



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「農業現場の課題解決」や「実効性の高い農業振興策」を推進するため、農業の未来を担う「農業者」と「民間企業や研究機関」などが業種横断的に議論し、「新しい農業のカタチを考える」農業イノベーションプロジェクト『KYOTO Agri-Business Café』を2021年7月に創設。総勢170名の方に参加いただき、新たなビジネスアイデアやプロジェクトの実現に向けて熱心な議論を重ねています。



事業概要はこちら！

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」創設の趣旨

世界に誇る京の食文化を支え続けてきた京都の農業。賀茂なす、九条ねぎ、金時にんじんなど、全国有数のブランド力を有する京都の伝統野菜…。しかし今、京都の農業は、担い手不足や販売価格の低迷、生産・流通コストの高騰、相次ぐ自然災害への対応といった難しい課題に直面しています。こうした課題の解決には、これまでの農業政策の枠に捉われず、京都の知の集積を生かした、大学やスタートアップ企業をはじめ、多様な業種・分野との連携による新たな取り組みが求められています。そこで、かけがえのない京都の農業を未来へと引き継いでいくため、2021年7月に、「新しい農業のカタチを考えるビジネス交流会」と題して、業種・分野を超えた幅広い主体が集まり、新たな農業関連ビジネスを生み出すプラットフォーム「KYOTO Agri-Business Café」を創設しました。



「KYOTO Agri-Business Café」とは？

「京都の農業を少しでも良くしていきたい」、「京都の農業の未来と一緒に考えたい」…そんな思いをお持ちの、意欲ある農家の方々、民間企業、団体、大学、金融機関等の多様な主体が集まるプラットフォームです。ワークショップを行うビジネス交流会やオンライン交流会、個別サポートを通じて、自由な発想で新たなビジネスアイデアの意見を出し合い、「KYOTO Agri-Business Café」メンバーとともに、その実現を目指します。



INDEX

- 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～
- KYOTO VEGETABLE PROJECT
- 竹林キャンプ課外授業 PROJECT
- 都市農業の魅力発信～トークセッション～
- オーガニック体験農園プロジェクト

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・左京山間部農林業振興センター、株式会社ピオスタイル

新京野菜『京北子宝いも』の認知と販路拡大へ

『京北子宝いも』は京都市右京区の京北地域で生産されるサトイモです。また、京都市が生産者・大学と連携して開発・導入を進めてきた『新京野菜』の一つで、一般的なサトイモと比べてとろみが強く食味に優れ、また下処理の際に手がかゆくなりにくいなどの特性があります。産地では生産者ら約25名からなる京北子宝いも栽培研究会を組織し、技術向上や販路拡大に努めています。しかし、販路は限定的で、主要青果店では「A級品のみの取引」となっていたことから、B級品や規格外品に関しては廃棄ロスが生じやすいことが課題となっていました。また、その収穫期は10～11月の2カ月間を主とし、寒さや乾燥に弱いため貯蔵が難しく、出荷の時期が短いため、一般生活者の認知度が低いのが現状です。これらの課題解決に取り組み、生産者の収益向上につなげるため、京都アグリビジネスカフェを通じて京北子宝いも栽培研究会、京北・左京山間部農林業振興センター、株式会社ピオスタイルによる、販路開拓と認知度アップに向けたプロジェクトが立ち上がりました。



加工品開発と新規販路でおいしい時期をPR

「旬のおいしい時期に食べてほしい」と、プロジェクトでは収穫の最盛期に合わせて2023年10月27日から、新たな販路としてピオスタイルが運営する複合施設『GOOD NATURE STATION(四条河原町)』や株式会社良品計画が運営する『無印良品 京都山科』で販売。販促ポスターやポップを作成し、おススメの食べ方を提案するなどPRも併せて行いました。さらに同時期に『GOOD NATURE STATION』のレストラン『ERUTAN RESTAURANT/ BAR』では『京北子宝いも』を使用したランチタイムの特別メニューを提供。また、規格外品や余剰品対策として「加工品の開発」にも取り組みました。京都の地野菜で作る『京のすずぶ屋さん』シリーズを製造するサクラフーズ株式会社と連携し、子いも・孫いもより大きく、繊維質が多いために使われにくい「親いも」を活用した「レトルトスープ」を製造。2023年11月1日より、『GOOD NATURE STATION』、『道の駅 ウッディー京北(右京区)』などで販売すると「優しい味わいでおいしい!」と大好評。当初予定していた数よりも多く製造し、たくさん「親いも」を活用することができました。



京都の旬の味覚として定着化を目指す

2023年シーズンの販路拡大に向けて、2023年10月4日に商業施設のパイヤーなどを対象に、『京北子宝いも』の試食やスープの試飲、生産圃場を視察する「産地ツアー」を開催。他にも京都市内の宿泊施設とのビジネスマッチング商談会『コトノムスピ・プロジェクト』にも出展。生産者の思いやこだわりを伝える「セールシート」を制作するなど、PR活動にも力を入れました。『京北子宝いも』は、ミネラル豊富な清流と中山間地特有の昼夜の寒暖差、粘土質の土壌など、地域の気候風土に合わせてゆっくりと旨味が増すように育てています。ピオスタイルさんのサポートがあり、初めての試みにいろいろと挑戦することができました。これを一過性の取り組みで終わらず、旬を迎えたら必ず食べてもらえるように、シーズン以外にも加工品を活用してPRを行うなど、次のシーズンの拡販につなげていきたいです。」と栽培研究会を代表して仲上弘道さんがプロジェクトの成果と抱負を語ってくれました。



KYOTO VEGEKKO PROJECT

合同会社ラピスプライベート

野菜嫌いの子どもにも野菜の魅力を伝えたい

合同会社ラピスプライベートは、京都を拠点に活動する代表の山内瑠華さんを中心に20名のメンバーが、規格外等の野菜を活用した絵の具の製作・販売と、それを活用したワークショップを開催しています。「へんてこりんな野菜で『面白い』を創っていく。」をモットーにメンバーは大学生から社会人まで幅広く、その拠点が関東・関西・九州・海外まで広域にわたることも特徴です。同社は民間のアンケート調査で「子どもが嫌いな野菜の上位10品目」に、京野菜の品目にもある「トウガラシ、ネギ、ナス」が名を連ねたことから、子どもたちの野菜嫌いをなくし、京都の野菜を食べてほしいと考えました。その手段として、同社が製作・販売する絵の具に新たに京野菜などを活用した新色を開発。イベントなどを通じて拡販することで、子どもたちが野菜に親しむ機会を増やし、アートや食育、SDGs教育などに寄与し、京都の農業を盛り上げる提案を行いました。名付けて『KYOTO VEGEKKO PROJECT』。そこには、野菜が大好きな「ベじっ子」を増やし、農業を楽しく盛り上げたいという思いが込められています。



京都の生産者などと連携し『京べじからふる絵の具』を開発

最初に取り組んだのが京都をイメージする絵の具の開発です。製造工程で出た廃棄予定の「抹茶・酒粕・コーヒー」、喫食しない「プロッコリーの茎」や「規格外の金時にんじん」をアップサイクルし、新たに5色を製作。株式会社カネ七畠製茶、小川珈琲株式会社、松井酒造株式会社、原田ファーム、株式会社しんやさい、株式会社エーエスピーとの連携により実現しました。「全ての色が同じ製造方法でできるわけではありません。京都芸術大学で日本画を専攻するメンバーの専門知識が生かされました。」と山内さん。こうしたバックグラウンドもあり、同社は創作やアートが得意分野です。プロジェクトではこれら5色を『京べじからふる絵の具』として商品化。購入者が任意で選んだ3色(顔料)、アラビアガム(樹脂)、筆、木製パレット、ぬり絵をキットとして、2024年1月末よりECサイトでの販売や小売店向けへの卸売りなどをスタート。拡販に向け、パッケージの製作や商標登録の申請、絵の具の安全審査(欧州玩具安全規格 EN71 Part3)にも取り組んでいます。



プロジェクトを弾みに廃棄ロス削減を加速させたい

『京べじからふる絵の具』の拡販はゴール達成の重要テーマで、BtoBの展示会への出展など取引先の開拓に乗り出しています。東京のギフトショーに出展して商談した山内さんは「エシカルやSDGsに加え、京都ブランドの商品として関心を持ってくださるバイヤーさんが多かった。」と手応えを語ります。『京べじからふる絵の具』は、色だけでなく香りも素材が生かされているので、五感で楽しく野菜に触れることができるのもアピールポイント。また、ワークショップでは、顔料とアラビアガムを混ぜて絵の具をつくり、色を塗るだけではなく立体作品や巾着などの実用品を製作し、創作の楽しさや長く残るモノ作りも伝えています。「京都アグリビジネスカフェでプロジェクトを発表し、みなさんの意見や応援に鼓舞されて事業化へと大きく進めることができました。」と話す山内さん。ワークショップなどを通して商品が親子層だけでなく、アーティストや海外からの訪日客の目に留まったことも収穫でした。今後は従来製造していた『べじからふる絵の具』の20色に『京べじからふる絵の具』の5色を加え、廃棄予定の野菜を輝かせるビジネスを加速させていきます。



竹林キャンプ課外授業PROJECT

株式会社DELICEキョウト

小学校向けの教育コンテンツ作りに挑戦

株式会社DELICEキョウトは、代表の西田圭太さんが主にカキとタケノコを栽培する農家を承継し、そこで直面した「放置竹林」や「後継者不足」などの地域課題に取り組むために立ち上げた会社です。京都アグリビジネスカフェでは同社がこれまでに取り組んできた『京都竹林未来計画』の新しい企画として小学校向けの課外授業のプログラム作りを提案。キャンプスクール運営の株式会社DEKIRU WORKS、放置竹林の整備・活用に取り組むNPO法人京都発・竹・流域環境ネットと連携し、京都市立新林小学校の6年生（55名）を対象に、2023年12月から具体的な企画が進行しています。「この課外授業のプログラムで一番大切にしたのは、実際に竹林に入って竹に触れる体験です。」と語る西田さん。課外授業の初回は竹林に集まった児童たちに、NPO法人の理事長から放置竹林の問題や整備の重要性、竹林は地域資源であり活用できればお金に変わる宝の山であることも伝えられました。ワークショップで竹を切るなどの体験をした児童たちは、その後12班に分かれて放置竹林の課題解決策を考え、2024年2月にプレゼン大会を行いました。



プレゼン大会を通じてアイデアを実現

児童が課題解決策を発表するプレゼン大会には、タケノコの生産者や竹林を整備する事業者、竹を生かすのが得意な建築家、会社経営者など、竹に関わるさまざまなプロが出席。京都信用金庫が運営する共創施設『QUESTION』のマネージャーも招き、金融の目線からも採点してもらったビジネスコンテストさながらのプレゼン大会になりました。「会社で企画書を通すのと同じような体験をしてもらって、選ばれたアイデアは周囲の大人たちが全面協力で実現させる。そういう成功体験が子どもたちには必要だと思います。」と狙いを話す西田さん。プレゼン大会の後は各班で振り返りを行い、選ばれたアイデアは展示や商品の制作を行いました。また、地域で行われたイベントで展示発表や物販を行うなど、子どもたちのアイデアを実現させました。この課外授業で放置竹林が全国的な課題になっていることを話すと、「竹で売れる商品を作ったら、放置竹林が解消されるし、竹はタダで生えてくるから、すごく儲かる！」と、前のめりな児童がいたのは頼もしい限りと笑顔で話す西田さん。子どもたちに地域の課題解決に興味を持ってもらうことに成功しました。



竹林に人を呼び、次世代に残していく

プロジェクトには大きなハードルが二つありました。一つ目は市街化調整区域内にある竹林は、農業以外の利活用が難しいこと。今回は体験教室などのために京都西山に整備した竹林で実施しました。二つ目は小学校向けのコンテンツは教育委員会のチェックなどもあり、導入に時間がかかることです。今回は京都市の仲介による学校とのマッチングでテスト版として実現に至りましたが、今回の成果を踏まえ、より導入しやすいコースの開発や総合学習としての提案方法も考えていく予定です。また、2024年4月から大学との産学連携で、竹林を活用した商品開発や竹林フェスなどを進めていく新プロジェクトに取り組みます。「ビジョンを共にする人・企業・団体・行政と連携して、いろいろな形で竹林に人を呼び、課題を共有しながら地域の資源を生かす取り組みをこれからも進めていきます。」と抱負を語る西田さん。今回のプロジェクトが未来を担う子どもたちと竹林をつなぐ大きな一歩となりました。



都市農業の魅力発信～トークセッション～

若手農家グループ DACS（ダックス） メンバー 清水大介【清水農園】、内海彰雄【うつみ農園】、安井千恵【はまちえ農園】、石崎信也【(株)しんやさい】

都市農業を担う多様なメンバーが集結

DACSは京都市内の若手生産者4人によって2022年2月に結成されたグループです。営農形態や得意分野など、それぞれに異なる特徴を持つメンバーの集まりで、共通しているのは、農業に前向きで、話すのが得意なこと。マルシェの接客やセミナーの登壇などで各自が磨いたトーク力をいかに発揮し、京都に暮らす方々に「都市近郊に市民の食を支える農地があり、近くにいなながらも出会うことのない若手生産者たちがいる」ということを知ってもらいたいと、メンバーによるトークイベントを開催する案がグループ内で持ち上がりました。「互いに自分がないものを持つこのメンバーだったら唯一無二のイベントができる…と思いました。」と話すのは、発案者の清水さん。京だけのこなどを栽培する若手生産者で、直売店舗の経営や学校との連携で子どもたちへの農業講習会なども行っています。他の3人もまた、農産加工や移動販売など多角経営に取り組む生産者、農福連携で障がい者雇用を積極的に行う生産者、非農家からの新規就農で無農薬栽培にも取り組む生産者というように個性あふれる面々です。



地元企業とタッグを組んでイベントを実現

京都アグリビジネスカフェを通して、DACSが提案するプロジェクトに賛同した株式会社ビオスタイルの本山喜之さんがサポートし、トークイベントの準備をスタート。会場は商業施設の『洛北阪急スクエア』で、2023年11月23日（木・祝）に開催することになりました。トークセッションの時間は1時間と決め、話す内容は、チーム紹介と自己紹介、生産した野菜を雄弁に語る作物紹介、野菜の旬や豆知識、農家秘伝の野菜料理レシピなどに加えて「地域の農業の課題」を伝えることも盛り込みました。司会も本山さんが行うことで、当日のトークは盛り上がりを見せながらスムーズに進められました。集客面は、新聞折り込みチラシやメンバーのSNSなどで展開。入場料は1000円に設定しましたが、当日の野菜直売で使用できる500円分のクーポンを配布したこともあり、当日は定員を超える参加で満員御礼となりました。来場者アンケートでは、「農家さんの思いが伝わった。」や「また開催してほしい。」という声が多く、DACSとして伝えたい思いを届けることができました。



農業者の知識を生かす持続可能なコンテンツへ

司会者とDACSメンバーが打ち合わせを重ねたトークセッションは構成もよく、豆知識などから話を始め、最後に生産者それぞれの思いを伝える流れも大成功。イベントの収支は同時開催したマルシェでの野菜の物販に助けられた部分が大きく、有料イベントの運営の難しさも学びとなりました。料金設定や集客方法などが次回への課題です。また、イベントを開催する場合は最初に役割分担を明確にすることで、負担や労力を分散させることができるので、持続させるにはその点も重要。情報発信の手段には各種メディアもありますが、トークイベントは都市部で農業をしている若手生産者の思いや、その知識を伝えるには、とてもいいコンテンツになりました。「まずDACSメンバーと公の場で話をしたいという目標は達成できました。DACSメンバー以外にも都市農業で頑張っている若手生産者がいるので、その時々に合わせて座組でセッションできるように、トークイベントというコンテンツを育てていきたいです。」と清水さんが抱負を語ってくれました。



オーガニック体験農園プロジェクト

株式会社オーガニックnico

有機JAS認証圃場で行う「体験農園」

株式会社オーガニックnicoは、西京区大原野で有機野菜の生産・販売及び有機農業の技術開発の2事業を手がけ、生産性が高く、持続可能な有機農業の環境作りに力を入れています。京都アグリビジネスカフェでは、同社の理念でもある有機農業の普及と振興を目的に、新規ビジネスとして「オーガニック専門の体験農園の事業化」について提案を行いました。「他の体験農園や貸農園との違いは、有機JASの認証を受けている圃場で、当社が実際に行っている有機農業を実践的に体験していただけることです。」と話すのは同社担当の池田恭子さん。堆肥をすき込み、有用な微生物を与える土作りから、有機栽培にかかる手間、収穫までにかかる時間やコストを理解してもらうことも体験農園の狙いの一つ。同社の圃場は農業用ハウスが62a、露地が1ha。ハウスでは有機イチゴを中心に、露地ではミニダイコン、コマツナ、万願寺とうがらしなど、季節に応じて多品目の野菜を栽培しています。その有機JAS認証圃場の一区画100㎡を体験農園として確保する計画で、京都アグリビジネスカフェで多角的な視点からの意見を得ながら、具体的な企画やサービス内容を検討してきました。



「健康経営」に積極的な企業にアプローチ

提案当初、体験農園の利用者像は漠然としていましたが、多くのメンバーで話し合う中で自社の運営体制とも照らし合わせ、企業などに従業員の福利厚生の一環として活用してもらうことが現実的な案として絞られてきました。最初はファミリー層向けにレジャーや社会勉強の場として利用してもらうことを検討していましたが、利用者同士のコミュニティーを作るのに手が取られることや、休憩や調理などが行えるスペースに対する環境整備に人員やコストを投入することの難しさから断念せざるを得ませんでした。「京都アグリビジネスカフェでのディスカッションでは、企業が従業員の健康管理を経営課題として改善活動に取り組む『健康経営』という概念を知ることができました。また、福利厚生での活用から更に踏み込んだアイデアとして、社員が作った有機野菜を自社のブランド戦略に生かし、得意先へのお土産にするといったアイデアは思いもよらないものでした。」と振り返る池田さん。体験農園の運営方針の青写真も描けてきました。オーガニックnicoから利用者へは畝単位で圃場を貸し出し、同社で栽培実績がある約12作目で1年間の栽培計画を提案し、利用者にはポイントとなる土作りや定植、収穫などの体験を行ってもらい、日々の管理や防除は同社が行う計画です。有機農業で最も苦勞する病害虫の防除も、訪れたときに防虫ネットがかけられていたり、油剤で害虫が駆除されたりしているところを見てもらえれば、有機野菜の値段が決して高いものではないとの理解も促せるのではと考えました。



実現のカギは「ビジネス連携」

プロジェクトには、いくつかの事業者から引き合いがあり、その一つには大学の教員と学生が利用するという相談があるなど、想定利用者が教育機関にも広がっていました。しかし、同社の体制に変化があり、オーガニックnicoの注力事業や体験農園の運営にかかるマンパワーの問題もあって、計画はいったん棚上げに。単独での事業化は難しいので、企画の実現に向けては体験型ツアーの企画や募集を行う旅行代理店やイベント会社、野菜の食べ方講座や収穫祭でノウハウが生かせる飲食事業者など、資金やアイデア、人的資源などの投入が可能な事業パートナーを見つけることが必要となり、引き続きプロジェクトの実現に向けて検討していきます。



KYOTO *Agri-Business Café*

新しい農業のカタチを考えるビジネス交流会

