

世界に広がる日本の茶文化

世界的な健康志向の高まりや、2013年に和食がユネスコ文化遺産に登録されたことによる日本食ブームを追い風に、海外におけるお茶への関心度は年々高まりつつある。

地域に根ざした食やものづくりの伝統には、その地域の歴史や人々の知恵や技術が詰まっている。そうした地域の魅力ある文化を伝えることにより、日本や各地域に関心を集め、ひいては地域の振興につなげることができる。

本特集では、「茶文化」という観点から、世界各国へ茶道の普及活動を行っている団体、お茶・陶器を活用した観光・地域づくりを行っている団体について取り上げ、取り組みを紹介する。

〔(一財) 自治体国際化協会総務部企画調査課〕

1

世界に広まる日本の茶文化

公益財団法人国際茶道文化協会

国際茶道文化協会のあゆみ

当協会は1947年、京都市において、千玄室茶道裏千家前家元（当時若宗匠）のリーダーシップのもと、日本の伝統文化である茶道をもって世界平和のために貢献し国際文化交流に資することを目的に、財団法人として設立された。2013年に公益財団法人に移行し、同時に主たる事務所を東京都新宿区に移転した。現在は、茶道裏千家の千宗室家元が会長、千容子家元夫人が理事長を務め、国籍・年齢・性別・茶道修道経験の有無を問わず、広く一般に門戸を広げて活動を行っている。当協会の主な事業について紹介したい。

(1) 世界各国への茶道の普及および紹介

近年、インバウンド需要の高まりにより、茶道紹介・デモンストレーションの実施要請は増加傾向にある。当協会では、年2回開催の「茶の湯インターナショナル茶会」に各国大使館関係者などを招待するほか、個人・団体からの要望に応じて、大小さまざまな規模で茶道の紹介・普及のためのプログラムを実施している（使用言語は英語）。

プログラムの形式は参加人数や会場などの条件によって異なるが、茶道の歴史や精神性を説明するとともに、

実際に点前を見てもらい、基本的な作法を解説しながら一人ひとりお茶とお菓子を召し上がっていただくことが基本となっている。

(2) 茶道を通じた国際文化交流のための人材育成

(1)の普及・紹介活動を行うために不可欠なのが、実施にあたる人材を育成することである。当協会では、後述する「英語茶道教室」の担当講師や受講者、賛助会員有志の協力を得て受け入れを行っているが、茶道の真のすがたを伝えるためには、語学スキルの向上のみならず、紹介者自身が茶道に対する理解を深めることが求められる。そのための学びの場として開講しているのが「英語茶道教室」と「茶の湯教養講座青山グリーンアカデミー」を中心とする講座である。

「英語茶道教室」は、「茶道」と「英語」の習熟度に基づいて4段階のクラスを設け、茶道の修練を積むと同時に、文化的背景の異なる人々に対するより良い茶道紹介のあり方を実践的に学ぶ。

35年以上の実績がある「青山グリーンアカデミー」は、さまざまな日本文化を内包する茶道文化を広く学ぶ機会として、各領域の専門家を招き座学・実技講座を設けている。

このほか、国際的に活躍する講師を招いて実施する



茶道デモンストレーションの様子



一人ずつお茶を味わう



茶筌を振って、お茶を点ててみる

「国際茶道文化講座」、「研修旅行」なども実施している。

(3) 茶会・セミナーなどの国際的な茶道文化事業への支援

当協会では、活動主旨に賛同した方々による「賛助会員制度」を設け、現在、団体会員7社、個人会員約400名が入会している。海外の方に気軽に茶道に親んでもらうことを目的として一般財団法人今日庵、一般社団法人茶道裏千家淡交会、学校法人裏千家学園、公益財団法人京都国際文化協会との共催で京都において開催している「国際茶会」には、賛助会員が参加し、国際相互交流を支援する。そのほか、茶道の普及活動に有益な各種のセミナーなどの広報活動にも協力するなど、他団体の連携も重要な事業である。

近年、外国人が茶道体験を行う際に、日本人も一緒に茶道を学びたいという要望が増えている。今日の茶道は、世界に広まると同時に、日本国内においても特に若い世



椅子・テーブル式の「立礼席」での茶道紹介

代に新鮮なものとして受け止められるようだ。国籍を問わず、まだ茶道に出会っていない人々が、茶道と出会う場を少しでも多く提供することで国際文化交流に貢献していくことが当協会の使命であると考えている。

高まりつつある茶道の認識

日仏茶道交流会は、主にフランス語圏における国々において、日本の伝統文化の集大成である茶道と、茶道に関わる伝統工芸品を紹介する事業を行っている。今、日本国内においては、茶道教授者人口の高齢化と趣味の多様化に伴い、茶道人口は頭打ちの状態が続いている反面、海外における茶道の関心度は年々高まりつつある。



パリの街中に並び抹茶が使われたお菓子

当会の代表である森が初めてフランスに降り立ったのは1998年のことであるが、当時はフランスにおける茶道の認識度は大変低いもので、「日本映画の中で見たことがある」もしくは「サムライの文化」という程度であった。しかし昨今は抹茶の美容効果や、日本文化に対する再認識、そして2013年12月に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、世界中から和食への関心が高まる中で、茶道に対する認識度も急速に高まっている。パリの街中を歩けば、抹茶のチョコレートやフィナンシェといった洋菓子があふれており、すでに抹茶自体はMatchaとして市民権を得ている状態といえる。

しかし、われわれが求めるのはここではない。あくまで抹茶本来の文化である茶道と、その茶道に用いられる伝統工芸品の普及紹介である。そもそも茶道とは道具の文化であり、私たちも茶の湯を紹介するにあたって、茶碗や茶器といった工芸品を珍重する傾向がある。時には

「見立て」と称して、ワインクーラーやカフェオレボールといった地産の道具類を代用した茶道を紹介することもある。こうした分野に関心を示すのはフランスにおいて



フランスの食器類を用いた茶道紹介の一例。
日本で発達した茶道具にも舶来品を転用した道具がある。

は男性が多いように見受けられ、永らく道具を好む視点から茶道に関心を持つ人が多かったが、近年は抹茶ブームに伴い、美容効果としての抹茶を好む視点から茶道に関心を持つようになった若年層の女性が、多く見受けられるようになった。

抹茶への関心が製菓類で終わらず、茶道の文化へ関心を寄せていただけたことは非常にありがたいことであるが、この茶道への関心を寄せるきっかけとなる2つの視点は見事に相対しており、大学講義における質疑においても、男性は道具や歴史的背景についての質問が、女性はお茶の点て方や所作に関する質問がそれぞれ多く、明確な違いを見て取ることができる。

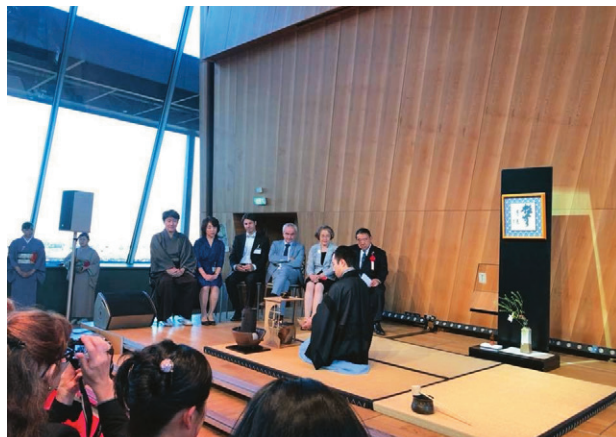
大学講義で茶道と伝統工芸品を紹介

当会では、2006年よりフランス国内の個人所有の城館や企業において茶道のデモンストレーションを始め、2013年からは日本大使館や領事事務所の支援を得て南仏リヨン第三大学、グルノーブル・アルプ大学において日本文化を学ぶ学生に対して茶道と伝統工芸品の講義を行っている。

茶道の講義といっても、点前（抹茶を点てる所作）ではなく、茶道の歴史、精神、そして抹茶の製法といった茶道の概要を中心に行う。もちろん学生たちの興味対



フランスの古城における茶道のデモンストレーション



エッフェル塔展望台における茶道のデモンストレーション

象は点前でもあるので、これはデモンストレーションとして行う。これに加えて、2014年からは伝統工芸作家による作品の紹介と製法に関する講義を同時に行っている。2014年の京焼を最初に、朝日焼、鎌倉彫、備前焼と毎年テーマを設け、今年は萩焼をテーマに予定している。

対象となる作家も若い次世代の作家に限定し、海外展開の足掛かりにさせていただくとともに、大学講義に伴い展覧会を併催することにより、より多くの外国人に作品を鑑賞いただく機会となっている。講義で無償配布する図録はシリーズ化された教本として好評であり、年々これを求めるために参加する学生、OGもいるほどである。



伝統工芸作家による、大学講義の一例

周辺国へ展開される 茶道紹介の取り組み

本年は日仏修好160年を記念したジャポニスム2018が展開されており、当会においてもエッフェル塔展望台を会場に、これまでに講義を行っていただいた作

家4名に再登壇をいただき、若手日本人作家による伝統工芸作品の展示と、これらを用いた茶会を開催した。

最近ではフランス以外からの要請も受けるようになり、2016年から2年間にわたり北アフリカのアルジェリアにおいて、同国初となる茶会を複数回開催した。さらにバルセロナの世界遺産カサバトリヨ、本年6月には在英日本大使館においても茶席を担当した。この9月にはサハラ砂漠以南においては初めての試みとなるカメルーン共和国において、同国の閣僚をはじめ教育関係者、国費留学経験者を対象に茶会と茶道紹介を実施した。



カメルーン共和国における茶道のデモンストレーション

フランス語圏のみならず、スペインや英国といった各地で実施する茶道紹介事業を行っていくにつれ、抹茶や茶道の認識度はそれぞれに異なることがわかる。茶道が持つ敬愛的精神を生かし、お互いの地域の発展、さらには日本と当該国の関係を深める一助となるような交流を進めていきたいと考えている。

私が住む静岡県の2017年度荒茶価格は1,226円/kgと、ここ10年来低迷が続いており、1993年のそれに対し35%低下している。この為、茶業経営は「年金喰い」とされ、僅かな年金から補填しなければやっていけず、山間地を中心に放任園が増加している状態である。この背景には、国内の緑茶需要の落ち込みがある。緑茶の一人当たり購入量は、高度経済成長期である1970年のおよそ半分の285gにまで落ち込み、茶業全般の足を引っ張っている。この原因は、生活様式の変化、これに伴う食生活の変化、さまざまな競合飲料の出現などが挙げられるが、これに対する効果的、具体的な対策はいまだ出てこない現状である。

このような状況の中、国は2019年までに、「農林水産物・食品輸出1兆円」を打ち出し、緑茶については150億円の目標が与えられている。2013年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、日本の食文化の一端を担う「日本茶」は、順調に輸出が伸び、今年度で目標を達成できると期待しているが、茶生産者価格を押し上げる数量までには至っていない。

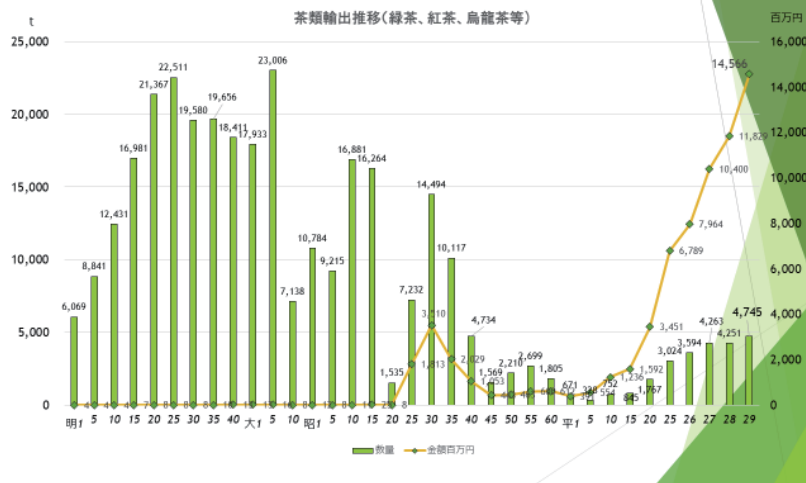
一方、最近の輸出の伸びは「抹茶」がその原動力と言われているが、通関統計では「緑茶」として一本であり、正確な抹茶輸出量は把握できていない現状である。この

ような状況を踏まえ、昨年、最大の輸出先国である米国を対象に「抹茶流通・消費動向調査」を行ったが、スターバックスなど大手の飲料業者をはじめ菓子業界でも抹茶商品を今後の主力としていることから、中国をはじめとした「抹茶もどき」の流通増加を抑えるためにも、本物の日本抹茶の供給体制の整備は必要な対策である。食品に限らず、「安全・安心」な日本産品は定評があるが、これに便乗した外国産の「宇治抹茶」や日本の地名を冠した「〇〇煎茶」などが海外で流通している。これに対応するため、昨年度事業では、日本産であることを証明するためのロゴマークを作成した。大海原を渡る「雁」



香港 Tea Expo でのミニ・セミナー

日本茶の輸出推移



を意匠化したものであるが、このマークが世界中に羽ばたくことを期待している。また、日本茶はきわめて嗜好性の強い飲料であり、われわれ



JTEC ロゴ

が美味しいと言っても、初めて口にする人には『苦渋い』、『生臭い』『海苔臭い』と散々であることが多い。これに対処するため、海外茶業者・消費者への日本茶教育が重要と考え、ここ数年、メインの輸出促進事業として取り組んでいる。海外で開催されるEXPOなどへの参加もその一つであるが、輸出先国の消費者と日常的に接する茶業者を教育することがより効率的であるとして、「海外茶業者招聘研修事業」を実施している。教育は、即効性はあまり期待はできないが、定着につながるものであるだけに継続的に実施していく計画である。海外茶業者に『日本茶は儲かる!』というイメージが定着することが最終の目的である。

近年、「インバウンド」という言葉をよく耳にするが、昨年度の訪日外国人は2,870万人と前年を470万人上回る賑わいである。そのお陰で、勤務先である東京ではさまざまな言語が飛び交い、居ながらにして異国にいる感じである。「安全・安心」「異文化」「変わった食べ物」「安い物価」「格安航空会社増加」など、さまざまな要因が重なり多くの外国人が訪れていると考えられる。

振り返って、われわれは仕事での出張を除いて、何故、異国へ行ってみたいのだろうか？有名な観光地、遺跡を見ることももちろんであるが、これらを含めた「異文化に触れる」ことが目的であろうとわれわれは結論付けている。

そこで、多くの訪日外国人を茶産地に呼び込み、「茶文化」に触れてもらうことによって、日本茶の輸出振興、茶業振興、引いては地域活性化につなげることを企図し、昨年、茶産地である静岡、京都、福岡、鹿児島で「インバウンド対策セミナー」を行った。参加者は、行政は元より、JA、生産者、旅行会社、茶商、観光会社、地域自治会などを対象に、制限を設けずに参加を呼び掛けた。セミナーでは、男女を問わず茶摘み娘の衣装で茶摘み体験を提供している例や、商店街にある小さなホテルが中心となって茶店でのお茶の淹れ方体験、握り寿司体験を



海外茶業者研修（煎茶の淹れ方実習）

提供し、商店街を活性化している例など、各地ですでにインバウンド対策を行っている事例を発表し、それを基にディスカッションを行った。そこで提案した課題は「地域にあるあらゆる事象（茶に限らない）をリストアップする」、「リストアップに際しては『こんなものを』『あんなものを』と躊躇しない」、「リストアップされた事象を基に、関連する事象を探す」、「その作業を通じて地域の仲間を引き入れる」、などであるが、大きな課題は、これを纏め上げ、地域のものとする「纏め役」が必須であることである。観光業者などが適当であるが、地区・地域を対象とするからには、やはり行政の力が必要である。特に東アジアの訪問客が、茶店へ立ち寄り、高価な日本茶を大量に買っていくと聞く。

通関統計には出てこない輸出であり、「土産は日本茶」としたいものである。



日本一のお茶のまち・東彼杵町

長崎県のほぼ中央に位置する東彼杵町は、温暖な気候と多良山系の山々が美しい自然を育み、さまざまな農産物が生産されている。中でも基幹産業のお茶は、そのぎ茶としてブランド化され、長崎県を代表する名産品の1つである。

そのぎ茶は、中国から伝来した手炒り釜炒り茶の流れをくむ長崎玉緑茶で、蒸し製玉緑茶のこと。外観は煎茶と異なり、勾玉のような丸っこい形状でグリ茶とも呼ばれ、味わいも渋みの少ないまろやかな旨み特徴だ。



山間にあるそのぎ茶畑。霧の発生が最高のお茶になる

2017年はお茶で日本一が続く最高の年となった。9月に「第71回全国お茶まつり長崎大会」の一環として開催された「全国茶品評会」では、蒸し製玉緑茶の部門で、東彼杵町のお茶農家・尾上和彦氏が個人の最高賞となる農林水産大臣賞を受賞した。さらには、成績優秀な市町村に対し褒賞される産地賞も東彼杵町が受賞し、2つの日本一の栄冠に輝いた。

11月にはお茶の品質を鑑定する技術を競う「第34回全国茶生産青年茶審査競技会」で、東彼杵町のお茶農家・大場真悟氏が個人の部1位の農林水産大臣賞を獲得し、12月には「日本茶AWARD2017」において、東彼杵町の茶商・岡田商会（岡田金助社長）の蒸し製玉緑茶

が、最高賞の日本茶大賞（農林水産大臣賞）に選ばれた。

海外へ挑む若き後継者たち

江戸時代末期、長崎の女性商人・大浦慶はイギリス商人と手を組み、肥前国をはじめ九州一円で大量に集めたお茶を長崎出島からイギリス、アメリカ、アラビアへ輸出した。これがお茶輸出貿易の先駆けと言われている。

大浦慶により早くから海を渡っていた長崎のお茶。時を隔てた今、東彼杵町のお茶農家6名による海外へのプロモーションが活発になっている。日本一の尾上氏も大場氏もメンバーに名を連ねる「TSUNAGU SONOGI TEA FARMERS」は、海外向けの商品開発や英語表記のホームページ、パンフレットを制作し、年に数回はオランダやベトナム、シンガポールなど各国へ出向き、ワークショップを実施しながら、輸出の可能性を模索している。

このユニットで生まれた商品「SIX SENSES」は、6名のそれぞれの個性を生かしたお茶を集め、斬新なパッケージに入れて販売されている。品質やコンセプトなど総合的な商品性を競う「世界緑茶コンテスト2018」では最高金賞とパッケージ賞のダブル受賞をし、世界各国からさまざまなお茶が集まる国際的なコンテストで「SONOGI TEA」の名を知らしめた。



6人が切磋琢磨して海外進出を図る「TSUNAGU SONOGI TEA FARMERS」

有名観光地にないディープな田舎

ここ数年、農山漁村の活性化などを目的に、全国各地でグリーン・ツーリズムが盛んだ。東彼杵町では2015年10月31日（日本茶の日）、お茶農家5軒10名で東そのぎグリーンティーリズム協議会を設立した。息子たちへ経営を譲り、時間に余裕のできたお茶農家の親世代がグリーン・ツーリズムの体験実践者となり、そのぎ茶や田舎に興味を持つ旅行者を積極的に受け入れている。

2016年の3月からはイギリスの旅行会社と縁があり、インバウンドツアー「将軍トレイル」がスタートした。このツアーは、日本を約2週間かけて陸路で縦断するもので、東京から箱根や京都などのゴールドルートを巡り、最終地は福岡となっている。長崎市と平戸市の途中で、東彼杵町の持ち時間は約3時間である。わずかな滞在だが急かすことなく、田舎のスローな時間を提供するように心がけている。

1回のツアーで15名ほどが、お茶農家のガイドで茶畑を歩き、急須で美味しいお茶を淹れるなどの「グリーンティーリズム」を体験する。ツアーに参加する外国人旅行者は、主にイギリス人だ。紅茶を嗜む国だけあり、日本のお茶への関心も高く、栽培サイクルやオーガニックの取り組みなど質問は多岐にわたる。風光明媚な大村湾を一望する高台や、緑深き山間の斜面地にある東彼杵町ならではの茶畑景観へ案内したときの反応もいい。ツアーのアンケートでは、お茶農家との深い交流に満足度が高く、印象に残った場所として「京都、富士山、東彼杵町！」といううれしい声もあった。



インバウンドツアー「将軍トレイル」

そのぎ茶で心安らぐツーリズム

東彼杵町では、そのぎ茶を魅力的な観光コンテンツとして、若い世代が海外へプロモーションを仕掛け、その親世代が外国人旅行者を受け入れてもてなしをする、こうした2つの層を構築できているのが強みである。

最近では相乗効果も生まれている。オランダのライデン市で実施されたワークショップに参加し、その時に味わったそのぎ茶に感動した10歳の女の子が、夏休みを利用してファミリーで農家民泊に来てくれた。民泊先ではお茶の美味しい淹れ方を習得し、オランダに帰国してから、友だちの前でそのぎ茶を振る舞ったとメールが届いた。得意げにお茶を淹れる愛らしい顔が想像でき、とてもうれしくなった。また、農家民泊をしたフランス人が、海外向けのショッピングサイトを立ち上げた際に、民泊先のそのぎ茶を採用するという実績もできた。

東彼杵町は2016年7月、そのぎ茶の消費拡大による地域産業の発展、および郷土愛への理解を深めることを目的とした「且座喫茶（しゃざきっさ）」という全国的にも珍しい条例を制定した。「且座喫茶（しゃざきっさ）」とは、「ゆっくり座って、お茶をいかがですか」というおもてなしの心を意味する禅の言葉で、「グリーンティーリズム」はまさにその精神である。日本一のそのぎ茶で、くつろぎの空間をこれからも旅行者へ提供していきたい。

2018年8月28日～31日、静岡県静岡市で「第72回全国茶品評会」が開催された。蒸し製玉緑茶の部門では、「TSUNAGU SONOGI TEA FARMERS」の福田新也氏が農林水産大臣賞を受賞し、産地賞には東彼杵町が選ばれた。2年連続でダブル日本一という快挙を達成した。



お茶農家とじっくりと交流できる農家民泊

日本茶のふるさと 京都山城地域

「日常茶飯事」「茶の間」「お茶を濁す」といった言葉のように、日本人の生活には「茶」が根付いている。食事の際やホッとしたい時にいただくだけでなく、道具、空間、芸術などを含んだ茶道というおもてなしの文化をも生み出した。日本の緑茶を代表する「抹茶」「煎茶」「玉露」は、中国から伝わった茶の製法を元に、「宇治茶」の生産地である京都府南部山城地域で育まれた生産技術



ながたにそうえん

永谷宗円生家（宇治田原町）

1738年、永谷宗円が試行錯誤の末に編み出した宇治製法（青製煎茶製法）。これにより、色・香り・味ともに優れた煎茶が誕生した。当時の焙炉跡が残る生家では、宗円のお茶の歴史について映像や展示で学ぶことができる。



石寺の茶畑（和束町）

町を流れる和束川がもたらす朝霧が、深みのある茶葉を生み出している。緑豊かな山腹に広がる景観は、次世代に継承すべく資産として、京都府景観資産登録第1号に登録されている。

によって日本固有のお茶として生まれ変わった。

自然への感謝や先人への敬意を忘れず、手間を惜しまず作られた最高級の宇治茶は、何世紀にもわたり、日本茶のトップブランドとして評価されてきた。こうした生産の歴史を物語る美しい茶畑の景観や茶問屋の街並み、喫茶文化を支えてきたストーリーが「日本茶 800 年の歴史散歩」として 2015 年に日本遺産第 1 号に認定された。



かみこま

上粕問屋街（木津川市）

木津川水運によって茶問屋街が発展した木津川市の上粕地区。幕末から明治・大正・昭和初期に建設された茶問屋の建物が、現在でも 40 件ほど軒を連ね、「茶問屋ストリート」とも呼ばれている。

「お茶の京都」の取り組みについて

山城地域では、交流人口の拡大による持続可能な地域づくりを目指し、歴史のある「宇治茶」を統一テーマに「お茶の京都」と題した地域振興の取り組みが始まった。

一般社団法人京都山城地域振興社（通称：お茶の京都 DMO）は、宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村の 12 市町村それぞれの魅力ある資源を生かし、文化財などの名所を訪れる観光に加え、地域に根付いている「伝承」や「食文化」といった固有の資源をストーリーとして仕立て、まちの賑わいに繋げていく地域の総合プロデューサー機能を担うことを目的に 2017 年 3 月に設立された。

ターゲットイヤーである 2017 年には、12 市町村を



国宝・石清水八幡宮（八幡市）では、お茶（Cha）とジャズ（Jazz）を融合させた新たなお茶の楽しみ方を提案するイベント「Chazz in 石清水八幡宮」が開催された。

舞台に「お茶の京都博」として多彩なプログラムを展開、100を超えるイベントが開催され、延べ146万人の誘客につながったところである。

世界に広がる「お茶の京都」

「お茶の京都博」では、国内だけでなく海外にも「お茶の京都」の魅力を発信した。センターイベントのひとつの「宇治茶博@産業・国際交流」では、中国・韓国・スリランカ・台湾・タイ・英国からも茶商や茶文化を継承する団体、関係企業などが集まり、府民を対象とした情報交換の場や世界の茶文化に触れる機会を創出した。宇治茶の輸出に向けた相談会、おしゃれな急須などによる新しい喫茶提案など、宇治茶の国内外における価値の再確認と新たなビジネスづくりのきっかけとした。

また、お茶の京都DMOならではの取り組みの1つが、宇治茶プレミアムブランド化推進事業である。海外で「Green Tea」として緑茶人気が高まる中、「緑茶の最高級品は宇治茶」というトップブランドとしての地位を確立するため、全世界から最高の価値あるものが集まるフランス・パリで2016年からプロモーションを展開。日本文化に関心の高い目利き層を対象にした仏の高級和菓子店での宇治茶体験会、パリの料理人などを対象にしたお茶の淹れ方実演、宇治茶を使ったメニューの試食などを行い、「和」に限らない宇治茶の新たな可能性を提案した。また、2016年にはシェフやマスコミ、学術関係者など、各界への影響力や情報発信力を持つ45名をメンバーとする宇治茶の愛好家のネットワーク組織「Association de thé UJI」をパリに発足させ、継続した茶会の開催や各種メディアでの情報発信につなげてい



パリの「Association de thé UJI」メンバーによる茶会。宇治茶の魅力や楽しみ方について意見交換が行われた。

る。宇治茶の歴史や文化、素晴らしい景観や風土に根ざしている点が、世界文化遺産にも登録されているワイン産地と共通しているとの感想を得るなど大好評であった。

「お茶の京都博」のレガシーを次世代へつなぐ

首都圏でのプロモーション活動など国内外での情報発信が奏功して2016年と比べ、観光入込客数は約1,493万人（108%）、観光消費額は約231億円（115.1%）と、大幅に増加し過去最高となった。

お茶の京都博では、「1万人の大茶会」「宇治茶BAR」「プレミアム茶会」などといったこの地ならではの特別な体験や、さまざまなイベントなどが誕生した。今後は、こうしたレガシーに加え、宇治茶はもとより、地域特産物、文化や歴史、景観などの地域資源を生かした各種取り組みを「Premium Green Fes.」と名付け、国内外への一体的な情報発信に一層取り組むこととしており、山城地域に根付く伝統の継承と発展を続ける地域の魅力を多くの方に感じていただきたい。



宇治茶 BAR
宇治茶の歴史・文化や淹れ方を学んだプレミアム・ティー・アンバサダーがおもてなし。宇治茶の煎茶や玉露を、宇治茶文化や歴史の話を聞きながら楽しむことができる。

静岡県は、茶業に適した気候に恵まれ、生産および製造加工の機械化、技術革新などを進めることで目覚ましい発展を遂げ、茶生産者の努力によって形成された美しい茶園景観が広がっている。しかしながら、国内では生活様式の多様化などによりお茶離れが進み、1世帯あたりの年間緑茶購入量が減少傾向にあり、茶業者が減少するなどの問題を抱えている。一方で、近年の世界的な健康志向の拡大などから、日本食とともに緑茶への海外からの関心は高まっており、本県では茶の都としてお茶の産業・文化・学術の情報を集積・発信することにより、茶業振興につなげるための取り組みを進めている。



富士山と茶畑

世界お茶まつり開催の経緯

緑茶への関心の高まりとともに、お茶と健康についての研究も進展し、機能性や効用が明らかとなるなど需要は拡大し、日本の緑茶輸出は拡大を続けている。2012年は約51億円であった輸出額が、2017年は約143億円に増え、5年間で2.8倍に増加した（日本全体の緑茶輸出実績）。また、お茶は単なる嗜好飲料ではなく、心を癒し、コミュニケーションを円滑にするツールとして親しまれていることから、お茶を通じて交流を図ることは、相互の文化の理解を進めるうえで大変重要である。

さらに、お茶を広めることは世界の人々の精神的な豊かさや安定、健康にとって大きな意義を持つと考える。

そこで、わが国のお茶の産業、文化、学術の中心として「茶の都」しずおかづくりに取り組んでいる静岡県は、世界に向けて日本茶の魅力を発信している。そして新たな茶文化の創造と需要創出を図りつつ、日本茶を世界に普及させることを目的に、世界お茶まつりを過去6回にわたって開催してきた。

「世界お茶まつり」は、2001年の第1回以降3年ごとに開催しており、第4回までは秋のみであったが、第5回となる2013年からは春・秋の2回開催として実施している。前回開催した第6回となる「世界お茶まつり2016」では、日本を含む32の国と地域から約15万人が参加し、「世界お茶まつり」は回を重ねるごとに盛り上がりと広がりを見せている。お茶の魅力やさまざまな提案、最新情報を継続的に発信することが国内外の交流や茶の消費拡大につながることから、その継続の重要性を改めて認識している。

世界お茶まつり2019の開催

2019年には静岡 destinations キャンペーン、ラグビーワールドカップ2019が、2020年には東京2020オリンピック・パラリンピックが静岡県で開催されることを受け、国内外から本県に注目が集まることと



ふじのくに茶の都ミュージアムの外観



茶娘衣装を着ての茶摘み体験



路上で楽しんでいる世界の茶文化体験

なる。この機会を活かし、世界との交流や消費拡大を飛躍的に進めるとともに、これまでの成果を継承し、お茶の楽しみ方や最新情報を静岡県から世界に発信することを目的とし、第7回となる「世界お茶まつり2019」をこれまでと同様に春・秋二度にわたり開催する。

開催テーマは、お茶を海外や次世代へつなぐなどの想



ワールド O-CHA メッセ

いを込め、「つなごう O-CHA」とした。

「春の祭典」は、静岡を代表する新茶の萌黄色と香り豊かな季節に、2019年5月10日(金)から12日(日)までの3日間、全国有数の茶産地・牧之原大茶園に位置する、ふじのくに茶の都ミュージアムを拠点に、茶摘み体験や茶園を巡るサイクリングなど景観を含めた新茶の魅力を体感しながら、茶業の歴史を探るプログラムを想定している。

「秋の祭典」は、2019年11月7日(木)から10日(日)までの4日間、静岡県コンベンションアーツセンター“グランシップ”において開催する。世界の茶文化体験プログラムや、海外からの出展もある茶の総合食品販売見本市であるワールド O-CHA メッセなどをにぎやかに開催するほか、世界のお茶事情を討論する世界緑茶会議などのプログラムを想定しており、お茶の産業・文化・学術に関する多彩なプログラムを通じてさまざまな来場者に「O-CHA」を愉しんでいただく。

また、今回は新たな茶の消費ビジネスの創造・活性化に向けたプログラムを計画しており、国内外に向けて静岡らしさを表現した新しい喫茶文化の提案と発信に挑戦し、茶業の振興に取り組んでいく。

静岡県では、世界お茶まつりを通じて静岡茶の魅力発信し、国内外の交流や消費拡大を図ることで、多様なお茶の産地である本県が茶の中心地であることを広くPRし、「緑茶の中心地＝“茶の都”しずおか」としての地位の確立を目指している。



緑茶市場拡大に向けた討論を行う世界緑茶会議

古田織部（へうげもの）の茶の湯

安土桃山時代に「織部好み」と呼ばれる一大流行をもたらした古田織部は、戦国時代から江戸時代初期にかけて、千利休が大成功させた茶道を継承しつつも、大胆かつ自由な気風を好み、茶器制作・庭園作庭など茶の湯に心を奪われた武将である。天才・織田信長から壮大な世界性を、茶聖・千利休からは深遠な精神性を学び、やがて「数奇者」としての天下獲りを心に決め、「へうげもの」への道をひた走った。多治見市は、この茶の湯に欠かせないものの一つ、器づくりの盛んな町であるとともに、陶磁器「美濃焼」の産地である。

※へうげる（ひょうげる）とは『ふざける』『おどける』という意味。

美濃焼を活用した“オリベストリート”

多治見市は、1998年に古田織部の大胆かつ自由な気風をまちづくりに取り入れた「オリベストリート構想」を立ち上げた。これは、市の地場産業である美濃焼を活用した産業観光の振興計画である。

多治見市を含む岐阜県の東濃西部一帯は、美濃焼の一大産地で、量産品を中心とした陶磁器製品を卸売りし繁栄してきた。しかし、中国が安価な陶磁器を大量生産し



窯元めぐり（市之倉オリベストリート）

輸出するようになるとそれに押され、陶磁器産地としての生産に陰りが見え始めた。そこで、生産から小売りへの参入、来客のおもてなしを中心としたまちづくり施策である「オリベストリート構想」に、市の職員と地域住民、美濃焼関連業者などが協働して取り組んだ。

構想立上げから20年、当初3店舗しかなかった本町オリベストリートは、推進母体として設立した「(株)華柳(はなやぎ)」を中心に“はなやぎのまち”をコンセプトにしたまちづくりを進め、今では30店舗以上の店が立ち並び、明治期の古い街並みを観光客が散策する町へと変わってきている。

また、職人のまち市之倉オリベストリートは、市之倉工業組合が中心となり、“きわめのまち”をコンセプトに陶磁器の生産現場を見せる産業観光のまちづくりを進めていった。春に陶祖祭、秋には陶の里フェスティバルというやきもの祭典を行い、各窯元が生産現場を開放しながら陶の里の生活そのものも見せることで、全国から多くのやきものファンが訪れるようになってきた。そして、窯元としては全国で唯一、ミシュラングリーンガイドジャポンの二つ星を獲得している「幸兵衛窯」や、さまざまなさかづきを展示販売している「市之倉さかづき美術館」を中心に、ギャラリー施設や飲食店などが増えてきて、観光の追い風となってきている。



たじみ陶器まつり（本町オリベストリート）

産業観光に対する補助金制度

このように、美濃焼文化を観光に活用していくことが市の観光振興につながると考え、多治見市は、オープンファクトリーや滞在型作陶施設の整備などに対する支援策として、2016年に「多治見市美濃焼産業観光振興補助金」制度を設けた。これは、観光客に美濃焼の生産現場を訪れてもらうことにより、多治見の町や人に愛着を持ってもらおうとするものだ。この制度を活用して、2016年度から8事業者が産業の見せる化を図るため新たな施設整備を行い、国内外からの作陶体験希望者の受け入れ準備を始めてきている。また、一部の陶芸家は、自らの作陶技術を伝授する長期滞在型の作陶施設を開設し、作陶技術取得や体験を観光資源とする取り組みを始めた。

美濃焼の技に感動する外国人

こうした作陶を観光資源としている施設で注目されるのは、長期滞在可能な作陶施設「HO-CA」(ほーか)だ。当初は、国内の作陶希望者が数日間滞在して、作陶を体験していく施設だったが、一人の外国人を受け入れたことからその施設の性格が大きく様変わりをしていった。

1~2か月間、長期休暇を利用して作陶の技術取得を目指す外国人に対しては、通訳ボランティアスタッフを滞在させ、作陶指導はもちろんのこと、身の回りの世話や休日の過ごし方の手助けも行うなどコミュニケーションを大切に接している。自分の技術を向上させることができ満足して帰国した利用者は、感想をSNSなどにアップし、それが口コミで広がり、各国からの外国人が陶芸の技術を磨くため、1~2か月単位で訪れるように

なった。そこで、HO-CAが、簡易宿泊所の営業許可を取得し、宿泊可能な部屋を増設したことで、訪れる外国人は右肩上がりに増え、リピーターが多く訪れるようになった。

この取り組みからわかることは、HO-CAでは、一人一人に合った技術指導を行うことのできる美濃焼のプロ職人が、惜しげもなく自らの技術を伝授するところに訪れる外国人の感動があるということだ。

これが多治見の生きる道

観光産業は、今では多くの市町村が参入しており、例えその内容が薄くても、表面上魅力あるものに見せることができれば、一時的に観光客を呼び入れることができるかもしれない。しかし、日本の景色や文化、建造物など外国人が興味を示すものが数多くある中で、一歩抜きんでたものを提供することができなければ持続的な観光事業につながらない。見せかけではない技術、文化、芸術など、幼い頃からそういったものに囲まれて育った者にしか培われない感性豊かなこの地の人々が築き上げてきた伝統技術を、多治見の光として観に来てもらうことが、多治見の観光の生きる道だと考えている。

美濃焼の技術こそが、インバウンドの感動を呼び、その感動を味わうために多治見に訪れたいという設えが必要だと考えている。そのためには、一つでも多くの作陶施設や簡易宿泊所、民泊などの宿泊施設の整備が急務だ。

繰り返しになるが、美濃焼の技術こそがインバウンドの外国人の感動を呼ぶ観光資源だ。

人々の芸術に対する探究に終わりはないのだから。



HO-CA での作陶風景



焼成風景