

第1回 お茶の京都推進会議 結果概要

日 時 平成26年10月27日(月) 13:30~15:30

場 所 宇治茶会館 大ホール

◆開会あいさつ(岡西副知事)

- ・本日のお茶の京都推進会議を機に、地域振興のためにお知恵をいただき、皆様に動いていただきたい。
(資料「世界に通じる『海の京都』をつくる!」により説明)
- ・海の京都では、単に観光施策をしているのではなく、自分たちの町を理解し、子供たちに伝え、磨きをかけて発信する地域活性化事業である。
- ・お茶の京都でも、同様に、自分たちの町を理解し、行政の助けが必要な部分があれば活用し、場合によっては専門家も入れてプロモーションしていく。

◆「お茶の京都構想」(素案)について

「お茶の京都構想」素案について、京都府(事務局)から説明

◆「お茶の京都」実現に向けたご提案等について(意見交換)

- ・この地域を「お茶」をテーマに振興していくことは適切。お茶というブランドを活用して、お茶産業だけでなく、他の産業や地域住民双方にメリットがある取組にしていくことが必要。そのためには、「お茶」が山城の地域住民に共通のテーマとして理解いただけるよう、しっかりと説明していくことが必要。また、お茶を売り出すには国際戦略の視点も必要。
- ・世界遺産プラットフォーム取組は、今年は加速して進んでいるが、府主導で動いている感がある。これを市町村主導、民主導で進めていく必要がある。その点では、ワークショップを開きながら進めてきた海の京都のプロセスを参考にしつつ、住民、事業者を巻き込む必要がある。
- ・お茶の京都は大変良い取組であり、文字に落とすと分かりやすいが、実際に動き出すには、誰が、どの部分をどうしていくか、役割分担を明確にしなければならない。和束町でも形はできてきているが、頑張っている人ばかりでもなく、中身がなかなか伴っていないのが現状。
- ・横のつながりで、「山城地域っておもしろいな」と言えるような取組にしていくことが必要。
- ・このような取組を進めるには茶業振興が重要であるが、茶価低迷の出口をいかにつくっていくかが大切であり、自分たちで付加価値をつけて富裕層に売っていく取組みをがんばっている。
- ・福寿園の研究センターではお茶の研究とともに、広くティーライフを発信しているが、孤立するといけない。茶問屋ストリートで街おこしを考えているが、回遊性を高めることで地域を盛り上げていきたい。
- ・また、その突破口として茶業研究所が機能強化されることは心強い。
- ・小学生を対象としたお茶育は、当NPOが活動している内容。急須とお茶を使った「山城とお茶授業」を行っている。
- ・たくさんの拠点はあっても、ハブがないと感じる。ここに行けばすべての拠点に繋がるような場所が必要で、観光業者にとっても、観光客にとっても「ガイドランスセンター」のような場所があればお茶の京都が活きる。

- ・井手町では茶生産農家が減少しており小規模で生産している現状。小さい農家でもきらりと光るようなことができれば良い。例えば、お茶を使った地元ならではのお菓子の製品づくりなど、地元でしっかりと議論し、取り組んでいきたい。
- ・久御山町では、茶生産は2軒のみであり、野菜や製造業が盛んであるが、山城地域一帯として共通するものはお茶である。クロスピアくみやまは、観光の情報発信基地でもあり、山城地域全体のお茶の情報発信ができないかと考えている。
- ・城陽茶まつりでは、地域の方にお茶に親しんでいただくため、地元産のてん茶で作った和菓子などを販売。
- ・手摘みの高級てん茶づくりに取り組んでいるが、下級茶がよく売れ、高級茶が売りにくくなっている。摘み子の確保も厳しくなっており、売り上げも減少、経費高騰で経営が苦しくなっているのが現状。製品のPRも苦労している。
- ・宇治市は「お茶」の玄関口としての大きな使命感をもっている。
- ・平等院は賑わいを見せているが、いつまでも続くものではなく、一極集中ではなく、茶畑の原風景などの素晴らしい資源を売り出していくことが必要。
- ・一番の売りとなる資産を選び、季節に応じた観光ルートを設定し、京ナビの活用等により発信すること等により、宿泊も含めた滞留型の観光振興を図ることが重要。
- ・お茶をキーワードにしながら多方面からの立体的な地域連携が必要であり、笠置町では、販売、観光の観点で役割を果たせると思う。消費の面でも古民家の縁側カフェなどでの販売等が可能。日常のお茶という観点では、番茶の茶がゆという食文化がある。
- ・南北朝の歴史、後醍醐天皇の足跡から、山城地域の北部～南部のルートが描けるのではないかと。地域力再生プロジェクトで平安衣装を着て茶かぶきを行う。
- ・20年前に京都市から南山城村に移住してきたが、それまでは宇治の南には奈良があると思っていた。南山城村は奈良、滋賀、三重へのアクセスがよく、交流も多く、文化的にも魅力がある。
- ・子育てが一段落し、山の上マーケットを主宰しており、今年は3,000人以上が来場。廃校となった小学校を活用した拠点では、村の作家の作品の展示、村の茶畑を借りて在来種の茶葉でウーロン茶づくりのワークショップを開いている。今後、拠点を充実して、長期滞在により自然の中で文化を体験していただけるようにしていきたい。
- ・ネットワークやデザインを充実させ、提供する物のレベルがしっかりしているので評価されていると考えており、更に充実させていきたい。
- ・ここ2～3年が特に茶価が厳しく先行きが見えない状況で、下級茶ばかりが売れ、茶の生産・流通にとっては大変な時期。
- ・茶の生産の景観を守っていく話をしていても、生産者や流通業者からは「何のメリットがあるのか」と問われる。なぜ宇治茶なのかという事をもう一度分析し、宇治茶は何が違うのかという事を説明して吞んでいただければならない。歴史、文化も含めて理解してもらい、感動を与えることが必要。
- ・国内の消費も大事であるが、急須を押しつけても吞んでもらえないのが現状。急須という形ではない他の手段での消費も考えていかなければならない。
- ・輸出も伸びつつあるが、もっと伸ばしていく必要がある。

- ・自転車専門の旅行業を営んでおり、サイクリストを自転車で走りやすい場所へバスでお連れし、自転車はトラックで移動させている。海外から来られる方は富裕層。一般客の3倍程度は使っただけ
 - る。
 - ・台湾からのお客様が多いが、台湾には茶文化があり、日本の茶との違いを感じることができる。
 - ・サイクリングの休憩の際に、急須でお茶を出しており、大変喜んでいただき、楽しんでいただいている。苦い、渋いというイメージと違い、甘いと言っただけ。
 - ・自転車のツアーとお茶はぴったり合う。自転車乗りは、車がなく田舎で走ることが大好き。サイクリングの観点からは、この地域はよい地域。
 - ・ある程度の年齢以上の方は急須を捨ててペットボトルのお茶を飲んでいる世代であり、お茶の京都で急須を思い出していただけるのではないかと。体験を通して、その背景にある文化を感じてもらうことが重要。
-
- ・永谷宗円生家には、20数年前から関東の大学の先生等が来るようになった。お茶の文化のルーツを探ると永谷宗円にたどり着くとのこと。
 - ・平成18年度から宗円生家の屋根の改修等に取り組み始め、地域でしっかりお守りをしていこうということで「宗円さんの里づくり会」を立ち上げ、ゆったりお茶を飲んでいただき、永谷宗円の人柄に触れていただく取組みを実施。
 - ・お茶の京都の取組みにより、点が線になり繋がっていくことをうれしく思っており、地域でできることから一歩ずつ進めていきたい。
-
- ・「急須」の字を読めない大学生が多くいることを心にとめておくことが必要。キムタクが急須で茶を飲めば広がるのではないかと。
 - ・コロプラ（スマートフォンの位置情報サービス）という事業を2010年3月から実施。1ヶ月で668名がお越しいただき400万円の売り上げ。うまく発信すればお客さんは来られる。
 - ・BtoCで海外に発信している。外国人は高いモノを買っている。減っていく日本人よりも、増えていく外国人の富裕層をターゲットにし、本当においしいお茶を飲める拠点をうまく利用し、京都市内に観光に来る外国人を山城に引き込みたい。
 - ・日本文化を多くの方に知って頂く機会ができればいいと思う。海外では和装で抹茶を点てると非常にうける。
-
- ・商工会議所の会議で「何も無いことも観光になる」と聞いた。
 - ・山城地域にはお茶という素晴らしいものがあり、地理的にも狭いので、奈良と京都の通過都市としてではなく、その拠点をつなげることで、滞在していただける素晴らしい観光地になり得る。自然だけでなく、工業も観光となる時代であり、お茶だけでないモノを融合すればよい。いつ来ても楽しんでいただける提案が必要。
-
- ・直売所での売り上げは、身近に飲める番茶やほうじ茶が大きい。
 - ・煎茶の生産が中心であるが、いろいろと商品開発しており、紅茶や茶を活用した食品づくりもしている。年間5~6回イベントを実施している。
 - ・急須を持っている家庭が減っている。小学校で急須をプレゼントしているがなかなか家庭で使われていない。
 - ・生産の後継者が少なく、いかに地域で協力して後継者を確保するかを考えなければならない。

- ・八幡市では 20 軒程度の茶農家が生産。自身は陶芸とお茶生産をがんばっている。お茶の釉薬を作っており、渋い「味」がある。
 - ・子供を対象とした陶芸教室の後に、挽き立ててん茶を飲ませている。子供でもお茶の美味しさはわかり、好評。
 - ・体験すること（観光、茶摘み、加工、工場見学、飲む）がお茶の素晴らしさを伝えるには非常によい。ノートルダム女子大学の生徒に紅茶づくりを教えたところ、お茶の素晴らしさを体で感じ、大学の学園祭で喫茶室を出した。
 - ・生産農家にはとっては茶摘み等の忙しい時期は難しいだろうが、年間を通じてお茶の素晴らしさを伝える体験教室を開いてもらうなどしてほしい。
 - ・地元の人だけでなく、広くお茶の良さを知ってもらうことが大切であり、色んな人にふれあい、伝える努力をしている。
-
- ・関西学術文化研究都市は、「文化」を冠している。けいはんな記念公園は、文化を公園で実現するため、風土景観を表し、和風庭園をつくっている。
 - ・学研記念公園の管理をしており、貢献できるのは集客力であり、年間 60 万人の方が来られる。うち 30 万人が京都府民。残りは大阪や奈良からのお客様。そこでうまくお茶の話ができれば効果が高いのではないかと。また、年間 150 回ものイベントにより年間 20 万人の来場者を 60 万人にまで伸ばしてきたが、そのノウハウを提供できる。
 - ・精華町はスイーツをがんばろうとしており、全国的にも有名なパティシエがおりお互いに手を握ろうとしている。地元の素材を使いたいと茶の生産者とのつながりも求めている。
-
- ・京田辺で手摘みの玉露にこだわり生産している。玉露のような特殊な茶器を使いお茶を飲むというより、風味を楽しむという飲み方は十分に発信していけるのではないかと考えている。
-
- ・じゃらんのエリアプロデューサーをしている。情報発信が難しいとの話が多く出ていたが、この点で貢献できる。
 - ・本日の会議で出して頂いたお茶がおいしくびっくりした。提供された茶碗が普通の茶碗と違いこの理由は何かなど、興味を感じる。
 - ・地域の皆さんからいただく情報がなければメディアは情報を作っていくことはできない。自分たちの地域の魅力に気づかれた皆さんが、何を自分たちがやりたいか、何ができ、何をすべきなのかという事が整理され、優先順位がついているとマーケットに発信できる。
 - ・リサーチの結果、旅行者の興味は「食」が 1 位。一方で、山城地域にはおいしいものが少ないという結果。地域が繋がっていくためには、来ている人たちに何を与えるのかという事も大事だが、何を目的に来て頂くのかということも考えないといけない。「食」というキーワードは重要。
 - ・情報発信に関しては「誰に、自分たちの何を伝えるか」ということが大事で、これを整理していくと、良い物語りづくりにつながる。
-
- ・JRとしては、新たなツアー造成や、駅という拠点を使った情報発信のお手伝いが可能。
 - ・お茶というところに着目することはよい観点だと思うが、食につなげるには幅広く掘り下げる必要がある。ツアー造成には食事の提供が重要。それをお茶とどうつなげるのかを考えなければならない。
 - ・木津川市で仏像の展示会をされているが、そのような歴史・文化をうまくつなぎ合わせることも重要
 - ・宇治茶まつりの際に、宇治駅で茶の香りを出す機械を実験的に設置したが、一般のお客様も「いい香

りがするね」という感想が聞かれた。香りから入るといった観点もお茶の印象づけには非常によい。

- 宇治茶歴史街道のリーフレットは非常によい地図だ。駅中心に書いており、もっと活用すべき。
- 当社は京都定期観光バスを運営しており、定期観光バスの特徴は、当日参加ができ、お一人でも出発するところ。今秋から芸奴、舞妓、太夫のデザインをラッピングしたバスを3台走らせている。これは京都の無形文化財をあしらったもの。
- 本春から、京都を飛び出して滋賀県の湖東三山へのツアーを造成したところ、ヒットした。これまで滋賀県の地元のバス会社が県内のJR駅発でツアーを実施していた。一方、京都駅（新幹線）から出発の本ツアーは、6割は関東の方。これから、京都発、京都の外回りのバスを出していこうと考えている。本秋からは亀岡方面へのバスを出したところ。来年には定期観光バスで日帰りで天橋立行きを出したい。来年2月には南山城地域へのバスを奈良交通と共同運行で出す予定。
- 京都には5,000万人来る観光客が、長く滞在してもらい、関西を楽しんで頂けるよう、京都を拠点とした日帰りツアーを造成していきたい。
- お茶の郷を訪ねるバスツアーをやってみたいと思う。茶畑までバスで入っていくことはできないが、近くまで行き、歩いていき、茶摘み、その他の体験を首都圏や外国人への提案をしていきたい。
- この場の議論を聞いて、茶壺の底で右往左往している感じがする。今までの枠組みから飛び出してやっっていこうかということが、お茶の京都の取組みと思う。
- いろいろな観光名所や食など、お茶とスポーツ、お茶と医療、お茶と観光など、これまでのお茶の観点から一旦離れ、別の組み合わせで、一歩前へ出て考える必要があるのではないか。
- この意見に同感。お茶の価値のみで勝負するのではなく、歴史、文化とともに飲んでもらうことで付加価値がつく。この地域はどのような地域なのかを考えて頂きたい。
- 古寺巡礼、南北朝の後醍醐天皇などの歴史、文化、食、陶芸などの周辺文化をまとめていくことで付加価値がつく。お茶の周辺のどういう付加価値をつなげあわせるのがよいかを考えていきたい。
- 海の京都のノウハウをうまく生かし、皆さんのお知恵をお借りし、上手にメディア等を使い、体験、交通、デザインなどをマッチさせていきたい。
- JTBと組んで1~3月にツアーを造成する。じゃらんでも和束町を取り上げてもらっている。
- 世界の、国内の様々な産地の茶を集めてイベントを行う。
- お茶の郷を訪ねるバスツアーの提案は大変心強く感じる。今後、協力しながら取組が進められることを期待。
- この場を通じて、各地で行われている事を共有し、つなげ、協力しあい、「やましろスイーツパスポート」みたいな取組ができれば良い。
- 木津川市の団体が「木津川バル」をされたが、木津川市のレストランやスイーツ店が50店舗出したら1万人来た。地元には意外と力がある。地元の力を信じ、手を結ぶ事は重要。
- 本日の意見を参考に、ブラッシュアップし、もう一度12月頃にお集まりいただきたい。
- 今後は、横の連携を取るために実践者会議を開催。また、地域での会議も開催していきたい。

◆ 閉会あいさつ（本田企画理事）

- 観光ルートとして、一直線の道ではなく、回廊として結んでいきたいと考えている。「見る」だけでな

く、「かおり」という体験という趣旨も込めたネーミング。もっと歴史的な文化的なモノを掘り下げ、勉強していきたい。

- 自分たちの良い物をデザインに変えて、地元もさることながら、遠くのメディアも活用して、本気で日本全国に、世界に発信していきたいと思っている。