

グローバル化を考える

グローバル化が進み、ヒト・モノ・情報が生き交う変化の激しい時代だからこそ、真に大切なものを見極める力、また情報を積極的に発信していく力が自治体職員にも求められています。次々と出る新しいものに目が奪われる中、日本茶に魅了され、恋し、日本にやってきたスウェーデン出身のブレケル・オスカル氏。第2回目となる今回は、日本茶インストラクターの資格を取得し、国内外で日本茶の普及活動、そして茶産業の未来についての方策をも考える、若き日本茶伝道師から、私たちの多くが気づいていない日本茶の本当の魅力についてご寄稿いただきました。

世界と日本茶



日本茶インストラクター ブレケル・オスカル

世界中で人気が高まると言われている日本茶の実態

ここ数年日本茶の輸出が着実に伸びている。この現象がマスコミにも取り上げられ、海外では日本茶ブームが起きているとの大げさな言い方をしばしば耳にする。こうした中で私は、数少ない外国人の日本茶インストラクターとして、茶業関係のイベントをはじめ、テレビやラジオの番組などでも「海外と日本茶」をテーマに話す機会をよくいただいている。自分が知っている範囲で喜んで情報を提供するが、多くの場合は時間が限られているため、思うように情報を伝えることが出来ずにどうしても断片的になってしまうことが多い。どちらかと言えば、日本茶の特徴や魅力などをまとめるだけで終わるケースが多いが、今回はいただいた機会を活かして、海外における日本茶の普及活動の課題も含めて述べたいと考えている。日本茶の普及が目的であれば、長所と短所の両方を見る必要があるからだ。

一目惚れにならない日本茶

日本にいる限りは「日常茶飯事」という言葉があるように、お茶というものをあまり意識せずに日常生活の一部として消費している人が多いのではないだろうか。ところが、海外から見ると日本茶はとてもユニークな嗜好品である。コーヒーや紅茶などにはないうま

味にさわやかな渋みを併せ持つ不思議な飲み物だ。それに山々を思わせる新鮮な香りも日本茶の魅力の一つだと思う。ただ残念ながら、初めて飲んでそれらを魅力的だと感じる人は割と少ない。お茶に限った話ではなく、赤ワインやコーヒーなども覚えなれた嗜好だとよく言われているが、海外だと日本と違い、日本茶と自然に出会う環境が整っていないため、よほどの機会がなければ取って覚えようとする人は極めて少ない。実は私も日本茶との出会いは一目惚れではなかった。むしろ印象が悪くなく、「日本人はよくこんな苦いものが飲めるな」とまで思って、諦めるところだった。

一目惚れにならなかったことには主に三つの原因があると思う。一つ目は淹れ方がわからなかった。初めて日本茶を飲んだのは高校3年生の頃だったが、当時は紅茶をよく飲んでいて、紅茶は香りを最大限に引き出すために熱湯を注いで数分浸出することが基本だが、日本の煎茶を熱湯に何分も浸出すると渋みと苦味が強く出て、美味しく感じられなくなる。当時私は出身地にある紅茶の専門店に日本茶を購入したが、店員は緑茶に関しての知識を持っておらず、淹れ方を教わるができなかった。日本茶は予備知識が必要なものだと思うが、特に淹れ方を伝えることが非常に大事だと思う。

二つ目は、たとえ淹れ方が相応しくても、

うま味と日本茶ならではの独特な渋みに慣れていなかったことだ。これらはもちろん日本茶の魅力でもあるが、うま味が強く「出汁っぽい」日本茶を初めて飲む外国人は多くの場合、「魚っぽい」「海藻っぽい」などと敬遠することになる。何回か飲んで、美味しさに気づく人もいるが、1回目で終わってしまう人の方が圧倒的に多いだろう。

三つ目はお茶の保存方法にある。欧米の茶専門店では量り売りが多いため、品質が劣化することが多い。茶葉がきちんと密封されていない大きな茶筒で保存されており、場合によってはフレーバーティーの横に日本茶が置いてあることもある。そうすると、花や香料の香りなどが移り、日本茶の本来の香りが味わえなくなってしまう。

日本茶のファンをより増やすには

では、上記のハードルを超えるためにはどうすればよいだろうか。まずは淹れ方や保存方法など日本茶についての正しい知識を伝える必要があるように思う。日本には日本茶インストラクターという資格があるが、教材は日本語でしか提供されておらず、試験も日本語でしか受けることができない。ワインや紅茶などは様々な言語で勉強することが出来るのに、日本茶だけは日本語を勉強しなければ知識を得ることができない。もちろん、資料をいきなりたくさんの言語に訳して講座を行おうと思っても、そう簡単に実現出来ないだろうが、せめて英語での日本茶の教育制度を構築することが急務だと思う。世界各国で日本茶を扱う人々が日本に来て、日本語を覚えてもらうことがベストだが、日本語の読み書きまで覚えようと思えば何年もかかる。そのため状況が変わらない限り、積極的に日本茶の専門家になろうとする外国人はおそらく大して増えないだろう。

教育制度だけではなく、茶業界や産地の自治体などは、外国語での情報発信にもより積極的に取り組んでほしい。海外の書籍を読むと日本茶についての文章が間違えていることが多い。これは校正を十分に行っていない著者も悪いかもしれないが、正確な情報を伝えようとする日本側にも責任があるように思う。せっかく良いお茶が出来る環境が整っており、製茶技術も発展してきた国だから、ものの良さを伝えることにも是非力を入れてほしい。淹れ方と保存方法はもちろん、日本茶の文化と歴史についても詳しい外国語が堪能な人が増えれば増えるほど、日本茶の奥深さがより多くの人に伝わるだろう。

バリエーション豊かな日本茶で外国人を日本茶の虜に

基本の知識が伝わったら好きな人が増えるだろうが、今度は飽きさせないように日本茶の面白さを最大限に活かして、バリエーション豊かな日本茶を提供することが大事だと思う。「海外の人にはどんなお茶がいい？」とよく聞かれるが、残念ながらそのようなお茶は存在しない。そもそも全世界の約200か国を「海外」あるいは「外国」という一つの括りにまとめるのは当然無理がある。国民性がそれぞれ違うだけでなく、同じ国籍でもやはり好みは人によって違う。

私は10か国以上で日本茶セミナーを開催してきたのだが、決して参加者の反応が同じになるわけではない。例えば、煎茶、深蒸し煎茶、玉露、焙じ茶という全く違う茶種の試飲を提供して、どれが一番美味しかったかを訊ねても、人によって意見は違う。シングルオリジン（単一農園）の煎茶を飲み比べしていただいた場合もまた同様に意見が一致せず、「“やぶきた”が一番よかった」という参加者もいれば、「間違いなく“おくひかり”が一番おい

しかつた」という人もいる。一番好きなお茶を決められず、それぞれのお茶に魅力を感じる人も少なくない。

ここには二つの大事なヒントがあるように思う。一つは、好みは十人十色であることだ。もう一つは、毎日同じ料理を食べると飽きてしまうことと同様に、消費者は嗜好品にもバリエーションを求めていることだ。ならば、1種類ではなく、出来る限り多くの種類を紹介した方がよいのではないだろうか。そうすると、より多くの人の方が自分に合うお茶と出会う可能性が高まるに違いない。しかも日本茶というジャンルを、飽きずに長く愉しめるようにもなる。

シングルオリジンのポテンシャル

ところが、海外での日本茶はまるで正反対の状況になっているようだ。中国茶や紅茶ならたくさんの種類が店頭で並んでいるが、様々な種類の日本茶を購入することが出来る茶専門店はとても少ない。多くの場合は煎茶としかパッケージに表記されていないので、ほかの店舗の煎茶とどう違うかのヒントすらないケースが多い。ここで私が大いに期待しているものに、「シングルオリジンの日本茶」がある。15年ほど前にはほとんど出回っていなかった単一農園の煎茶は、日本茶の可能性を最大限に引き出しているように思う。なぜかという、ワインのシャトーやウイスキーのシングルモルトなどに負けないくらいのバリエーションを日本茶が持っていることを見せてくれるからだ。個性があるから商品としては区別が付きやすく、分かりやすいこともある。そしておまけに場所や生産者などのストーリーをピンポイントでアピール出来るため、販売の場面でも引き出しが増える。

シングルオリジンはまだ生産量が極めて少ないため、一歩前に進めない茶業関係者が多

い。日本茶のほとんどが合組（ブレンド）されているものなので、シングルオリジンのお茶が売れても茶業には大して影響しないと考えているからだ。確かに、現在の生産量を維持しようと思えば、ブレンドの販売促進は欠かせない活動である。ただ、たとえ一部であっても、ウイスキーの世界と同じように役割分担すれば、「シングル」と「ブレンド」それぞれに果たせる役割があるように思う。消費量はブレンドの方が大きくても、シングルオリジンはトップクラスの高級茶としてイメージ作りに貢献し、日本茶の「代表者」として憧れの対象となるに相応しい。最高の物が注目されることで、ブレンドにも波及効果が期待出来ると私は思う。

ただし、シングルオリジンの定義を決めておくことが大事だろう。日本の茶農家は基本的に荒茶というものを製造しているが、荒茶は不揃いのもので、水分がまだ十分に抜けていないため長期保存に向いておらず、生臭い匂いもする。これを商品に仕上げるのは茶問屋の仕事だ。仕上げの工程でお茶がふるい分けされ、粉と茎などが除かれ、「火入れ」という乾燥の工程で水分が3パーセント以下に減ることでお茶は初めて長く保存出来る商品になる。特に外国人の中には茶農家との直接取引を望む人が多いが、シングルオリジンの日本茶が本格的に流通し始めるとしたら、イメージを保つために商品として仕上げたお茶であってほしい。

生産国としての日本がとるべき行動

品質と個性に注目することにはもう一つの理由がある。それは、日本は先進国であるため、中国やベトナムなど人件費が安い国とは価格競争が出来ないことである。「欧米では緑茶ブームが起きている」とよく日本のメディアで話題になっているが、実際に統計を見ると、

日本茶よりも中国産の緑茶の方が圧倒的に輸出量が多い。日本人は「中国茶」と聞くと烏龍茶を思い浮かべる人が多いかもしれないが、中国での烏龍茶の生産量は意外と少なく、最も生産量が多いのは緑茶である。ベトナムもここ数年生産量を伸ばしており、もはや日本を超えた状況になっている。それに対して日本の茶業には生産者の高齢化や後継者不足、茶価の低下などの課題がたくさんあり、確実に縮小している業界である。このような状況だと、中国などと同じ分野で競争しても勝てる見込みがない。そのためにも、他の生産国では製造出来ないお茶を作るしか選択肢がないと思う。こうした中でシングルオリジンは大事な役割を果たすことになる可能性が高い。

健康効果の先にある日本茶の本当の魅力

海外では緑茶を健康飲料としてみる人が多いが、カテキンなどのような健康効果が認められている成分だけで勝負しようと思えば、他国産の緑茶と区別がつかなくなる。日本にいる限りは「日本産は安心安全」だと考えている人が多いが、日本の事情を知らない欧米の人には必ずしも通用するわけではない。むしろ原発事故が起きたことから日本産を避けている人も少なくない。

日本茶が今だけではなく、10年後も20年後もその先でも売れるためには、やはり日本茶の本当の魅力で勝負しなければならない。嗜好品としての魅力には上述したように、うま味と渋み、そしてさわやかな山々を思わせる香りなどがある。それに何百年もの興味深い歴史があって、奥深い文化もとても魅力的である。加えて、寛ぎと癒しの効果も日本茶のとても良いところだと思う。ストレスが溜まったときにやすらぎの一息を与えてくれるのは日本茶だ。また、日本の急須でお茶を淹れると生活が豊かになるように感じる。一目惚れ

しにくい日本茶なので、このような愉しみ方にはすぐ辿りつかないが、一度日本茶の魅力に気づくと虜になる人が少なくない。

本物を届けること

日本茶は外国人に合わないと決めつける人が多いが、その結論に至る前にもう一度伝え方を見直してみよう。数十年前には生魚は「食うもんじゃない」という欧米人が多かったのに、今は世界のどこへ行ってもほとんど必ずと言っていいほど寿司屋がある。日本茶は和食の重要な要素であるから、寿司と同じようにより多くの人に知られ、そして多くの人に好まれる時代が訪れるように、日本茶が好きな一人の人間として心より期待している。

魅力に溢れた嗜好品であるからこそ、他国と価格競争をしたり、フレーバーティーなどにして誤魔化したりすることなく、本物を届けてほしい。私も微力ではあるが、より多くの人が美味しい日本茶と出会えるように、これからも全力を尽くしたいと思う。

著者略歴

ブレケル・オスカル (Oscar Brekell)

高校時代に日本茶に魅了され、スウェーデン初の日本茶専門家を志して来日。2014年に日本茶インストラクターの資格を取得し、その後は知識を深めるために、静岡県の茶業研究センターで1年間研修生として修行した。

現在は日本茶輸出促進協議会に勤めながら、国内外でお茶の講座やセミナーなどを開催し、テレビやラジオにも出演している。2017年8月に初めての書籍『僕が恋した日本茶のこと～青い目の日本茶伝道師、オスカル』(駒草出版)が発売された。