

(広報資料)

令和3年11月15日
京都市産業観光局
農林振興室農林企画課
TEL 075-222-3351

KYOTO Agri-Business Café

新しい農業のカタチを考えるビジネス交流会



京都市では、新しい農業のカタチを考えるビジネス交流会と題して、農家や民間企業、関係団体、大学、金融機関等の多様な主体が集まってワークショップを行う「KYOTO Agri-Business Café」を創設し、販路開拓や新たな農業関連ビジネスの創出に向け、総勢50名の方に参加いただき、熱心な議論を重ねています。

これまでは、新型コロナウイルス感染予防のため、オンラインでの開催でしたが、第3回目となる今回は、初めてリアルでの開催を予定しており、これまで以上に白熱した議論を進めていきます。京都の農業の未来をより良くしていきたいとお考えの皆様のお参加をお待ちしております。

第3回 KYOTO Agri-Business Café

告知ページは
こちら



日時

令和3年12月14日(火) 午後3時～午後5時

場所

QUESTION 7階 ※新型コロナウイルスの感染状況によっては、オンライン開催とする場合があります。

京都市中京区河原町通御池下る下丸屋町 390-2

〔京都市営地下鉄東西線「京都市役所前」駅 1番出口 徒歩約1分〕
〔京阪電車「三条」駅 12番出口 徒歩約5分〕

申込
期間

令和3年11月15日(月)～12月3日(金)

※「KYOTO Agri-Business Café」の参加には必ず事前申込みが必要です。

申込
方法

申込フォーム(以下のURL)から、必要事項を入力

〈市内農家の方〉

<https://survey.mynavi.jp/cre/?enq=Iuiqzx%2b%2fv1M%3d>

〈企業、関係団体、金融機関等の方〉

<https://survey.mynavi.jp/cre/?enq=wsMUcxCL3Nk%3d>

〈農家の方〉

〈企業等の方〉



お問
合わせ

KYOTO Agri-Business Café 事務局 (運営: 株式会社マイナビ)
E-mail/agri-business-cafe_kyoto@mynavi.jp

第1回(7月26日) ⇒ 第2回(9月22日) ⇒ 第3回(12月14日) ⇒ 第4回(2月頃)

『知りあう』

農家や企業などが互いを知るキッカケを作り、議論ができる環境を整える

『気づく』

さまざまな角度から意見を出し合い、課題や改善点、強みや可能性を整理する

『繋がる』

各主体が繋がりを持って、新たなビジネスアイデアを創出する

『行動する』

ビジネスアイデアを実証し、新しいビジネスモデルを事業化・自走化する

第2回「KYOTO Agri-Business Café」の実施結果概要

第2回目のミーティングはオンラインでの開催となり、最初に他地域での生産者・小売企業・行政などによる先行事例が参加者に共有され、また、生産者の方からは、アグリビジネスカフェから生まれた企業等と連携した企画の報告がありました。先行事例に刺激を受けてグループディスカッションがスタートし、前回から更に踏み込んだ議論が交わされました。最後に各グループの代表者が感想を発表し、グループで行われた議論の内容が全体に共有されました。

★流通・販路①★

「京都市の強み」として京野菜の他、消費地の近さや自然の豊かさが挙げられました。しかし、市内の消費者には価格面などで「身近なものではない」という声も。様々な意見が交わされる中で、「野菜がどうやって作られているのかをもっと市民に知ってもらうことが重要だ」など、議論は「食育」の重要性に。グループを代表した生産者からは「栽培現場と消費者のミスマッチを解消するために食育の大切さを改めて感じた。農業体験などを通じ、生産者と消費者が歩みよる手立てが打てるのでは」と発表しました。

★流通・販路②★

このグループでは「京野菜のブランド力を生かしきれていない」ことへの課題意識が聞かれました。「京野菜は品目が多く、単品ではインパクトが小さい」、「作っても儲からないが、伝統を絶やせない」、などの意見が述べられました。議論の中で「マルシェなどに出店し、レシピを添えて家庭に普及させていく」案などが出されました。グループを代表した生産者からは「飲食店の方からの視点は新鮮で、白熱した議論ができた。生産者が共同で京野菜の商品パッケージをつくり、クラウドファンディングを利用して広めたり、飲食店との協業で市民に販路を広げる必要性を感じた」と発表しました。

★農業関連ビジネスの創出★

このグループでは「京野菜だけが強みなのか？」という問題提起から議論が発展。市内には高級店も多く、こだわり野菜を受け入れる土壌があるが、もっと一般消費者に食べてもらうことが農家の成長につながるという意見が。学生が多い京都で、「全国各地から来ている学生に京野菜や京料理を食べてもらい、将来のファン層を育成できないか」など、学生を農業振興に取り込む方策に議論が展開。グループを代表した生産者からは「若者に農産物のこだわりを伝えることは重要だ。将来の消費者であり、全国から集まってきている学生が京都にいる間に、京都の野菜や食文化に触れる機会がもっと作れるといいと思う」と発表しました。

★地域活性化★

このグループでは「消費者との距離が近い都市型農業」、「全国2位の大学数」、「知名度の高い京都ブランド」など、京都の魅力が挙げられました。しかし、価格が安定しない市場出荷での苦戦や、宅地化で農業の継続が難しくなっていることも懸念として話題に。これらの議論から「生産者が消費者や仲買人と出会える場の創出」や「生産者のネットワーク作り」の必要性が見えてきました。グループの代表者からは「農産物はあってしかるべきという前提で議論が進んでいるが、その土台が揺らいでいることは大きな問題。農業者、行政、企業が一体となって考えて京都市の農業を盛り上げたい」と発表しました。

テーマ毎の議論の
詳細はこちら

