

宇治茶世界文化遺産登録推進プラットフォーム（第9回）

結果概要

日 時：平成27年5月22日（金）15：00～17：30

場 所：宇治茶会館 2階 第2会議室

1 要旨・決定事項

- 行動計画に山城広域振興局事業も位置づけ、連携した事業を展開。
- 新たにまる旅チーム、茶育チームを設置するとともに、本日決めた平成27年度行動計画に基づき、世話人を中心としてそれぞれの事業を実施。
- お茶の京都や日本遺産の取組と連携。
- ロゴデザインについては、会議参加者の意見を踏まえ、さらにブラッシュアップ。
- プラットフォームのバージョンアップしたセカンドステージについて検討。

2 発言要旨

■あいさつ

- プラットフォームの取組も3年目になり、生産・流通・消費・行政と様々な方に集まっていただいて広く意見交換をし、行動計画を作り、実行して、実績を積み上げてきた。それが大きな成果。ただ集まって情報共有するだけでなく、そこに至るまでのプロセスを重視して進めてきた。3年目になり周辺の状況が大きく動いているときなので、そういうものと連携しながら、これまでの取組の上に積み上げていけるように、引き続き皆さんの協力をお願いしたい。

■平成26年度行動実績について

- 行動実績は一般の方も見られるようにホームページ等で公表した方が良い。
- 行動実績が一覧化されると、しっかりとした基盤が積み上がってきているなという感じになる。

■平成27年度行動計画について

- 内容的に踏み込んだところまでご議論いただいて、27年度の行動計画を進めていきたい。
- 今年度は、まる旅チーム、茶育チームの2つを新設し、検討・取組を進めていく。また、山城広域振興局の事業と関係を密にして事業を実施していく。
- 宇治茶の生産を維持していくことが大きな柱の一つ。お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプランを策定し、今年度から展開していくことは非常に素晴らしいこと。

- 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という難しい課題に取り組んでいる。
- ロゴマークは訴求力があるが、上手に作らないといけない。お茶の京都や日本遺産、世界遺産登録推進と色々あるが、どれがどれだかわからなくなっちはいけない。
- 国際会議でのおもてなしは、ぜひ実現を。
- 地元の方が地域の魅力を発信することが、そこに訪れる方のニーズとして高まってきている。
- 多くのイベントを実施しているが、参加者の広がりが必要。市外とか府外の方に参加してもらうには、情報発信の方法も変わってくる。また、教育も絡めながら、みんなで応援して世界遺産登録をやっていくという気運醸成を広げていくことが大切。マスメディアをどう巻き込むか。
- 茶育については、小学生だけでなく、修学旅行で訪れる中学生・高校生や大学生に対しても、プログラムを作って提供できるようなシステム作りが必要。
- 山城地域には修学旅行生の受け入れを一元窓口としてやるお茶ツーリズム専門の旅行会社など、受け入れ調整をしてくれる団体がないことが大きな課題になっている。
- お茶に対する注目が高まっている中、宇治茶のプログラムを作ることで、これまで受けきれなかったニーズにも対応できると思う。各市町村が関与できるようなネットワークが作れたら良い。
- 和束町でも受けきれないくらい、海外からも含めて爆発的に観光客が増えてきている。お茶が世界的にブームになっているので、産地に行きたいという声がたくさん広がってきている。
- 茶畑を見たいという一般の方は外国人も含め増えているが、茶業は季節によって案内するタイミングが難しい。また、アクセスの方法も、簡単にウェブで案内できるようなことができれば良い。
- 修学旅行生に茶香服で玉露やてん茶を出したりするが、それがどこで取れたものかということがわかるカードなど、配ることのできるものをつくり、家に持って帰って親に生産地に連れて行ってもらえるような仕組みが考えられないか。
- 茶育でも、生産景観ということを考えれば、地理的な結び付きができる教材のようなものを考えていく必要がある。
- 昨年度、京都文教大学を中心に取り組んだ宇治茶文化講座及び古文書調査について、今年度も同様に京都文教大学で取り組んでいく。
- プラットフォームの戦略Ⅱの取組とお茶の京都の取組は重なっている部分もあるので、どう連携していくのか、役割分担していくのかという調整をしていく必要がある。

- 農家の方は摘み子さんの確保に困っている。多くの摘み子さんがいてくれると良い芽の時に収穫ができるということがあるので、プロと茶摘みボランティアをミックスして茶農家を助けていけたらなと考えている。
- プラットフォーム会議では、生業の景観、生産者があつての茶畑の景観という視点を引き続き入れていただきながら取り組んでほしい。
- 世界遺産、お茶の京都、日本遺産などお茶関連のいろんな取組で何を目指しているのかという結局、京都府南部の山城地域のブランド戦略だと思う。ブランドというのはお客様の信頼があつてのブランド。生産者、流通者、地域住民のおもてなしの態度や教育によってブランドをどう作っていくか。最終ゴールは世界遺産だということで旗印を立てられているほうがわかりやすい。府民の方にもシンプルに説明していかないと混乱するので、整理していくというのは大事だと改めて思った。
- 地域ブランド戦略は非常に大切。宇治抹茶という言葉がスイーツを中心に氾濫しており、宇治茶の品質管理とか宇治茶というブランド自体の管理ということについても科学的に考えていかないといけないと思う。生産景観は宇治茶の世界文化遺産として守っていく、そこで作られる宇治茶も同じように守っていく、そのために地域全体のブランドを高めて、たくさんのファンにお越しいただいたり、支えていただくという、そういう仕組みづくりが必要。
- 世界文化遺産登録推進、お茶の京都、日本遺産とある中で、その体系的なフローチャートなど説明しやすいものが必要。

■その他

- 来年度に向けて、取組をバージョンアップするために世話人を中心にセカンドステージについて検討していく。