

テロワールで読み解く日本ワイン産業 —グローバル化時代の食と生産地をめぐる諸相—

深谷 拓未

要旨

本論文は、世界のワイン産業との比較の中で、日本ワイン産業の現状をテロワールの概念を通じて分析し、グローバル化が進む現代における食の高品質化のプロセスを考察する。テロワールは、環境要因と人的要因からなる生産地の地域的オリジナル性に食品の価値を見出す概念である。そして、テロワールがワインの法制度において「原産地」を創り出す根本理念となってきただけでなく、ワインの専門家による評価の基準として拡大してきた。日本ワイン産業の場合には、経済的な支援によってワイン生産が活発化している一方で、政治あるいは生産の場におけるテロワールの浸透は途中段階であると位置付けられる。また、ブドウ畑の環境要因と、それに対応するような生産実践にオリジナル性がないわけではない。そのため、行政、専門家、生産者によって地域的オリジナル性が再認識されることで、テロワールが見出され、発信されていくことが期待される。

キーワード：テロワール、食、生産地、グローバル化、日本ワイン産業

1. 序論

(1) 本論文の目的と視座

グローバル化が進む現在、モノ、情報、価値観が、世界規模で瞬時に越境、移動する。その反面、ローカルな地域の文化や社会は、もはやこうしたグローバル化が招く複雑性とは無関係でなくなっている（アパデュライ

論文

2004)。世界へと開かれた地域の営みを捉えるには、地域の実践のみならず、流動するモノ、情報、価値観、あるいはそこに介在する政治、権力、経済をも含めた包括的な議論が必要である。

本論文は、中でも日本ワイン産業の現状を、世界のワイン産業との比較の中で位置付けることを目的とする。とりわけ、地域的オリジナル性を強調する「テロワール (terroir)」という概念は、ワインの法制度の整備のための根本理念であると同時に、専門家による味の評価基準であり、さらには生産者の実践を価値付ける概念でもある。本論では、日本における地理的表示の現状、ワイン専門家によるテロワールの使用とワインの評価方法、そして生産者の実践・語りとテロワールとの関係を、具体事例を含めて分析することで、日本ワイン産業がテロワールの浸透途中、すなわち「テロワール化」の過程に位置付けられることを明らかにする。以上の論考を通じて、日本ワイン産業もまた、地域的オリジナル性を模索・強調することで、世界のワイン市場において比類なきワインを産出する可能性とその一方策を模索する。

(2)食と生産地：なぜテロワールが問題となるのか

食は人類に普遍的な社会的営為であり、学術領域のみならず社会一般の関心も高まりつつある。とりわけ、人文学的な食文化研究においては、食は単なる栄養摂取に留まらず、食に付与された意味や象徴といった社会、文化的側面が取り上げられてきた。よく知られるものには、特定の食物や加工技術の地域的な伝播を示す研究(石毛 1998；中尾 2005)や、Lévi-Strauss (1983 [1964])による「料理の三角形」のように、食の象徴記号論的な研究がある。

しかし、現代の食文化に目を向ければ、すでにある閉鎖的な社会を想定することは難しく、食がグローバルな規模で生産、流通、消費され、食に関する情報と価値観も瞬時に移動するといった特徴を看過することはできなくなっている。アパデュライ (2004) は、グローバル化を世界規模の文化の均一化というよりも、むしろ地域の複雑化を招くとし、その中で流通する商品の価値も、目まぐるしく変化し、かつ不確定であることを指摘している。例えば、グローバルな食の流通に伴い、生産地とは異なる価値が食に付与され

ることもありうる。ミンツ（1988）による砂糖の研究は、食をグローバル化の中で捉えた最も早い例といえるだろうが、彼は、砂糖の生産地であるカリブ海地域から消費地であるイギリスの間で生じる、フードシステム、経済、権力、労働問題にまで言及している。このように、ひとたび食をグローバル化の文脈におくならば、生産、流通、消費の様式が複雑化、高度化すると同時に、政治的かつ経済的事象と深く関わり合いを持つ。野林（2019）は、こうした食の付加価値（ブランディング）に関する行為を纏めて、産業と呼ぶ。ここで、とりわけ本論文で取り上げるワイン産業は、上記のようなグローバル／地域、流通／生産、消費者／生産者といった諸要素が交錯しており、現代の食をめぐる諸相の縮図として扱うことが可能である。

ところで、ワイン産業の諸相を読み解く上で、「テロワール（terroir）」は無視することができない重要概念であり、ワインの価値と関連するような、生産実践、味、政治・経済、言説といった諸要素と密接に関わっている。テロワールの一応の定義を示しておく、以下のようになる。

テロワールは、1860年代よりフランスにてワイン銘醸地の公式な評価や原産地の地理的表示制度に用いられるものとして発展した場所と味に関する概念である。食物に独特な感覚的特徴を与える生育環境や生産の諸条件と、それらの象徴的価値の総体と定義される。

『世界の食文化百科事典』p.406

具体的にテロワールは、環境要因（environmental factors）と人的要因（human factors）からなる地域的オリジナル性にワインの味覚上の差異や品質を求める概念であり、地理的表示を定めるワインの法的整備の根本思想となってきた。確かに、テロワールは、フランスを中心に発展してきた概念ではある。しかし、本論で詳述する通り、テロワールの法制度との関係、浸透の歴史や使用方法の変遷、あるいは生産地への影響などの側面を紐解けば、この概念はワイン業界全般におけるワインの価値を分析する上で鍵となる概念である。そのため、テロワールとワイン産業との関係を読み解くことは、

論文

グローバル化が進行する中で、ワインが地域的オリジナル性を以って価値付けられる過程と、そこに介在する諸要因を読み解くことに他ならない。本論文は、こうした視点から、日本ワイン産業の現在を把握するものである。

日本は、遅くとも明治以降の西洋文化の浸透に伴って、西洋式のワイン消費文化が普及し、さらに遅れて日本産ワインの生産が拡大してきた。こうしたワイン消費・生産が後発であったという時代的な背景からも、既に西洋を中心に、テロワールに関する人文学的研究の充実した蓄積がある一方で、生産者の実践や語りを総合的に分析し、日本ワイン産業をテロワールの概念で読み解くような論考の試みはまだ例をみない。なお、本論文の作業とは、日本ワイン産業をテロワールの浸透過程に位置付けるものではあるが、同時に、日本の各生産地ならではの地域的オリジナル性を強調し、世界のワイン市場における日本産ワインの価値向上のための方策の一端を示すものでもあろう。

(3) 本論文の分析手法：テロワールの分類

ただ、仮にテロワールが多岐にわたる要素と関わる重要概念であるにせよ、分析を試みる上で一応の分類は必要だろう。まず、テロワールは、観念レベルと言語表現レベルに分類される。つまり、生産地の地域的オリジナル性を重んじるその価値観や考え方を観念レベルのテロワールとするならば、後者は実際に「テロワール」という語そのものを用いてオリジナル性への価値観を表現するか、というレベルである。次に、(観念レベルか言語表現レベルかを問わず) テロワールを制度化し、身体感覚を通じて感じ取り、実践するそれぞれの主体の分類が可能である。すなわち、政治(原産地呼称制度や地理的表示)を執り行う行政機関、職能集団(ソムリエ、愛好家など)やメディア、そして生産者という分類である。このように、本論文ではテロワールの次元の縦軸(観念レベル/言語表現レベル)と主体の横軸(行政/専門家/生産者)を措定する。もちろん、これらの分類が重要であるわけではなく、明確に分類され得ない部分もある。そうではなく、本論においては、このテロワールの主体の横軸の順に、学術的な検討を合わせながら、世界のワイン

業界での潮流と日本における具体事例を対応させるという形式を採っている。

2. テロワール小史と法制度化：「原産地」を創り出すテロワール

(1) テロワール誕生の経緯

日本酒やビールと比べてみても、なぜとりわけワインは生産地と結びつけられて語られるようになったのだろうか。仮に特定の生産地のワインが特定の味を有するとして、その地域の人々によって認識されることはあったにせよ、グローバル化が進行する以前においては、ワインの流通範囲も限定的であり、ワインの産地名が問題にすらならなかったであろう。

麻井(1981)が述べるところによると、現在テロワールの概念に象徴されるように、生産地の地質や気候という風土、あるいは生産地の職人技とも呼ばれ得る「ノウハウ(savoir-fair)」にワインの味・品質の理由を求めるといふ、ワイン業界が陥りやすい「静態的・宿命的風土論」(麻井1981:106)は、ワイン造りの長い歴史からすれば比較的後になって誕生した観念である。そして、政治学者や歴史学者たちは、このテロワールの誕生を、18世紀から19世紀にかけて急速に拡大した世界的なワイン生産と関連付ける。

ワインの世界的な生産の始まりは、15世紀以降西洋の宣教師たちが、南北アメリカ大陸からオセアニアに至るまで、ブドウを持ち込んだことに遡る。中でも、ブドウ栽培に適していたカリフォルニアにブドウが伝わり、修道院の設立と共に本格的なワイン醸造が始まったのが、18世紀末のことである(ピット 2012:225-6)。このカリフォルニアに代表されるような、宣教師によってブドウ栽培とワイン醸造が伝えられた、いわゆる「新興生産地」には、カリフォルニア以外に南米のチリ、オーストラリアやニュージーランド、南アフリカなどがこれに分類される。「新興生産地」に対し、それまでワインを生産し続けてきた西洋諸国を中心とした「旧生産地」には、フランスの他にイタリア、ドイツ、スペインなどが分類される。そして、「新興生産地」は、ワインの品質を徐々に向上させ、19世紀末にもなると「旧生産地」に匹敵するワインを産出するようになっていった(ピット 2012; ミロン 2015)。

論文

この「新興生産地」の台頭が実証された歴史的出来事が、1976年の「パリの審判」であろう。この年、パリで開催された試飲会において、フランス人ソムリエが、フランスワインよりもカリフォルニアワインを高く評価し、たちまち世界のワイン業界に激震が走った(ピット 2012)。

「パリの審判」は同時に、「新興生産地」で採用されていた、科学的研究に裏付けられた技術を駆使したワイン生産の成功も意味していた。一方で、こうした「新興生産地」に対し「旧生産地」は、科学技術やテイスティングで測れるようなワインの品質とは異なる要素で、ワインを価値付ける必要性に直面した。19世紀末時点のフランスでは既に、科学技術を駆使した「新興生産地」に対する反応がみられていたという。例えば、1889年と1900年にパリで開催された展覧会 (Paris Universal Exhibition) におけるフランスワインを取り上げた Tran (2013) は、この時期にフランスのワイン生産者によるワインの評価方法が転換したことを読み取っている。まず、19世紀後半には、ワイン生産地の土壌や気候に関する科学的研究が進み、ブドウの苗木や生産技術に関する情報が世界的に移動可能になった。その結果、「新興生産地」であっても、「旧生産地」と同じブドウの苗木を用いて、同じ土壌や気候条件でブドウを栽培することが可能となっていた。これを受けてフランスのワイン生産者らは、これまでブドウの品種、土壌、気候にワインの品質の理由を求めてきたのに対し、19世紀末のこの展覧会では一転、「伝統的」な生産技術の図解、高名なワイナリーのブドウ畑の風景写真、そして歴史的建造物の写真を展示するようになった。このようにして、他の生産地へと移動することができない、地域的オリジナル性にワインの「真正性 (authenticity)」を見出すようになった。以上のような、他の生産地とは比較が不可能な地域的オリジナル性、その生産地で受け継がれてきた「ノウハウ」、風景、生産の歴史や記憶が統合された「伝統 (tradition)」、これらをテロワールという概念で抽象化して表現されるようになっていった (Tran 2013)。テロワール概念自体のルーツは、16世紀フランスにまで遡るとされるが、現在のような意味・観念を伴いながら、その使用が一般化したのは、やはり19世紀になったのことだとされる (Parker 2015)。近年では、テロワール概念の拡大と浸透を

受けて、生産者が自らの実践、「ノウハウ」、過去を反省し、テロワールと呼べるべきものを発見することで、市場に地域的オリジナル性をアピールする動きも各地でみられている(Ascione et al 2020)。

以上のような観念レベルあるいは言語表現レベルでのテロワールの隆盛と足並みをそろえるように、テロワールはワインの法制度の根本理念となっていく。テロワールを理念的な背景に据え、ワインの地理的表示を定める法的整備を行った最たる国として知られるのがフランスである。フランスは、1935年にAOC(Appellation d'Origine Contrôlée)と称する原産地呼称制度を制定し、地理的に画定された「原産地」で産出されたワインの地理的呼称が定められた。AOCでは、原料ブドウの品種の使用割合、単位面積あたりの収量、ワインの最低アルコール濃度など、栽培・醸造方法に関する制約事項も呼称のための基準として設けられた(野村 2019:186; 蛭原 2019:92)。ここで注目したいのが、この制度は、生産地における「継続的に実践されるローカル慣行」に依拠するものであり、「伝統」的習慣と領域的範囲との結合(すなわちテロワール)が、呼称の対象となる「原産地」観念を作り上げるために必要な思想的要素であった点である(野村 2019:186-7)。実際、AOCを担当するフランス国立原産地品質研究所は、テロワールを以下のように明記している。

It is the notion of soil (terroir) that is the basis of the concept of Appellations d'origine - AO. A terroir is a specific geographical area where production takes its originality directly from the specific nature of its production area. Terroir is based on a system of interactions between physical and biological environment, and a set of human factors within a space which a human community built during its history with a collective productive knowledge. There are elements of originality and typicality of the product.

フランス国立原産地品質研究所ホームページより

このように、政治におけるテロワールとは、地理的オリジナル性の強調によって他と区別された「原産地」を、法的な統制・保護の対象とする根本的な観念である。今や、原産地呼称制度はEUに共通の基準（2008年）となった他、「新興生産地」のアメリカにおける「アメリカ政府承認ぶどう栽培地域（American Viticultural Areas）」など、内容の詳細は異なるものの、世界の様々な生産地でワインの法的統制と保護が行われてきている。

(2) 日本におけるワインの制度整備：地理的表示の特徴と役割

日本におけるワインは、3.(2)に詳述するように、ワイン消費文化が先行した一方で、ワインの法的制度整備は遅れを取ってきた。そもそも、主として食用としてブドウを栽培してきた日本は、ワインの主要な生産地とはいいきれず、日本のワイン生産の幕開けも明治初期とされる（一般社団法人日本ソムリエ協会 2020：61）。また、第二次世界大戦によってワイン生産が衰退してただけでなく、行政がワイン産業に力を入れるようになる以前は、酒類製造免許申請にはハードルが高い基準が設けられており、製造免許の認定自体が困難であった（山本 2009：176-8）。また、1973年は「ワイン元年」と称されるように、1960年代から1980年代にかけて日本国内のワイン需要が増加した（一般社団法人日本ソムリエ協会 2020：61）一方、日本産ワインの法的整備への行政の意識が高まったわけではなかった。

日本におけるワインを含む酒類の地理的表示は、主に国際社会における地理的表示の動向と基準に準じてきたとした方がよいだろう。1995年のWTO発足に伴い、酒類の地理的表示による保護制度を設けることが義務付けられたため、当初、日本酒や焼酎がこれに登録された（蛭原 2019：192）。その中でワインは、「GI山梨」が2013年によりやく第一号として指定された。これに加え、1990年代以降、ワインの国外輸出に際する生産地標記に関する法的な保護が必要とされてきたこと、そして地理的表示の基準と手続きを明確化する目的で、よりやく2014年国税庁により「地理的表示法（特定農林水産物等の名称の保護に関する法律）」が制定され、翌2015年には「酒類の地理的表示に関するガイドライン」も示された。「地理的表示法」の目的は、具体

的に以下のように記されている。

世界貿易機関を設立するマラケシュ協定附属書一Cの知的所有権の貿易関連の側面に関する協定に基づき特定農林水産物等の名称の保護に関する制度を確立することにより、特定農林水産物等の生産業者の利益の保護を図り、もって農林水産業及びその関連産業の発展に寄与し、併せて需要者の利益を保護することを目的とする。

地理的表示法(特定農林水産物等の名称の保護に関する法律)第一条

この法律に基づき、生産者団体による申請と農林水産大臣による登録によって、特定の生産地標記を、輸出・展示等に際して使用することができるようになった。現在、ワインでは「GI長野」、「GI北海道」の他、直近では2021年に「GI大阪」が登録された。

また、これらの地理的表示への関心の高まりに呼応するように2015年、平成27年国税庁告示第18号「果実酒等の製法品質表示基準」によって「日本ワイン」が定義され、果実酒製造免許の認定手続きも容易化されました。その結果として、国税庁は果実酒製造免許をそれまでよりも多く認定しており、年度別の認定数も右肩上がりである(図1参照)。この他にも、例えば、日本政策金融公庫は「スーパーL資金」によって、農業経営改善計画の認定を受けた者に、自主性と創意工夫を活かした経営改善を資金面で支援しており、ワイン産業もこの資金援助を受けた例がある。地方行政についても、ワイン産業への支援政策は積極的な例が多く、山梨県では、甲州市商工会が「甲州ワインEU輸出プロジェクト」に乗り出すなど、ワイン生産を経済面と技術面から幅広い支援を行っている。また、クラウドファンディングを利用したワイン業界への新規参入など、その資金獲得方法が幅広いのも、ワイン産業が草創期である日本の特徴ともいえる。このように、日本ワイン産業に対する行政の動きは、ワイン産業に対する経済政策の拡充も後押ししている。

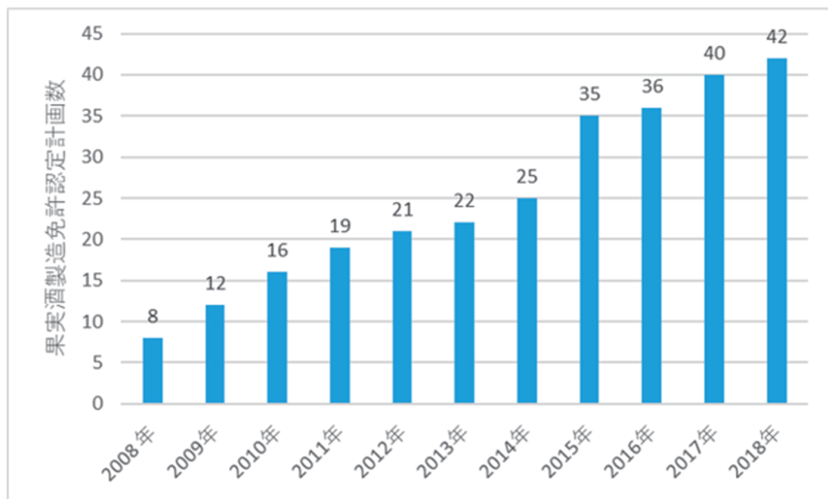


図1 果実酒製造免許認定数の年次変化
(国税庁統計年報告2022年をもとに筆者作成)

上記のように、日本におけるワインの法制度上の動向を俯瞰すると、フランスのAOCに倣った形で、地理的表示を導入している限り、政治においては観念レベルのテロワールが広がりを見せていることは間違いなさだろう(蛭原 2019 : 200)。尤も、「酒類の地理的表示に関するガイドライン」は、酒類の輸出入に際して障壁とならないようにEUのワイン法と「相互乗り入れ」が可能な内容になっていることが特徴である(蛭原 2019 : 194-8)。ただし、仮に日本におけるワインの法制度が全体的にはテロワールに立脚しているにしても、日本の地理的表示におけるワインの生産方法や生産規制についての基準は、AOCのそれに比べると明らかに少なく、「ある商品に関し、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において、当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示」(蛭原 2020 : 116)に留まっている。一方で、テロワール概念を根本理念としたAOCのように、継続的に行われてきた「伝統」的な生産実践と領域的範囲(野村 2019 : 186-7)という思想的要素は希薄であるといえる。

3. 専門家によるワインの評価：感じとられるテロワール

(1) 標準化されたテイスティング：ソムリエの技法

次に本章では、専門家(ソムリエ、メディア、ワイン愛好家)に着目し、テロワールの身体感覚としての側面、つまり味覚によるワインの評価に注目する。

ワインは、生産地や銘柄ごとの微細な味の差に最も注意が払われるという特徴があるが、これはワイン業界において、法制度的規定のみならず、ワインの職能集団であるソムリエによる品質の評価が、メディアを通じて市場に影響を与えていることも大きな要因の一つだと推測される。世界のソムリエは、基本的には各国でソムリエ協会を設立しており、さらに各ソムリエ協会は、国際ソムリエ協会 (Association de la Sommellerie Internationale) に所属する形を取っている。そして、各ソムリエは、こうしたソムリエ協会によって標準化されたワインに関する知識の他、専門的なワインの味覚評価である「テイスティング」の技法を身に着けることになる。そのため、テイスティングによる評価は、単に個人的な嗜好ではなく、より客観性を有し、結果としてワインの市場価値を評定する際に参照される。

まず、専門的なテイスティングに用いられる用具(グラス)は国際規格のものが一般的である。テイスティングでは、ワインの感覚情報が「外観」「香り」「味わい」に分類され、この順にコメント(テイスティングコメント)がなされる(図2参照、技術的な詳細はJackson 2016を参照)。「外観」「香り」「味わい」の各段階では、必要となる動作や方法があるが、例えば「香り」を判断するためのグラスを回す「スワリング」動作や、「味わい」を判断するための空気を含ませる口の動作は、一定の訓練と経験を要する。次に、こうした感覚情報に基づいたコメントを作成する際には、比喩が多用される。ここでも、使用される比喩はある程度決まっており、とりわけワインの「香り」の比喩について、世界の関連書籍で最もよく参照されているのがNoble et al(1987)による「アロマ・ホイール(aroma wheel)」である。アロマ・ホイールとは、ワインに感じられる香りの表現のインデックスであり、果実、スパイス、化学物質などから構成される。そして各ソムリエは、アロマ・ホイールに含まれる比喩を覚え、適切なものを選択する訓練を受けなければならない

論文

(Sternsdorff-Cisterna 2014)。また、各国のソムリエ協会は、基本的にはオリジナルの英語版アロマ・ホイールを現地語へと直訳し、これらの比喩を使用している(日本の場合には、一般社団法人日本ソムリエ協会 2020、東原ら 2017を参照)。

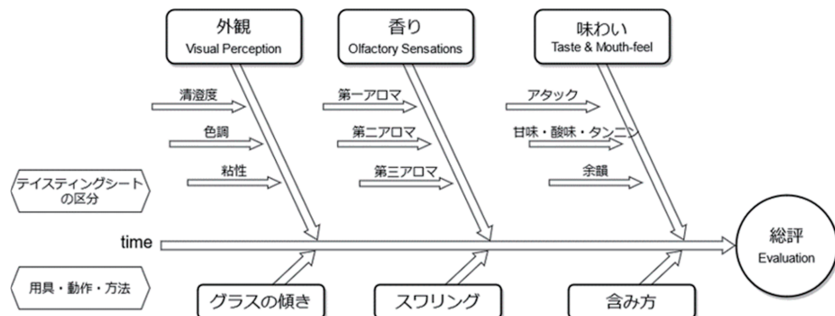


図2 テイスティングの流れ(Jackson (2016)をもとに筆者作成)

(2) 日本におけるテロワール：ソムリエの特権として

とりわけ日本においては、(行政や生産者によるテロワールの発信とは異なり) 専門家がテロワールをより特権的に使用していることを特徴とする。こうした日本ワイン産業の文化的背景について、世界におけるワイン文化の歴史的動向とテロワールの解釈を調査したDemossier (2018)は、漫画『神の雫』を手掛かりに論じている。漫画『神の雫』は2004年11月に講談社の漫画雑誌「モーニング」51号に初掲載され、『神の雫』一卷は2005年第一版が発行された。この漫画の人気は、1994年のいわゆる日本のワインブーム、そして1995年に国際ソムリエ協会の開催するソムリエコンクールにおいて、田崎信也氏がアジア出身者として初めて優勝を飾るといった出来事も後押ししていた。これに伴い、「日本の(ワインに関する)文学が発展し、同時にメディアの影響力も増したことにより、ワインが西洋の夕食の食卓には欠かせないものとして、日本でイディオムとして固定化していった。しかし、このことは飲食文化を通じた日本の西洋化にも関連すること」(内筆者、Demossier 2018: 168)でもあったと指摘されている。

ここでは、例えば『神の雫』がそうであるように、文学やメディアによって西洋のワイン文化がテロワールという概念を以って紹介されており、そこにおけるテロワールは、フランスの「伝統」を是認したり、ワインと特定の「銘醸地」とを結びつけるための用語としての役割を果たしていたりした。そのため、ソムリエ、ワイン愛好家、そして社会的高階層の消費者によってワインが経験され、言語表現レベルのテロワールがエリートを象徴する概念として定着していった(Demossier 2018: 171-5)。

現在でも例えば、以下の一般向け料理雑誌に掲載された記事でも、いかにテロワールがソムリエによって解釈されているかが分かる。以下の例では、ソムリエ大越基裕氏に教えを乞う形式で、ワインの味についてこのような解説がなされている。

「なんなら、ざっくり“ぶどうが育った環境”と思ってもらえれば大丈夫です」環境……、環境ねえ？ でもなぜ愛好家は、こんなに「ぶどうが育った環境」なんて言葉を使うのか？「その質問は、ワインの本質に迫るものかもしれませんね」大越さんの目がキラリと光った。[……]ぶどうの育つ環境は日射量が多ければ暖かく、風が穏やかでも暖かい。なにより土に（熱を保ちやすい）小石や砂が多いと暖かい。これが逆になると、冷涼な環境ということになる。この仕組みを知ると、テロワールのイメージはぐっと具体的になる。「テロワールこそワインの本質です」という大越さんの言葉を思い出す。ワインを口に含み、その生まれた故郷（テロワール）を想像する。燦々と降り注ぐ太陽、穏やかに吹く風、乾いた大地。これを一度、旨いワインでやると抜け出せなくなる人もいるらしい。人々をワインの虜にさせるゲームの名前、それこそ「テロワール」なのかもしれない。

『dancyu』2016年12月号 pp.52-53

ここで言及されているテロワールと関わるワインの味に左右する要素とは、日照量というある程度地理的な条件から、風や土壌の性質といったかな

論文

りミクロな生育条件にまで及んでいることが分かる。したがってこの場合、テロワールとは、テイスティングを通してワインの味覚上の印象から想像・連想される、特に原料ブドウの生育環境に関係する地理的要素の集合、あるいはイメージであるかのようなものである。さらに、以下のワイン専門誌における事例では、「テロワールが感じられるワインが価値の高いワイン」、「テロワールや個性が感じられない陳腐なワイン」であるといった評価の方法がなされている。

ワイン生産地として何よりも重要なことは、どんな品種を使おうと、テロワールの刻印が明確にワインに刻まれることである。[...]ワインがほかの飲み物と一線を画す最大の特徴が、畑の個性がワインに際立って反映されることであるとすれば、イタリアはまさに卓越したワイン産地であるといえる。そしてまさに、テロワールを反映させることにより個性的なワインが生まれるのであれば、その手段(固有品種であるか、外国品種であるか、近代的スタイルであるか、伝統的スタイルであるかなど)は2次的重要性しか持たない。[...] (雑誌中に紹介されているワインは)テロワールや個性が感じられない陳腐なワインは1本もない。

『ワイン王国』89号 p.29

このように、専門家によるテロワールは、観念レベルでも、そして言語表現レベルでも、ワインを評価する基準であることが分かる。こうしたテロワールの有無を基準としたワインの評価は、日本に限った話でもなく、世界のワイン市場においても当てはまる。例えば、ある生産地のテロワールが専門家によって認可されなければ、世界のワイン市場において評価され難く、生産者は独自のテロワールの解釈とアピールの必要に迫られることが既に報告されている(Jung 2014; Montereescu 2017)。このようなテロワールが感じられることによって評価されるワインは、原産地呼称として登録されるワインとの重なりも多く、この意味で、政治におけるテロワールと、専門家によるテロワールは共進的ではある。

一方、以下の通り、日本ワイン産業に対する専門家の評価をみると、政治あるいは生産者における観念レベルのテロワールの不足が指摘されている。

田崎：(長野ワインの)スタンダードなレベルを上げるには、AOCのように、もっと少し地域を限定したシステムをつくることが必要です。[……]現状ではスペインワインが好きだからといってテンプラニーリョを植えるような好き勝手が多すぎるように思います。もっとテロワールを考えることが大事です。

玉村：それは行政主導でなく、造り手側にテロワールの意識がないとできませんね。

田崎：まさにその通りです。造り手が自分たちのテロワールを意識することで未来が見えてくると思います。40年後、50年後、継続するためには、好き勝手ブドウを植えるのではなく、例えばこのエリアは白シャルドネと赤ピノ・ノワールにするとか。ブルゴーニュはあんなに広いエリアなのに、好き勝手にカベルネを植える人はいないじゃないですか。テロワールの意識が育たないことには、日本ワインの将来は危うい気がします。

()内は筆者注、『ソムリエ』189号 p.8

こうした日本ワイン産業におけるAOCのような制度の不足は、2.(2)で示した、日本の地理的表示制度においてテロワールの要素が希薄であるとする論者の見解と矛盾しない。次章では、こうしたテロワールへの意識を求められる生産地の実態へと肉薄する。

4. 生産者：実践するが語らない

本章で生産地の具体事例として取り上げる日本のワイナリーは、北陸地方内で隣接する3軒のワイナリー(ワイナリーA、B、Cとする)である。筆者は2020年11月、このうちワイナリーAとBを実際に訪問し、インタビュー調査を実施した他、同月に開催されたソムリエ協会主催のテロワールをテー

論文

マにした講演会にて、この3軒のワイナリーの代表者が登壇し、筆者もこの講演会に参加することで調査した。3軒のワイナリーの概要は表1に示した通りである。なお、この地域のワインは、地理的表示への登録はなく、ブドウ品種・栽培方法、ワインのスタイル・価格もワイナリーごとに様々である。

表1 ワイナリーの概要(筆者作成)

ワイナリー	創業年	年間生産量	生産体系	仕立て法	観光	補助金	醸造用機器
A	1920年代	35000ℓ	自社農園 (6ha) 契約農家 (2ha)	棚仕立て	ワイナリーツア-	無	圧搾機
B	2000年代後半	18750ℓ	自社農園 (3.5ha)	垣根仕立て	ワイナリーツア- 宿泊 レストラン	有	除梗破碎機 圧搾機
C	2010年代後半	76000ℓ	自社農園 (12ha)	垣根仕立て	ワイナリーツア-	有	除梗破碎機 圧搾機 定温ステンレスタンク

この3軒のワイナリーを概観すると、経営体系の観点から、ワイナリーAは他ワイナリーB、Cとは性格を異にしている。ワイナリーAの創業は第二次世界大戦前と古く、戦前から続く数少ないワイナリーの一つといえる。その一方で、ワイナリーBとCについては、1990年代以降のワインブームや、2015年の国家戦略特別区域法に代表されるような行政によるワイン産業活性化に向けた政策により激増してきた、比較的新しいワイナリーの部類に含まれるとよい。さらに、ワイナリーBとCは、地方創生や新規産業設立支援などを目的とした補助金等を得て経営を展開している。特に、補助金の多くが初期の設備投資、つまりワイン醸造のための醸造設備や醸造用機器に投資されていることが分かる。醸造用機器の例としては、除梗破碎機、圧搾機、温度調節が可能なステンレス製保存タンクなどが挙げられる。こうした機器のほとんどはイタリアやドイツなどから輸入されたものである。一方、補助金等の需給のないワイナリーAでは、近年になってようやくこうした圧搾機を導入できたという。

(1) テロワールとの距離感

当然テロワール概念は、ソムリエやメディアを介して、外来の概念とし

て生産地に普及してきたことは間違いない。まず、筆者がワイナリーAとBを訪れた際の各代表者の発言から、テロワールが、どのように使用され、解釈されているかから分析する。

(筆者がワイナリーAを訪れた際、ワイナリーA代表者に翌日に迫った講演会で、テロワールをどのように語るつもりなのかを問うた時の応答)

ワイナリーA代表者：テロワールは私たちが語るべきではない。(…)うん。ソムリエさんがどうこう言うことであってね。シャルドネらしさが出ていないなんて言われても、それは私たちの土地だと思えますね。私たちは、うん、(畑に)おじいさんの顔が見える。昔は、おじいさん、カニの乾燥肥料を撒いた。子供の時、あの物置から変な匂いしてね。乾燥して撒くんですよ。そんなことを(講演会で)伝えようかな。私達が誰でも当たり前にやってきたことって、わからないですもんね。あと苦労話とか?いろいろ失敗しました。垣根はやっぱりダメだったし。収穫はね、秋雨があるから、それまでに(ブドウを)取らなければいけない。一日が勝負なんですよ。おじいさんが、「今日やるぞ」といったら今日なんです。私なんか、もうちょっと残して熟した方がいいと思って一日待ったら、やっぱり失敗したりとかして。

(ワイナリーBにおいて、筆者を含めた7人の観光客がワイナリーツアーに参加し、ツアーの案内役である代表者と観光客との質疑応答)

観光客男性：毎年ボジョレー(ヌーヴォー)とか、最高の年って言われるけど。「最悪の年」って聞いたことないんですけど。なんかそういうのってあるんですか。作ってて。ブドウの時にもうわかっちゃうんですか。

ワイナリーB代表者：そうですね、できというのは、ブドウの状態のことを言います。でやっぱり、海外のメーカーほど悪く言わないです

ね。こういう厳しい年だったけど、いいワインが出来たと。その土地のテロワールが。(…)ええ(…)テロワールっていうのは、気候とか、そういうのだけじゃなくて。(…)その(…)変えられないものはありますよね。(海外のメーカーは)今まで育まれた最高のものですって言っちゃってますね。

観光客男性：年初めに、これは飲めたものじゃないですって言っちゃったら、その一年売れていかないですもんね。

()内筆者注

そして、ワイナリーA、B、Cそれぞれの代表者が登壇したソムリエ協会主催の講演会では、テロワールについて、それぞれ異なる見解が垣間見えた。まず、上記のように、テロワールを生産者が語るべきでないとするワイナリーA代表者は、テロワールに言及することは一切なかった。一方、ワイナリーA代表者の講演内容は、近年様々な補助金を得て創業に乗り出した他のワイナリーと区別する意図で、3世代続くワイナリーの歴史やA代表者自身の幼少期からのブドウ畑での記憶語りを中心であった。ワイナリーB代表者は、講演の最後にテロワールとは何なのかと自問し、講演を締めくくろうとするも、上手く言葉が続かず、少々戸惑いの様子をみせながら、「テロワールは絶対にある」とだけ発言した。残るワイナリーC代表者は、自社のブドウ畑の地質、風、土地の傾斜、気温、降雨量、日照時間を具体的数値で示し、これらをテロワールとして紹介した。

以上のように、日本のワイン生産者は、ワイナリーA代表者のように、ソムリエこそがテロワールを使用する役割があると考えており(3.(2)とも関連)、テロワールの定義、解釈、説明も生産者ごとに異なる。同時に、ワイナリーB代表者のように、テロワールが西洋を中心とした既存の「銘醸地」ワインの品質を評価・保持するための概念として機能していることを、やや否定的に捉えている。そのため、テロワールと日本の生産者との間には、少なくとも言語表現レベルにおいては一定の距離感があることを窺い知ることができる。

(2) ブドウ畑の風景と実践

では、日本のワイン生産者の実践を、地域的オリジナル性を強調するテロワールの概念を以って評価することは不可能なのだろうか。ここで注目したいのは、(i)垣根仕立てで構成されるブドウ畑の審美的な風景と、(ii)生産者の実践と語りから抽出可能な「ノウハウ」についてである。

まず(i)を注目するのも、生産者が発信するワイナリーの紹介には、随所にブドウ畑の美しさに関する文言がみられるからである。例えを挙げるならば、以下のようなものがある。

最初は荒地だった自分の畑が美しい垣根となった景色を見る度に「ここに来てよかった」と達成感を感じます。ぶどうの味には、作り手の個性が出ます。これからもぶどうと真摯に向き合いながら最大限のポテンシャルを引き出していけたらと思っています。

『余市・仁木ワインツーリズムプロジェクト冊子』p.5

落ち着いた、堅牢な本社・醸造棟は(このワイナリーが位置する)平野を一望にみわたしています。美しい山々に囲まれたぶどう畑では、私達は心から満たされた農業を営んでいます。

ワイナリーCパンフレット

とりわけ垣根仕立ては、西洋のワイン生産地の多くで採用されているブドウ植樹方法であり、一般にもブドウ畑の風景としてイメージされやすい。こうした垣根仕立てで構成されるブドウ畑は、生産者にとって、「美しい」、審美的な感情を伴っている。ワイナリーC代表者は、講演会においてブドウ畑の風景写真を提示し、フランスの「銘醸地」におけるブドウ畑との視覚的、気候的、審美的な共通点を強調していた。また、ワイナリーBも垣根仕立てを採用しているが、多雨多湿という環境条件のもとで垣根仕立てを継続・維持するため、工夫を凝らしている。一方、現在ではテラス型の棚仕立てを採用するワイナリーAにおいても、結果的には失敗に終わったものの、垣根仕

論文

立てが試みられていた。このように、垣根仕立てによるブドウ畑の風景は、生産者の抱く西洋型のブドウ畑への憧憬と、それを実現させるための創意工夫によって成り立つものである。

これに関連して(ii)について、こうしたブドウ畑を前に引き出されるのは、ワイナリーA代表者の発言にみられるように、ブドウ畑での生産実践の経験や記憶に関する語りである。講習会でも紹介された「苦労話」とは具体的に、臭いけれどもカニを原料とした肥料を撒いた経験、秋雨が降る前にブドウを収穫しなければいけないという先人の知恵、ブドウ栽培方法や収穫日の失敗の経験である。さらに、ワイナリーBにおいても、高温多湿という気候条件を乗り越えようと、ブドウ畑の地中に排水管を設置している。これらはまさに、ブドウ畑の環境要因に対応する形で、生産者が身に着けてきた、あるいは先人から引き継いできた生産過程上の工夫と知恵である。

以上のように、とりわけ言語表現レベルでのテロワールは、生産者によって解釈・評価が異なる。しかし、(i)のように彼らがブドウ畑の風景に審美性を見出し、アピールする試みは、Tran(2013)が読み取ったテロワールの観念を確立していったフランスのワイン生産者の試みと共通性がある。そして、(ii)のような、ブドウ栽培における彼らの実践、工夫、そして語りには、Ascione et al(2020)が指摘するような、生産者が自らの実践や過去を反省的に解釈することで、地域的オリジナル性を見出し、テロワールとして発信していく過程と類似する部分が多い。ただし、各ワイナリーに特有の実践がみられる一方で、それらが当該地域内である共有されたものであると確認することはできず、地理的表示等による生産基準にもなっていないため、これらを地域的オリジナル性、あるいはテロワールの一要素である、地域で「伝統」的に引き継がれてきた「ノウハウ」とまではすることができないのが現状であろう。

5. まとめと考察

本論文は、世界のワイン産業との比較の中で、日本ワイン産業の現状をテロワール概念を通じて明らかにすることを目的とした。この作業は、グ

ローバル化の進行した現在において食と生産地の複雑で多元的な関係の一端を示すのみならず、発展しつつある日本ワイン産業の展望を示すものでもある。

まず、特定の地域で生産されたワインの味・品質の理由を、その生産地から移動しえない要因に求めようとする観念は、フランスを中心に展開してきたが、この背景には、ワインがグローバルに生産、流通、消費されるようになったことと強く関係していた。その中で、環境要因と人的要因からなる地理的オリジナル性、すなわちブドウ畑の風景と「伝統」的な知識、そして職人技なる「ノウハウ」が、総合的、象徴的かつ抽象的に「テロワール」と表現されていった(Tran 2013)。

これと同時にテロワールは、フランスのAOCに代表されるような、ワインの法制度(原産地呼称制度)の根本理念となってきた(野村 2019; 蛭原 2019)。日本におけるワインの地理的表示は、ここ10年ほどに大きな動向がみられるが、EUの地理的表示あるいは原産地呼称制度が意識された内容であり、「相互乗り入れ」(蛭原 2019)が可能な内容になっていることが特徴として挙げられる。また、国税庁による果実酒製造免許の認定手続きの容易化と果実酒製造免許の認定数の増加、さらにワイナリーに対する経済政策の拡充に伴い、日本ワイン産業は勢いを増している。こうした政治的動向を捉える限り、日本においては、西洋を模倣・追従したワインの法制度が整備され、観念レベルのテロワールが浸透していると捉えられる。ただし、日本の地理的表示における生産方法や生産規制についての基準・制限はまだ緩い(野村 2019)。

一方、専門家(ソムリエ、メディア、ワイン愛好家)は、ワインの味の評価(テイスティング)に際して、世界で標準化された専門性の高い道具と技術を用い、比喩表現を習得することで、そのワインにテロワールを感じるかどうかを判断している。彼ら専門家の評価は、ワイン産業に影響を与え得るが、とりわけ日本においては、ソムリエ、メディア、文学によって、テロワールが特権的に使用され、ワイン消費文化の根本的なものとして解釈・発信されてきた文化史的背景がある。現在でも、日本において専門家の発信するワイ

論文

ンの評価において、テロワールが持ち出されることがあるが、日本ワイン産業に対しては、行政機関と生産者によるテロワールの意識の希薄さが指摘されている。

実際、まだ地理的表示への登録はされていない北陸地方のワイン産業を例に挙げた場合、生産者によるテロワールの解釈にばらつきがみられる他、その語の使用を回避する態度も確認されるなど、少なくとも言語表現レベルでのテロワールが浸透しているとはし難い。しかし、ちょうどブドウ畑の風景に価値を見出してきたフランスのワイン生産者(Tran 2013)と同様、生産者らは、理想とする垣根仕立てからなるブドウ畑の風景に審美性を感じ、アピールする試みがなされている。一方で、ワイナリー独自の、ブドウ畑の環境要因に対応するような実践の工夫や、引き継がれてきた技法や知識がないわけではなく、生産者が自らの実践や過去を反省的に解釈することで、地域的オリジナル性を見出す(Ascione et al 2020を参照)動きが活発化する可能性が秘められている状態である。

確かに、テロワールは、西洋に由来する概念であり、政治あるいは専門家によるワインの価値評価基準の根本思想をなしている。ただし、いかなる地域の原産地呼称制度、テロワールの解釈と使用、生産実践をみても、確固とした絶対的なテロワールが、所与のものとしてあるわけではない。そうではなく、観念レベルでも言語表現レベルでも、様々な主体(行政、ソムリエ、メディア、生産者)がテロワールを制度化、解釈、発信することでこそ、テロワールが社会的事実となっていく(濱田 2020; 須田 2016も参照)。そのため、本論で分析してきたのは、ワイン産業におけるテロワールをめぐる諸現象が、「テロワール化」とも呼ぶべきプロセスであり、日本ワイン産業は、現段階では「テロワール化」の途中段階に位置付けることができる。

今後、日本ワイン産業の発展のための一方策を、本論文で示してきた「テロワール化」になぞらえて示すとすれば、(他の生産地と区別されうるような)環境要因と人的要因が折り重なった地域的オリジナル性が見出され、認可されていく、その取り組みとプロセスが重要である。日本ワイン産業を評した専門家が指摘するような、生産地の環境に適したブドウの選出はその一

例ではあろうが、それにとどまらず、ワイナリー A 代表者の述べた「秋雨前にブドウを収穫する」こと、ワイナリー B が高温多湿という環境条件に対し、工夫を施してブドウ栽培をすること、ワイナリー C が垣根仕立てで「美しい」ブドウ畑の風景を形成しているといった生産者の実践などにも、この地域のテロワールを見出す手掛かりはあるのではないか。もちろん、これらは現在のところ、本論で対象とした地域の生産者によって共有されたものではなく、地理的表示による制約事項にもなっていない。ある特定の地域にテロワールが見出され、政治、市場、消費者によって認可されていくには、まさにテロワールをテーマにした講演会が開催されたように、行政、専門家、生産者が対話し、地域的オリジナル性とは何なのかを検討し、再認識していくような場と機会が不可欠だろう。

引用文献

- アパデュライ, A. 2004『さまよえる近代——グローバル化の文化研究』門田健一訳 平凡社.
- 麻井宇介 1981『比較ワイン文化考』中央公論社.
- Ascione, E., et al. 2020. Cultivating Activism through Terroir: An Anthropology of Sustainable Winemakers in Umbria, Italy, *Food, Culture & Society*, 23 (3), 277-295. Published online: 09 Apr. 2020 URL: <https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1741063>
- Demossier, M. 2018. *Burgundy: The Global Story of Terroir*, Berghahn Books.
- 蛸原健介 2019『ワイン法』講談社.
- 2020『日本のワイン法』虹有社.
- 濱田信吾 2020「メロワール概念の創成と実践」『大阪樟蔭女子大学研究紀要』10: 63-74.
- 一般社団法人日本ソムリエ協会 2020『日本ソムリエ協会教本 2020』.
- 2022『ソムリエ 189号』.
- 石毛直道 1998『食文化探訪』新人物往来社.
- Jackson, R. S. 2016. *Wine Tasting: A Professional Handbook 3rd Edition*, Academic Press.
- Jung, Y. 2014. Tasting and Judging the Unknown Terroir of the Bulgarian Wine: The Political Economy of Sensory Experience, *Food and Foodways*, 22, 24-47.
- 株式会社ワイン王国 2015『ワイン王国 89号』.
- Lévi-Strauss, C. 1983 (1964). *The Raw and the Cooked: Mythologiques, Vol.1*.

論文

- Weightman, J. & Weightman, D. (trans), University of Chicago Press.
丸善 2021『世界の食文化百科事典』。
ミロン, M. 2015『ワインの歴史』竹田円訳 原書房。
ミンツ, S. 1988『甘さと権力——砂糖が語る近代史』川北稔・和田光弘訳 平凡社。
Monterescu, D. 2017. Border Wines: Terroir across Contested Territory, *Gastronomica*, 17 (4), 127-140.
中尾佐助 2005『料理の起源と食文化』北海道大学図書刊行会。
野林厚志 2019「特集「地域の食の形成——日本を中心とした産業化の脈絡のなかで」序」『国立民族学博物館研究報告』44 (2) : 279-289。
Noble, A. C., et al. 1987. Modification of a Standardized System of Wine Aroma Terminology, *American Society for Enology and Viticulture*, 38, 143-146.
野村啓介 2019『ヨーロッパワイン文化史——銘醸地フランスの歴史を中心に』東北大学出版会。
Parker, T. 2015. *Tasting French Terroir: The History of an Idea*, University of California Press.
ピット, J. 2012『ワインの世界史——海を渡ったワインの秘密』幸田礼雅訳 人文書院。
プレジデント社 2016『dancyu 2016年12月号』。
Sternsdorff-Cisterna, N. 2014. Unexpected Moments and the Wine Experience, *Food and Foodways*, 22, 90-111。
須田文明 2016「コモンにおける真正性の試験と評価——テロワール・ワインと有機農産物を事例に」山本泰三編『認知資本主義——21世紀のポリティカル・エコノミー』ナカニシヤ出版 pp. 103-120。
東原和成ら 2017『ワインの香り——日本のワインアロマホイール&アロマカードで分かる!』虹有社。
Tran, V. T. 2013. Grapes on Trial: Wine at the Paris World's Fairs of 1889 and 1990, *Food and Foodways*, 21, 267-287。
山本博 2009「日本におけるワインの現行法規制」山本博・高橋梯二・蛭原健介著『世界のワイン法』日本評論社 pp. 169-221。

謝辞

本論文の基礎となる調査及び本論文執筆は、日本学術振興会特別研究員奨励費（研究課題番号：20J21376）、及び公益財団法人松下幸之助記念志財団2024年度研究助成（人文科学・社会科学領域）によって可能となった。ここに感謝申し上げる。