

# 山梨とワイン —スタートアップの視点から—

## Yamanashi and Wine: from a Startup Perspective

片山 拓馬      中山 雅之

### 要約

最初に個が起こした変化が、どのように地域に伝わるのか、その変化がマクロレベルに達する中、変革の発信地はどのような状況になるのか、これを明らかにすることが本研究の目的である。横浜の港が開き、起業機会を発見した山梨の企業家は、身近にあった経営資源・葡萄を使用して、葡萄酒醸造を試みる。それが事業となり地域に広がり、全国に伝播する中、起業の地はジリジリとその勢力を落としていった。総生産量でトップから落ち、日本ワインの生産量も減少気味で、ここ数年の醸造所の設立数は他の地域に追い越され、また、品評においてもその地位が揺らいでいる。それでも、ワインと山梨の伝統と正当性を保持しようと新たな企業家が誕生しているのである。しかしながら、その地は、開港の頃と変わらぬ市場規模の中で、格闘をしている。

キーワード：ワイン、山梨、スタートアップ、正当性

### 1. はじめに

#### 1.1. 企業家とワイン

人はどのような状況で起業するのか。必要とされる起業機会・経営資源・アントレプレナー (Timmons, 1994) が整えば、実現するのか。Global Entrepreneurship Monitor<sup>1</sup> (2022) は、新しいビジネスを始めようとしている「総合起業活動指数」を算出し、一人あたりのGDPが低い経済地域ほど、その数値は高い傾向にある。また、同じ程度の経済レベルにあっても、例えば日本の数値が低いことの原因は、文化も影響していると考えられている。起業することをあまり良いとする文化ではないということである。起業は起業機会や資源、経済状況や文化、またその他の要因にも影響され、それが企図される。

起業が社会や経済に与える変化の程度は様々である。新結合を実現することで、均衡状態を破壊

---

1 1999年に最初の調査が行われ年1回実施しているこの調査は、起業活動と国の経済成長との関係を分析し、起業活動を活発化する要因や政策を明らかにすることを主な目的としている。対象は18歳～64歳で、新しいビジネスを始めようとしているから、給与・報酬を受けてから42ヶ月までの人数が人口に占める割合を総合起業活動指数TEA (Total Entrepreneurial Activity) とする。

し、不均衡を創り出すイノベーションの担い手とし、企業家を経済発展に欠かせないアクターとしたSchumpeterは、その行動を創造的反応とし、「経済、産業、あるいはその産業の中にある企業がそれとは別の何か、既存の慣行を超える何かを行う」とした (Schumpeter, 1934)。

このことについて、想定する人物像は経済全体の立場から見たものであり、会社の成長から考えれば、やや劇的な人物であるという見方もある (Penrose, 1959)。更に、革新者によって見つけれられた機会を利用しようとする模倣者によっても企業家的行動は成されるとも指摘されている (Kirzner, 1973)。

このSchumpeterとKirznerの議論を元に金井 (2012) は、最初のミクロレベルのSchumpeter的企業家活動に刺激されて発現する群生的企業家活動はKirzner的として、これをメゾレベル (地域) と捉え、それがマクロレベル (国) の経済発展につながると説明した。

また、個が起こした変化がその後生き延びることができるかは、正当性を得られるか否かが鍵であると組織エコロジー理論でも説明される (Carroll and Hannan, 1989)。新しいプロダクトが市場から正当性を得ていない段階では、それほど多くのプレイヤーが参入しない。同時に正当化されていないプロダクトが売れず企業の死亡率は高い。その後プロダクトが正当性を得始めると、徐々に市場に参入する企業が増える。これがメゾレベルへの発展ともいえる。増えた企業で市場内の密度が高まってゆき、頂点に達すれば飽和状態になり、過当競争が激しくなり企業の死亡率も増す。その為誕生率も低下する。スタートアップは、当初この正当性をいかに獲得するかということが生存率を高める。そして正当性が獲得されれば、そのプロダクトはメゾレベルで大きく成長することが期待できるのである。

こうした個が起こした変革が地域の変革につながった事例研究は、国内でも幾つか行われている (松原, 2010; 山田・伊藤, 2013)。ワインと地域を扱った研究は、経済地理学の分野では、資本や流通に関するもの (小林, 1965) や、地域特性と原料の供給体制に関するもの (伊賀, 2017) などがある。ワインを活用した産地振興に関してはワインツーリズムの研究も進んでいる (Hall, 2013)。経営や起業の分野では、起業家の行動から生産地域の特性を明らかにしたもの (Saito and Takenaka, 2004) や、ワイナリーの経営基盤と戦略に着目して、地域でのワイン産業の存立構造を考察したものもある (鈴木ら, 2021)。また、歴史地理学の分野では、山梨で興きた日本初のワインの会社とこれに関係した人々が、明治前期に地域の中で、主体としていかなる役割を果たしたかという視点での研究がなされている (2013, 湯澤)。

## 1.2. 研究目的と方法

企業家の行動が地域変革を起こした事例研究は、既存の事業が不調となり、その対策として変革が行われたことを扱ったものが多い。また、地域とワイン醸造・ぶどう栽培を取り扱った研究の多くは、ある一定の時期の事例を取り上げたものである。

本研究は、その後のミクロ的視点に立った研究に資するよう、比較的大きな視点から、一人の企業家が企業家活動で起こした変化が、どのように地域に伝わるのか、その変化がマクロレベルに達

する中、最初の変革地はどのように変化したのかを、Carroll and Hannan (1989) と金井 (2012) の先行研究に基づき把握することが本研究の目的である。対象地域は、日本でのワイン醸造発祥の山梨である。

研究方法として、歴史部分は文献調査を中心に行う。その後、地域から全国に広がった部分は主に統計データを使用する。そして今なお起業がなされている現状についてはフィールドに入りデータ収集を行う。2022年2月よりフィールドに入った。参画方法としては、より現場に近い情報を得る為に、山梨にあるワイナリーの一つに雇用される形態を採用した。同社は昭和初期からぶどう生産者が集まって醸造を始めた組織で、1963年に法人化され、比較的歴史があり地域の農家や販売店との繋がりもある<sup>2</sup>。

## 2. 歴史的事実

1859年、横浜が開けば、ジャーディン・マセソン商會が商館を建て、横浜ホテルが開業し、外国人商人は日本人と商いをする。大量に取引され、明治期の輸出を牽引した生糸の産地として有名なのは、北関東では、群馬県桐生・富岡、福島県二本松。また、長野県諏訪・岡谷と山梨県甲府の生糸は、八王子の鏈水、原町田を通り横浜に至る。この生糸を集荷しながら市場に至る道は絹の道などとも呼ばれる。

山梨県出身の篠原忠右衛門 (1809-1891) は、開港と同じ年に外国奉行所から出店の許可を得て、横浜に木綿や生糸を販売する甲州屋を開店する。店舗は三越越後屋の横浜支店と道を挟んで向かいである。この甲州屋の二階は、徐々に甲州出身者の宿泊場所となっていく (石井, 1958; 仲田, 2018)。

この頃に輸入されたワインが飲まれていたことの説明には、歌川芳員が1860年に描いた『外国人酒宴之図』や、1861年11月23日付の週刊英字新聞『ザ・ジャパン・ヘラルド』のワインやビールの広告が、大方紹介される。甲州産の生糸を横浜で販売していた山梨県勝沼出身の小澤善平 (1840-1885) は、葡萄酒を飲み、将来日本でも好まれる味だと考え、原料の栽培方法や製造方法を習得しようとしていた (朝比奈, 1915)。こうした情報は絹の道を通り山梨にもたらされたことは考えられる。この小澤は1867年に葡萄栽培とワイン醸造を学ぶ為に、幕府の許可無くカリフォルニアに渡航する。

日本でのワイン醸造のルーツを辿れば山梨県の山田宥教 (1840-1885) と詫間憲久 (1837-1886) に行き着く。山田は甲府市広庭町にあった大総院の僧侶で、この頃より野生葡萄で葡萄酒を試醸していたと記録されている。そして、その結果が良好であったため1870-71年頃から、檀家に近い関係であった詫間と共同で製品化を図る (朝比奈, 1915; 日本和洋酒缶詰新聞社, 1974)。詫間の生家は造り酒屋を営んでおり、醤油・味噌・荒物も扱う商家であった。この詫間の日本酒醸造所を借りて山田は本格的にワイン醸造を行う (仲田, 2018)。1875年1月26日の甲府新聞に、前年秋に詫間が

---

2 この醸造所は葡萄栽培も行っている。また、著者は山梨県産業技術センターでワイン醸造技術の修得をし、地域のぶどう農園では栽培の手伝いをしながらそれを学び、関係者との交流を広げた。

ワインを醸造し、販売していることが紹介され、続く2月10日の記事に詫間のワイン製造方法が公開され、葡萄の糖分がアルコール発酵している様子が記載されている。麻井(1992)はこれを「日本で最初のワイン醸造記録である」としている。ここで紹介されたワインの生産量は白ワイン約860ℓ、赤ワイン約1,800ℓであり、ボトルにすると3,500本ほどとなる。またこの頃、山梨以外でのワイン醸造は、松江、松本、弘前、滋賀などで試みられたもののいずれも大きな成就に至っていない。(仲田, 2018)。

この頃は、1873年に帰国した大久保利通が同年に初代内務卿となり、内務省が設立され、殖産興業が更に推進される。同じ年に山梨県の権令(後に県令)となった藤村紫朗(1845-1909)は、生糸生産に注力しながらも、3月には葡萄を加工して外国人に売ることによって利益が数倍になると、「勸業授産の方法」としてまとめ、大蔵省に具申している。この流れで1875年、兄の桂太郎と共にドイツに留学していた桂二郎(1856-不明)に対して、葡萄栽培とワイン醸造を学んだ後、山梨県で働くことを条件に留学費用を貸し付けている(仲田, 2018)。そして、1876年には農業試験場でもある山梨県立勸業試験場が設立される。このワイン国産化への国の取組は、1870年に東京と北海道に葡萄の試験園が開設されて始まる。1872年現在の新宿御苑に葡萄を含む果樹の生産管理を行う内藤新宿試験場開設、1876年札幌葡萄酒醸造所開設、1877年フランスから戻った前田が三田に育種場を開く。1881年には兵庫県に播州葡萄園を開いている。また、葡萄の果樹に関しては、密航していた小澤は岩倉使節団とアメリカで面会し、1873年に帰国すると翌年、東京高輪と谷中で葡萄の苗木の栽培を始めている。

山田・詫間のワイン醸造は、瓶詰め出荷に辿り着いたものの、その後も所期の通り進まない状況が続き、それを知覚した藤村は、1876年6月に津田仙(1837-1908)を招聘している。津田はウィーン万博に農具や庭園植物の担当者として派遣され、その際に園芸について実習を伴う学習をしている。山田・詫間が醸造した葡萄酒について、「既に製造した醸造方法もってすれば、良種の葡萄を選んでこれを適宜に栽培してから葡萄酒を製造したならば、必ず良好なる美酒を得ることができる」と評している(海部, 1877)。この訪問の後の7月26日に山田・詫間は、藤村に対して、陳情の願書を出している。内容は、醸造に必要な機器を得たい、この秋は二万本を醸造したい、西洋葡萄の苗を二万本取り寄せて欲しい、必要資金3,700円の内、2,700円を拝借したい、というものであった。藤村が大久保宛に8月26日に出した申し立てに対して、10月半ば頃、機器と1,000円、これに加え、同年4月に開設された山梨県立葡萄醸造場に勤務していた大藤松五郎(1838-1890)が到着した。1868年戊辰戦争に敗れた会津藩士の何人かは、翌年にカリフォルニアに移り住み、茶や桑の栽培をし、若松コロニーを形成するが、この際に大藤も同行し、1876年に帰国するまでに現地で葡萄栽培とワイン醸造に従事している(仲田, 2020)。1865年に薩摩藩第一次英国留学生として渡英した長澤鼎(1852-1934)は、藩からの送金が途絶え、1867年にカリフォルニアに移住し、1875年に農園を開く(犬塚, 2013)。ここで大藤が働いたという可能性はあるが、記録は明確ではない。

大藤が参画した年には、山田・詫間は一万本を仕込む(朝比奈, 1915)が、ここで力尽き同年廃業となる(山梨県, 1879)。翌、1877年に県立勸業試験場内に葡萄酒醸造場が併設され、大藤が責任



者となり、山田・詫間の流れを引き継ぐ。この引継ぎは、同年に開催された第一回内国勸業博覧会に、先に製造したワインを出品し、出品者を勸業試験場の詫間、醸造者を大藤としていることからよくわかる（明治文献資料刊行会, 1963）。

これと同じ年、八代郡祝村で、地域で製糸業などを中心に複数の事業を行っている者たちが発起人となり新たなワイン醸造会社、通称祝村葡萄酒会社の設立が進められる。醸造を始めるにあたり、まずは二人の青年、高野正誠（1852-1923）と土屋龍憲（1859-1940）をこの年フランスに留学させる。高野は株主でもあり、土屋は発起人の一人の長男であった。この会社には藤村も子息の名で出資している（湯澤, 2013）。フランスに7年間留学し、葡萄の苗木や果樹の種子などを持ち帰っていた、後の山梨県知事前田正名（1850-1921）が、第3回パリ万博の為に渡航するのと一緒に、この二人も10月に横浜を出航する。このあたりからも官民が協働してワイン造りを成就させようとする様子がうかがえる。

この出立に入れ替わり、ドイツに行っていた桂が1878年に戻り、翌年から山梨県勸業試験場に勤め、大藤と共に葡萄栽培、ワイン醸造、また受入学生の教育を担当する。ここで長野、東京、長崎、高知の県外からの学生も学んでいる間に（仲田, 2020）、高野・土屋の1年半ほどの留学が終わり、1879年5月に帰国するや、早速に醸造に取り掛かる。

二人の留学の間に、製糸業を営んでいた株主の一人である高野積成（1846-1909）は、津田から西洋種葡萄の苗を購入して祝村で栽培を始める。その後1880年には葡萄栽培を組織的に推進する興業社を設立し、津田や小澤も参加している。この成果もあり、1882年には西洋品種の葡萄も使用して醸造を行っている。

二人が戻ってからの醸造の数量は、1879年30石、1880年179石、1881年59.58石、1882年48.87石、1883年19.99石である。生産量が減少している原因の一端は、いわゆる松方デフレの影響もあるが、1883年9月の株主総会で、葡萄酒が売れないことを議論されている事からも推察できる。翌1884年には醸造を停止し、解散に向けての議論がなされ、そのまま回復することなく1886年9月に解散に至る（湯澤, 2013）。

この間、1881年に高野正誠は前田と共に、和歌山県の蜜柑酒会社の株主になる。また、最後の醸造となった1883年には土屋は高野積成と共に、招かれて栃木県の野洲葡萄園の創業に参加しているが、成就していない（仲田, 2020）。

解散に際し、同年に財産を引き受けた菊島生宣の新会社には、土屋も参画するが、同じ年の秋には独立し、祝村葡萄酒会社発起人の一人の息子宫崎光太郎（1863-1947）と甲斐産葡萄酒醸造場を開設する（湯澤, 2013）。その後二人は分かれ別の会社となり、土屋はまるき葡萄酒に、宮崎は吸収合併されメルシャンと成ってゆく。また、栃木県から戻った高野積成は、1898年に甲州葡萄株式会社を設立する。しかし、やはり販売量は伸び悩み、1899年に葡萄酒飲用期成同盟会を設立して、消費拡大を訴える。更に葡萄生産者たちが自ら醸造を行い、葡萄価格の安定化を図るべく日之出商店が創られ、日常からワインを飲むことが推奨される。一升瓶入りのワイン文化は、この頃に芽生えが見られる。その後、甲州葡萄株式会社は、東洋葡萄酒に吸収されサドヤ醸造所に成長する。

このように山梨でのワイン醸造は、醸造技術の確立と並行して販売先の開拓が大きな課題となっていたが、甘味葡萄酒は売れていた。渋いワインにブランデーや薬草またハチミツなどを加えたもので、神谷傳兵衛（1856-1922）は有名な開発者であり、1881年頃から製造販売を始めている。この頃1882年に『仏国醸酒方』が出版される<sup>3</sup>。これは薬局で売られていたアルコールに、薬草などの調合具合が解説されている模造洋酒製法の手引き書である（麻井, 1998）。その後神谷は1903年に、茨城県牛久に葡萄畑を併設する醸造所を開設。この甘味葡萄酒は薬用として販売され広まって行き、この頃のワインはこの材料として使用される時期となる。土屋や宮崎もこの流れには逆らえず、甘味葡萄酒を製造販売している。また宮崎は、輸入ワインの流入も減らそうと、1907年にワインの関税引き上げを申し入れ、1909年衆議院、1910年に貴族院で採択されたが、実行されなかった。

1906年には鳥井信治郎が壽屋洋酒店を開業し、翌年に甘味葡萄酒・赤玉ポートワイン<sup>4</sup>を発売。ワイン原料を国内で安定して得る為、川上善兵衛が1890年新潟県上越市に開設した岩の原葡萄園を、1934年に共同出資の型で法人化する。また、鳥井は1936年には山梨県登美村に寿屋山梨農場を開き川上の苗を植え、葡萄栽培を行う。この川上善兵衛がここに至るまでに、小澤善平や高野積成などから学びを得ている。

### 3. 山梨ワインと市場形成

#### 3.1. 市場

市場が出来れば生産する者も増えるだろうが、しばらくの間、ワイン市場が育たない<sup>5</sup>。1899年に高野積成が葡萄酒の消費拡大運動を興していることなどからも、苦心の様子がうかがえる。そうならば生産も加速しない。図1は国内でワイン醸造が始まった頃の生産量である（朝比奈, 1915）。

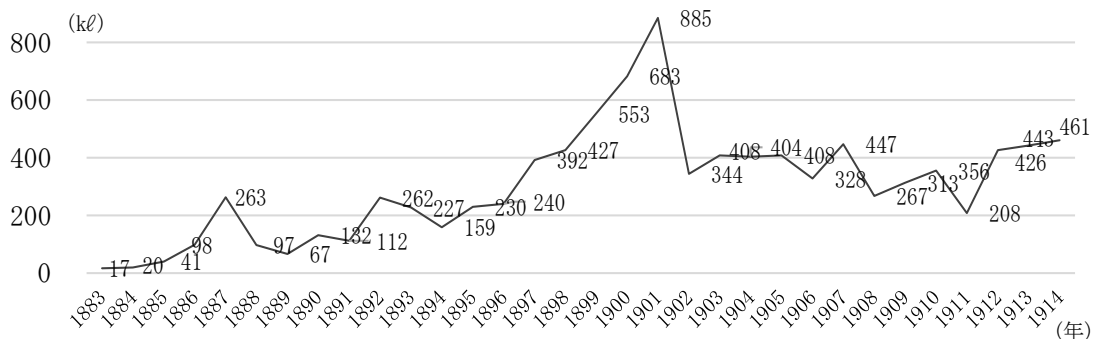


図1 明治期の国内ワイン醸造数

3 多くの殖産興業書を出版した有隣堂創業者穴山篤太郎による。

4 赤玉ポートワインから赤玉スイートワインに変更される。本稿は当初の名称で統一し使用する。

5 受容と消費の視点からの明治期のワインを分析は福田（2015）に詳しい。

表1 ワイン醸造所と醸造数（1915年）

府県名	場数	kℓ	割合
山梨	45	279	60.6
山形	22	37	8.1
新潟	9	35	7.5
茨城	5	32	6.8
長野	46	22	4.7
青森	4	18	3.9
神奈川	4	10	2.3

なお、2020年の日本国内のワイン製造数は101,612kℓ<sup>6</sup>である。

この頃のワイン生産は表1の通り、6割を山梨が行っている（朝比奈, 1915）。この生産されたワインは、ワインとしてではなく、その多くを甘味葡萄酒の原料として使用される。甘味葡萄酒の代表は、神谷傳兵衛が開発し近藤利兵衛が販売を担当した蜂印香露葡萄酒である。そして、薬用を強調した宣伝で、販売は薬市場が中心となった。その後、1907年に壽屋が赤玉ポートワインを発売すると甘味葡萄酒のマーケットを席卷し、1918年には市場8割を占めるようになる<sup>7</sup>。薬用ワイン、甘味葡萄酒の原料としてワインが使用される時期である。

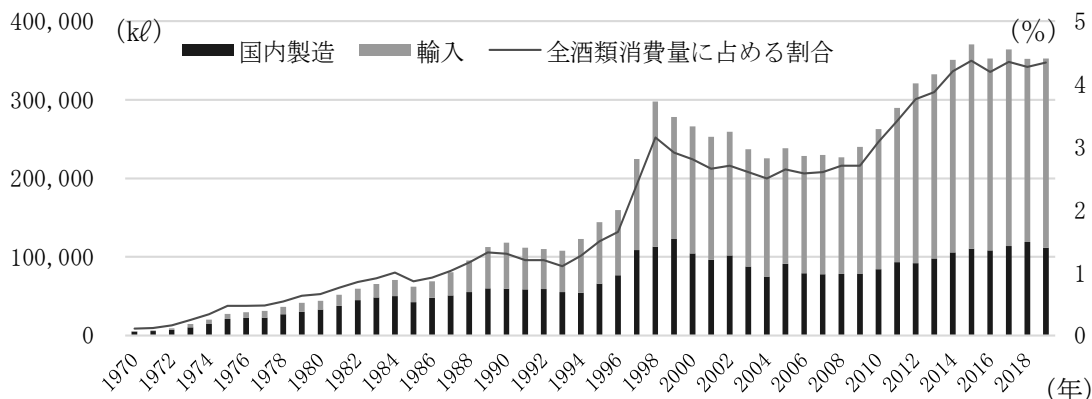
その後戦中には、軍需用にもなる<sup>8</sup>。海軍からの依頼で、潜水艦探知機の原材料として、ワイン醸造の際に産出される酒石酸を収集する為、新たな会社も設立され、高野積成が源流である甲府のサドヤが中心となった。その結果、1934年に2,450kℓであった全国のワイン醸造量は、1945年には34,200kℓになった。そして、戦後、1947年山梨工業専門学校（現山梨大学）に発酵研究所が設置され、再出発がなされてゆく。

山梨から発生した国内製造ワインが、その後マーケットに広がった様子を、宮崎光太郎の流れを組むワインブランド・メルシャンは、“ブーム”を7つに分けて次のように説明する。1972年テーブルワイン市場開幕、1978年1,000円前後ワインが売れる。1981年地ワイン（一升瓶）が売れ、そして好景気の1987年ヌーヴォーや高級ワインが泡を膨らませる。景気が低迷すると1994年ワンコイン低価格ワインが売れる。そして1997年赤ワインが人気となり、最後の2012年低価格輸入ワインと続く。図2は、国内消費の様子である。

6 以下、ワインの生産量と消費・ぶどうの使用量は国税庁、ぶどうの耕地面積・生産量は農林水産省のデータを使用する。

7 日本ワイン検定事務局（2021）『日本ワインの教科書』柴田書店。また、食品産業新聞（2018）「日本人のための日本のワイン「赤玉」110年の歴史 時代に寄りそう“変化対応”」では、大正末期に6割などとも表記される。

8 国税庁

図2 国内ワイン消費量<sup>9</sup>

麻井 (1992) は、「長い間、ワインをつくり続けてきた日本のブドウ酒醸造家たちが、それをワインと称して説明なしで、販売できるようになったのは、昭和四十六年頃からである」として、ブドウ酒には甘いものというイメージが強く結びついたことに、甘味ブドウ酒の功罪の深さを説明する。このことについて、福田 (2016) は、「受容がそれ以前の社会的表象を引きずって、言わば消費の障害となることもある」と述べる。甘味葡萄酒と葡萄酒の醸造量が逆転したのは1975年である<sup>10</sup>。

そして一連の流れの中で特に大きく消費量が増えたのは、1995年あたりから盛り上がっていく時期である。この年は、世界優秀ソムリエコンクールで日本人が優勝する。そして1997年頃より、赤ワインに多く含まれるポリフェノールが健康に良いという報道が進む。またしても健康に引っ張られてワイン需要が拡充することになる。消費量が数年前の2～3倍となった1998年、この年に消費された多くを生産したであろう1997年の国内での生産量は83,472kℓである。

第2次薬効ブームといえる日本のワイン市場がポリフェノールで成長するこの時期、生産シェアは山梨がトップで39.2%であった。続く2位は19.8%の神奈川である。図3は、その後2020年までの生産量上位地域の遷移である。明治から国内生産の多くを担ってきた山梨は神奈川に抜かれ、茨城にも抜かれる。この原因の多くは、大手製造メーカーの存在にある。

表2はワイン醸造場が多い上位3地域のここ数年の増加傾向である。この3つの地域で全国の醸造所数の50%ほどを占めている。このほか2020年は、岡山10場6位、栃木8場10位、神奈川6場16位である。

9 キリンホールディングス (2021)「ワイン参考資料」『市場データ・販売概況』と国税庁の数値より作成、輸入割合は国税庁統計年報果実酒の課税数量比。

10 国税庁 (2014)『酒のしおり』



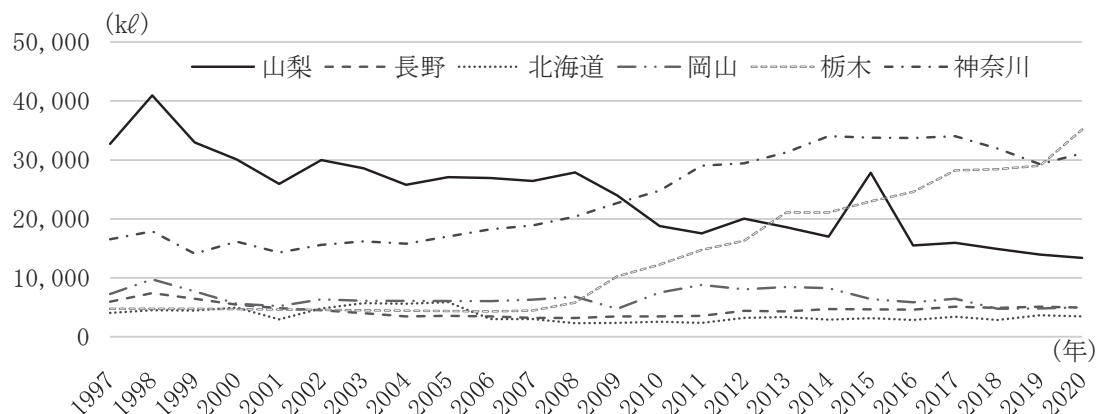


図3 “ブーム”後の国内生産量上位地域の推移

表2 主要産地のワイン醸造場数<sup>11</sup>

地域	2016	2017	2018	2019	2020
山梨	81	81	85	85	92
長野	34	35	38	55	62
北海道	34	35	37	42	46
全国	283	303	331	369	413

国税庁が質問紙調査により収集している、ワイナリーの経営状況に関するデータは、年間の生産規模を100kℓ未満、100kℓ以上300kℓ未満、300kℓ以上1,000kℓ未満、1,000kℓ以上の4つに分けている。2018年度醸造分の調査<sup>12</sup>によると、回答者の内訳は、最小の100kℓ未満が全体の84.6%で、最大の1,000kℓ以上は7件であった。また全体の47.1%の会社は営業利益50万円未満で、全体の32.1%は営業赤字である。そしてこの大手7件の醸造量の合計が全体の82.2%（67,673kℓ）を占めている。この内4件は国内大手のビールメーカー関連で、1件は大手調味料メーカーのワイナリーである。そして、これらのワイン工場が所在する地域が、栃木、神奈川、岡山、山梨、長野である。

次に、国内で製造されるワインは、使用する原料により大きく2種類に分けられる。一つは国産ぶどうのみを原料とするもの。もう一つは、海外から輸入された濃縮果汁を使用するものである。大手7社が使用する原料のおよそ92%が後者である。

11 製造免許を持つ醸造場から試験免許と製造・出荷をしていない醸造場を引いた数値。

12 国税庁がワイナリーに対して行った調査で、回答率は87.5%である。この年の国内での醸造量は95,834kℓであり、回答者の合計醸造量は82,319kℓである。その為、大手は回答済みとした場合、大手7社の製造割合は70.6%となる。

ブドウからワインを直接醸造しない事例は、過去にフランスでも存在している。メイガやウドンコ病のようにその年の収穫が駄目になるのではなく、葡萄の木それ自体を枯らす、フィロキセラ（葡萄根油虫）が原因である。1870年代からボルドーで被害が報告され、徐々に北上して1880年代はブルゴーニュやロワール川流域に、1890年代にはシャンパーニュ地方にも広がる。1885年以降アメリカ産の台木にフランス産の穂木を接ぎ木して対策をすることでその拡大を防いだが、この間ワインが不足する。それを補ったのが、砂糖を加えたものや、搾りかすをつかった二番煎じしたもの、またレーズンを原料にしたものなど「工夫」がなされた飲料である。ワイン生産が元のように回復しても、これらの模造品は安価であることもあり、広がりには集束しなかったため、生産者が行動を起こし、1889年にワインは新鮮な葡萄を発酵させてできる飲み物と、グリフ法で指定するに至った（Garrier, 1995）。これが後の、原産地統制呼称制度（AOC: Appellation d'Origine Contrôlée）へとつながる。

日本でもこうした基準が作られたのが2015年10月30日、国税庁が「果実酒等の製法品質表示基準」を制定し、この3年後から適用を開始した。国産ぶどうのみを原料として国内で製造されたワインを「日本ワイン」とし、濃縮果汁や海外の原料を使用したワインは、濃縮果汁使用や輸入ワイン使用等の表示が義務づけられる。

こうした基準で分類すると、2018年度に日本で消費されたワインのおよその割合は、輸入ワイン65%。濃縮還元果汁を使用して醸造されたワイン30%、日本ワイン5%ほどである。

図4は、日本ワインの生産量の推移である。この間、日本ワインの生産は山梨がトップであるが、徐々に下降気味であるのがわかる。

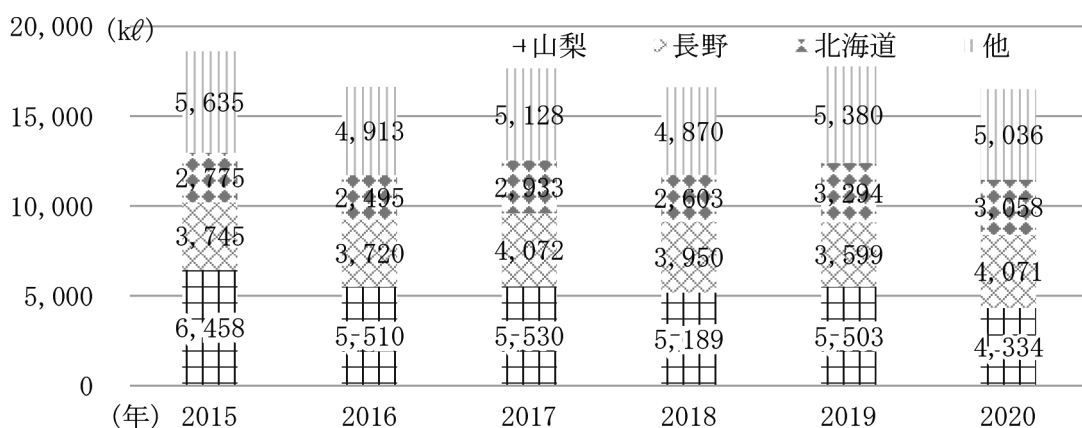


図4 日本ワインの生産量<sup>13</sup>

13 上記同様の調査による数値である。その為未計上のワインが存在する。回答率は、およそ同じ程度で推移している。また、2018年度を例にすると、未回答のワイナリーが日本で生産した生ブドウでワインを製造していると仮定すると、国内製造ワインの内「日本ワイン」は31.2%となる。

14 O.I.V. Press Conference 「State of the world vine and wine sector」 2022.04.27

日本ワインの2020年の世界での生産シェアは、0.04%程になる。世界の生産量は、イタリア490万kl、フランス460万kl、スペイン410万kl<sup>14</sup>で、この3国で全世界のおよそ半分を占めている。

日本ワインの輸出量はここ数年200から300klほどで推移している<sup>15</sup>。輸出を後押しした一つの要因は、ぶどう品種甲州がワイン醸造用ぶどうとしてO.I.V. (Office International de la vigne et du vin) に登録されたこともある。これにより原料に甲州を記載することが可能となった。

国内で使用されているワイン原料用の生ぶどうは、赤用・白用でおよそ半々程である。白ワイン用の甲州は、ワイン醸造に使用されている全ぶどうの中で最多の15.3%で、その内96.4%が山梨で生産・収穫されている<sup>16</sup>。

使用するぶどうの違いなどで、日本ワインを評価する国内の品評会として、産官学で2003年に組成された日本ワインコンクールがある<sup>17</sup>。欧州系品種、国内改良等品種、甲州など12部門に分かれており、2003年のエントリーが418件で、2022年には706件となる<sup>18</sup>。国内外の25名ほどの審査委員が、視覚、香り、味わい、ハーモニーの4項目で審査をして、得点が一定値を超えると、金・銀・銅・奨励賞とカテゴリ分けされてゆく。2022年は、金24、銀71、銅109、奨励賞56であった。甲州を使用したものは109件がエントリーし、金賞3件はすべて山梨のワイナリーのものであった。地域別の金賞数は、山梨は2位の5件で、1位は12件の長野であった。前回の2019年大会は金賞21の内、山梨が13件で1位、長野は5件で2位であった。またこの年、甲州の金賞4件のうちトップが島根のワイナリーで、またひとつは埼玉のものであった。甲州部門のトップを山梨以外のワイナリーが受賞した初めてのことであった。

山梨でのこの甲州の生産について、耕地面積は2003年の413ha（全国の97.0%）から徐々減り、2014年には222haとなった。上向いたのは日本ワインの基準が作られた翌2015年で399haとなる。その後増加傾向を維持し2019年に455ha（全国の96.3%）まで回復した。2014年までの数年は、醸造用に使われていた甲州は2,200t程であったが、2015年は3,990tにまで増えている。

同様に耕地面積が増加したのは、生食用のシャインマスカットであった。生食用欧州ブドウの食味を持ち、耐病性が比較的強く栽培しやすく、無核化栽培できる大粒の黄緑色品種であり、耐裂果性があり、肉質は崩壊性で硬く、マスカット香があり、皮ごと食べられる。こうした品種は20世紀初めから育種家の目標であった（山田ら、2017）。1988年に交配したシャインマスカットは、2007年に苗木の販売が始まって以来生産増加を続け、2019年山梨での耕地面積は甲州を超え546haになった。長野も同様の増加で2019年は507haであり、この二県で全国の57%を占めている。国内の

15 貿易統計Sコード2204 ぶどう酒及びぶどう搾汁（ぶどうジュースを含まない）

16 耕地面積は農林水産省のデータから。

17 日本ワインコンクール <https://www.pref.yamanashi.jp/jwine/>

18 2022年はウィルス対策として1つのワイナリーからの出品数を制限している。前回2019年は788件、2018年は787件、2017年726件である。また、日本ワインを醸造していて一般に評判が良いとされているワイナリーや、亜硫酸不添加・フィルターによる濾過をしないなど、いわゆる自然派ワイナリーの中でも出品していない醸造場もある。

生食用のぶどうで栽培面積が最も大きい巨峰は、3,224ha（全体の27%）である。

この増加で甲州の生産が激減してはいないが、生産農家からは、ワイン用ぶどうの10倍くらいで売れるという声もあり<sup>19</sup>、生産数が増加すれば、価格も落ち着くだろうが、山梨の日本ワインにとっては懸念材料のひとつでもある。

### 3.2. 山梨でのワイナリー起業

1877年に創立した日本最初のワイン醸造所から始まった山梨のワイナリーは、しばらく甘味葡萄酒の原料を製造する役割を担いその数を増やし、1935年には3,008件までになる。その後の社会混乱を経た1945年は177件から再始動をする。しかし減少傾向は続き、“ワインブーム”の頃の山梨のワイナリー数は1975年96件で下げ止まりすると、しばらくはこの水準で推移する。2001年から再度徐々に減少し2010年に87件までになる。上向くのは2016年頃からで89、93、96、98と上昇し2020年に104件まで増える<sup>20</sup>。なお、ワイン醸造免許を取得する際に必要となる最低製造数量を、年間6klから2klに引き下げる、いわゆるワイン特区を国に申請した市は、2008年北杜市、2014年韮崎市、2020年山梨市である。なお長野は同じく2020年までで、12市町村である。

減少傾向にあるなか、新たに起業した人々は、何故ワイナリーだったのか、何故山梨だったのか。フィールド調査で聴き取った。以下の分析対象は、上昇傾向前年の日本ワインの基準が制定された2015年から2020年に山梨にワイナリーを設立した17人である。設立年等は、表3の通りである。

まず開業のための知識・技術習得の方法は大きくは3つで、企業が人を採用したものが3件（醸造責任者は山梨大学で学んだ者が2名、県内ワイナリーでは1名）、県内の大学が5件、県内ワイナリーか9件である。この内、表中のワイナリーAとしたものは、同一の県内ワイナリーであり7件である。

山梨出身者は5名で、内3名は実家が葡萄園である。Cは定年を迎える前に、両親は年齢からして農家としてやっていくのは厳しいと思い、「農地があるなら葡萄を栽培してワインを作ろう」と決意している。同じく山梨出身で実家が葡萄園であるQの実家は、生食用ブドウの生産が主体で、醸造用ぶどうは地元メーカーに販売していた。会社員として働いているなか、「実家の経営資源をワインツーリズムに活用出来る」と考え、県内のワイナリーで修行をして独立する。

企業が母体となっているワイナリーは3件である。Gは県外の焼酎メーカーであり、これまでもワイン醸造をしていたが、新たに韮崎市に増設、醸造責任者は山梨大学で学んだ後に同社社員となる。「韮崎は葡萄栽培に適していて、ここで造られるワインに新しい可能性を感じています」と語る。

19 フィールド調査中こうした声はよく聴かれ、実際に植え替えている農家からも直接話を聴いた。また、著者も取材を受けたBSテレ東の『山梨県甲州市』『都会を出て暮らそうよBEYOND TOKYO』（2022年5月18日）では、シャインマスカットで農家が潤っている事がよくわかる報道がなされている。

20 一般社団法人葡萄酒技術研究会会報第66号（2022年2月1日）。免許を保有する数であり生産・出荷が無いものも含まれる。

表3 ワイナリー企業家

識別	設立年	所在市	修行・学び	前職	山梨出身
A	2015	南アルプス	ワイナリーA	臨床心理士	
B	2015	甲州	山梨大学	ワイナリー	
C	2015	韮崎	山梨大学	会社員	○
D	2015	甲州	(山梨内)	(ワイナリー)	○
E	2016	山梨	山梨内	ワイナリー	○
F	2017	北杜	山梨大学	ワイン輸入業	
G	2017	韮崎	(山梨大学)	(同社社員)	
H	2018	甲州	山梨内／海外の大学	ワイナリー	
I	2018	甲州	ワイナリーA	酒類販売員	
J	2018	甲州	ワイナリーA	飲食店店員	
K	2018	北杜	県立農業大学校	県外役場職員	
L	2018	甲州	(山梨大学)	(ワイナリー)	
M	2019	甲州	ワイナリーA	鉄鋼製造業	
N	2020	甲州	山梨大学／山梨内	ワイナリー	
O	2020	甲州	ワイナリーA	会社員	○
P	2020	甲州	ワイナリーA	システムエンジニア	
Q	2020	甲州	ワイナリーA	銀行員	○

\* ( ) 書きは企業が設立したものでその醸造責任者を説明している

Lはハンディキャップのある人たちに仕事を提供することを目的に設立された。醸造責任者は、山梨大学で学び、県内外のワイナリーで経験を積んだ者で、「山梨のワイン造りを通して新たな雇用を生み出したい」と、目的を明示していた。Dは山梨にある半導体メーカーで、経営者自身が山梨出身であり、実家は葡萄農園である。変化の激しい業界に身を置くなかで、獲得した技術や育成した人材の力が無駄にならないような事業を探しているうちにワイン醸造に行き着く。半導体事業のコア部分を日本に残し、残りは海外等へ移設した後に残った工場をワイナリーとした。自身も委託醸造でワインを作っていたので趣向もあるが、それよりも地域の雇用を保持しようという動機が強かったという。醸造責任者は県内のワイナリーの醸造担当者を採用。

キャリアの最初から、また早い段階からワインに関係し、その後自ら開業に至るのは4名である。Bは大学で学んだ後、県外のワイナリーで働き始める。その後、県内の師と仰ぐ醸造家からの誘いがあり、協働で栽培・醸造を行う。「ようやく手に入った畑と醸造施設で自身が考えるワイン造りを実行したい」と、熱意がみなぎっていた。Nも大学卒業後県内のワイナリーで働き、途中ご主人の仕事に伴いフランスに行き、そこでも学びを深める。帰国後元のワイナリーで働いた後、「山梨で造るワインを世界に届けたい」と、自身のワイナリーを開く。Eは山梨出身で、地元のワイナリー2件で学びを深めた後に開業する。Hはフランスの高等美術学校を卒業した後、県内の大手ワインメーカーに勤め、その後県内の別のワイナリーを経て独立し、「甲州を守り、世界に発信したい」



と強い信念を語った。

次の2名は、ワインに関係した仕事から、この道に入っている。Fはワインを輸入する仕事をしており、そこから醸造に興味をもち、「これまで海外で得たワインの知識を日本ワイン発祥の地である山梨で活かしたい」と、山梨大学で知識を得て開業する。Jはワインを扱う飲食店に勤務するうちに、ワイン醸造に惹かれ、ワイナリーAを見つけ修業を積む。

この他の6名は、ワインと関係がそれほど深くない仕事をしていた。Kは県外の公務員をしていた50代半ば、ソムリエが主催するワインサロンに通ことでこの道に入る。定年後に県内の学校に通い開業する。次ぎに他の5名は、いずれもワイナリーAで修行を積み、自身のワイナリーを開く道を辿る。まずOは山梨の出身で、関東圏で仕事をしていて50歳を超えた頃から、実家でひとり暮らす母親の元に、週に一度ほど戻るようになる。そこで、「勝沼の葡萄農園や、ワイナリーを改めて見たら、素敵なものだと気づいて、ワイン造りに興味を持つようになった」と自然の美しさに惹かれ、ワイナリーAに辿り着く。

Pはシステムエンジニアをしていた50代の頃、この後の会社での活躍の場を考えながら、以前旅したイタリアでのワインの味を思い出す。ワイナリーの求人を探すようになり、年齢・経験不問の募集にエントリーする。この時、長野も見えていたが既に埋まった後だった。最初のワイナリーでしばらく働くとケガをしてしまい退職。その後ワイナリーAの募集に応募する。「開業できたのは、ワイン産業が発達している山梨だからこそで、多くの人に支援をいただいた」と、幸運に感謝するように語っていた。

Mは鉄鋼関係のメーカーで働き、定年が見えてきた頃、ワイン醸造に興味を惹かれる。可能性を探る中、ワイナリーAに辿り着いた。Aは50歳の頃、東日本の震災を経験し、この後何ができるかと考え、酒造りに至り泡盛の免許は難しいということからワインの道を選び、ワイナリーAを見つける。Iは酒類販売の仕事をする中で醸造に興味を持つ。可能性を探しているところに、ワイナリーAを知る。

7件が関係するワイナリーAは、山梨出身者が2002年に耕作放棄地を開墾して、葡萄畑にしたことから始まる。同氏は50代半ばに電力会社の地元支社を退職して事業を始め、2004年に法人化。その後広く人を募集している。

ワイン醸造業を起業する際の大きな参入障壁は、知識・技術、そして土地である。ここ数年に起業した醸造家は、親族が土地・農園を持っている者以外は、知識を習得する過程で、地元のワイナリーで働くことにより信用を付け、人づてに土地の紹介を得ていた。ワイナリーAは知識と土地を合わせて提供することで、新規起業のハードルを下げていた。

#### 4. 考察

山田宥教の周りには、起業機会と経営資源が整っていた。横浜が開き外国人によるワイン消費市場が出現すれば、その後の国内市場の拡充を予測させたと考えられる。起業機会が現れたと同時に、必要な経営資源のひとつ葡萄は、既に身近に存在する。これにより、起業を企図しやすい条件を把

握し起業家が出現する。そして詫間憲久と協働することで、二人以上の人による意識的に調整された行動システム、組織になる(Barnard, 1938)。国産ワインの醸造という共通の目標に対して、コミュニケーションを取りながら、技術開発から製品化に至るいわゆる魔の川<sup>21</sup>を越えるために、それぞれが貢献した。この間は、手持ちの人脈・資源にアプローチをして、アレコレと模索するエフェクチュエーション(Sarasvathy, 2001)による起業が行われている。それは計画的ではなく、創発的な戦略(Mintzberg, 1998)が優位になっている状況である。

大藤や桂、また高野や土屋らが留学で得た知識を持ち込むことで、醸造技術がより正確になると同時に、ワイン造りの正当性が醸成されてゆく。この留学に資金を出し、新たにワイン醸造業に新規投資をして事業を興そうとした者たちは、既に事業を持っており、そこで得た資金を発生した環境変化に合わせ投資をした。革新者によって発見された機会を利用しようとする模倣者という姿で表現される、Kirzner的企業家である。こうした動きが引き継がれ、地域に変化が広がる。また県立の勤業試験場内に葡萄酒醸造場が併設されることは、個が起こした変化をより正当化し、その変化をメゾレベル・地域に広げる機能を果たした。その後更に県外からの学生を受け入れたことは、拡張する地域を更に広げ、変化がその後マクロに広がることに大いに貢献した。

正当性を得て製品化されたワインを事業とするためには、死の谷を越えて売れなければならないが、あると思われていたニーズ・市場が伸びない。正統ワインが模造酒、甘味葡萄酒に駆逐されてゆく。「酒造技術における正統と異端の区別を知らなかった。(……) 草創期の国産洋酒は、悪徳の結果ではなく、時流に乗ったベンチャー・ビジネスの成果として、つかの間脚光を浴びた」(麻井, 1998)、と評価されるよう、製造する側がそうであれば、一般の消費者は尚更その区別を認識しづらいであろう。

この頃は、ワインを含む洋酒の製造には酒税が課せられていなかったこともワイン販売に影響を与えている。従来酒の製造では、製造免許を得るための酒造営業税に加え、製造数量によって醸造税を製造した段階で支払わなければならなかった。販売し代金を回収する前であるため、小規模経営には大きな障壁であった。更にアルコールと薬草を混ぜて作る模造酒は、ワイン醸造と異なり大きな設備も必要としない。また、甘味葡萄酒や模造酒が課税されるのはビールと同じ1901年で、ワインに酒税が課せられるのは昭和に入った1940年である。こうした起業機会からワイン醸造ではなく、模造酒製造事業が興されてゆく。正統派の土屋や宮崎も、「生葡萄酒」や「天然葡萄酒」という名称を冠して、他の甘味葡萄酒や模造ワインと区別してきたが、いよいよ甘味葡萄酒の製造・販売に手を出すことから、市場ニーズの様子がわかる。「日本人の嗜好に合った甘味葡萄酒こそが『本物のワイン』だったといってもいいだろう」(福田, 2015)と、指摘されるように、消費者が求めたものは薬用ワインであり、甘味ワインであった。生産者と消費者ではそれぞれの持つ正当性

---

21 National Institute of Standards and Technologyのレポートが端緒となった技術経営の分野で主に使用される単語。技術開発から製品化の間にある魔の川、製品化から事業化には死の谷があり、市場に出た後に競合に勝つ為に越えなければいけないダーウィンの海がある。

が異なっていたのだ。そして、そのねじれは解消しないまま、ワイン消費はまたしても1970年代半ばに紹介された薬用効果、第二次薬効ブームによって支えられる。

生産者の心情としては、「国産原料によって洋酒を生産しようとする意図の根底にあるのは、酒文化の国際化とは対極のナショナリズムにはかならない」（麻井, 1998）と、説明される。こうした感覚は現在の醸造家も保有していると思われるが、もう一つ重要なことは、生産者の葡萄栽培への想いと注力したコストだと考える。フィールドでは、葡萄栽培に掛かる手間を惜しまず、また栽培に掛ける想いを滲ませている生産者と共に働くことで、そのことが切実に伝わってきた。何とかして、葡萄の糖度や酸度を上げようと努力している。それを醸造時に補糖で済ませてしまうことや濃縮果汁を原料とすることは、日本ワイン生産者にしてみれば、“ルール”に反すると感じているのではないだろうか。模造からの脱却、正統なワインを製造したい、これはインタビューをした人のみならず、フィールド調査をしている間、交流した人々の話も総合したものである。

麻井（1998）は、ワイン醸造が細々とした命脈を保ち続けた3つの流れを、軍を中心とした医薬品需要、甘味葡萄酒の原料、そして生食用の葡萄を栽培する農家が自家用に醸造したものとし、「唯一、ブドウ農家の自家用ワインが、西欧のワイン文化の正統を受け継ぎながら（……）生き残った」と指摘する。同様に、明治から受け継いだものは、その勢力である。赤玉ポートワインが飛躍的に勢力を伸ばしていた頃の1914年、ビールとワインを含む洋酒の生産量シェアは、全酒類の5.6%であった（麻井, 1998）。現在の国内のアルコール消費市場を見れば、ワインのシェアは約4.5%、日本ワインに限定すれば0.5%程となる。このように市場内の相対的なマーケットシェアは広がらないまま、ワイン醸造家は、その正当性保持しようと模索しているのである。

明治から国内ワイン製造の多くを担ってきた山梨は、総生産量でトップから落ち、また日本ワインの生産量も減少気味で首位の座も狙われつつある。ここ数年の醸造所の設立数は長野に追い越され、また、すべてのワイナリーが出品してはいないが、品評においてもその地位が揺らいでいるようにも見える。しかしながら、その正当性を保持しようと新たな企業家が誕生しているのである。そして山梨には、ワイン造りのために人が集まる、人を呼び寄せる起業資源である自然と伝統が残っているのである。

限界と残された課題として、他の地域との比較を行うことは、より山梨の置かれた状況が鮮明になると考える。また本研究は、大きな流れを得ることを主目的としている為、今後の個別の研究が期待される。それは、葡萄やワイン生産者の心理的研究、行政の思惑・販路・マーケットから見た山梨のワイン、経営史的に経営者の意思決定を中心に描くことなどであり、これらの今後の研究により、発祥の地ならびに日本ワインが隆盛なることを祈念する。

## 参考文献

- 朝比奈貞良編（1915）『大日本洋酒缶詰沿革史』日本和洋酒缶詰新聞社。  
 麻井宇介（1992）『日本のワイン・誕生と揺籃時代—本邦葡萄酒産業史論攷』技術評論社。  
 麻井宇介（1998）「洋酒国産化にみる異文化受容」石毛直道編『論集 酒と飲酒の文化』平凡社、

pp.499-500.

Barnard, Chester I. (1938) *The Function of the Executive*, Mass.: Harvard University Press (山本安次郎他 訳 (1968) 『経営者の役割』ダイヤモンド社).

Carroll, Glenn R. and Hannan, Michael T. (1989) Density Dependence in the Evolution of Populations of Newspaper Organizations, *American Sociological Review*, vol.54, No. 4, pp.524-541.

福田育弘 (2015) 「近代日本における飲食の表象空間考察への助走：ワインとビールの受容と変容」『学術研究 (人文科学・社会科学編)』, vol.64, pp.283-310.

Garrier, Gilbert (1995) *Histoire sociale et culturelle du vin*, Larousse (八木尚子訳 (2004) 『ワインの文化史』筑摩書房).

Global Entrepreneurship Monitor (2022) 2021 / 2022 Global Report, Global Entrepreneurship Research Association.

Hall, Michael (2013) *Wine, Food, and Tourism Marketing*, Routledge

伊賀聖屋 (2017) 「能登地域におけるワイン専用種ブドウの供給体系の生成—知識・技術構築の観点から—」『経済地理学年報』 vol. 63, no.2, pp.115-135.

犬塚孝明 (2013) 「長沢鼎：祖国近代化のはざまで」仙波玲子編『新薩摩学 知られざる近代の諸相—変革期の人々—』南方新社.

石井孝 (1958) 「初期横浜貿易商人の存在形態—甲州屋忠右衛門を中心に—」『横浜市立大學紀要』 vol.85.

海部忠藏 (1877) 「甲州葡萄の説」『農業雑誌』 Vol.29, pp.8-11.

金井一頼 (2012) 「企業家活動と地域イノベーション—企業家プラットフォームの意義—」『VENTUREREVIEW』 vol.20, pp.3-13.

Kirzner, Israel M. (1973) *Competition and Entrepreneurship*, Illinois: The University of Chicago (田島義博監訳・江田三喜男・小林逸太・佐々木實雄・野口智雄訳 (1985) 『競争と企業家精神—ベンチャーの経済理論—』千倉書房).

小林 孝一 (1965) 「加工資本と原料ブドウ生産地の発展構造：塩尻市の実態把握を中心に」『経済地理学年報』 vol.10, pp.45-55.

松原日出人 (2020) 「地域企業家の事業創出と産地革新」『企業家研究』 vol.17, pp.49-71.

明治文献資料刊行会 (1963) 『明治前期産業発達史資料第7集』

Mintzberg, Henry (1998) *Strategy Safari* (斎藤嘉則訳 (1998) 『戦略サファリ』).

仲田道弘 (2018) 『日本ワイン誕生考 知られざる明治期ワイン造りの全貌』山梨日日新聞社.

仲田道弘 (2020) 『日本ワイン夜明け～葡萄酒造りを拓く』創森社.

Penrose, Edith. (1959) *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford (末松玄六訳 (1962) 『会社成長の理論』ダイヤモンド社).

Saito, Yuka and Takenaka, Katsuyuki (2004) Development of Wine Industry in Spain: Three Pioneer Regions in Commercial Wine Production, *Geographical Review of Japan*, vol.77, no.5,

pp.241-261.

Sarasvathy, Saras D. (2009) *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Northampton, Edward Elgar Publishing (加護野忠男監訳・高瀬進・吉田満梨訳 (2015) 『エフェクチュエーション』 碩学舎).

Schumpeter, Joseph A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, Harvard University Press (塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳 (1977) 『経済発展の理論』 岩波書店).

鈴木修斗・賀璋・封雪寒・白亜軻・章青韵 (2021) 「長野県東御市における小規模ワイン産業の経営戦略と存立構造」『地域研究年報』 vol.43, pp.231-255.

Timmons, Jeffry A. (1994) *New Venture Creation -Entrepreneurship For The 21st Century-* (4th Edition), Irwin-McGraw-Hill.

山梨県 (1879) 『山梨県勸業年報』

山田幸三・伊藤博之 (2013) 「陶磁器産地の分業構造の変化と企業家活動—信楽焼産地の事例を中心として—」『組織科学』 vol.46, no.3, pp.4-15.

山田昌彦・山根弘康・佐藤明彦 (2017) 「ブドウ新品種 ‘シャインマスカット’ の育成と普及」『園芸学研究』 vol.16, no.3, pp. 229-237.

湯澤規子 (2013) 「山梨県八代郡祝村における葡萄酒会社の設立と展開 :明治前期の産業と担い手に関する一考察」『歴史地理学』 vol.55, no3, pp.1-22.

2022年10月30日受付 2022年12月22日受理

片山 拓馬 : 国士舘大学大学院 グローバルアジア研究科

中山 雅之 : 国士舘大学 21世紀アジア学部 教授