

京田辺市「お茶の京都」 マスタープラン

「日本茶・宇治茶の最高峰“京田辺玉露”を
まるごと感じられるまち」を目指して

平成28年1月
京田辺市・京田辺市実践者会議

1 マスタープラン策定の目的と位置づけ

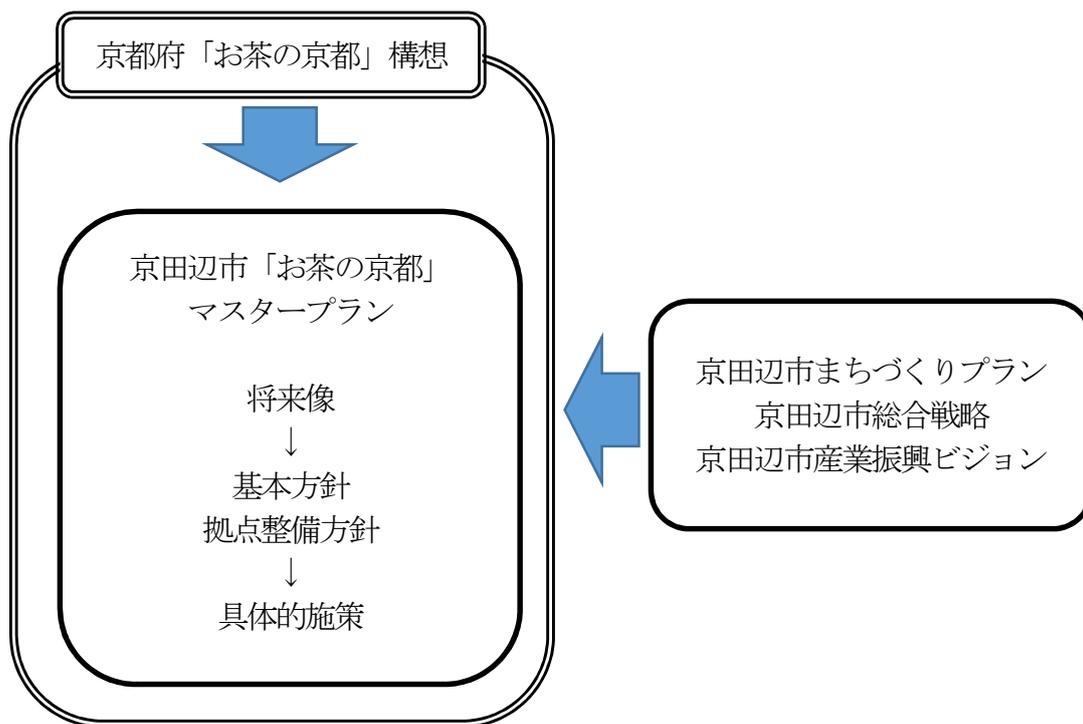
■マスタープラン策定の目的

京田辺市「お茶の京都」マスタープランは、京都府が策定した「お茶の京都構想」の以下の趣旨に基づき、市民、行政、関係者が京田辺玉露、宇治茶等の位置づけを共有し、「お茶を生かしたまちづくり」の目指す姿とその実現に向けた施策を定めることを目的としている。

日本茶文化を創造し、全国に普及させてきた「宇治茶」や茶畑景観等の山城地域の価値を再認識し、さらに磨きをかけ、世界に向け発信することにより、多くの人を訪れる大交流圏を創出し、日本の茶文化の一大拠点にする。

※お茶の京都構想より抜粋

■マスタープランの位置付け



■目標年次

平成29年度を目標年次とする。

2 京田辺市産業を取り巻く環境分析と対応する基本戦略

		外部要因 (機会)	外部要因 (脅威)
		<ul style="list-style-type: none"> ・新名神高速道路の延伸 ・高齢化に伴う、自由な時間を多く持つ層の増加 ・安全・安心、健康志向の高まり ・農産物海外輸出の拡大 ・製造・物流企業からの立地ニーズの高まり ・着地型観光の流行 ・インバウンド観光の進展 ・京都ブランド 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国的な農業の大規模化 ・製造拠点の海外移転の進展 ・グローバル化等による企業間競争の激化 ・高齢化、人口減少による、労働力の不足 ・高齢化による買い物困難者の増加 ・開発圧力による農地の減少
内部環境 (強み)	<p>【農業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・玉露、碾茶の産地 ・えひいも、京都田辺茄子などのブランド作物 ・関西の大消費地への近さ <p>【商業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国的でも数少ない人口増加都市 ・若年層の労働力人口の多さ ・同志社大学・田辺高校等の立地 (若者が流入) ・魅力ある飲食店等の存在 <p>【工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主要都市への良好な交通アクセス ・多様な業種の企業が存在 ・同志社大学・田辺高校等の立地 (知的資源) ・学研都市に近接 ・若年層の労働力人口の多さ ・災害が比較的少ない <p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一休寺、観音寺などの歴史資源 ・主要都市への良好な交通アクセス ・都市近郊にありながら豊かな自然環境 	<p>＜強みと機会を生かす＞</p> <p>【農業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○農産物の販路の確保・拡大 ○農産物のブランド化 ○他業種との連携等による新たな消費の創出 ○市民に親しまれる体験・交流型農業の振興 ○京田辺市産農産物を活用した地産地消の推進 ○農産物や農業への理解促進のための食育事業の推進 <p>【商業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者ニーズに応える新商品の創出支援 ○市内外に向けた店舗の魅力発信と利用促進 <p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「体験する・体感する・学ぶ」ことができる観光地づくり ○住んでいるまちへの誇りと愛着を生む取組 ○京阪神地域在住者をターゲットとした日帰り観光客の誘客 ○観光都市 (京都・大阪・奈良) からの一足伸ばし観光の推進 ○市民と観光客が交流することによるにぎわいと活気を生む取組 	<p>＜強みを生かし、脅威に備える＞</p> <p>【工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業同士をつなげる仕組みづくり ○大学の研究成果活用や学研都市研究施設との連携による企業の事業高度化促進 ○成長を目指す企業へのプラスワン支援 (個別育成・重点支援) ○支援情報を適切な時期に効果的に伝達する仕組みづくり
	内部環境 (弱み)	<p>【農業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営耕地面積の減少 ・農家数の減少 ・担い手の高齢化 ・一戸当たり経営耕地面積の狭さ <p>【商業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・車が少なく買い物不便 ・商店街・個店の利用者減少、認知度の低さ ・小売吸引力の低さ (消費の市外流出) ・高齢化による後継者不足 <p>【工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パート、アルバイト等の人材確保が困難 ・市内交通 (通勤) が不便 ・製造業の生産額の伸び悩み ・市内企業間取引の少なさ (関わりが薄い) ・遊休地 (事業用地) の少なさ ・D-egg 卒業後の行き先が不明 <p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設の撤退による観光客の減少 ・観光客の飲食、買い物場所の少なさ ・主要観光地へのアクセスの悪さ 	<p>＜弱みを克服し、機会を生かす＞</p> <p>【農業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○農地の有効活用に向けた流通化の推進 <p>【商業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○事業承継や新事業展開への支援 ○新たな商業の担い手の発掘と育成 ○魅力ある小売店・飲食店の集積や特色ある商店街形成の支援 ○各商業集積地への来街促進 <p>【工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○働く舞台 (まち) の快適性・安全性の向上 ○新たな事業用地の創出と既存工業地域における未利用地活用促進 ○企業の地域貢献活動の促進 ○地域の魅力を企業に伝える取組 <p>【観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新たな資源を生かした目玉となる観光商品の確立 ○観光客の利便性と快適性を向上するための環境整備 ○市民によるおもてなしの心が伝わる取組 ○知恵とネットワークを生かした京田辺らしい特産品の開発 ○京田辺の逸品・土産物の消費拡大

※京田辺市産業振興ビジョンより抜粋

3 「お茶の京都」に関連する地域課題整理

特に産業面で茶業に関しての本市の問題点を以下のとおり整理した。
大きく、「経営・人材」と「販路・宣伝」の2つの課題がある。

(1) 人材・経営・・・儲からないから担い手が生まれない、生産量が減少する

- 市内の南部地域について、中山間地などで人口減少化、少子高齢化、不作付の農地の増加
- 茶は永年作物であることから、新規就農者がいきなり茶生産を始めることは困難
- 茶農家の後継者であっても儲からない現状では後を継ぐことは困難
- 京田辺ならではの小規模生産の茶づくりのみで農業経営を成立させることは困難
- 業界のリーダーとなる人材の不足
- 玉露の生産について、売値に対し、肥料代、手摘みの人件費、工場維持費など投資に合わず儲からない
- 京田辺産茶の要である、「手摘み」の「摘み子」スタッフの不足
- 茶業界の人材の高齢化及び後継者不足
- 製茶工場等ハード設備の老朽化（産地規模によるハード整備の格差）
- 茶園の改植及び新植の必要性（担い手の高齢化により茶園も老朽化）
- 小規模産地であることから、他産地との交流や情報交換が薄い
- 他産地茶農家の入作、共存、調和の問題

(2) 販路・宣伝・・・京田辺玉露のブランドが確立されておらず、販路もない

- 宇治茶ブランドの中での京田辺産茶の知名度不足
- 各茶品評会（農林水産大臣賞）や日本茶アワード（日本茶大賞）でのタイトルを活かし切れていない
- 農林水産大臣賞受賞者（＝生産者）、日本茶鑑定士などの人物的ブランドを生かし切れていない
- 京田辺ブランド一休品、京都ブランド・日本遺産「玉露の郷・飯岡」ブランド等を生かし切れていない
- 地元茶問屋同士が連携できる機会が少ない
- 京田辺玉露などを購入しやすい直売所やアンテナショップが少なく、営業宣伝の発信力が弱い
- 駅周辺で土地利用が進んでいるが、小売店舗が減少し、中心市街地の活気が少ない
- 観光振興のテーマとして「お茶のまち」のイメージが薄い（お茶をテーマにした観光地や資源がない）
- 観光客が利用できる飲食店、お土産等の買い物、宿泊場所が不足し、交流拠点としての魅力がない
- 農産物直売所はあるが、品揃え等、集客力が弱い。また、スペース的な新設や拡張などに課題がある
- 急須で茶を飲む文化がなくなっている（消費者ニーズの変化）

4 お茶の京都マスタープランで目指す京田辺市の将来像

■目指す将来像

「日本茶・宇治茶の最高峰“京田辺玉露”をまるごと感じられるまち」

■基本方針

上記ビジョンを実現するため、地域資源である普賢寺ふれあいの駅、飯岡の覆下茶園景観を結び、日本茶・宇治茶の最高級品「京田辺玉露」を見て、知って、味わい楽しむことができる交流・発信エリアを整備する。

1 京田辺玉露の位置づけ確立（ポジショニング）

京田辺玉露のポジション（特徴、強み、ターゲット、生産振興の方向性）を整理し、儲かる産業への転換を図る。

2 販売促進・プロモーション強化

普賢寺ふれあいの駅を京田辺玉露の多機能的なプロモーション拠点として整備するとともに、「玉露の郷・飯岡」の日本遺産認定の機会を生かし、京田辺玉露の生産面での特徴（生産方法、景観、歴史、文化等）の情報発信を図る。

■重点的に整備を行う交流戦略的拠点のイメージ

日本遺産、京都府景観資産登録地に認定された飯岡地区の丘陵は竹林と集落、そして茶園に利用されており、丘陵の周囲には水田が広がる。かつて竹林は玉露生産に不可欠な覆棚をつくる材の供給地で、水田は、被覆材の菰を編むための藁の供給地であった。

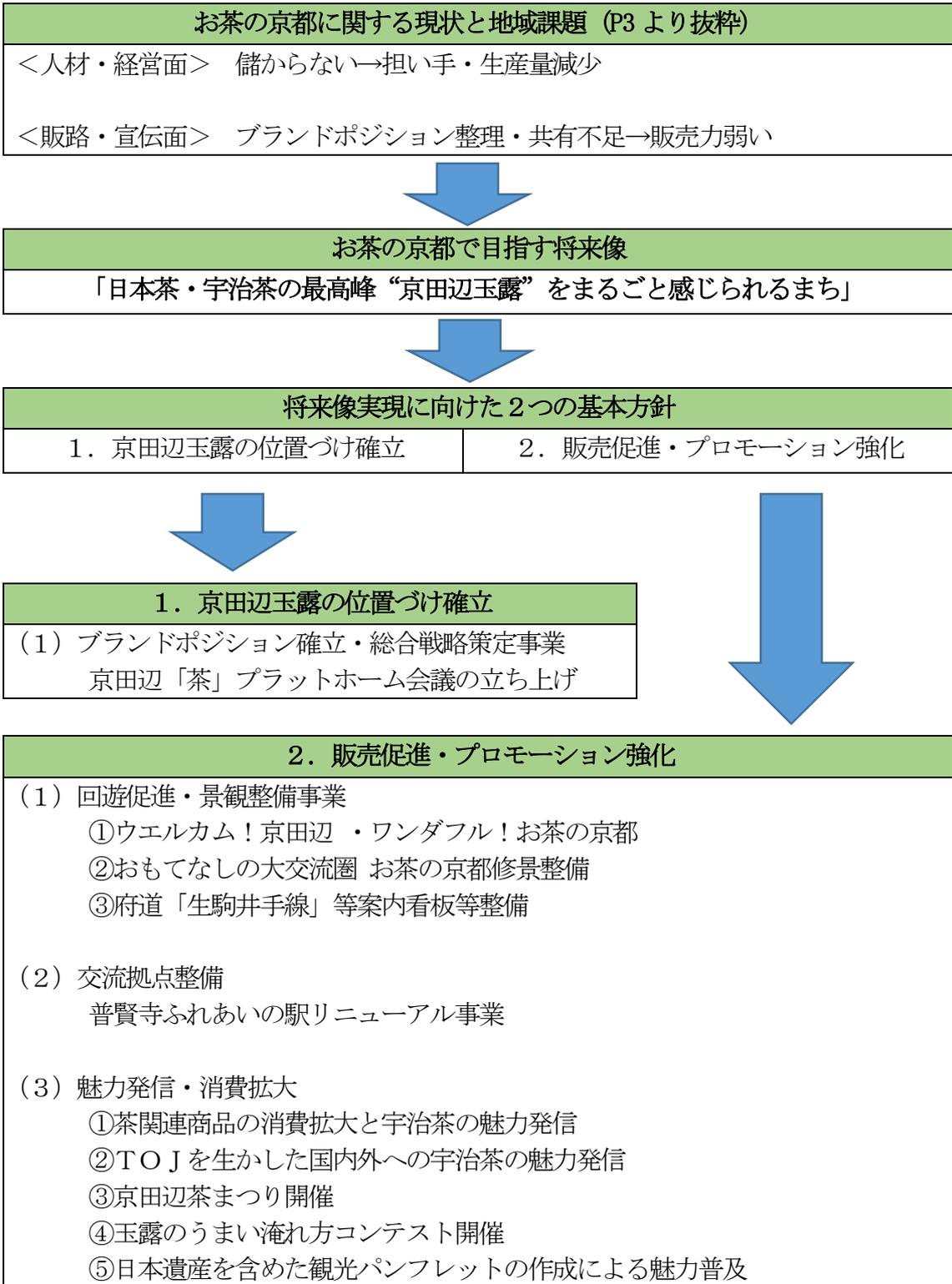
市内外の観光客は、この独特な景観と、地域の先人の知恵に思いをはせつつ、普賢寺ふれあいの駅で、新鮮野菜の買い物のほか、宇治茶を使ったカフェ、バーベキュー、農業体験（稲刈り・味噌づくり等）などを楽しみ滞在する。

また、茶まつりや玉露の淹れ方コンテスト等のイベントに参加し、京田辺市のお茶を体感する。

普賢寺ふれあいの駅を拠点として飯岡地区へつなぐエリア



5 京田辺市お茶の京都マスタープラン体系図



6 将来像実現のための具体的施策

基本方針1 京田辺玉露の位置づけ確立

(1) ブランドポジション確立・総合戦略策定事業

事業名	京田辺「茶」プラットフォーム会議の立ち上げ
目的	京田辺市茶業界として統一した認識で「京田辺市茶業 存続」の課題解決方法を検討し、京田辺玉露の市としての位置づけや生産や販売などを戦略的に考え、関係者の意思共有を図る。
概要	生産者、茶問屋、市、関係団体で、社会情勢や消費者ニーズの変化に合わせた京田辺玉露の今後のあり方、5年後、10年後の京田辺市のお茶について考える会議を立ち上げ、ブランディングを含めた生産振興の手法について考察する。
主体	京都府、京田辺市、関係団体
時期	平成28年度～実施予定

基本方針2 京田辺玉露の販売促進・プロモーション強化

(1) 回遊促進・景観整備事業

事業名	①ウエルカム！京田辺 ・ワンダフル！お茶の京都	
目的	お茶の京都構想と京田辺玉露を市民や来訪者へ周知する。 お茶の京都ターゲットイヤーに向けて機運を高める。	
概要	JR 京田辺駅、近鉄新田辺駅周辺道路や駅前広場において、街路灯にバナーフラッグを掲揚する。	<p>バナーフラッグ</p> 
主体	京田辺市、京都府	
時期	平成27年度～実施	

事業名	②おもてなしの大交流圏 お茶の京都修景整備	
目的	お茶の京都構想と京田辺玉露の特徴や製法、新たに整備する交流拠点や日本遺産登録地などを市民や来訪者へ周知する。	
概要	観光バス乗り入れ可能な JR 三山木駅・近鉄三山木駅の駅前広場の交通島(400 m ²)に、お茶の京都の拠点にふさわしいシンボリックな茶園風の植栽を施し、案内看板等を設置する。	<p>茶園風植栽の予定箇所</p> 
主体	京田辺市、京都府、関係団体	
時期	平成28年度～実施予定	

事業名	③府道「生駒井手線」等案内看板等整備	
目的	新たに整備する交流拠点や日本遺産登録地などを市民や来訪者へ周知する。	
概要	<p>玉水駅から飯岡の景観、三山木駅を經由して普賢寺ふれあいの駅へ至る、お茶の京都東西幹線として府道「生駒井手線」等に案内看板等を設置・整備する。</p>	<p>案内看板の現状</p> 
主体	京都府	
時期	平成28年度～実施予定	

(2) 交流拠点整備事業

事業名	普賢寺ふれあいの駅リニューアル事業	
目的	京田辺玉露を中心に宇治茶を総合的にプロモーションできる（見る・触れる・学べる・飲める）機能を備えた交流拠点を整備し、市内外から誘客する。（目玉となる観光地の確立）	
概要	<p>普賢寺ふれあいの駅を、地元産野菜や加工品販売機能だけではなく、宇治茶等を生かした交流拠点として、観光客用駐車場の整備や、カフェスペース、宇治茶ギャラリーの設置など、総合的な「おもてなしマルシェ」へのリニューアルに向けて整備する。</p> <p>あわせて、交流拠点に相応しい情報発信力、商品開発力など組織体制強化を図る。</p>	
主体	普賢寺ふれあいの駅、京田辺市、京都府	
時期	平成27年度～実施	

(3) 魅力発信・消費拡大事業

事業名	①茶関連商品の消費拡大と宇治茶の魅力発信	
目的	京田辺玉露を含む茶関連商品（加工品）のブランド力を高め、質の高い土産品の充実を図る。	
概要	京田辺市内茶問屋自慢の茶関連商品をはじめとする「京田辺ブランド一休品」を普賢寺ふれあいの駅やアンテナショップ等、観光拠点で一般社団法人京田辺市観光協会が販売する。その他、地域内での売り場の確保・充実を図る。	
主体	普賢寺ふれあいの駅、 京田辺市観光協会、民間企業、 京田辺市	<p>一休品販売の様子</p> 
時期	平成27年度～実施	

事業名	②TOJを生かした国内外への宇治茶の魅力発信	
目的	自転車愛好家や外国人をターゲットに、京田辺玉露を含む宇治茶の魅力を発信するとともに交流人口拡大を図る。	
概要	普賢寺地域が「ツアーオブジャパン」京都ステージの開催出発地となることから、多くの転車愛好家をはじめとする交流人口の拡大により、国内外へ「京田辺玉露」をアピールし、ブランド力向上を図る。	
主体	普賢寺ふれあいの駅、 京田辺市観光協会、民間企業、 京田辺市	<p>TOJ開催の様子</p> 
時期	平成28年度～実施予定	

事業名	③京田辺茶まつり開催	
目的	宇治茶の魅力発信と消費拡大	
概要	<p>玉露の手もみ実演、玉露レディによる京田辺玉露などの販売、キッズ「茶ムリエ」検定などのイベントを通して、京田辺の玉露の消費拡大を図る。</p> <p>また、京都府等の協力を得ながら『宇治茶大好き！キッズ「茶ムリエ（チャムリエ）」検定』を合同開催しイベントの拡充を図る。</p>	
主体	<p>京田辺市 京都府山城広域振興局 ※以下の機関の協力は調整中 宇治茶の郷づくり協議会 (公社) 京都府茶業会議所 京都府茶協同組合</p>	<p>京田辺茶まつりの様子</p> 
時期	平成27年度～実施	

事業名	④玉露のうまい淹れ方コンテスト開催	
目的	玉露の淹れ方、飲み方の魅力、文化の発信	
概要	<p>毎年、九州の福岡県で開催されてきた「全国玉露のうまい淹れ方コンテスト大会」の『京都府予選会』や『本選』を、京都市等の大消費地で開催し、日本茶・緑茶の最高級品「玉露」を、多くの人に生活の中で身近に感じてもらえるよう、玉露の美味しい淹れ方や味わい方の周知を図る。</p> <p>全国大会の京都府開催をきっかけに、一般参加者だけでなく、京都府・静岡県・福岡県等の茶産地間の交流を創造することで生産振興にも寄与する。</p>	
主体	<p>全国玉露のうまい淹れ方コンテスト大会実行委員会 京田辺市 ※以下の機関の協力は調整中 京都府、(公社) 京都府茶業会議所 京都府茶協同組合</p>	<p>コンテストの様子</p> 
時期	平成27年度～実施	

事業名	⑤日本遺産を含めた観光パンフレットの作成による魅力普及	
目的	日本遺産である「玉露の郷・飯岡」を含む市内観光地をパンフレット等でPRすることで交流人口増につなげる。	
概要	<p>木津川に隣接する小高い丘陵地「飯岡 (いのおか)」では、周囲に水田、裾野に茶畑、竹林、上部に集落(茶農家)と展開されている。竹林の竹と水田の稲藁を使って、玉露生産に不可欠な覆棚を作ってきた歴史があり、その特徴的な景観により、平成 27 年 4 月に文化庁による日本遺産・京都府「日本茶 800 年の歴史散歩」の構成文化財の一つとして認定された。</p> <p>現在の観光パンフレットには日本遺産についての記載がないことから、日本遺産を含め、地域の歴史的魅力を発信できるものに改訂を行う。そして、当パンフレットを活用して、新しい観光資源を旅行エージェントへ売り込む。</p>	
主体	京田辺市	観光パンフレット
時期	平成 28 年度～実施予定	

