

# 京の肉及び宇治茶や京野菜を使用した『京尽くしレトルトカレー』の開発・販売

府内農畜産物を集荷、販売する農業団体である全農京都府本部と食肉卸業を営む（株）サノ・コーポレーション（中小企業者）が連携。「京の肉」「京野菜」「宇治茶」など、すべて京都産を使った「こだわり」レトルトカレーを製造する事で、京都産食材の良さをアピールし、府内農畜産物の価値を高める

農林漁業者	全国農業協同組合連合会京都府本部	〈京都市〉
中小企業者	(株) サノ・コーポレーション	〈京都市〉

## 【連携のねらい】

### ○農林漁業者

集荷する府内農畜産物を食材に、レトルトカレー食品を開発し消費の拡大を図る。

### ○商工業者

連携先より食材の供給を受け、レトルトカレーを製造することで収益拡大を図る。

## 【他の商品との違い】

競合する商品はたくさんあるが、京都産の大きな肉が入るなど、「京都府内産」と「素材」にこだわり、「京づくし」というプレミア性とトレザビリティーを明確にした信頼性を合わせてPRすることができます。



## 【連携フロー図】



## 【連携による効果】

### 農林漁業者

レトルトカレー食品の開発販売で府内産農畜産物の消費拡大

連携先の良質な京都産肉を使用し、京都産食材にこだわったレトルトカレーを開発することにより、京の肉の知名度アップと合わせて府内産農産物の消費を拡大していきたい。

### 中小企業者

新たにレトルト食品用として食肉の取扱いが増加する

連携先とのレトルトカレーの開発により、京の肉の知名度向上が期待でき、取扱商品の販売促進や新たな加工用途の確立が期待できる。

## パープルスイートロード（紫芋新品種）の新製品開発と販路拡大

亀岡市内で紫芋（パープルスイートロード）の栽培・加工品作りを行っている（株）三煌アグリブレーンシステムが、京都市内で印刷業及び企画関連業を営む（株）大円と連携し、インターネット、展示会や催事などを通して、紫芋の販路確立と加工品の多様化を行い、京都特産としてブランドを確立していく。

農林漁業者

株式会社三煌アグリブレーンシステム

〈亀岡市〉

中小企業者

株式会社大円

〈京都市〉

### 【連携のねらい】

#### ○農林漁業者

京都特産として紫芋のブランディングを行い、全国展開して販路を拡大したい。

#### ○商工業者

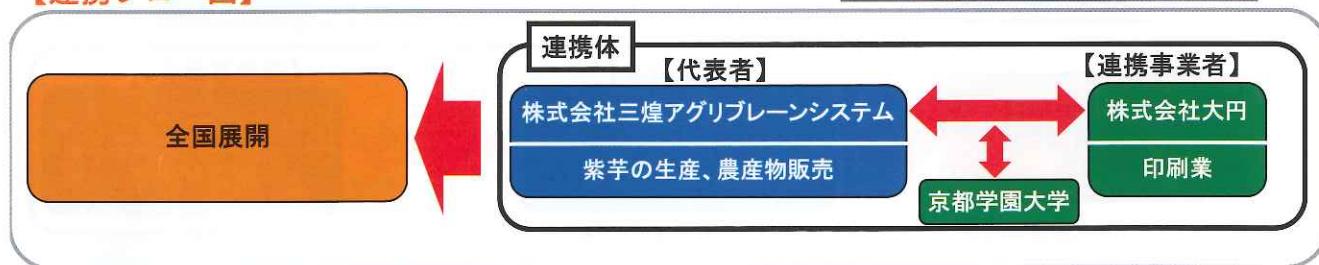
企画力を活かして、新しい加工製品の開発、販売ルートの開拓を行いたい。

### 【他の商品との違い】

品種改良されたパープルスイートロードは従来の紫芋品種より糖度・食味・旨味に関して非常に優れしており、その加工品についても十分な優位性を有する。



### 【連携フロー図】



### 【連携による効果】

農林漁業者

高付加価値農業加工品の開発

パープルスイートロードは抗酸化作用のあるアントシアニンを豊富に有するのが特長である。その特長を活かして市場の健康志向ニーズにマッチした加工品の開発を行うことにより、加工品の高付加価値化を期待できる。

中小企業者

農産加工品のブランディング手法の確立

市場ニーズを考慮した製品の開発、ロゴやパッケージなどのデザイン開発、インターネットを利用した販売などの新規販路開拓による農産加工品のブランディング手法の確立が期待できる。

# 京都府（綾部、亀岡、水尾）産の未利用ユズ皮を使った商品の開発と販売

京都市で食品製造・卸業を営む中小企業者と綾部市等でユズの栽培を行っている農業者が連携。果汁を搾りたあと廃却されていたユズの皮を原料とした和菓子・洋菓子を開発して「京都産の原料を使った商品」として販売し、京都産ユズの知名度向上を目指す。

農林漁業者	京都柚子の会	〈綾部市〉
中小企業者	柑橘館：河田商店	〈京都市〉

## 【連携のねらい】

### ○農林漁業者

従来廃棄されていたユズの皮を食材として使用することで、新たなユズの利用方法を模索できる。

### ○商工業者

京都産の農薬不使用のユズが原料であることをPRすることで販路の拡大が期待できる。

## 【他の商品との違い】

京都のこだわり食品、ギフト商品という意味では他にも商品があるが、農薬不使用で皮まで安心して食べられる京都産ユズを使用する点で他の競合商品と差別化できる。



## 【連携フロー図】



## 【連携による効果】

### 農林漁業者

### ユズ皮の新たな利用法の確立による収入の増加と地域活性化

ユズ皮の新たな利用法の確立により廃棄量が減るとともに、販売収入の増加が見込まれ、ユズの知名度向上と合わせて地域の活性化につながることが期待される。

### 中小企業者

### 京都産ユズのブランド力による販路と販売の拡大

京都産ユズのブランド力により、当初の百貨店やギフト販売会社だけではなく海外への販売、観光客への販売といった新規販売ルートの開拓とそれによる販売の拡大が期待できる。

# 茶園の食べるお茶！ お茶を飲むように楽しめるソフトキャンディの商品化

京都市で青果物卸・食品製造を営む中小企業者と相楽郡和束町でお茶の栽培を行っている農業者が連携。京都の老舗茶園の茶葉を使った香り高いパウダーとソフトキャンディを組み合わせた新感覚のスイーツを作り、国内のほか海外も視野に入れて販売する。

農林漁業者	京和あずま株式会社	〈相楽郡和束町〉
中小企業者	有限会社市與	〈京都市〉

## 【連携のねらい】

### ○農林漁業者

従来のお茶製品と事業で開発するソフトキャンディを組み合わせてシリーズ化することで販売拡大を狙える。

### ○中小企業者

手作りにこだわった京都ブランド製品のラインアップを増やすことができる。

## 【他の商品との違い】

お茶を使用したスイーツは他にもあるが、茶園の名前をオリジナルブランドとして飲むように楽しめることをコンセプトにしたソフトキャンディは他にはなく、新規性と優位性を有する。



## 【連携フロー図】



## 【連携による効果】

### 農林漁業者

お茶を使ったオリジナル加工品により利益率を高める

オリジナル加工品の製造販売が増えることで利益率の高いビジネスが可能となる。

### 中小企業者

京都ブランド力の高い製品の開発

生産者と共同開発を行うことで、良質の抹茶等を原料として使ったオリジナル性があり京都ブランド力の高い製品を作ることができる。

# 放置間伐材を活用した戸建住宅基礎地盤補強工法

京都市伏見区で総合建設業を営む協栄建設（株）と綾部市で郷有林の管理を行う地縁団体志賀郷地区自治会連合会が連携し、利用されずに山林に放置されている直径14cm以下の小径間伐材を木杭として活用した戸建住宅の基礎地盤補強工法を開発する。

農林漁業者

地縁団体 志賀郷地区自治会連合会 〈綾部市〉

中小企業者

協栄建設（株）

〈京都市〉

## 【連携のねらい】

### ○農林漁業者

放置間伐材を住宅基礎地盤補強資材として活用できることで、商品価値が生まれ林業経営の収益が改善する。

### ○商工業者

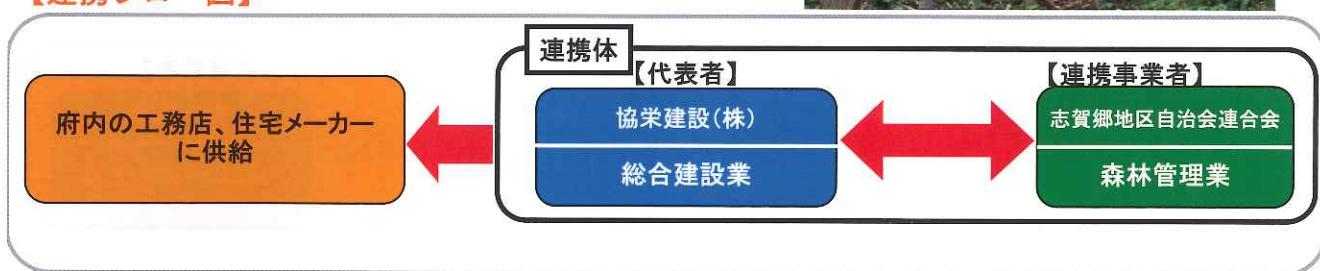
低コストの住宅基礎地盤補強工法を開発し事業の拡大をめざす。

## 【他の商品との違い】

既存のセメント等の固化材等を用いた工法は幾つかあるが、従来品より補強深度が深く、軽量で施工性、経済性に優れた木杭はコスト低減を実現でき、撤去も容易である。



## 【連携フロー図】



## 【連携による効果】

農林漁業者

森林資源の活用、林業経営の収益改善

連携先による森林作業道作設と小径間伐材の商品化により、長期で持続的な森林資源の活用、林業経営の収益改善が期待できる。また、単なる材料供給ではなく、間伐材の防腐加工等を農林漁業者側で行うため、収益性の向上が見込まれる。

中小企業者

住宅基礎地盤補強工法開発に向けた原材料の安定的調達

小径短尺木杭を活用した低コストの住宅基礎地盤補強工法を開発、工事受注が可能になると原材料の安定的調達が確保されて事業の拡大、経営の安定をもたらす。

# 宇治田原特産つるの子柿の皮を活用した 抗酸化食品の開発

食品中抗酸化性物質の検索と抗酸化食品の開発を行う中小企業者と宇治田原町特産の古老柿（干し柿）を生産する森口農園が連携。古老柿の生産過程で廃棄されるつるの子柿の皮を粉末化した抗酸化食品（生体組織を傷つけ、老化や発ガンの促進に繋がる活性酸素種を消去する抗酸化性物質を多く含む食品）の開発と効果的な摂取方法の提案、販売を目指す。

農林漁業者	森口農園	〈宇治田原町〉
中小企業者	合同会社京都抗酸化食品開発研究所	〈宇治市〉

## 【連携のねらい】

### ○農林漁業者

廃棄していた柿の皮に新たな利用価値が生まれ、所得の向上が期待できる。

### ○(中小企業者)

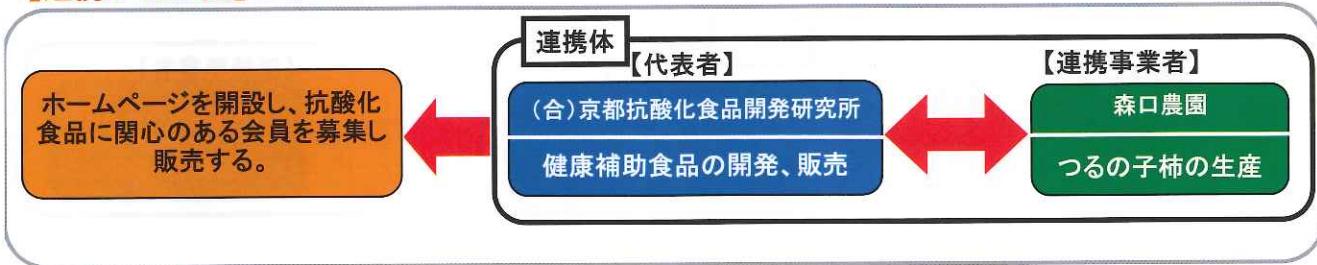
農産物の中でも特に抗酸化度が高く、地元の特産品であるつるの子柿の皮を使用し、新たな商品開発を目指す。

## 【他の商品との違い】

多くの健康食品が出回る中で、体内で発生した活性酸素種を消去する抗酸化食品は今後注目される分野であり、柿の皮を使った商品は見当たらない。また、体内的抗酸化度検査も独自サービスとして提供するため、摂取効果を数値で確認することができる



## 【連携フロー図】



## 【連携による効果】

### 農林漁業者

廃棄されていた柿皮を有効活用ができ、所得の増加が見込まれる

従来廃棄されていた渋柿の皮を一次加工（乾燥）することにより、健康補助食品の原料として供給することで、商品としての利用価値が生まれ、所得の向上が期待できる。

### 中小企業者

健康補助食品開発のための原材料を安定的に調達できる

抗酸化食品の試作、商品開発に向けて近郊の農家から安定的に原材料となる柿皮を調達することができる。

また、抗酸化性物質の含有量を向上させる栽培法の確立や乾燥方法の開発を農家と協力しながらできるなど、安全で質の高い原材料の調達が可能となる。

## こだわり京北野菜を利用した 「土」と「森」の融合メニュー試作開発事業

京都市右京区京北で野菜等を栽培する上野農園が、同地区でレストランを経営するローズカフェと連携。トマト、カボチャ、ホウレンソウなどの京北産野菜と野菜粉を使った京野菜パスタ、木こりさんの牛パスタ他、各種洋食メニューを開発して、京北名物として「ローズカフェ」や地域の道の駅にて販売する。

農林漁業者	上野農園	〈京都市右京区〉
中小企業者	ローズカフェ	〈京都市右京区〉

### 【連携のねらい】

#### ○農林漁業者

京北の野菜を食材とした食品の商品化により、農産物に付加価値を付け、需要拡大を目指したい。

#### ○商工業者

地元食材を使用した京北の名物料理を提供することにより顧客の拡大を図りたい。



### 【他の商品との違い】

京野菜の料理や、野菜のパスタなどは他にもあるが、京北産にこだわった商品は他にはない。また、エコファーマーである上野農園の野菜を地元のローズカフェが料理するといった生産者の顔が見える販売スタイルは他と差別化ができる。

### 【連携フロー図】



### 【連携による効果】

#### 農林漁業者

#### 京北野菜への注目度アップによる地域農業の活性化

商品が京北名物として浸透することにより、京北野菜が注目され、需要の拡大が期待できる。その結果、若手農家のモチベーションが上がり、地域農業の活性化に結び付く。

#### 中小企業者

#### 京北名物商品によるレストランの知名度アップ

当事業の商品が京北名物商品となることにより、レストランの知名度がアップして、新たな顧客獲得が期待できる。

## 規格外商品の有効活用 「京野菜のお茶、いかがどす！？」

修学院地域で京野菜を生産する中島農園が、嵯峨野地域で健康関連事業や広報、コンサルティング等の事業を行うAGサービス（株）と連携。規格外野菜（B級品）を原材料とした新しい加工商品を開発し、「農・食・健康」をテーマに、総合的プロデュースによる消費者層の掘り起こしと、販路拡大に取り組みます。

農林漁業者	中島農園	〈京都市左京区〉
中小企業者	AGサービス（株）	〈京都市右京区〉

### 【連携のねらい】

#### ○農林漁業者

堀川ごぼう、トマトを原材料供給し、加工商品を開発提案して販路拡大を目指したい。

#### ○商工業者

加工食品の消費動向リサーチや、広告宣伝、販路開拓等を目指したい。



### 【他の商品との違い】

既存のごぼう茶、中国産ドライトマトはあるが、京野菜というブランド力のある原材料を使いながらも、販売価格を抑え価格競争力を有する商品である。加えて、商品プロモーションで実績があるAGサービスが強みを発揮して販売促進を展開する。

### 【連携フロー図】



### 【連携による効果】

#### 農林漁業者

B級野菜を加工して有効活用、販路拡大で六次産業化へ

規格外とされた野菜を加工することで新商品（堀川ごぼう茶、トマト茶）を開発し、「京都ブランド」で販路拡大し、六次産業化へ発展させていく。

#### 中小企業者

「食・農」を「健康」というテーマでつなげて販路拡大

京野菜を生産加工する連携先の開発した商品を、販売企画の提案から販促物の作成を含めて販路開拓していく。