

＜生業の継続による景観の維持＞

1 宇治茶生産の景観保全するための生産維持対策

(1) 提案内容

- ・世界遺産の構成資産の茶園は、労働効率の悪いところで残っている。色々なお茶ができることが大切なこと。生産サイドからすると経済効率が悪いところが文化的価値として残っている。
- ・文化的価値と経済的価値のバランスをどうとるか。条件不利地の克服できる仕組みを作ること。文化的景観は見た目ではない。作り上げてきた人々の営みである。歴史の過程を大切にすものであり、そのままの形で凍結保存するものでなく、次の世代にどのように引き継いでいくかが課題。

(2) 対策

- 文化的価値を維持しながら経済活動ができるよう、農道整備や小規模基盤整備、機械導入など支援（例：景観区域指定を要件）

2 宇治茶の伝統・革新の拠点づくり

(1) 提案内容

- ・それぞれの生産者や地域が技術研鑽し、技術革新して宇治茶ブランドを作ってきた。相楽郡の南部は歴史的に宇治茶でなく日本茶として輸出したこともあるが、宇治茶ブランドは大きい。技術伝承とイノベーションを一緒に拠点化する。
- ・想定されるのは、茶業研究所あるいは、茶協同組合の既存施設の活用により、宇治茶の品質を裏打ちする技術内容やその発明者（社）の発信と、新たな技術開発、特に充実した利用加工部門との一体的な拠点整備

(2) 対策

- 伝統的技術の伝承拠点づくり
- 加工技術を含めた技術革新（イノベーション）の拠点づくり

3 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

(1) 提案内容

・茶業研究所では茶業技術研修制度を持っている。茶農家や茶問屋の子弟が一年間研修しているが、跡を継ぐためには生計が立てられ、もうかることが重要であり、機械化や規模拡大が必要。

(2) 対策

・宇治茶経営者アカデミークラブ（仮称）

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クラブの創出

・宇治茶実践型学舎（仮称）

後継者のいない茶園、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し、新たな経営者や革新的な経営者を育成

4 特色ある宇治茶づくり

(1) 提案内容

・生産量の少ない宇治茶がなぜここまで生き残っているのか。一度飲めば他府県に負けない感動を与えられる自信があること。京都府内産茶葉100%を売りにしている茶商もいる。

・輸出に対応した特別栽培のお茶づくりは、残留農薬基準のクリアーは必須だが産地ではやっている。和製紅茶は本物と比べると難しい。

(2) 対策

○茶業研究所が開発した展茗（てん茶）、鳳春（玉露）に続く京都品種の開発

○輸出に対応した特別栽培茶づくり

< わかりやすい・個性の発信 >

1 宇治茶世界文化遺産のプロモーション

(1) 提案内容

- ・世界遺産の物差しに照らし合わせたときに宇治茶はどのような価値を持っているのか。世界文化遺産の物差しを我々がもう少し学ぶべきか。
- ・石見銀山が世界遺産登録されたときに偶然居合わせた。いたるところでわかりやすいおしゃれなポスターがあった。
- ・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発信すること。
- ・世界遺産を目指す意義をわかりやすく発信すること。
- ・キャッチコピーを考える。「日本茶のふるさと」など
- ・宇治茶を世界遺産にプロモーション企画が必要
 - ①シンプルなイメージを前面に訴求
 - ②地元山城住民や京都府民に確信と希望を育む
 - ③全国と世界へ宇治茶の伝統と価値と景観をアピール

(2) 対策

- 「目指せ！宇治茶世界文化遺産」大会の継続的な開催
(宇治茶世界遺産登録推進プラットフォーム企画・運営)
- 宇治茶に興味を持つ・理解するプロモーション活動(例：ポスターづくり)
登録を得るまで一貫した宣伝物デザインを決定・活用
- 宇治茶の日の設定や大河ドラマ【秀吉と利休】の誘致
- 宇治茶世界遺産大使の任命と活動支援情報発信
- 宇治駅発の「おいしい宇治茶の全貌探検ツアー」の開発
- 宇治橋通り商店街を宇治茶にマッチした街づくりの展開
- 宇治茶電車(淹れ方体験のできる)
- 「匠の館」のバージョンアップ

2 宇治茶ワールドカレッジ(仮称)の開設

(1) 提案内容

- ・宇治の独自性。宇治に住んでいれば色々なお茶が飲める。その凄いとこに住んでいるという実感を住んでいる人が感じないといけない。

・山城地域に住むものが文化的にどう豊かになるのか。おじいちゃんがお茶を入れるというのは、山城地域の生活文化に根付くもの。教育現場、市民活動でも体験の場がある。

・茶園が見える母屋の部屋や茶工場を改装した・利用した

①宇治茶の歴史を知る講座や、宇治茶を知る講座を定期的で開催。（宇治茶市民大学）

②参加者が発表者となることのできるようなワークショップの開催

グループで宇治茶の茶摘み歌など専門家の指導のもと民族事例を調べるなどテーマを設けて行う。

③お茶ナビなどの成果などとも合わせて良質な「宇治茶本」を出版

(2) 対策

○宇治茶先生の養成とお茶育活動の場の提供

○山城地域の全小学校で「宇治茶を世界遺産にワークショップ事業」の実施

○宇治茶で会議運動（府・市・町条例）⇒国際会議も含む

○茶ムリエ制度（日本茶インストラクター）の定着と活動の場（淹れ方教室、修学良好体験など）の提供

・宇治茶の美味しい淹れ方教室の継続（東京・大阪、さらには海外で開催）

・宿泊施設での抹茶・煎茶のもてなし

・呈茶の機会に宇治茶のアピール（淹れ方に加え産地や種類も伝授）

・修学旅行メニューに淹れ方体験

・茶ムリエ制度の定着と活性化

3 宇治茶新たなブランディング戦略

(1) 提案内容

・日本茶のブームであれば日本茶が世界を席卷すれば宇治茶もアップするし、日本食ブームの中で宇治茶の発信も必要。輸出など海外へ発信させることで日本へ浸透させることも大切。

・切れ目なく宇治茶の魅力を発信し続けることは、私たち自身が宇治茶の伝統を重んじながら、宇治茶に新たな価値を付け加える。あるいは新たな価値を創造する営みを続けていくこと。

日本茶を世界に普及させていくこと。同時に日本茶の中で「宇治茶」が最高の品質であることを浸透させること。品質・味が最高。健康にも極めてよい。加えて歴史・文化があるから、世界文化遺産に認定されるべき価値があると世界に思わせること。イメージでどれだけ売るか。すそ野を広げる。日本茶のなかでの高級茶の宇治茶

をどう位置付けてブランディングし、他の産地からもリスペクトされることが大切。

・ジャパブランドとして宇治茶を海外に発信

(2) 対策

○新たなブランディング戦略として海外に発信できるネーミングの統一

例「京都・宇治茶」、「日本茶・宇治茶」、「宇治・抹茶パフェ」

○日本食の料理にあった宇治茶の提案

○宇治茶スイーツの発信

○ブランドマーク、ロゴマーク、パッケージデザイン

○外国語表示を含むホームページの開設

○ウェルネス戦略

○デザイン性と機能性が合わさった美しい急須の開発

＜感動・共感の場の提供＞

1 縁側カフェ・合組カフェづくり

(1) 提案内容

- ・生産の現場と消費の現場がかい離している。生産の現場で飲むお茶は感動を呼び起こす。
- ・ゆっくり飲んでもらうことのできる場の提供が大切。日常のなかで取り戻してもらうこと。
- ・ゆっくりお茶を飲む喫茶文化。ゆっくり低い温度で飲むお茶の魅力の場の提供。色々の茶種のあることが味わう楽しむ価値につながる。山城地域での競い合いが根底にあるのでないか。
- ・茶産地で手短かに茶を飲める環境を作る

(2) 対策

○茶農家縁側カフェの開設

農家レストラン的に体験付きの茶農家カフェ（レストラン）

○合組喫茶（茶ブレンド喫茶、茶ムリエ喫茶など）

あなたも一流の茶師になってお茶を操ろう！

2 宇治茶村づくりの推進

(1) 提案内容

- ・宇治茶は、日本緑茶発祥の地という正解ではない。てん茶、煎茶、玉露など現代日本緑茶の発祥の地である。正確に示していかないとだめだし、そういう場を持つことが大切。
- ・景観の点では、茶園やお茶だけでなく、関係する農家や問屋、里山が景観を作り出している。

(2) 対策

○文化的景観価値のある集落を「宇治茶の郷づくり村」として認定・支援

「宇治茶市民大学」地元教室の開催