地域づくり表彰

京田辺農福観地域づくり協議会（京都府京田辺市）

多様な人々がつながり、循環する地域づくり

京田辺農福観
地域づくり協議会

会長

岡本（おかもと）　和雄（かずお）



１．京田辺市の概要

京田辺市は京都・奈良・大阪の中間に位置しており、西に生駒山系に連なる甘南備山、東に木津川が流れる豊かな自然に囲まれています。

一方、新名神・第二京阪・京奈和道などの高速道路網や、JR5 駅近鉄６駅があり、京都・奈良・大阪いずれにも 30 分程度でつながっている交通の要衝でもあり、新しい住宅地の関連によって、現在も穏やかに人口が増加している活気あるまちです。

さらに、玉露や海老芋等の農産物、国宝を持つ寺院、特色ある商工業者や文化団体、小学校から大学までの教育機関など、多様な地域資源に恵まれた地域でもあります。





酬恩庵（通称、一休寺）

２．団体の概要・発足の背景

先述のとおり、京田辺市には数多くの地域資源が存在するものの、団体がそれぞれに事業を展開しており、相互連携の余地を多く残していました。

京田辺市農福観地域づくり協議会は、それら地域資源をつなげると同時に、京田辺市転入者に対して地域の魅力を発信することで、京田辺を「自分たちのまち」、「ふるさと」と思っていただき、地域づくりに関わっていただく方を１人でも多く増やしたいとの思いで活動している任意団体です。

現在は、組織が異なる９団体が参画し、販売、観光、農福連携、商品開発、広報の５部会に分かれて様々な取り組みを展開していますが、当初活動を開始したのは農業者５名のマルシェからでした。

当初は「なんの背景もない私たちに何ができるのか」との不安もありましたが、生産者の「直接消費者に販売する機会は少ない。直接消費者の声が聴けるのはうれしい」という声や、消費者の「京田辺で京野菜に出会い、京都らしさを感じた。」という声に勇気づけられ、活動を重ねていった結果、徐々に参加者や賛同者の輪が広がりました。



活動初期のマルシェ

また、参加者・賛同者からの「次はこうしたい」、「こんな事業ができれば」という前向きな声を否定せず、どうすれば実現できるかを皆で追求し続けてきた結果、マルシェ以外の新たな事業が生まれ、今の協議会の形になりました。

３．活動内容

様々な活動を展開していますが、ここでは主なものを紹介します。

【LOVE 京田辺マルシェ】

転入者が多い市北部地域・松井山手において、民間事業者（商業施設）の協力を得て３ヶ月に１回のペースで市北部商業施設の敷地内でマルシェを開催し、3 千人の方にお越しいただいています。

出展者は農業者の他、クラフト作家や地元音楽家にまで広がり、出展者同士の連携事例や市外からの参加申込事例も生まれています。



LOVE 京田辺マルシェ会場前

また、令和６年度より、協力事業者の増加にともない、年４回のマルシェの内１回を「松井山手祭り」と銘打って拡大しています。



松井山手祭りの様子

【クラフトビールづくり】

市内の耕作放棄地の活用と明治時代から昭和中期ごろまで市内地域で生産されていた大麦（ゴールデンメロン種）の復活をテーマに、クラフトビールづくり事業を実施しています。





金融機関（京都信用金庫）や大学（摂南大学農学部）の協力も得ながら、令和 6 年は 300 本の生産に成功しました。

生産したクラフトビールを市民の方に知っていただくため、第 1 回京田辺クラフトビール祭りを開催し、販売を行ったところ、完売し、64 万円の売り上げを達成しました。



KYOTANABE BEER



クラフトビール祭り

【観光地バリアフリー化】

観光と福祉が連携し、ハンディキャップがある方も市内観光を楽しめるよう、毎年、菜の花畑で賑わう普賢寺地区の大御堂観音寺エリアに車いすやバギーでも菜の花の香りや菜の花に来る昆虫の観賞など、自然を間近で楽しむことができる回廊を設置しました。

また、写真スポット（京田辺のオブジェとカラーベンチ）等を設置し、SNS への投稿を促すことで、新たな観光スポット創出にも努めています。



菜の花畑を楽しむ観光客

【体験型ツアーの開催】

京田辺の特産品である「お茶」をテーマに京田辺まるごと体験ツアーを開催しました。

茶摘み体験や石臼を使った抹茶づくりと玉露の入れ方体験など、普段経験できない体験メニューに、参加者からは「また参加したい」など満足度の高い評価をいただきました。

４．創意工夫・成果

「多様な人々がつながり、循環する地域づくり」を目指して設立したこともあり、各事業を進める上で、異分野・新規団体とも積極的な関係づくりを進めた結果、協議会の構成団体は現在 9 団体にまで拡大し、その結果、連携異分野団体の関係創出と課題に直面した場合の団体相互のナレッジ共有・連携が生まれるようになりました。

新規団体からの事業アイディア提案により、既存事業の改善や新たなチャレンジを促す環境整備に自然とつながったと考えています。

また、マルシェ出展者から「他のイベントに出展した際にはライバル関係になることが多いが、LOVE 京田辺マルシェでは他団体との交流が生まれる」という嬉しい声もいただいており、実際にマルシェを通じて出会った出展者同士がつながり、連携して新たな新商品を開発するという事例も生まれています。

協議会の活動外でも地域の連携が生まれたことについて、大変嬉しく思っていますし、今後もこのような事例が生まれるよう、協議会としても工夫してまいりたいと考えています。



マルシェで出会った出展者が開発

５．今後の展望

ここまで大きくなった協議会の活動ですが、現状に満足することなく、さらなる発展を目指したいと考えています。

まず、マルシェについては、地域住民に定着しつつありますが、今後も継続・改善を続け、みんながマルシェを待ち遠しくなる「待望の場」、そして京田辺の情報発信の場としてさらに育てていきたいと考えています。

クラフトビール事業は、事業規模を拡大し、地元産原材料 100%の醸造所の開設を目指したいと考えています。また、京田辺市のふるさと納税返礼品にも登録しており、地域経済の振興にもつながればと考えています。

観光では、遊休農地を活用し、10 年後を見据えた「体験型農業観光業」の創設を目指したいと考えています。

今後も、「人と人がつながり、人と地域がつながる。そしてカタチにするというコンセプトを基に京田辺の魅力発信を続けていきたいと考えています。