



1 序論

スリランカのヒル・カントリーのケースでは、茶農園主のバンガローなどの建物がホテルに改築され、ヘリテージ・ツーリズムのジェントリフィケーションの一例とした。本章では、「食のジェントリフィケーション」と呼ばれる無形遺産として、ジェントリフィケーションの概念が、茶の料理に適用された場合を取り上げる。抹茶の老舗街として知られる、京都の宇治の商店街でこの現象を検証する。最近では日本の緑茶、中でも抹茶が様々な食との組み合わせで再生、創作されて、緑茶の入った様々な料理やスイーツ、飲み物などが広まっている。健康食品の新たなトレンドとして、観光分野においても一般化してきている。

2 日本の緑茶と食のジェントリフィケーション

第2章でも述べたように、日本の茶文化は800年以上の歴史があり、栄西が禅の思想とともに中国から抹茶を伝え、15世紀に興った茶道に影響を及ぼした。しかし、抹茶の繊細な用い方は現代日本の緑茶文化であり、食のジェントリフィケーションと考えられる。

食のジェントリフィケーションとは、普段の食材をトレンドイヤーなものにしていくことを指す新しい用語である。ジェントリフィケーションによって、伝統的な食が手の届かないものになるかもしれないが、美食観光などを通して、食の新たな機能の創造につながる。食はもはや健康に寄与するだけでなく、経済の活性化、余暇や娯楽、学習経験、



図1. 伝統的な茶粥

文化交流、地域遺産の顕在化などに寄与するのである。

緑茶は古くから日本料理に使われてきた。図1の茶飯や茶粥、お茶漬けは日本伝統の日常茶料理である。日本の緑茶はほとんどが蒸し製だが、何種類かに分類され、煎茶、番茶、ほうじ茶、玄米茶、玉露、玉緑茶、そして抹茶などがある。

日本人が日常的に消費するのは煎茶で、80%近い消費量である。煎茶はお茶漬けに用いられ、茶色で炒った香りのするほうじ茶は茶粥や茶飯に用いられてきた。茶は料理の食材として用いられ、肉や魚と過熱すると食感や匂いを損なうが、現在の日本の茶料理では粉末にして様々なメニューに生かされており、茶そばや、抹茶入りの野菜天ぷらや、抹茶アイスクリームのようなスイーツなどがある。

3 京都の宇治での茶とヘリテージ・ツーリズムの連携

800年にも亘って、京都の宇治地域は極上の日本茶、玉露の産地として知られてきたが、玉露は日除けを用いた栽培方法によって、柔らかで甘い爽快感と独特の香りを持つ。また、抹茶の主な生産地として、茶の湯の発展

にも影響してきた。宇治での茶の栽培は鎌倉時代13世紀初頭に遡るが、茶の生産は15世紀中ごろに室町幕府の援助を得て発展した。この頃に、「宇治七茗園」の一つとして現存する「奥ノ山」茶園が造られた。宇治は、豊臣秀吉が茶の湯に用いる水を宇治川から汲んだことや、「青製煎茶製法」を生んだ永谷宗円の本拠でもあることで知られており、宇治茶は極上の贈答と考えられて来た。そして、喫茶と料理とが結び付けられるようになった。

江戸時代の17世紀から19世紀にかけて、宇治は徳川将軍の庇護を得て、日本を代表する茶の生産地として栄え、「茶師」と呼ばれる茶生産家が生まれた。今日でも宇治の街並みは茶店などの茶に関連する建物が独特の景観を作っ



図2. 茶に関連した歴史的な建物の残る宇治の商店街

ている(図2)。また、宇治の中心街の景観は、古い寺社仏閣の平等院や宇治上神社などのユネスコ世界遺産によつて形成されている。宇治はまた、政府によって日本遺産に指定されている。

宇治茶は、茶の商業や茶文化の歴史的優位性を生かして、ヘリテージ・ツーリズムの振興が戦略的に図られている。茶料理も含めて、茶の製品に関連する数多くの場が観光客に提供される。宇治の中心地だけでも、商店街の茶生産業者の建物はジェントリフィケーションによつて、茶博物館や茶店やレストランとなつていて、観光客は茶の遺産街並み景観の雰囲気の中で、幾種類もの新しい茶料理を味わえる(図3)。茶そばや、茶餃子、抹茶アイスクリーム



図3. 茶餃子、茶お好み焼きが抹茶の粉末と提供される。

ムや様々な茶のスイーツなどがあるが、こういったメニューは観光客が茶の商品の購買や、茶の生産工程などを含む茶文化の学習を誘引する。店内で観光客に学習体験を提供する茶生産者もいて、茶の淹れ方のワークショップ、手動での抹茶挽や茶道体験などである。さらに、教育的ツアーのための茶工場や茶園を開業した茶生産の会社もある。

観光客は昔ながらの伝統的な茶摘みや茶作りを学ぶことができる。宇治では立春から数えて八十八日目の5月の初めに、5センチメートルほどの茶の新芽を摘む。茶農家では早朝から摘むことで、柔らかさや新鮮さを保つ。摘みたての茶葉はすぐに酸化するので、少量の束に摘み取り、茶



図4. 平等院鳳凰堂の鳳凰の茶パンケーキ

が新鮮なうちに加工するために、1日のうち何度も茶園と工場を行き来する。このような地域の知恵は、茶摘み祭りに観光客が参加する遺産観光体験になっている。

茶と世界遺産を結びつけるアイデアは、美食観光にも見ることができ、観光地のシンボルやイメージを表す茶料理となつている。ユネスコ世界遺産として観光客を魅了するために、有形の文化遺産をシンボルとして宇治の茶料理に使っている。例えば、平等院鳳凰堂の屋根にある鳳凰がパンケーキのブランド化に使われている(図4)。

4 結論

食文化における茶製品のジェントリフィケーションは、茶原料の美食付加価値のトレンドとなつている。こういった形で茶の消費拡大は茶生産の需要を増し、観光を通じて小規模な茶生産企業の存続に寄与する。茶料理を創作することで、遺産観光体験と結びついて、茶文化の商品化の戦略になつている。宇治で開発されたアイデアは、優れた実践として、茶栽培や茶生産の減少に直面している地域の茶生産コミュニティに応用することができる。

(カウクルアムアン アムナー)

(翻訳者…たけはな けいこ)