

平成 25 年 8 月

宇治茶を世界遺産にプロモーション企画

コンセプト

- ① シンプルなメッセージを前面に訴求。
- 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。

① シンプルなメッセージを前面に訴求。

- ・ 登録を得るまで一貫して使用する宣伝物デザインを決定。
 - * 京都府民もその写真のもととなる景観を見に訪れたい写真を使用
- ・ ちらしの場合
 - * 表面には簡単なメッセージのみ。裏面に近々の催しをあんない。
- ・ ポスターは共有したいメッセージを知らせる役割のみ。
 - * 右のようなシンプルで訴求力あるものを追求。
- ・ このデザインはフリーに使用できるようにする。



日本の誇れる伝統 宇治茶を世界遺産に



②地元山城地域住民や京都府民に確信と希望を育む。

京都府下のお茶に関わる事業重要共有コンセプトを設定

今後地元でこれまでより行ってきた催しでは、
「山城・京都地域の全国レベルから見た優位性を
自覚できる機会にする」
ことをコンセプトとし、多様なアイデアで
住民の確信を育てる。

山城地域の全小学校で

“宇治茶を世界遺産に”ワークショップ授業を実施する。

今年から行われるお茶育事業を、
これら実施授業の成果を見せる場に位置づける。

宇治茶を世界遺産にの歌を各所で効果的に流し、文化的にムードを盛り上げる。



山城地域の観光ブランドとして、宇治のブランド力を高める。

○新しい事業の創出で、宇治平等院とともに

『おいしいお茶に会い、深いお茶文化を味わえる』街
という観光ブランド力を作り高める。

具体策として

- ・ 宇治橋通りで新たに流通する店舗不動産が出る場合、いったん自治体がいままたは借り受け、助成金付きの新店舗募集コンテストを全国的に募集。
宇治らしい町並みにマッチした店舗を選定、宇治の伝統にふさわしい街づくりを支援する。
- ・ 宇治行きの電車にはおいしいお茶の淹れ方を教える「宇治茶電車」が走る。
- ・ 「匠の館」の運営や宣伝を強化し、急須で淹れて飲む宇治茶のおいしさを知る場所としての観光価値を高める。
- ・ 宇治市内のお茶屋さんに協力を依頼し、少量のお茶やパック入りお茶を共通で製品化。パッケージデザインと中身のお茶は各店のオリジナリティを発揮し、観光客があちこちでお茶を買って飲み比べを楽しく促す。お茶を淹れて飲む習慣を作るきっかけにする。またしっかりしたお茶屋が集まるメッカとして宇治の存在を示す。
- ・ またデザイン性と機能性があわさった美しい急須を開発。多くの店で味わいセットとして売り出す。宇治としてのブランド力を示す。



③全国と世界へ宇治茶の伝統と価値と景観をアピール

- 前ページの取り組みで生まれる、
宇治の新しい動きをメディアに知らせ全国にアピール。
- 日本茶の伝統が京都・宇治に深く根づいている事実を
全国的にポスター・ちらしを配布して知らせる。
- 宇治駅（京阪・JRとも）発の
『おいしい宇治茶の全貌探索ツアー』を開発。
世界遺産の対象をめぐる日本人としての誇りを感じてもらえる機会にする。
- 大河ドラマの素材として、秀吉と利休に焦点をあて、
日本茶の良さと伝統を再確認するドラマの製作を促す。

