

日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」の維持・活用戦略（案） 12/26/2013

（宇治茶世界文化遺産登録推進プラットフォーム）

1 背景・趣旨

- 宇治茶は、中世以来日本茶のトップブランドとして評価を受け、京都の歴史・文化とともに発展し、人々の生活の中に溶け込み、茶の湯や煎茶道といった茶道をはじめ、陶磁器、漆器、呉服、和菓子、懐石料理などの関連する文化や産業の成長も育んだ。また、山城地域の農業や産業の振興に貢献しており、京都府山城広域振興局では、平成18年に京都山城「宇治茶の郷づくり構想」を取りまとめ、「宇治茶を通した和の文化の継承とお茶する生活の実現」を基本コンセプトに、山城地域を世界的にも魅力ある「宇治茶の郷」にしていくための取組を進めている。
- さらに、京都府では平成23年に「宇治茶の魅力世界へ発信プラン」を策定し、宇治茶の味や香り、機能性、歴史・文化の国内外への発信、茶畑景観の保全・活用への支援を通じて、宇治茶資源の価値を世界的な価値へと向上させていくことを目指している。
- こうした中、平成25年8月の「日本茶・宇治茶の世界文化遺産登録検討委員会」において、宇治茶生産の景観は、中世以来、発展・継続してきた日本茶の生産により形成され育まれてきたものであり、日本茶とそれに関わる伝統的文化を語り、将来に伝えていく上で他に類を見ない顕著な普遍的価値を有する重要な文化的景観とし、提案書コンセプトの骨子を『日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」』として方向性が定められたところである。
- 本戦略は、宇治茶に関連のある大学研究者や茶業関係者、企業、NPOなど多彩なメンバーが宇治茶世界文化遺産登録推進プラットフォームに結集して、
 - (1) 提案書骨子の日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」を維持するための戦略
 - (2) 世界文化遺産を目指すための「宇治茶のブランド価値発信」戦略
 - (3) 宇治茶生産の景観と宇治茶ファンを結ぶ「感動と共感の場づくり」戦略をとりまとめたものである。
- 戦略の実現に向けては「宇治茶の郷づくり構想」の取組と連携するとともに、「宇治茶の魅力世界へ発信プラン」における『世界文化遺産登録に向けた宇治茶景観の保全と地域の盛り上げ』や『観光客や消費者がほしい情報を入手できる情報発信方法』、『宇治茶の魅力の感動体験ができる場づくり』の提案を踏まえ、世界文化遺産登録推進の観点から施策化に結びつける。

2 めざす将来像

- (1) 茶業界やJ A、大学、高校、企業、市町村、京都府などが相互連携することにより、山城地域のお茶にかかわる資源や素材、人材が活かされ、地域の所得・雇用の確保や宇治茶生産の担い手の確保・生産現場の維持・継続が可能となり、世界的に重要な遺産である《宇治茶生産の景観を生業が支え地域ぐるみで継続的に維持されている》こと
- (2) 世界文化遺産登録に向けた取り組みを推進することにより、宇治茶が現代の日本茶を代表する抹茶、煎茶、玉露の生産の源流（オリジナリティ）であり、創業伝説やロイヤルティを持ち、室町時代から偽物が出るほどの「宇治茶のブランド価値」が国内外に発信され、260万府民はもとより海外にも宇治茶のファンづくりが進み、《宇治茶を通じた和の文化とお茶する生活が浸透し国内外に広がっている》こと
- (3) 日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」という統一的なコンセプトで地域づくりを推進することにより、府民や国内外の訪問者が一歩足を踏み入れると、《山城の各地域で宇治茶生産の景観が結ぶ感動と共感の場の提供がなされている》こと

3 現状と課題

(1)日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」の維持

- お茶は、生産地で生産者が生葉の収穫後、荒茶として1次加工を行い、消費地において茶問屋が仕上茶として2次加工を行い商品として販売。宇治茶の特徴は生産地の荒茶が宇治を中心とした山城地域に集散され、合組（ブレンド）され仕上加工されること

また、京都府のお茶の生産の特徴は、荒茶段階で全国5位、3,170トンの生産量、約80億円の産出額であるが、玉露及び抹茶の生産は全国1位。生産面積は、1,580haで、全国の4位、約3%に過ぎないが、煎茶47%、かぶせ茶11.5%、玉露7.5%、てん茶34.1%と宇治茶生産の特徴は他産地ではみられない多くの茶種（4茶種）が生産され、消費者に供給されていること
 （1位静岡：煎茶99%、2位鹿児島：煎茶98%、3位 三重：煎茶69%、かぶせ茶31%）

・ライフスタイルの変化に伴い、高級茶を始めとするリーフ茶離れが進み、最高級の抹茶や玉露を生み出す手摘み覆下茶園が減少。さらに、生産者の高齢化や作業効率の問題から、香り高く深い滋味の上煎茶を生み出す急傾斜の山なり茶園の荒廃も進んでいる。これらの生産を維持し景観を保全していくことが課題

○ 栽培面積は、ほぼ横ばいで推移しているが、栽培農家数は平成12年の1,330戸から22年の825戸になり、10年間で約4割が減少。府農家の高齢者割合よりは低いが、60歳以上の農家が65%を占める。茶業経営をやめた農家の茶園を地域の農家が拡大してカバーし、1戸当たりの栽培面積は、10年間で0.9haから1.3ha(24年:1.5ha)に拡大し、鹿児島県の3ha、宮崎県の2.2haに次ぐ規模であること

・茶業経営の収益性は、農林水産省統計で煎茶10aあたり約10万円(米2.6万円、施設トマト110万円)、平均茶価が10年前比較で9%の減少の現状において、規模拡大は労働力4人の専業農家でさえ、5ha規模が限界。荒廃茶園は、45.7haに増加し、景観保全のためには、規模拡大の可能な経営感覚に優れた農家、Iターンなど新たな担い手の確保による茶園の維持が課題

(2)「宇治茶のブランド価値」のわかりやすい・個性の発信

○ 宇治茶の世界文化遺産の取組が学識経験者や市町村、京都府等で登録検討委員会を設置して進められ、提案書コンセプトの骨子が日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」として方向性が定まる。

・世界文化遺産の取組が地域に十分浸透していないため、登録推進の取組を通じて宇治茶の価値を正確に伝え、世界文化遺産を目指す意義を発信していくことが課題

○ 宇治茶の情報発信については、平成19年2月に「宇治茶の郷づくり協議会」を設置し、「宇治茶の郷通信」や「宇治茶の郷メールマガジン」を発行。宇治茶の郷づくり月間(10月~11月)の制定。ホームページの開設。宇治茶の価値を再発見する取り組みとして史跡や行事、茶畑の美しい景観を訪ねる「宇治茶歴史街道」(5ルート)の設定と宇治茶歴史街道マップを作成し、宇治茶の郷ウォークや宇治茶歴史街道ウォークを実施。さらに、宇治茶の魅力情報発信プラットフォームの取組として、平成25年に「お茶ナビ」を開設し、お茶の淹れ方などの宇治茶の基礎知識や宇治茶を愉しめる店の紹介、宇治茶のイベント情報を発信

・イベント情報の発信や歴史・文化を体感できる観光コースの設定などにとどまっておらず、室町時代以来のトップブランドである宇治茶の奥深い価値を国内外に伝え、保存・活用し未来に伝達するための仕組みづくりや拠点の設置を行うことが課題

○ 宇治茶の価値は、日本を代表する文化である「茶の湯」を支え育み、一方、急須でお茶を淹れる煎茶は「家庭、職場など日本ではどこを訪ねても飲むことのできる日本の日常生活に根付いた暮らしの中の喫茶文化」として発展してきたこと

・世界に宇治茶を発信するためには、「宇治茶の郷」の山城地域から急須でお茶を飲む習慣を取り戻し、特に次の世代を担う若い人が日常生活の中にくまなく宇治茶を取り入れることが課題

(3)多くの理解者を得るための「感動と共感の場づくり」

- 「宇治新茶茶摘みの集い」や「春の大茶会」など山城各地で宇治茶の体験イベントとして、手もみ体験やお茶の淹れ方教室、振る舞いなどが行われ府民がお茶に親しむ場が提供されるとともに、おいしい宇治茶のメニューが揃い、宇治茶の歴史、文化、淹れ方等の説明ができる喫茶店などを「宇治茶カフェ」として京都・宇治中心に23店舗を認定

・茶農家の生産現場では、茶摘みの体験や農産物の直売所の設置に伴い生産者の顔が見えるお茶を買うことができるなど、訪れる人たちに感動を与えている。しかし、宇治茶の世界文化遺産登録を目指すためには、多くの人をさらに「宇治茶生産の景観」の現場に結び付け、ゆっくりとお茶を味わう感動と共感の場づくりを進めることにより、多くの理解者や応援団をつくることが課題

4 基本戦略

世界文化遺産登録を目指すための

- (1) 生業が支える『日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」』維持戦略
- (2) 普遍的な価値のある「宇治茶のブランド価値発信」戦略
- (3) 宇治茶生産の景観が結ぶ「感動と共感の場づくり」戦略

《目 標》

2020年を目標に世界文化遺産登録を目指す。

5 戦 略

- (1) 生業が支える『日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」』維持戦略

① 宇治茶生産の維持対策

・文化的景観を構成する茶園は、労働生産性の低いところも含めて構成されることから、文化的価値と経済的価値のバランスをとりながら維持することが重要。このため、条件不利地の克服できる仕組みを作り、そのままの形で凍結保存するものでなく、次の世代に、文化的価値を維持しながら経済活動ができるよう、重要文化的景観や京都府景観資産及びその候補資産など「景観保

全対象地域」を主体に伝統的な本ず覆下栽培による高級茶生産や生産効率の改善につながる農道整備や基盤整備、機械導入などを支援

② 儲かる茶業に挑戦できる後継者・新規就農の仕組みづくり

- ・茶業研究所の茶業技術研修制度では、現在茶農家や茶問屋の子弟が一年間研修しているが、後継者や新規就農者の確保のためには、生計が成り立つ儲かる茶業に挑戦できる環境を整備することが重要であり、茶業研究所を拠点に実践的な経営を学ぶことのできる総合的な人材育成の場を設置

具体的には、若手茶業経営者を対象に革新的な企業経営を総合的に学べる宇治茶経営者を対象にしたアカデミーの開講や後継者のいない茶園や茶工場等を集積し、茶業のために必要な条件整備をトータルで支援することにより、革新的な経営者や新たな経営者を生み出すための宇治茶経営の実践的な研修の場を創設

③ 特色ある宇治茶づくり

- ・生産量の少ない宇治茶がここまで生き残ってきたのは、被覆などの栽培法や宇治茶としての製茶法とマッチした特色のある京都府の育成品種によって生産されてきたことにある。さらに、世界に向かって宇治茶の高い味や香りの感動を与えられる京都府で育成された品種を売りにできるように、茶業研究所が開発した展茗（てん茶）、鳳春（玉露）に続く京都府による新品種の育成を進めるとともに高品質てん茶・玉露の革新的生産技術の開発、宇治茶の特色を活かした新商品の開発を一層進める。
- ・宇治茶は、生産規模では静岡県や鹿児島県に劣るが、伝統的な覆下栽培の手摘み技術により他府県に勝る高級てん茶や高級玉露を生産してきており、将来にわたって傳承するための支援体制等の整備を行う。また、個性的な宇治茶生産を進める自園自製の農家への支援策も必要。

(2) 普遍的な価値のある「宇治茶のブランド価値発信」戦略

① 宇治茶世界文化遺産登録プロモーション

- ・世界文化遺産登録の取組を通じて宇治茶の価値を正確に伝え、世界文化遺産登録を目指す意義をわかりやすく発信していくため、提案書コンセプトの『日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」』をキャッチフレーズとしてプロモーション企画を展開することとし、宇治茶世界文化遺産登録推進プラットフォームの企画・運営によるシンポジウムや世界文化遺産講座の開催、世界文化遺産推進大使の任命と活動支援、世界遺産候補を巡るアクセスマップづくりを実施

- ・こうした展開を図る前提として、「宇治茶の価値を言語化」して発信していくことが大切であり、行政や茶業界等で宇治茶ブランディング推進会議を設置してブランディングの方向性を定めた上で、登録を得るまで一貫したデザインによるポスター製作や宇治茶の日の設定、宇治駅発の「おいしい宇治茶の全貌探検ツアー」の開発、宇治茶の淹れ方体験のできる宇治茶電車の走行、宇治茶ファンクラブなどを「宇治茶の郷づくり」と連携して実施

② 宇治茶の価値を未来へ伝達する知の拠点づくり

- ・室町時代以来のトップブランドの宇治茶の価値を保存・活用し、未来に伝達する「アーカイブ」としての機能を持ち、宇治茶の歴史や宇治茶の奥深さを知る講座、宇治茶ガイドの養成ワークショップなどを行う知の拠点づくり

③ 急須でお茶を淹れ味わうおもてなし文化の再発見

- ・「日本の日常生活に根付いてきた暮らしの中の喫茶文化」を取り戻し、急須でお茶を飲む習慣を京都から世界に発信するため府や市町村で宇治茶でおもてなしを推進するための条例の検討を提案
- ・おもてなしの文化を再発見するため、日本茶インストラクター協会京都府支部や京都府茶業青年連合団などと連携して、TPOにあったお茶の淹れ方教室などを開催

④ 宇治茶の海外発信

- ・日本茶の歴史と文化をつくってきた宇治茶の価値を世界ブランド化していく戦略については、「宇治茶の魅力、世界へ発信プラン」で、すでに「宇治茶伝道師」の認定や活動支援の取組を進めており、その中で、「京都・宇治茶」など海外に発信できるネーミングの統一や日本食の料理にあった宇治茶の提案、ブランドマーク・ロゴマーク・パッケージデザインづくり、外国語表示を含むホームページの開設などを展開

(3) 宇治茶生産の景観が結ぶ「感動と共感の場づくり」戦略

① 宇治茶でおもてなし縁側カフェの開設

- ・ほっこりと対話しながら生産現場でゆっくりと適度な温度で宇治茶を味わう場づくりや色々の茶種を自分で操れて、味わい楽しむことのできる宇治茶の魅力を感じることができる場づくりを進めるため、体験付きの茶農家縁側カフェや自らお茶のブレンドができる合組喫茶の開設を支援

② 宇治茶でおもてなしをテーマとした美しい景観の村づくり

- ・宇治茶生産の景観は、山城地域の風土と自然環境を活かし、京都と奈良から適度の距離にある歴史的な背景のもとに、産地形成がされた景観であり、宇治茶の生業や農家の生活、茶商・茶問屋、里山のすべてが刻み込まれた文化的景観であり、こうした文化的景観価値のある集落等を宇治茶でおもてなしをテーマに美しい景観の地域づくりに取組む村として認定し、文化的景観の村づくりを推進

(4) 宇治茶の伝統・革新の拠点づくりと推進体制の整備

- ・ 日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」維持戦略や宇治茶のブランド価値発信戦略、感動と共感の場づくりの3戦略を強力に推し進めるために、
 - ① 世界最高水準の品質を誇る「宇治茶」の新時代に向けたイノベーションの創出
 - ② 「宇治茶」の生産から加工、流通さらには消費、産業創出を担う幅広い人材の育成
 - ③ 800年の歴史に培われた「宇治茶」の生産技術の継承と価値の発信
を行うことが可能な拠点づくり
- ・ 具体的に茶農家や茶商のプラットフォームづくりを進め、一煎パックのようなコラボ企画の実現や担い手の確保・育成、リーフ茶を高く売するための新たなブランド戦略、手摘みや手揉みの伝統技術が生業として継続できる仕組みづくりなどを実践
- ・ さらに、戦略を実行あるものとしていくために、「京都府世界遺産推進本部（本部長：副知事）」の日本茶・宇治茶推進チーム（チームリーダー：農林水産部長、部局横断組織：農林水産部、文化環境部、商工労働観光部、建設交通部、山城広域振興局、教育庁）の取組強化、及び府の推進チームと市町村の農林・計画・文化財系担当部局、茶業会議所、JA 京都やましろで構成する日本茶のふるさと「宇治茶生産の景観」広域調整会議の円滑な運営を実施。

6 開催経過

【第1回】 平成25年 6月24日

- ・ 課題について広く意見交換し、宇治茶の茶畑景観を保全するためには、生産面だけでなく、消費面まで一連の対策が必要であることが確認された。

【第2回】 平成25年 7月25日

- ・ 「生業の継続による景観の維持」「わかりやすい個性の発信」「感動・共感の場の提供」の3つのキーワードを戦略のテーマとすることが確認された。

【第3回】 平成25年 9月 4日

- ・ 3つの戦略テーマごとに具体の施策について意見交換を行った。

【第4回】 平成25年10月11日

- ・ 個性のある茶の生産と規模拡大の両立、ブランドの定義の明確化、戦略の実行体制を戦略に補足することが確認された。

【第5回】 平成26年12月26日