

オリジナルな鶏卵「京たまご」を使った 新商品（ケーキ類）の開発による京都ブランドを創造

オリジナルな鶏卵「京たまご」を生産する農業者と洋菓子を製造、販売する中小企業者が連携し、京都らしいさを感じるケーキ類の新商品を開発し、鶏卵の安定した出荷と特徴ある商品による洋菓子商品の総合的な販売力の強化を図る。

農林漁業者

農事組合法人 京都養鶏生産組合

〈城陽市〉

中小企業者

有限会社 ツア・クローネ

〈宇治市〉

【連携のねらい】

○農業者

オリジナル鶏卵を使った加工商品の開発により、鶏卵相場に依存しない安定した消費を確保したい。

○商工業者

無限大の種類がある洋菓子に特徴のあった商品開発により差別化を図りたい。

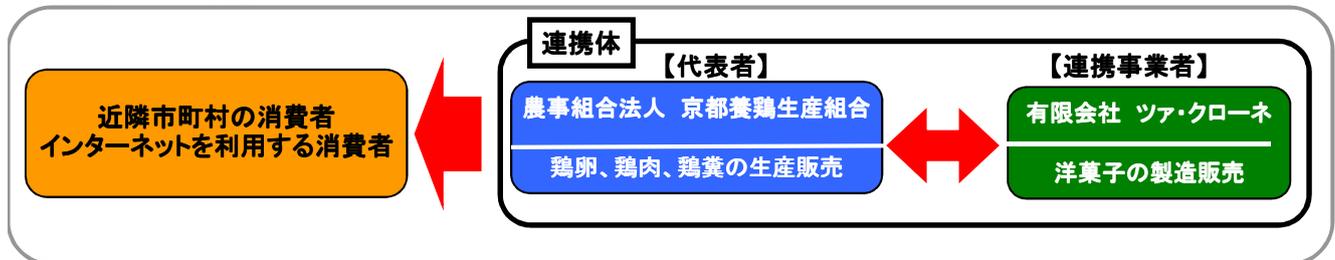
【他の商品との違い】

今回利用するオリジナル鶏卵は、卵黄色が薄いレモン色で、加熱すると白色に仕上がる特徴がある。これを洋菓子に活かすことにより、他にはない新たな商品の創造が可能となる。

おしろいろーる・おしろいぷりん



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

オリジナル鶏卵を使った6次産業化

鶏卵相場に依存しない安定した消費を確保するための加工商品の開発に向け、地域で洋菓子の製造、販売の実績を有する商工業者との連携を進めることにより、6次産業化への深化が期待できる。

中小企業者

京都らしい新商品による販売力の強化

こだわりのある高級なケーキ類を製造するためには高品質かつ新鮮な鶏卵の確保が不可欠である。また、農業者が開催する青空市場での販売により自社店舗と違うお客様の気持ちに体感でき、今後の洋菓子づくりに活かすことができる。

目指せ！メジャー「宇治茶インスタントティー」

府内産荒茶を茶市場にて府内業者へ販売している農業団体とお茶の加工品、粉末清涼飲料商品を企画提案している加工食品卸売業者が連携し、宇治茶100%で高級な「インスタントティー」の新規開発・販売を行い、宇治茶の需要拡大を図る。

農林漁業者

全国農業協同組合連合会京都府本部

〈京都市南区〉

中小企業者

株式会社 宗新

〈宇治市〉

【連携のねらい】

○農業者

リーフ茶からの切り替えではなく、ペットボトルに代わる新たな商品を作ることによって、宇治茶の安定した消費を確保したい。

○商工業者

宇治茶に特化した商品企画販売による事業の広がり。

【他の商品との違い】

宇治茶の高級茶としてのイメージを発揮し、携帯性・保存性に優れ、茶器不要で本格的な宇治茶をだれでも同じ香味で味わえる商品となる。

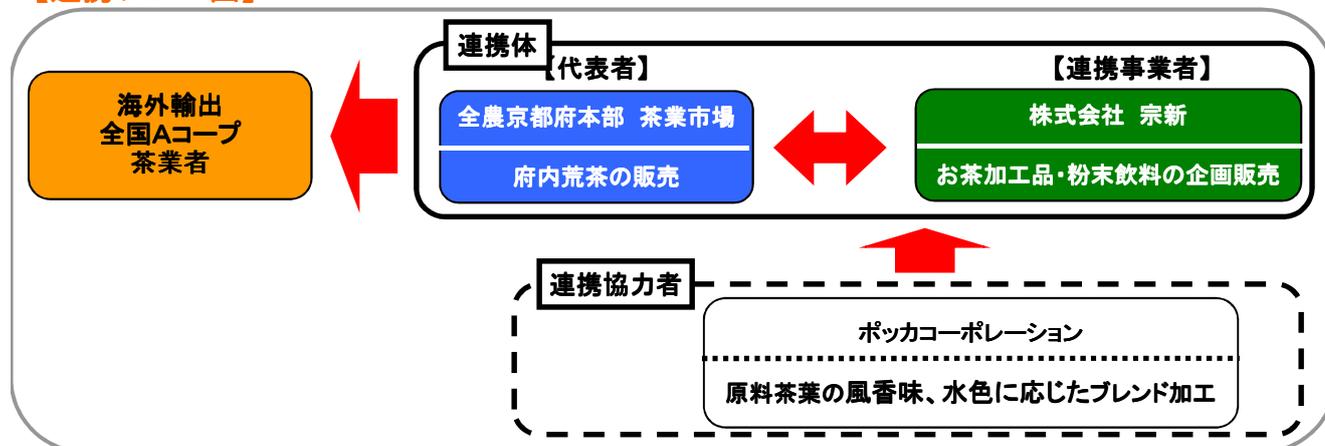


インスタントティー煎茶



H24.4.20 たわわ朝霧での販売

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

高級感あふれ香味豊かな宇治茶インスタントティーによる消費拡大

生産量は少ないが、高品質に支えられ高いブランド力で評価されている宇治茶の新たな商品として開発し、市場相場の安定と茶生産農家の所得安定に結びつける。

中小企業者

宇治茶の加工品・粉末清涼飲料の取り扱いの広がり

宇治茶の有する高級感を引き出す加工商品づくりの成功により、宇治茶に特化した商品企画提案力の広がり期待できる。

京都産黒米「武士米」のブランド確立と新商品開発事

古代米の一種である黒米の「武士米」を、近隣高等学校の生徒と共同でブランド化をすすめる農業者と京都市内で飲食店を展開する中小企業者と連携し、「武士米」を使ったお弁当や、おにぎりといったカジュアルフードを中心に商品開発を行い、地域の特産品化を目指す。

農林漁業者	中嶋農園 代表 中嶋直己	〈京都市〉
中小企業者	有限会社京フーズ	〈京都市〉
連携参加者	府立京都すばる高等学校	

【連携のねらい】

○農業者

「武士米」をおいしく食べるための工夫を栽培技術だけでなく、消費者嗜好の把握も図りながら、ブランド化を進めたい。

○中小企業者

地元産食材を使った手作りの商品の販売を行うことにより、新たな事業展開を図る。

【他の商品との違い】

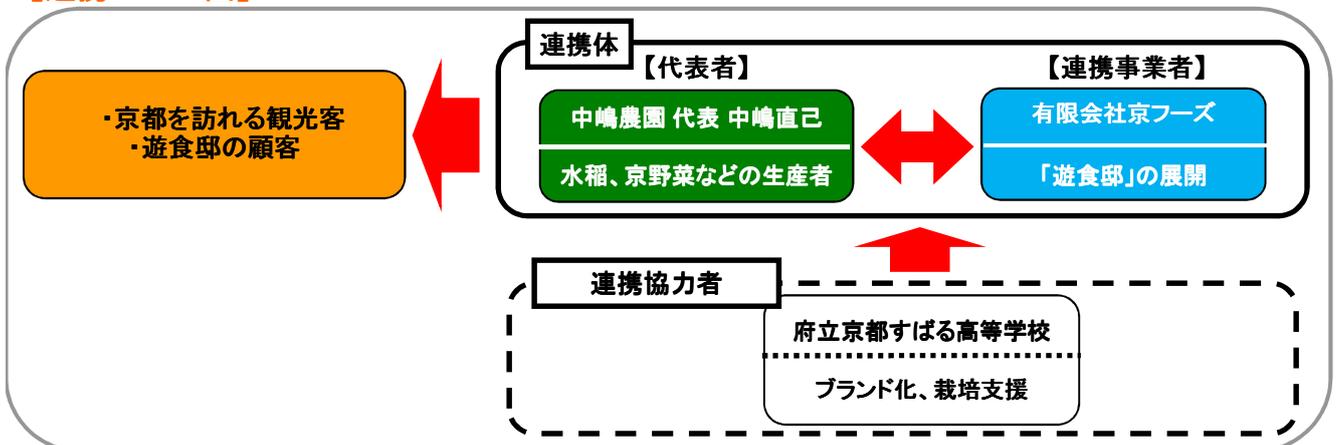
観光客をターゲットとした、京都でしか食べられない京風の「カジュアルフード」を目指しており、黒米を使ったものは他には見られない。



武士米サンドウィッチ

武士米を使った「おおきに京都弁当」

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者	地域の特産品化と自立したビジネスの確立
消費者ニーズを把握した「武士米」ブランドの確立により、自らが加工して販売する新会社の設立し、地域での就農支援、雇用促進を進めることができる。	
中小企業者	地元産の米、黒米、野菜を使った商品の開発と事業展開
地元産食材を用いた、手作り、無添加の「武士米サンドウィッチ」や「武士米弁当」の販売を通じて「より安全で安心な食品の提供」を進められた。将来的には農家レストランへの事業展開も期待できる。	

竹繊維炭を51%混入したフィルム事業による コンビニ弁当箱開発

林業団体が放置竹林を伐採して出した竹材から製造される竹炭・竹チップを、中小企業者が51%以上混入した粒状ペレットの製造を行い、この粒状ペレットよりフィルムを成型し、コンビニ弁当箱等の製品の開発並びに販売を行う。

農林漁業者	木津川市山城町森林組合	〈木津川市〉
中小企業者	有限会社イーティエイトク	〈京都市北区〉
連携参加者	同志社大学・株式会社白石バイオマス	

【連携のねらい】

○林業者

放置竹林の整備の促進と、伐採時に産出される竹材の有効利用を図りたい。

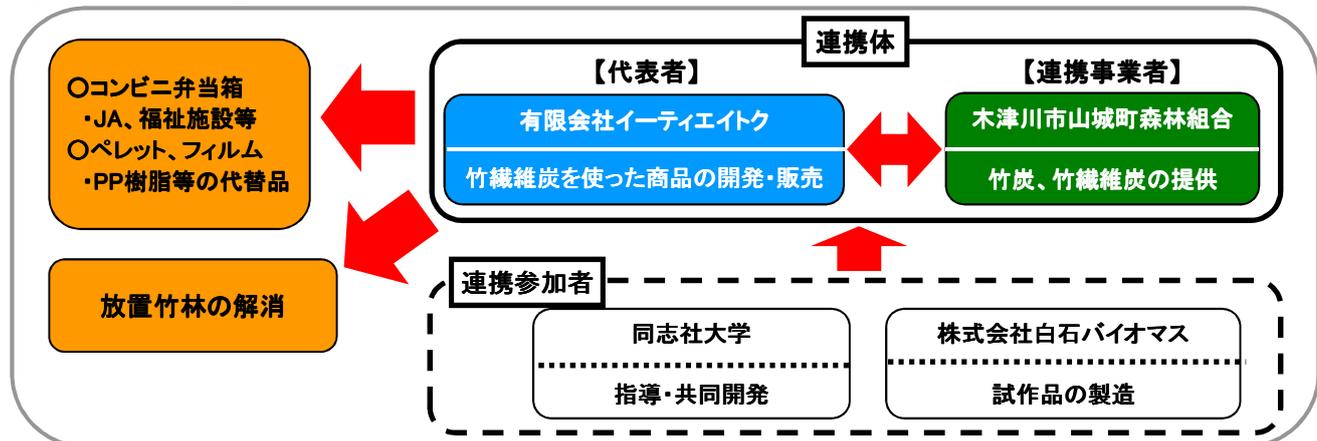
○中小企業者

竹繊維・竹炭を使った粒状ペレットとこのペレットから成型されるフィルムを原油高騰の影響によりコスト高となったPP樹脂の代替品として利用促進を図りたい。

【他の商品との違い】

竹繊維市場は現在ゼロに近く、竹繊維や竹炭が混入したペレットやフィルムから成型される商品についても少ない。

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

放置竹林の解消と雇用の創出

竹炭、竹繊維炭の需要増に伴い、放置竹林の整備が進むとともに、森林組合の新たな収益事業として期待でき、雇用の創出にもつながる。

中小企業者

原料の安定確保による製品の安定生産と事業拡大

原料となる竹炭等を確保することができ、安定した生産が可能となる。また、コンビニ弁当箱以外にも、建材や精密機器梱包材等様々な用途で活用できることから事業拡大が期待できる。



賀茂茄子を使った商品開発により賀茂茄子の消費を全国に広める

京都の伝統野菜である賀茂茄子生産者グループと全国の百貨店で京料理屋を展開している中小企業者とが連携し、賀茂茄子を使った付加価値の高い商品を開発、販売することにより、賀茂茄子の消費拡大と生産振興を目指す。

農林漁業者

上賀茂特産野菜研究会

〈京都市北区〉

中小企業者

株式会社美濃吉食品

〈京都市中京区〉

【連携のねらい】

○農業者

賀茂茄子の全国的な認知度を向上させ、消費の拡大を図ることにより、販売額の増加を図りたい。

○中小企業者

付加価値のついて、新商品の開発、販売により売上の増加を図りたい。

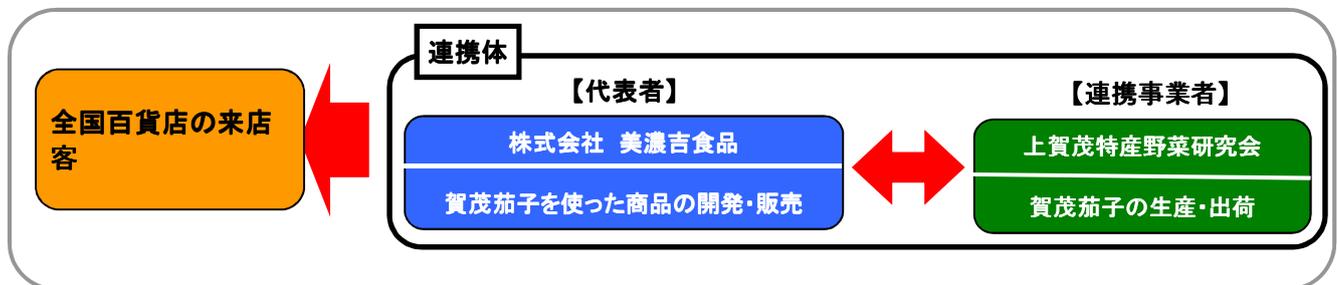
【他商品との違い】

百貨店売場内に店内厨房を保有しているため、顧客の目で調理した商品を陳列、販売することができる。

【連携フロー図】



賀茂茄子の味噌漬け



【連携による効果】

農林漁業者

生産者の所得の向上と賀茂茄子の認知の拡大

中小企業者の全国的な販売網を活用することにより、賀茂茄子の認知度拡大が期待できる。また、規格外品を含めた賀茂茄子の販売拡大が可能になることにより、生産者所得の向上が期待できる。

中小企業者

顧客の拡大とブランド力の増強

高付加価値商品の開発、販売により新たな顧客の創造と、自社ブランド力の増強による売上の拡大が期待できる。

京都府産柚子を活用した地場サイダーの開発と まちづくり、観光事業との連携

地元京都産の産品生産を検討していた商業者がまちづくりビジョン推進協議会の農業者と連携し、地域の放置柚子を活用したサイダーの製造販売を行い、地域の観光資源と相乗効果をもたらすような産品づくりを図る。

農林漁業者

保津町まちづくりビジョン推進会議

〈亀岡市〉

中小企業者

柑橘館 河田商店

〈京都市右京区〉

【連携のねらい】

○農業者

地域の観光資源を活用し、川まちづくりと併せた産品づくりを地域に埋もれた農産物である柚子で実現したい。

○商工業者

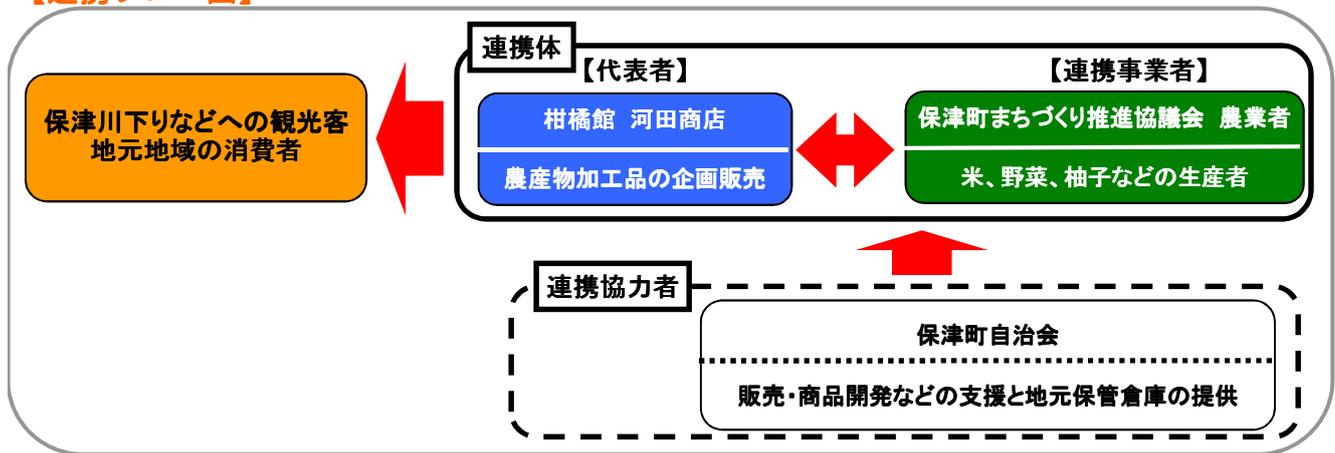
地域や農業の発展に貢献できる取組を通じて、単なる京都産だけではなく物語のある魅力あふれる商品を開発したい。

【他の商品との違い】

地域の観光資源を活かし、旅先での臨場感が味わえる飲料、地域性を十分に表現した飲料であり、京都らしい地サイダーとして他に類する商品はない。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

まちづくりにつながる産品の開発

地域の資源を活用したまちづくりに向けて、地域農業の貢献を掲げ食品企画・販売実績を有する商業者との連携により、地域に根ざした産品の開発が大いに期待できる。

中小企業者

物語性のある京都産品の開発による収益力の向上

地元の観光資源の保津川を中心とした地域づくりとの連携により、地サイダーとして販売に有利な物語性の展開を図れる。

京野菜おやき等の開発及び販売

品目ごとにグループ化し、質の高い京野菜を生産する農家と農業生産、加工、販売を行っている農業法人が連携し、生産者の顔が見えるおやき等の加工品を開発、販売を行うことにより、京野菜の生産拡大・販売促進を図るとともに、中小企業者の経営拡大を図る。

農林漁業者	京都農人クラブ	〈京丹後市他〉
中小企業者	こと京都株式会社	〈京都市〉
連携参加者	kyotoインタープライズ株式会社	

【連携のねらい】

○農業者

生産する野菜の高い品質が評価される供給先を創出することにより、京野菜の生産拡大と更なる経営の拡大を図りたい。

○商工業者

京野菜ブランドにさらに生産者の顔が見えることによる付加価値を高めた商品の開発、販売により幅広い経営展開を図りたい。

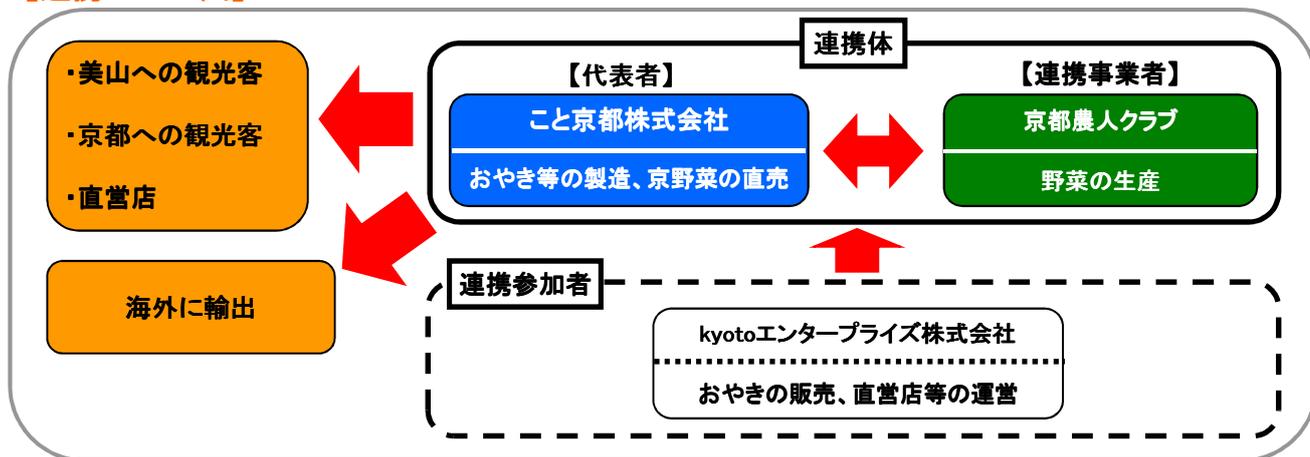


商品イメージ

【他の商品との違い】

京都産野菜の品目ごとのグループ化により、供給が安定し、販売交渉力が上がる。このような野菜を使用した生産者の顔が見える加工品は他には無い。

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

京野菜の作付拡大と独自ブランドの確立

安定した供給先の創出により、京野菜の作付面積の拡大が見込める。また、農業者自らが付加価値を高めることにより、生産する京野菜の「京農人」ブランド化が期待できる。

中小企業者

京野菜の販売拡大と販売拠点の設置による販路拡大

直売所にて京野菜や京野菜を使ったおやきの販売を行うことにより、京野菜の販売拡大並びに販路拡大が期待できる。