

地域食品産業連携プロジェクト(LFP)における イノベーションの創出とは

＝岐阜県LFP事務局を運営して＝

—株式会社食農夢創 代表取締役・仲野真人—

農林水産省の[地域食品産業連携プロジェクト](#)（LFP：Local Food Project）が2021年度にスタートして、2年が経過した。同プロジェクトは、「地域の農林水産物を有効活用するため、都道府県が地域の食品産業を中心とした多様な関係者のそれぞれの経営資源を結集するプラットフォームを設置し、『地域の社会課題解決と経済性が両立』する新たなビジネスを持続的に創出する仕組みの構築」（農林水産省HPより）を目指している。しかし、地域の社会課題の解決と経済性の両立とは、口で言うのは簡単だが、現場で実現するのは並大抵のことではない。本稿では、筆者が岐阜県LFP事務局の運営に2年間携わった経験を踏まえ、岐阜県LFPの取り組みから、LFPとは何かについて考えてみたい。



仲野 真人（なかの まさと）

立教大学経済学部卒業後、野村證券株式会社に入社。

2011年野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社に出向。19年退職し、株式会社食農夢創を設立。

◇岐阜県LFPのプラットフォームの特徴

岐阜県LFPは、初年度に14事業者・団体で始まり、2年目には24事業者・団体がプラットフォームに参画した。他の道府県のLFPより参加メンバーが少ないとの指摘も受けるが、数が多過ぎてまとまらないリスクを避けるために、あえて少数でスタートした。それでも、農林漁業者、食品メーカー、小売・外食、金融機関、支援機関として、岐阜県を代表する多様なメンバーがそろっている。

岐阜県LFPにおける社会的課題

| 社会的課題 | 具体的な課題 | 解決方法 |
|------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 農村における課題 | ・地域の高齢化 ・農業の担い手不足 ・働く場所の維持・増加 | ・「儲かる」産業の創出による雇用の維持、新たな担い手の受け入れ |
| 環境における課題 | ・気候変動、地球温暖化 ・環境の配慮したビジネス | ・環境に配慮したビジネスの創出 |
| ビジネスにおける課題 | ・経営課題の解決 ・利益の確保 ・SDGsを意識した取組み | ・自社だけではなく他の企業と連携したビジネスの創出 ・社会課題を解決するビジネスの創出 |
| 文化に関する課題 | ・歴史・文化（食文化含む）の衰退 | ・高齢者～子供のコミュニティの創出 |
| 生活環境における課題 | ・子育て女性の社会復帰 ・コミュニティの維持（人の繋がり） ・マイノリティとの共存 ・教育（食育含む） ・情報リテラシー | ・子育て女性が働きやすい環境の整備 ・女性によるビジネス創出 ・ダイバーシティ&インクルージョン（多様性と一体性） ・多様な教育制度（老若男女問わず） |

岐阜県LFPが特徴的なのは、NPO法人こどもトリニティネットが参画していることであろう。こどもトリニティネットは、子育て世代の社会課題の解決と子育てしやすい社会の実現を目指すために設立され、職員も子育て世代の女性陣だ。こどもトリニティネットが参画し、また子育て世代のメンバーが多かったこともあり、プラットフォームで岐阜県における社会的課題について議論した際には、「農林漁業の維持・活性化」とともに「子育て世代の課題解決」を目指すビジネスを創出するという合意形成に至った。

◇NPO法人が実施主体である理由

岐阜県LFPでは、NPO法人こどもトリニティネットが事業実施主体となっている。「なぜNPO法人が実施主体なのか」との質問を方々から受けたが、理由は二つある。

一つは、L F Pの効果として、「多様な事業者がアイデアを出し合うことでイノベーションを生み出す」ことが期待されているためだ。岐阜県L F Pのプラットフォームメンバーには、6次産業化を行っている生産者や農商工連携に取り組んでいる事業者もあり、仮に実施主体になれば、「6次産業化・農商工連携とは何が違うのか」と他から受け止められる可能性がある。

もう一つの理由は、多様な事業者が参加している中で、特定の事業者が実施主体になると、「結局は○○のための事業ではないか」と批判される可能性があることだ。N P O法人が実施主体であれば、メンバーの理解と協力を得やすいと考えた。

◇消費者(子育て世代)参加型の商品開発

こうしてスタートした岐阜県L F Pで何より一番の強みが、こどもトリニティネットの職員が「子育て世代の消費者」という点である。彼女たちは、子育てをしている世代が感じている悩みを踏まえ、「こういう商品があったら助かるよね」という視点でアイデアを出していった。また、そのアイデアを検証するため、対面とインターネットで延べ356人にアンケートを行い、商品設計へと落とし込んでいった。そして、戦略会議で食品メーカーから商品開発の視点で、小売・外食事業者からは消費者へ販売する視点で、それぞれ意見をもらいながら、ブラッシュアップしていったのである。こうして、2年間で岐阜県L F Pとして開発した商品が、以下の2点である。

●家族全員で楽しむ幼児食スープ「GIFUTO SOUP」(2021年度)

幼児がいる世帯では、幼児食と他の家族の料理と2種類を用意しなければならず、大きな負担になっている。大人も子供も楽しめる栄養満点のスープがあれば、時短にもつながり、親子で同じものを食べられるため幸福感が増す。開発したスープの種類は、「トマト×玉ねぎ」「ほうれん草×さつまいも」「かぼちゃ×さつまいも」の3種類で、オリジナルレシピ付き。クラウドファンディングを実施して、108万8000円の応援購入を達成した。プラットフォームメンバーの商流への参加としては、阿部農園、石川農園、寺田農園の生産したトマトを、まんま農場がスープに加工している。スープのレシピは、日本料亭を経営している、う我仁が監修した。



GIFUTO SOUP

●栗の鬼皮を練り込んだグルテンフリー麺(2022年度)

親世代の感想として幼児は麺類が大好きで、21年度に開発したGIFUTO SOUPはパスタソースとしてもアレンジ可能である。昨今はグルテンアレルギーの子供や野菜嫌いの子供も増えており、グルテンフリーの麺に野菜の規格外品や残渣(料理の際にむいた皮など)を粉末化したものを練り込むことで、グルテンアレルギーのある子供も食べられ、野菜の栄養素を摂取し、食品ロスの削減にも貢献できる。第1弾商品として開発したのは、岐阜県特産の栗の捨てられている部分である鬼皮を練り込んだグルテンフリー麺。プラットフォームメンバーの商流への参加としては、恵那川上屋が自社で生産している栗の鬼皮を粉末に加工し、その粉末を小林生麺が麺に練り込んでグルテンフリー麺を製造。完成した商品は恵那川上屋の全店でテストマーケティングしている。

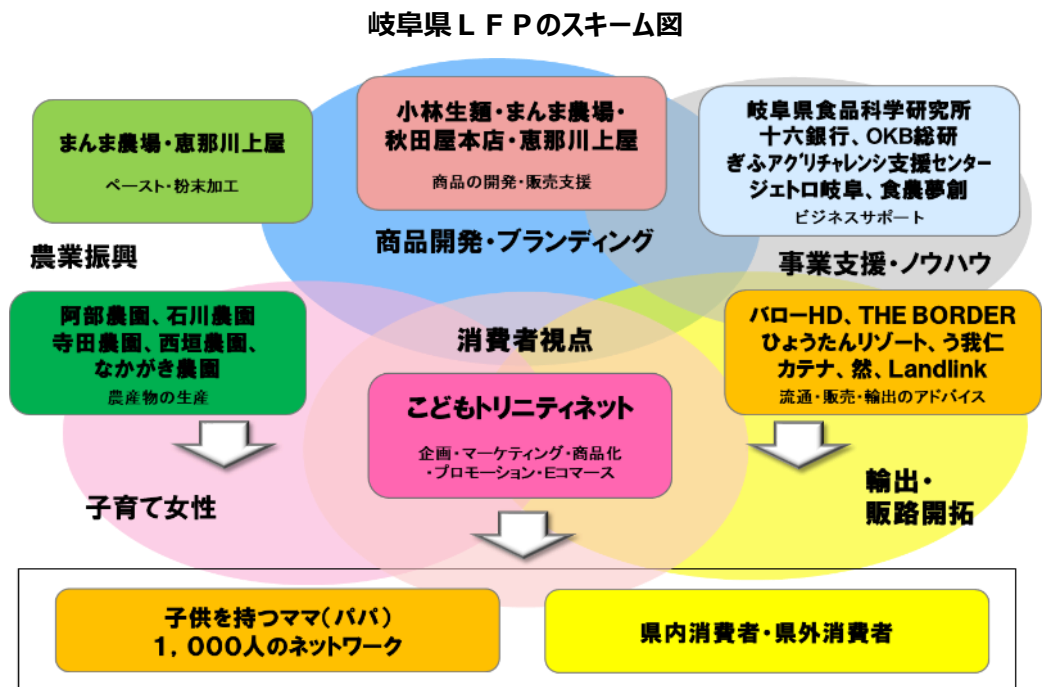


栗の鬼皮を練り込んだグルテンフリー麺

◇「地域循環型ビジネス」と「ビジネスの展開可能性」が重要

岐阜県L F Pの取り組みで、筆者が強調したいことは2点ある。1点目は、「地域循環型ビジネス」として、プラットフォームメンバーが商流に関わっていることである。先に述べたように、L F Pのプラットフォームには多様

な事業者が参画している。しかし、いざ商品化となったときに、一事業者だけの取り組みとなると、他の参加者は「何のために参加しているのか」と疑問を抱く。このため岐阜県LFPでは、プラットフォームメンバーが商流に参画することで、生産・加工・流通・販売の各過程でお金が落ちるビジネスモデル、つまり、商品に使用する農産物



の生産者、1次加工・2次加工事業者、その商品を販売する事業者のそれぞれにお金が落ちることによって、地域内でお金が循環するビジネスを創出することに注力した。

2点目が、「ビジネスの展開可能性」である。6次産業化や農商工連携では、商品が単発で終わってしまうことも多い。LFPの目的は持続可能なビジネスの創出で、岐阜県LFPではGIFUTO SOUPも、野菜を練り込んだグルテンフリー麺も、スープと麺の種類を増やしていくことによって商品のバリエーションを増やすことができる。岐阜県産の農産物の使用品目も増やしていくことができ、地域農業の活性化にもつながる。また、スープと麺をそれぞれで販売するだけでなく、セット販売も可能になるので、販路の選択肢も広がる。

そして、岐阜県LFPにおいて何より重要なのが、子育て世代の課題解決というテーマ設定である。残念ながら今回、プラットフォームに参加しながら商流に関わるができず、アドバイスのみで終わってしまった事業者もいる。しかし、子育て世代とのテーマで、プラットフォームメンバーが自社のシーズを活用しながら、どう関わるができるかを検討していけば、子育て世代の課題を解決するビジネスは無限に生まれる可能性がある。本プロジェクトの実施主体であり、かつ、本業として子育て世代の課題解決に取り組んでいるこどもトリニティネットが、そうしたビジネスをプロデュースしていく。これが、岐阜県LFPがこの2年間に取り組んだ持続可能なビジネスの創出である。

◇LFPに欠かせないコーディネーターの存在

農水省によると、LFPでは21年度に26、22年度に49の延べ75のビジネスが創出され、多様な事業者が参加するプラットフォームでイノベーションが創出されることを証明しつつある。しかし、実際に事務局として運営してみると、プラットフォームのメンバーにはさまざまな意見があり、全員の意見をまとめるのは容易ではない。

そこで重要なのが、プラットフォームで活動するLFPコーディネーターの存在である。プラットフォームのメンバーが抱える課題や地域の課題を整理しつつ、メンバーの強みを生かしてどう課題を解決していくか、部分最適ではなく全体最適をイメージしながら事業全体の構想を常に描いてメンバー同士の調整をしていく能力が、コーディネーターには求められる。しかし、そうした視点を持つコーディネーターの必要性が、まだまだ認知されていないのが現状だ。LFPでイノベーションの創出をさらに加速させていくためには、多様なメンバーをまとめ、ビジネスモデルにまで落とし込むことのできるコーディネーターの育成を同時に進めていけるかが、重要な鍵になる。