ラベンダー畑で有名な「ファーム富田」が存在し、多くの観光客が訪れる。道道759号は、基線道路であり富良野市の土地利用を考察するうえで重要な道路であるが、この基線道路は、ファーム富田へのアクセスが最も良い道路であり、並走する国道237号が混雑している際にも抜け道として地域の人々にも活用されており、観光面と日常生活面の両面において利便性の高い道路である。さらに、この道路沿いには、農業関連施設などが立地していることから産業道路としても重要な道路である。

そして、ふらのワインハウスが完成していることにも注目できる。ふらのワインと富良野地域の食材が楽しめるふらのワインハウスは、ふらのワインを中心とした観光を考慮する上で、食文化を発信し、食べる・飲む体験を提供する場として重要な存在である。また、ふらのワインハウスは市の指定管理制度として運営されているので、市直営で運営されているふらのワイン工場と共にぶどうが丘公園一体の観光を支える存在であることがうかがえる⁴⁵⁾。

また、この期間において、富良野地域が撮影

舞台地となった「北の国から」が1981年から2002年の21年間にわたり全国放送され、ロケ地の麓郷などに多くの観光客が訪れるようになった。さらには、ドラマの中で「ラベンダー」が紹介されたことや、1976年に国鉄のカレンダーにラベンダー畑が載ったことなどから、ラベンダーを目的に来る観光客が増加した。こうして、富良野地域に訪れる観光客は、徐々にスキーからラベンダーに転換され、冬季の観光客数が減少していった。

以上のように、1967年から1989年までの空中写真の変遷から、清水山付近の大きな土地利用の変化がうかがえた。そして、後述するように1990年代から本格的に開始されたふらのぶどうヶ丘公園の整備により富良野盆地を一望できる場所や、北海道を代表する製菓企業の一つである六花亭が開設したカンパーナ六花亭などが設立されたことにより、多角的にブドウの魅力を伝える場となっている。

しかし、図5において直近9年間のふらのワイン工場の入込観光客数と、ふらのぶどうヶ丘公園の入込観光客数を比較した際、公園に訪れた観光客の約5割が、その中心的存在であるは

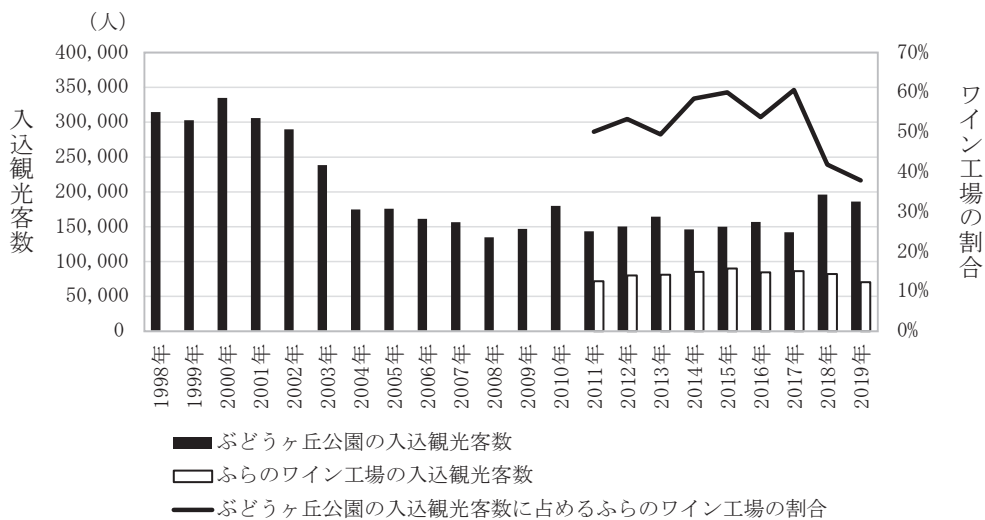


図5 ふらのぶどうヶ丘公園とふらのワイン工場の入込観光客数の変化とその割合

出典：富良野市資料をもとに筆者作成。

ずのふらのワイン工場には立ち寄っていないことが指摘できる。ふらのぶどうヶ丘公園は、富良野盆地を眺望できるスポットとしても、また六花亭の存在も重要ではあるものの、本来は富良野を表象する存在のワインが中核のエリアであり、そのことが機能していない可能性が指摘できる。これはワイン工場やワインハウスそのものの魅力を十分外部から認識されていない可能性や、ふらのワイン工場とふらのワインハウスとの連携が十分ではないことがその背景として考えられ、富良野市における酒蔵ツーリズムばかりでなく、これからの観光政策を考えていく上での課題であるといえる。

また、2000年代前半は、富良野地域全体に来自る観光客が減少したわけではなく、むしろ1960年代からの約60年間で最も観光客が多く訪れた時期である⁴⁶⁾。この時期に、「優しい時間」や「風のガーデン」など、富良野を舞台とする新しいドラマが撮影され、季節変動に影響を受けにくいコンテンツを中心にした観光（コンテンツ・ツーリズム）が展開されるようになってきた。このように、スキー観光やラベンダー観光のような季節にとらわれる季節型観光ではなく、通年型で持続可能な観光に注目が集まり、さらには、従来の富良野の魅力でないものを求める人が増えてきたことなどを背景に、このような「新しい観光のあり方」も富良野の観光資源の一つに加わるようになった。そして、持続可能な「新しい観光のあり方」には、本研究で取り上げる「ふらのワイン」などの食を通じた観光も含められると考える。時代に合った観光を絶えず追及していくことが重要であり、そうした時代の変化とともに富良野における観光のあり方も変化してきた。

1976年頃に生まれた現在の富良野市の公式のキャッチフレーズは、「へそとスキーとワインのまち」であり、当地を代表するラベンダーでも、あるいは「北の国から」で代表されるフィルム・ツーリズムに関連するものでもない。行政が主体となり地域をあげてワイン事業を進めてきており、ワインという食文化が富良野市を

表象する重要な要素となってきたにも関わらず、十分な活用ができていない現状を指摘することができる。

4. 酒蔵ツーリズムの観点からみた ふらのワインの現状と課題

ワインを通じた酒蔵ツーリズムは、特定の季節にとらわれない通年型観光へと移行する有効策として注目されている。そして、富良野市のキャッチフレーズにワインが含まれていることや、全国的な国産ワインの人気の高まりを考えると、ふらのワインを中心とした酒蔵ツーリズムが重要な存在であると考えられる。こうした観点から、富良野市におけるふらのワインが酒蔵ツーリズムとしてどのように機能しているかみていきたい。

特に、先述の安田亘宏（2012）が指摘したワインツーリズムに必要な要素⁴⁷⁾の①ワイナリーとブドウ畑、②ワイナリーの見学受け入れ、③ワインの試飲に着目し、現状について言及していく。

ふらのワイン工場の周辺一帯は、ふらのぶどうヶ丘公園として形成されており、ふらのワイン工場・ぶどう果汁工場・ふらのワインハウス、さらにはそれらを支える直営のブドウ畑・ワインロード（歩車共存道路）・展望台などを含むエリアから成り、これは①の要素を満たしている（写真2）。また富良野地域を代表する観光



写真2 富良野市直営のぶどう園

出典：2020年7月 筆者撮影。

資源であるラベンダー畑がふらのワイン工場の近くにあり、ラベンダーの時期には多くの観光客が訪れる。このような点で、ふらのワイン工場は富良野らしさを一度に多く楽しめる場所の一つであると指摘できる。また、ふらのぶどうヶ丘公園は清水山を開拓してできた場所にあるので、高所から富良野盆地を見下ろせ、街並みを一望することができる。

ふらのワイン工場の設備についてみると、ふらのワインの製造工程のパネル展示、売店があり、熟成庫などの見学ができ、②の要素を満たしている(写真3)。しかし、製造工程のパネル展示については、専属の案内人がおらずワインを通じた地域観光や、再来訪を啓発させるような仕掛けは存在しない課題が挙げられる。工場内の見学については、無料で行うことができるので飲酒できない人でも気軽に参加することができる。売店では、工場限定ラベルのワインやふらのワイングッズなど小規模であるが販売されている。さらに、ブドウ畑と富良野盆地、十勝連峰を眺めながらワインを無料で試飲できるスペースも備わっており、③の要素を満たしている(写真4)。2021年7月からはワインサーバーを用いた有料試飲も開始され1杯500円で常時6種類(赤3・白3)設置され、無料試飲にはない価格が高めのワインも試飲できるようになった。これは感染症蔓延防止の観点からみても非接触型になったことで、来訪者への配慮がうかがえる。



写真3 ふらのワイン工場内のパネル展示

出典：2020年9月 筆者撮影。

このように、訪問客に対して様々な趣向が凝らされているふらのワイン工場であるが、ワイン生産の最前線であり、ツアーのなかでも見学対象となっているワインを貯蔵するタンクなどの設備の一部は更新が十分でなく、なかには、約40年同じものを使い続けており老朽化が目立つものもある。ふらのワインは近年、その品質向上が注目されているが、さらにワインの質を上げることや新たなワイン生産の取り組みという観点からみると、施設の更新が課題となっている。

こうしたふらのワイン工場を中核とした地域の整備や、アクセスの状況を考えるために作成したのが次々頁の図6である。先述した空中写真を通じた考察時期の後、ふらのぶどうヶ丘公園の大規模整備が行われた。この背景に、1991年に策定された「富良野市リゾート計画」で、ふらのぶどうヶ丘公園が対象となったことが挙げられる。この計画の基本テーマは「景・食・彩にふれあうぶどうの丘」であり、自然環境の保全やワイン文化の普及、地域住民と観光客の交流の場といったテーマが掲げられた。また、既存施設(ふらのワイン工場やふらのワインハウスなど)を有効に活用し、新規導入施設(ぶどう畑・ラベンダー畑(拡充)や展望公園など)との連携を強め、相互の魅力を高め合うことで地域住民間のネットワークが充実することを目的として計画された。さらに2010年には、ふら



写真4 富良野の景観を見渡せる試飲スペース

出典：2021年7月 筆者撮影。

のぶどうヶ丘公園内にカンパーナ六花亭がオープンしたことにより、富良野市のブドウ・ワインの魅力を多くの人に発信することにつながった。カンパーナ六花亭は、スイーツの直売所であり富良野市を展望できる施設である。スイーツ用のブドウを栽培しており、富良野市直営のブドウ畑と一体になってブドウ畑の景観を創り出すなど、通常の商品を販売するだけでなくブドウも軸にして展開されている。そのため、ブドウの収穫時期には施設内で生食用のブドウが販売されている。さらには、ふらのワインのラベルを変えて六花亭オリジナルラベルでワイン（「カンパーナワイン」）を販売し（写真5）、富良野で収穫した食材を使ったスイーツが展開されるなど、地域に寄り添った商品展開も注目できる。このように、官民連携を強化して富良野のブドウ文化を創出し魅力発信を行っていることが指摘でき、ブランド力を持つ六花亭の存在が、ふらのワインの魅力をより一層引き立たせている。

そうしたふらのぶどうヶ丘公園へ富良野市中心部から向かう際の動線を考えると、駅からふらのワイン工場へのルート、すなわち図6の実線部分（道道759号の一部）がワインロードとして整備されていることがわかる。駅からワインロードまでの区間には、富良野市の代表的な祭礼である「北海へそ祭り」の開催場所にもなっ

ている、富良野市の中心的な商店街である新相生通り商店街を通る。ワインロード沿いの街灯は、ワイングラスやブドウをモチーフに作られ、休憩広場も設置されている。さらに、ぶどうヶ丘公園までの二つの橋には、いずれもワインにちなんだ名前が付けられている⁴⁸⁾（図6）。このシャトーふらの橋とふらのワイン橋にかけての沿道がワイン色に塗装されている。このように、富良野市のシンボルとしてブドウやワインが表象されるものが設置されているが、その多くが人目のつかない場所に存在している。橋に関しては車に乗っていれば気づかず、また中心市街地から離れていることを考えると、十分認識されていないことが指摘できる。図6に示したように、かつての殖民区画沿いには、様々な店舗が並ぶロードサイド型ビジネスの展開がみられるものの、ワインロード沿いにはほとんど店舗がなく、人通りも少ない。またワインロード沿いの道道759号は、基線道路につながる道のため交通量が多く、道中には横断歩道のないところや踏切をわたる必要があるので、歩行者に危険を伴うことをふまえると散策路として適切でないことも指摘できる。さらに富良野駅前の掲示やパンフレットなどでは、ワインロードを歩いてふらのワイン工場へ向かう動線が示されておらず、この道を徒歩でふらのワイン工場に來訪する人は、その距離からも非常に少ないと考えられる。行政や観光協会でもワイン文化を彷彿させるような資源について地図に図示するなどといった広報はほとんど行われていないのが現状である。このように立地や誘導の動線の観点からは、富良野市はふらのワインを地域のシンボルとして十分には活用できていない課題があるように考えられる。

さらに、富良野市の酒蔵ツーリズムを展開していく上で、大きな課題の一つに、駅からのアクセスがふらのワイン工場と有機的に結合していないことが指摘できる。駅から離れ、住宅街を越えて、川を渡り、高台にあるというアクセスは、富良野における酒蔵ツーリズムを考える上で重要な課題である。さらには、夏季限定の



写真5 六花亭で販売されているオリジナルラベルのふらのワイン

出典：2021年3月 筆者撮影。

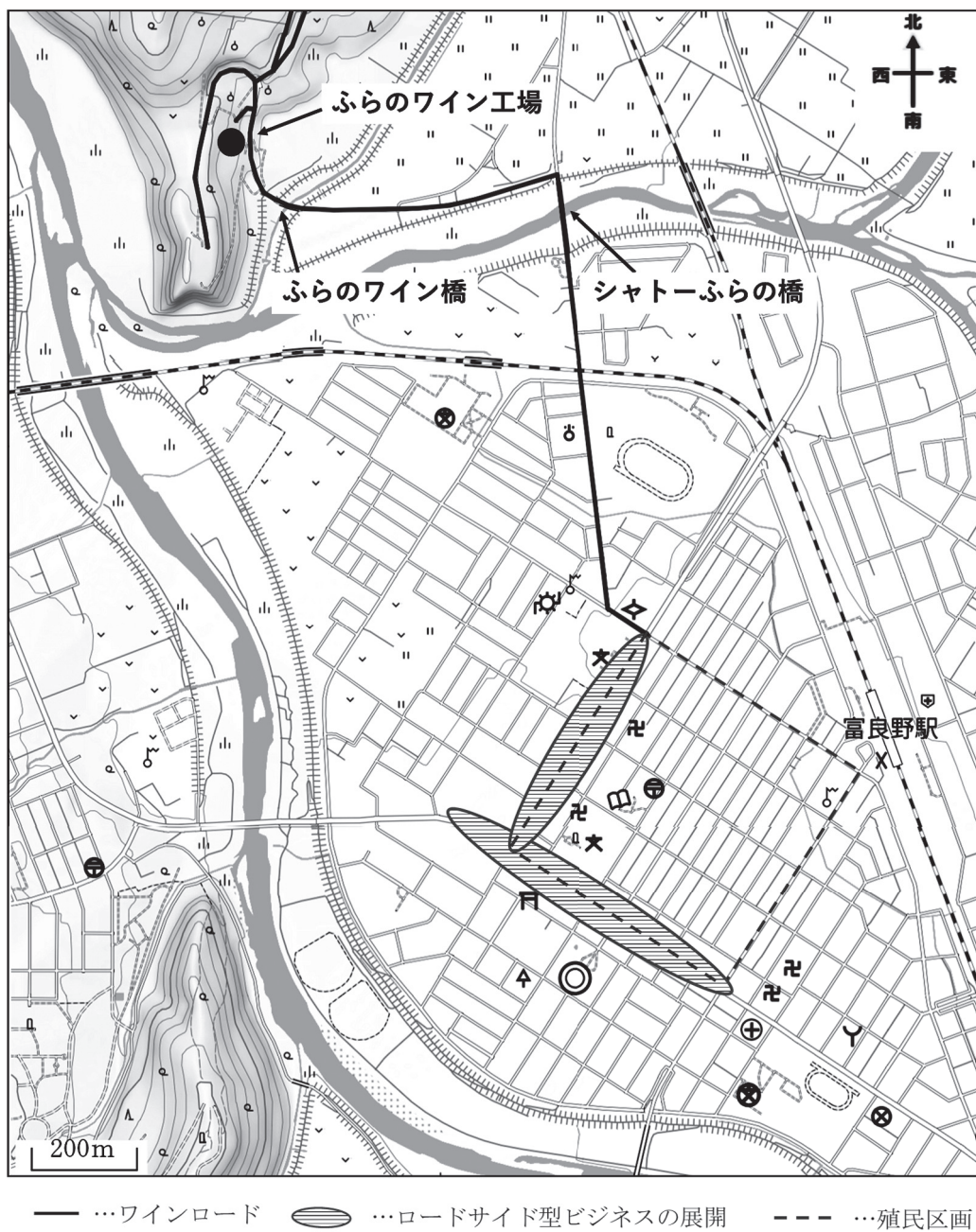


図6 富良野駅とふらのワイン工場の位置関係

出典：地理院地図をもとに筆者作成。

バスツアーの中で、ふらのワイン工場に立ち寄ることができるが、通常公共交通機関で来訪することはできない状況である。また、ワインを通した観光の場合、試飲などワイン体験を伴うため、北海道の観光客で利用者が多いレンタカーを使うことはできず、ふらのワイン工場へのアクセスを十分に見直す必要があると考える。

一方、酒蔵ツーリズムで成功している京都市伏見区（京都府）や、会津若松市（福島県）、東広島市（広島県）などは、駅から歩ける立地に酒蔵が立ち並び、行政や観光協会などで酒蔵巡りを推進する取り組みが行われ、試飲を楽しんだ観光客が徒歩で容易に酒蔵巡りができるよう工夫されている。この点からふらのワインの酒蔵ツーリズムの現状を概観すると、ふらのワインは、観光客に売店利用や見学をしてもらうことを目的としていたにもかかわらず、駅から約2.5km離れた場所にふらのワイン工場を建設したことが様々な課題を生んだ背景の一つであると考えられる。

つぎに、ワインツーリズムを展開するうえで多くの観光客を誘客できる要素となるイベントについて着目すると、富良野市では毎年9月に「ふらのワインぶどう祭り」が開催されている⁴⁹⁾（写真6）。この祭りは「原料ブドウと農産品の豊穡や収穫できることへの感謝を共有する」ことをコンセプトとし、地域住民のみならず観光客も多く訪れるイベントである。1987年9月



写真6 ふらのワインぶどう祭りの会場の様子

出典：2019年9月 筆者撮影。

19日（土）・20日（日）にぶどう果汁研究所開設15周年、ふらのワイン発売10周年の記念式典として第一回を迎え、富良野市の秋季観光客数減少の対策を目的として開催された⁵⁰⁾。当時はふらのぶどうヶ丘公園内にある清水山グリーンランドで行われ、ワインやぶどうジュース、ふらの牛乳が飲み放題のほか、新製品のシャトーふらの（白）の試飲会、さらにはジャガイモ、スイートコーン、カボチャの食べ放題、牛肉串、ふらのチーズが提供された⁵¹⁾。

近年のふらのワインぶどう祭りは、より良いアクセスを求めて会場がふらの駅前公園で開催されており、市内の多くの飲食店が出店している。イベントでは、ふらのワインもしくはブドウ果汁のウェルカムドリンクが提供されたり、ブドウ踏み体験ができたり、多種類のワインを販売したりとワイン文化を楽しめる内容になっている。また、富良野市内にある飲食店がワインに合う特別メニューを提供している。

こうしたワイン文化を発信するイベントは、ワインツーリズムを展開するうえで重要な資源になり、地域住民にとっても地元文化の再認識と誇りを持つことができるようになる機会になり得る。さらに、地域住民と観光客が交流することでワイン文化の魅力を高める可能性が期待できる。しかし、その可能性をもつこのイベントにはいくつか課題が存在する。

第一に、提供する飲食物のあり方が挙げられる。ふらのワインぶどう祭りに出店する飲食店のメニューがワインに合うものとされているが、実際に提供されているメニューはワインに合うとは一概にはいえないことが指摘できる。近年では、ワインには直接関係のない物販が実施されている現状も散見され、これではワイン祭りの本来の意義が参加者に十分に伝わらない。

第二に、開催場所の問題が挙げられる。近年のふらのワインぶどう祭りは人が集まりやすい中心市街地で行われており、2006年にふらのワイン工場周辺の清水山グリーンランドにおいて開催されたのを最後に、来場者は上昇し、集客としては成果が出ている（図5）。しかし、以

前のようにブドウ畑を含めて富良野らしい景観が見える場所ではなく、また酒蔵ツーリズムとしてのワイン生産を可視化しにくい状況にある。

こうした持続可能性や、ワイン祭りとしての真正性を考慮すると、ブドウ畑などの見学や、宿泊とも連動した「面」的な資源を活用した体験型の観光事業として展開することも望まれる。以前の開催場所であった、ふらのワイン工場裏の清水山グリーンランドで祭りを行うと「面」的な観光の可能性が期待できるので、やはりアクセスの問題は、ワインツーリズムを展開していくうえで優先度の高い見直すべき問題であることが指摘できる。

また、ふらのワイン工場では、毎年ブドウ収穫ボランティアを募集している。特に、アイスワイン用ブドウ収穫は、 -8°C 以下で24時間以上経過した状態の凍ったブドウを摘み取る作業であるため、単なるブドウ収穫だけでなく、富良野らしさを体験できる機会になるだろう。さらには、ふらのワイン工場のアイスワインは、国内唯一の自然凍結により製造しているので、この摘み取り体験は付加価値を持つものと考えられる。このようにふらのワイン工場は、テロワールを感じられる体験など、本来酒蔵ツーリズムに必要な条件を多く備えているにもかかわらず、現状では十分機能しているとは言い難い側面がある。そうした条件をうまく活用し、情報発信することで、酒蔵ツーリズムとしてさらに展開できる可能性があるとは指摘できる。

富良野地域は、日本を代表する観光地として全国的にも確立されているものの、いくつかの課題は存在する。その課題を解決する通年型観光への可能性を持つ食を通じた観光は、持続可能な地域振興にもつながる点で注目すべきで、酒蔵ツーリズムの重要性が高まる今日の傾向からみても、ふらのワインの活用をさらに推進していくべきではないかと考える。その酒蔵ツーリズムの推進に際しては、ワインツーリズムに必要とされているワインに関連した宿泊施設やレストラン³²⁾、さらには他の観光資源との連携が重要になる。ふらのワイン工場とこれらを上

手く活用することによって、富良野地域も山梨県の勝沼地域や長野県の塩尻地域、北海道の余市・仁木地域などのような国内のワインツーリズムを牽引する地域の一つになりうる。そして、豊かな自然景観をはじめとして、ラベンダーやスキー、さらにはフィルム・ツーリズムなど豊富な資源を併せ持つ富良野地域は、他の地域と差別化を図ることができ、観光地としての魅力や地域のブランドを持続的に高めることにつながるのではないかと考える。

5. さいごに

こうして富良野におけるワイン生産の過程と現在の周辺整備について概観しながら、近年注目されている酒蔵ツーリズムに向けての展開について考察してきた。地域の重要なシンボルとしてのワイン生産の空間が、どのように観光資源化され活用されているのかをみてきたが、そこにはさらに発展しうる可能性が存在する。そうしたふらのワインを中心とした酒蔵ツーリズムのこれからのあり方について、他の酒蔵ツーリズムにおける事例や先行研究とも対比させながら検討し、図式化したものが図7である。

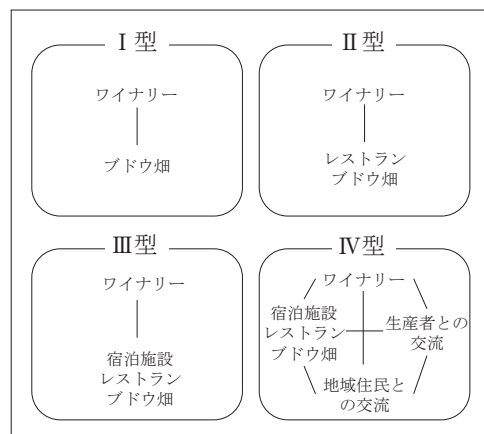


図7 ふらのワインを中心とした酒蔵ツーリズムのあり方の類型化

出典：安田亘宏「日本のワインツーリズムに関する一考察」、『西武文理大学サービス経営学部研究紀要』、20、2012、などをもとに筆者作成。

この類型では、I型からIV型に向かうにつれて質の高い酒蔵ツーリズムが提供されていることを示しているが、ふらのワインの現在の状況はII型に相当するものと考えられる。ふらのワイン工場と隣接するふらのワインハウスは、ふらのワインの食文化を発信する施設として重要な存在であり、酒蔵ツーリズムを考えていく上での基盤となる存在であり、両施設のさらなる連携の強化が重要となるだろう。

また、富良野地域に立地する他のワイナリーをみると、近年III型に近い特徴を持つものとしてワイナリーと宿泊施設を運営するドメヌ・レゾン、IV型に近いものとして、ペンションを併設し、人参の収穫など幅広く農業体験を展開している多田ワイナリーが成立していることが挙げられる。多田ワイナリーは、生産者と訪問者が密接に交流できる環境によって、富良野地域における農業を中心とした文化体験が行える点で地域にとって重要な存在であり、ドメヌ・レゾンも宿泊施設とワイナリーを結ぶツアーがされるなど、酒蔵ツーリズムに必要な条件を備えると共に機能している。ふらのワインにおいても、こうした近隣自治体に展開する諸施設とも連携しながら、既存の施設を有効に活用しながら地域活性化にもつながるツーリズムを展開していくことができる可能性がある。

さらに、地域内の既存のレストランや宿泊施設などの連携といったワインを中心とした「面」的な広がりをみていくには、さまざまな組織体での取り組みが必要になるだろう。ワインを核として行政として道外への展開を含めた外部発信をしていくことを通し、ワイン文化への認知度の向上やワイナリー周遊や滞在型のワインツーリズムを含め、さらには近年コロナ禍の中で注目が集まるワーケーションなどの新しい地域観光と交流のかたちに繋がる可能性があるだろう。これらの課題や可能性については、観光という範疇にとどまらず、地域連携の強化や関係人口の創出にもつながる、いわば「富良野地域学」として多角的に地域課題を捉えていく必要があるが、これらの諸課題については他稿に期したい。

注

- 1) 尾家建生・金井満造『これでわかる着地型観光—地域が主役のツーリズム』、学芸出版、2008、7頁。
- 2) 安田亘宏『フードツーリズム論—食を活かした観光まちづくり—』、古今書院、2013、26-27頁。
- 3) 前掲注1) 10-12頁。
- 4) ニューツーリズムとは、観光庁によると、「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」と定義されている。また、「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、産業観光等が挙げられ、旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすいことから、地域活性化につながるもの」とされている。観光庁、「観光地域づくり」、<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/index.html>、2021年2月15日閲覧。
- 5) 「酒蔵ツーリズム」は、佐賀県鹿島市の登録商標である。2011年に富久千代酒造の「鍋島」が世界的な品評会で最高賞を受賞したことを契機に、国内外に向けた鹿島の日本酒や独自の文化の情報発信、酒蔵・日本酒を活用した地域活性化を行うことを目的に「鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会」を設立し、現在各地で展開されている酒蔵ツーリズムの先駆けとなる活動を幅広く行われている。鹿島酒蔵ツーリズム、「これまでの歩み」、<https://sakagura-tourism.com/history/>、2021年12月22日閲覧。
- 6) 観光庁、「テーマ別観光による地方誘客事業」、https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/theme_betsu.html#sake、2021年12月22日閲覧。
- 7) ワインツーリズムは明確に定義されていないが、Hall 他 (2002) によると、ワインツーリズムとは、「ワインのテイastingやワイン産地の風土の体験を訪問者の主要な動機とする、ブドウ畑やワイナリー、ワインフェスティバル、

- ワイン展示会への訪問」と定義している。
- Hall C. Michael 他『Wine Tourism Around the World』、Routledge、2002、150-176頁。
- 8) 国税庁、「国内製造ワインの概況（平成30年度調査分）」、https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/seizogaikyo/kajitsu/pdf/h30/30wine_all.pdf、2022年2月24日閲覧。
 - 9) 農林水産省、「特産果樹生産動態等調査」、平成29年度産、<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/file-download?statInfId=000031912765&fileKind=0>、2020年10月21日閲覧。
 - 10) ブランド総合研究所、「地域ブランド調査2021結果発表」、<https://news.tiiki.jp/articles/4696>、2021年12月20日閲覧。
 - 11) 安田亘宏「フードツーリズムと観光まちづくりの地域マーケティングによる考察」、地域イノベーション、4、2012、4、24頁。
 - 12) 観光庁が作成した「酒蔵ツーリズム事例集」によると、先進的な酒蔵ツーリズムの取り組みでは、海の京都酒蔵めぐり、兵庫県内の酒蔵ツーリズム、ふくしま酒蔵巡りスタンプラリー、やまなしワインタクシーなど23の事例が紹介されている。観光庁、「酒蔵ツーリズム事例集（第3弾）〈平成28年3月作成〉」、<https://www.mlit.go.jp/common/001125318.pdf>、2021年10月12日閲覧。
 - 13) 学術的研究では、酒蔵による地域活性化に関する石崎忠司（2020）の研究や、国内の事例研究についての五嶋俊彦（2020）の研究や柴田聡太郎（2019）の研究などが存在する。雑誌・書籍では、観光資源としての酒蔵活用について言及した関千里の報告（2012）や、小長谷一之・福山直寿ら（2012）による酒蔵による観光まちづくりに関する一連の報告などが存在する。
 - ・石崎忠司「酒蔵の再生による地域活性化」、『企業研究』、中央大学企業研究所、37、2020、43-73頁。
 - ・五嶋俊彦「酒蔵ツーリズムの成功事例—播磨型酒蔵ツーリズムを全国に広げるには—」、『大阪観光大学紀要』、20、2020、28-40頁。
 - ・柴田聡太郎・馬小鄧 他「茨城県における酒蔵ツーリズムを活用した観光まちづくりに関する考察—笠間市を事例として—」、『地域イノベーション』、法政大学地域研究センター、12、2019、49-53頁。
 - ・関千里「日本酒を通じた地域振興—観光資源としての國酒—」、『食品工業』、55、23、2012、46-53頁。
 - ・小長谷一之・福山直寿 他『地域活性化戦略』、晃洋書房、2012、131-201頁。
 - 14) 西村泰長「清酒業における酒蔵ツーリズムの意義について」、『日本観光研究学会全国大会学術論文集』、29、2014、161-164頁。
 - 15) 竹安栄子・井上守正 他「日本酒文化を核としたツーリズム—全国酒造メーカー調査の結果分析より—」、『現代社会研究科論集』、京都女子大学、11、2017、43-70頁。
 - 16) 前掲注14) 163-164頁。
 - 17) 笹本貴之「山梨を本当の旅の『世界の先進地』にする—ワインツーリズムを活用した地域づくり—」、『果実日本』、64、10、9-13頁。
 - 18) 安田亘宏「日本のワインツーリズムに関する一考察」、『西武文理大学サービス経営学部研究紀要』、20、2012、3-14頁。
 - 19) 桃井謙祐「ワインツーリズムとフードツーリズムの一体化に関する考察」、『第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集』、2017、49-52頁。
 - 20) 澤村明「日本におけるワインツーリズム研究の展望と課題および酒ツーリズムについて」、『新潟大学経済論集』、106、2019、51-58頁。
 - 21) 前掲注18) 6頁。
 - 22) 菊地俊夫・兼子純・田林明 他「カナダ・ブリティッシュコロンビア州のバンクーバー島カウチンバレーにおけるワイナリーの発展にみる農村空間の商品化」、『地理空間』、9、1、2016、115-129頁。
 - 23) 矢ヶ崎典隆「カナダ・ブリティッシュコロンビア州オカナガンバレーのケローナ地域におけるワインツーリズム」、『地理空間』、9、1、2016、131-145頁。
 - 24) 海外ではニュージーランド・フランス・オース

- トラリア・カナダなど、日本では甲府盆地などのワインに関連する研究報告が存在する。
- 25) 敷田麻実・八反田元子「観光による農村と都市の創造的関係の構築に関する研究—Integrated Rural Tourism によるワインツーリズムの分析から—」、『北海道開発協会開発調査総合研究所助成研究論文集』、2013、145-170頁。
- 26) 八反田元子『農村と都市の創造的関係の構築に対する観光の機能に関する研究：ワインツーリズムを事例として』、北海道大学観光学博士論文、No.12289、2016、70頁。
- 27) 進藤賢一「農村複合化とワイン事業—富良野、池田を事例として—」、『経済と経営』、15、1、1984、17-79頁。
- 28) 亀畑義彦・中根正彦「富良野市ワイン事業の経営展開—主として経過と考え方—」、『北海道教育大学紀要（第1部B）』、40、1、1989、17-30頁。
- 29) 金井一頼『企業家活動のダイナミクス—ベンチャー創造のプロセスと戦略—』、大阪大学経済学博士論文、No.8487、2002。
- 30) この論稿はふらのワイン誕生の歴史的な変遷をまとめており、本研究の参考になるところが多い。長村知幸「ふらのワインの戦略展開」、『地域活性研究』、5、2014、221-230頁。
- 31) 前掲注30) 221-230頁。
- 32) 進藤賢一「農村複合化とワイン事業—富良野、池田を事例として—」、『経済と経営』、15、1、1984、40頁。
- 33) 富良野市ぶどう果樹研究所『富良野市ふらのワイン事業20周年記念誌』、富良野市ぶどう果樹研究所、1993、6頁。
- 34) テロワール (Terroir) とは、ワイン用のブドウなどの産地の風土に関するあらゆる特性のこと。澤村明 (2018) は、「日本ワインの産地表示制度が定着し、ぶどう産地を表示した国産ワインのテロワールが語られるようになったなら、海外のワインツーリズムに肩を並べるようになるであろう。」と示唆している。澤村明「日本におけるワインツーリズム研究の展望と課題および酒ツーリズムについて」、『新潟大学経済論集』、106、2019、56頁。
- 35) 前掲注33) 28頁。
- ①については、原料ブドウ生産や農産加工事業の振興、ふらのワインハウスでの宣伝促進販売を通して、富良野市の観光業と商工業の振興を図る、としている。
- ③については、富良野市内の販売を中心に、札幌市や旭川市などの道内主要都市に限定販売する、としている。
- 36) 「六次産業化」とは、農業の第一次産業と加工された第二次産業、さらには現地で販売提供される第三次産業を併せた付加価値を生み出す経営形態である。政府や自治体の取り組みも積極的に行われており、六次産業などで作られた商品の発信などがみられる。「農林漁業の6次産業化」、農林水産省、<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>、2020年11月18日閲覧。
- 37) 原料ぶどうの収量減少や資材高騰・輸送経費の値上げなどにともない、2019年3月1日より、下記のように改定された。(価格は税込)
- ・ふらのワイン (赤・白・ロゼ)
1,281円→1,394円
 - ・ぶどう果汁 (赤) 756円→900円
 - ・ぶどう果汁 (白) 864円→1,000円
- ふらのワイン公式ホームページ、<http://www.furanowine.jp/cgi/diary.cgi?page=3>、2020年11月17日閲覧。
- 38) 「ふらのワイン」、『広報ふらの』、富良野市、697、2019、11頁。
- 39) 「北の『高級食』今年の逸品は」、『朝日新聞』、2021年3月5日、朝刊、26頁。
- 40) 『「へそとスキーとワインのまち」ふらの：北海道富良野市』、『用地ジャーナル』、大成出版社、23、4、2014、17頁。
- 41) 前掲注38) 4-5頁。
- 42) 前掲注38) 7頁。
- 43) 規定の団体に加盟している飲食店に、1店舗に対し、ふらのワイン (赤・白) 各1本、ぶどう果汁 (赤・白) 各1本の計4本を2020年3月28、

- 29日に無償提供した。
富良野市ぶどう果樹研究所、「News & Event」、
<http://www.furanowine.jp/cgi/diary.cgi?page=4>、2021年12月28日閲覧。
- 44) 富良野市、「観光客入込推移(昭和41年度から)」、
http://www.city.furano.hokkaido.jp/docs/2019070500028/files/2021_kamihanki_03_kankouirikomisuii.pdf、2021年12月22日閲覧。
- 45) ふらのワインハウスはオープン当時から「ワインに合う洋食レストラン」をコンセプトにしており、設立時の出資は富良野市が大部分を占めていたという。
- 46) 天野太郎「北海道富良野地域における観光空間に関する基礎的研究—観光客数の時系列変化と空間行動に関する調査—」、『同志社女子大学現代社会学会現代社会フォーラム』、11、2015、21頁。
- 47) 前掲注18) 6頁。
- 48) 2021年8月6日にふらのワイン公式インスタグラムの投稿で紹介されている。
- 49) 2020年度は感染症拡大の影響により中止、2021年度は感染症拡大の影響により10月10日に延期し中心市街地にある複合商業施設のフラノマルシェで開催された。
- 50) 前掲注33) 79頁。
- 51) 前掲注33) 80頁。
- 52) 前掲注18) 3-14頁。