

伊根町特産「筒川そば」を使用した 若者・家族向け菓子開発事業

伊根町の特産品である筒川そばを生産する農業者と与謝野町の洋菓子を製造する中小企業者が連携。伊根町特産の「筒川そば」を使用して、幸せを呼ぶ菓子ポルポローネを「筒川そばのポルポローネ」と銘打って開発し、伊根町の新たな土産物として伊根町を訪れた若者や家族連れの観光客をターゲットに販売する。

農林漁業者	株式会社筒川そば	〈伊根町〉
中小企業者	パティスリー ヴァニージュ	〈与謝野町〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

地域の特産品として「筒川そば」の加工品の普及・拡大に取り組むことで、「筒川そば」のブランド地位の確立を図ることに加え、地元の活性化を図る。

○中小企業者

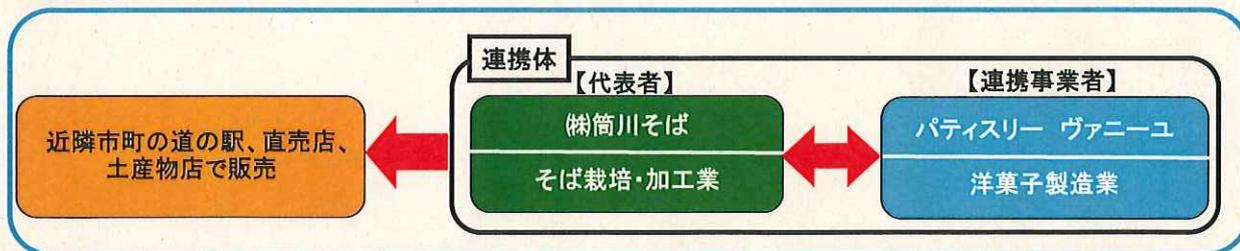
伊根地域の様々な特産品を活用したスイーツ作りを企画し、新たな伊根の土産物としての定着を図る。



【他の商品との違い】

伊根町内に地元産の菓子類や土産物は少なく、かつ長期保存が可能なものは無い。地元の特産品「筒川そば」を材料とした商品で、長期保存が可能な土産物を開発販売する。

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

伊根町の農業の活性化

「筒川そば」の買取価格の向上と加工部門での雇用拡大により、伊根町内の農業の活性化を図り、新規就農者の確保につなげることが期待できる。

中小企業者

伊根町の特産土産物として販売し売上増加

伊根町の特産土産物として、「筒川そば」を使用した「筒川そばのポルポローネ」を、近隣市町の道の駅、直売店、土産物店などで販売することで売上の増加が期待できる。

京都力を活かした京野菜等 世界ブランド化プロジェクトの展開

京都府農協青壮年組織協議会の輸出推進部会に所属する農業者と京都の和食文化などと共に京都府内産農畜産物のPRを実施する全国農業協同組合連合会京都府本部が連携。中国のマスコミ、政府関係者、シェフ等に府内産農産物のPRを実施し、将来的な輸出に向けた調査研究を行う。

農林漁業者	京都府農協青壮年組織協議会	〈京都市南区〉
中小企業者	全国農業協同組合連合会京都府本部	〈京都市南区〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

中国への農産物輸出は事実上できない中、JA全農京都の実施する文化力も活用した晩餐会において、京野菜等をPRする。

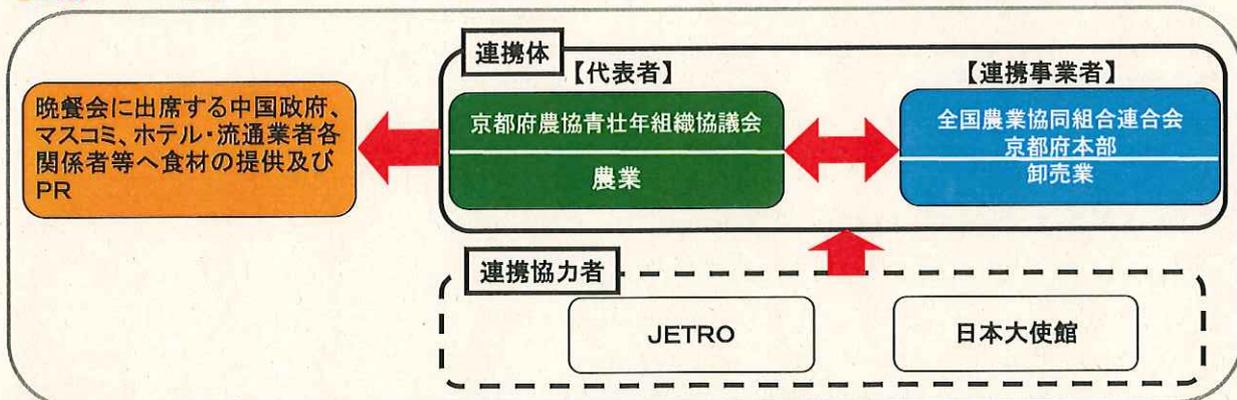
○中小企業者

中国で晩餐会を開催し、京都の和食文化などと共に京都府内産農畜産物をPRする。

【他の商品との違い】

農家がJA全農京都と連携して取組み、世界的に評価が高い京都のブランド力と文化力を活用して、京都の農畜産物売り込むことで、日本のマスコミに対して大きなPR効果が期待できる。

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

「京都力」で京の農産物を着実にPR

京の農産物を「京都力」で着実にPR。国内外でのPR効果も高く、ブーメラン効果による国内での売上増も期待できる。

中小企業者

京都府内産農畜産物のPRのため世界ブランド化を推進

京都府内産農畜産物のPRのため、中国市民レベルの食文化交流の実施、ホテル業界等と情報交換会の実施、在北京日本大使館経済担当やJETRO中国事務所との意見交換を実施する等の事業を展開する。更に、中国以外においても「京都力」を活かして農畜産物の輸出事業を有利に展開できる可能性のある国について、関係機関などと研究検討することで、効果的な世界ブランド化の取組が期待できる。

京の食材の新たな魅力を発信する飲食サービスの提供事業

京都府内産農畜産物の生産振興に努める京都農業協同組合と、農畜産物の販売力強化に取り組む全国農業協同組合連合会京都府本部が連携。旬の農畜産物をPR・提供する「みのりカフェ&みのる食堂」を高島屋京都店に出店する。

農林漁業者

京都農業協同組合

〈亀岡市〉

中小企業者

全国農業協同組合連合会京都府本部

〈京都市南区〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

地域生産振興、販売力強化を図る。

○中小企業者

販売力強化を図る。

【他の商品との違い】

京野菜だけでなく果物、肉、米、茶なども京都府内産にこだわった「オール京都」でメニューが構成されているので、他店と差別化することができる。また、農業協同組合が選別した高品質な食材は優位性がある。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

産地プロモーションで農家の生産意欲を刺激

京都の百貨店で京都府内産農畜産物の提供と産地プロモーションを行うことで、農家の生産意欲の刺激につながる。実需から需要のある新規品目の作付けに結び付き、地域の生産振興に寄与することが期待できる。

中小企業者

飲食店の直営で京都府内産農畜産物の販売増加につなげる

飲食店の直営という新たな事業に取り組むことで、店舗運営のノウハウを蓄積することができ、店舗数の拡大による売上の増加、京都府内産農畜産物の消費拡大による販売高の増加が期待できる。

京都丹波熟成ジビエ、鹿肉と猪肉の熟成肉の 新規開発と製造販売

京丹波町を活動拠点とする狩猟業者と福知山市で食肉処理加工をする中小企業者が連携。鹿肉と猪肉を熟成させる方法を新たに研究開発し、熟成ジビエ肉としてブランド化し販売を行う。

農林漁業者	株式会社ART CUBE	〈京丹波町〉
中小企業者	有限会社田舎暮らし	〈福知山市〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

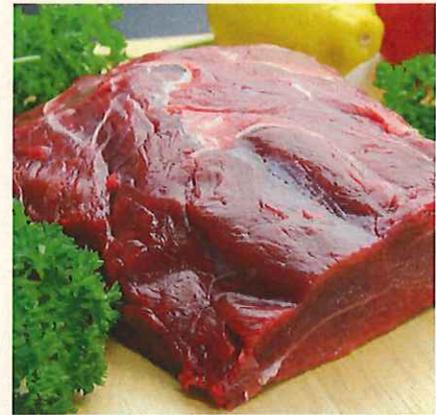
鹿肉と猪肉を食肉として安定した品質で供給ができるように、食肉向けの捕獲方法と衛生的な解体処理方法のブラッシュアップを図る。

○中小企業者

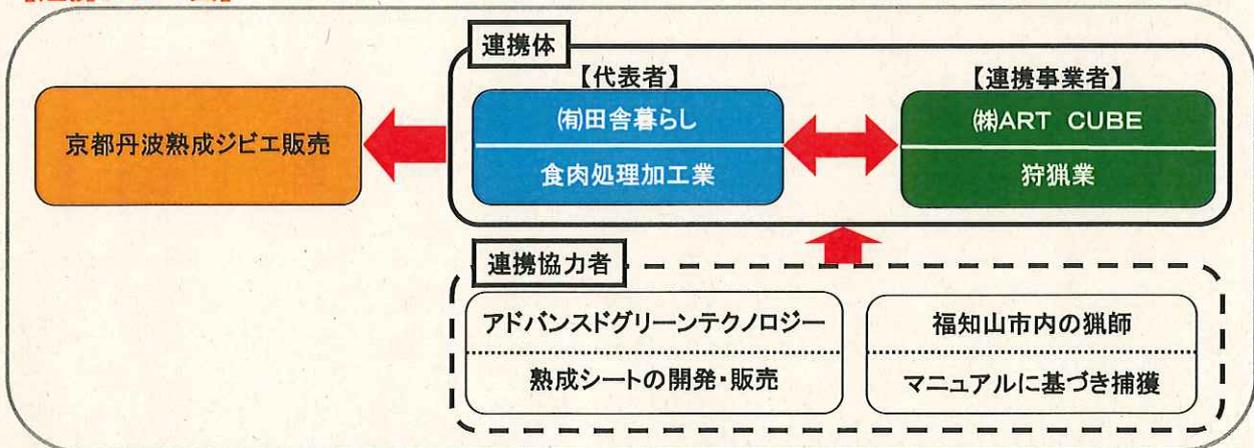
試作の熟成シートを使って鹿肉と猪肉の最適な熟成処理方法を研究開発することで事業化を図る。

【他の商品との違い】

熟成させたジビエ肉は、鹿肉及びイノシシ肉の本来の旨みを引き出すとともに肉に弾力性があり、ワンランク上の食肉を提供できる。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

野生のシカを、食べるための「地域資源」と捉え有効活用

中山間地域での獣害は拡大しており、農林業における大きな社会問題になっているが、野生のシカを従来の「駆除」という視点でなく、食べることを中心に有効活用を進めることで、地域の環境と農林産業を守ることが期待できる。

中小企業者

熟成肉の加工技術開発による経営の安定化

野生の鹿肉と猪肉は、野生獣肉特有の獣臭さや調理の難しさがあるが、新たな熟成肉の加工技術開発により、食べやすい肉としての利用が広がることで事業化が可能となり、経営の安定が期待できる。

紅花園芸農業で新たな京都ブランドの創出と地域産業活性化

与謝野町で多品種・多品目の生産技術を持つ農業者と京都市北区で紅花を使用した商品開発を行う中小企業者が連携。有限会社あつがるふぁーむは園芸農業として紅花を栽培し、京紅シルクは栽培された紅花を素材として食品等の開発・販売を行い、新たな京都ブランドの創出と地域産業の活性化を目的とする。

農林漁業者

有限会社あつがるふぁーむ

〈与謝野町〉

中小企業者

京紅シルク

〈京都市北区〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

京紅シルクから園芸農業の依頼を受け、自然循環農業で紅花栽培を行う。有機栽培・減農薬により安心・安全な栽培技術の向上を図る。

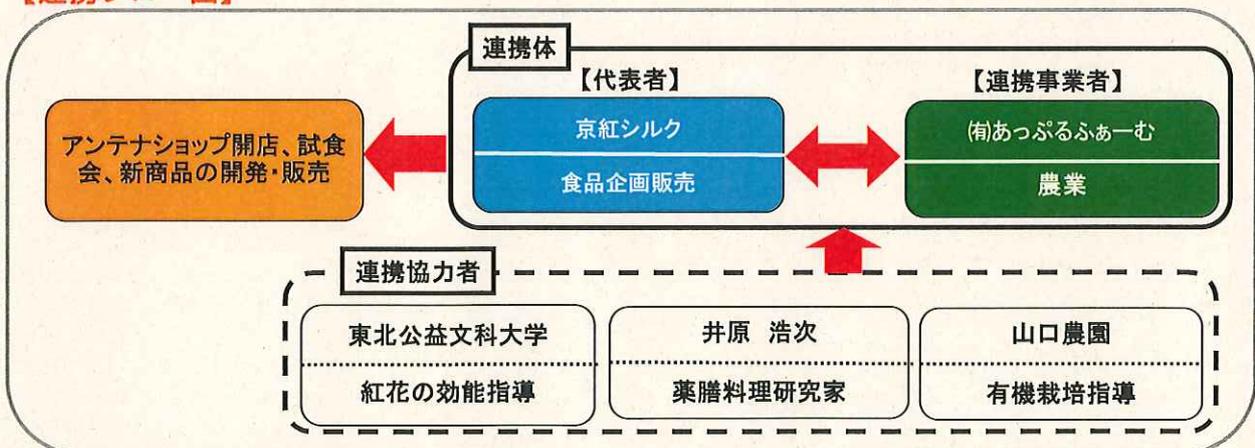
○中小企業者

紅花栽培技術の講習会等により地域農業者・商工業者を巻き込んで地域の活性化を図る。

【他の商品との違い】

紅花は中国からの輸入品が主流を占めているが、有機農法で生産する京都産紅花は、品質や安心・安全面からも優位性・新規性がある。

【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

自然循環農法で栽培した紅花を素材に食品ビジネスへ展開

有機肥料を水稻栽培・野菜栽培に利用する自然循環農法の生産技術を紅花栽培にも活用することで、食品ビジネスへの展開が期待できる。

中小企業者

紅花の効能を生かした健康機能性食品の開発

消費者は健康イメージが高い素材・古来伝承素材など、認知度の高い商品に関心が高く、特に女性は健康と美容に関心が高い。紅花は漢方薬として広く使用されており、紅花の効能を活かした健康機能性食品を開発し、食品ビジネスに積極的に取り組むことで、新たな京都ブランドの創出と地域産業の活性化が期待できる。

京都府産の新ブランド「伊根サーモン」生産販売事業

伊根町の養殖業者と京都府漁業協同組合が連携。淡水で卵から飼育されたニジマス等の種苗（幼魚）を購入し、伊根湾の海面生け簀で養殖する。生産された「伊根サーモン」は、京都府漁業協同組合が有する販売ルートを活用し、『府オンリーワン、京のきれいな川・海育ち』として、鮮魚、冷凍、加工等の形態で販売し、地域の雇用の創出、活性化に役立てる。

農林漁業者

株式会社橋本水産

〈伊根町〉

中小企業者

京都府漁業協同組合

〈舞鶴市〉

【連携のねらい】

○農林漁業者

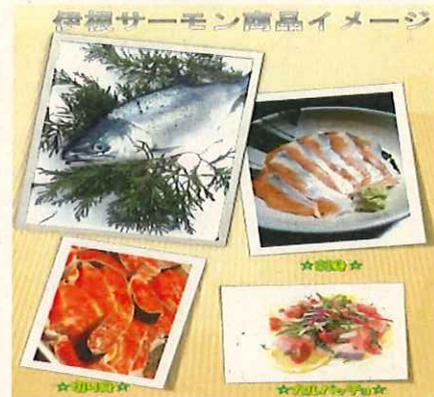
独自の販売先だけでは円滑に販売できないため、京都府漁業協同組合の協力により販路拡大を図る。

○中小企業者

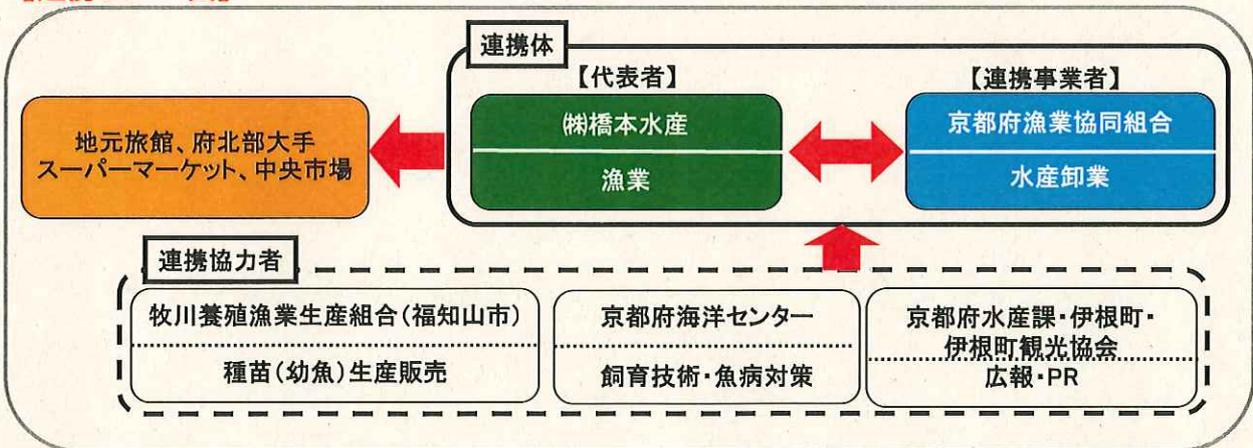
府北部の観光関係者等から魅力ある水産物の安定提供の要望が強くあり対応を図る。

【他の商品との違い】

海面養殖さけます類の生産は京都府内初の取組みであり、「伊根サーモン」として新しくブランド化する。



【連携フロー図】



【連携による効果】

農林漁業者

養殖業者の収入増加

伊根湾では、波浪の影響を受けずに魚類養殖を安定して営むことが可能。海面でのさけます類の養殖時期は冬期であり、ブリ、マダイの出荷が終わる年末から翌春にかけて空いた生け簀を利用でき、養殖閑散期の新たな収入源となり、収入の増加が期待できる。

中小企業者

春の目玉商品、京都府産「伊根サーモン」で売上増加

消費者は京都府産を求めており、出荷時期が4～5月にあたる海面養殖さけます類は、特に流通販売業者の引き合いも強く、魅力あふれる春の商材となり得る。京都府産、上品な脂の乗り具合、生食食材の「伊根サーモン」販売で売上増加が期待できる。