

アクションプラン中間案（抜粋）

新規施策(制度)のスキーム(模式図)

●京都のブランド力を活かした実需者・消費者起点の施策の推進

I 付加価値の高い「京の米」づくり戦略

1 インバウンドも含めた国内外のマーケットデータの活用と京都ブランドの確立による販路開拓

- ・消費者のニーズや嗜好データをマーケットから積極的にくみ上げる仕組みの構築とそのデータを活かした戦略的な販路開拓（より高く売っていく）

(1) 消費者ニーズや消費嗜好データを産地へフィードバックする体制整備

- ・消費者が生産活動に参加したり、購入支援する等、産地と消費者との新たな結びつけや情報の双方向発信活動の支援（「京の米検索総合サイト（仮）」の構築等）
- ・産地が消費者・実需者ニーズを把握するための取組支援（試食販売会や電子商談会等）

(2) 食味にこだわったターゲット別（高級路線、一般消費者向け）の新たなマーケット開拓

- ・京の老舗料亭やお米マイスターが選ぶおいしい米コンテストの開催や食味値で選ぶおいしい米認証制度の実施等プレミアム米の開発、販売を支援（評価や知名度の向上）
- ・少量パックの贈答品開発や企画販売、企業コラボ、輸出など新マーケットの開拓
- ・府オリジナル品種「京の輝き」の商品化戦略や早生新品種の開発等ラインナップの拡充
- ・ストーリーを明確化した京野菜等とのセット展開の推進
- ・米をテーマにした新たなイベントの実施（おにぎり、お茶漬けイベント等）

2 京都に結集している食に関係する多種・多様な産業とコラボした需要の創造

- ・京都のあらゆる食品関係産業（製造・流通・販売・観光）の知恵や技を活かした流通革新（より多くの場面で売っていく）

(1) 新たな需要の創造（「田んぼから食卓へ～6次化検討サロン（仮）」の創設）

- ・京の料理人とコラボした新料理開発（例：米飲料、リゾット等）やプライベートブランド商品づくり等、6次産業化を見据えた、食べ方提案も含めた新たな商品開発活動支援

(2) 和菓子、米菓、味噌など、酒造業界以外の食品加工業者との結びつきの拡大

- ・「KYO 農食材御用聞き」との連携や集落型農業法人等担い手が行う小ロット流通手法の検討

(3) 京の米を使用した地場産品の需要拡大などのPR活動（商談会等販売促進活動）

Ⅱ 「京の米」の生産の効率化戦略

3 知恵産業や大学などのノウハウやアイデアを活かしたコメの生産効率化

- ・京の産学公や知恵産業が協働して進める低コストで効率生産の実現（より低コストでつくる）

(1) 省力化や低コスト生産対策の拡充

- ・京の産学公や商工業が有する先進的な生産効率化のノウハウやICT等の新技術を農業生産や農業基盤整備へ活かすしくみづくり
- ・新技術の活用や農地集積の取組に対する機械や施設導入への高率補助
- ・規模拡大の推進や酒米・加工用米・WCS用稲・飼料用米を組み合わせた米経営の複合化

(2) 食味や実需者ニーズにこだわった生産対策の創設

- ・個別プライベートブランド米の生産販売、食味にこだわった米を地域でまとめて生産流通するために必要なミニライスセンター（乾燥・色選・ライスグレーダー・精米・食味計・糠取り施設等）の整備を集落組織や担い手、農業者団体等に対して支援
- ・実需者が求める出荷形態や品質に対応できる施設（フレコン・貯蔵施設）等の整備

●推進体制の整備

「京の米を食卓に！府民運動(仮)」などを展開する 京の米生産・販売拡大会議 の設置
(農林・商工含 ALL 京都体制)