



おいしさと信頼を求めて

30年のあゆみ



30th Anniversary
おいしさ伝えて30年

京のブランド産品を育み、

支え、発信する取り組み

育む

ブランド認証

- ブランド品目認証31品目
- 産地育成支援
- 検査、検品



丹後とり貝検品



研修

- マーケット情報を産地へ提供
- セミナー、現地見学会



現地見学会



ディスプレイコンテスト



京都中央卸売市場での調査



えびいも検品

情報発信

- 情報誌「元気印」発行
- 各種情報誌発行
- ホームページ

イベント開催

- 農林水産フェスティバル
- 各種イベントへ参画協力、販売促進活動
- 食材紹介セミナー
- 料理教室



農林水産フェスティバル

伝える

支える

農産物価格安定対策

- 価格変動(低下)時に生産者支援(低下分補填)
- 安定生産、安定供給につなげる

相談、支援

- 各種相談対応
- 産地取組支援

農産物価格安定対策

野菜や豆などの生産において、あらかじめ生産者、出荷団体、行政が資金を拠出して積み立てておき、農産物の市場価格の低落時などに補給金を交付することにより、生産者の経営を支え、農産物の安定生産・供給につなげている。

主に以下の事業を展開しており、近年、4事業合計で、60を超える産地が加入し、20を超える産地に補給金の交付を行っている。

農産物価格安定対策事業

| 事業名 | 事業の特徴 |
|---------------------------|----------------------------------|
| 野菜等経営安定対策事業(京都府独自事業) | 府内の小規模産地の実態に合わせ、それぞれの産地単価を保証する事業 |
| 特定野菜等供給産地育成価格差補給事業(国事業) | 消費需要の大きい野菜の中規模産地を対象に、国の助成金を受けて実施 |
| 野菜計画生産出荷促進対策特別事業(京都府独自事業) | 上記国事業の加入産地で、転作対応となるものに対して上乗せする事業 |
| 豆類価格安定対策事業(京都府独自事業) | 京都府の特産である豆類について、価格安定を図る事業 |



賀茂なすの目合せ会



京野菜を使った留学生クッキングワールドカップを共催



ブランド認証審査員による料理教室



野菜ソムリエによる料理教室

京野菜マイスターによる食材紹介



京料理展示大会で京野菜販売促進



ほんまもん京野菜取扱店認定

- 京都産野菜が買えるお店
- 首都圏25店舗
- 近畿圏24店舗

京野菜コーナーを設置し、京都産京野菜を常に品揃えして積極的に販売している店を「ほんまもん京野菜取扱店」と認定。



食べる

旬の京野菜提供店認定



京野菜提供店認定式

常に京野菜をはじめとした京都産食材が食べられる店を認定。

京都 192店
東京 65店

京野菜マルシェ



京野菜マルシェ

おいしおすすめ京野菜キャンペーン実行委員会の一環として京野菜マルシェを実施。首都圏、京都府内にて、延べ149店舗で展開。

京野菜の3つの魅力



京野菜は、

- ① 京都の歴史・伝統・文化を感じさせる
- ② こだわり栽培で美味しく安心・安全に努めている
- ③ 機能性成分が多く含まれている

が特徴で、この3つが京野菜の魅力である。

魅力 **1**

京都の歴史・伝統・文化を感じさせる

京野菜は、古くは食材として宮廷の有職料理、茶道の懐石料理、仏教の精進料理等に提供され、今日の京料理の礎となり、今なお、舌の肥えた料理人や顧客から鍛えられている。京野菜は、そうした歴史・伝統・文化を感じさせてくれる。

九条ねぎは、和銅4年(711年)に京都駅南の東寺周辺の九条村で栽培が始まり、西日本の青ねぎのルーツとも言われている。

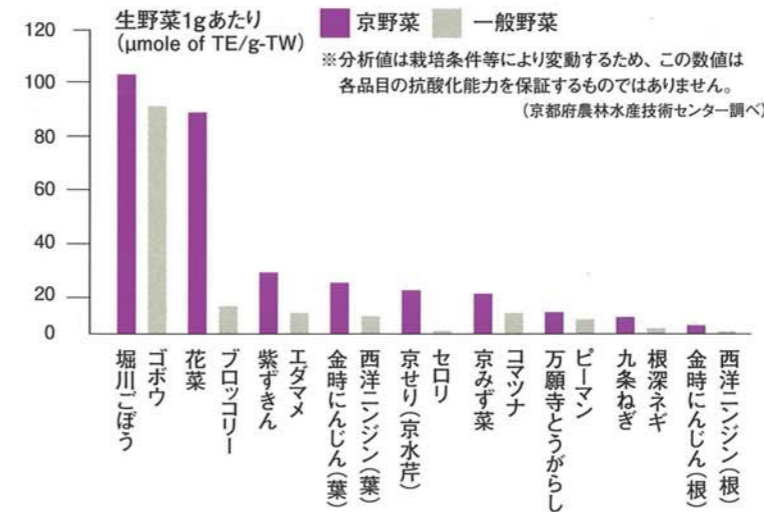


魅力 **2**

生産農家のこだわりで栽培

京都の土壌と水、気候に合った栽培を基本に、生産農家や試験研究機関等が一子相伝の種と技術を守り、或いは地域全体で切磋琢磨しながら栽培方法や品種改良に努め、安心・安全で美味しい京野菜のこだわり生産に努めている。

京野菜と一般野菜のORAC値(抗酸化能力指標)



京野菜の多くが
一般野菜を上回る
抗酸化能力をもつ

抗酸化能力の高い京野菜を食べて、
健康な食生活を目指しましょう!

魅力 **3**

機能性成分を多く含む

京都府、大学、企業、団体等で構成した「京野菜機能性活用推進連絡協議会」を中心とした研究・取組で、京野菜には、一般野菜に比べ人間にとって有用な機能性成分を多く含むことが分かり、その価値を様々な形で発信している。

「京野菜ブランド戦略」展開の成果

京都府では、行政や関係機関で構成する京のふるさと産品協会を設立し、京野菜の魅力をより多くの方々に発信して味わってもらおうとともに、府内全域で京野菜を生産・拡大するために、平成元年から「京野菜ブランド戦略」を展開した。

その結果、京野菜生産が伸びるだけでなく、京野菜ブランドが牽引役となって、市場からは京都産野菜をを求める声が増加し、平成10年には京都産の米生産額を野菜生産額が追い抜き、平成元年に比べ農家人口が

半減する中、平成28年京都府農業産出額の対元年比は4.3%減にとどまり、維持率では近畿トップ、全国8位の高位となっている。

また、京都で農業をやりたいとする新規就農・就業者も年々増加し、20年前の3倍増となっている。

さらに、国内外で京野菜が知られるところとなり、京野菜を提供する店舗も増加し、観光や地域経済へも貢献している。

京野菜の
3つの魅力は
どこにも真似
できない!

オンリーワンを目指し、
ニッチを狙い
メジャーに!

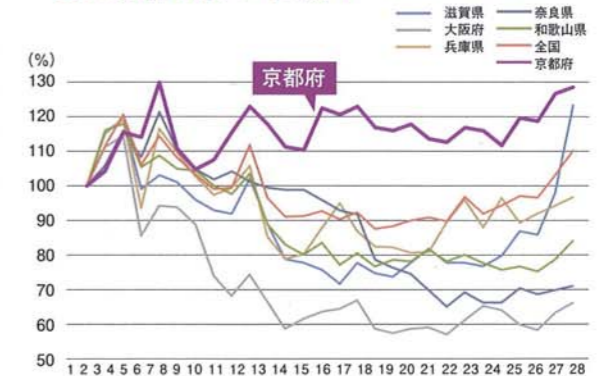
京都の強みを
活かした
京都でしか
できない取組を展開

チームワーク、
ネットワークによる
相乗効果を追求

京都のブランド戦略



野菜産出額の増減率(基準年:平成元年)



日経リサーチ (地域ブランド戦略サーベイ2013) 名産品ブランド力評価(農産部門)

京漬物/2位 九条ねぎ/3位 丹波黒大豆/4位
京野菜/5位 宇治茶/6位 賀茂なす/9位
京都産が上位を独占!

京のブランド産品平成30年間の歩み

—平成元年度～平成30年度—



平成元年度
(1989年度)

- 京野菜ブランド戦略開始
- ブランド産品として7品目を認証(みず菜、賀茂なす、伏見とうがらし、万願寺とうがらし、えびいも、京都府産丹波大納言小豆、京都府産黒大豆新丹波黒)、出荷スタート
- 京都府農産物価格安定協会にブランド対策準備室を設置
※S63年度に「京都府内産農林水産物のブランド確立基本方針」をとりまとめ、「京のブランド産品シンボルマーク(Kマーク)」決定
- 農業団体が「京野菜生産拡大100ヘクタール運動」を開始

平成2年度
(1990年度)

- (社)京のふるさと産品価格流通安定協会の発足(京都府農産物価格安定協会改組)
- 京都府、農業団体、協会により「京都府特産物育成協議会」を組織化
- 農協系統団体が東京市場への出荷開始。東京駐在員の設置(市場流通の専門家)
- ブランド産品として7品目を追加認証(九条ねぎ、花菜、京たけのこ、鹿ヶ谷かぼちゃ、堀川ごぼう、丹波くり、聖護院だいこん)し、合計14品目

平成3年度
(1991年度)

- 京都府が「ブランド産地育成対策事業」を開始
- 首都圏京野菜アンテナショップの設置(三越日本橋本店、伊勢丹新宿本店)
- 情報誌「ふるさと活き粋き」発行開始
- ブランド産品として3品目を追加認証(壬生菜、金時にんじん、くわい)し、合計17品目。

平成4年度
(1992年度)

- 「京都府特産物育成協議会」が「系統100億円運動」を開始

平成5年度
(1993年度)

- ブランド産品として1品目を追加認証(やまのいも)し、合計18品目
- 経済連が首都圏出荷用に4t保冷車配備
- 首都圏での販売協力店の開拓と店頭試食宣伝販売の強化

平成6年度
(1994年度)

- 首都圏マーケットリサーチ事業開始(販売促進研修等)

平成7年度
(1995年度)

- 「京都府特産物育成協議会」が「京野菜生産拡大・施設化推進運動」を開始
- 情報誌「元気印」発行開始

平成8年度
(1996年度)

- 京都府が「京野菜宣伝販売強化事業」を開始
- ブランド産品として1品目を追加認証(紫ずきん)し、合計19品目

平成9年度
(1997年度)

- 「旬の京野菜提供店」を認定開始
- ホームページ「さいさい京野菜倶楽部」開設

平成10年度
(1998年度)

- 東京市場への毎日出荷を開始
- 「京都府特産物育成協議会」が「京野菜生産・施設化アップ運動」を開始
- ブランド産品として1品目を追加認証(京山科なす)し、合計20品目

平成11年度
(1999年度)

- ブランド産品として1品目を追加認証(京たんご梨)し、合計21品目

平成12年度
(2000年度)

- 京都府が「施設園芸強化総合推進対策事業」を開始
※他県産京野菜の増大(茨城県、滋賀県産のみず菜等)

平成13年度
(2001年度)

- 首都圏戦略アドバイザーの設置・情報収集
- 「京都府特産物育成協議会」が「京野菜・花き生産増進運動」を開始

平成14年度
(2002年度)

- 京都府が「ブランド京野菜等増進戦略(第一次プラン)」を策定
※京のブランド産品出荷額15億円、東京市場出荷額3億円を突破

平成15年度
(2003年度)

- 京都府が「京都こだわり栽培指針」を策定



平成16年度
(2004年度)

- 「京都こだわり栽培」をブランド認証産地要件に追加し、「京都こだわり生産認証事業」を開始するとともに、「京都府特産物育成協議会」が京野菜生産増進運動を開始
※台風23号によるブランド産地の被害甚大

平成17年度
(2005年度)

- 京都府が「ブランド京野菜等増進戦略(第二次プラン)」を策定

平成18年度
(2006年度)

- 「ほんまもん京野菜取扱店」の認定を開始し、京野菜フェアを集中的に実施

平成19年度
(2007年度)

- 京野菜マスター制度、京野菜検定開始
- 京のブランド産品統一デザインの商標登録取得
- ブランド産品として2品目を追加認証(京こかぶ、聖護院かぶ)し、合計23品目

平成20年度
(2008年度)

- ブランド産品として1品目を追加認証(丹後とり貝)し、合計24品目

平成21年度
(2009年度)

- 農林水産加工品への「Kマーク」使用許諾制度を制定。「かぶスープ」に使用許諾

平成22年度
(2010年度)

- 「京都府特産物育成協議会」が「明日につなぐ京野菜等生産拡大運動」を開始
- 京野菜マスターの認定23名に(認定状況:生産7名、流通販売8名、料理8名)

平成23年度
(2011年度)

- ブランド産品として2品目を追加認証(京 夏ずきん、丹後くじ)し、合計26品目。
- 「京づくしメニュー」企画開始(夏・早春)

平成24年度
(2012年度)

- (公社)京のふるさと産品協会に名称変更
- ブランド産品として2品目を追加認証(祝(酒米)、京の酒)し、合計28品目
- 「Kマーク」使用許諾品目として「京の酒」に使用許諾
- 京都「九条ねぎフェスティバル」の開催(梅小路公園)

平成25年度
(2013年度)

- 和食がユネスコ無形文化遺産に登録(12月4日)
- JAグループ京都が「京野菜世界ブランド化戦略」を開始 仏ベルサイユ宮殿で京野菜晩餐会開催
- 京野菜フェスティバルへの出展(梅小路公園)(九条ねぎフェスティバルの拡充・名称変更)
- 京野菜マルシェの実施(近畿圏)
- 「京都府特産物育成協議会」が「京野菜等生産拡大・販売力強化運動」を開始

平成26年度
(2014年度)

- 「京のおもてなし企画」の実施(夏・早春)(「京づくし」企画の拡充・名称変更)
- 京野菜マルシェ実施(首都圏)
- 「京の米で京の酒を」コラボ企画「京の宴」～京の料理・京の酒・京の器～開催(日椿山荘東京)
- ブランド産品として1品目を追加認証(京丹波大黒本しめじ)し、合計29品目

平成27年度
(2015年度)

- 京野菜検定に代え、ホームページ上で京野菜クイズコーナーをアップ
- 京の食材マーケット開拓員の設置(新規事業:東京)、東京築地市場で試食宣伝活動
- 京都府産農林水産物振興プレミアム付き商品券「京の食彩券」の発行
- ブランド産品として2品目を追加認証(京たんごメロン、京山科なす京漬物)し、合計31品目
- 協会事務所一時移転(H27年3/18京都JA会館→京都獣医畜産会館)

平成28年度
(2016年度)

- JAグループ京都がモスクワ宮殿で京野菜晩餐会開催
- 「京山科なす京漬物」に「Kマーク」の使用許諾開始
- 東京京野菜フェア～京野菜ウィーク～の実施(銀座三越)
- 「京都府特産物育成協議会」が「京野菜等競争力強化運動」を開始

平成29年度
(2017年度)

- ホームページリニューアル(日本語・英語・中国語)
- 京野菜フェスティバルへの出展(岡崎公園)
- 首都圏での各種セミナー(日本料理セミナー、初夏の京の食材紹介セミナー、東京築地市場京野菜セミナー、京のおもてなし「食材紹介セミナー」等)を主催・協力

平成30年度
(2018年度)

- JAグループ京都がバチカン市国の美術館で京野菜晩餐会開催
- ブランド戦略30周年記念ロゴの作成とPR活動
- 京のブランド戦略会議開催(30年を振り返り、これからの展望)
- 京のブランド産品30周年記念式典開催(H31年1/27)



※登録商標

京都の頭文字をシンボル化し、京都の「農」「林」「水」の豊かな実りを3つの丸に、その源である「大地」「水」「太陽」を3本のラインで表現しています。

京のブランド産品30周年記念事業実行委員会

構成：京都府・JAグループ京都・
(公社)京のふるさと産品協会
連絡先：(公社)京のふるさと産品協会
〒600-8881
京都市下京区西七条掛越町65
京都獣医畜産会館内
TEL.075-325-0305 FAX.075-325-0306

●ホームページアドレス：<http://kyoyasai.kyoto>
●Eメールアドレス：furusato@kyoyasai.kyoto

平成31年1月発行

