

宇治茶の世界文化遺産登録推進プラットフォーム（第2回戦略検討会議）

メンバー発言要旨

日 時：平成25年7月25日（金）17：30～19：30

場 所：宇治茶会館 2階 第2会議室

1 概要

- 世界文化遺産は、今までを守るのか、これからを守るのか。宇治茶は、日本茶の中でも独特の発展をしてきている。生産・加工・喫茶となるが、変わってきている。生産も儲かるために昔ながらのやり方ではだめなので、新しいことをしている。加工もペットボトルにしたり違うことをしている。喫茶も違う。急須やポットのない方も多い。そういう中で、これまでの宇治茶を守るのか、これからも昔の宇治茶を維持しなければならないか。世界遺産に縛られるのならそれは方向が違うと思う。
- 文化的景観は、今までやってきたものを大事にして、一定保持をしながら、それを凍結保存するものではなく、その本質を維持しながら、次の世代に繋げるもの。何を保存して、何を変えていくのかのバランスは私たちが決めていくと理解している。
- 日本茶は無くならないと思うが、宇治茶はなくなる。なくなるいまでも薄くなる。宇治茶にこだわるのか、変わってもいいのか、何百年ときた宇治茶をできるだけ保持するのかわ分変わる。
- それは決まっていないが、暫定案としては宇治茶で考えられている。誰かが今作っているのは宇治茶でないのだから、変えるということではないと理解している。では、どうすることが作っている人にも楽しむ人にもそれを引き継いでいく人にも地域の人にもいいあり方なのかを考えるために、今日集まっている。
- 宇治茶は今変わってきている。スイーツになったり、お酒になったり、ペットボトルも玉露入りが美味しいとCMが流れている。宇治茶の本当のところを地元の人をもっと知らなければいけない。そういう取組が必要。
- 石見銀山が世界文化遺産に決まったときに石見にいたが、夜であったが、周りの家から歓声が聞こえた。いたる所に分かりやすくおしゃれなポスターがあり、石見銀山にはこういう風景があるんだということが分かりやすい。宇治茶の価値とか、育てるとかのもっと前の段階で、宇治茶に興味をもって貰うことが宇治茶に関わる人のきっかけになると思うので、分かりやすい個性発信の分野を強化していくといいと思う。
- お茶はおじいちゃん子。高級茶はおじいちゃんが淹れる。
- 湯屋谷は100軒くらいの集落だが、昔は20軒くらいお茶の個人工場があった。お茶の時期には蒸気蒸しの香りや機械を動かすための水車があったが、今は数軒程度に減って寂しい限り。他にそれらしいものがなく、資産をどうやって発掘していけるのかと思っている。

- 皆さんご存じの宇治茶の歴史は大分書き換えないといけないが、それができていない。日本緑茶発祥のというフレーズは困ったなと思う。中世に緑茶はあった。煎茶とみるなら別だが、緑色のお茶は古代からあった。宗円さんの話で、赤茶けたお茶が緑になったというのは伝承で、劣化の過程で赤くなった。世界遺産の申請を考えると用語を考えないといけない。歴史を検証する必要があるということは歴史学の立場から申し訳ない。

地域の人達が歴史を見直す、地域の人を巻き込んで勉強し直す機会があってもいい。そこから価値を見い出すことができればいいと思う。

2 戦略テーマ（案）ごとの意見

■「生業の継続による景観の維持」に関する意見

- 世界遺産の構成資産として考えられている茶園は、フラットで機械が走っている茶園ではなくて、非効率な労働強度が強い茶園である。そういう生業がまだ残っていて、いろんな茶ができるということは大事なこと。条件不利地を克服できるようなくみがあればと思う。

歴史的なこともあるが、日本茶として、この山城地域において生産者が技術の研鑽積み重ねて、技術革新につながり宇治茶としてブランドができたことは間違いないと考える。

- 茶業技術研修生として茶問屋の息子さんなどを受け入れているので話をしていると、跡を継ぎたいという気持ちは、父親を見ていて、やらなければいけないと思うことと、生計が立てられるということがあげられる。

前回、農業は儲からないといけないという意見があった。中途半端なことをしては儲からないので、集団茶園とか、規模拡大、機械化を推進してきた。そういうところは後継者もいる。生業として経営が成り立つためには基盤整備は必要。

- 全国的に宇治茶の生産量は少ないが、なぜ宇治茶がここまで生き残っているか。全国に宇治茶を売りに行ったとき、「飲んでから美味しい美味しくないを言ってな」と言っている。これは、絶対他府県には負けないという自信、絶対感動を与えられるという思いを持っているから。その礎は京都品種。京都の土地風土にあった部分、それを応用し、昔からの伝統の中でこれが宇治茶という質がある。質重視でこれからも宇治茶は残っていくお茶。消費者に認められれば宇治茶は絶対残ると思う。

- 他府県にない宇治茶の品種と言われたが、京都産宇治茶という売り方があれば戦略としてあるのかと思う。茶業研究所で研究されている品種は府独自というものではないか。

- 鳳春、展茗は、京都府内でのみ栽培してもらい他府県に出さないのが基本。宇治茶というブランドがあるので、京都産宇治茶という表現は難しい。追求すると難しい話になる。

- 京都府内産茶葉100%使用を謳って売っている例もある。

- 戦略を考える場面では、難しいが何か考えないといけないかもしれない。

- バブル崩壊のときはどうもなかったが、リーマンショックでは変わった。あれから業界すべて、日本全体が悪い。自分の収入も減っている。減ると収入を維持するために面積を増やすなどの工夫をして、売れるお茶をしないといけない。昔ながらの宇治茶が変わってきてい

るというのはそういうこと。

消費者の方も本当の宇治茶を分かってペットボトルや変わったお茶を飲まれるのはいいが、変わったお茶を宇治茶と思っている方もおられると思う。

■「分かりやすい・個性の発信」、「感動・共感の場の提供」に関する意見

- 私たちが知っているお茶のイメージというと、宇治金時やお茶のチョコということが正直なところ。私たちが提案させて頂きたいのは、茶葉入りの牛乳パックでつくる和紙づくり。作った日から2、3日は、茶葉のいい香りがしてきて、私たちにも身近にお茶のことを知る機会になると思う。10月19日のシンポジウムに来られる方に対して、お茶へ親しむきっかけを提供できるのではないかと。
- こんなに香りがするのであれば次は飲んでみようとか、おばあちゃんにこれはどういう風に淹れるのとか作るのとか、世界が広がっていくのではないかと。まずは入りやすい形で、自分でつくる楽しさや茶農家さんがどのようにつくっているのかということ踏まえたきっかけづくりとして、飲むではなく、まずは目で見、鼻で嗅ぐという五感からアプローチを試みた。
- 応援団づくりのプラットフォームで、食育、茶育が大切という話をさせていただいたので、「茶ムリエ」を記載いただいているのであれば、「つなぐ・つたえる価値」に分類した方がよいのではないかと。 「わかりやすい・個性の発信」の部分では、お茶に関するイベントや資料などがまとまって見れるものがなかったので、今回「お茶なび」という形で作成したと思うが、ここに「お茶なび」のことがはいていないのが残念である。
- 戦略の中には行政がやることもあるが、民間の中でももう少しこうすればよいのではないかと。このような生活者の視点での意見も積極的に言ってもらえるとよい。それが次回、これは行政がやろうとか、行政が私たちと一緒にやろうとか、これは私たちがやるからとか、地域でやりましょうとか、そういうような仕分け方ができればよい。
- 日本経済新聞の6月2日の電子版を見ていると、今、日本茶が世界を攻略するという記事があり、緑茶の輸出量が急増していると報道されている。世界的に日本茶のブームであるが、決して宇治茶のブームではない。和食が無形文化遺産に認定されれば、必然的に京都の懐石料理はその中の特別な位置を占めるはず。日本茶ブームの流れに乗って宇治茶をその歴史や文化も含めて、日本や外国にアピールしていくことで、日本茶が世界を席卷すれば必然的に宇治茶の認知度も上がってくるようにしないといけない。
- 平成23年4月に「お茶の振興に関する法律」が公布されている。この法律では、「国は地方公共団体に対し、必要な情報提供、助言、財政上の措置等を講じるよう努める」とあるので、これを利用しながら、このプラットフォームや世界遺産登録検討委員会でやろうとしていることを情報発信していけばよいのではないかと。
- 今、ヨーロッパでは日本食ブームになっていて、それに合わせて甲州ワインを売り込んでいる。向こうに白ワインはあるが、「甲州」という品種で作ったワインが日本食に合うとい

うことで、一部の方が飲んでいて、こういう形での発信も必要ではないか。

昨年、ジェトロが日本茶輸出商談会を鹿児島、静岡で開催しているが、宇治では開催していない。どういう飲み方、どういうストーリーで文化をアピールしていくのかを固めて、京都の「宇治茶」を世界にアピールして、そこから逆に国内に淹れ方や味わいや文化を浸透させていくという戦略も必要ではないか。

- ドイツ人の研究者がこの前来て、知り合いの茶園につれていくと、今まで何度も日本に来たが今日が一番幸せな日であったと言われた。お茶を飲んだことはあったが、生産の現場を見て飲むお茶は格別だということであった。生産の現場と消費の現場というのが、便利になってどんどん乖離している中で、それがつながっているという実感を持てるということ自体がものすごく感動な訳である。顔の見える農業というのがあるが、そういうものが私たちに感動を呼びおこす。ワールドスタンダードでいうとそれは普遍的に共感される価値である。
- 宇治茶の魅力を伝える方法としては、ゆっくり飲んでもらいたいということはある。がぶがぶ飲むなどいろいろな飲み方があるが、宇治茶はゆっくり飲んでもらうしかない。毎日、同じお茶を自分で淹れて飲んでいても味は違う。体調によって違う。お客が前にももらったお茶と今回のお茶は違うということを言われる時があるが、全く同じものであっても体調の変化があったりすると違う。やっぱり飲み方をゆっくり教えることしかないかなと思う。
- お茶との付き合い方を市場の中に取り戻せるかということ。どういう飲み方でどういうストーリーで宇治茶というものを固めていくのかなと思う。
- 宇治茶のもつ独自性というものをもっと掘り下げる必要があるのでは。私は宇治に住んでおり、近くに様々なお茶屋があり、いろんなランクのいろんなお茶があり、自分で好きなように飲める。関東の喫茶店にいったが、自分の感覚でいくと番茶のようなお茶がでてきて、びっくりした。やっぱり茶の文化が違うんだ。そういう意味で、私たちはすごい場所に住んでいるんだということに住んでいる人が実感しなければいけないのではないかな。
- 茶道も習っているが、お菓子もすごい。いろいろなお菓子屋が芸術的なお菓子を常につくっている。この価値観は大阪にも東京にもないと思う。それは伝統に裏付けられているし、その深みは世界遺産にふさわしいと思う。その深みをもっとみんなが感じなければいけないと思う。
- しかし、漠然とみんなは感じている。ペットボトル茶にはこの山城地域のお茶屋の名前を冠している。山城地域のお茶屋の名前を冠すると売れると分かって作っている。それだけこの地域の信頼感は市民権を得ている。
- 宇治茶を味わってみるといってももっと深みを増す必要がある。世界遺産に登録されるかどうかは別としても、その深みがもっと皆さんのものになっていくことが大事かなと思う。この地域の独自性というものや作り手の独自性というものをもっと知りたいと思う。
- お茶の味に敏感な方々が文化を守っていく重要な方々であるが、経済的には多くの方々は味に鈍感な方々であり、その大勢の方々にどれだけ売れるか。どれだけイメージで売れるか。こういう部分をしっかりしないと商品として難しいのかなと思う。渋みとか苦みはこういうことでおいしいのかと、自分はおいしいとは思わないが覚えておこうとか。そういうこと

をやっていくとお茶の裾のが広がっていくのではないかと思う。

- 宇治茶は3～4%の生産量しかないわけなので、宇治茶が大ブームになって、日本中の人々が宇治茶、宇治茶というようになると値段が上がり、宇治だけ反映、他の産地はさっぱりということはおかしいとなるわけで、ブランディングが非常に難しい。日本茶の中の宇治茶、高級茶や日常飲むお茶を含めて宇治茶としてくれる商品をどうポジションづけるか。たとえば、お茶という一族があって、その中の本家が宇治であって、その本家を他の産地の方々が、尊敬してくれるという戦略をつくって、それが他の産地の方々が最大公約数として認識してもらうようなことができれば、宇治茶のブランドが日本茶ブームの中であがっていくと思う。
- 一つ提案であるが、京都に多くの中学生が修学旅行に来られる。鹿児島や静岡などの生産地の方から来る中学生を宇治の生産や流通の現場の場面を見てもらう。そういう体験学習を傾斜的に組み込んでいく。そこで、帰って、私たちの地域と同じお茶の農家であったが、宇治はすごいと感じたら宇治茶は確固たる地位を築いていけないのではないか。
- 世界文化遺産の登録を目指すということなので、山城地域に暮らす我々の生活がどう豊かになるのか。それは経済的に豊かというよりは文化的に精神的に豊かにできるのかという視点をしっかりいれていかなければいけないと思う。
そういう視点にいくと、おじいちゃんがお茶を淹れる。これは、山城地域に根ざした生活文化に根ざした喫茶文化であり、我が家での祖父がお客様にお茶を出していたし、父親は出していた。母親は番茶を淹れる。こういうことを本当に残した方がよいのか。いや、それは今の時代に合わないので残さなくていいのか。その辺りの議論からしていく必要があるのではと思う。
- 地域における学びと体験の部分はどうつくっていくのか。教育現場でも様々な市民の活動でも茶摘み体験を行うなどの取組をされている。そういう取組を見直しつつ新しい取組の検討が必要ではないか。
- 茶畑の景観というキーワードがでていますが、農家や問屋の家並みをどう捉えていくのか。お茶に直接関連するものだけでは、宇治茶のブランドをつくっていく上では足りないような気がするため、お茶の里の里山景観についてどう価値を見いだしていくのかというような検討が必要と思った。
- 世界文化遺産は、我々人類にとって豊かな人生や暮らしに大切なものだから残していこう、継承していこうというものである。ここで語られていない価値、我々が知らない価値があるのではないかと思う。世界文化遺産という視点でもう一度、我々の地域を見直す中から新たな地域の資源、魅力の再発見ということができるのかなと思う。
- おじいちゃんがお茶を淹れることを聞いたことがない。地元の人が当たり前と思っていることをもっとつきつめればよいと思う。
- 宇治茶の魅力はゆっくり飲んでもらいたいということ。喫茶文化って何？をつきつめるとそこに行くのかなと思う。煎茶道を始めて、ゆっくりと飲むということがわかってきた。そこで、お茶の味が全然違うことがわかり宇治茶の魅力に目覚めたと思う。それを知ってほし

いと改めて思う。

- お茶では、農家の人材育成を京都府（茶業研究所）や茶業会議所に研修制度があり人材を育成している、他の品目には明確に研修の場というものが無いので、こういうことも宇治茶の魅力の一つではないか。
- いろんな種類のお茶があることも楽しいということで、味わう・楽しむ価値につながる。他の地域と違うものをつくるという農家の思いがあって多様なお茶ができたと思う。これも魅力の一つと思う。
- とても衝撃的であったのは、日本緑茶発祥の宇治茶ではないということ。
- 補足すると、現在の日本茶で代表されるもの、煎茶、玉露、抹茶の3つの柱の発祥はこの山城地域であるという言い方はできる。日本緑茶発祥というと歴史学的にも民俗学的にもひっかかるということである。

3 まとめ

- 次回は、次の戦略テーマごとに今回出たアイデアを元に取り組内容を整理する。
 - ・ 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
- こういうことをやったらよいのではないかという具体的な話までもっていきたい。たとえば、ネーミング等では、ここに来れば全部に会えるとか、日本茶の里帰りができるとかいう意味込めて「日本人の茶のふるさと」とか。いろんなアイデアが皆さんに沸いていると思う。皆さんにはこの地域の代表と思っていただいて、こういうことをしたらいいのではという具体的なアイデアからもっと大きな枠組みのアイデアまで率直なものを届けていただきたい。