

第23回食の拠点機能充実検討会 委員意見概要

日 時 平成26年3月27日(木) 午後1時30分～午後3時30分

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 19名

京都市中央卸売市場協会	副会長	内田 隆 (副会長)
京都中央農業協同組合	常務理事	大島 正次
京都水産物小売団体連合会	会長	岡本 勲
市民公募委員		川添 智未
京都大学大学院農学研究科	特定准教授	工藤 春代
市民公募委員		櫛田 恵理
(株)クリップ	代表取締役	島田 昭彦
京都市中央卸売市場協会	副会長	田中 憲一
学校法人大和学園	名誉学園長	田中田 鶴子
(株)日本旅行京都四条支店	支店長	中島 信也
京都市小学校給食研究会	副会長	中野 洋
京都女子大学家政学部	教授	中山 玲子 (副会長)
京都市中央卸売市場協会	副会長	東川 守男
みやこ女将の会	会長	堀部 寛子
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
(株)京都リビング新聞社	統括編集長	山舗 恵子
京都商工会議所食品名産部会		山本 隆英
(株)京都放送ラジオ営業局	局長	湯浅 勝
京都市中央卸売市場第一市場	場長	高山 光史

欠席委員 6名

京都市中央卸売市場協会	会長	池本 周三 (会長)
食育キッチンお料理塾	主宰	石黒 美江
京都青果小売商組合連合会	会長	石塚 清三
京都府漁業協同組合販売部	部長	黒田 春生
京都料理組合	組合長	園部 平八
京都大学大学院農学研究科	教授	伏木 亨 (専門委員)

議題1 平成25年度「食の拠点機能充実事業」事業報告

議題2 平成26年度「食の拠点機能充実事業」事業（案）報告

二つの議題について事務局から説明を行い、議論を行った。（○：委員発言，●：事務局発言）

- 事業改善のための見直し案については評価する。市民や会員のニーズは時代と共に変化していくため、思い切った改革が必要である。
- 昨年度実施の際よりも、事業への応募者・参加者数が減っているものがあるが、その理由について事務局の見解を教えてほしい。
- 事業への応募者数が減った要因は、事業全体としては、事業内容のマンネリ化が考えられる。毎年新しい事業が実施できているわけではなく、昨年度の実施内容を踏襲してしまっている部分があり、人気がない事業が出てきてしまっているのかもしれない。どうすれば皆様に楽しんでいただける事業になるのか、事業全体として検討していきたい。
- 食に関係する事業というのは、市民の興味を大いに引く資質を持っている。ヒットのコツは、楽しい、「わくわく」という要素と、役に立つという要素をバランスよく含ませることにある。本来に来てほしいのはどんな人か、どんな世代かという、ターゲットの絞り込みに立ち返るべきであると考えられる。子どもは好奇心が旺盛で、わくわくしやすい。発信の仕方や、仕掛け方が今後のポイントであると思われる。イベントについての広報には、企画力よりも多くのエネルギーが必要になってくる。親子がよく活用するメディアや、SNS等、新たな広報の手法を考えてほしい。
- あじわい館については、場所が分かりづらい等の声がよく挙がっている。また、子どもや親子向けの事業PRの方法について、事務局から具体的に説明してほしい。
- 食の海援隊・陸援隊会員募集リーフレットの配架先として、従来は市の関係施設を中心とした配架となっていたが、平成26年度分に関しては、PTAや、前回の検討会での意見にもあったように、子どもの習い事の間等への配架を新たに検討している。会員事業は年会費をいただいた運営となっているため、市立小学校での配架が難しく、広報について様々な障壁があるものの、より多くの方に事業について知っていただけるように努めたい。
- 近年は小学校でインフルエンザが流行することが非常に多い。傾向として、1月の第4週目にピーク時期を迎えることが多く、小学校ではその時期にイベント等を行うことを避けている。事業運営の参考にしてほしい。

小学校出前板さん教室事業の中央卸売市場での実施回数を増加させることは、児童にとって体験の機会が増えることで喜ばしい。しかしながら、小学校の現場では、ほとんどの行事を前年度のうちに

決めてしまうため、なかなか年度に入ってから単発の事業をカリキュラムの中に取り入れることが難しい。この出前板さん教室事業についても、早めの情報提供ができればよいと思われる。

○ 自分が行ってみたいと思うのは、何か食べたり、作ったりといった「体験」できる事業である。会員事業における「海援隊・陸援隊ツアー」は、個人ではなかなかできない産地での視察や収穫体験ができる貴重な体験の場となっており、恒例となっている鍋まつりは、そこに行けばめずらしくおいしい鍋料理が安く食べられる場である。そういった事業は市民や会員からも非常に人気のものであり、わくわくする要素がある。食べ物を取扱っている市場らしさを出すことを考えると、市民の食に関する好奇心をかなえることが一番求められていることであると思う。

○ わくわくの元はお得感かと思う。その場でのお得感はもちろん、次回につながるお得感も重要である。

疑問に感じたのは、小学校出前板さん教室事業の児童を対象としたアンケートで、児童の魚が苦手な理由について、事業の実施後に味やにおいが苦手という回答が増えている点である。どうしてこのような結果になったのだろうか。

● 児童がどのような意図で回答したか、個別に把握できていないが、自分達で調理実習をした結果そう感じた部分があるのかもしれない。骨をとるのが大変と感じている児童の数は、実施後に減少しているの、その時のメニューや魚種によってもアンケート結果は変わってくるのかもしれない。

○ NHKでは、1月27日にラジオの全国放送で、京都女子大学と中央卸売市場の学食メニューの開発について取り上げさせていただいた。また、2月27日には、テレビ放送であじわい館について取り上げさせていただいた。いずれの放送についても視聴者からは非常に好評であり、視聴者の食に関する関心の高さについても改めて実感した。しかし、あじわい館については、その存在について知らなかったという意見も多かった。4月からは毎週金曜日の夕方のニュース番組内で、「ハレの日ケの日」というコーナーを設け、京都の料理について取り上げ、全国に向けて発信していこうと考えている。中央卸売市場とも連携をとっていきたい。

また、前回の検討会でも意見させていただいたが、学生ボランティアの活用について具体的にどのようなことを考えているのか教えてほしい。

● 学生ボランティアについては、具体的な計画の策定には至っていない。どのような活用方法がよいのかを検討している。包括協定を締結している京都女子大学とは、平成26年度も連携して事業を行っていく所存である。また大学を訪れて学生さん達の御意見をお聞きして方針について決めていく。

○ あじわい館を食の拠点にしていこうという考え方なのであれば、今まで以上にあじわい館の存在自体についてPRしていく必要があると思う。ラジオのパーソナリティが市場やあじわい館の事業に参加して、事業について放送することでわくわく感が高められるのではないかなと感じた。

KBSでも、4月から「おうちごはん物語 子どもの食育キャンペーン」について、テレビとラジ

オで放送を行う。テレビについては、毎週土曜日、日曜日の午後16時55分から5分間、ラジオについては、毎週土曜日の午前11時過ぎから放送を行う。中央卸売市場の事業とも連携をとっていきたい。

- 現在市バスの「京都リサーチパーク前」と「七条千本」においての車内アナウンスで、あじわい館について紹介している。場内をはじめとする周辺に看板等を設置したり、いろいろな方法であじわい館の場所についてはPRしていきたい。駐車場の場所が分かりづらい等、課題は山積しているが、少しずつ解消していく。
- 子ども向けの食育に力を注いでほしいと思う。学校行事の中で食育事業に取り組むことは難しい。また、下校後は塾や習い事で大変忙しい子どもやその保護者を対象に、長期休み等の期間中に親子で楽しむことのできる事業を実施してほしい。親子のコミュニケーションのきっかけとなるような、市場と、魚と、野菜とふれあえる事業をいくつか検討してほしい。
- 脱退会員や学生から意見を聴取して事業改善に役立てようとするのは、とてもいいことであると思う。耳の痛い話から学ぶことは非常に多く、次のステップに進むことができるように思う。あじわい館については、市場の近くに何か施設ができて、何か事業を実施しているということは周知されてきたが、「あじわい館」という施設の名前はあまり定着していない。あじわい館の名前をどんどんPRしていった方がいいと思う。食育というのは、子どもだけでなく、その親を巻き込まないと効果が出づらいものであると思う。休日に親子で参加できる事業を検討してほしい。メールやSNS等、ライブで事業についての情報を伝達できる手段に力を入れてもいいと思う。
- 食彩市とあじわい館で開催している魚のさばき方教室について、料金設定が難しい。少しでも高いと感じられてしまうと、なかなか人が集まらない。また、この冬は日本海が荒れることが多く、魚を集めることに苦労をした。
- 脱退会員から意見を聞くことや、事業毎ではなく事業全体としての意見を聞くことが重要であると思う。食の海援隊・陸援隊のこの後の10年をどうしていくべきなのか、検討する場面にきていると思う。アンケートの意見の聞き方についても、本当に聞きたいことは何なのか、項目等を再度見直してほしい。中央卸売市場の役割のPRについては、しっかりと伝えていってほしい。パネル等だけではなかなか興味を持ってもらえないのかもしれないが、会員にもニーズがある食材や産地というコンテンツと結び付ける等して、PRの仕方を工夫してほしい。
- 陸援隊ツアーで産地との交流会を実施しているが、参加者から産地に向けて食の安全・安心に関する質問が必ず挙がる。市民や会員が中央卸売市場に求めているものは、安全・安心な食料品の流通であると実感している。

- あじわい館調理実習室の利用について、土日等の休日に料理教室の実施のために使用予約をさせていただこうとしたが、主催の教室等の予定から日程が取りづらい。一般利用者にも利用できる休日についてははやく情報をいただきたい。
- 休日については、本市や京都府の事業が入ることが多く、一般利用者にとって利用が難しくなっている。なるべくはやく主催事業の組み立てをさせていただきたいと思う。何かあじわい館で事業を行いたい場合には、京都市として共催できるものもあるため、業務課まで御連絡いただきたい。
- 日本でとれた魚の中には、国内需要がないため海外へ輸出されているものもある。魚は体によいということをもっとPRし、日本人の魚食普及に努めてほしい。
- 市場の近隣、できれば同じ建物内に、あじわい館やすし市場のような食育の拠点となる施設をつくり、それぞれに役割分担をしながら、市場についてのPRを行ってはいかがか。それぞれの施設で連携することで、相乗的に効果が出るのではないだろうか。
- 京都市の中央卸売市場には、本市場・第一市場と、食肉を取扱っている第二市場が存在する。第二市場ともイベント等の際に連携し、市民の食の安全・安心を守るために力を尽くしていきたい。
また、京都市では下京区の梅小路公園周辺を下京区西部エリアと名付け、2年前より下京区西部エリアの活性化に関する取り組みを行っている。島原地域、梅小路公園の鉄道博物館、今年の夏にリニューアル予定の京果会館等とも連携し、地域としての活性化にも取り組みたい。
市場施設整備に関しても、来年度は現在の構想を計画に移すことになる。どうすれば下京区西部エリアのにぎわいを創出できるのか、市場の本来業務をより効率的に行うことができるのか、バランスよく検討したい。
- 観光客向けの事業としては、どのようなものを計画しているのか。
- 今年度も実施していた、「京の冬の旅」「東海ツアー」を継続して実施の予定である。しかしながら、「東海ツアー」については、最少催行人数に満たず開催されなかった。観光客のニーズ等を今一度再考する。どのようなツアーにすれば人気が出るのか、皆様にも御意見を賜りたい。
- 旅行において参加者が求めているのは、その土地・場所で得られるものである。京都市中央卸売市場でしか食べられないものや、体験できないことをコンテンツとして盛り込むことで、より魅力的な事業になると思う。
しかしながら、市外からの観光客への京の食文化のPR事業と、市民への食育の普及啓発事業は相反するもののように感じる。
- 外国人観光客を呼び込むためには、外国人ブロッガーを活用すべきである。ただし、誰のための、何のための事業であるかは今一度絞り込みが必要である。PRの仕方についても、ライブ感のある仕掛け

が必要となってくる。また、近年自分に対する投資、「ごほうび」について人が動きやすくなっている。単発で事業を行うのではなく、人の動きから徐々ににぎわいを創出できればよいと思う。

- 京都には近くに海がないため、海援隊ツアーは一日がかりの事業となってしまいが、陸援隊ツアーであれば、手軽に農業体験等を企画することが可能である。作物や土に触れる経験は、市民にとって珍しく、また、簡単そうに見えて難しく疲れる収穫作業等を経験することで、食材や産地に親しんでもらえるだろう。

あじわい館については、場所が分かりづらい等の問題がたくさんあるため、広報に力を注いでほしい。「和食；日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産登録についての横断幕を掲示している場所等を活用できないか検討してほしい。

昨年12月より食彩市で実施している全日本・食学会によるキッチンカーイベントについては、京都を代表する有名料亭の店主等に会場していただき、その場で特製の料理を提供していただけるすばらしいイベントであるにも関わらず、そのすばらしさが市民にまだまだ伝わっていない。広報の方法や、実施場所について、今一度検討してほしい。

また、人を集めるには、「子どもの発表の場」を活用するのもいいと思う。以前あじわい館で実施した「お絵かきコンテスト」のような子どもの発表の場には、両親、祖父母等、多くの人がやってくる。

中央卸売市場として取り組んでいる、食の拠点機能充実事業をさらによい事業にしてほしい。委員の皆様には、今後とも御指導と御鞭撻をお願いする。