

第5回目のミーティングをダイジェストで紹介

これまでのアグリビジネスカフェでの参加者間の交流が広がり、様々なビジネス連携が生まれてきている中、去る6月8日(水)に、今年度初回となる第5回目のミーティングが対面で実施され、約44人の農家、企業等の皆様に出席いただきました。

企業及び京都市から計4案の新たなビジネスアイデアが提示され、発案者によるプレゼンテーション後、案件ごとにグループディスカッションが行われました。

それぞれのビジネスアイデアが、活発なディスカッションによってブラッシュアップされたところであり、今後もビジネスアイデアの実現に向けた議論と取組を継続し、京都市の農業の新しいカタチを創っていきます。

01 スマートロッカー（IoT無人販売システム）のビジネス検討 | 京セラ株式会社



流通・仲介コストの削減や環境負荷の低減、非対面販売需要への対応を背景として、ニーズが高まる無人野菜自販機は、農地が小さく、生産量が限られるといった京都市の農業の特徴にマッチした販売手法である。

一方で、生産者にとっては販促活動や補充作業の手間、売り切れがリアルタイムで分からないことによる販売機会のロスなどの課題を抱えている。

これらの課題を解決する一つの方策として、生産者と消費者の双方にメリットがあるIoT無人販売システムを軸に、大消費地に近いという利点を生かした直売の更なる推進により、流通コストの削減のみならず、地産地消、CO2削減にも資する新たな販路ネットワークの可能性を検討し、実証を進めていく。

参加した生産者からは、「遠隔地から、野菜自販機の在庫状況が分かるシステムはありがたいし、導入してみたい」、「販売データなどが生産者に還元できれば、次回の作付け計画にも反映できる。」といった感想が述べられました。

また、初期導入コストやシステムトラブル時の対応等の導入・運用面に対し、導入時の補助金の活用や生産者個人ではなくグループでの導入の可能性の検討が必要であるといった意見が交わされました。

更に、購入した野菜等の感想などの意見交換ができる仕組みや生産者が出展するイベント情報を告知できる仕組みなど、非接触販売でありつつも、生産者と消費者との新たなコミュニケーションツールとしての機能の付加などの提案がありました。

京セラ(株)が開発中の、既存の野菜自販機にも後付けできるIoT無人販売システムは、生産者の納品の手間の削減や、消費者の野菜の購買意欲を喚起するだけでなく、都市農業ならではの生産者と消費者の新たな関係性の構築、自販機を活用した新たなビジネスの創出等の可能性を秘めています。今後、本プロジェクトの実証やビジネス化も見据えたシステムの構築に向け、議論を更に進めていきます。



京野菜というブランドを地域に正しく伝承するためには、子供が地場産野菜を日常的に食べる環境が大切であるが、個食化や食の外部化、大規模化による生産過多などの社会状況の変化に伴い、食卓に地場産野菜を取り入れることが難しくなっている。食育が不十分であると、地域の味が継承されず、伝統的な栽培技術の伝承にも影響を与える恐れがある。

そこで、子供が日常的に地場産野菜を食べる環境を作るために、子ども食堂への地場産野菜の提供や、企業の福利厚生を活用し、地場産野菜を使った総菜を帰宅時に購入できるような共働き世帯にも野菜を届ける仕組みを検討、構築していく。

参加した生産者・企業から「修学旅行生に化学調味料でない本物の味を知ってもらうことに取り組み、食育は、非常に重要と考えている。」という前向きな意見があった一方で、「生産者や指導者の活動がボランティアであることや、子ども食堂の利用者層等を考えると、食育をビジネスとして成り立たせることは非常に難しい。」「生産者としては、未来を担う子どもたちには、規格外品や売れ残りを提供したくない。」といった意見がありました。

グループディスカッションを通して、食育の取組は、地道に継続していく必要があることと、ボランティアベースのものが多いため、生産者や指導者の負担が大きく、ビジネスとして成立させるには、高いハードルがあるとの認識が共有されました。

今後は、食育に携わる関係者の負担の軽減につながる手法を検討していくとともに、企業においては、従業員の健康管理を経営的に考える「健康経営」の取組が拡大傾向にあることから、企業の福利厚生での地場産野菜の活用については、賛同いただける企業の掘り起こしや野菜の供給体制の整備に向けた議論を進めていきます。

子どもとつなげる 食育プロジェクト

～食育が地域農業を継続させる～

橋本將詞社会保険労務士事務所

母がいう「地の豆」



地の豆って美味しい
と言いませんか？



地の豆＝地元の豆と
いうことです。



何故、地元の豆が美
味しいとを感じるのか。

・収穫して間もなく、しかも知って
いる農家が作っているものだから。

・小さい頃から食べ慣れていた味で
あり、舌がそれを憶えている。



第一次産業は、
単に
食糧を生産している
だけではない！！

これが地域に人をよび、故郷として根付く。

より多くの市民・・・とりわけ子どもに食べてもらう。

(特に) 京野菜というブランド

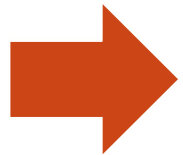
上鳥羽産の野菜がおいしいと評判になる第一の理由が川に挟まれた地形にあります。上鳥羽は淀川水系の一級河川の賀茂川（鴨川）と桂川に東西を挟まれるように位置しています。また、鳥羽街道と平行するように桂川の支流である西高瀬川が流れています。平安京の時代に基盤の目のように道路が整備されるとともに物資の運搬のため多くの川が整備されました。堀川・今出川・白川など現在でも京都市内の道路にその名を残しています。

平安京を流れる川のほとんどが鴨川や桂川と合流し、淀川から大阪湾へと流れていたわけです。平安時代から現代までの時代の流れとともに消えていった川もたくさんありますが、京の都の東端を流れる賀茂川と西端を流れる桂川は平安期より洛中を流れていた数本の川と合流し、現在の上鳥羽を少し下った（南に下がった）伏見区下鳥羽で合流し、淀川へと流れていったわけです。

淀川水系の中でも大きな鴨川と桂川は京都に雨が降ると下鳥羽での合流地点での水嵩が増し、上鳥羽付近で大洪水に見舞われたと聞いています。また、西高瀬川の整備以降は合流地点で増した水流は西高瀬川を逆流し、上鳥羽一帯に洪水を巻き起こしたといえます。その川の氾濫によって上鳥羽の土は肥えた本当においしい野菜が育つ土になっていったのです。京都は平安時代からの都です。多くの貴族が御所を囲んで生活し、人口もその時代のほかの地区に比べても比にならないほどであったことでしょう。

また、その時代には今の下水道もなくゴミ処理場もなく、そのほとんどを川に流していたのだそうです。ゴミといっても現在のような資源ゴミなど存在しません、放っておいても土に返るようなものばかりであったことでしょう。その川が氾濫する度に上鳥羽の土に栄養を与えたのです。

現在でこそ、西高瀬川や桂川・賀茂川が氾濫することはほとんどありませんが、私の母が子供だったころ（40～50年前）にはまだ洪水があったそうです。すなわち、平安時代・鎌倉時代・室町時代・江戸・明治・大正・昭和と氾濫を繰り返した河川によって上鳥羽は全国でも有数の農作物に適した肥えた土を持つ土地となっていったわけです。



京野菜が大きな京都の資産であれば、どのように伝承されるべきでしょうか。それは、大量生産と効率化を追求したブランド京野菜を食べる観光客ではなく、地元で育て、小さい頃から食べ続けてきた子どもたちに、正しく伝承するべきではないでしょうか。

取り組むべき課題

京都市だけの課題ではありません。

全国の第一次産業関係者、すべての課題。

「キャベツの千切り」が「刺身のつま」に思えた。

ある日、とあるファミリーレストランに昼食をとるために入りました。フライものの付け合わせになっているキャベツの千切りを食べて衝撃を受けました。みずみずしいキャベツ、には違いなかったのですが、キャベツ本来のみずみずしさではなく、切った後に水につけてある・・・その水の味しかなかったのです。もちろん、ドレッシングはおいしく、ドレッシングを食べている感覚に陥りました。

そこで、思ったのが、刺身のつま・・・大根のケンです。キャベツの千切りも大根のケンになってしまうのかと。

私のお客様の経営理念に「美味しいものを食べ続けていたい」という一文がある企業があります。

まさにそのとおり。美味しいものを食べ続けるには、「美味しい」と思ってくれる人が必要です。

子どもたちが、あのキャベツを食べて美味しいと思うのか。思ってもそれはドレッシングの美味しさであり、それはもはやキャベツではありません。そんな将来を作ってはいけない、との思いからこのプロジェクトを思いつきました。

社会的背景

○働き方改革による働き方の多様性と労働力人口の確保

⇒食卓を囲む昭和な家庭が減少。その結果、子どもの個食化が進む。

○食の外部化、味の平準化傾向

⇒地域に根づく特産物がなくなっていく。味を知っているものが減る。残すために、食べてもらう仕組みが必要。

○大規模化による生産過多

⇒大規模化によって生産過剰とそれに伴ういわゆる優品が増える可能性。

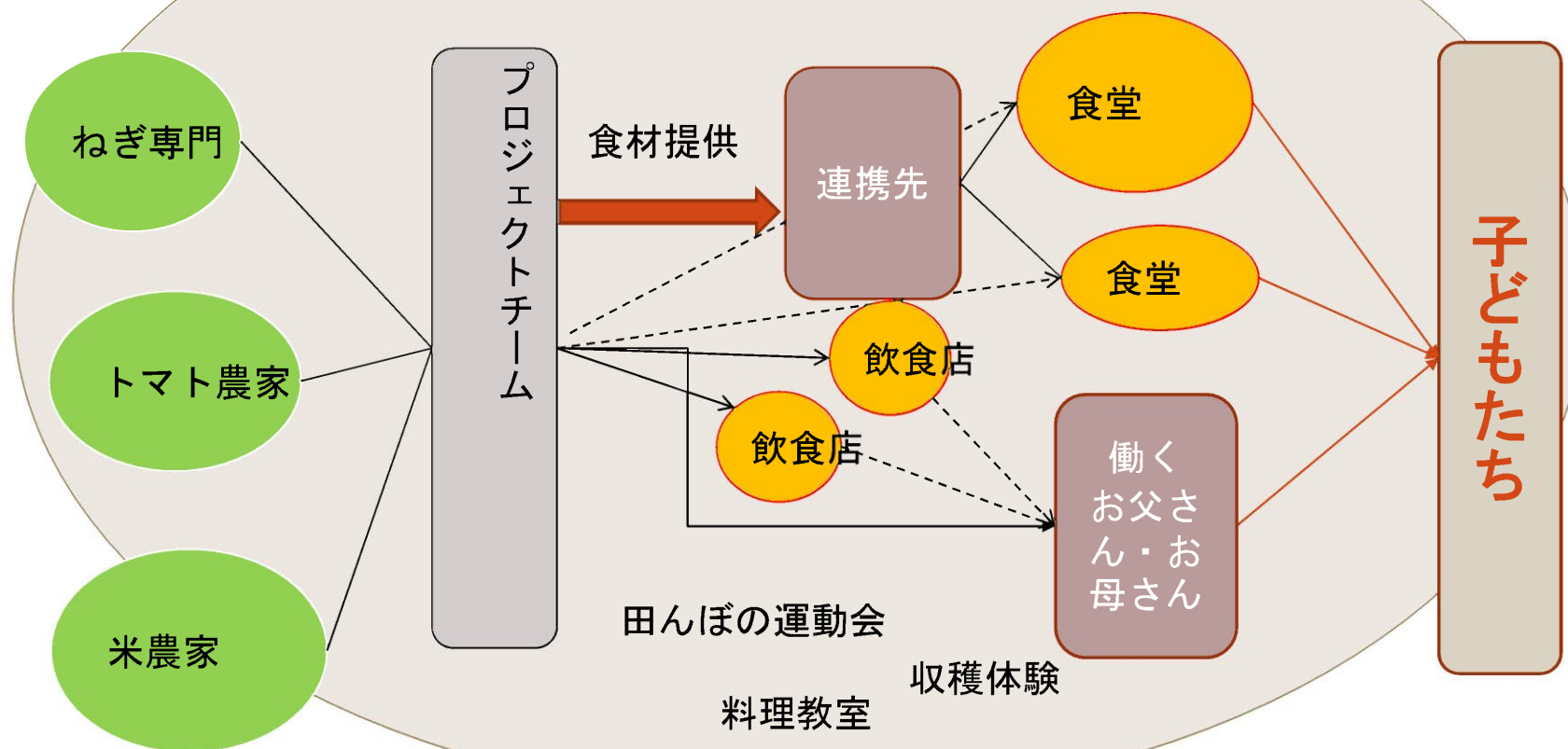
○地域の味を継承する必要性

⇒「地もの」を残すことで、将来地域に戻ってくれる人材を育てる。

⇒かろうじて残っている京の伝統野菜を、種だけではなく、栽培技術やその歴史も踏まえて残していく必要がある。

プロジェクトイメージ(子どもに直接供給できる仕組み)

- ・食育、子ども、社会貢献活動など賛助の和。



美味しい食材を美味しいと
感じてもらえる世代を継続させるための

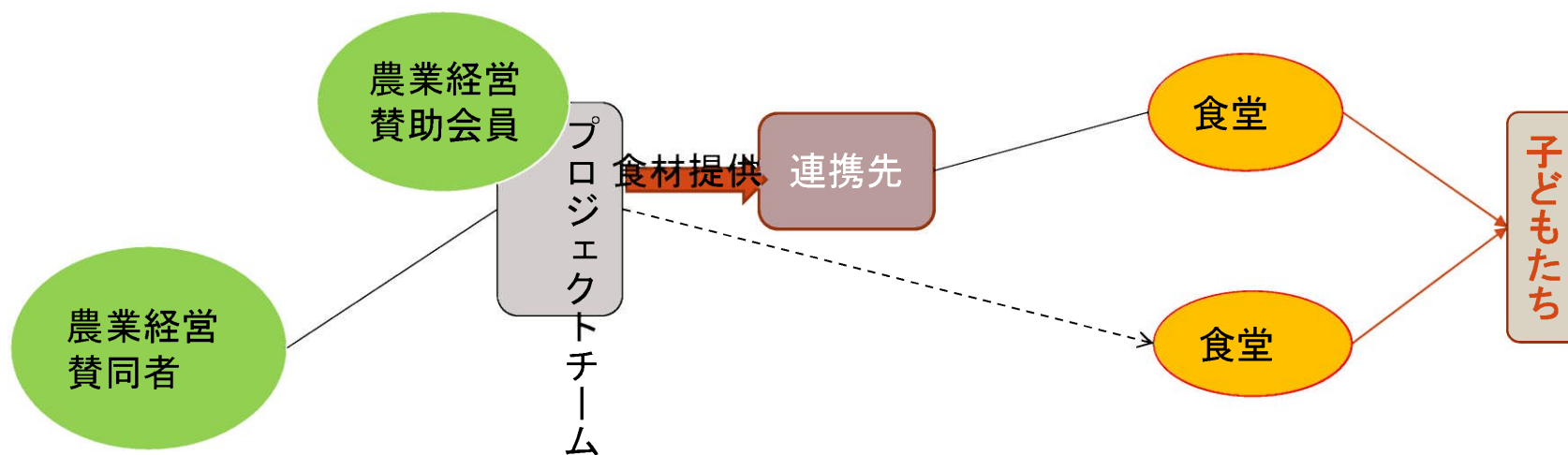
検討している事業内容

- 「食育」を追求すること。
- 子どもに食べてもらうこと。
そのための手段を事業内容とする。

農業者からの野菜を供給する

子ども食堂へ野菜を供給する仕組み

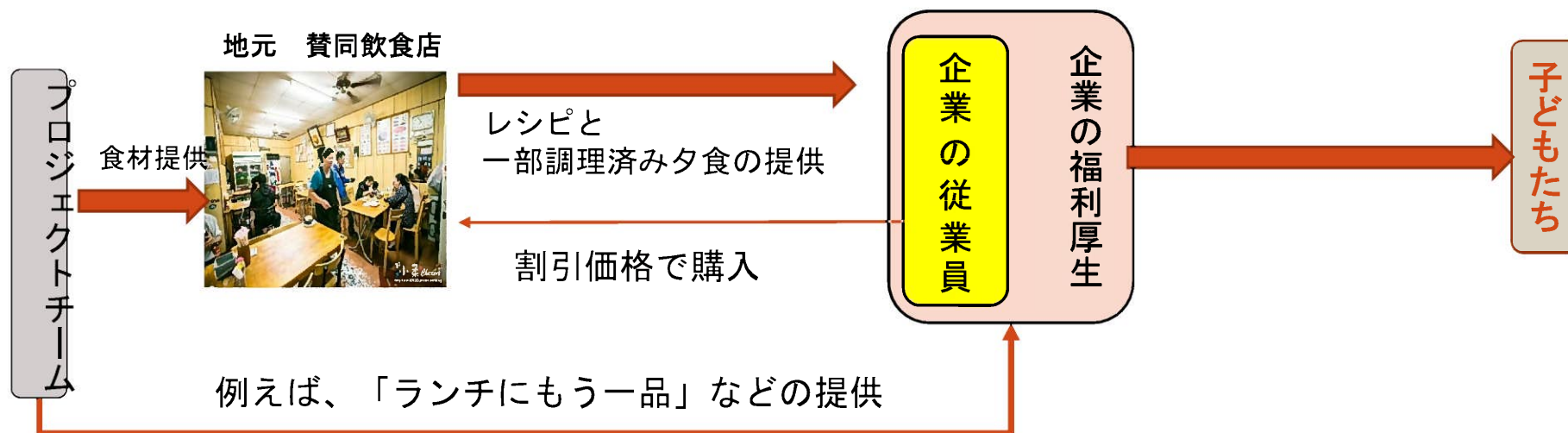
- 子ども食堂は、子どもやその親、地域の人々に対し、無料または安価で栄養のある食事や温かな団らんを提供するための社会活動。2010年代頃よりテレビなどで多く報じられたことで動きが活発化し、孤食の解決、子どもと大人たちの繋がりや地域のコミュニティの連携の有効な手段として、日本各地で同様の運動が急増している。
- 確実に地域の子どもが食べてくれる仕組みを利用することができる。安価で提供される食堂なために、活動されている方々への支援につながることも想定できる。



農業者からの野菜を供給する

共働き世帯に野菜を届ける仕組み

- 仕事終わりに、地域の野菜をふんだんに使った料理・惣菜を持ち帰ってもらい、家族で食べてもらう仕組みの構築。
- 企業とその周辺飲食店と連携し、終業後の帰り道、宅食用に持ち帰ってもらえる惣菜を周辺飲食店には作っていただき、企業には福利厚生として割引価格で惣菜を買って帰ることができる仕組みを、整備する。
- その飲食店に野菜を供給し、野菜メインの料理を作っていただく。



農業者からの野菜を供給する

- 収穫体験などイベントの企画と参加者への野菜提供
- 地元農産物のファンづくり。
- 農業経営者の「取り組みたい」をサポート。(集客、運営手伝い、ボランティア募集)

EX) ・農業経営者が主催する収穫体験の交通整理、チラシ作り、広報活動。



農業者からの野菜を供給する



・廃棄する予定の野菜を、生産者から頂戴し、「都マルシェ」(JR二条駅前 vivitにて直売所を開設)様を通じて、無償提供。

●第1回目 令和4年4月11日 上鳥羽の金時人参

●第2回目 令和4年4月23日 上鳥羽の京ラフラン

お子さんがおられる家庭限定で、無償配布。

金時人参は、畑を掘られる前のもの。

京ラフランは、細くて出荷できないもの。

生産者から無償で提供を受けているので、なるべく生産者に負担のかからないもの、方法を模索中。

*いずれは、生産者から買い取れるような仕組みを構築したい。



事業の課題

- 課題解決なしで、事業を開始できるとは到底考えていません。また、当然に現時点で、我々が整理している抱えている課題は山のようにありますが、この場では、あえて 記載しません。

皆様のご意見、ご感想など伺えればありがたいです。

03 未活用農産物・加工副産物の活用プラットフォームの構築 | 株式会社エーエスピー



全国的な課題であるフードロスの削減に向け、規格外で廃棄される農作物や加工副産物を粉末加工し、食品関連事業者へ供給、菓子やスープなどに使用するなど新しいサプライチェーンの構築を進めている。令和3年度は、未活用農作物の活用プラットフォームを作るためのリサーチやカット野菜、おからの原料化に取り組んできた。

今後は、市内生産者から規格外などの未活用の農作物を回収し、肥料にしたものを田畑に還元することで循環型農業の仕組みを構築することを検討しており、粉末加工と合わせて、これまで廃棄されていたり、安価で取り扱われていた規格外野菜にも価値を生みだし、生産者の所得向上につなげていく。

参加した生産者からは、「規格外の野菜を求める声はあるものの、それを主に生産しているものではないので、供給量が安定しない。」「出荷に係る調整や運搬コストが生産者負担になるのであれば、供給が難しい。」という意見が投げかけられました。また、野菜の機能性に着目し、栄養補助食品として活用してはどうかというアイデアもありました。

(株)エーエスピーは、既に取り組を進められていることから、加工後の活用方法やターゲット層など川下の戦略が明確になっており、商品の生産体制の強化に向け、野菜の生産や出荷、販売など流通の各段階でフードロスが発生するポイントを捉えて原料を安定的な入手に努めていくことが示されました。

一方で、未活用農作物の回収に係る拠点や手法の確立に課題があり、今後は、生産者が利用しやすい集荷拠点の整備に加え、既存の直売所や商業施設も回収拠点とすることで、集荷の効率化を図ることや、循環型のサプライチェーンの構築などについて検討を進めていく予定であり、今後、更に議論を深め、プラットフォームの整備を進めていきます。

未活用農産物・ 加工副産物の活用 プラットフォームの構築

2022年6月8日

日本の農業を「世界でなりたい職業の**No.1**」にする

ASP 株式会社エーエスピー





Mission



新しい**粉もん文化**で
規格外品やフードロスという言葉が無い社会を作る



6 安全な水とトイレ
を世界中に



7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



9 産業と技術革新の
基盤をつくろう



12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



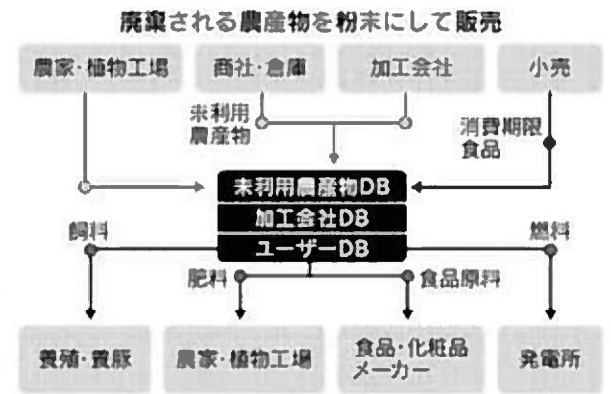
「見映え & 機能性」

を生かした日本を代表するSDGs フードとして
世界へ発信する

廃棄農産物「粉もん」に加工



粉末状にし、野菜それぞれの色や風味を生かす



農業系スタートアップの「エスビー（ASP）」は規格外野菜など廃棄される農産物を一括で集荷し、粉末状などに加工して食品や化粧品メーカーなどに卸す取り組みを始めた。特定のエリアごとに廃棄物の量や加工設備の稼働状況をデータで管理し、作業の効率化を図る。農家や食品加工会社の収益源を増やすとともに、食品ロスの削減につなげる。

経済産業省の補助金事業の採択を受け7月から実証実験を開始。京都府や和歌山県などに6つのエリアを設け2022年1月まで実施する。22年には現在と違う10エリアで実証実験をする予定だ。

エリア内の農家や食品加工工場、流通業者などから出る廃棄物をASPが買い取り、加工に回す。廃棄物の量はエリアごとにデータで把握し、一定量になった段階で一度に集荷する。これまでは、個々の事業者だけでは量が少な

ざたり時期によってばらつきがあるなどして廃棄物を活用しづらい課題があった。「本来捨てられるはずだった農産物が新たな収益源になる」と林直樹社長は話す。

集めた廃棄物は乾燥させて粉末状に加工することにより、そのままでは食べられないが栄養価の高い野菜の皮や種といった不可食部も活用することが可能だ。常温で長期間保存でき、かさばらないため輸送コストを抑えられるメリットもあるという。

食品や化粧品メーカーに原料として卸すほか、畜産・養殖の餌などでの活用も想定している。「アパレル業者に染色剤として使用してもらうなど販路は広い」（林社長）。

粉末に限らずペースト状などの加工も応じる予定だ。乾燥したものをバイオマス発電の燃料として販売することも考えているという。

加工はASPが自社で設ける工場が担うほか、加工設備

を持つ農業法人や食品加工会社への依頼も想定する。農作物は収穫時期に合わせて一気に加工され、それ以外の時期は設備が動いていないことも多いという。エリア内の加工設備の稼働状況をデータで管理することで、未使用の施設を効率的に使う。

農林水産省によると、全国で年間合計600万トンの食品ロスが発生し、うち324万トンは食品関連事業者から発生する事業系食品ロスだ（18年度推計値）。「サプライチェーン（供給網）で生じる廃棄物の活用余地は十分にある」（林社長）とみている。

林社長は「京都のおぼんざいなど日本の食文化にはもっていないものの精神が根付いている。大阪・関西万博で食品ロスを減らす「粉もん」を世界にアピールしたい」と話す。25年までに全国に展開し、この新規事業で年間17億円の売り上げを目指す。

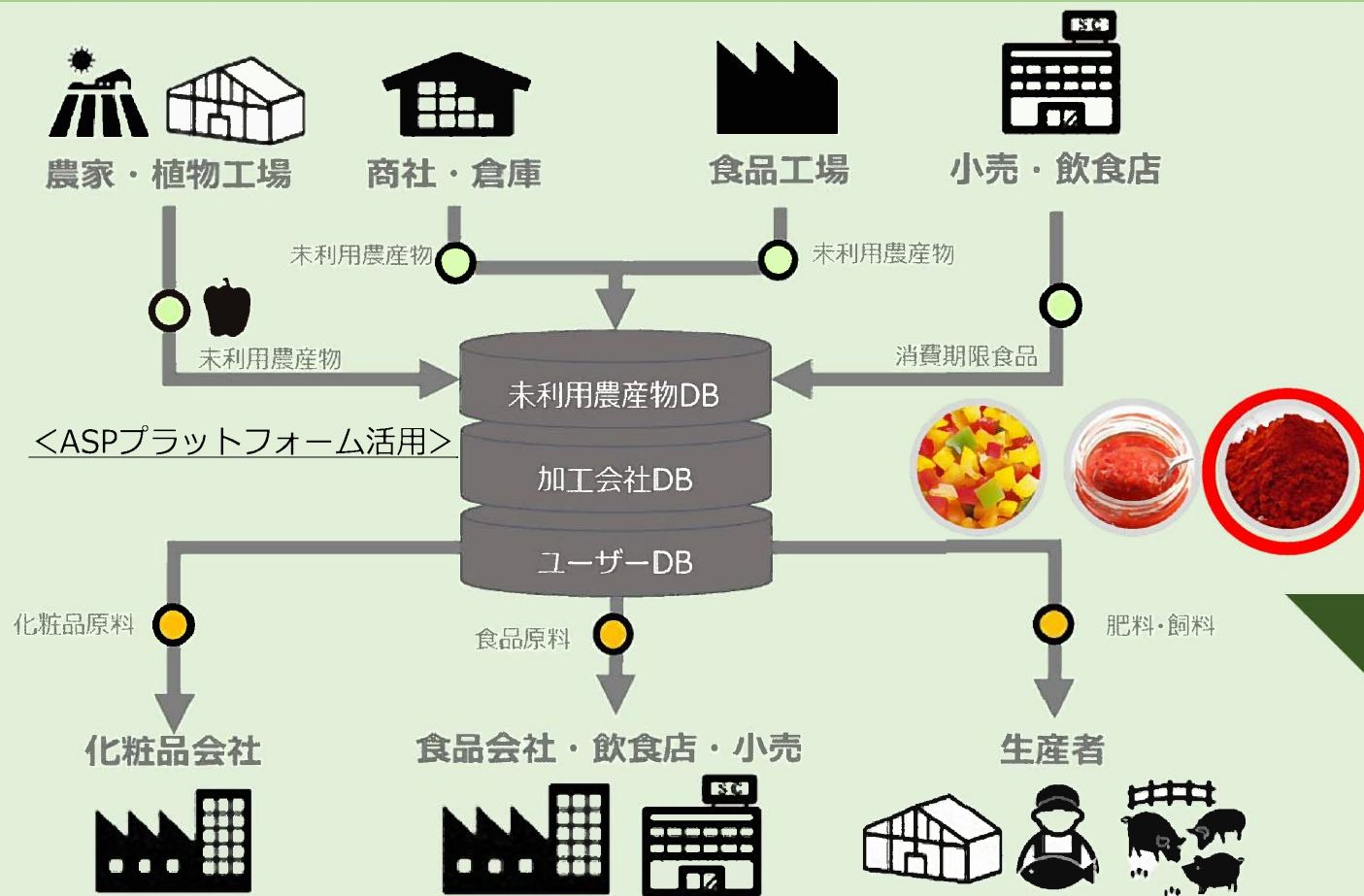
（大竹初奈）

大阪のASP、食品・化粧品向け

料理人・百貨店とのコラボ（調理例）



未活用農産物を粉末加工して用途を再定義



【業務フロー】

廃棄内容の
相談

用途の
リサーチ

商品・レシピ
開発

加工方法の
選定

原料化

野菜の栄養たっぷり！ 野菜パウダー入り防災食

もしもの時のために、しっかり備えておきたい「防災食」。

しかし、保存性を重視するばかりに簡素な味のものが多かったり、栄養が偏ってしまいがちです。

そこで、防災食にカラフルな“野菜パウダー”を混ぜ込むことで、
美味しく、楽しく、野菜の栄養もたっぷり摂れる備蓄用食品を開発。

防災食に、栄養と食べやすさをプラスしました。

美味しく野菜が摂れる&見た目にも楽しい
「カラフル備蓄用羊羹」



お箸がなくてもさっと飲める
「野菜たっぷり備蓄用味噌汁」



04 魅力ある農山村コンテンツを活用したグリーンツーリズムの推進 | 京都市



京都市は年間約5,000万人の観光客を誘致してきたが、そのほとんどが市街地に集中した結果、混雑や騒音といった観光公害が発生。この課題解決に向けて「時期」「時間」「場所」の分散化に取り組んでいるところである。また、コロナ禍により密を避ける生活スタイルに変容し、屋外で過ごすアウトドアがブームになっているなど、グリーンツーリズムには追い風が吹いている。

一方、京都市は、市域面積の3/4が森林であり、市街地から1時間程度で農山村に立ち寄ることができ、都市農村交流の拠点となる道の駅や農家民宿が営業されているなど、比較的容易に農山村資源に触れることができるという強みがある。

こういった機会や強みを活かして観光客が滞在する市街地のホテルや旅行会社と連携し、タビナカでの農山村へ送客する観光プランの造成や、地元食材のレストランでの提供などに取り組むことにより、観光客の分散化や農林業の振興、関係人口の増加、ひいては地域の活性化につなげていく。

京都市からは、京都滞在中（タビナカ）に、京北などの北部山間地域に足を延ばし、農家民宿への宿泊やトレッキング、農林業を体験するなど、定番の京都観光と魅力ある農山村ならではのコンテンツを組み合わせたプランを造成し、販売するという企画を提案しました。

参加した企業からは、「国内かインバウンドかということや性別、年齢層など、ターゲットの明確化が必要である。」「ターゲットのニーズに合わせたコンテンツを組み合わせる観光プランを造成していくことが重要である。」という意見がありました。

生産者からは、農林業体験を受け入れるに当たり、「単発ではなく定期性を持たせた方が、提供するサービスに対して見合った収入が得られることに加え、経営として計画を立てやすくなるため、受け入れやすい。」「旅行会社など、販売や集客等、コーディネートを行う人がいれば、継続して取り組みやすい。」という意見がありました。

今後は、首都圏などの遠方やインバウンドは定番の京都観光を求める傾向があるため、市民や近隣府県の方々を中心に、ターゲットの明確化や訴求するテーマを設定した上で、生産者やホテル、旅行会社と連携しながら、収穫体験など、魅力ある農山村コンテンツを活用したグリーンツーリズムの検討を進めていきます。

魅力ある農山村コンテンツを活用したグリーンツーリズムの推進

<背景・目的>

- 京都市は、年間約5,000万人の観光客を誘致しており、そのほとんどが、清水寺や嵐山、伏見稻荷といった「定番の京都」を求める傾向があり、滞在についても市街地の宿泊施設に集中。その結果、混雑や騒音といった観光客のマナーが問題となり、こういった課題解決に向けて「時期」「時間」「場所」といった3つの分散化に取り組んでいる。
- また、コロナ禍により密を避ける生活スタイルに変容し、屋外で過ごすアウトドアがブームとなっていることや、旅行のスタイルが団体旅行から個人旅行にシフトし、癒しや健康といった「ウェルビーイング（幸福）」や、観光客が旅先の自然、文化、環境などを考えて旅行するといった「持続可能な観光（SDGs）」が観光のトレンドになってきており、こういったトレンドと親和性の高い農山村資源を活かしたグリーンツーリズムに対しては、追い風が吹いているところである。
- 京都市は、市域面積の3/4が森林であり、市街地から1時間程度で農山村に立ち寄ることができことや、北部山間地域において、交流の拠点となる道の駅や農家民宿が営業されるなど、比較的容易に農山村資源に触れることができる強みがある。
- ついては、上記の機会や京都市の強みを活かして観光客が滞在する市街地のホテルや旅行会社と連携し、タビナカでの農山村への送客する観光プランの造成や、地元食材のレストランでの提供等に取り組むことにより、観光客の分散化や農林業の振興、関係人口の増加、ひいては地域の活性化につなげていく。

<企画案>

タビナカでの農山村ならではのコンテンツを活用した観光プランの造成

(1) 内容

京都滞在中（タビナカ）に、京北や久多などの北部山間地域に足を延ばし、農家民宿への宿泊やトレッキング、農林業を体験するなど、定番の京都観光と魅力ある農山村ならではのコンテンツと組み合わせたプラン（農山村への宿泊、日帰り等）を造成し、販売する。

○ターゲット

- ・長期滞在者（国内外）
- ・定番の京都+αを楽しみたい観光客
リピーター層，近隣府県の観光客

定番のコンテンツは人気が高いが，長期滞在者，リピーター層への新たな「刺激」として農山村ならではのコンテンツを提供。

●観光プラン例（3泊4日の場合）



●農山村ならではのコンテンツ例

<京北>

- ・自然（桜，伏状台杉など）
- ・農家民宿
- ・農林業体験
田植え，しいたけ菌打ち，しめ縄づくり，
薪割り，バギーツアー など
- ・トレッキング ・テントサウナ
- ・ジビエ，鮎，鯖寿司（西の鯖街道），地酒 など



<中川>

- ・北山杉 ・北山丸太倉庫群（映画「古都」の舞台）
- ・磨き丸太体験 等



<越畑，密原>

- ・棚田
- ・都市農村交流施設「まつばら」
（そばの提供，酒米づくりなど各種体験）
- ・お米，からかわ昆布



<水尾>

- ・柚子（加工品，柚子風呂）
- ・鶏すき



<花背>

- ・三本杉（日本一の高さを誇る杉）
- ・松上げ

<久多>


- ・農家民宿
- ・北山友禅菊
- ・厄除けチマキ（祇園祭）
- ・松上げ

●農山村での滞在プラン例

北部山間地域
農山村体験

農山村ならではの体験
(トレッキング、農林業体験など)

農山村ならではの食
(鶏、鮎、ジビエ、地酒など)



農家民宿

①宿泊プラン (テーマ：木の文化と田舎暮らしに触れリフレッシュ)

ホテル → 中川 (散策) → 京北 (宿泊) → ホテル

【1日目】

- 9:30 ホテル出発
- 10:15 中川到着
地域散策 (ガイド付き)
丸太倉庫群, 中川八幡宮 など
- 11:15 中川出発
- 11:45 京北到着
- 12:00 昼食 (京北内の飲食店)
- 13:30 農家民宿到着
- 14:00 農業体験
野菜の収穫
※夕食で調理
- 18:00 夕食
地鶏の炭火焼き,
獲れたて野菜, 地酒
- 22:00 就寝

【2日目】

- 8:00 朝食
- 9:00 **トレッキング (ガイド付き)**
伏状台杉
- 12:00 昼食 (八百一レストラン)
- 14:00 **体験**
テントサウナ, アロマなど
- 17:00 京北出発
- 18:00 ホテル到着



夕食 (農家民宿ほろろん)



木の足湯 (KKファーム)

- ・テーマを設定し, 各地域の特色あるコンテンツにより, 宿泊や日帰りプランを設定。
- ・滞在中 **(四角囲いの部分)** に農家や地元事業者が提供する体験などのコンテンツを当てはめ, 造成していく。

②日帰りプラン (テーマ：柚子の里「水尾」産地ツアー)

ホテル → 水尾 → ホテル

- 9:30 ホテル出発
- 10:15 水尾到着
- 10:30 **柚子収穫, 柚子しぼり体験**
- 12:00 柚子風呂
- 12:30 **昼食 (鶏すき)**
- 14:30 水尾出発
- 15:30 ホテル到着

★例えば, ホテルで提供している食材の産地に訪れ, 地域の歴史やストーリーと絡める。(大原のシソ, 塚原のたけのこなど)

(2) 想定する主体と役割

主体	役割
市内ホテル	宿泊の提供
農家民宿	宿泊, 体験の提供
農家	体験, 食材の提供
その他の地元事業者	体験の提供
タクシー事業者	送客
旅行会社	企画, 販売

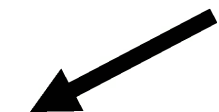
(3) 今後の予定

①第5回
アグリビジネスカフェ



②観光プランのテーマの設定
・テーマ (癒し, 健康など)
・目的地

③観光プランの造成
テーマや目的地に合わせ, コンテンツを組み合わせて観光プランを造成



④ツアーの実施
ツアーを実施し, モニタリング
時期が合えば, 観光協会の誘客
キャンペーン等で販売