

第3回 「KYOTO Agri-Business Café」 ワークショップ開催概要

1 日 時：令和3年12月14日（火） 午後3時00分～午後5時00分

2 場 所：QUESTION 7階

3 参加者数：市内農家 19名
企業等 25名

4 結 果

第3回目のミーティングが、去る12月14日（火）に初めて対面で開催されました。開始前から、参加者同士で交流が始まるなど、これまで以上に熱を帯びた状態でミーティングがスタート。参加した生産者には、自慢の農産物や風景など、農家の日常が具体的にイメージできる品を提供いただき、それを皮切りに各テーブルで白熱した議論が行われました。企業側からは、農家の日常生活のコンテンツ力、農産物の規格の定義など、農業界外から見た農業の魅力や違和感についての話題から、SNS・ショートムービーの活用や、効果的な野菜の売り方などの具体的なアイデアも多数提案されました。

ミーティング後に実施した名刺交換会も活気に満ち溢れ、個別マッチングも複数成立し、具体的な取組が徐々に生まれています。

また、参加者同士の現地視察や、有志による個別ミーティングが企画されるなど、ミーティング外でもコミュニティが活性化しており、新たなビジネス創出の兆しを感じられます。今年度、最後となる第4回目にも御期待ください。



■流通・販路 [1]

このテーブルには、自然豊かな環境（京北地域・大原地域）で農業を営む生産者と、鉄道会社・小売業者・外国人材支援団体・金融機関などの民間企業等が参加し、繁忙期の担い手不足や物流（コスト面・時間面）、不安定な収入などの課題について、議論が交わされました。

担い手不足に対しては、外国人実習生の活用や農福連携、大学連携、体験農園などの農業外人材の有効活用から機械化による労力軽減など、幅広いアイデアが提案されました。

また、グリーンツーリズムを積極的に進め、「野菜を運ぶのではなく、買いに来てもらう」仕組みの検討が物流課題の解決に寄与するのではないかというアイデアから、雪下ろしや草刈りなどの農家の日常が非農家にとっては、特別な体験であり、大きなコンテンツとなりうると盛り上がりを見せました。

取組の具体化に向けて、中核となるコーディネーターを誰が担うのかを決め、地域農業の魅力を最大限に生かしたビジネスにつなげる取組に期待が高まります。



■流通・販路 [2]

このテーブルには、代々農業を受け継がれている生産者や、京都市と京都大学で品種開発をした新京野菜を積極的に生産されている生産者と、食品加工業者・製造業者・大学生・金融機関などの民間企業等が参加し、新京野菜の認知度向上や京都産野菜との差別化、供給量（需要に応えられていない）などの課題について、議論が交わされました。

供給量の課題に対しては、OEMライセンス生産や野菜加工先の確保など、余剰生産が生じた場合のリスク分散を図りながら、スマート農業による供給量UPを目指す必要性が示されました。

また、認知度向上に対しては、若者・学生の視点も取り入れたSNSやショートムービーの有効活用、レシピも合わせたPR、全国規模の展示会への積極的な参加など、売り込む先・PRする先を具体化した上で、効果的なツールを使い、必要な情報を届ける大切さが話題にあがりました。

製造業で培われてきたリスク分散手法を農業規模拡大時に活用する可能性や、消費者に響く情報の発信など、多様な主体が参加する京都アグリビジネスカフェならではの取組が期待が高まります。



■流通・販路 [3]

このテーブルには、昔ながらの手法で伝統野菜を栽培する生産者や有機JASを取得している生産者、循環型農業の実現に向けて試行錯誤する生産者と、老舗料亭・大学生・金融機関などの民間企業等が参加し、「作り手」と「使い手」と双方からの取引や規格外品の活用などの課題について、議論が交わされました。

生産者の作付け時期は数か月前から行うのに対し、料理店はメニューも月ごとに変更し、2日前にしか量が定まらず、定量取引は結果的にフードロスに繋がるとの問題が示されました。

また、農業の規格外品は、製造業とは異なり、「使える（食べてもらえる）」ものであり、余剰農産物・規格外品を有効活用できる仕組みとして、余剰・規格外農産物を取り扱うプラットフォームの形成がアイデアとして提案されました。参加者からは、「規格外」を決めているのは、生産者でも消費者でもないことも念頭に、規格外もしっかりとした対価が得られる仕組みも必要との意見も。

フードロス対策も念頭に、生産者の経営安定化に資する新たなプラットフォームの形成などのエコシステムの構築へ期待が高まります。



■流通・販路 [4]

このテーブルには、代々農業を受け継がれながら新たなチャレンジも行う生産者や農福連携を進める新京野菜の生産を行う生産者と、調理師専門学校・小売業者・大学生などの民間企業等が参加し、物流（集荷）や販路拡大、農産物の新たな活用などの課題について、議論が交わされました。

物流（集荷）の課題については、網目状に宅配ルートをもつ事業者から、宅配トラックの空きを活用して集荷する仕組みや、物流コストをかけても儲かる価格で取引可能な売り先（東京など）を確保するなど、コスト削減と取引価格向上の両面からアイデアが提案されました。

また、農産物の新たな活用に対しては、一般消費の拡大に向けて料理教室での取り扱いや、本格家庭料理レシピの開発など農産物とレシピをセットで提供する機会の創出や、観光客向けに付加価値を付けたお土産加工品の開発などのアイデアが提案されました。

生産地と消費地が近い距離にある京都市において、消費者が求めるもの（生産物や情報）をしっかりと消費者に届ける仕組みの構築や、京都市のブランドを生かして市外の販路を拡大する取組に期待が高まります。



■農業関連ビジネスの創出

このテーブルには、地域資源の循環を目指す生産者や有機農業塾など地域の担い手育成に取り組む生産者、オリジナル加工品の販売やイベント企画など新たな挑戦を続ける生産者と、出版社・農業コンサル・製造業者・産業支援機関などの民間企業等が参加し、フードロスや食育など、農業に捉われず農業に関わる社会課題について、議論が交わされました。

京都市の農業は他産業に比べ経済に与える影響が少ないことや全国に比べ需要に対する供給量が少ないことから、一人の農家が離農しても大きな問題にならないことに危機感が示されました。

都市農業の価値や土と触れ合う意義が見直される中、循環型社会への貢献や食育への貢献など、農業に関わる分野へ貢献することが、都市に農地を残す意義、企業と農家が協業する意義であるとの意見が出ました。

まずは、農業が人々の生活の一部となっており、様々な場面で社会と密接に関わっていることを子どもたちに知ってもらうことで、ファンを増やすことが重要との意見も。

SDGsをはじめ持続可能な社会の実現には、農業は切っても切り離せない産業であり、農業に関わる社会課題の解決に繋がる新たなビジネスの創出に期待が高まります。



■地域活性化

このテーブルには、代々京たけのこを生産する生産者や、様々なアイデアで魅力的ないちご狩りなどを行う生産者、京都で藍の生産・染料づくり・染めを行う生産者と、小売業者・製造業者・旅行会社・大学生などの民間企業が参加し、地域の魅力発信や観光との連携、農業の次世代への継承などの課題について、議論が交わされました。農業を次世代にしっかりと継承していくためには、

まず、生産者が何をしているかを消費者に知ってもらうことから始めるべきとの意見が。一方で、一般消費者は非日常体験を求めており、農業はうってつけのコンテンツであること、集客と収入増の両面から、その場でしか体験できないワークショップや食味体験を企画するアイデアが提案されました。

さらには、収穫体験だけではなく、家庭菜園向けにプロ農家からのアドバイス企画などあれば、一日を通じて体験できるコンテンツが作成できる可能性があるとの意見も。

机上での議論だけでも多数のアイデアが提案された中、今後の農園訪問において更に農業コンテンツを生かしたアイデアの提案・人を呼び込み農業所得を向上させる具体的な取組に期待が高まります。

