

第21回食の拠点機能充実戦略委員会 委員意見概要

日 時 平成25年10月10日（木）午前10～正午

場 所 京都市中央卸売市場第一市場 関連10号棟大会議室

出席委員 17名

京都市中央卸売市場協会	会 長	池本 周三（委員長）
食育キッチンお料理塾	主 宰	石黒 美江
京都市中央卸売市場協会	副会長	内田 隆（副委員長）
京都水産物小売団体連合会	会 長	岡本 勲
（株）日本旅行京都四条支店	支店長	北川 義洋
京都市小学校給食研究会	会 長	坂井 信博
ジャーナリスト（元（株）京都新聞社論説委員）		関根 英爾
京都料理組合	組 合 長	園部 平八
京都市中央卸売市場協会	副 会 長	田中 憲一
市民公募委員		土佐 保子
京都市中央卸売市場協会	副 会 長	東川 守男
京都大学大学院農学研究科	教 授	伏木 亨（専門委員）
NHK京都放送局放送部アナウンス編成事業	副 部 長	森下 和哉
KBS京都ラジオ パーソナリティー		山崎 弘士
京都リビング新聞社	統括編集長	山舗 恵子
市民公募委員		山本 浩美
京都市中央卸売市場第一市場	場 長	高山 光史

※ 京都商工会議所専務理事 奥原恒興委員の代理として、京都商工会議所産業振興部次長 和久輝幸氏、京都府漁業協同組合販売部長役 今井昭敏委員の代理として、京都府漁業協同組合販売部部長 黒田春生氏が出席。

欠席委員 6名（代理出席含まず）

京都青果小売商組合連合会	会 長	石塚 清三
京都中央農業協同組合	常務理事	大島 正次
京都大学大学院農学研究科	特定准教授	工藤 春代
学校法人大和学園	名誉学園長	田中田 鶴子
京都女子大学家政学部	教 授	中山 玲子（副委員長）
みやこ女将の会	会 長	堀部 寛子

議題 1 平成25年度 食の拠点機能充実事業 中間報告について

事務局からの事業報告の後、現在の検討課題である、食の海援隊・陸援隊会員の若年層会員の募集方法、会員メリットの拡充についてを中心に議論を行った。

- 京都は大学の町である。学生が非常に多い。食や食文化についてのサークル、研究会等のグループに所属している学生を対象に、現在行っている海援隊・陸援隊ツアーのようなイベントを実施してはいかかだろう。本市場にとっては若者向けのPRとなり、学生にとっては流通形態や中央市場をはじめとする食について学ぶよい機会となる。

また、議題とは少し離れるが、非常に流動的な社会の中で、今後、日本の食の安全・安心をどのようにして守り、文化を育み継承していくのかという視点を持って、時代に合わせた中央市場のあり方を検討してほしい。

- 食の海援隊・陸援隊会員に若年層が少ないとあるが、現在の事業のあり方では、若者は集まらないだろう。高齢者にとっては非常によい事業であるため、この事業はこのまま続けて行くべきであると思う。若年層と言っても幅がある。例えば、10～20代の学生にアプローチするのであれば、各高校・大学の食に興味がある学生の意見を聞く機会を設けるべきである。そして、学生を集めてあじわい館でのイベントを企画する等、若年層が発信できる機会を作ってはどうか。若年層が意見を述べる場を設けないまま、どうやったら若年層が会員になってくれるかを検討しても人は集まらない。会員事業の変更を検討するのではなく、新しい場で若年層の取組を行っていくことを検討してほしい。

- いいものをどうやって普及させていくかということは非常に重要である。いいものを作っても、普及ができなければ意味がない。会員向けの新規事業である、あじわい館調理実習室割引券や、会員による料理教室の斡旋事業の利用がない状態のようであるが、何がいけなかったのかをきちんと振り返ってほしい。

また、私自身はこのような会議に出席させていただいているため、食の拠点機能充実事業やあじわい館事業について知っているが、料理組合の他の者は全く知らないと思う。事業の見直しだけでなく、広報の仕方についても再検討してほしい。

- 食の海援隊・陸援隊会員の募集時期を区切らず、通年で加入が出来たり、会員である期間の延長が出来れば、もっと会員数が伸びると思う。

小学校・中学校向けのPRをすれば、児童・生徒から保護者に情報が伝わる。市立の学校との連携を強化して、事業を推進していいだろう。

- 京都府漁業協同組合で実施している料理教室でも、誰をターゲットにするか、事業の対象については検討した。事業の開始当初は、普段家庭で調理を行うことの多い主婦向けに実施していたが、最近はこれから家庭を持つ年齢になる、中学生・高校生を対象にして魚の料理教室を実施している。生徒たちに対してアンケートをとると、魚が苦手という意見は少なくないが、実際に事業後に話を聞くとおもしろかったという声が一番多い。このような取組を続けて行くことが重要であると思う。

また、生協と連携して魚の惣菜の販売を行っているが、一律で販売するのは難しく、世代別に食べ方や味付けを変える等すると売上が伸びる。食の海援隊・陸援隊会員事業も、すべての世代対象に事業を実施するのではなく、募集方法や内容を変える等で、若年層を取り込んでいってはどうか。

- 染色組合の若手グループが、着物文化を若者に広めるために、専門学校の学生を対象に、「着物ゼミ」と題したイベントで、着物の着付教室を実施した。京都は学生の町であるため、大学生・専門学校生に対する情報発信やイベントの企画があればよいと思う。そのようなイベントがあれば、マスメディアとして協力したい。

また、食の拠点機能充実事業の中には小学生・中学生向けの事業がある。そこから保護者を取込む企画を考えてみてはどうか。

- 現在の食の海援隊・陸援隊会員事業はこのまま継続すべきであると思う。ただ、若年層の会員を増やしたいのであれば、小学生・中学生の会費を無料にすることや、会員事業で子ども向けの事業を行う等をすべきであると思う。

- 小学校出前板さん教室のあじわい館実施で稲荷小学校がお世話になった。とても充実した内容であった。児童はもちろん、授業参観に訪れた保護者からも御好評をいただいた。小学校向けの事業であるが、保護者向けの広報も必要であるかと思う。今回、小学校のホームページで事業についての記事を掲載させていただいたが、若者向けに様々な発信の仕方を検討してほしい。小学校出前板さん教室事業は、小学校に魚をたくさん持っていかれたり、調理実習を行ったりと費用が多くかかるが、社会科や総合科で食について学ぶ際の補助教材として、市場業務についてのDVDを作成して各学校に貸出しを行う等の方法で市場についての情報を発信して行ってはいかがだろうか。

- 学生等、若年層の意見を聞く機会を設けることは非常に大切であると思う。若者の意見の中には、我々が考え付かないようなものもある。また、若者はSNS等で情報を拡散してくれる対象でもあるので、どんどん取込んでいくべきである。

食の海援隊・陸援隊会員の募集期間は現在年に1回、4月から5月の約1ヵ月間となっているが、募集期間が短く、その間に情報を得られない人もいだろう。例えば、秋

に、会員向けの海援隊・陸援隊ツアーのような事業を、一般向けのオープン企画で実施してはいかがか。事業の紹介の場が、募集期間以外にもあればいいと思う。食彩市や鍋まつりの会場やあじわい館で、随時会員になれるようにしてもいいと思う。

- 京都の文化に興味を持っていたり、地域に貢献したいと考える大学生は非常に多い。彼らは、もっと教えてほしい、勉強したいと考えている。彼らに対してもっと発信していくと、興味を持ってくれるだろう。あじわい館についても、学生向けの割引制度等があるとよいと思う。

また、外国人観光客向けの京料理教室等があってもよい。

- 料理のちょっとしたコツやポイントを知らない人は多い。知らない故に料理をめんどろうと思ってしまう人もいる。このような情報を発信していくと、会員の活性化につながるのではないだろうか。

- 市民しんぶんに掲載されていた情報から、10月5日に実施された「発見！ミニ市場」に訪れたが、あじわい館の場所が非常に分かりづらく、また、連携している七条商店街への行き方も非常に分かりづらかった。次にどこにいけるのか、どうやって行ったらいいのか分からない。七条界限で地図、看板等の連携が出来ておらず、非常にバランスが悪いので、設置の仕方を検討してほしい。梅小路公園を訪れる来場者と、市場の周辺を訪れる来場者は年齢層等異なるので、その間の交流ができるように検討してほしい。

広報についてもリーフレットの新聞折込等は全市に対して行えていない。市民しんぶんだけでは情報量が限られる。回覧板で全戸に回覧することはできないのだろうか。また、京都にある食文化についての研究会が市民に分かりやすいように発信してほしい。

- 「発見！ミニ市場」イベントでの物販の販売員は、企画会社が募集したアルバイトだったので、魚の知識が乏しくこまかい配慮が行き届いていない部分があったかもしれない。親子向け等の取組は、我々も実施をしている。料金設定の水準など、難しい面が多々あるが、よりよいものになるように勉強していきたい。

- 親子向けイベントはなかなか難しいので、世代を超えたカップル、祖父母と孫向けのイベントを検討してみてもいかがか。

あじわい館の使用の仕方也有很多と課題があるが、京都には在日の外国人も多いので、各国の料理を広める場にしてもらったり、プロ向けに試作品の研究の場に使うてもらったりして、いろんな団体に活用してもらい、使用の回数を増やしてみてもどうか。

- 事業をやっている思いがきちんと伝わるように、配慮や工夫をしてほしい。

- 若者が出てこないというのはどこも同じである。私の講演会の参加者の多くも高齢者である。食の海援隊・陸援隊会員向けの事業はこのまま継続していくべきであると考ええる。若者を集めようと思うと、事業の参加メリットや意義についてもっと考えないといけない。学生の参加を促すのは非常に難しいが、「おいしいものが安く食べられる」等、シンプルなインセンティブに効果がある。

食の拠点機能充実事業も発足からしばらく経ち、今後どのように発展していくか、継続していくかという局面にきた。広報を充実させて、若者とひとくくりに考えるのではなく、ターゲットがどこなのか検討してほしい。おいしい、おもしろい企画を期待している。

本市場やあじwai館は地の利に乏しい場所である。来場者に分かりやすいように看板等の設置は検討すべきである。あじwai館については、せっかくオープンしたのだから、効果的に利用しないといけない。使い方を誤ると負の遺産になってしまう。綺麗言だけでなく、人間の欲求について考えてみるのもいいかもしれない。

若者向けのアプローチとしては、学校対抗等の企画があると盛り上がるかもしれない。市場同好会のようなものを作ってみてはどうか。

和食の無形文化遺産登録もスムーズにことが運ばれているようである。来年度は和食に興味がある人が増えると思うので、事業を行うチャンスでもある。全国を対象に集客してほしい。

市場は、中間流通を行う裏方的業務を行う場所であるが、通常業務に加えて、おもしろいイベントを考えてみてほしい。

- 市場は、小売や料理人を支える場であり、市民をおもてなしすることは少し矛盾になってしまうかもしれないが、あじwai館を活かして、和食、京料理のPRを行って欲しい。企画については、我々も協力させていただく。

- あじwai館は、京都青果センターの建設が決定してから設置されたものであるから、外観等少々分かりづらい点があるかもしれないが、場所が分かりやすくなるように、京都市がマップを作製したり改善している最中である。設置までの経過がさまざまあり、問題も多々あるが、よりよいものになるようにしていきたいと思う。

あじwai館で婚活イベントを実施したり、斬新な企画を打ち出したり、ブロガーに委託して情報を広めてもらうことを考えてもいいだろう。

京果ビルの改修も現在進行中である。梅小路公園から七条商店街までの動線を京都市に検討してもらい、下京西部エリアの活性化を行っていききたい所存である。

議題2 平成25年度 京の食文化ミュージアム・あじわい館事業 中間報告について

- ゆるキャラ等の製作は考えているのか。象徴となる存在があれば周知が図りやすいように思う。

(事務局)

- いくつかの会議で議題にあがっているが、予算、実際の活用方法について検討中であり、時期的な目途等は立っていない状況である。

- あじわい館での飲酒は可能なのか。

(事務局)

- 可能である。10月5日の「発見！ミニ市場」イベントでは、「伏見酒造 日本酒試飲会」実施した。来場者からも非常に好評であり、お酒を交えた料理教室も現在検討している。

総括

- 学生を市場に取込むというアイデアは是非採用すべきである。

あじわい館については、イベントのときだけでなく、いつでもある、魅力的な企画や物販が必要になってくるだろう。特に、観光客は、よっぽどいいものでないと来てくれな
いだろう。あじわい館は食を包括した施設として、来場者が満足できるという安心感をも
ってくれるような、特別な場所を目指してみるのもおもしろいだろう。

広報に使う言葉については、よく考えてほしい。きらりと光るもののある、キャッチ
コピーがほしい。

市場は市民との間に恒常的に新鮮なものが、安く手に入るという信頼関係がある。強
みを活かして行ってほしい。また、現在日本には「朝市」ブームが到来しているので、あ
じわい館で実施してみてもいいか。

今までやってきた、食の拠点充実事業は非常にいいものであるので継続して行い、そ
れに加えた形で、和食の無形文化遺産登録等に絡めたイベントを実施してほしい。

長い目で見たときには、どうやって市民からの信頼を得るかというところが重要にな
ってくる。