

第9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、9月11日（月）に、令和5年度初回となる第9回目のビジネス交流会を対面で実施し、約50人の生産者、企業等の皆様に出席いただきました。

生産者等から計5案*の新たなプロジェクトが提示され、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を行い、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ました。

今後もプロジェクト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。

<グループディスカッションの様子>



① 京北子宝いもプロジェクト～販路開拓と認知度向上に向けて～（京北子宝いも栽培研究会）



京北子宝いもプロジェクト
～販路開拓と認知度向上に向けて～



京北子宝いも栽培研究会

京北子宝いもは、京北地域限定で生産されている特産品であり、京北子宝いも栽培研究会が中心となり、規格等を定めるなど、産地育成やブランド化に取り組んでいるが、取引先の青果店が限られていることや、A級品の取引のみとなっていることから余剰が出るという課題がある。

アグリビジネスカフェでは、規格外品として余剰となる京北子宝いもを中心に、加工品開発やPRを通じて、生産者の収益向上に繋がる販路拡大に取り組む。

グループディスカッションでは、認知度向上・消費拡大に向けた取組として、「シェフ向けの試食会の開催」や「料理学校とのコラボレーションによる料理メニュー開発」「動画を活用した生産過程の発信」など、様々な意見・アイデアが出ました。

また、商品開発という視点では、「離乳食への活用」や「下処理済みの商品開発（冷凍）」など、現代の消費者ニーズを踏まえた意見が多く出ました。

更に、「B級品、規格外だからといって、ただ同然の価格で取引するのではなく、買い上げ価格を農家へ明示することが必要。そうすることで、生産者側の栽培意欲にもつながる。」といった意見や「規格外の活用に焦点が当たっているが、本来はA級品のブランドを向上させるにはどうすればいいかを考えるべき。」といった意見も出ました。

今後は、10月～12月の旬の時期に、産地ツアーの開催や商談会への出展等を行い、販路拡大・認知度向上に取り組むとともに、スープ開発に取り組みます。また、次年度以降の商品開発に繋げるため、京北子宝いもの保存手法の検討も進めます。



京北子宝いもプロジェクト ～販路開拓と認知度向上に向けて～



京北子宝いも栽培研究会

<背景・目的>

- 京都市では、地産地消の推進のため、京都の気候風土に適応し、少ない農薬でも栽培できることや、一般野菜と比較して、栄養価や食味等で優れた特性を持つなど、新たな価値を付加した「新京野菜」をこれまで大学や生産者と連携して、開発・導入してきた。（全12品目）
- 特に「京北子宝いも（けいほくこだからいも）」については、右京区の農山村地域である「京北（けいほく）」限定で生産されているため、その名称に地域名を入れるなど、地域の特産品になるよう、産地育成やブランド化に取り組んできたところである。
- そういった中、地域でも「京北子宝いも栽培研究会」が組織されるなど、生産者も増え、一定、生産量も確保されてきたが、取引先が限られることや、その取引先も形などがそろったA級品の取扱いに限られるため、規格外品といった形で余剰が発生しており、その多くが廃棄されるなど、地域の食品ロスを引き起こしている状況にある。
- こういった課題を解決するため、京北子宝いもをそのままではなく、加工品での販売にも取り組んでいるところであるが、地域内の飲食店で「コロッケ」として提供する程度に留まっており、消費拡大に向けた、商品開発など新たな活用方法が必要となっている。
- ついては、宿泊、飲食といったサービスを提供している市街地のホテルやレストランと連携し、メニュー開発や観光客などの施設利用者に提供することにより、余剰が生じている「京北子宝いも」の消費拡大、ひいては地域の食品ロスの解消につなげていく。
また、ホテルやレストランでの提供に併せて、施設利用者に「京北子宝いも」のPRを行うことにより、食材や京北地域の認知度向上につなげていく。

1 「京北子宝いも」について

(1) 特徴

右京区の農山村地域である京北限定で栽培されている「さといも」。多くの子芋を作ることから、少子高齢化が進む京北地域が子宝に恵まれて活性化するようにとの願いが込められて、名付けられた。

一般的な「さといも」と比較すると、とろみが強く、シュウ酸カルシウムと呼ばれる成分が少ないため、下処理のときに手のかゆみが出にくいことが特徴。

(2) 旬の時期

10月～11月（収穫は10月～12月）

(3) 現在の販路

- ・商業施設（青果1社）
- ・ウッディー京北
- ・中央市場
- ・個人販路（飲食店、宅配など）



2 京北子宝いも栽培研究会のこれまでの取組

<普及啓発に向けた取組>

- ・京北子宝いも収穫感謝祭の実施（H26～）
- ・京北子宝いもロゴマークの作成、商標登録（R2）
- ・子宝いもを使用した料理教室及びレシピ開発（R3）
- ・市内飲食店でのコラボメニューの創作及び提供（R3）
- ・市場専用出荷箱、販売用ポップ等の作成（R4）

（収穫感謝祭における奉納式）



（市場専用出荷箱）



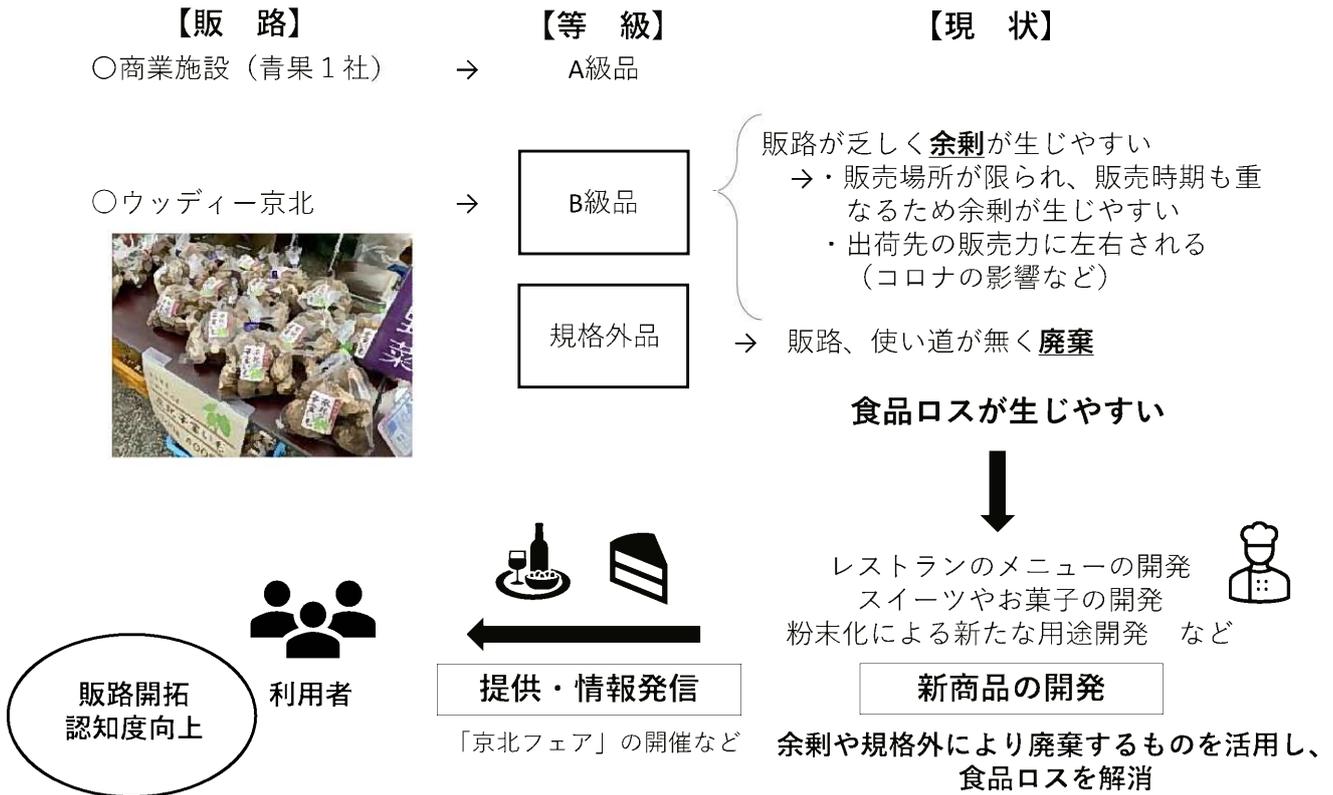
（新京野菜リーフレット）



（販売用ポップ）



3 今回の取組イメージ



<取り組みたいこと>

- 販路開拓（ロスの解消）
 - ★商品開発
 - ★用途創出（粉末化など）
- 認知度向上
 - ★京北子宝いもフェア
 - 成分分析（科学的根拠）
- 機械の導入
 - ・皮むき機
 - ・急速冷凍装置

全てするのは
難しいので

→

まずは、
できそうなことから・・・

- (1) 販路開拓（ロスの解消）
 - ①商業施設での販売
 - ②レストランでのメニュー化
 - ③スープ化（テスト販売含む。）
 - ④商談会への出席
- (2) 販促ツール制作
- (3) 認知度向上
 - ①産地ツアー
 - ②収穫感謝祭
 - ③京北子宝いもフェア

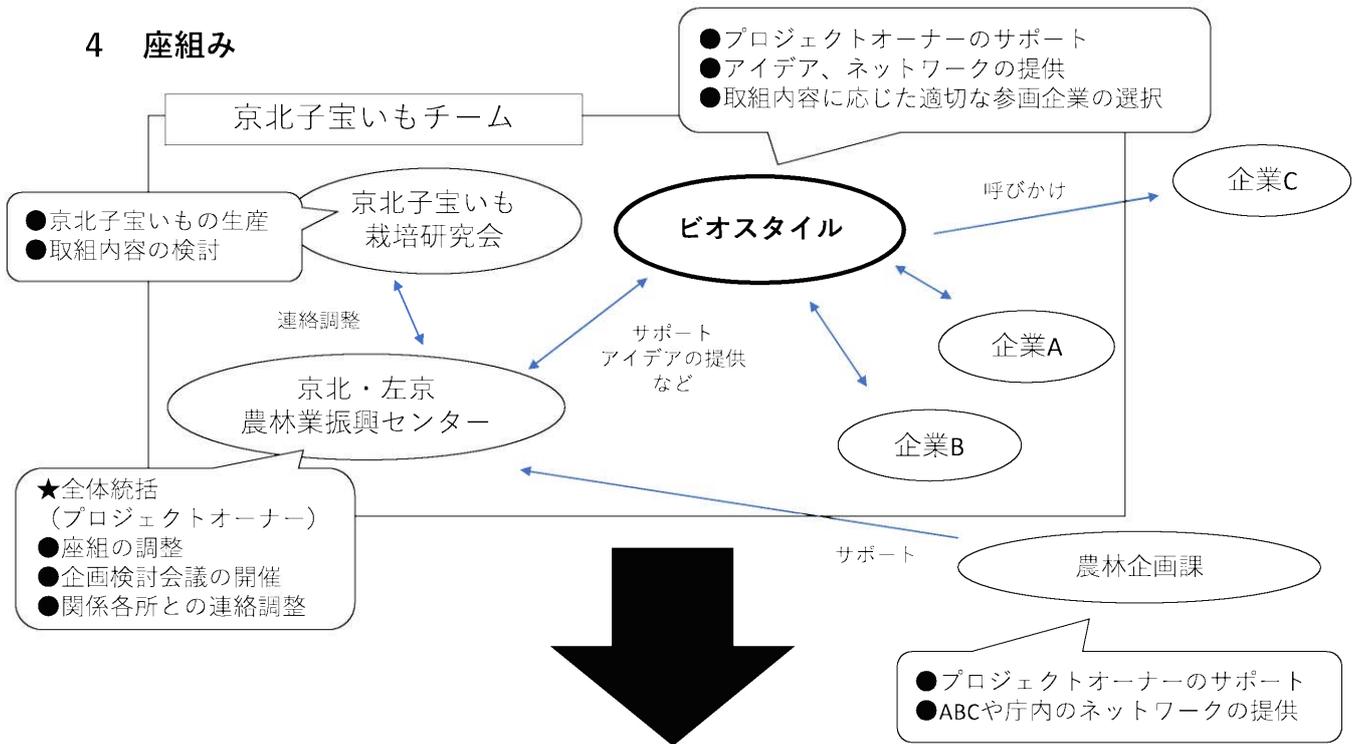
※国・府・市などの活用できる予算があれば、積極的に獲得し、取組を充実

※その他、検討事項

- ・粉末化する際の皮の取扱い
 - そもそも食べることができるのか
- ・科学的根拠の担保（成分分析）
- ・予算の確保（成分分析、広報ツールの作成）

→ 取り組む中で出てきた課題については、チームで議論したり、適宜、解決策を持つ関係者にも参画してもらい解決

4 座組み



販路開拓に向けた取組の検討・実施

※国・府・市などの活用できる予算があれば、積極的に獲得し、取組を充実させる

5 具体的施策

(1) 販路開拓

- ①市内の商業施設において、青果として販売（10月後半～）
グッドネイチャーステーション、無印良品など
- ②レストランでのメニュー化（10月前半～）
グッドネイチャーステーション
- ③京北子宝いもスープ開発（10月前半～）
規格外品の活用や新たな用途開拓として、スープを開発（サクラフーズ）
※9月に九州産のさといもをサンプルに試作を開始
- ④商談会への出展（とっておきの京都：10月頃、宿泊施設：12月）
とっておきの京都プロジェクト（京北商工会、京都駅ビル）や宿泊施設とのマツチング事業（京都市観光MICE推進室）が実施する商談会に出展

(2) 販促ツール制作（8月後半～）

商業施設やイベントへの出展時に使うことができるポップなど販促ツールを制作手に取ってもらえるようキャッチーで、今後も販促ツールを制作する際に活用できる飽きのこないデザインとする（特に購買層（女性）を意識）

- (1) 販路開拓
- (2) 販促ツール制作
- (3) 認知度向上

- (1) 販路開拓
- (2) 販促ツール制作
- (3) 認知度向上

(3) 認知度向上

①産地ツアー（10月4日）

商業施設や宿泊施設のバイヤーなどを対象に、京北子宝いもの生産現場を訪問する産地ツアーを実施。生産者に対する理解や、販売する際に消費者に訴求させるストーリー作りなどに活用してもらう。（京北子宝いも以外の野菜への波及もねらう）

②収穫感謝祭@護王神社（11月21日（火））

今年で10回目の節目となる収穫感謝祭で奉納と物販などを行い、京北子宝いもをPRする。

③京北子宝いもフェア（11月後半）

収穫感謝祭に合わせて、青果として販売する商業施設やメニュー提供するレストランでも「収穫感謝祭（京北子宝いもフェア）」と銘打って、キャンペーンを行い、PRする。

→ ②、③については、「とっておきの京都」や「森の京都」のホームページなどでも情報発信

(4) その他

一過性ではなく、関係者が無理をしない形で今後も継続できる持続的な取組を検討

5 スケジュール

月	販路開拓				販促ツール	認知度向上			ABC
	商業施設	メニュー	スープ	商談会		産地ツアー	収穫感謝祭	フェア	
8月					デザイン開始	企画検討		企画検討	
9月					制作	ツアー			第1回ABC
10月	展開準備	試作	試作	とっておきの京都	デザイン完成	ツアー			
11月	販売開始	完成	完成				実施	実施	
12月	↓	提供	提供	宿泊施設					
1月									
2月									第2回ABC
3月	振り返り								

※適宜、広報発表や媒体で情報発信

【参考】令和5年度の栽培状況



② KYOTO VEGEKKO PROJECT（合同会社ラピスプライベート）



合同会社ラピスプライベートは、『「へんてこりん」で「面白い」を創り続ける』をビジョンに掲げ、規格外や余剰となった野菜を粉末にして活用した「べじからふる絵の具」を製作し、ワークショップなどを通じて、捨てられてしまう野菜の活躍の場を広げる活動に取り組んでいる。

アグリビジネスカフェでは、京都の野菜を活用した「京べじからふる絵の具」の製作販売や野菜攻略本の作成など、体験から実際の野菜を食べてもらう導線づくりに取り組む。

参加した生産者・企業からは、「京べじからふる絵の具」に使用する野菜の候補として、金時にんじんや伏見とうがらし、鷹峯とうがらしなど、京都市で古くから生産されている伝統野菜を活用してはどうかと提案がありました。特に、金時にんじんは、収穫時期が12月～3月であり、3月頃には廃棄せざるを得ない場合が多いことから、活用できる可能性が高いといった具体的な活用時期に言及した意見交換が交わされました。

その他、聖護院かぶ・聖護院だいこんの葉、すぐきや水尾の柚子なども話題に上がりました。

また、「京べじからふる絵の具」の新たな活用方法や発信方法について、食とのつながりをより意識した「ランチョンマットへの活用」や、「たこせんやパンなどに塗って最後に実際に食べてみる」といったアイデアが提案されました。

さらに、食用にする場合、「食べられる絵具」を第一フレーズとして打ち出し、「実は野菜から作られているという流れのストーリーを組み立てるとより子供たちに印象付けられるのではないか。」といった意見も出ました。

今後、11月を目途に京べじからふる絵の具等の製作を行い、並行して各種イベント等への出展、ワークショップの開催を通じて、野菜の新たな活躍の場づくり・実際に野菜を食べてもらう導線づくりに取り組めます。



KYOTO VEGEKKO PROJECT

Presented by
Ruka Yamauchi

Presentation Outline



TOPICS FOR TODAY

私たちの事業紹介
このプロジェクトの必要性
プロジェクト内容
期待できる効果
協力をお願いしたい人
最後に





山内瑠華 (22) 立命館中高大卒

2020年、コロナ禍の夏。代表の山内瑠華は暇を持て余しており、農家の祖父母と父親の仕事を見ていました。しかしそこで目にしたのは、手間暇かけて育てたのに、色や形が悪いというだけで捨てられている大量の野菜でした。初めて廃棄野菜の現状を知り、大きなショックを覚えました。

捨てられてしまう野菜の運命を変えるために自分ができることを考えたときに「野菜の“色”を使って子供と遊べたら面白いかもしれない」と、そんなアイデアが閃いたのがこの活動のきっかけです。

1: Lápiz Private について

【幹部メンバー紹介】



Lápiz Private

【合同会社になりました。】

2022年8月31日(野菜の日)に「学生団体Lápiz Private」から「合同会社Lápiz Private」に。余剰野菜を活用した絵の具の製作販売・ペイントワークショップの企画運営が主な事業内容。中学生から社会人のメンバー20人で元気に活動中。



るか



るな



あやは



りこ



ゆか

関西メンバーに限らず、九州や海外から参加するメンバーもいる。美術の先生やアーティストとして活動するメンバーも。

VISION

「へんてこりん」で 「面白い」を創り続ける

ラピスプライベートが目指しているのは、
「へんてこりんお野菜」たちが
輝く場を増やすことです。

「へんてこりん」で世の中を彩りたい、
「へんてこりん」で人々の心に
寄り添いたいと考えています。



MISSION

01 余剰野菜の活躍の場を広げる

世の中には、形や色がへんてこりんが
故に余ったり、捨てられてしまうお野菜
たちが沢山いる。私たちは、そういう
「へんてこりんお野菜」たちの活躍の場を
広げることで、人々に新たな気づきと
ワクワクに出会うきっかけを作りたいと
思っています。



MISSION

02

自己表現の1つとしての アート教育のしくみをつくる

アートに答えはないということを、私たちは大切にします。描き方に正解はないし、使う色もペイント方法も人それぞれ。十人十色。「上手い・上手くない」の枠に囚われない、自分を自由に表現するアート教育のしくみをつくっていきます。



MISSION

03

お野菜がもっと好きになる 仕掛けを創りつづける

お野菜の匂い・質感・色味に触れること、それを生活の一部に取り入れることを提案していきます。お野菜の面白さを伝えたり、楽しむ仕掛けを作ることで、彩りのある日常をご提案します。お野菜の魅力を再発見し、お野菜をもっと身近に感じてもらう入口を作っていきます。



主な活動紹介

私たちがどのような活動をしているのかについて



べじからふる絵の具とWS

私たちのメインの活動である「べじからふる絵の具」について。へんてこりん野菜(余剰野菜)から絵の具に生まれ変わるまでの流れや色見本を掲載しています。WSの提供も行っています。



おやさい×○○

絵の具の他にもへんてこりん野菜を使って様々な商品の開発に取り組んでいます。Instagramにて活動の様子を公開しております。



農家さんや企業の方などとコラボ

全国の農家さんや企業の方、地域の皆さまとコラボしてイベントや商品企画を行なっています。お問い合わせ欄からぜひメッセージをお待ちしております。

メディア掲載情報

これまで取材していただいた記事やテレビのリンクを貼っていますので、ぜひご覧ください。

Newspaper

- ・京都新聞滋賀県版、オンライン版 (2021/3/4, 7)
- ・京都新聞LINE版 (2021/4/1)
- ・京都新聞京都版 (2021/4/1)
- ・立命館大学新聞 (2021/7/12)
- ・日本農業新聞 (2022/5/1) 「規格外品を絵の具に」
- ・Yahoo JAPAN ニュース (2022/5/4) 「【SDGs特集】“へんてこりん”な農業野菜が○○に生まれ変わる：学生たちのユニークな取り組みとは？」
- ・読売新聞滋賀版 (2022/6/22) 「農業野菜絵の具で塗り絵」
- ・朝日新聞デジタル (2022/8/24) 「『人も野菜も、へんてこりんできてる』規格外野菜で絵の具作った大学生」
- ・朝日中高生新聞 (2022/8/28) 「へんてこりんでもええやん！：廃棄される野菜で絵の具」
- ・朝日小学生新聞 (2022/8/31) 「おやさい絵の具：やさしい色合いでしょ」
- ・産経新聞夕刊 「規格外野菜 絵の具に」

Web article

- ・ZISEDA MEDIA (2021/6/1)
- ・立命館大学 「+Rな人」 (2022/2/16)
- ・NEWS PICKS 「トマトを絵の具に、天ぷら油を燃料に。『捨てない』農業の最新形」 (2022/9/9)
- ・TBS系列 「林先生が驚く初耳学！」
- ・テレビ愛知 「スポーツのチカラで未来を変えよう スポーツSDGs」
- ・NHK 「おらみ発630・きゅんしが」
- ・NHK 「ぐるっと関西 おひるまえ」
- ・読売テレビ 「かんさい情報ネットten」
- ・「Ba Talk」への出演 (2022/1/20, 2022/2/3)
- ・立命館大学校友会 「ミライをつくる学生たち 『Lápis Private』」 (2022/10/16)
- ・朝日放送テレビ 「おはよう朝日です」 (2022/11/11 放送)
- ・フジテレビ 「Live News 0」 (2023/2/24 放送)
- ・NHK 「きん6時」 (2023/3/10 放送)

Radio

- ・KBS京都ラジオ 「嵯峨和夫のバラダイス Kyoto」
- ・Mitsubishi Corporation 「SUSTAINABLE TOMORROW」
- ・QUESTION 「Qラジオ Vol.49」

Social media

- ・立命館大学広報課 (Twitter, Instagram, Facebook) など

KYOTO VEGETABLE PROJECT

京都内で、野菜が大好きな
「ベジっ子」を増やしたい！！！！

このプロジェクトの必要性

●子どもが嫌いな野菜 トップ10

<0~12歳の子どものいる方 (n=192) >

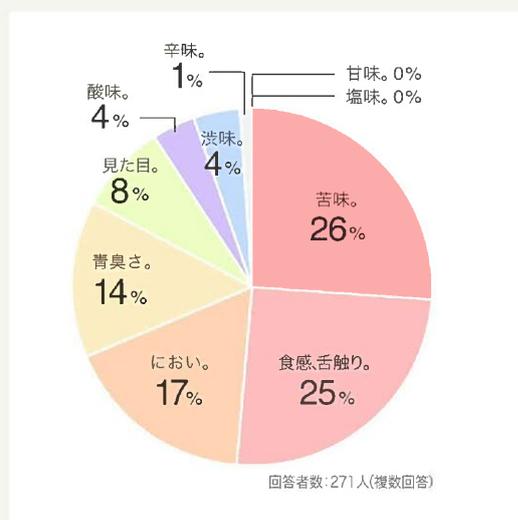
2022年 ※複数回答、トップ10

1位	とうがらし	34.4%
1位	ゴーヤ	34.4%
3位	セロリ	32.8%
4位	春菊	27.1%
5位	ピーマン	26.6%
6位	ネギ	21.4%
7位	ケール	20.8%
7位	なす	20.8%
9位	トマト	19.8%
10位	モロヘイヤ	18.8%

京野菜として「万願寺とうがらし」
「伏見とうがらし」「九条ネギ」「賀茂なす」「
京山科なす」をどんどんアピールしていきたい京
都にとって、このランキング結果は致命的。

何とかして、京都の子供達に
京都の野菜のおいしさを知って欲しい。

野菜が嫌いな理由



苦味・食感・匂いが野菜嫌いの原因に。

子供達が、「嫌い」という先入観を持つことなく新鮮な京都の野菜を食べてもらうための入り口となるコンテンツが必要。

エバラ「嫌いな野菜を嫌いな理由」のママアンケート

プロジェクト内容

「京べじからふる絵の具」の製作販売

ラピスプライベートの絵の具作りのノウハウを活かし、京都の野菜（できれば余剰野菜）を活用してオリジナルの絵の具を製作し、販売する。

①京都内の百貨店・雑貨屋・商業施設に商品として置いてもらう。

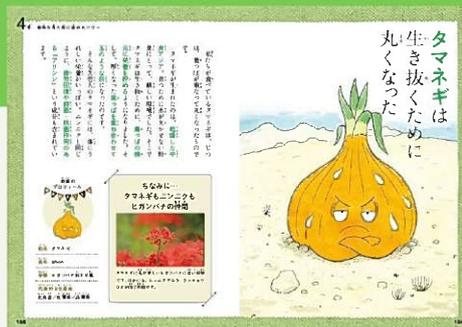
②イベント制作会社・広告代理店・教育機関・福祉施設向けにも販売。

③子供向けのイベントを実施し、野菜で「遊ぶ」体験から野菜をより身近に感じるきっかけを作る。



食育キットとして販売

絵の具製作に使用した野菜と絵の具を
セットで販売し、実際の野菜を
食べてもらう導入線を作る。



野菜図鑑の作成

京都の野菜の秘密を図鑑のように
紹介し、野菜について楽しく
学べる仕掛けを作る。

冊子はキットに同封する。

収穫体験 × お絵描き

絵の具製作に使用した野菜の
収穫体験を実施し、その野菜の絵を
絵の具で描くイベントを実施する。



遠隔収穫体験 × お絵描き

株式会社パーシテック様のスマートグ
ラスと遠隔技術を用いて、野菜や果物
のリモート収穫を体験し

収穫した野菜の絵を
べじからふる絵の具で描く。

スキーム図



期待できる効果

子供の野菜消費量が増える

キットの販売数が増えると自然と野菜を食べる子供も増えていく。

アート教育・食育 SDGS教育に貢献

子供が好きなお絵描きを通して、楽しみながら京都の野菜やフードロスの問題について学べる。

京都の農業が盛り上がる

農家さん・企業・消費者が楽しみながら、このプロジェクトに取り組むことで京都の農業自体が活気に溢れる。

ゴール

理想のゴール設定・・・

京都の子供1000人に、「京べじからふる絵の具」で遊んでもらい、野菜を好きになってもらう。

今年度終了時のゴール・・・

「京べじからふる絵の具」を計3種類作成し、京都の200人の子供たちに遊んでもらい、野菜を好きになってもらう。



スケジュール

9月

「京べじからふる絵の具」の2種類の野菜確定&提携農家さん確定

10月

絵の具製作/野菜図鑑の製作/イベント実施@エコロジーセンター

11月

MOFF2023@東京出展/「京べじからふる絵の具」完成/ イベント実施

12月

「京べじからふる絵の具」販売/イベント実施/京都ハンドメイドマルシェワークショップブース出展（仮）

1-3月

「京べじからふる絵の具」販売/イベント実施



協力をお願いしたい人

農家さん（余剰野菜を買い取らせて頂きたい）
行政の方（イベントや販売が可能な場所を教えてください）
ものづくり系の企業の方（商品へのアイデアが欲しい）
アート教育や食育の関係者（キット内容を一緒に考えて欲しい）
デザインが得意な方（パッケージデザインのアイデアが欲しい）
メディア関係者（京ベじからふる絵の具を取り上げて欲しい）
純粋に興味がある方（プロジェクト全体に関してのアイデアが欲しい）



京都の野菜が大好きな
「ベジっ子」をたくさん増やし、
京都の農業を楽しく盛り上げたい！



③ 竹林キャンプ課外授業 PROJECT (株式会社 DELICE キョウト)



株式会社 DELICE キョウトは、竹林の活用を核にして、放置竹林の解消など地域の課題解決に取り組む「京都竹林未来計画」をビジョンに掲げ、西山の竹林をフィールドにした竹林キャンプの実施など、竹林を使った新たな活動を展開している。

アグリビジネスカフェでは、竹林キャンプを「実践型SDGs 教育の場とし多様な視点から問題を解決する力を育む」「互いの意見を尊重し認め合う力と能動的に行動する力を育む」場として活用するなど、教育機関等との協業による課外授業に取り組む。

グループディスカッションでは、竹林キャンプの価格設定が話題となり、(株) DELICE キョウトが提供しているサービス内容から妥当な価格について、企業等からアドバイスがありました。

また、過去に竹林キャンプを行った課題として、トイレ・駐車場の確保があり、農地法や農振農用地など、竹林の使用に係る規制をクリアする必要があるとの話題も上がりました。

さらに、キャンプ場としての活用以外に、福利厚生としての利活用やインバウンド向けのプログラム開発、撮影場所としての活用など、竹林の新たな活用方法のアイデアが多数提案されました。

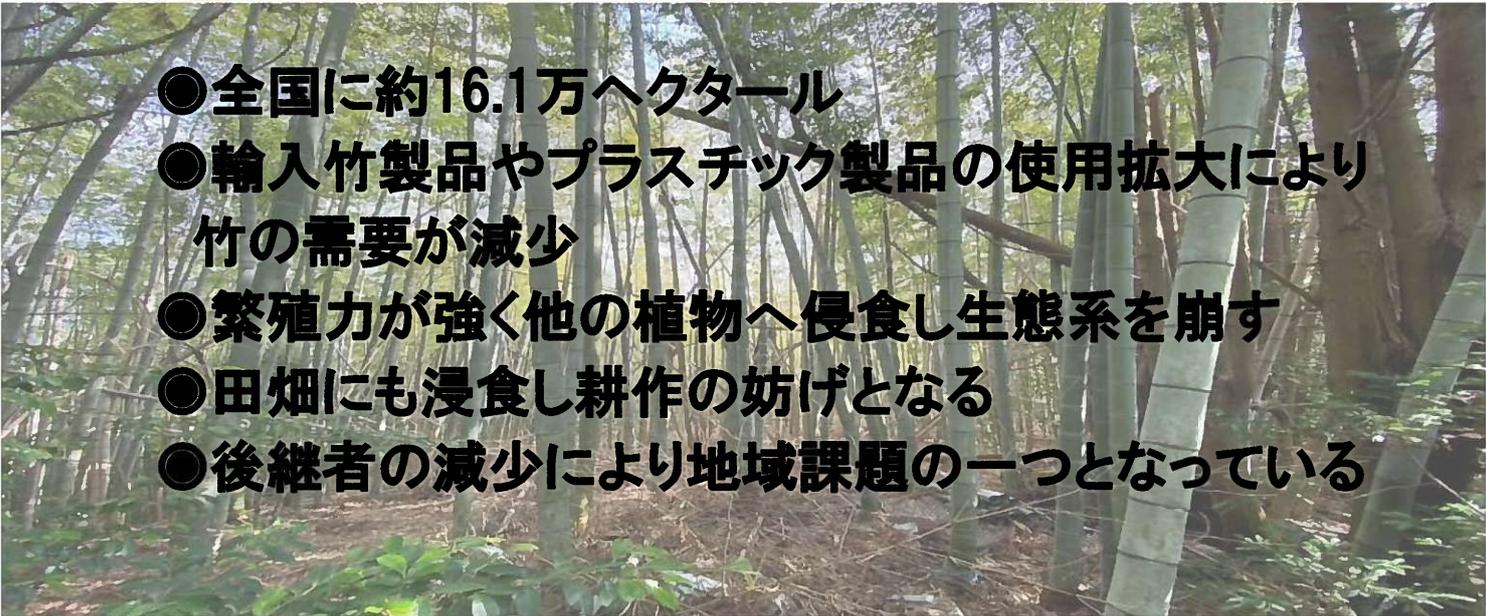
今年度は、竹林の無料開放による新たな活用方法の検討や学校等と連携した課外授業の実施に取り組めます。



竹林キャンプ課外授業 PROJECT

株式会社DELICEキョウト

放置竹林について

- 
- 全国に約16.1万ヘクタール
 - 輸入竹製品やプラスチック製品の使用拡大により竹の需要が減少
 - 繁殖力が強く他の植物へ侵食し生態系を崩す
 - 田畑にも浸食し耕作の妨げとなる
 - 後継者の減少により地域課題の一つとなっている

京都竹林未来計画とは

生産者をして感じてきた、**放置竹林/後継者不足/規格外品の活用/地域活性**などの課題を解決するための取り組みです。



DELICEKYOTO Inc.

竹林キャンプの目的



農業の現状

全国の農業高校/大学・短大等 農業関連学部 卒業生の就職状況

農業高校		大学・短大等のうち農業関連学部	
令和3年度卒業生	24,263人	令和3年度卒業生	22,593人
うち、農林業への就職者	664人	うち、農林業への就職者	833人
農林業への就職割合	約3%	農林業への就職割合	約4%

文部科学省(2022). 令和4年度学校基本調査

スローガン



目的

「竹林」・「竹」・「筍」・「農業」・「食」への興味関心

農業ビジネスへの興味関心

期待できる効果

担い手希望者が出てくることで

放置竹林の減少や地域活性に繋がる

プロジェクト内容

竹林スペースを活用した竹林キャンプの企画販売

- 大学・専門学校・高校・中学校・小学校(高学年)
フリースクールを対象とし、課外授業として提供
- 地域団体・企業向けに販売
- 『竹林スペース無料開放』を実施し、認知度向上と
コアなファン作りのきっかけにする



竹林キャンプ事例

●乙訓地域の少年団

地域の子どもたちが、竹の素晴らしさや課題を学ぶ機会となるイベントを開催

開催日：7月2日

対象：小学生年代



実際の声

子どもたち

- …流しそうめんが楽しかった！
- …オリジナル竹水鉄砲の製作が楽しかった！
- …伊之助(害獣)退治が楽しかった！

小学生年代の子どもたちが「楽しい」と感じる体験を繰り返すことで課題が記憶に残り、将来的に課題解決に向けて活躍できる人材が出てくることに繋がる

竹林キャンプ課外授業

教育的観点

- 食への関心を高める体験を通して**知識**と**選択する力**を育む
- 実践型SDGs教育**の場としてさまざまな視点から課題を解決する力を育む

竹林キャンプ×竹

- 放置竹林についての説明
- 切り出した竹を器や着火剤として使用する体験
- 筍での生産以外での竹林の使用方法について具体例を紹介



竹林キャンプ×食

- ◎廃棄ロス問題について説明
 - ◎規格外野菜を用いて調理する
 - ◎さまざまな生産方法のメリット/デメリットについての座学
- ※直接生産者が対応 ※地元野菜を使用



竹林スペース無料開放

認知度向上とコアなファン作り

◎来場者

ピクニック・BBQ・お茶会・写生・写真撮影・読書

◎無料提供

ハンモックの貸し出し・竹の器



具体的な取組み

●取組み

- 地元生産者とのつながり(規格外野菜の提供と講師)
- 放置竹林整備のNPO法人との連携(放置竹林の整備や器づくり)

●取組みたいこと

- 大学/専門学校/高校/中学校/小学校/フリースクールへの営業
- 竹林課外授業の実施
- 竹林スペース無料開放の実施

課題

- 学校関係との接点
- トイレの設置(農地法)
- 駐車スペース(農地法)
- 開催場所(又貸しで使
- 当日スタッフ(学生ボランティアなど)

課題については解決策を持つ関係者に参画してもらう

スケジュール

●営業活動:9月より開始

●竹林キャンプ課外授業実施:2024年2月までの期間中

●竹林スペース無料開放実施:2023年10月

※トイレ・駐車スペース課題の解決次第となる

会社概要

株式会社DELICEキョウト

〒610-1106京都市西京区大枝沓掛町4-24

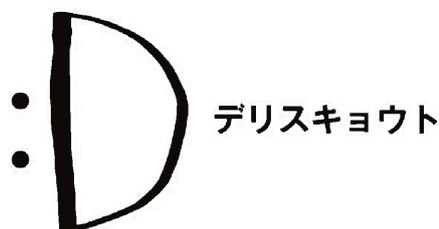
Tel:075-600-2962/Hp:090-3926-6220

Mail:info@delice-kyoto.com

Hp:www.delice-kyoto.com

事業内容

- ・竹林キャン/イベント企画運営
- ・竹林スペースレンタル
- ・加工品販売
- ・京都大枝塚原産、大原野産筍/富有柿卸販売
- ・柿とスパイスカレー
- ・田原農園六代目 筍/富有柿生産



柿とスパイスカレー

④ 都市農業の魅力発信～トークセッション～（DACS（若手農家グループ））

都市農業の 魅力発信

～トークセッション～



DACS は、京都の地域を超えて結成された4人の若手農家グループであり、食育活動や農福連携、農業体験の受入れなど個々の活動に加え、共同でマルシェを開催するなど、農家と消費者が直接、触れ合える活動を展開している。

アグリビジネスカフェでは、DACSのこれまでの活動に加えて、営農地域や生い立ち（新規就農、親元就農）の違いといったメンバーの特徴を生かしたトークイベントの開催など、京都の農家の本音を通じた都市農業の魅力発信に取り組む。

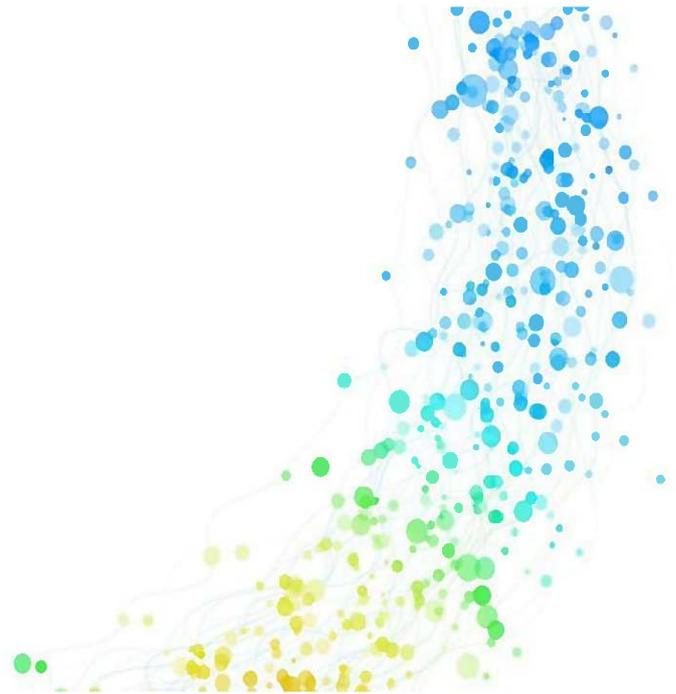
参加した企業からは、「野菜の購買層は30代～40代の女性であり、それを踏まえたトークテーマや実施内容の検討が重要」、「試食等も催し、それをきっかけに定期購入などに繋げる仕組み作りが有効」といった意見がありました。

また、今後も持続できる取組とするためには、「企業等にスポンサーになってもらい、その中でスポンサー企業の商品に合ったレシピ提案⇒商品展開を行うと良い」、「スポンサー検討にあたっては、近年飲料メーカーとコラボレーションする事例が多い。」といった意見、アドバイスがあり、交流会の終了後に、早速、本プロジェクトに賛同する企業からスポンサーの申し出がありました。

今後は、11月に洛北阪急スクエアにおいて、一般消費者向けにトークイベントを開催し、都市農業の魅力発信に取り組めます。

都市農業の 魅力発信

～トークセッション～



項目

農業者チーム結成のきっかけ、目的

これまでの活動

トークセッション

今後のビジョン

チームDACCS結成

- 2022年2月結成
- 京都市内東西南北
- きっかけは補助事業



規則第二条（目的）

「DACCS」は京都市に拠点を置く農家の農産物や加工品等の販売を通じて、**消費者との交流**を促進するとともに、京都市内における**地産地消**、または**食の文化**、**教育**を推進することを目的とする。



マルシェ

・GOOD NATURE
STATIONさん
MAENIWA

・新鮮な野菜と喜んで
くださる



企画外野菜のスープをプレゼント

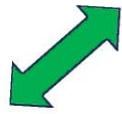
もっと農家の魅力を伝えたい

- 京都市は消費者が身近にいる
- 農業者の人としての魅力を伝えたい
- トークセッション！！



「話させてください！！」とアグリビジネスカフェで相談

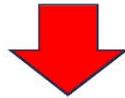
京都市さん



(株)バイオスタイル様



DACS



トークセッション企画



洛北阪急
スクエア

• GOODNATURESTATION
さんのポップアップストア
内で開催

• 11月開催予定

• 販売ブースも設営

トークテーマ

- 各地域の課題
- 農家ならではの食べ方
- 旬の野菜を食べることとは
- 生産者の思い、ビジョン

農家を身近に感じ、
ファンになっていただく

- 地域農業に目を向けていただく



集客方法

- (株)ビオスタイル様から新聞折り込みチラシ
- 野菜のお土産
- トークセッションを有料化（500円）野菜販売権クーポン配布

今後について

- DACSだけでなく、
アグリビジネスカフェ内の農業者様のトーク
- 農業者以外の方の
ワークショップとのコラボレーション
- プロジェクトの持続



ご清聴ありがとうございました。
今後ともご指導ご鞭撻の程何卒宜しくお願い申し上げます。

⑤ オーガニック体験農園プロジェクト（(株) オーガニック nico)

オーガニック体験農園のご提案について

2023年8月28日

オーガニックnico 池田



(株) オーガニック nico は、自然農法の普及を図るため、有機・自然農法による野菜の生産販売・生産技術を開発している農業法人で、野菜事業や有機イチゴ苗事業、コンサルティングなど、有機・自然農法に関する様々な事業を展開している。

アグリビジネスカフェでは、自社の有機 JAS 認定取得圃場をフィールドとした、一般消費者や企業等向けのオーガニック体験農園の開設など、有機・自然農法の普及促進・価値向上に取り組む。

参加した企業からは、「学生マンションの不動産会社と連携し、大学とのつながりを活かして、栄養学を学ぶ学生向けに体験農場を提案してはどうか。」「自社だけでパッケージを完成させるのは難しいため、協力してもらえる企業や地域の人とコラボしていくのが良いのではないか。」といった意見が出ました。

また、左京区大原で市民農園を開設している事業者からは、「コンセプトを伝えること、コミュニティの作り込みをしっかりとしていれば、ある程度思い切った価格設定でも利用者は獲得できる。」といったアドバイスもありました。

今後は、有機 JAS 認定圃場で実施するオーガニック体験農園を強みとして、ターゲットを明確にした上でコンセプトの作り込みを行い、体験農場の開設に取り組みます。

オーガニック体験農園のご提案について

2023年8月28日

オーガニックnico 池田

1

企画内容

利用者様が有機栽培を行い、自分が育てた美味しい野菜を食することができる体験圃場

目的

有機栽培の振興・普及

違い

オーガニック専門の体験圃場

大原野体験圃場予定区画（区割未定）



今土作りを行っている真最中
養生後にはふかふかの土になります

2

体験圃場実施詳細とお金の流れ

nico
ホスト：オーガニックnico

作物選定
 土に合わせた作物の選定

日々行う管理作業
 灌水
 草刈り
 体験以外の収穫※

技術指導or講義
 土作り
 病害虫対策
 作物の育て方他

nico栽培担当または技術担当が指導を行ったり、勉強会を催したりする



ゲスト：一般消費者
 用途例：企業様の社員研修や福利厚生/教育機関の生徒の体験/飲食店の素材研究等

収穫体験



定植体験



- ・ポイントとなる作業を選択し行う事が可能
- ・有機栽培を学び体験可

1年を通して達成したいゴール (利用者様)

1. 弊社圃場での体験を通して農業やオーガニックを理解し、知ることに対する満足感を得ていただく
2. 体験自体がもたらす心身のプラスの変化 (個人差があるかも知れません)
3. 農産物生産の場に入ることにより、環境問題を自分事として捉え、るといった思考の変化

→理想のゴール 有機栽培を楽しく体験し、美味しい野菜を収穫
 本年度の理想のゴール 播種や定植といった栽培のスタートを体験

1年を通して達成したいゴール（nico）

1. 体験農場を運営することを農家として全うする
2. 体験農場運営および経営のモデルを形作ること
 追随してくださる農家様へのアドバイスができる状態になる

→理想のゴール 体験者様に喜んでもらえ、収支もプラス
 本年度の理想のゴール 収支は±ゼロでも運営がうまくできる

スケジュール

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
区画利用者募集													
土作り													土作り（太陽熱養生）
かぶら						播種	間引き	収穫					
ミニ大根		播種	間引き	収穫									
人参		播種	間引き			収穫							
菜花	定植		収穫										
ほうれんそう			播種	間引き	収穫								
小松菜					播種	間引き	収穫						
レタス		定植		収穫									
キャベツ	定植		収穫										
トマト								定植	誘引	摘花・摘葉	収穫		
インゲン豆									播種	誘引	収穫		
オクラ								定植			収穫		
万願寺とうがらし								定植	誘引		収穫		

連携をお願いしたい方

1. 企業様、教育機関様など複数名で区画を借り上げ有機栽培体験を試みたい方
2. 旅行やイベント企画の企業様の体験型ツアーとしての借り上げ利用
3. 収穫した野菜の食べ方提案や収穫祭で調理を担当していただける飲食関係者様
4. その他、この体験圃場を利用して新しく事業アイデアのある方