

フードバレー構想推進費、2つの事業について

食の高付加価値化事業事業費 250 万円は、「十勝産食材と国内トップクラスのシェフとのマッチング」と新たに「アグリビジネスの議論の場づくり」に取り組むもの。

フードバレーとかち構想推進事業費 591 万は、「十勝産食材等の販路開拓支援」の取組みや、新たに「地元飲食業界との連携」に取り組むもので、どちらも過去2年間取り組んできたことの継続的取組みです。

平成28年度は総合戦略に基づく「日本トップクラスの食ブランドづくり」として

- ① 十勝の食の高付加価値化の可能性についての調査
- ② 飲食市場に詳しいコーディネーターとトップシェフによる十勝管内の事業者へのヒアリングや勝産食材のマッチング
- ③ マッチング商品開発をテーマとしたセミナー開催

平成29年度は十勝の食の高付加価値化事業として

- ① 国内有数の宿泊飲食施設であるグランドハイアット東京（「旬房」）において管内11自治体20事業者参加による十勝産食材を活用したフェア開催
- ② 同会場において首都圏の17店舗のトップシェフを対象にしたコース形式の試食会開催
- ③ 東京駅前の新丸ビルにおける十勝フェアを新丸ビルの有名レストランにて開催

Q) 2年間の取組みにより成果と課題は？

A) 国内トップシェフへの十勝産食材の継続的商流を構築できたことや、食ブランドに感度が高い消費者層へのアピールができた。その一方で、マーケット側からは「メイン食材となるような食材・加工食品が必要」との声も多い。収益性の向上につながるような食材に絞った取組みの検討、さらにこうした課題も含め地域産業に波及する取組みについて地域事業者と議論する場づくりの必要性も課題。

Q) 今回の補正予算の取組みは？

A) 十勝産食材と国内トップクラスの食のマーケットへの商流構築の拡大を図り、十勝の食の高付加価値化を継続実施。全国展開するホテルグループ等における十勝フェアの実施等の事業支援を予定。これまで拡大してきた首都圏高級ホテルや飲食店におけるその後の地域事業者との商取引に関する状況調査等のフォローアップを行い、継続的な商流の確保に取り組むこととしている。

Q) 新たな取り組み「アグリビジネスの議論の場づくり」「飲食業界の取り組み」とは？

A) 「アグリビジネスの議論の場づくり」→農業とその周辺産業の新たな切り口・可能性について議論する場をつくり、アグリビジネスの新たな展開を検討する。具体的には牛肉など農産物や業種別などの様々なテーマを設定し、地域の生産者・生産団体、加工・流通事業者の参加を呼びかけ、併せて域外からの専門家やトップシェフなど招へいた意見交換の場を作る予定で、年間3～4回程度の実施を通して次年度以降の事業展開へつなげる。

「飲食業界との連携」→地元飲食業界の方々と十勝産食材の積極的活用を検討する等地域の食を盛り上げていくため、十勝管内飲食店や生産者に対してヒアリング、アンケートの実施のほかマッチングの支援を行う取り組みを通して、地域の食に関する課題や目標について共有し、地域で協力する食の価値・魅力の充実を図ることを予定している。

市は、来年度以降については、事業自体の継続の必要性があるとしつつも、地域の意欲ある民間事業者や団体によって販路拡大や付加価値向上に向けた取り組みも活性化するなどの動きもあることから、情報の共有や意見交換を行いつつ、今後の行政の関与の在り方についても固定化することなく柔軟に検討することが必要と認識し、これまでの蓄積を基盤としつつ、「地域の稼ぐ力」の向上に取り組んで行きたいと答えています。

トップシェフやトップクラスのホテルへの働きかけによる高付加価値化について否定するものではありませんが、十勝の食材の知名度で「十勝小豆」以上の存在はありません。

その事実を真摯に受け止め、様々な視点を持つことを求めました。

例えば各地の洋菓子店やパン屋さんで、「十勝小麦」「十勝の生クリームやバター」使用を掲げているお店を知っていますか？パン屋さんの多さで知られる神戸や京都には、発信力や影響力のある職人が多い。そこに働きかける。あるいは料理研究家。多様なチャンネルを持つことで、十勝の食材の高付加価値化に更なる広がり求めました。