

ワインを地域活性化の手段に ～フランス～

パリ事務所

■2015 年、新たに加わったフランスの世界遺産

7月6日、ドイツのボンで開かれた第39回ユネスコ世界遺産委員会において、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼・造船・石炭産業」がユネスコ世界遺産に登録されることが決まりましたが、この前日5日には、フランスのシャンパーニュ地方（「シャンパーニュの丘陵、メゾンとカーヴ」）とブルゴーニュ地方（「ブルゴーニュのブドウ畑のクリマ」）のワイン産地がそれぞれ登録されることが決定し、全て審議最終日の8日に世界遺産一覧表に記載されました。



登録決定を伝えるメッセージ（「Les climats du Vignoble de Bourgogne」HPより）

この結果、フランスの世界遺産登録は41件となり（日本は19件）、また、フランスのワイン産地としての登録は、ボルドー近郊の都市・サンテミリオンに続くものとなりました。

なお、ブルゴーニュ地方は2006年に、シャンパーニュ地方は2007年に登録を申請していたものの、フランス政府から選出されず、機運が盛り上がり大いに期待された昨年も選出が見送られていました。さらにブルゴーニュについては、本年世界遺産の諮問機関である国際記念物遺跡会議（ICOMOS）の勧告時に提案内容の改善通告も受けるなど、登録までの道のりは長いものでした。

■政府、そして地方の狙いは

さて、どうしてフランス政府は、一見類似の2つのワイン産地を同年にユネスコ世界遺産に選出するようなことをしたのでしょうか。どちらかが不登録になったり、すでにサンテミリオンが登録されているので下手をすれば共倒れになったりすることも考えられ、非常にリスクを伴うものではなかったか疑問を感じてしまいます。

しかしながら、この答えは最近のフランス政府やワイン産地の地元の動きを見ればある程度分かるようです。

本年初め、大手ワイン雑誌において、政治家として初めてフランスワイン界の「今年的人物」に選ばれたローラン・ファビウス外務大臣は、同誌のインタビューの中で、「フラ

ンスに来る多くの観光客はおいしい食べ物とワインを求めてやって来るが、ワイン産地の多くでは彼らを収容する宿泊施設が不足している。投資を増やしワインツーリズムをさらに発展させなければならない。」と述べました。

この発言に呼応するように、主要なワイン産地であるボルドーやブルゴーニュはそれぞれワイン都市構想を掲げ、前者は2016年、後者は2018年に、構想の中核となる観光客を迎え入れるためのワインをテーマとした情報発信施設を開館する予定です。とりわけボルドーでは、ワイン生産者によるレストラン付き高級宿泊施設の建設ラッシュが続いており、また、次期大統領の有力候補とも言われるアラン・ジュペ市長自らが、同構想推進のために海外でもトップセールスを行うなど、ワインツーリズムに関連した動きは活況を呈しています。



ワインをテーマとした観光施設の完成予想図（ボルドー、「Cité des civilisations du vin」HPより）

一方、ブルゴーニュでも、先日話を伺ったボーヌ市観光協会の担当者によれば、ボルドーのような大規模ホテルではなく、シャンプル・ドットと言われる、いわゆる民宿の充実（施設だけでなくスタッフのサービス、そして多言語による情報発信）などにより、観光客の受け入れ体制の強化に力を入れているということでした。

また、これは筆者の体験ですが、別の主要なワイン産地であるコート・デュ・ローヌ地方について、2007年に訪れた際には特段感じなかったのですが、昨年に再訪した際には、サイン（道には「ワイン街道」、民家には「シャンプル・ドット」といった看板）がすごく増えたという印象を持ちました。

■フランスの地方観光の切り札、ワインツーリズム

この期間に何らかの転機があったのではないかと調べたところ、2009年にフランス政府主導で「ワインツーリズム評議会」が設立され、「ワイン産地と発見」認定制度（観光客の受け入れ体制が整備されているワイン産地を、国が認定する制度）が始まっていました。この制度の発足が今のフランス中のワインツーリズムの活発化につながっていることは間違いないようです。

加えて、今般の2つのワイン産地のユネスコ世界遺産入りは、国がここ数年取り組んできた政策により弾みをつけるものであると思われます。現に2つの産地の世界遺産登録に

対する期待は大きく、共に20%の観光客の増加を見込んでいます。前述のポーヌ市観光協会の担当者も「世界遺産は広報の重要なネタの1つ」と話していました。

今やフランス中のワインがパリや日本でも入手できますが、ワイン畑や生産者を訪問するには現地に行くしかありません。また、現地に行った観光客は、地元の食材を使った料理を食べ、土産を買い、伝統行事や歴史的建造物を見学し、宿泊します。ワインツーリズムの目的は、観光客にワインを消費してもらうことだけでなく、現地で、ワインをきっかけにフランスの地方の文化に触れてもらうことにあります。そして、このことは地域経済にいい影響を与え、観光大国フランスの地位の保持に一役買っていると言えそうです。

■日本では

今、日本では国産ワインが人気であり、海外展開に動き出す自治体があります。山梨県や長野県が有名な産地ではありますが、他にも様々な地方で作られています。また、日本酒もその魅力が見直されており、加えて、昨今の世界的な和食ブームの波に乗ろうと、積極的に海外でプロモーション活動を行う自治体も数多くあります。

ワインであればブドウ畑、日本酒であれば水田があり、そして共に醸造所が必ずあり、郷土料理や伝統行事もつきものです。したがって、フランスのように酒をキーワードにした観光振興は日本全国で実現可能であり、すでに取り組んでいる自治体もあります。ちなみに、先述のワイン雑誌でも先日「sakétourisme」が取り上げられていました（「LA REVUE DU VIN DE FRANCE N° 588」）。

今後、日本のワインツーリズム及び酒ツーリズムをさらに発展させるために、産地の個性を生かした魅力の発掘・強化は地方が受け持ちつつ、国主導で統一基準の認定制度を導入するフランスの事例は、とても参考になると思います。宿泊（部屋から生産風景が見えるかなど）や食事（郷土料理が食べられるかなど）ができる施設、交通手段、歴史的な施設、眺めの良い場所、イベントのスケジュール、対応言語、インターネット環境の整備状況などを情報提供したり、日本の地方の特色を知らない外国人観光客などでもどこが魅力的か判断できるシステムを作ったりするなど、酒や食を活用した観光振興の先輩であるフランスの動向を注視していきたいと思います。

(田中所長補佐 奈良県派遣)