

「京の食」産業振興プラン 第2回政策検討会議 結果概要

1 日 時 平成27年8月17日（月）10:00～12:00

2 場 所 京都府職員福利厚生センター 第4・第5会議室

3 主な意見等

（1）意欲的な中小企業によるグループづくり

- ・ 食品だけでなく、京野菜や容器等、食に関する事業者のグループをつくるとともに、取り組みを盛り上げる仕掛けが必要。
- ・ おせち料理は京都の象徴的な料理であり、関係者がまとまりやすい。
- ・ 最も規制が厳しいEUは避けてアジアを対象に取り組む。まずはトライアルとして現地ネットワークがある、付き合いがあるといった観点で国を絞る。例えば百貨店と関係ができていて、日本食に慣れ親しんでおり、高級化に向かおうとしている台北など。
- ・ 百貨店等と連携し「京都」の露出を一気に増やす。京都の商品の取扱いが増えれば、京都＝和食のイメージ醸成につながる。
- ・ 現地側のパートナーも必要。例えば、世界各都市に創設する「京都倶楽部」を活用する。
- ・ 日本人駐在マーケットとローカルマーケットのどちらを狙うのか明確にする。
- ・ 海外でのイベントは「実施して終わり」になりがち。輸出とともにインバウンドが重要。

（2）安心・安全等の条件整備

- ・ 府独自の「きょうと信頼食品登録制度」は、事業者の取り組みを促すインセンティブが必要。
- ・ 府独自の制度がグローバル化すると良いが、地方自治体にはハードルが高い。それより、HACCPと同水準にすることを目標にする。

（3）府内各地の「食」関連事業をつなぎ、取り組みを広げていく

- ・ 今、和食ブームが起きており、なかでも京都は「和食王国」といってもいいくらいのブランドがある。農林水産省が開催した「和食道」や二条城で行われた「京都知新」等のイベントのように、取り組みを盛り上げていけるような仕掛けが必要。
- ・ 原料も京都産でないと消費者はがっかりする。加工場が京都にあるというだけでは弱い。

（4）取り組みを進める人材を集め育てる

- ・ コーディネータの育成は時間がかかりすぎる。アーティスト等、異文化の人に今すぐ参画してもらおうのがよい。