

03 分科会 (質疑応答・意見交換)

分科会では、参加者が興味のあるブースに移動し、質疑応答や意見交換を行いました。

参加者アンケートより

- ・少人数のチームだったので、たくさんお話が出来てよかった。
- ・悩んでいることは同じで、解決していかなければならない課題は多いと感じた。

飲食店と連携した野菜の直売や惣菜等の販売

(川崎の FARM TO TABLE 事業)

- Q. 事業を行う上で苦労したこと。
 A. 在庫管理と運搬方法。運搬は実際の畑を見たいので省力化が難しい。
 Q. 今後、かわさき野菜の PR はどのように行っていくか。
 A. ロゴを他のお店でも使用してもらい、広めていきたい。
 Q. かわさき野菜の評判は？
 A. 「野菜がおいしく感じる」と評判がよい。
 ○ 農家にとって販売する場所があるのは助かる。無人販売は盗難の恐れがあるが、この方法なら安心。(参加者からの意見)



地元特産品の PR ツールの製作、配布

(多摩川梨ブランディング事業)

- Q. パンフレットをどのように役立てたいか。
 A. 一般の人は都市農業について知らない人が多いので、農家の現状や農作物について知るきっかけにしたい。
 Q. 農業を知る機会として、見学会や作業の手伝いの受け入れなどは行っているか。
 A. 大々的には行っていない。可能な範囲で実施を検討したい。
 Q. 川崎市外や、全国へのアプローチはどうか。
 A. ブログや Facebook、購入者の口コミ、川崎市内のコミュニティから広げたい。



農園・農家の名刺・チラシ等の制作相談

相談件数：6 件

主な相談内容：

- Q. 名刺を作りたいが、どのくらいの価格で作れるのか。
 Q. 制作時にはどんなものが必要か。



小ロットでもできる六次産業化による商品開発

(農産物の受託加工「和光大学かわさきブランド」事業)

- Q. 賞味期限の短いクラフトビールをどう販売しているか。
 A. 様々な材料で、販路のある分 (100 本程) を、3 か月毎で製造。年間を通し、かわさき産ビールがあるようにしている。
 Q. 大学に乾燥の機械、醸造の機械はあるか。
 A. 大学でドライ加工の機械 3 台、醸造用の機械を購入した。
 Q. どんな学生が取り組んでいるか。
 A. 様々な学科・学年の学生が履修し、生産～収穫、加工製造、デザイン、販路開拓など、工程毎にチームを作り取り組んで



援農ボランティアの活用、マッチング

(援農ボランティアのマッチングサイト構築事業)

- Q. 現在の実績を教えてください。
 A. 農家数名と明治大学生に宣伝しているが、まだ Web サイト運用の実験はしていない。
 Q. 農業者とボランティアのマッチングをより円滑にするために、システム開発でどのような点に気を配っているか。
 A. チャットで連絡が取りやすくなり、メッセージの新着を分かりやすくしている。
 Q. ボランティアの集め方は？
 A. 現在は明治大学の学生だけでなく、市や JA、ボランティア団体に協力してもらいたいと考えている。



04 全体講評

明治大学副学長農学部教授竹本持氏より、「農産物は生きるために必須のものです。生産者と消費者は、信頼や満足感により、『売る』と『買う』の対抗関係を越えた、つながりを持つことができます。消費者に近い都市農業は、この関係を築くことに有利であり、全国に発信することができます。」との講評を頂きました。



全体講評
明治大学副学長 竹本持氏

かわさき都市農業活性化 コト・モノ・ヒト News

川崎市農商工等連携推進事業



令和 2 年
3 月号

発行者：川崎市農業振興課

川崎市では、生産者と消費者の距離が近いというメリットを生かした営農や、農地の持つ多面的な機能を生かしたまちづくりが積極的に行われています。一方で、都市化の圧力や相続を契機とした農地の減少、農産物価格の低迷、担い手の減少や高齢化などの農業に関する様々な課題もあります。

これらのメリットや課題を踏まえ、農業者が、商業者、工業者など、多様な主体と連携することによって、都市農業の可能性をさらに広げることを目的に、「都市農業活性化連携フォーラム」、「モデル事業」等を開催してきました。本誌では 1 月 20 日に開催しました「第 7 回かわさき都市農業活性化連携フォーラム」の様子を紹介します。



今年度の実施内容

- 4 月、7 月 モデル事業採択 (4 件)
 9 ~ 10 月 農商工等連携に関するアンケート調査の実施
 11 月 川崎市農商工等連携推進事業広報紙 令和元年 11 月号発行
 1 月 20 日 第 7 回かわさき都市農業活性化連携フォーラム開催 本誌参照
 3 月 川崎市農商工等連携推進事業広報紙 令和 2 年 3 月号発行 (本誌)

第7回かわさき都市農業活性化 連携フォーラムを開催しました

令和 2 年 1 月 20 日 (月) に、新百合トウェンティワンホールにて、「第 7 回かわさき都市農業活性化連携フォーラム」を開催しました。出席者は 91 名で、農業者をはじめ、商業者や工業者、市民の方々など、多様な主体の皆様にご参加いただきました。



来賓あいさつ
JAセレサ川崎 梶 稔氏



主催者あいさつ
経済労働局長 中川 耕三

お問合せ

川崎市 経済労働局 都市農業振興センター 農業振興課 農政係
 住所：〒213-0015 川崎市高津区梶ヶ谷 2-1-7 JA セレサ梶ヶ谷ビル 2 階
 TEL 044-860-2462 FAX：044-860-2464

第7回かわさき都市農業活性化連携フォーラムプログラム

第1部 全体会

- 特別講演 本誌 **01** 参照
- モデル事業者からの話題提供 本誌 **02** 参照

第2部 分科会

- 質疑応答・意見交換 本誌 **03** 参照
- 自由交流
- 全体講評 本誌 **04** 参照



連携フォーラム会場の様子

01 特別講演 これからの都市農業経営に大切なこと

株式会社 井出トマト農園、代表取締役の井出 寿利氏より、「これからの都市農業経営に大切なこと」についてご講演いただきました。

父親から受け継ぎ8名のパートさんと始めた農園を、様々な苦勞をしながら、現在の従業員50名の会社へ成長させた井出氏。最近刷新した経営理念についてや、会社経営で大切なこと、販売方針、障害者と農業の親和性、下記に示したような、これからの農業に必要なものについて、お話しいただきました。



(株)井出農園 井出寿利氏



特別講演の様子

キラーコンテンツ

週末に自然を求めるような人が体験したくなるようなコンテンツ。

これからの農業に必要なもの

モノではなくトキを売る&消費者参加型・楽しい

地方から沢山の安い農産物が入ってくるので、体験型にして、楽しんでもらうことで差別化を図る。

コンテンツの充実・革新

加工品をつくったり、体験を行うこと、珍しい品種を扱うことで、メディアに取り上げてもらえる。

カテゴリーの転換

商品カテゴリーを「食品」や「野菜」から「記念品」「おみやげ」に変えることで、付加価値が付く。

メディア露出

近隣の人にも知られていないことをSNS、つくる技術だけではなく、おもしろい体験を伝える。

質疑応答

■ スマートフォンによる質問

Q: スマホによる情報共有が苦手な従業員への対応は?

A: スマホの手当てとして、時給に10~15円上乗せることで、高齢の方からも理解が得られた。

Q: 障害者の方の作業内容は?

A: トマトの下葉切り、余分な花柄の切除、ハウス内の清掃。できる人にはミニトマトの収穫を行ってもらっている。

Q: 川崎市で経営するのなら、どんなことをするか。

A: 収穫の年間会員制度をつくることともに、収穫に来た人がくつろげるように、ハウス内にカフェを作る。観葉植物などを配置し、おしゃれなカフェにすれば、インスタ等で広まりそう。



今回の特別講演での質疑応答では、挙手のほかに、講演中にスマートフォンによる質問の受付を行いました。

■ 挙手による質問

Q: どのくらいの範囲の人が購入しに来ているか。

A: 車で20~30分くらいの範囲の方が購入しに来ている。トマトを買う目的で来られる方のほか、寒川神社の参拝にあわせてや、近くを通るついでに定期的に来られる方も多い。

Q: 直売は強みですか?

A: その通り。売り上げの半分近くが直売である。

参加者アンケートより

- ・川崎でどんなことをしたら良いか、お示し頂けてよかった。
- ・農業に経営ノウハウが必要な時代になったのだと感じた。
- ・経営者としての貴重な話が聞けてよかった。
- ・自分がどのような農業を目指すかの参考になった。

02 モデル事業者からの話題提供

今年度のモデル事業の取り組みなどについて、各モデル事業者の方から話題提供していただきました。



川崎の FARM TO TABLE 事業

株式会社GREET 長洲菜々子氏

飲食店の店頭で野菜とDELI販売などを実施し、川崎市内産の農産物と生産者の魅力を発信。

- 店頭における野菜及びDELIの販売、メニューへの生産者紹介記事掲載、生産者との交流イベントの開催、店頭販売する商品のブランド名・ロゴ作成を行った。これにより、新規客層の開拓や、来店動機拡大、リピーター化につながり、来客数が前年の150%となった。

→ 今後 売上・利益の安定化、販売方法のブラッシュアップ、ロゴの活用を進める。



農産物の受託加工「和光大学かわさきブランド」事業

株式会社 CarnaEst 山田貢氏

加工施設や技術、手続き、パッケージデザインなど、生産者自ら六次産業化を行うのはハードルが高いため、和光大学と連携し、規格外の農作物など利用した商品開発等を行う。

- 「和光大学かわさきブランド」の商品開発として、市内で収穫される作物の調査を実施。
- 市内産農産物を原料としたジャム、ドライフルーツ、クラフトビール等を商品化し販売。

→ 今後 ふるさと納税の返礼品選定に向けた取組、竹を使用したバイオマスプラスチック製品開発を検討。



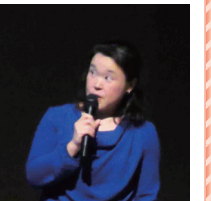
多摩川梨ブランディング事業

松屋梨園 香山真由美氏

多摩川梨といえば、「川崎」と言ってもらえるよう、PRツール(チラシ・パンフレット)を作成する。

- 自身の梨園の紹介パンフレット作成を通じて、他の梨園への関心を喚起する。
- ベーグルサンド、キャロットラペ、加工食品など、梨の新しい食べ方に挑戦。

→ 今後 パンフレット等をお客様や市内のお店へ配布し、多摩川梨のPRを行う。農業体験や梨園の見学を継続するとともに、マルシェ等のイベントへの参加を検討する。



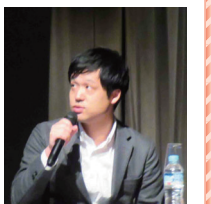
農業者と援農ボランティアのマッチング応援事業

株式会社スタイル・フリー 工藤匡史氏

人手が欲しい農家の方と、畑仕事をしたいボランティアをつなぐ仕組みを、スマートフォンやパソコンから使えるWebサイトで作成する。

- しくみ: 募集の登録[農家]→応募[ボランティア]→マッチング成立→作業→お互いの評価
- 農家の方や明治大学の農業サークルの学生と打合せやアンケートを実施。

→ 今後 実証実験を進め、サービスを改善する。



農園・農家の名刺・チラシ等の制作相談

トビラ株式会社 関川房代氏

- 名刺は、初対面の時の話題の切り口になる。どんな想いで、どんな事をしているかなどを伺いながら作成。
- パンフレット、チラシ等が1枚あることで、商品の価値、アピール力が変わってくる。



モデル事業に関する試食



かわさき農産物をつかったDELI
(川崎の FARM TO TABLE 事業)



ドライフルーツ&ジャム
(農産物の受託加工「和光大学かわさきブランド」事業)



多摩川梨のカットフルーツ&
ル・レクチュのコンポート
(多摩川梨ブランディング事業)