



## 1 序論

5000年におよぶ茶の歴史を遡ると、茶の栽培と消費は中国の南西部から中央アジア、朝鮮半島、日本、アジアの諸地域、アフリカ、ヨーロッパ諸国、アメリカ合衆国、そしてオーストラリアまで広がった。その歴史には、茶と世界を巡る交易路や、宗教や軍事行動との密接な関連性が見てとれる。今日では、茶に関心を持つ観光客は、茶の生育地や生産地の起源を求めて、本物の体験探しの旅をしてきたが、スリランカの19世紀末以来の茶栽培地域でのヘリテージ・ツーリズムなどがある。

その結果、観光は茶の産地を目的地としたブランド・イメージやマーケティングを誘引してきている。したがって、観光における茶

文化の商品化は茶の生産に重要な役割を担い、1章で取り上げた茶文化の諸要素に基づくサステナブル・ツーリズムの方法論によって、持続性が担保されることになる。この章では、茶の種類や茶の歴史を振り返ることで、世界の様々な観光の目的地での茶文化の理解を深めたい。

古来アルコールを含まない飲料として好まれてきた茶は、「茶」と呼ばれる種類の違う樹木やハーブ由来の飲料のイメージを形成している。観光における茶文化の商品化を論じるにあたり、ここではチャノキ(学名: *Camellia sinensis*、カメラリア・シネンシス)に由来するもののみに限定する。

## 2 茶の起源と種類

茶は紀元前から消費されてきた。ほとんどの学者が茶樹の起源は中国南西部地域、特に雲南省であるとしている。中国の伝説によると、茶は神農大帝(紀元前2737年から2697年)による発見から始まったという。帝はあらゆる樹木の下で座っていて、従者が飲料の湯を沸かしていた。その木の乾燥した葉が湯沸に落ち、それが最初の煎じ茶となった。物語からすると、その樹木は背が高く、葉の大きな野生の茶の木だったのだろう。この野生の茶は南西

中国とその国境周辺のベトナム、ラオス、タイ、ミャンマーやインドのアッサム州の各地域に見られる。これらの地域には、何世紀もの樹齢の茶の巨木が自生している(図1)。3200歳と伝えられる古木の茶樹が雲南省西双版纳(シーサイパンナ・タイ族自治州)の熱帯林にある。シーサイパンナ・タイ族自治州は過去にはタイの州であって、タイの二民族の故郷であった。



図1 タイ北部の茶樹の古木、茶の起源とされる地域の一つ。

茶は常緑樹で、ツバキ科ツバキ属チャ目に属する。200種類のツバキ属(*Camellia*)の中で、カメラリア・シネンシスだけが茶の原料とされている。「シネンシス」は「中国由来」を意味し、野生の茶の起源を示唆している。茶樹は大きく分けて3種類に分類される。カメラリア・シネンシス・シネンシス種、カメラリア・シネンシス・アッサミカ種、そしてカメラリア・シネンシス・カンボジアンシス種である。

### ● カメラリア・シネンシス・シネンシス種

カメラリア・シネンシス・シネンシス種は一般には中国種と呼

ばれている。この種の葉は小さく、樹木の高さは平均6メートルの灌木である。寒冷と乾燥に抗して、標高の高いところで栽培されることもよくあり、中国や日本、イラン、トルコなどに見られる。生産年齢は長く、100年以上である。

### ● カメラリア・シネンシス・アッサミカ種

この種類はアッサム種と呼ばれ、19世紀の初めにスコットランド人少佐のロバート・ブルースによってインドのアッサム州で発見された。この種はカメラリア・シネンシスの中でも最も背が高く、葉は厚く大きい。野生種では30メートルの高さにまで育ち、森林で他の樹木とともに数百年の樹齢になる。伝統的に野生の茶葉は食用とされた。ウエルカム・チューニングガムとして供される茶葉の漬物ミヤンは、北部タイでのアッサム茶の例である。産業としては、アッサム種はインド、スリランカ、アフリカの農園で広く栽培されている。生産年齢は野生種より短く、30年から50年以上にはならない。しかし、雨量の多い平地や高地でも生育できる。

### ● カメラリア・シネンシス・カンボジアンシス種

カメラリア・シネンシス・カンボジアンシス種の茶葉は大きく柔らかくて、20センチメートルまで育つ。茶の栽培や生産に用いられることはほとんどないが、新種の選抜種を創るために用いられ、他の2種のカメラリア・シネンシスとの自

然交配で素晴らしい力を発揮する。

茶樹は南緯5度から北緯35度の約40度間と、東経67度から140度の約70度間の限られた地域に生息する。また茶樹は中国種の場合、中国や日本のような亜熱帯で、アッサム種の場合はインドやスリランカのような熱帯で最もよく生育する。そして茶樹はまた、豊富な雨量を必要とし、最低でも年間雨量1500ミリメートルが必要であり、乾期が3か月を超えてはならないが、霜や冬季の気象は好まない。平均適温は摂氏約18度から20度である。高度600メートルから1800メートルの高地で最高の品質の茶葉が収穫される。茶樹の主な生育地域はアジア、アフリカ、アメリカ、オーストラリアの60ヶ国以上におよぶ。

### 3 茶の歴史

神農帝による茶の発見の言い伝えでも述べたように、帝が実在したかどうか記録はない。しかし、周王朝（紀元前1100年から771年）の最古の文書に、茶を皇帝への貢物としていた記録があり、紀元前1100年に既に中国に茶園があったことを示している。これは雲南で発見された同時代の最古の茶樹と時期が一致している。他の記録によれば、紀元前547年から490年には茶葉が料理や薬や宗教的な目的に用いられていたという。喫茶が中国

の中央部にもたらされたのは、秦王朝が蜀を征服した紀元前316年である。また、紀元前206年から西暦220年までの漢王朝時代の茶器が、墳墓で発見されている。

喫茶は晋王朝（西暦265年から420年）までの間、上流階級の慣習として定着した。この時代、茶は商業化され、次第に習慣や行事を形成していった。7世紀には茶はチベットまで広まり、その200年後には朝鮮まで広まった。茶の文化が中国とその周辺諸国に拡散していった現象は、仏教儀式や仏を賛美する儀礼の飲料であったことの結果でもある。9世紀初めには茶は仏教とともに日本に伝えられた。805年ごろに日本人僧侶の英忠が茶の種を日本に持ち帰り、日本の寺院の慣習として定着した。11世紀初頭までに禅僧によつてさまざまな茶がもたらされ、その中でも粉末状の緑茶（碾茶あるいは抹茶）が日本茶の主流となつていった。その後、15世紀には茶の湯が勃興した。

仏教だけでなく、国際的な貿易が茶の世界的な拡散を顕著にした。中国は周王朝に既に国外との交易に着手し、シルクロードや茶馬交易路、ペルシヤ湾につながる航路を開拓した。仏教が中国に伝来したころ、絹や陶器とともに茶が中央アジアやアラブに普及していた。しかし、主な茶の交易は中国の西方国境地帯で西暦756年ごろに始まった茶馬交易であった。茶馬古道は「南シルクロード」とも呼

ばれ、1万キロメートルに及ぶ。中国本土ではルートは2つに分かれていて、1本は四川省を起点とし、もう1本は雲南省を起点としている。2つのルートはチベット高地で1つになり、ラサからネパールとインド、そして中央アジアから北アフリカにあるエジプトの紅海沿岸まで続いている（図2）。その結果、茶交易の地域は拡大して、雲南南部の東南アジア、インドの南アジア、北部アジアと中央アジア、そしてアフリカまで広がった。ヨーロッパやアメリカにもたらされる以前の1433年には、中国茶はアフリカに到達していた。

17世紀になって、日本では煎茶が広く消費されるようになり、茶文化が洗練されていったが、一方でポルトガル人やオランダ人によつて茶がヨーロッパにもたらされた。タイの古都であるアユタヤなど、東洋に居住していたポルトガル人やオランダ人は、茶貿易の商人であった。1610年にはオランダ人が緑茶を日本から本国に持ち帰り、インドネシアからヨーロッパへの茶の輸入を始めた。茶はポルトガル人やオランダ人の間で流行の飲料となり、やがて西ヨーロッパ諸国、特に英国に広まった。茶は大英帝国の英語の文献では1658年に記録があるが、1597年にオランダ人航海士の英語訳が初出のものとして残っていて、茶はChinaと記録されている。

18世紀には、茶は英国人のもつとも好む飲料になっていて、

「アフタヌーンティー」として知られる独特の茶文化を創り出した。茶はアメリカ合衆国にももたらされ、当初はマサチューセッツで販売されて、「ティーダンス」という茶会のアメリカ風茶文化に発展した。このような文化は茶の需要を増大させ、多額の貿易赤字を生み出した。そこで、英国とポルトガルは茶と交換にアヘンを中国に輸出し、「アヘン戦争」を引き起こした。中国は英国への茶の輸出を禁止し、その結果、英国商人は英国領の他の地域で茶を栽培し、生産することになった。1850年代に商業農園が北部インドのダージリンなどの地域で設立され、1870年代にはスリランカが加わった。植民地時代が終わった今日でも、茶産業はインドやスリランカで未だ主要な産業として経済を支えている。



図2 茶の世界的普及への茶馬古道の影響  
([http://blog.tranquiltuesdays.com/post/34563836358/](http://blog.tranquiltuesdays.com/post/34563836358/puer-and-the-ancient-tea-horse-road)  
puer-and-the-ancient-tea-horse-roadより。)

18世紀後期には、アフリカ、特にコーヒーで失敗したケニアで茶の育成が奨励された。世界的に高まった茶の需要に応えるためであったが、イスラム社会の文化にも取り入れられた。イスラム教では飲酒が禁止されているため、代替えの飲料として茶がイスラムの飲料となったのである。紅茶の消費が増加すると、西欧人やアラビア人の間でアッサム茶の市場ブームが起り、茶産業は新しい技術とともに発展することになった。たとえば、トーマス・ジョンストン・リプトンはアメリカ合衆国のニュージャージーでスリランカのセイロン紅茶を包装する茶会社を設立した。また、1910年にトマス・サリバンは、すぐに煎られるティーバッグを発明した。

#### 4 茶文化と観光との関連

古来、茶の消費は旅を介して様々な文化に広がってきたが、茶は文化の重要な領域として現代も発展している。観光に関して言えば、茶は観光目的の地物語を語り、地域の独自性を映し出す。しかし、茶と観光の関係性には距離があり、漠然として見えるかもしれない。消費者市場として大きな可能性があるにもかかわらず、観光目的としての茶はこれまで十分に開発されてこなかった。持続可能で環境にフレンドリーな自然と文化のマナー

伝統的な茶工場の訪問と茶のテイステイキングといったヘリテージアーには限られている。この例にあるように、茶文化を観光につなげるには、茶文化の4要素の均衡を保たなければならない。したがって、茶文化の商品化は、歴史や地域やコミュニティの固有の特徴から作り出されたアイデンティティーを基礎にすることになる。

茶の歴史や遺産を利用することは、茶観光の体験やサービスを創り出すうえで不可欠である。これは茶の空間にも適用され、そこには茶に関する歴史が茶に関する地理学や人文地理学とともに埋め込まれている。茶の空間は茶の種類や景観に特徴があつて、丘陵地のスロープにある中国茶の茶園であったり、木陰の平地にあるアッサム茶の農園であったり、野生の茶樹の森林農園であったりする。茶園は観光に適しているだけでなく、茶の種類や繁殖や栽培に関する学習にも適している。

他方、茶のコミュニティの要素は、古来続いている茶の栽培や生産に関連した生活様式が関係する。茶の生産方法がこの要素の中心であり、コミュニティで受け継がれてきた無形の観光資源となる。例えば、アッサム種に分類される昔の野生の茶は、ほとんどが団茶に区分され、雲南のプーアル茶や紅茶などである。こういった茶の濃い色は後発酵によるが、緑がかつたウーロン茶は半発酵による。

ジメントというコンセプトに基づく特定のニッチ観光分野として、茶観光は位置づけられてきた。だが、観光には茶文化の商品化を通じて、観光地としての茶産地のブランド・イメージやマーケティングを醸成する可能性がある。

1章でも述べたが、持続可能な観光での茶文化の商品化には4つの要素が必要である。すなわち、茶の空間、茶のコミュニティ、茶の物産とサービス、茶に関連した体験である。世界各地の茶観光の目的地は、観光客の認知度が限られている。顕著な例が、茶の育成の本拠であるインドのダージリンとスリランカのヌワラ・エリヤである。茶と観光から長期的な利益を得るためには、これらの目的地の持続可能性に注目する必要がある。茶文化の4要素のバランスが取れていないと、持続可能なマネージメントが疑わしくなる。観光による収入だけでなく社会や環境にも配慮が必要だからである。

スリランカのヌワラ・エリヤのケースは、茶の空間の要素と茶のコミュニティの要素が、茶の物産とサービスの要素と茶に関連した体験の要素より魅力的で発達している例である。検証の結果、茶の空間と茶のコミュニティについては、高地の美しい景色や滝などが静かな雰囲気を作り出しているが、ヘルスケアや銀行などのサービスやイベントやレジャー体験などはほとんどない。観光に関連した体験は

タイ北部の「ミヤン」など、東南アジアの茶の漬物もあり、収穫された茶葉を蒸した後に水と共にタンクに漬け込む。中国種から作られる緑茶は生産方法が異なり、発酵しないようにする。例えば、日本の緑茶は世界でも珍しい生産過程で作られ、番茶、煎茶、玉露などの様々な種類の茶ができる。それぞれの地域の茶の生産方法の違いが、茶のコミュニティの観光価値を生み出すのである。

#### 5 結論

茶は宗教や国際交易、軍事行動などと関連して長い歴史の中で今日まで進化してきた。歴史の眼を通して茶の遺産を利用することで、茶と観光の関係を築くことができる。そして茶観光は、茶の背景や知識を、茶文化からより多くの利益を生み出すためのアイデアやコンセプトにどうつなげるかを模索することから始まる。その茶文化とは、茶の空間、茶のコミュニティ、茶の物産とサービス、茶に関連した体験の要素から成り立っている。また、観光マネージメントが持続可能性を保持するためには、これらの要素の均衡がとれていることが必要である。

(カウクルアムアン アムナー)  
(翻訳者: たけはな けいこ)