

シリーズ= 地方創生に挑む!



京都銀行

第9回

地元農産物を使う町家レストラン事業支援の取組み

ブランド力のある店舗を使い

1次産業者の価値を向上

お客様の企業価値向上・成長支援を通じて地方創生に貢献

読

者の多くも一度は訪れたことがあるであろう「古都・京都」。世界中から観光客が押し寄せる世界屈指の観光都市だ。文化財や史跡といった観光資源だけでなく、お茶や漬物といった食文化、染め物や織物などの伝統工芸まで、言わずと知れた名品の宝庫である。

「京野菜」もそんな京都ブランドの一つであるが、京都の農業経営体は小規模農家がほとんどであり、限られた販路の中で収益の維持・向上には課題を抱えている。

農業自体は成長ビジネスともいわれるが、既存の農家が自力で収益性を高めることは容易でない。

京都銀行では、こうした課題の解決に向け、京都エリアで農林漁業の6次産業化に取り組む事業者の支援に注力。平成26年5月26日には、京都信用金庫、京都中央信用金庫、京都北都信用金庫、農林漁業成長産業化支援機構、テクノロジー・シーディングインキュベーション、京銀リース・キャピタルとの共同で「きょうと農林漁業成長支援ファンド」を設立した。

当ファンドの第2号投資案件である「株式会社むすびの」の6次産業化事業は、地域金融機関と事業者がイチから一緒に取り組んだ地方創生の好事例である。

築150年を超える古民家を飲食兼物販の店舗として活用し、1次事業者から提供される食材を使ったフレンチを提供するほか、加工品の販売を行うむすびの。ブランド力の高い京町家を活用した店舗で、発酵などの伝統加工技術やフレンチシェフの調理技術によって、原材料に高い付加価値をつけ

た商材を提供。1次産業者のブランド化・収益向上を通じて、地方創生に貢献している。今回は、京都銀行による地方創生の取組みを紹介したうえで、むすびのへの支援内容をレポートする。

店舗ネットワークを活かし 広域マッチングに注力

京都銀行では、平成26年4月に営業支援部に「地域活性化室」を設置し、成長産業支援や新産業創出支援など地域経済の活性化に注力してきた。

平成28年6月には、地域創生・



地域活性化の取組みをより一層強化するため「公務・地域連携部」を新設。これは、地域創生等を担う専担部署として、「公務部」と営業支援部内にある「観光支援室・地域活性化室・地域密着型金融推進室」を再編したものだ。現在はこの公務・地域連携部が中心となり、観光支援やビジネスマッチング、創業支援等を通じて、地域経済の持続的成長・発展をサポートしている。

「京都には観光産業という非常に大きな強みがあるものの、それは京都府経済の一面にすぎません。電子部品や機械産業も盛んですが、企業は京都市内に偏っています。京都市内も学生が多いため交流人口は多いのですが、卒業生のほとんどは府外に流出してしまうため、必ずしも生産年齢人口の増加には結びついていないのが現状です。府北部地域は人口減少も顕著ですし、他の多くの地域と同じように、京都の各自治体も様々な課題を抱えているのです」(福岡亮 京都銀行 公務・地域連携部次長兼地域活性化室次長)



▶京都銀行 公務・地域連携部 福岡亮次長兼地域活性化室次長

公務・地域連携部には50名ほどが在籍。公金を扱う担当者を除いた30名ほどが窓口となり、各自治体の課題解決に向け、外部機関とも連携しながら様々な地方創生施策に取り組んでいる。

例えば、平成28年6月には京都府との共催で「お茶の京都」イベント対応策セミナーを、同9月には城陽市との共催で「観光と地域資源の再発見で進める地方創生」をテーマとしたセミナーを、平成29年2月には舞鶴市等との共催で、京都舞鶴港の振興による地域産業の活性化を目指した「京都舞鶴港セミナー」を中国大連で開催した。こうしたセミナー

やイベントなどへの参加をきっかけに、地元企業が自社の課題を認識し、個別の相談へと発展するケースも少なくない。

自治体や企業から寄せられる地方創生関連の相談は、フードビジネスの支援ニーズが高いという。加工品の開発や販路拡大に関する悩み・課題について、京都銀行では積極的なマッチング支援を展開。京銀ビジネス商談会や地方銀行フードセレクトションなどのイベント活用に加え、広域店舗ネットワークを活かしたビジネスマッチングにも力を注ぐ。

平成23年〜28年度上期までの実績で、京都銀行が仲介したビジネスマッチングの成約件数は563件(1120社)に上るが、そのうち府内と府外および府外と府外のマッチングが50%以上を占めているという。

精緻なデューデリにより ベンチャーへの投資を実現

歴史と伝統の街「古都・京都」は、市内に大学や短大が40近くも集まる学問の都でもあり、研究開