

(チーム名) 「京都丹波」イチ推しの食プロジェクトメンバー

(関係所属名・団体名・氏名)

南丹広域振興局農林商工部企画調整室

推薦理由

【アピールポイント(組織力の発揮)】

≪所属長(代表):南丹広域振興局農林商工部
池垣部長≫

メディア発信等は広報課、観光振興課と連携し、ホテルグランヴィア京都統括総料理長との共同のきっかけは農林水産部。そして、食材や直売所との調整は南丹広域振興局農林商工部企画調整室が行うなど、京都府庁の関係組織ごとの「力」がうまく1つになり、さらに農産物直売所や道の駅、京都トレーニングセンターなどが加わった総合力で「森の京都」の最大の魅力である京都丹波産の高品質な食材のアピールが拡大進行中!

なお、広報時に使用したバックパネルやパネルは女子職員が中心となり手作りですがそのクオリティの高さは驚くばかり!

【プロセスの工夫、横展開が可能な点】

≪アセッサー:南丹広域振興局農林商工部企画調整室
副室長 藤原 満弘≫

・高品質な食材だけでなく、京都丹波ならではの料理の魅力を消費者に伝えるため、生産者や農産物直売所、道の駅、ホテルグランヴィア統括総料理長など、幅広い者と協働しながら、レシピやメニューとしてまとめあげ、「クックパッド」や「道の駅」で見える化

・今後、地域の独自性が高い食材を使ったメニュー開発を通じ、農産物直売所とホテル、レストランとの直接契約販売が拡大するなど、農産物の付加価値拡大へ展開

取組内容(1)

➤ 取組の分野 (該当に○、複数選択可)

創造的事業 ・ 府民サービス向上 ・ 業務効率化 ・ 職場環境改善

➤ 現状、課題

- 京都丹波地域は、色とりどりの京野菜や丹波黒大豆・丹波大納言小豆、畜産物など、府内有数の食料生産地であり、豊かな食材が数多く存在。
- 一方で地域の“食”を味わえるところが少ない等、食の宝庫としての地域の魅力が十分に発信できていない。



➤ 目指す姿、状態

- ハイクオリティな食材に焦点を当て、京都丹波地域の価値を高めるとともに、その魅力を味わえる新料理メニューを創り出す。
- そのことにより、「森の京都」への誘客を増やし、農産物販売チャネル拡大を図る。
- さらに“食”を通じて森の京都へ向かうひと・ものの流れを創り出すきっかけとする。

➤ 取組の対象、顧客、ターゲット

- 農産物直売所や道の駅の皆さん
- 農産物直売所や道の駅を拠点に生産・販売している農家の皆さん

➤ チーム体制、ネットワーク

- 管内農産物直売所・道の駅等
- ホテルグランヴィアグループ 佐藤統括総料理長他
- 府庁各関係部署
(企画理事、広報課、観光振興課、農林水産部、亀岡市、南丹市、京丹波町等)₂

取組内容(2)

➤ 取組内容とプロセス

＜着想(気づき)～企画立案、事業化まで＞

- 近年、農産物販売拠点として成長している農産物直売所、道の駅に着目
- 地域の豊かな食材や食文化に根ざした新たな料理メニュー開発を通じ、京都丹波地域の価値を高め、食の魅力を発信

＜実行、実践の内容とプロセス＞

- 「京都丹波」イチ推しの食100選
 - ◆ プロジェクトメンバー全員参加の会議を開催
 - ◆ 20ヶ所の直売所からオリジナル料理レシピを募集
 - ◆ 100種類のレシピを2日に1回のペースで4ヶ月クックパッドに順次掲載
- 「京都丹波」イチ推しの食料理メニュー
 - ◆ 100選をもとに、ホテルグランヴィア統括総料理長とメニュー選定、共同開発セミナー、個別指導を通じて料理メニューをブラッシュアップ
 - ◆ 料理メニューを8種類開発
 - ◆ 発表会の実施(メディアをターゲット)
 - ◆ 料理フェアとして一斉発売

工夫したポイント

- ・地元で味わえる高品質な食を創り出すため、一流ホテル(ホテルグランヴィア)の協力得る
- ・食の魅力を伝えるストーリー性へのこだわり
- ・外からの力で魅力を発信できる仕掛け

工夫したポイント

- ・徹底したメディア発信を意識した内容とし、絵になる仕掛けとした。(司会者はプロ、ロゴやバナー、バックパネルを作成、美味しく伝わる写真撮影、食材と料理の両方を並べる等)
- ・共同開発セミナー等を地元で行うことで統括総料理長に京都丹波の食材や地域について知ってもらい、地元の空気感の中で行う環境づくりに努めた。

結果とふり返し

➤ 成果、目標達成状況

- 管内5つの道の駅や農産物直売所で地元の食材を活かした8つの料理メニュー誕生
- 数多くのメディアに掲載され、森の京都、京都丹波の魅力を発信
TV:ちちんぷいぷい、ちちんぷいぷいCM、KBS京都
雑誌:あまから手帖、leaf等
WEBページ 60社以上 府民だより、市営地下鉄中吊り
- 直売所からホテルグランヴィア京都への新レストラン含めた、継続的な取引が実現
- 地域の人々が主役となり、「自信を深める」機会になった。今後の展開への意欲につながった。

取組から学んだ点

- ・メディア向けに特化した発表会を実施したように、目的・ターゲットを絞り込むことの重要性
- ・メディア発信には素材やストーリーが大切
- ・熱意を持って取り組めば共感の輪がどんどん広がることを改めて実感(地元の皆さんも京都府も)

➤ 今後の展開

「“食”を通じて「森の京都」へ向かうひと・ものの流れを創り出す」ことにチャレンジ

- ・イチ推しの食100選(春夏レシピ)
- ・イチ推しの食料理共同開発事業、第2弾
- ・ホテルグランヴィア京都で共同開発メニュー提供・情報発信
- ・イチ推しの食材総合カタログ発行
- ・森の京都井&森の京都パエリア祭 etc.

さらに工夫したい点

- ・“食”を通じた取組をさらにストーリー立てて展開することで、「京都丹波、森の京都」を見える化していく