

京都府亀岡市 農業分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：農業分野

(1) 該当する作物・品種等

有機農産物及び有機農産物加工品

(2) 特定の理由

亀岡市は、古くから都に食材を提供する穀倉地帯として、京都府内有数の農業地帯としての位置を占めてきた。近年では、京都の伝統野菜である京野菜の主要な生産地として、京都の食を支えている。

また、市内を流れる保津川（桂川）でのプラスチックごみ問題を機に、「世界に誇れる環境先進都市」を目指す様々な取組を行っており、農業分野においては有機農業の推進に力を入れている。

令和3年5月に農林水産省において発表された「みどりの食料システム戦略」においても、食料・農林水産業の生産力向上と持続可能性の両立をイノベーションで実現するために2050年までに目指す姿の一つとして「耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を25%（100万ha）に拡大」とされ、有機農業推進を加速することとしている。

本市では、有機農業の推進に地域ぐるみで取り組む「オーガニックビレッジ」を令和5年2月に全国で2番目に宣言し、有機農業者の育成、有機農産物の販路拡大を中心に各種施策を進めてきた。

その結果、有機農業者の育成については、市内で設立した「亀岡オーガニック農業スクール」の卒業生が11名（予定含む）就農し、有機農産物の販路拡大については、公共調達として進める小学校給食への有機米導入率が令和3年の0%から令和7年度には85%に達するなど大きな成果が生まれている。

しかしながら、有機農業者の多くは小規模であることから、近隣に京都市や大阪市などの大消費地が存在するにも関わらず、市外への波及等が十分ではない。また、農薬や化学肥料を使用しないことによる、いわゆる規格外品などの発生への対策もこれからの検討課題となっている。さらに、隣接する京都市を訪問されるインバウンド旅行者の取り込みなどの観光業等の周辺産業との連携も期待されている。

これまでの経過及び課題を踏まえ、市外への有機農産物の販路拡大、加工品の製造による付加価値の創出、食を軸とした観光の創出を目指す。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域及び推進の核となる事業者

亀岡市中心部・西部地域

(2) 本プラン推進の核となる事業者

(株) ビオかめおか、かめまる有機給食協議会、(一社) 亀岡オーガニックアクション、
亀岡市内の有機農産物生産者、(株) 京善、(株) ミナト、(株) ONEかめおか、(一社)
亀岡市観光協会、(一社) 森の京都地域振興社、

(3) 特定の理由

市外への有機農産物の販路拡大にあたっては、有機農産物生産者が不可欠であり、
亀岡市内の有機農産物生産者のほか、亀岡オーガニック農業スクールの運営事業者で
ある(株) ビオかめおか、給食への有機農産物提供の中心であるかめまる有機給食協
議会、有機米生産の勉強会等を開催する(一社) 亀岡オーガニックアクションの他、
京都市内のホテル・飲食店等への販路拡大で協力する(株) ミナトを特定した。

加工品の製造による付加価値の創出については、亀岡市が出資し未利用地域資源の
活用に取り組む地域商社ONEかめおか、有機農産物のヴィーガン食への展開を行う
(株) 京善を特定した。

食を軸とした観光の創出については、本市の観光推進の中心である(一社) 亀岡市
観光協会、地域資源のブランド化に取り組む(一社) 森の京都地域振興社を特定した。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

有機農産物の流通には多くの課題が存在する。農薬や化学肥料を使用しない有機農
業には病虫害等のリスクが存在するため、リスク分散を図るため少量多品目での栽培
を行う生産者が多く、量の確保が難しい状況にある。また、栽培方法の特性上規格を
合わせることも難しく、いわゆる規格外品等のロスが大きい状況である。

また、上記の状況とあいまり、市場出荷が行われてこなかった結果、市場を通じた
大規模流通がほとんど行われていない。

こうした状況から、有機農産物そのものの集積を行うことが必要であるが、現段階
では集積拠点の確保も含め不十分である。また、有機農産物の加工に対応できる事業
者がほとんど存在していないことから、地場産業としての発展の機会を失っている。

上記の現状を踏まえ、有機農産物の販路を確保し、流通に乗せるためには、市内で
生産される有機農産物を集積させるための集荷・出荷施設の確保、集積した有機農産
物を規格外品等も含め加工するための施設の整備が必要である。

(2) 目指すべき目標

現在、市内において有機農産物の集荷・出荷・加工を一体的に行う施設は存在しな
いことから、現段階(令和7年度)での付加価値額は0円とし、本プランで整備を行

う集荷・出荷・冷凍・加工施設における出荷・加工等による売上等を元にした付加価値額を4億2,500万円とし、同額を増加額とする。また、観光による付加価値額については現段階が100万円であるため、増加額を7,400万円とし、合計付加価値増加額を4億9,900万円とする。目標年度は令和17年度とする。

(3) 設定の根拠

今後想定される集荷・出荷・冷凍・加工施設を活用した農産物販売・加工品製造販売等による売上想定状況から積み上げを行った。

(4) 効果検証

本プランで掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

市内の有機農産物を市外に販売するための集積拠点及び加工品を製造する仕組みを構築し、生まれる付加価値を農業分野に留まらず食品製造業などの第二次産業や観光業などの第三次産業につなげ、地域経済の拡大を図る。

また、有機農産物の加工に留まらず、有機農業のある環境や食を使った観光への展開を図る。

(2) 取組の具体像

本市内の事業用地等においてこれまで、小ロットでの流通が中心であった有機農産物の集積を図り、洗浄・選別を行うとともに冷凍保管及び加工施設を整備することで、同施設を中心とした出荷及び加工品開発・製造体制を構築する。

整備した施設を今後需要が伸びると想定されるオーガニックヴィーガン食品等の開発・加工・製造に活用し、オーガニック農産物そのものの特産品化による販路展開を図る。

また、本市の京都・亀岡保津川公園を、有機農業を見て体験できるオーガニックビレッジパークと位置づけ、同パークを起点とした食と環境の観光化（ガストロノミーと環境を学ぶツアーの展開）を図るとともに、市内直売所等での飲食機能強化等により食の集積化も図る。

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

「世界に誇れる環境先進都市」を目指す本市の施策は、全国的な大きな注目を集めており、視察等で本市を訪問する方も増加傾向にある。しかしながら、環境への取組

が経済的な効果ももたらす実感に乏しい面がある。有機農産物の販路拡大、加工品製造、観光との連携により、環境への取り組みが経済的な効果に結びつくことへの実感につながることで、地場産業の成長のみならず、地域への愛着（シビックプライド）を高める大きなインパクトが期待できる。

また、農業と商業・観光の環境への結びつきを直接見聞きできる機会が増えることで、小学校等における食育の推進をより深いものとし、産業間の連携を学ぶ効果が期待できる。

さらに、整備した加工施設で製造される食品について、一定程度の在庫の保管を常時行うことで、災害に対応する備蓄としての機能も持たせることで、「食」と「防災」を結びつける効果も期待できる。

こうしたインパクトの定量的指数については、整備する集荷・出荷・冷凍・加工施設での製造品等の売上高について、令和 17 年度（10 年目）10 億円とするため、3 年目（令和 10 年度）の売上高を 5,000 万円、5 年目（令和 12 年度）を 2 億円、7 年目（令和 14 年度）を 4 億円とする。また、本事業に伴う雇用等について、令和 17 年度に事業関連の雇用者を約 100 名とする他、有機農産物の生産を行う新規就農者を約 30 名程度増加させる。

5. 取組に向けた課題と本市が行う取組【政策手段】

（1）取組に向けた課題

有機農産物の流通はこれまで個々の生産者が小ロットを各自の個別の販路開拓により流通させていたことから、集積・出荷を担う拠点が存在しておらず、整備が必要となっている。また、集積がないことから、集積後の加工等の高付加価値化についても、地場産業としての方向性・位置づけが弱いことから整備が進んでおらず、有機農産物の集積に向けた拠点、加工品開発の中心となる事業者、施設等が不足している。

（2）講じるべき政策パッケージ

①事業者に対する伴走支援体制の整備

亀岡市農林振興課内にオーガニック推進担当課長を配置し、当該課長を中心として、有機農業者の育成等を全市的にサポートするほか、市出資の地域商社 ONE かめおかとの連携により、加工品開発等に取り組む。またこうした取組を市ホームページ、市公式 SNS 等を通じて発信する。

②インフラ整備

市有地の活用も含めた事業用地の確保を行うとともに、地域未来交付金等の活用により、施設整備を進める。

③集出荷場の機能強化と加工業の拡大

地域未来交付金等の活用により、集出荷機能の強化や実需者との商談会等のマッチング機会の確保、保冷库等の整備による安定出荷の推進などを支援する。

また、(株)京善が取り組む有機農産物を活用したヴィーガン食の開発、加工品製造を支援する。加工業の拡大と直売所の充実を支援する。

④「食」を軸に据えた観光業への支援

本市の有機農産物を活用した「食」を中心に据え、インバウンド観光客をターゲットとするオーガニック・ヴィーガンによるガストロノミーツアーの展開のため、ファムトリップ等への支援を行う。

(3) 進捗管理に使う指標 (KPI)

KGI 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、以下の通り KPI を設定する。

整備する集荷・出荷・冷凍・加工施設での製造品等の売上高を KPI とする。目標年次を令和 17 年度 (10 年目) とするため、3 年目 (令和 10 年度) の売上高を 5,000 万円、5 年目 (令和 12 年度) の加工食品売上高を 2 億円、7 年目 (令和 14 年度) を 4 億円とする。