

パネルディスカッションレポート#1

『ワインとデザインの可能性～地域資源を活かした新しい価値創造に向けて～』

伝えるために、魅せていく

>リード

令和7年7月13日に甲州市勝沼のぶどうの丘イベントホールで行われた『山梨デザインカンファレンス 2025 in 甲州』。前半に行われたパネルディスカッションでは、ワインという地域資源を通じて、土地の風土、職人たちの技と思想、そして観光やブランディングのこれらについて、熱量のある対話が交わされました。

テーマは『ワインとデザインの可能性～地域資源を活かした新しい価値創造に向けて～』。登壇したのは、グレイスワイン醸造責任者の三澤彩奈氏、『ワインツーリズムやまなし』総合プロデューサーの大木貴之氏、山梨デザインセンター長の永井一史氏。ファシリテーターは、同センターのデザインディレクター林千晶氏が務めました。

「甲州」という千年の歴史をもつブドウと向き合いながら、山梨のワインが、どのように“伝えられ”、そして“体験”として届けられていくのか。デザインが果たす役割と、地域の未来を描くヒントが詰まったセッションとなりました。

>ゲストスピーカープロフィール

三澤彩奈（みさわ あやな）：グレイスワイン 5代目／栽培醸造責任者

ボルドー大学醸造学部および南アフリカ・ステレンボッシュ大学院にて栽培・醸造を学び、オーストラリア、ニュージーランド、チリ、アルゼンチンなど世界各国のワイナリーで研鑽を積む。フランス国家認定の栽培醸造士資格を取得し、2008年よりグレイスワインの栽培醸造責任者を務める。2014年、世界最大級のワインコンクール「Decanter World Wine Awards」にて、日本ワインとして初となる金賞を受賞。2019年、米ブルームバーグによる“世界トップ10ワイン”にも選出された。現在は『読売新聞山梨版』『marie claire digital』にてワインコラムを連載中。

大木貴之（おおき たかゆき）：『ワインツーリズムやまなし』総合プロデューサー／LOCALSTANDARD 株式会社代表

2000年に甲府市で「Four Hearts Cafe」を開業し、2008年には「ワインツーリズムやまなし」を立ち上げた。冊子『br』（2007-08）、『山梨ワイナリーマップ』（2008年）など、地元メディアも自ら制作。2013年には同活動がグッドデザイン・地域づくりデザイン賞を受賞し、以後山形、岩手、鹿児島など他地域でもツーリズムの展開を続けている。現在は、ワイナリーだけでなく地場産業全体を地域編集の対象とした持続可能なモデルづくりに取り組んでいる。

>この地に根ざす想い

林 皆さんにはワインとデザイン、そして地域のこれからについて語っていただきます。最初に自己紹介をお願いします。

三澤 私で5代目となるグレイスワインは、関東大震災が起きた1923年に勝沼で創業しました。曾祖父が「震災からの復興の象徴となるような産業を」と考えてワイン造りを始めたそうです。その想いは今も息づいていて、社員20名ほどのうち半数以上が、畑や醸造の現場に立つ“職人”です。

大木 私は2000年に甲府市で『Four Hearts Cafe』というワインバーをオープンしました。そこから、地元の農家さんやワイナリーの方々と出会い、「ワインと地域」をテーマにした新しい関わり方が生まれていきました。そして2008年、『ワインツーリズムやまなし』というプロジェクトを立ち上げ、今に至ります。

林 まずは「山梨の魅力とは何か？」というテーマで、皆さんにお話を聞いていきたいと思っています。

三澤 私にとって山梨の魅力は、やっぱり「甲州」ですね。勝沼で農家に生まれ育つと、ブドウはお米みたいな存在なんです。あって当たり前で、生活のすぐそばにある。ですので、自然と「ワインを造りたい」と思うようになりましたね。

大木 僕は「人」ですかね。山もあるし自然も美しいけれど、それは他の地域にもあります。でも、ブドウやワインに関わる人たちはここにしかないですから。

永井 自然の豊かさと、新宿から電車で来られるアクセスの良さが同居するのは大きな価値ですね。多様な歴史や風土を持つエリアがコンパクトに凝縮されていることも、他の県にはない特徴かと思います。

林 富士吉田の機織り、甲州のワイン、北杜市の自然など、それぞれの地域にまったく違う魅力がありますもんね。

>「ここにしかない価値」のデザイン

林 山梨でワインとどのように関わってきたのか、今後どんな可能性があるのかお伺いしたいと思います。三澤さんは2007年の帰国まで海外の現場も含めてご活躍されてきました。2014年に国際的なワインコンクールで金賞も受賞されましたが、振り返っていかがでしょう。

三澤 6年間さまざまな土地でワイン造りを経験しましたが、その中で一番大きな学びは、「完璧なテロワールは存在しない」ということ。どんな産地でも必ず何かしらの制約や課題があるんです。それを知ったとき、逆に甲州という存在が際立って見えるようになったんですね。それから地域の風土や歴史を含めて、山梨にあるものをひとつずつ“宝探し”のように見つけていくようになりました。

林 フランスや南アフリカ、チリといった他の生産地と比べてどんな強みがあると感じましたか？

三澤 「日本は湿潤だからだね」などと言われることもありますが、甲州は先人たちが工夫を重ね、1000年以上にわたって守り抜いてきた品種。それ自体が大きなアイデンティティですよね。世界中見てもそんなブドウはありませんから。

林 一方で、ワインツーリズムなどのプロジェクトが始まるまでは、山梨ワインの魅力があまり浸透していなかったと。どうして大木さんはこれらの活動を始めようと思ったのですか？

大木 実は一度山梨を離れて東京で飲食店をしていたんですけど、主な取り扱いは外国産のワインで、僕自身あまり山梨ワインを飲んでいなかったんです。でも山梨の出身だとお客さんに話すと、「山梨ワインはおいしくない」と軽視されることが度々あって。それまで意識していなかったのに、どんどん悔しさが湧いてきたんですね（笑）

林 その悔しさが、行動の原動力になったんですね。

大木 実際にワイナリーへ足を運んでみたとき、皆さん本当に情熱を持って真剣にワインと向き合っていて。それを目の当たりにしたら、余計怒りがこみ上げてきたんです（笑）。あと幼い頃から「地元の役に立つ仕事をしろ」という父の教えを聞かされてきていたので、何か山梨のワインに貢献できることはないかと。

林 それで2000年に地元でお店をオープンされたんですね。ワインツーリズムの構想はそこからどうやって？

大木 当時は地元の人にすらあまり山梨ワインが浸透していなくて、経営的にも厳しかったです。でもワイナリーや農家さんがいろんなことを教えてくれたんです。パンフレットや地図も全部自分たちで作って、出版社に持ち込んだりもしました。次第に、地方から物を送り出すのではなくて、「現地に足を運んで飲んでほしい」という想いが強くなり、ツーリズムの構想ができていきましたね。

三澤 2016年にポルトガルで開催された国連のワインツーリズム国際会議に呼んでいただいたのですが、山梨の事例を話すうえで、大木さんの活動は絶対に外せないと思いました。事前にお店に伺って、立ち上げから今日に至るまでの経緯を丁寧に教えていただきましたね。

>想いを可視化する

林 ここ20年ぐらいで、「誰が、どういう背景で、どんな想いで造っているのか」ということを含めてワインを味わうようになっている感じがしますが、皆さんどうお考えでしょう？

永井 モノや情報は飽和している時代において、かつては新しい商品が出ただけで飛びついていた消費者も、今は「それがどういう背景から生まれたのか」に関心を持つようになった。つまり「誰が、どういう思想で、どう働いているか」ということが企業や商品の“価値”となり、その“想い”や“考え方を可視化し、共感してもらえるようなデザインそれを見せることが、今の時代において非常に重要になってきていますよね。

林 では、山梨のワイナリーでも、現地へ人が訪れたいくなる。また訪れた際の「見せ方」にこだわっていく必要がありますね。

永井 人が足を運ぶようになると、現場も自然と「見られること」を意識するようになり、その意識によってまたサービスや空間を磨かれていく。こうした連鎖が、結果的にブランドを育てていくのではないかと感じています。

林 お二人は、そうした「見せる」工夫を意識されていることはありますか？

三澤 甲州というブドウは、私たちにとって“商品”ではなく“文化”なんですよね。それをどう伝えるかというのも、エチケットのデザインなどからこだわっています。ワイナリーやサービスについては、90年代からカリフォルニアの「セラー・ドア（ワイナリー試飲販売所）」を参考に、ホスピタリティのある空間づくりに取り組んできましたね。

大木 そもそも日本人って作ってるところを見るのが好きですよね。ラーメン屋さんでも焼き鳥屋さんでも、厨房や焼き場がオープンになっていて。ワイナリーもまさにそういう“ロマン”を感じさせてくれる場所だとは思っています。ワインツーリズムを立ち上げたのも、そういった造り手の姿や想いに触れて欲しかったというのはありますね。

林 味そのものだけでなく、「この環境で味わう」という“体験”に意味があるんですね。

>静かに石を穿つ

林 最後に、これまで活動してきた中で実感していることや、今後の展望などがあれば教えてください。

大木 県内外問わず、お店にくるお客さんへ山梨ワインの味わいやワイナリーの魅力を伝え続けてきましたが、よく飲んでくれるようになったし、かつてのように軽視されることもなく、純粹に「美味しい」と言ってもらえるようになった。嬉しいですね。造り手たちが進化してきたというのもあるんですけど、飲む人の舌も育ってきたというか。「やっとこの美味しさがわかるようになったか」と、心の中で思ってますね（笑）

三澤 甲州ワインの未来を変えようと努力してきた先人たちの姿を間近で見えてきた中で、100年先も山梨の財産として残るような、独創的で、心から美味しいと思えるワインを造ることが自分の使命だと思っています。その上でもうひとつ大切にしていきたいのは、「コーペティション（Coopetition）」という考え方。これは、2016年のワインツーリズム国際会議で紹介された言葉で、「Cooperation（協力）」と「Competition（競争）」を組み合わせた造語です。ワイナリー同士が同じ産地に生きる者として、互いに認め合い、切磋琢磨する“協調”の精神があれば、世界に誇れる「理想の産地デザイン」になると私は信じています。

林 お話を聞いて、「水滴石を穿つ（すいてきいしをうがつ）」という言葉が頭に浮かびました。柔らかい水滴でも、同じ場所に打ち続ければ、やがて硬い石をも穿つ。一人ひとりの活動が、時間をかけて、場所を変え、人を動かし、やがて社会を変えていくのだと強く感じました。三澤さん、大木さん、本当にありがとうございました。