

伝統野菜の田辺ナスを 塩麹と一緒に休寺納豆で漬け込んだ漬物の開発・販売

地元野菜を使った漬物の製造販売者と京田辺市で農業を営む1ターンの若手農家が連携し、地元伝統野菜の田辺ナス（小ナス）と全国的に知られる「一休寺」の納豆などを使って新商品開発を行い、京田辺ブランドとして販売を図る。

農林漁業者	みぬま農園 三沼亮士	〈京田辺市〉
中小企業者	京漬物匠 岡之園	〈京田辺市〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

田辺ナスの契約栽培により安定的な所得を確保するとともに、将来の規模拡大につなげたい。

○中小企業者

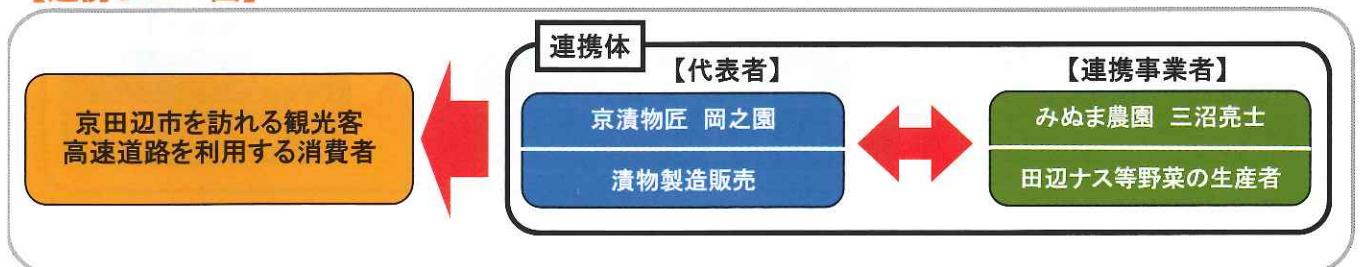
地元野菜を安定的に確保し、地域の観光資源を活用した特産物開発により、地域の振興と合わせて販売拡大を図りたい。

【他の商品との違い】

京田辺市の観光名所「一休寺」の特産品である「一休寺納豆」を利用して漬け込む「一休寺漬けこなすちゃん」は、他にはない地域性豊かな新たな商品となる。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

安定した農業基盤の確立

新規就農者が安定した出荷先を確保することにより、経営基盤の安定や規模拡大を目指すことができる。この取り組みを通して農業の後継者不足、高齢化が進む地域の伝統野菜の产地維持を図ることができる。

中小企業者

地元の特徴を活かした新商品による販売力の強化

常に新しいものが求められる高速道路の売店市場にあって、地元の特産品を使うことにより地域性を持った漬物開発が可能となり、特徴のある新商品の製造と地元での安定した販売が期待できる。

京都産丹波黒大豆をキノコで発酵させた 生活習慣病予防健康食品の開発

精華町で発酵健康食品の開発を行う中小企業者と京丹波町で黒大豆を生産する農業者が連携し、黒大豆の規格外品を有効活用した生活習慣病の予防機能を有するキノコ発酵食品を開発して販売する。

農林漁業者

有限会社オアシスランド

〈京丹波町〉

中小企業者

機能性発酵研究所株式会社

〈精華町〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

京丹波町特産の黒大豆の生産時にでてくる規格外品の有効活用策として、需要拡大が期待できる。

○中小企業者

ポリフェノールを多く含む黒大豆をキノコで発酵させた健康食品を開発して、通販などを通して全国の消費者へ販売する。

【他の商品との違い】

黒大豆をキノコで発酵させた健康食品は他にはない。また、生活習慣病の全てのフェーズに直接アプローチする点で他の生活習慣病予防健康食品とは差別化され、優位性を有する。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

規格外黒大豆の用途開発による付加価値化

黒大豆の規格外品はきな粉などの限られた利用しかなく、これまで安価で取引されていた。当該事業の製品に使用されることで新たな用途開発ができ、需要拡大が期待できる。また、農業者が破碎加工まで対応することにより更なる付加価値を付けることができる。

中小企業者

健康食品分野における新たな京都ブランドの確立

特産の黒大豆を使用することで健康食品分野初の京都ブランドを確立して、当事業の製品の販売拡大を期待できる。

京都発・機能性「胡麻と抹茶、胡麻若葉」の商品開発プロジェクト

機能性胡麻、国産胡麻、胡麻若葉を販売している中小企業者と茶農家が連携し、健康価値を持たせたスナックを商品化し、健康意識の高い国内需要だけなく、京都の発信力を活かし海外（香港）での販売も目指す。

農林漁業者

和茶園 植田修

〈和束町〉

中小企業者

株式会社わだまんサイエンス

〈京都市中京区〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

和束町で新規就農し、3年が経過したが販路が限られているため、加工品を通じて新たな販路を確保し安定した経営につなげたい。

○中小企業者

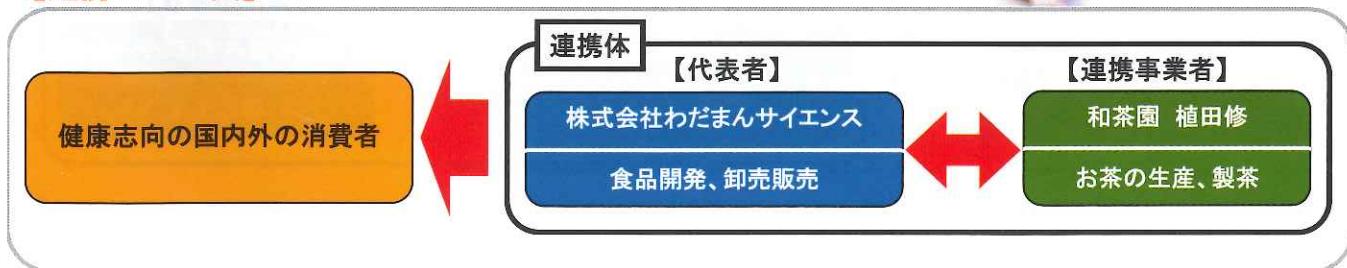
胡麻の健康効果による商品化を手がけてきた。今回、宇治茶農家からお茶の供給をうけることにより、京都ブランドとして商品の発信力を高めたい。

【他の商品との違い】

抹茶は生菓子、和菓子では定番の風味素材で多くの商品が存在しているが、この取り組みでは味覚価値だけでなく栄養価値を表示し、機能性を強調する商品開発を行う。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

こだわりのお茶づくりをさらに進める

無農薬の抹茶やカテキンを多く含むお茶づくりを行っており、今回の連携を通じて胡麻の絞り粕を茶園の肥料として新たに投入することとなった。これにより、茶の収量増だけでなく品質の向上も期待できる。

中小企業者

発信力の強化と新商品開発による販売力の強化

胡麻の健康効果と宇治茶ブランド商品の発信効果だけでなく、胡麻の絞り粕で育てたお茶の供給が進むことにより環境面での発信効果も期待できる。また、胡麻若葉の栽培による連携も始まり、今後、新たな商品開発の可能性も期待できる。

京都府特産品としての卵づくりと 産卵率向上の環境づくり

こだわりの鶏卵を生産・販売する養鶏会社と健康関連商品を製造・販売する会社が連携し、両社の独自技術を融合させることにより、健康な鶏から産まれる美味しい安全なこだわり卵を商品化し、自社の直営店等で販売する。

農林漁業者	有限会社みずほファーム	〈京丹波町〉
中小企業者	ファイテン株式会社	〈京都市中京区〉

【連携のねらい】

○農業者

卵価が低迷する中、付加価値のある卵を生産して収益を確保したい。

○中小企業者

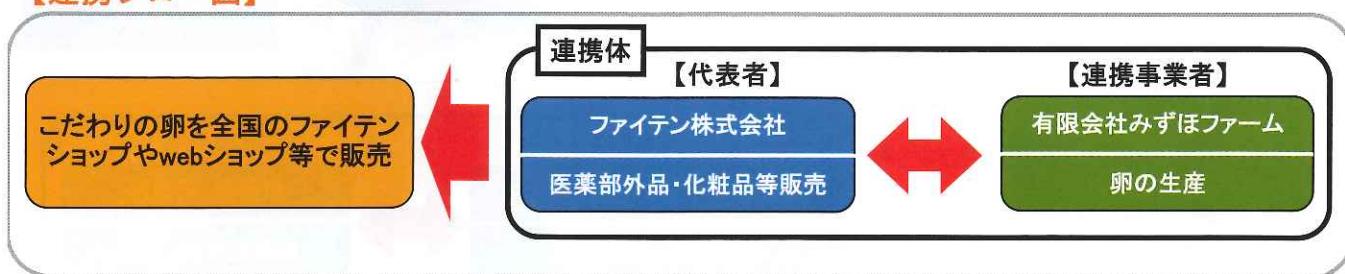
健康に関する自社の独自技術を養鶏とコラボレーションすることにより、美味しい安全な卵を生産して販売したい。

【他の商品との違い】

みずほファームの「葉酸たまご」をベースに、カキ殻等を加えた独自の配合飼料、ファイテンの独自技術で浄水した水、万全の衛生管理を通して、安心・安全・健康の3つにこだわった美味しい卵が完成。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

特色のある卵の生産による収益の向上

競争が激しい養鶏業界の中で農商工連携に取り組むことにより、新たな特色ある卵を生産し、ファイテンがもつ流通網に乗せることによって、有利で確実な販売が期待できる。

中小企業者

自社の技術を活かした新たなアイテムづくり

独自技術で製造され、人気商品の一つである「ファイテンの水」をもとにして作られた機能性の高い卵（一般的な卵の約2倍の葉酸と亜鉛含量の増加）を販売することにより、顧客の更なる広がりが期待できる。

京都産野菜を用いたピクルスの試作品製造及びテスト・マーケティングの実施

京都産米や京都産野菜の斡旋、販売をしている中小企業者と利用権設定で集約した21haの農地を大型機械で営農する農事組合法人が連携し、収穫期に応じた様々な京都産野菜を使ったピクルスを試作し、首都圏での販売など新たな販路開拓を図る。

農林漁業者

農事組合法人 木喰の郷 もろはた

〈南丹市〉

中小企業者

株式会社 京人フレンズ

〈京都市中京区〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

高齢者が保有する農地の受け皿となって農地集積を進めてきており、付加価値の高い野菜生産と独自の販路拡大により安定した販売を確保したい。

○中小企業者

米、野菜等の食材提供だけでなく、京都の食文化情報と併せた商品発信により販売を拡大したい。

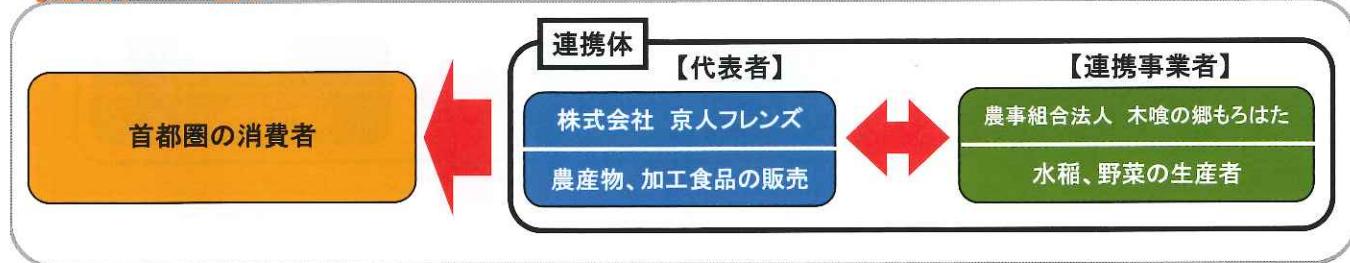
【他の商品との違い】

従来のピクルス素材として利用されていない京都産野菜を使うことにより、他にはない新たな漬物商品となる。また、ピクルスという点でも京漬物とも仕分けできる。



京人ピクルス

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

計画的な生産確保と新たな雇用拡大への期待

付加価値の高い野菜などの計画的な生産に取り組むことができるとともに、京人ピクルス販売の拡大に応じて出荷野菜の一次加工など地域が担う役割の拡大も期待できる。

中小企業者

京都食文化の発信による販売力の強化

生産者と一緒に野菜の収穫期に応じた試作スケジュールを調整することで、年間を通じた精度の高い生産、販売計画が立案できる。また、連携体での催事販売促進活動を予定しており、首都圏での京都食文化情報の発信力が期待できる。

安心安全「京野菜キムチ」で 旬の美味しさお届けプロジェクト

韓国製の瓶を用いた昔ながらの乳酸発酵によってコマツナ等の旬の京都野菜でキムチを製造し、科学的データ（旨み成分、乳酸菌数）を示すことにより他商品との差別化を図り、関東圏を中心とした全国の高級スーパー、百貨店等に販売する。

農林漁業者

富沢農園

富沢崇志

〈南丹市〉

中小企業者

株式会社 新世

〈京都市西京区〉

【連携のねらい】

○農林水産業者

新規参入した若手農業者にとって新規品目の栽培はリスクがあり、企業と連携して需要の開拓をしたい。

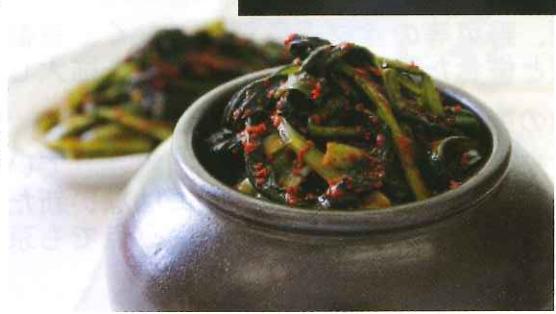
○中小企業者

地元産野菜を使って年間を通してこだわりの京野菜キムチを販売したい。

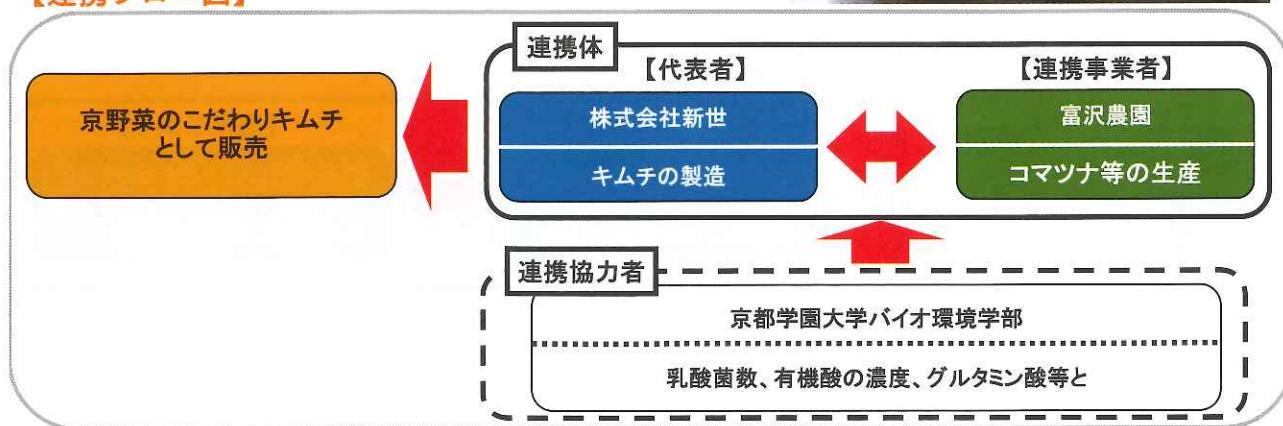


【他の商品との違い】

液付けキムチが主流となる中で、味や栄養価の面から乳酸発酵にこだわることと、キムチ専用に収穫時期等を調整したコマツナ等を使用することにより、他商品との差別化を図っている。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

商品開発のノウハウの取得と安定した販路の確保

商品開発のノウハウを学んだり、全国規模での安定した販路を確保することにより、地域の若手を代表する農家の1人である自身が生産する農産物のブランド化や地域の農家のネットワーク化につながることが期待できる。

中小企業者

農業者や大学との連携による商品力の強化

地元の農家と連携することにより、生産段階からキムチの材料として使うことを前提にした（市場出荷する商品とは違う）様々な野菜を入手することが可能となり、特徴ある商品づくりが期待できる。また、京都学園大学との連携により科学的な根拠をもってキムチのおいしさを表現することができ、商品のPR力が向上する。

狩猟、有害鳥獣として駆除した野生鹿、猪肉のペットフード開発・製造及び販売

狩猟や有害鳥獣駆除で捕獲された鹿や猪の肉を解体、精肉し、食品衛生法に基づく設備基準に適合した加工施設で添加物等を使用しないソーセージ等に加工することにより、家族同様に犬を可愛がる愛犬家に「おやつ」用のペットフードとして販売する。

農林漁業者

川原 浩敦紀

〈京都市西京区〉

中小企業者

株式会社ART CUBE

〈京丹波町〉

【連携のねらい】

○農林水産業者

鹿や猪は有効活用が難しく、販路も限られている。

○中小企業者

ドッグフード事業への進出は、本業である中山間地域への定住事業での課題（獣害対策）を解決する手段の一つとなる。

【他の商品との違い】

鹿肉を使ったペット用のソーセージはめずらしく、また、衛生上、人が食べても安全なレベルでの生産を目指しているため、犬を家族と同様に考える愛犬家に対して安心感のある商品の提供が可能となる。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

有害鳥獣駆除における狩猟者の所得向上

食肉の販路が限られることなどから狩猟者にとって有害鳥獣駆除が事業として成り立っていく中、新たな販路の確立が期待できる。また、ペットフードは通常の食肉利用よりも多くの部位を活用することができ、狩猟者の所得向上が期待できる。

中小企業者

獣害被害の増加をビジネスチャンスに転換

中山間地域での獣害被害の増加をビジネスチャンスとしてとらえ、従来の食用としての活用からマーケットボリュームがより大きいペットフードとしての活用を目指した商品づくりを通して、地域資源の有効活用や雇用の創出を目指すなど、地域の活性化が期待できる。