

# 静岡における茶の観光資源化に関する研究

崔 瑛<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 非会員 静岡英和学院大学准教授 人間社会学部人間社会学科

(〒422-0004 静岡県静岡市駿河区池田 1769)

E-mail: young.choi@shizuoka-eiwa.ac.jp

本研究は、静岡県が主催する全国規模の茶関連祭典である静岡世界お茶まつりの来訪者に対するアンケート調査により、茶資源を取り入れた観光商品開発に向けた基礎的検討および静岡世界お茶まつりの開催による効果分析を行うことを目的とした。アンケート調査は 2013 年と 2016 年に 2 回実施し、まつりに対する来訪者の評価、静岡県内での茶ツアーへの参加意思と要望を把握した。2013 年の分析結果として、茶ツアーの潜在消費者の類型化を行いそれぞれの特徴を把握できた。2016 年のデータ分析では、世界お茶まつりが及ぼす地域への効果把握を試みた。

**Key Words:** tea tourism, shizuoka, World O-CHA (Tea) Festival

## 1. はじめに

近年、地域の食を観光資源へと磨き上げ、旅行者を誘致し交流人口を増やす<sup>1)</sup> というフードツーリズムの推進が日本各地で盛んになっている。食資源を中核としたフードツーリズムの推進において、地域産業及び地域民の生活に根付いた飲食や食文化を観光商品の要素に活かすことは、地域間差別化を図り、優位性を確立する大事なポイントといえる。

一方で、日常的に飲まれる飲料である「茶」は、茶そのものの味と香、品質以外にも、茶産地としての名声、茶畑の景観、茶摘み等の産地体験、茶道のような関連文化・歴史が存在する。中国、台湾、インド、スリランカ等の世界の主要茶産地における茶に関するツーリズムの事例を把握・分析した Jolliffe ら<sup>2)</sup>によると、茶は伝統と文化を持つ社会的産物であり、観光客に様々な体験を提供できる面から、観光産業への拡張可能性と潜在力のある資源といえる。

本研究の対象地である日本一の茶生産・消費地域の静岡県では、茶業振興基本計画(平成 26 年度～29 年)<sup>3)</sup> のなかで、静岡茶のブランド構築とともに、観光産業と連携したグリーンティーツーリズムを主要推進事項としている。実際、県内では静岡茶巡り事業や静岡世界お茶まつり等の茶をテーマとするイベントが開催されている。しかしながら、茶を活かしたツーリズム推進は、県内外に広く認知されておらず、商品開発やマーケティングを含む茶産地の観光地化推進手法が確立されていない。

本研究は、上記に対する問題意識から、静岡県が主催する全国規模の茶関連祭典である「静岡世界お茶まつり」の来訪者に対するアンケート調査を 2013 年と 2016 年に行い、茶資源を取り入れた観光商品開発に向けた基礎的検討および静岡世界お茶まつりの開催による効果分析を行うことを目的とした。

3 年に一回開催される静岡世界お茶祭りは、県内最大規模の茶を活かしたイベントであり、茶に対する興味と知識レベルの高い来訪者が多く、イベント来訪者は、お茶ツーリズムの潜在需要層となりうると考えた。2013 年の調査では、茶資源を取り入れた観光商品に対するニーズを把握し、回答者の特徴による違いを明らかにした。また、2016 年の調査では、静岡における代表的な茶関連イベントの対する評価、経済効果に対する把握を中心に調査を行った。

## 2. 既往研究の動向と本研究の着眼点

茶とツーリズムの関係に着目した研究は、その蓄積が多くはないが、日本国内の茶園や茶畑に滞在するツーリズムの事例を紹介し、活動内容を紹介するものはいくつか存在する。例えば、平塚<sup>4)</sup>は(有)ふれあい総合農場しまねの事例を挙げ、島根県の中山間地域の茶園におけるツーリズムへの取り組みと参加者の自由な体験を促す仕掛けを紹介した。土居ら<sup>5)</sup>は、茶を用いた日本全国と静岡、海外(中国、韓国)の観光事例を紹介し、静岡への応用可能性を検討した上で、静岡の観光マップ作成や空間づくりの必要性について述べた。岩崎<sup>6)</sup>らは、富士

山静岡国際空港の就航地域(調査時点)の居住者に対する調査により、グリーンティーツーリズムに惹かれる消費者において交流、知識・教養、リラックス、風景・自然が重視され、観光目的地を選択する要因となることを明らかにした。また、グリーンティーツーリズムは、リラックス型と体験・交流型に類型化されるとし、グリーンティーツーリズムに惹かれる消費者はリラックス型志向の傾向があるとした。

海外の研究成果として、中国と韓国の茶観光関連研究があり、中国の信陽(Xinyang)地域を対象とした Cheng らの研究<sup>7,8)</sup>は、観光客の茶に対する態度と考え方、茶観光への意欲について調べた。結果、「茶関連知識」は「茶を飲むこと」にポジティブな影響を与え、「普段茶をよく飲む人は茶観光に興味を持つ」傾向があるとした<sup>7)</sup>。また、Cheng らは、信陽地域の茶観光のステークホルダー（地方自治体関係者、茶園経営者、メディア、旅行業関係者及び旅行者）へのインタビューにより、豊富な茶関連資源の存在にも関わらず、当地域のティーリズムは進展していないと指摘し、その原因としてゴミ処理等の環境課題、茶観光推進のマネジメントやガイド育成の課題等を挙げた<sup>8)</sup>。一方で、韓国の鄭ら<sup>9)</sup>は、韓国の伝統茶文化を博物館内のプログラムとして外国人観光客に適用し、肯定的な反応を得たことを報告している。

日本国内のお茶ツーリズム関連研究では、取組み事例の把握と消費者の嗜好把握に関する成果を確認できた。また、周辺諸国（中国や韓国）における茶を活かしたツーリズムの芽生え状況を知り、研究蓄積の不十分さ、多様な着眼点をもったアプローチの必要性について確認した。また、国内外におけるお茶関連ツーリズム需要の存在、多様なツアーや体験プログラム構成と展開可能性について手がかりを得た。

本研究は、日本の代表的な茶産地である静岡県におけるお茶資源の観光商品化に向けた基礎的知見を潜在消費者の意見から得ることと、世界茶まつりの現状と課題、開催による地域への効果を把握することを主な目的として設定した。

### 3. 調査の概要

#### (1) 静岡世界お茶まつりの来訪者調査概要

第 1 回目のアンケート調査（2013 年実施）設計のために、世界お茶まつり実行委員会事務局や静岡県観光協会の担当者に対して実施したインタビューによると、主催側としては、世界お茶まつりをお茶の味、茶畑の景観、文化を楽しめる場として、それ自体をツアーの要素とし

て商品化していきたいという意思があり、世界の茶生産地（中国、韓国、台湾、スリランカ）との交流の場として活用したいという。現地からの観光客誘致にも積極的である。また、まつりへの来訪者は、40～50代・女性客の割合が高く、茶に興味を持つ人、県内の人が多い。会場で実施するアンケート結果では、来訪者の満足度は高い傾向である。当該イベントは、春（5月）と秋（11月）の2回開催され、春の時期は静岡空港、茶畑等で開催され、秋は静岡市内のコンベンション施設が会場となっている。本研究のアンケート調査は、2013年・2016年ともに11月のまつり会場で実施した。

#### 1) 第一回目のアンケート調査

- ・調査時期：2013 年 11 月 9 日(土)～10 日(日)
- ・調査場所：第 5 回静岡世界お茶まつり 2013 会場（グランシップ 1～2 階）
- ・有効回答数：124 名
- ・調査項目：まつり参加理由、情報、プログラムへの評価、満足度、普段お茶との関わり、静岡茶、お茶をテーマツアーのイメージ、茶ツアーへの要望等

#### 2) 第二回目のアンケート調査

- ・調査時期：2016 年 10 月 27 日(木)～30 日(日)
- ・調査場所：第 6 回静岡世界お茶まつり 2016 会場（グランシップ 1～2 階）
- ・有効回答数：262 名
- ・調査項目：まつり参加理由、参加経験、満足度、まつりでの消費額等、まつりに対する評価

#### (2) 2013 年の調査結果

本稿では、2013 年に実施した第 1 回目のアンケート調査の結果を中心に記述する。アンケートの有効サンプル数は 124 名で、女性の比率が 73.39%で高く、93 名が静岡県内の居住者であった。茶に関わる職業の人が 17 名、回答者の平均年齢は 46.83 歳であり、満足度は 7 ポイントで計測した場合、平均 5.56 で高いレベルとなっていた。

#### 1) イベントプログラムに対する評価

イベントプログラムは、産業、文化、学術に関するものに大きく 3 つに区分される。イベントプログラムの中では、他地域や海外からの茶商品展示と試飲ができる関連プログラムの評価が 51 名（41.12%）の応答者から高く、次いで、世界各国の茶文化を紹介する世界茶大会等の評価（17 名、13.7%）が高い傾向であった。非日常性と他文化の体験と理解に関わるプログラムが好まれるこ

とが分かった。一方で、まつり開催関連情報提供の不足、プログラムの定着化によるマンネリ化、新しい取組みの不在、若い客層を呼び込む努力不足を指摘する声もあった。

2) 茶観光商品に対する要望

静岡で茶をテーマとするツアーを実施することを前提に、参加意思と参加条件を把握した。全体の 72.5%である 90 名がツアーへの参加意思があった。男性の 66.7%、女性の 74.0%の参加意思を確認でき、比較的女性の参加意思が高いことがわかる。年齢区分では、25 歳以下で 55.0%、26 歳～39 歳で 84.5%、40 歳～59 歳で 74.4%、60 歳以上で 71.8%の参加意思があり、全体的に高く、25 歳以下の若い層において参加意思が低い傾向がある。

ツアーの日程については、年齢が若いほど日帰り旅行を好み、年齢が高くなるほど希望する滞在期間も長くなる傾向があった。また、ツアー費用についても年齢が高くなるほど、高額な費用を支出する意思があることが把握できた。

ツアーの同行者に対しては、家族関係（家族同伴、夫婦、子供孫、兄弟/姉妹、親）の同行者を好む意見が 73 名で最も多く、友達との同行（71 名）、一人で（26 名）が多かった。恋人との同行を挙げる人はほとんどなく、茶ツアーは比較的家族旅行というイメージで連想されるといえる。

3) 潜在クラスによる類型化

潜在クラス（Latent Class Analysis）分析を利用して、回答者の類型化を行った。性別、年齢、職業、茶ツアーへの参加意思、茶ツアーの日程と費用等を変数にして類型化を行った。分析結果、5 類型に分類でき、各クラスの特徴は表-1 にまとめた。各クラスが選択した茶ツアーでの体験メニューを変数として数量化 3 類分析を行い、その分析結果や回答者の自由記述データをもとに、各クラ

スの特徴を解釈した（表-2）。

表-2 各クラスの特徴

クラス 1	“お茶を生活のなかに取り入れたい” 日帰り旅行を好む主婦層 茶専門店、陶芸、ライフスタイル
クラス 2	“日帰り旅行で癒しを求める” 30 代女子社員、学生層 茶料理教室、茶畑散策など
クラス 3	“健康や文化体験に対する興味高” 一泊以上の滞在型旅行の 50 代以上 茶室、茶園、茶博物館
クラス 4	“一泊以上の滞在型旅行” 40 代女性、茶に関わる仕事 知識、知らないことを学ぶ 生産者の大変さを知る
クラス 5	“旅行会社の販売ツアーに興味のない” 20 代男性 新しい体験、茶畑 緑のきれいなところでの茶摘み

(3) 2016 年の第二回目のアンケート調査の概要

2016 年に実施した第 2 回目の調査結果の概要を、まつり参加に対する満足度、まつり開催による効果に対する考え方、まつり参加による観光意欲の変化の面で把握した。

262 名のうち、まつりに対して満足していないと答えた人は 48 人に過ぎず、7 段階の満足度評価で平均 5.57 の比較的高い傾向であった。また、“世界お茶まつりに参加したことで、以前よりお茶に興味を持つようになった”と答えた人は 206 名（79.0%）、“世界お茶まつりの開催が静岡県内の観光客増加に役立つ”と答えた人は 204 人（78.0%）、“世界お茶まつりの開催が静岡県内の消費増加に役立つ”と答えた人は 197 名（75.0%）であった。一方、“世界お茶まつりに参加したことで、以前より静岡県内を観光したいと思うようになった”と答えた

表-1 潜在クラス分析の結果

		クラス区分				
		1	2	3	4	5
性別	男性	6.6%	18.4%	31.5%	31.8%	74.4%
	女性	93.5%	81.6%	68.5%	68.2%	25.6%
平均年齢		51.58	34.71	58.80	46.98	24.52
職業		主婦、無職	会社員、学生	自営業、主婦	会社員、茶業	会社員、学生
茶ツアー参加意思	有	75.7%	98.3%	74.6%	86.2%	12.8%
	無	24.3%	1.7%	25.4%	13.8%	87.2%
茶ツアー日程		日帰り	日帰り	一泊以上	一泊以上	日帰り
茶ツアー費用一人当平均		6,879.66	6,475.17	20,641.79	26,243.43	4,634.71
茶ツアー費用一人当平均		28.0%	27.0%	23.3%	12.3%	9.5%

人は 107 名 (40.0%)、 “世界お茶まつりに参加したことで、以前よりお茶をテーマとする旅行・ツアーに参加したいと思うようになった” と答えた人は 116 名 (44.3%) であった。

#### 4. おわりに

本研究は、静岡県を研究対象として、静岡県内の茶観光商品の開発に向けた基礎的資料を得ることを目指したものである。県内の茶観光推進状況を把握したうえで、静岡世界お茶まつり来訪者を対象として 2013 年と 2016 年の 2 回のアンケート調査を行ったものであり、2013 年のデータでは、茶に対する興味や関心が高い層を茶ツアーに関する要望を踏まえた類型化とその特徴把握を試みた。2016 年のデータでは、世界お茶まつりの開催による周辺地域への効果を参加による意識変化（お茶に対する興味・関心の増加、県内観光に対する意欲、まつりによる観光と消費促進に対する考え方）の面で把握した。

#### 参考文献

- 1) 安田亘宏：フードツーリズム論食を活かした観光まちづくり，古今書院，2013.
- 2) Lee Jolliffe, “Connecting Tea and Tourism”, *Tea and Tourism*, p.6.
- 3) 静岡県経済産業部：静岡県茶業振興基本計画（平

成 26 年～29 年）～新たな時代に向けた静岡県茶業の展開～，2014.

- 4) 平塚貴彦：現地情報茶園経営を活かした体験型グリーン・ツーリズムの展開-(有)ふれあい総合農場しまね，新しい農村計画 (116), 30-36, 農村開発企画委員会，2012.
- 5) 土居繭子：新たな視点での静岡インバウンド戦略-茶のブランドとニューツーリズムで地域活性化を目指す-一般社団法人ふじのくに地域・大学コンソーシアム平成 24 年度学術研究助成論文，2012.
- 6) 岩崎邦彦：緑茶と観光の融合によるイノベーション」静岡に学ぶ地域イノベーション，中央経済社，2013.
- 7) Shao-wen Cheng, Fei-fei Xu, Jie Zhang & Yu-ting Zhang, “Tourists' Attitudes Toward Tea Tourism: A Case Study in Xinyang, China” *Journal of Travel & Tourism Marketing* Vol.27, Issue 2, 2010.
- 8) Shaowen Cheng, Jing Hu, Dorothy Fox, Yuting Zhang, “Tea tourism development in Xinyang, China: Stakeholders' views” *Tourism Management Perspectives* Volumes 2-3, April-July 2012.
- 9) Jung Young sook, Kim In Sook, “Program Development of Tea Culture for Tourism Product”, 2001. (マーケティング科学研究)

(2017.4.28 受付)