

第2回 「KYOTO Agri-Business Café」ワークショップ開催概要

1 日 時：令和3年9月22日（水） 午後4時20分～午後6時00分

2 場 所：オンライン（ZOOM）

3 参加者数：市内農家 17名
企業等 20名

4 結 果

第2回目のミーティングが、去る9月22日（水）にオンラインで開催されました。最初にアドバイザーの中村さんから、他地域での生産者・小売企業・行政などによる事例（A市の地域内流通システム構築）が共有され、京都市内の流通・販路の取組については別日のオンラインミーティングとなりましたが、京都オーガニックアクション協議会の活動が紹介されました。また、参加者でもある京都西京区のタケノコ農家からは、ミーティング外の取組連携についての報告があり、土入れ作業をして手間ひまをかけて育てた、タケノコの優位性を大学との連携によって科学的に検証する取組の他、旅行会社とも連携し、ふるさと納税の返礼品としてタケノコの収穫体験を行う取組など、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をスタート。前回から更に踏み込んだ議論が交わされ、各組の代表者が感想を発表しました。京都市の新しい農業のカタチを模索する KYOTO Agri-Business Café。次回、後半戦となる第3回目にもご期待ください。

■流通・販路 [1]

有機の京野菜や市場出荷メインの生産者、企業や金融機関、大学などが参加したこのグループでは「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、京都ブランドは対外的な強みはあるものの、市内の消費者には価格面などで「身近なものではない」という声もあり、その背景には、スーパーに他府県産の野菜が並ぶ理由として、京都市内は小規模な生産者が多いからという事情も。さまざまな意見が交わされる中で、「市民にもっと野菜がどんな風に作られているのかを知ってもらおう」ことに伸びしろがあるなど、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。体験などを通じ、生産者と消費者が歩みよる手だてが打てるのでは」と発表。中村さんも「京都に根づく丁寧なものづくりの精神をストーリーで伝えていくことで、地元のみなさんの日々の食卓に入っていく可能性がある」とコメントしました。

■流通・販路 [2]

このグループでは一番の強みである「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異口同音に聞かれました。「京野菜は品目が多く、単品ではインパクトが小さい」、「地域を挙げて名産品をPRできていない」、「作っても儲からないが、絶やせない」、「生産者にまとまりがない」ことなどが述べられました。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「料理店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、料理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。中村さんは「京都の生産者は個が強いが、横の連携ができれば生産性が高くなる」とコメントしました。

■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、こだわりって作った野菜を受け止めてくれる土壤があるが、もっと一般の生活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。学生が多いことも京都ならではの特徴で、「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うための機会を創出し、将来のファン層を育成できないか」など、京都の学生を農業振興に取り込む方向性に議論は着地しました。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。将来のお客様である調理師学校の生徒や全国から集まる学生が負担なく京都の野菜や食文化に触れる機会が作れるといいと思う」と発表。中村さんからは「学生とは情報発信でも協力ができるのではないかと。また、フードロスについても生産者と一般生活者双方の視点で議論を進めると新しい一歩が踏み出せる」とコメントがありました。

■地域活性化・担い手確保

このグループでは「消費者との距離が近い都市型農業」、「東京に次いで全国2位の大学数」、「先端企業やベンチャー企業の多さ」、「知名度の高い京都ブランド」など、京都の魅力が数多く挙げられました。しかし、消費者が身近にいるにもかかわらず、価格が安定しない市場出荷で苦戦しているケースや、農地の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。これらの課題を踏まえた意見では「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」を積極的に行う必要性が見えてきました。グループの代表者からは「農産物はあつ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。中村さんからは「旗振り役のリーダーが必要。調整役として京都市やこのアグリビジネスカフェの場を活用して一歩を踏み出してほしい」とコメントしました。