

かわさき都市農業活性化 コト・モノ・ヒト News

川崎市農工商等連携推進事業

令和6年

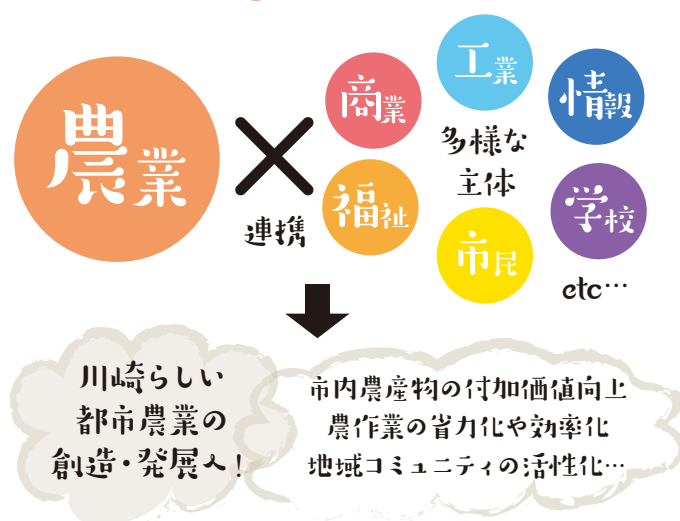
3月号



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・工業者など、多様な主体と連携することにより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」を実施しています。



都市農業活性化連携フォーラム 都市農業×街づくりの開催内容

令和6年2月6日(火)に「都市農業×街づくり」とのテーマで基調講演やトークセッションなどを開催、農に関わるローカルビジネスの活性化を促進するため、東京都国立市を中心にした農家と消費者をつなぐ取り組みに関する講演や、川崎の農に関わる事業者によるトークセッション、連携により生まれたメニューの紹介やアート展示などが行われました。

プログラム

第1部

基調講演

都市農業はなくてはならない時代に!
「二刀流」の農家だからできること!

東京農業活性化ベンチャー
株式会社エマリコくにたち 代表取締役社長 菱沼 勇介氏

トークセッション 私たちの未来の描き方

株式会社Slow Farm 代表取締役 安藤 圭太氏
ten inc. / YMP inc 代表 丸山 佑樹氏
美遊JAPAN有限会社 代表取締役 岩 篤志氏

第2部

テーマ 川崎づくしのコースを味わう

- | | | | |
|----------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| ●「香がらしろうっぱ」 | 木下農園 | ●「彩り野菜のケーキ仕立て」 | フランセーズ ラ・ボルテ |
| - Menu - ●「乾燥トマトとキャベツのペンネサラダ」 | YOKOHAMA Dry | ●「3日かけて作る いちごのバターサンド」 | Slow Sweets |
| ●「黒川のうみたてたまご、木所農園の旬野菜スパニッシュオムレツ」 | TETO-TEO | | |



川崎アート展示

のらぼう菜プロジェクト のらぼう菜紙芝居の展示

Farm to gift デザイン展示

都市農業はなくてはならない時代に! 「二刀流」の農家だからできること!

株式会社エマリコくにたち 代表取締役社長 菱沼 勇介 氏



当社は地産地消の3者流通をやっているベンチャー企業で、いろいろな農家をつなげて直売所や飲食店を運営している。

通常、直売所は委託型で売れ残りは農家のリスクになるが、当社の直売所『しゅんかしゅんか』は買い取りで行い、農家の安心と売り方の工夫により販売力にもつながっている。また、集荷まで行うことで、農作業に集中できると農家から喜ばれるのと同時に、農家との距離が近づくことで、野菜の品ぞろえが極端に減る端境期に優先的に商品を回してもらえるという利点もある。



講演タイトルに都市農家は二刀流と銘打っているが、これは栽培技術と販売技術の両方が必要ということ。大変な面もあるが、栽培技術と販売技術の掛け合わせができることが都市農業の強みになる。例えば、作付けをすぐに変えることはできないが、売れそうなパッケージに変えることはすぐにできる。それから、自分の強みをキャラクターとしてアピールしたり援農ボランティアからファンを広げていくことができるのもメリット。

直売所やスーパーの産直コーナーも都市農家の主要販路だが、直売所やスーパーの担当者をいかにモチベートしていくかということも、都市農家のポイントになってくると思う。積極的に話し掛けて、こちらからキャンペーンの提案や協力の申し出をすることで、直売所やスーパーでの野菜や果物フェアの実現も可能になる。

直売所は商業、農家、消費者(市民)の真ん中にいて、1日に数百人の市民と接触できるという太い結び付きを持っている。また、商店街や商工会にも入れるため、そこで人脈を広げることでもできる。例えば地元のケーキ屋さんにイチゴ農家を紹介したり、大企業とつながっていくこともできる。そして、農家との信頼関係もあるので、直売所は、まちづくりの中でいろいろな役割を担えるのではと考えている。一つの例が援農や畑の見学などを行う『イートローカル探検隊』というコミュニティ活動。多くの商業施設を運営する大手企業と共催で行っており、告知や会議室の無料使用などの協力を得ながら活動している。

地産地消ビジネスは課題が多いが、1つ目は端境期に一気に固定費を賄うかということ。端境期の対策として、地元野菜を扱いながら市場の野菜も扱い、端境期は市場から仕入れるという方法もある。他には確実に売れる加工品をセレクトして売っていくことも大事だと思う。

2つ目の課題は、直売所でも安売り競争が起ってしまうこと。対策として、厳格に値段を決めてやっている農家グループもある。長年やっていてファンが付いているから、安売りをしなくても売れている。

3つ目は発注が入っているのに品物がなくて出せない『ショート』。野菜の病気や農家の方の病気などの理由でショートすることがある。飲食店と付き合うならメニューを柔軟に変えられる黒板型のお店との相性がよく、お勤めする。また、農家もグループ化して常に誰かが商品を出せるようにし、1人でやるリスクを回避することも重要である。

4つ目は時間がかかるということ。流通や加工あるいは農業体験なども入れて収益を上げていくのが6次産業化の農業だが、それには時間がかかる。農業は1年に1回収穫というスピードで動いているが商業者側はそういう時間軸で動いていないため、商業者と連携するときには時間に対してのすり合わせが重要となる。

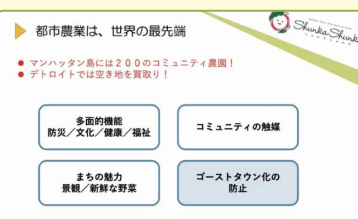
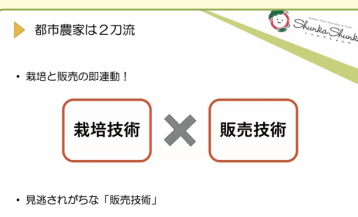
人口が減少し、空き家率も増えているため、将来的にゴースタウンにならないようしっかり考えながらやっていかなくてはならない。マンハッタン島には200ものコミュニティ農園が作られ、自動車不況で衰退したデトロイトでは空き地を買い取って市民農園にするなどの施策が行われた例もあり、世界では都市農業が最先端で街にとって必要なものとなっている。日本では街の中に農地が点在するというラッキーな状況にあるのでこれを活かさない手はない。

東京には『農の風景育成地区制度』があり、地区指定すると自治体が農業と市民をつなぐイベントなどのソフト事業に補助金を出すという仕組み。他にも生産緑地での貸借が進んでおり事例が200もある。東京都も生産緑地を残すためにがんばっている。

物流のキャパシティが足りなくなる2024年問題があるため、私はこれから地産地消の時代が来ると思っている。地産地消だと品物を遠くから運ぶ必要がないため、物流コストも抑えられて有利に働いてくるのではないかと。

また、これから買い物は単純家事労働としての買い物と、趣味の買い物と今以上に二極化してくると思っている。オンラインショップや無人レジでの買い物が増える一方、直接おしゃべりして買い物ができるなどアナログなことがより価値を持つようになってくると思う。

忘れてはいけないことは、地産地消は感動をつくるプロジェクトだということ。例えば学校給食で「何%以上を地産地消に」と目標を掲げて、残念ながら数字自体が目的になってしまっているところもある。一番重要なのは、子どもたちが地産地消の給食で感動すること。地産地消においてはファンづくり、心を動かされることをやっていくことが大事なことだと思う。



質疑応答



農家さんの個性を店頭に来ているお客様にどのような方法で伝えているか？

A 主体的なスタッフが集まっているため、8割は接客の中で伝えている。あとは紙媒体やポッドキャスト、SNS、ポップなどを使用している。



援農作業体験で月額の手賃を頂いている仕組みを知りたい。

A 手賃については、探検と呼んでるプログラムが月2回あってそちらの手賃でもあるが、実際は援農のみの参加者が多く、農作業体験自体に価値を感じていただいている。援農ではかかわった商品が出荷される喜びも感じられる。他には援農ボランティアが終ったあとに畑で飲み会をしているので、そちらも含めて月額という仕組みになっている。

トークセッション 私たちの未来の描き方

丸山氏

高津区を中心に地元産の食材を使った飲食店やパンやお菓子の店舗を展開している。他には、まちづくりや農に関連することもやっている。私は川崎の生産者さんたちと新しい価値を作ろうと飲食店などを経営しているが、菱沼さんも価値づくりについて取り組まれていることはあるか。



菱沼氏

農家さん自体の技術力が高いので、それをきちんと売ること、スーパーの野菜相場が変動しても価格を維持するのが、あえて付加価値といえれば付加価値。



岩氏

150軒以上の農家との付き合いの中でPRできるポイントを引き出して、お店で伝えていくというのは大変な取組だと思うが、だれが担当しているのか。

菱沼氏

農家窓口は副社長が担当していて、そこから得た情報を各現場に伝えている。

岩氏

安藤さんは麻生区の早野でSlow Farmというイチゴ農園をやっているが、地域の都市農業や今後、この街をこんなふうにしていきたいという思いがあればお話を聞きたい。

安藤氏

私は、後継者がいなくなった農地を借りて2018年から農業を始めた。まとめてハウスが建てられる土地だと建築にかかるコストも効率がよく、オペレーションも回しやすいので、その土地で始めたが、地元の方や市の方の協力もいただいて、苦労しながらもやっている。

岩氏

先ほど菱沼さんが東京都国立市での都市農業の課題について話されていたが、川崎の中での都市農業の課題で感じることはあるか。

安藤氏

菱沼さんからの話は課題よりポテンシャルを感じるような話が多かった。私も都市農業と一緒にやってる生産者がいるが、可能性はまだあると思っている。消費者と近いことと鮮度が高い状態で売れることは何にも代えられないアドバンテージだと思うので、それをどういうふうにするかが勝負になる。あえて課題というと、農地が狭いのでビジネスとして成り立つ規模まで持っていくにはなかなか難しいと思う。

菱沼氏

東京多摩エリアの農家でも規模拡大は一つのテーマ。技術力が高くては畑が狭いから黒字にならない。先ほどの生産緑地賃借の話や市街地調整の話はもちろんあるが、その裏側にある一番の問題が雇用。雇用管理という新しい課題が発生するので、当社もその面で農家をサポートしていけたらと思っている。

安藤氏

農業は雇用を始めた瞬間に儲からない状態に陥る。利益が出てくるまでには時間がかかるため、そこまで乗り切るためにグループになるのか、長期でしっかり投資の計画を組んでいくのかは、都市農業がどうしていくかのポイントになるところだと思う。農地の使い方もある大きなポイントになってくると思う。

質疑応答



マルシェなどの大型共同直売所や東京での新たな直売所の在り方や今後の展開、取組について考えていることはあるか？

A 駅前型直売所を多摩エリア全域に展開していきたいと思っている。地産地消の一つの差別化ポイントは鮮度なので、お店が毎日通える場所にあることが大事なため。(菱沼)



川崎づくしのコースを味わう

木下農園、YOKOHAMA Dry、TETO-TEO、フランセーズ ラ・ポルテ、Slow Sweetsから取組やレシピ開発についてお話を伺うとともに、参加者同士でイチ押しの一皿を試食しながら意見交換が活発に行われました。



「香がらしるっぷ」（木下農園）



- 開発経緯** 川崎生まれの新品種の野菜、香辛子の魅力をより多くの人に届けたいという思いから商品開発に着手。
- 重視した点** 香辛子の特徴である香りと色を活かし、オフシーズンにも直売所に並べられる商品にしたかった。
- 苦労した点** 小ロット加工に協力してくれる事業者探しが大変だった。中身はもちろん、デザインや売り場に並んだ際いかに手にしてもらうための販売促進にも力を入れた。
- 展開状況** JAセレサ川崎の黒川店や麻生店、川崎イモノ直売所アゼリア自販機、麻生郵便局前自販機に加え、農家や飲食店から取り扱いの相談もいただいている。

「乾燥トマトとキャベツのペンネサラダ」（YOKOHAMA Dry）



- 開発経緯** 農家とのやり取りで横浜市市内でも多くの未利用野菜が出てしまっていることを知り、農家の平本さんと、干し野菜研究家の澤井香予さんと「YOKOHAMA Dry」プロジェクトを開始。
- 重視した点** 「つくるひと たべるひと みんなシアワセ」をコンセプトに、農福連携と地産地消を推進。
- 苦労した点** 安定的に生産を確保できるよう、物流の仕組みの構築に苦労した。
- 展開状況** JA横浜の運営する「ハマツ子」直売所メルカートや四季菜館、東名高速道路港北PA上り売店「港北プラン」などで展開中。

「黒川のうみたてたまごと、木所農園の旬野菜スパニッシュオムレツ」（TETO-TEO）



- 開発経緯** Made in Local(地元産)がコンセプトのネイバーフッドカフェTETO-TEOの定番メニューとして提供開始。
- 重視した点** 生産者や作り手の想いを伝えることを大切にしています。
- 苦労した点** 毎日の営業で使う地元農家の新鮮野菜。様々なお野菜を仕入れる中で、素材の特徴に応じた調理を行っています。
- 展開状況** TETO-TEOの溝の口店にてお楽しみいただけます。

「彩り野菜のケーキ仕立て」（フランセーズ ラ・ポルテ）



- 開発経緯** シェフのスペシャリテに地元川崎の野菜をふんだんに使用しました。
- 重視した点** 野菜の旨味、食感を生かせる様に手間暇惜しまない丁寧な仕事を施しています。
- 苦労した点** それぞれの素材が一体となり、深い味わいを感じられるよう、常に試行錯誤を繰り返してきました。
- 展開状況** 最近では「#かわさき推しメシ」にも選ばれたメニュー。高津区に構える店舗、フランセーズ ラ・ポルテにてお楽しみいただけます。

「3日かけて作る いちごのバターサンド」（Slow Sweets）



- 開発経緯** 自身が経営する完熟いちごの直売といちご狩りを楽しめる農園、「Slow Farm」のこだわり苺を活用したスイーツを提供する「Slow Sweets」のメニューの一つとして開発。
- 重視した点** ヘタの根本まで真っ赤で、香りがよい完熟いちごの良さを引き出すため、素材の組み合わせと比率を重視しました。
- 苦労した点** 甘く、果汁がすごい完熟いちご。柔らかく水分量も多いので、加工には手間が掛かります。
- 展開状況** 麻生区早野の農園内のパティスリー、Slow Sweetsにてお求めいただけます。

※開発経緯などは出展者よりお話を伺い、都市農業活性化連携フォーラム事務局にてとりまとめました。