

ウィズコロナとお茶

カクテルグラスに入れた高級茶葉に大きめの氷を乗せ、水を数滴垂らす。浸出を待ち、すすると、口の中に涼やかさが広がる。近ごろ愛好者が増えた「氷出し」と呼ばれる煎茶の飲み方だ。

夏場に冷蔵庫で冷やす「水出し煎茶」はすっかり定着した。茶を低温に入れるとうま味や免疫力を高める成分が増え、カフェインが減るという研究結果がある。

かつて、茶の需要期といえば秋から冬だったが、年々、夏場の消費が上向いている。実際、ペットボトル緑茶飲料の消費が「リーフ茶」を上回って10年以上になる。

水出しも、氷出しも、日本中、いや世界中どこの家庭でもできる。だが、どうしたら茶どころ静岡に足を運んでもらい、産地ならではの喫茶に価値を見いだしてもらえるか。静岡県茶業は出口戦略を模索している。

茶摘み体験や、幾何学模様の美しい茶畑、香り立つ茶工場を巡るグリーンツーリズム、早朝の茶市場の見学会など、さまざまな誘客企画が試されている。日本一の牧之原大茶園には「ふじのくに茶の都ミュージアム」（島田市）が昨年、全面リニューアルしてオープンした。

政策の後押しもあって茶の観光活用は前進している。例えば、静岡市の観光地域づくり法人「するが企画観光局」が発案した茶を使ったかき氷「茶水プロジェクト」は3年目を迎え、参加店は県内全域に広がって60店を超えた。それぞれインスタ映えを意識しながら、味とアイデアに個性を競っている。

新型コロナ禍は、外出自粛要請期間が八十八夜商戦と重なるなど、茶業にも多大な影響を及ぼした。茶業界は緑茶が免疫力を高めるという発信を強化したが、本音はインフルエンザウイルスと同様に対コロナにも効果が期待できそうだとPRしたかったに違いない。

静岡県は緑茶のコロナ感染抑止効果についての研究に着手した。来訪者に“新たな日常茶飯”を感じてもらうことがウィズコロナ時代、「茶の都」の観光戦略になるのではないかと思っている。

静岡新聞社編集局次長 兼論説委員 佐藤学



写真左) 「氷出し」など冷茶の体験講座。マスクやパーティションなどウィズコロナ仕様だ(静岡市のしずおか0-CHAプラザ)

写真右) 趣向を凝らした「茶水」が集結したイベント(静岡市の駿府城公園)