宇治茶の世界文化遺産登録推進プラットフォーム（第３回戦略検討会議）

メンバー発言要旨

日　時：平成２５年９月４日（木）１６：００～１８：００
場　所：宇治茶会館　２階　第２会議室

１　発言要旨

○　子どもたちが山城地域に誇りが持てるように、世界遺産の話やお茶の魅力を直接話ができる「宇治茶を世界遺産にワークショップ授業」を実施することができないか。宇治市ではすでに行っているので、世界遺産のことを加えればよい。

○　世界遺産の歌をどこでも活用する動きが起こせないか。

○　宇治が行ってみたい場所にならないといけない。テレビで取り上げながら育っていく場所になってほしい。例えば、古民家を貸せる場合、助成金付きのコンクールを実施して、魅力あるお店を提案してもらうのはどうか。有能なデザイナーやシェフが集まって注目される。

○　有名なお茶屋がたくさんあり、飲み比べたいという需要はあるので、お茶屋の共同で一煎パックの詰め合わせを始められないか。

○　一煎パックのような企画を実現するための連携できる仕組みが必要か。茶商や茶農家のプラットフォームがあればいい。

○　宇治茶生産の景観となり、見せる写真が重要になる。印象的で分かりやすい写真を見せていく必要がある。

○　玉露の手摘み茶園がどんどん減っている。時代の流れで機械化が進む中、一定は保存し生業として継続できるしくみが必要。手摘み技術や手揉み技術が景観として生き残っていくことが戦略の軸足となる。

○　スイーツの需要には応えていかなくてはいけないが、それが抹茶や玉露の評価に繋がりそれなりに販売できるとなれば需要拡大といえる。リーフ茶が高く売れる新たなブランド戦略が一つの柱になってほしい。

○　分かりやすい発信力としては、宇治茶のシンボル景観は何なのか。他産地とどこが同じでどこが違うのかをイメージとして示せるか。見せ方の工夫が必要。一方で、分かりやすくするというのは、何かを特に選んでしまうということで、逆に複雑な味わいであったり、いろいろな種類があったり、分かりやすくないところが宇治茶の魅力かもしれない。

○　生業の継続による景観の維持、特に手摘み園をグローバル経済の中でどう守っていくのか。それを見据えたブランド戦略が必要。生産農家へのアンケート結果から、世界に出て行かなければいけないという意見が多い。

○　世界遺産となったときに何を見るかというと、広い茶畑ではないか。そうした場合、宇治茶には紅茶やウーロン茶のような広い茶畑がないので、世界に発信するには景観では難しい。宇治茶がこれだけ発展してきたのは、日本の精神文化を支えてきたからであり、日本緑茶と精神文化は離せない。茶道と宇治茶の結びつきを表に出した方がよいのでは。

○　実際手摘みで茶園をやっているが、非常に厳しい。抹茶をお菓子で使うにはあまりにもコストが高いから値段を下げる。それに見合ったものを茶業者が作ってしまう。この原因として、抹茶と玉露の定義がないから。はっきり決めないと今のままでやっていくと実にいい加減になっていく。値段の安いものが求められる結果、どうしても手摘みでやっていくとコストが高くつくので、省略化することになる。そして、伝統的な製造技術が捨てられる。

○　宇治茶の場合、茶畑の広さで勝負できないのであれば、質の深さ、歴史などの根拠をしっかり定めることを考えていかなければならない。

○　市場経済の中で、自分の作りたいお茶、自分が誇れるお茶と売れるお茶がどんどん離れている。伝統的なものが気付いたら無くなっているということが起こるほど、危機に瀕していると思う。

○　宇治茶の伝統などの知識が集約、アーカイブされるところがあって、戦略に活かされる場が必要。

○　アーカイブ事業は再評価の事業でストックの事業ではない。取組の中で新しい価値の読み直しが起きる。世界遺産の取組は、価値の再発見を促すしくみとしては非常に有用。個性の発信、感動・共感の場の大きな柱として、知の拠点を入れたい。観光拠点としても活用が考えられる。

○　茶畑を見てもらう人に来てもらわなければ行けない。来てもらう方を増やす視点が抜け落ちている。アクセスマップやモデルルートの他、駐車場の整備などのハード面も含めて必要ではないか。

○　持続的な観光形態は地域振興と両立することが様々な地域で実証されている。宇治茶がヘリテージ観光の大きな目玉。感動・共感の場のトップにもってきてもいいくらい宇治茶観光振興計画というものがいる。

○　来てもらわなくても知ってもらうことで価値を上げていく。実際には行きにくいという戦略もある。観光業者が世界遺産を商売道具にしてもいけない。トリップアドバイザーという世界観光ガイドのサイトの日本のトップ３の一つに伏見稲荷が選ばれている。宗教や振興ではなく、あの鳥居の風景にあこがれる観光客が多い。今回、世界遺産のコンセプトが宇治茶生産の景観とされた。今まで品質で売っていたものにプラス景観の価値を付ける戦略がいると思う。

○　茶農家のビジネスとしては、観光や教育、オーナー制度、農家民宿など茶生産の他にもやり方はある。

○　生産地なのでむやみに足を踏み込まれては困るという思いがあると思うので、来場制限やインストラクター付きで回るといったエコツーリズムのしくみがいる。

○　フランスのワイン産地に行ったときに、地元ガイドが解説を聞くと、普通のワイン畑がとても価値があるように感動する。

○　宇治茶の府民大学がガイドを育成する場になってもよい。

○　手摘みの茶なら、１００ｇ１５００円以上でないと採算がとれない。どうしてそういう需要をつくるかというのが難しい。

○　高級なお茶を飲んでみるけど、他のお茶との差が分からないでいると、安いお茶でもいいかとなる。遮光することや産地によって日の当たり方で差があるなど、手間がかかっているから高いことを伝えていくと納得してもらえる。

○　他の産地と宇治茶はどう違うかというと、玉露、てん茶が宇治茶のメイン。和束や宇治田原の煎茶の広い茶園もあるけど、玉露、てん茶の自然茶、覆下茶園で他との違いを強調し、煎茶の茶園もあるという形ではないか。

○　分かりやすさというと本ず茶園だが、なぜ煎茶があるかというと、都に近いため文化が集約しているため、いろんな種類がある。そのことの価値として煎茶があることは評価できる。差別化の説明が難しいがそれを乗り越えていく知恵が必要。

○　景観を見た目の違いで説明すると難しいので、他品種とか、自製自園とか、製法の特徴と合わせると同じ煎茶でも違いが言える。一般的な圧倒感として広さもあるが、奥深さをどうつけていくか工夫がいる。

○　宇治茶というと何を思い浮かべるかというと抹茶。歴史的にも抹茶が伝わってきて煎茶、玉露ができている。抹茶と日本の精神文化。この２つが結びついて日本が形成されてきた。

○　写真が持っている力は強い。広報物の写真のカメラマンが変わっただけでお客さんの評判が良くなり、注文が増えた。交代後のカメラマンはお茶のことを勉強していた。プロのカメラマンに茶畑や町並を写して貰う必要があるのではないか。

○　外国や他の地域のお客さんに世界遺産を目指している話をすると、ファンクラブに入りたいと言われる。地域外の方の方が、京都大好き、宇治茶大好きという思いは強い。京都を訪れるリピーターは度々訪れて行くところが無くなり、今度は茶畑に行きたいと思われる。

○　同じ品種でも作り手が違うと違う味になる。ブレンドされていることにはじめ驚かれるが、説明すると感動されて「大事に飲む」と言われる。他の飲料もそうではあるが、特にお茶は、作り手も大事だが、茶商やいろんな人達の手を経て、今飲んでいるお茶があると説明すると、値段に納得されて買われる。

○　後継者不足が深刻。茶業研究所に研修機能を考える時期では。工場をリフレッシュして、手摘み、伝統を伝承する後継者を育成し、技術を次代に伝える役割を担ってはどうか。

○　品評会が先にあったが、茶農家には色味といった内質の評価ができる人が少ない。内質も含めて自分なりに品質評価できる生産者を育てていく必要がある。

○　お茶の新規就農は茶農家に認められないと難しい。前に大阪から茶をやりたい人が来て、３年間アルバイトした後、地元に認められて茶畑を任されるようになった。落下傘的な新規就農は難しい。

○　同じクラスのお茶で飲み比べられたときに、宇治茶は負けるわけにはいかない。そういう意味では内質は大切。

○　茶園面積は他産地と比べると少ないが、覆下茶園は全国でも面積は多い。個人工場が多いのも特徴であり、そうした産地であるから美味しいお茶が作れる。世界遺産になる。

○　世界遺産のコンセプトはうまくまとまっている。覆下茶園、露地茶園、合組の茶師・茶商の屋敷が集積して残っていることが特徴としてよく表れている。

○　フランスのサンテミリオンで観光客が一年前に摘んだブドウで作ったワインでランチを囲むような取組をしている。茶農家にとっては負担になるかもしれないが、産地でお茶を楽しんでもらえるいい取組なので、このプラットフォームで取り組める茶農家を応援できればよい。

○　茶農家自ら振る舞うお茶は、自分が作りたいお茶のはず。文化的価値を維持しながら経済活動ができるとあるが、文化的価値を維持することで経済活動ができると言えるだろう。

２　まとめ

○　この戦略案についてはもう一度議論の場を持ちたい。

○　「知の拠点」は「個性の発信」に取り組む前に、そもそもストックが必要だ。また、宇治茶を活かした観光振興計画を「感動・共感の場の提供」の大きな柱として入れたい。

○　グローバル戦略であるとか、ブランディングに加えないといけない内容はある。

○　宇治茶の村づくりの推進の前段階として、各市町村が構成要素を洗い出していく作業と合わせて、登録茶園のようなシステムを組んで応援していくことも一つの案。

○　頑張っている人が孤立しないように、それを応援し、周りの人が加わっていく広がりを作っていかないといけない。

○　各メンバーにおかれては、次回までに優先的に取り組むべき対策を事務局に報告いただきたい。事務局はそれをとりまとめ、取り組む優先順序の付いた戦略案を提示いただきたい。