

地域食農連携プロジェクト (北海道 L F P)

事業戦略 (案) 令和3年度11月10日版

VERSION 1.0 2021.11.10

北海道LFP事務局／北海道

第2回研修会（ワークショップ）に基づく 事業戦略案策定にあたって

- 挙げられた意見を「課題」と「解決に向けた手段」と「期待する成果」に整理して事業戦略案を作成する
- なかでも、課題として挙げられたものは「マクロの社会的課題」と「個別の社会的課題」に整理する



UMAMI産業を軸にした 「個別の社会的課題」 (ワークショップより)

◆原料生産の課題

- ・ 市場のニーズにこたえる原材料の供給体制の整備（加工側が欲しいものが必ずしも生産できていない）
- ・ 廃棄される規格外農作物の活用
- ・ 埋もれた未利用資源の活用
- ・ 気候変動に伴う資源の変化〔プロジェクト提案由来〕

消費地の需要優先
(規模が小さいため) 道内加工のニーズが重視されていない
一方で、未利用資源も多い

◆商品の開発と生産における課題

- ・ 原料供給型産業からの脱却
- ・ 道外から加工品の引き合いがあっても、必要生産量が確保できないことがある
- ・ 物流費の価格への跳ね返り
- ・ 「よいものを安く」の価値観

ものづくりにおいて
付加価値を重視しない傾向
「売り込む」のではなく「選ばれる」ことに慣れている

◆販売戦略と販売における課題

- ・ よい素材はたくさんあるが売りのポイントが絞り込めない
- ・ 「おいしさ」を客観的に表現できていない
- ・ 「北海道の価値」を他の地域と差別化する視点が必要
- ・ 「売り方」が身についていない

北海道ブランドへの依存
「選択と集中」が不得手
競争の視点の不足
販売力の弱さ

◆消費における課題

- ・ 地元の産物が地元で消費されていない、地元で消費したくてもできない現状
- ・ 「食文化」を伴った名物が少ない（好事例は ジンギスカン、シメパフェ など）

地元とのつながりが薄い
商品と食文化が連動していない

◆産業支援における課題

- ・ 行政、各機関等で様々な支援が行われているが、それらを結集して支援する仕組みが不十分

支援の仕組みはあるが
産業化に向けた連携が不十分

◆その他の社会的課題〔全てプロジェクト提案由来〕

「人材の確保と活用（人材育成、女性活躍、農福連携を含む）」「観光施策との連携」「食料自給率向上」「環境負荷の低減」
「農家所得の安定」「グローバルニーズへの対応（インバウンド、ハラール、ビーガン）」「フードロスの低減」



UMAMI産業を軸にした マクロの社会的課題とその解決手段

マクロの社会的課題



ブランドに依存した受動的な商品づくりの傾向

- ・ 商品づくりにおける北海道ブランド、素材の良さへの依存
- ・ （結果として）「北海道の食」の客観的な価値の未定義、付加価値を重視しないものづくり、販売戦略、販売力の弱さ

脅 威



課題の放置が将来の危機となる理由

- ・ 気候変動、災害の影響による農林水産物の生産状況の変化
- ・ 他地域との競争の激化
- ・ 国内市場の縮小

解決の手段



課題を解決する「能動的な商品づくり」への挑戦

- ・ 消費者を意識した高付加価値化（市場ニーズの把握、見えないニーズを創出する商品開発）
- ・ 発信力と販売力の向上（エビデンスによる差別化、EC等に対応した発信力と販売スキルの強化）
- ・ 道民に支持され、推される商品づくり（地元消費への回帰、食文化の創出）
- ・ 実用的な地域の支援の仕組みづくり（産官学金の横断的連携強化）



北海道

食絶景北海道



「マクロの社会的課題」の解決に向けた 北海道LFPの取組方針（阿部Co.の総括より）

方針1：「うまみ」による地元経済の発展（連携とPR不足の解決）

- 6次産業化だけでは、地域経済が発展するまでに至っていない。
- その主な要因は、地域（内外）の連携不足とPR不足により、地元消費が定着しないこと及び方向性の共通認識の欠如にあると考えられる。
- そこで、**地元消費への回帰を推進するとともに、「うまみ」を軸とした産官学の横断的連携強化とECサイトの積極活用によるPR活動**をすることで、地元特産品の定着から成る地域文化の醸成を行い、将来的には北海道食文化の創出を目指す。

→ 本方針に基づく北海道が目指すローカルフードビジネスの〔類型Ⅰ〕：地元経済活性型

- ①**地元消費への回帰** ②**「うまみ」を軸とした産官学の横断的連携強化** ③**ECサイト等を活用した発信力と販売スキルの強化** に取り組む。
→地元特産品の定着と地域文化の醸成をはかり、北海道食文化の創出を目指す

方針2：「うまみ」による新産業の創出（北海道ブランド依存を超える商品開発）

- 北海道は食品産業が基幹産業であり、生鮮物の低次加工品や菓子はブランド化しているものの一般化しており新鮮味にかける。
- そのため、地元消費、移出、輸出が可能な次の主力となるブランド化しうる新産業の育成が望まれている。
- ただし、持続的な**新産業の創出には消費者ニーズとの合致が必須**であり、そこに**差別化とブランド化を両立**でき、かつ、原材料開発、技術開発、安全安心健康について道内食産業が連携しうる新産業として、「うまみ」を軸とした**研究開発とエビデンスによる差別化**を行うことで新たなうまみ産業の定着を行い、北海道食文化の創出を目指す。

→ 本方針に基づく北海道が目指すローカルフードビジネスの〔類型Ⅱ〕：産業創出型

- ①**エビデンスによる差別化** ②**市場ニーズの把握と創出** ③**ニーズを実現する原材料開発+技術開発+安全安心健康の担保** に取り組む。
→新うまみ産業の定着をはかり、北海道食文化の創出を目指す。



北海道

食絶景北海道



北海道LFPの取組テーマ：

UMAMI王国北海道

～北海道らしい「UMAMI」を定義し、付加価値化し、
地域に愛される食文化と地域全体に利益をもたらす産業の創造に挑戦。
そして、世界市場へ～

※ 本事業で取り扱う商品の範囲（想定）

いわゆる調味料（醤油、魚醤、肉醤、味噌、調味塩、スパイス加工品、ハーブ加工品、ソース、ペースト、酢、ドレッシング、漬け汁、スパイス、たれ、つゆ、だし及びだしの素、調味油、調味粉末等）のほか、食品素材を風味を増す目的で加工し、他の食材との組み合わせで食の豊かさを増すことが期待されるものについては、広く対象とします。



北海道

食絶景北海道



「UMAMI王国」のビジョン・戦略・戦術

ビジョン

10～15年後に、「うまみ」の分野で「北海道を代表する味」として道民にも売り先の市場にも認知され、指名買いされるような商品が複数生まれ、それらの商品を軸にして、生産、加工、流通、販売、消費に至る、広範囲な地域の産業サイクルが成立している。

その成立までの道のりを通じて、一次製品の作況や競合に左右されない、確たる価値定義とマーケティングに基づく商品企画・商品開発・販売ノウハウが産業全体に定着する。

戦略

うまみ産業において、地域の課題を踏まえ、「地元経済活性型」「産業創出型」の2類型に基づく商品とビジネスの開発に、LFPコーディネーターの支援と補助金事業により取り組み、マクロの社会課題を解決する産業モデルづくりを行う。また、補助外の道内の「うまみ」関連プロジェクトとの連携も積極的に行い、モデル化の成果の早期展開を図る。

戦術

LFPの商品開発プロジェクトに対して、特に重点的に支援する事項は以下とする。

- I) 地元経済活性型：①地元消費への回帰支援 ②産官学金の横断的連携
③（特にEC等の活用を意識した）発信力と販売スキルの強化
- II) 産業創出型：①エビデンスによる差別化 ②消費者ニーズの把握
③ニーズを踏まえた原材料開発+技術開発+安全安心健康の担保



北海道

食絶景北海道



UMAMI産業を軸にした 「個別の社会的課題」 (ワークショップより)

◆原料生産の課題

- ・ 市場のニーズにこたえる原材料の供給体制の整備（加工側が欲しいものが必ずしも生産できていない）
- ・ 廃棄される規格外農作物の活用
- ・ 埋もれた未利用資源の活用
- ・ 気候変動に伴う資源の変化〔プロジェクト提案由来〕

◆商品の開発と生産における課題

- ・ 原料供給型産業からの脱却
- ・ 道外から加工品の引き合いがあっても、必要生産量が確保できないことがある
- ・ 物流費の価格への跳ね返り
- ・ 「よいものを安く」の価値観

◆販売戦略と販売における課題

- ・ よい素材はたくさんあるが売りのポイントが絞り込めない
- ・ 「おいしさ」を客観的に表現できていない
- ・ 「北海道の価値」を他の地域と差別化する視点が必要
- ・ 「売り方」が身についていない

◆消費における課題

- ・ 地元の産物が地元で消費されていない、地元で消費したくてもできない現状
- ・ 「食文化」を伴った名物が少ない（好事例は ジンギスカン、シメパフェ など）

◆その他の社会的課題〔全てプロジェクト提案由来〕

「人材の確保と活用（人材育成、女性活躍、農福連携を含む）」「観光施策との連携」「食料自給率向上」「環境負荷の低減」
「農家所得の安定」「グローバルニーズへの対応（インバウンド、ハラール、ビーガン）」「フードロスの低減」

北海道LFPにおける商品開発は、マクロの社会的課題の解決に寄与することを前提に、これらの課題（一部でも可）の解決を目指して取り組むものとする。

※以下の課題については、北海道LFP事務局及びプラットフォームにより、補助プロジェクトに限定せず継続的に取り組むこととする。

◆産業支援における課題

- ・ 行政、各機関、各団体で様々な支援が行われているが、それらを結集して支援する仕組みが不十分



北海道

食絶景北海道



北海道LFP「UMAMI王国北海道」 における取組のステップ

ビジョン（10～15年後）

- ・ 「うまみ」の分野における「北海道を代表する味」「食文化」の存在
- ・ 商品を軸にした広範囲な地域の産業サイクルの成立
- ・ 世界に通用する産業としての企画・製造・販売能力の定着

第3期（7～9年後）食文化の創出、産業の定着

- ・ 「うまみ」をとりこんだ北海道の食文化の創出
- ・ 「うまみ」に着眼した催事の定番化
- ・ 海外市場での継続的な取り扱いを目指す

第2期（4～6年後）食文化定着に向けた「うまみ」プロモーション

- ・ 「うまみ」の産業化に向けた食文化プロモーション
- ・ 既存商品、新規商品を取りまぜた「北海道のうまみ」の押し出し
- ・ 輸出促進事業、（インバウンドの復活を見込んだ）観光事業等との連動

第1期（1～3年後）事業モデルの練り上げ

- ・ 1年目（2021）：候補案件の収集、初期事業モデルの確立
 - ・ 2年目（2022）：初期事業モデルの本格推進と検証
 - ・ 3年目（2023）：海外市場も視野に入れた事業モデルの展開
- ※プロジェクト支援外では、道内外の様々な支援制度を連携させた商品開発・販路開拓支援の仕組みの定番化を目指す

※LFPの取組の中で各種のマッチングを促進し、次段階を視野に入れた取組にも着手

※進捗によっては
前倒しの取組も検討



北海道

食絶景北海道



※本事業戦略（案）は令和3年度時点のものです。
今後、進捗に合わせた再検討を予定しています。