

「京の食」産業振興プラン 第1回政策検討会議 結果概要

1 日時 平成27年7月27日（月）10:00～12:00

2 場所 ルビノ京都堀川 梅の間

3 主な意見等

(1) 「京の食」の海外発信

- ・ 京都府では既に様々な施策が行われているが、不足しているのは海外向けの施策。現状は、HACCP等の非関税障壁が高く、ニーズがあるのにモノが届かない状況。日本の農産物や加工食品の輸出が滞りなく進むようになれば、和食は一気に世界に広がる。
- ・ ‘ハレ’の最たるものである「おせち」は、海外からのニーズが高く、中でも「京都のおせち」であれば、高額でも売れると思う。漆のお重も海外の方に喜ばれる。
- ・ 京都の料理人が立ち上げ人となり、ベンダーに監修してもらえば、早々に実現するのではないか。調度品や農産物も含めてプロモーションをしてはどうか。
- ・ 付加価値をつけて海外に売り込むことができる人材を各地に配置してはどうか。

(2) 農食観連携

①地域の食の掘り起こしと魅力発信

- ・ 日常の料理や伝統食の部分に目を向けると、例えば「丹後のばらずし」のように、それぞれの地域の特色がある。「そこに行けば食べられる」という告知を行い、インバウンド消費を促進することが必要ではないか。

②各事業の連携

- ・ 京都府では様々な事業が行われているが、食は食、観光は観光といったように、それぞれの事業が‘点’となっているように感じる。
- ・ ‘点’を‘線’、さらには‘面’にし、例えば1日で巡ってもらえる旅のルートにしてはどうか。
- ・ 京都には寺社仏閣や文化財も多く、‘点’＝財産は多い。誰がどのように進めるかが重要。例えば、点のリストがあれば、プランナーは、旅のルートをつくりやすいと思う。
- ・ このプランはあの国のあの層に、とターゲットを明確にしておくことが大切。例えば、影響力のあるブロガーに発信してもらうとか、海外のロコミ市とタイアップしておき、PRの際にはマスコミの招聘を組み込んでおくなど。

③人材の育成

- ・ 国内には旅のプロデューサーが少なく、画一的なルートしか提案できていない。
- ・ 人と人をつなぐコーディネーターが一番重要。地域に密着している人材としては、農業改良普及員や里の仕事人、地元の商工会などが挙げられるが、横のつながりが十分でないように思う。