

地域食農連携による新たなビジネスモデル の構築について

中央LFP事務局

実施主体：株式会社アール・ピー・アイ

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町2丁目38番 いちご九段ビル 3階

TEL 03-5212-3411（代表） E-mail : info@lfp-c.jp

地域食農連携プロジェクト（LFP）推進事業

【令和3年度予算額 222（－）百万円】

<対策のポイント>

地域の農林水産物が地域産業の中で有効活用されるように、地域の食と農に関する多様な関係者が参画した地域食農連携プロジェクト（LFP）を構築し、地域の関係者が自発的に企画・実行する持続的なビジネスの創出を支援します。

<事業目標>

地域食農連携プロジェクト（LFP）に取り組む都道府県数（47都道府県〔令和4年度まで〕）

<事業の内容>

1. 地域食農連携プロジェクト推進事業

152（－）百万円

地域の農林水産物を活用した持続的なローカルフードビジネスを創出するため、地域の農林漁業者や食品関連企業等のネットワークを構築し、マッチング、プロジェクト経費（試作品製造等）を支援します。

2. 地域食農連携プロジェクト推進委託事業

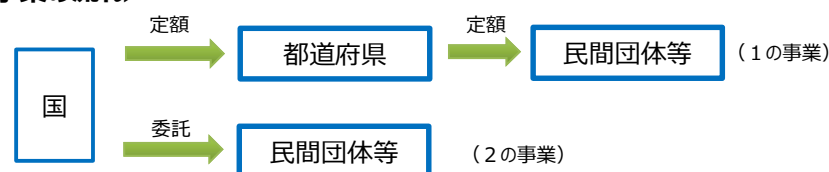
70（－）百万円

地域食農連携プロジェクト（LFP）の組成や事業戦略の検討に関する地域コーディネーター派遣、新規ビジネスに結実したプロジェクトに対するクラウドファンディングを活用したスタートアップ支援を行います。

<事業イメージ>



<事業の流れ>



ローカルフードプロジェクト（LFP）とは

LFPの目的

地域の将来展望を見据え、社会的課題解決と経済的利益の両立を目指して、
持続可能な新たなビジネスモデルを創出する

LFPの効果

LFPプラットフォームに参画した地域内外の多様な事業者や異業種等の
ケミストリーによって、ビジネスにイノベーションを創発する

LFPの戦略

LFPの目的や事業内容を踏まえ、
イノベーションを備えたビジネスモデルの構築を検討する

社会的課題解決と経済的利益の両立に向けて

経営戦略

さまざまな社会・環境課題を抱える現代社会において、企業が、本来の事業展開力を活かして、社会の問題も解決し、利益も上げる新しいビジネスが展開されている

ビジネスチャンス

社会的課題への対応は、他者が対応していないが故に、顧客ニーズの創出、競争力強化につながるビジネスチャンスとなる

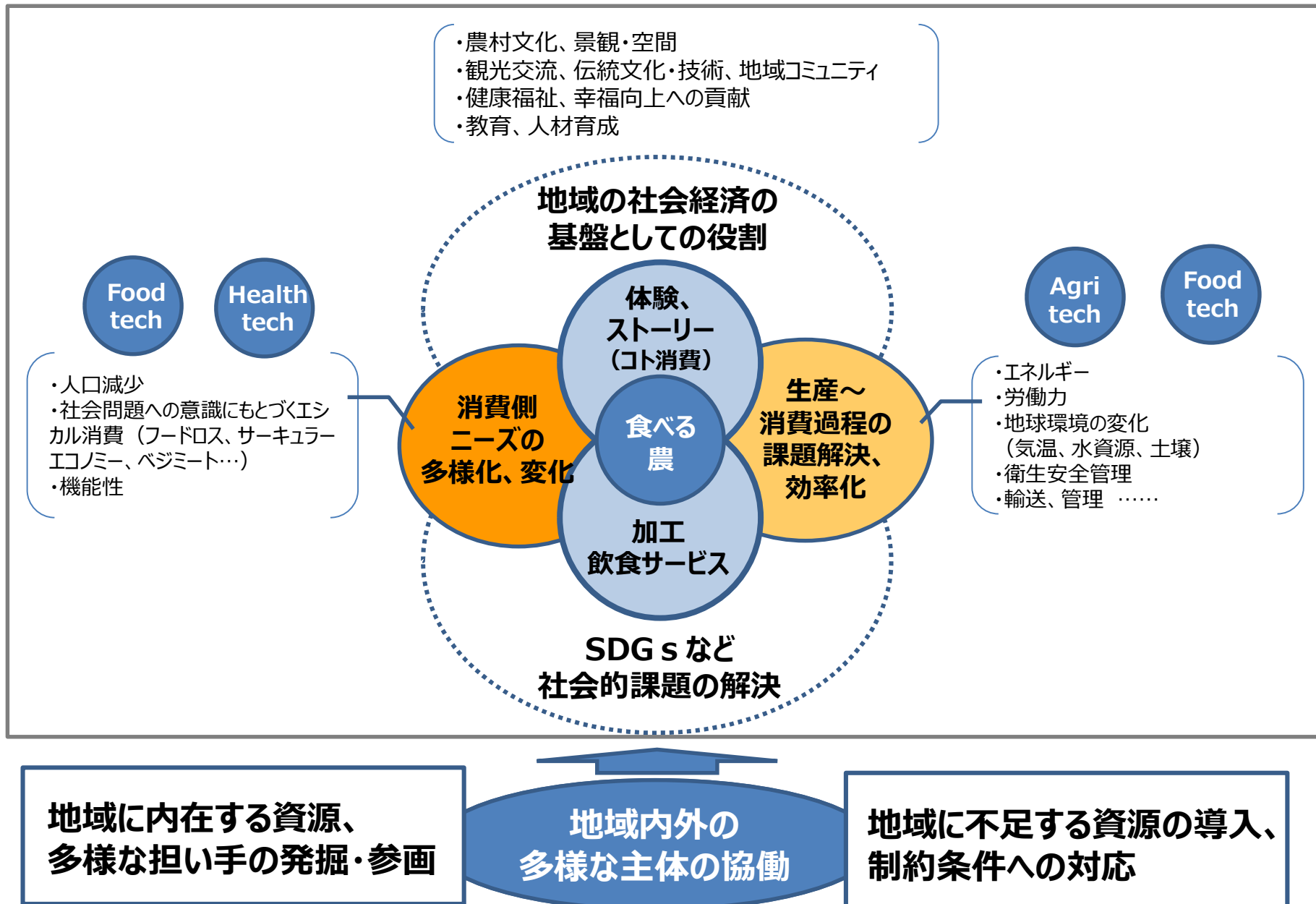
協働

社会的課題の解決に向けた製品やサービスの提供は、社会的課題の解決という共通価値によって、企業間または異業種間の協働が促進され、イノベーションを創発する

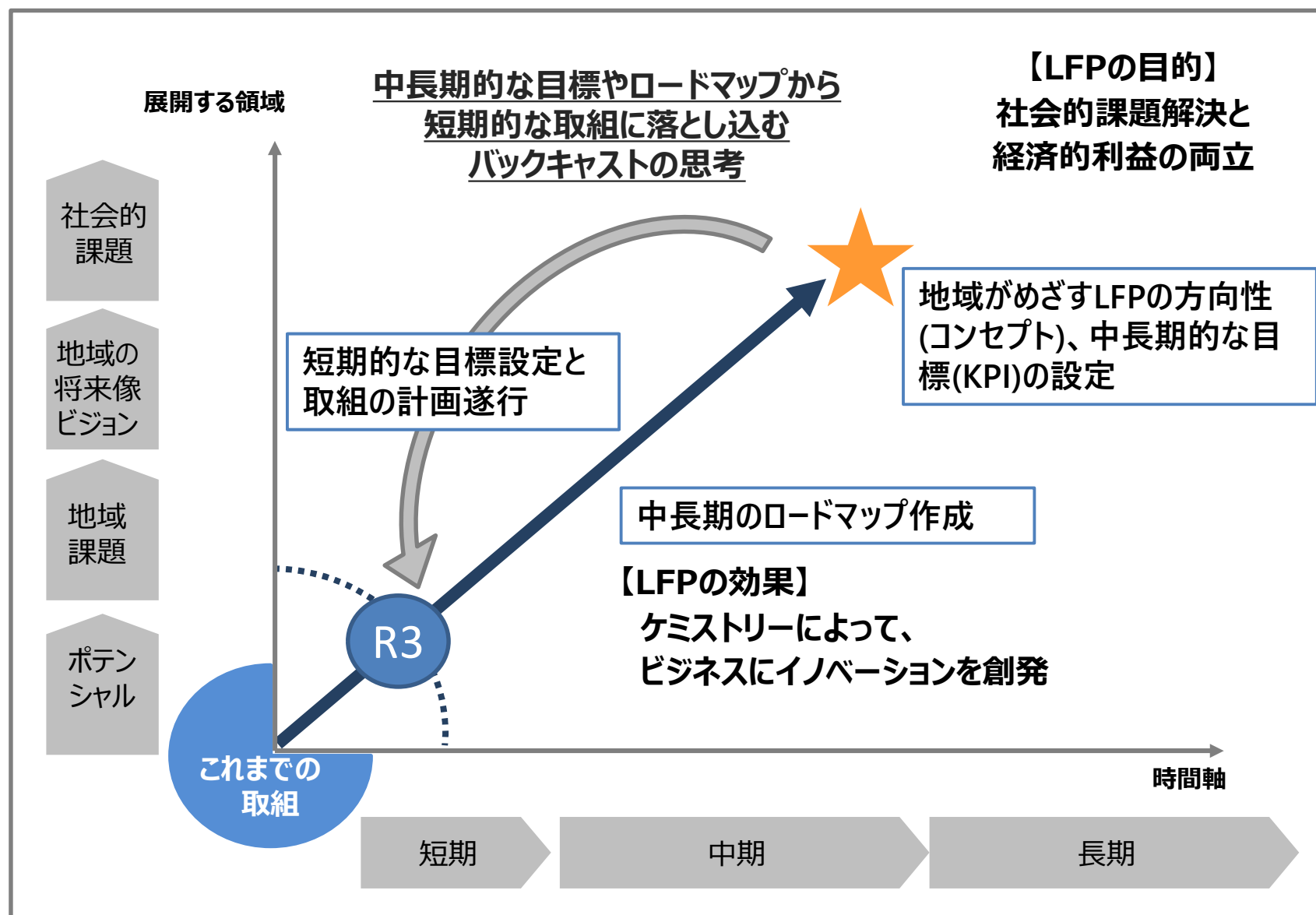
持続可能

LFPは、社会的課題解決と経済的利益の両立に向けて新たなビジネスモデルを創出する体制を構築するものであり、より良い社会、持続可能な未来を創造するもの

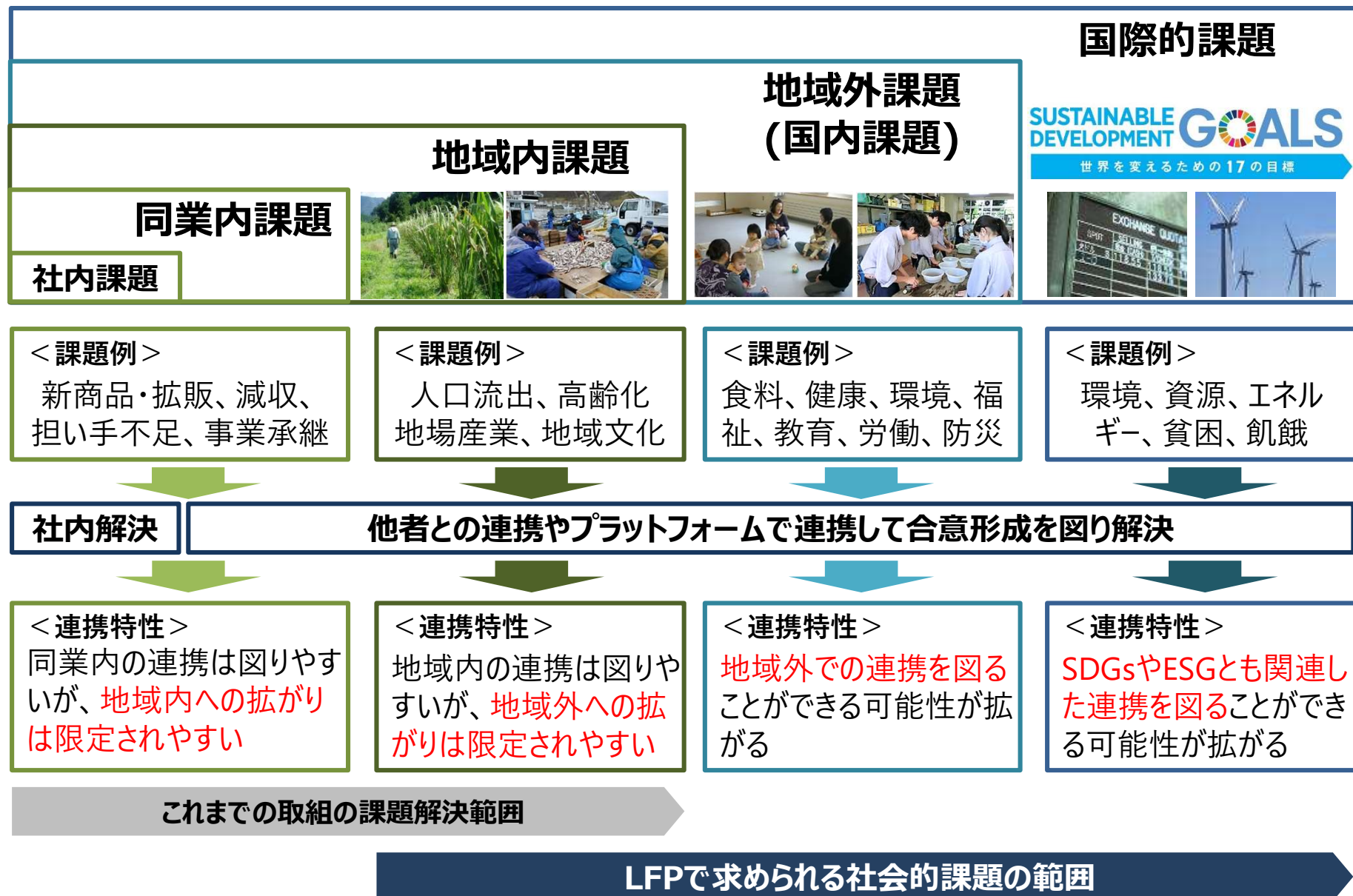
LFPの考え方：社会的課題解決と経済的利益の両立の考え方



LFPの考え方：地域がLFPに取り組む際の戦略・計画の立て方



LFPの考え方：社会的課題



「社会的課題解決」とは何か？（１）

例えば。これらの商品が生まれた背景も「社会的課題」



こどもの健康を願い誕生！
その後もビタミン、カルシウム、
乳酸菌など栄養成分を強化。

1933年、まだまだ
栄養不足の時代



酵母入りの
クリームビスケット

潜在ニーズに応え
新しい市場つくる
80年以上続く
商品に



生産者から野菜を集荷し、数箇
所の停留所で、購入者に配送・
販売。

物流コストの低減、高
齢化で野菜出荷が大
変



生産者と消費者をつなぐ
やさいバス

新物流システム
地産地消の
市場が拡大

「社会的課題解決」とは何か？（２）

例えば。これらの商品が生まれた背景も「社会的課題」



食生活の変化で
アレルギーを持つ
子供が増えた

アレルギーの子供と一緒に
食べられたらうれしい

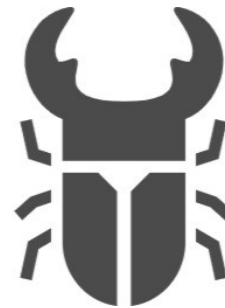


気づかなかったニーズに
対応・可視化し
新しい市場をつくる

アレルギー物質不使用の
バースデーケーキ



世界の人口増
食糧危機と環境負荷
大きな問題



法規制、環境変化など
マイナス要素に
対応する

昆虫食

SDGs

SDGsは国連が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標。
日本においても国、自治体、企業等での取り組みが拡大。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



SDGsターゲットをフードビジネスの未来のヒントに

SDGsの17の目標には2030年の達成基準とする169のターゲットがある。
SDGsに貢献しようとする団体、企業等は、これらのターゲットの達成に向けた取り組みを行い、それが経済活動に結びつく可能性が高い。



2.2

栄養不良を解消し、
若年女子、妊婦・授
乳婦及び高齢者の
栄養ニーズへの対処
を行う

2.3

農家、牧畜民及び漁
業者をはじめとする小
規模食料生産者の
農業生産性及び所
得を倍増させる

2.5

農村インフラ、農業
研究・普及サービス、
技術開発及び植物・
家畜のジーン・バンク
への投資拡大を図る

2.4

持続可能な食料生
産システムを確保し、
強靱な農業を実践
する

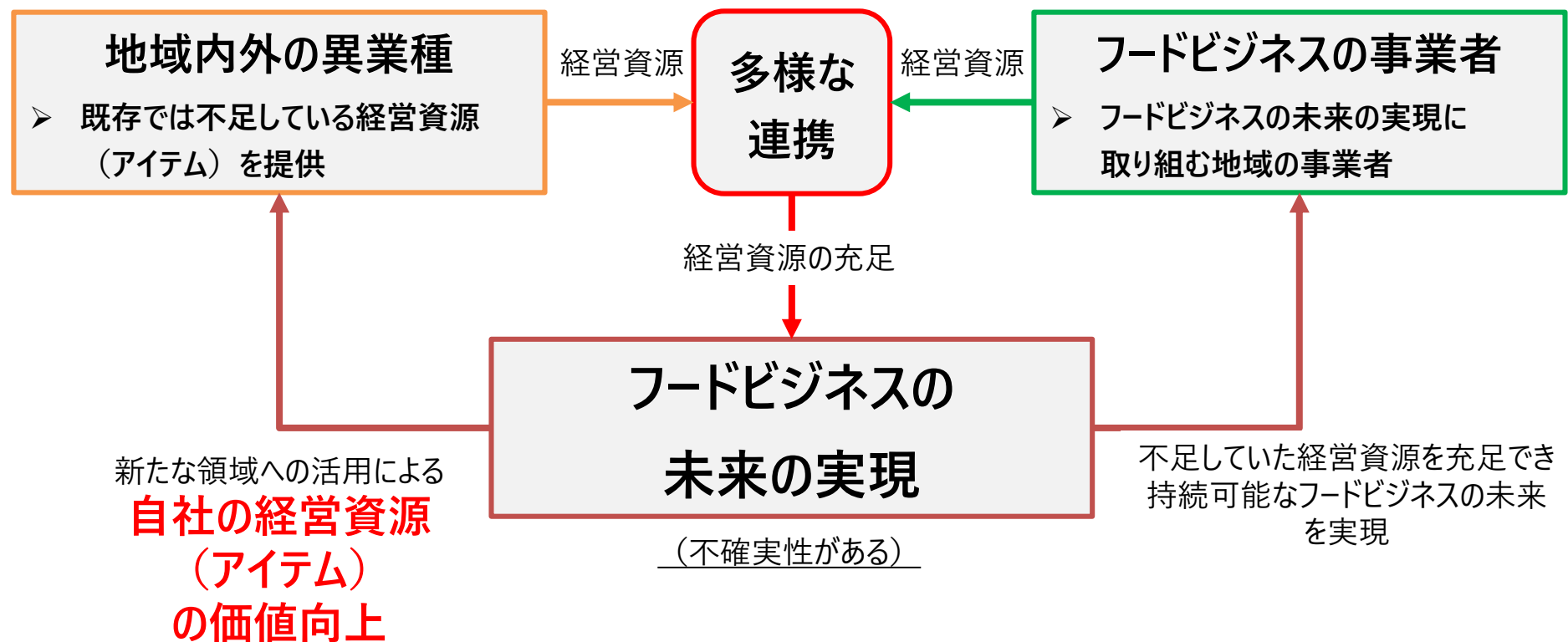
LFPの考え方：経済的利益

利益の発生場所	利益の具体化（KPIの設定）
社内課題の解決	● 主体者の売上増加、利益増加、内部留保の向上と投資 ● 業務の維持・継続・持続・発展 ● 雇用確保、従業者等の所得向上
同業内課題の解決	● 連携相手や業界の売上増加 ● 業界の維持・継続・持続・発展、 ● イノベーションの創出 ● 連携相手や業界の雇用確保、所得向上
地域内課題の解決	● 地域経済や地域内関連産業への利益創出 ● 地域イノベーションの誘発 ● 地域雇用、働き手世代の増加 ● 流入人口・交流人口の増加 ● 地域への誇り・愛着、文化継承 ● 人材育成、教育、福祉、社会活動の促進
地域外課題の解決	● 異業種との連携による新たな利益の創出 ● 産業の活性化、新事業領域の創出、産業労働人口の増加 ● 社会システムの再構築、変革による新たな利益 ● 社会的なイノベーションの創発
国際的課題の解決	● 環境、資源、エネルギー、貧困、飢餓など大きな課題の解決の一助

価値向上の期待による多様な連携の促進

フードビジネスの未来は既存市場に比べ事業化の不確実性を有する。
多様な連携のためには、不確実性のリスクがあっても参画を促す必要がある。
既存の市場では実現が難しい自社の経営資源の価値向上が、多様な連携を促進できると考えられる。

●価値向上への期待による連携



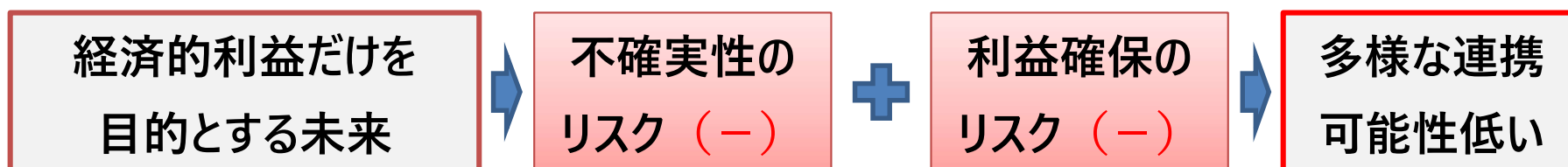
社会的課題の解決を目的とすることによる多様な連携の促進

不確実性を有する未来は経済的利益だけを目的とするにはリスクが高い。

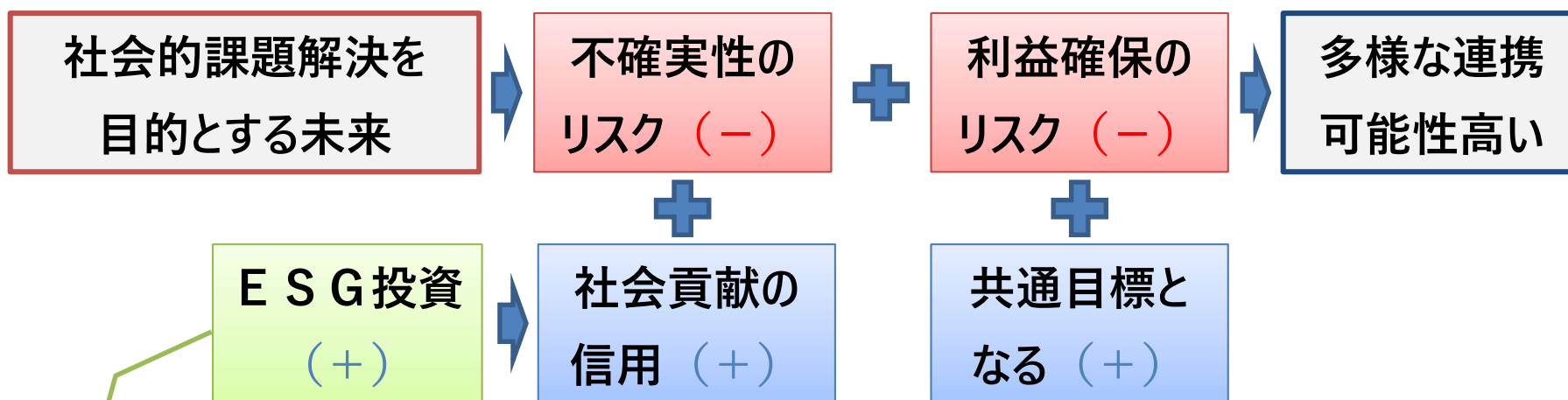
社会的課題解決を目的とすると連携可能性が広がる。

連携する上での社会貢献は信用となり共通目標ともなりやすい。

● 経済的利益だけを目的とする連携可能性



● 社会的課題の解決を目的とする連携可能性



従来の財務情報だけでなく、環境（Environment）・社会（Social）・ガバナンス（Governance）要素も考慮した投資のこと。機関投資家などにおいては、E S G 投資の基準を満たした企業でなければ投資しない方針が広がっている。

LFPの考え方：LFPにおけるイノベーション

フードビジネスの未来の実現にイノベーションが必要な可能性がある要素

ニーズ
の特定

ニーズに
応える
商品開発

原材料
調達

商品の
生産加工

流通
販路

PR
価値訴求
ストーリー

顧客との
関係構築

費用の
収受

コンセプト構築、組織・体制構築、資金調達、マネタイズ、人材等



社会的課題の解決に向け、今あるものでは対応できない要素について必要なもの・こと

新しい
アイデア

新しい
技術

新しい
使い方

新しい
組合せ

新しい
サービス

新しい
仕組み

新しい
関係

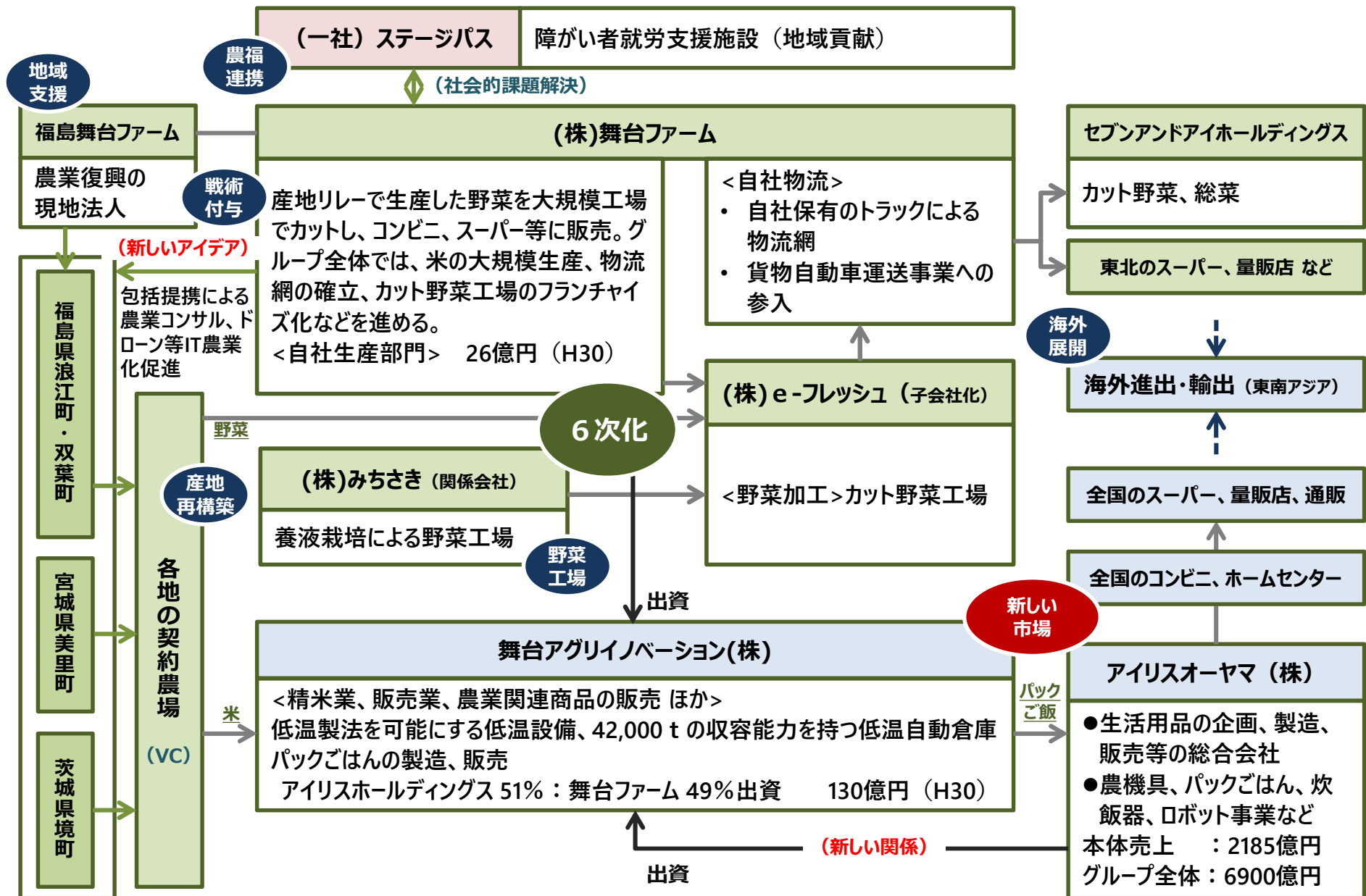
新しい
ルール



LFPにおけるイノベーションとは、

社会的課題解決と経済的利益の両立に向けた「**新しい何か**」に取り組むこと。

参考事例：6次産業化を基盤としたイノベーションの創出（フォアキャスト型）



参考事例：技術シーズを基盤とした地域経済利益の創出（フォアキャスト型）

北海道で導入が進む過熱水蒸気技術 ～ゼロから年間数百億円の食品の加熱処理に使われるようになりました～

過熱水蒸気技術とは（シーズ）

- 100℃以上の高温水蒸気
- 無酸素雰囲気での加熱や焼成が可能
- 加熱初期は湿熱加熱、その後乾熱加熱に変わる現象が様々な食品加工のメリットをもたらす

この透明な部分



過熱水蒸気技術のメリット

- 栄養成分や色調の保持
- 歩留まり向上
- 加熱時の酸化抑制効果
- 表面殺菌効果 等々



過熱水蒸気技術の進化の歴史（技術シーズの社会実装化）

- 1990年頃まで
大学や食品機械メーカーで研究が始まったが実用上では使い物にならない技術としての評価が定着
- 2000年頃
農水省食総研（現農研機構食品研究部門）、大阪府立大学、広島大学、北海道立（現道総研）食品加工研究センター等の研究により様々なメリットが明らかとなる。この頃より水産加工の一部の企業で導入が開始される。
- 2010年頃
無酸素雰囲気での達成、蒸気流速の制御等の機器開発により汎用性が向上、食品企業全般に導入が加速す。
- 2015年頃～現在
数社が循環型過熱水蒸気機器の開発に成功、使用蒸気量が最大75%減少し、最大の課題が解決された。コンビニエンスストアのベンダーを中心に導入が急激に加速する。過熱水蒸気機器の輸出が開始される。

新しい
技術

北海道における過熱水蒸気技術の導入状況

・北海道で過熱水蒸気技術の導入が多い理由

1) 北海道の食品工業の特色

多種多様な農畜産物を大量処理、大量生産
半加工品で首都圏に移出
北海道ブランド、高い安全性（衛生面や残留農薬）

イノベーション
創出の背景

2) 流通技術や保存技術の向上

コールドチェーンの整備や環境保全の観点から、
食品工場が消費地型立地（大都市近郊）から資源型立地（北海道）へ
転換が進む。

【イノベーションの成果】

・導入企業数、および主な導入業種

0社（2000年）→30社以上（2021年）

使用用途：ホタテ加工、総菜加工、水産加工、農産加工

・過熱水蒸気処理された食品の製造額の推移

0円（2000年）→数百億円超（2021年）

/2.2兆円北海道食品工業出荷額(R02)

*過熱水蒸気機器を有している道内食品企業の売上額を単純に合計しているため、実際の金額はより少ない（下記の製品は計上しやすいが、弁当は総菜部分に使用されているため算定困難）。

過熱水蒸気製品



新しい
市場

文責：酪農学園大学 食農環境学群 教授 阿部 茂 (2021.5.19)

地域食農連携プロジェクト（LFP）

地域食農連携プロジェクト推進事業（地域）

地域の農林水産物を活用した持続的なローカルフードビジネスを創出するため、地域の農林漁業者や食品関連企業等のネットワークを構築し、マッチング、プロジェクトを実施する。

- 戦略・計画の作成、プラットフォームの設置、研修会・戦略会議の実施、単年プロジェクトの実施など

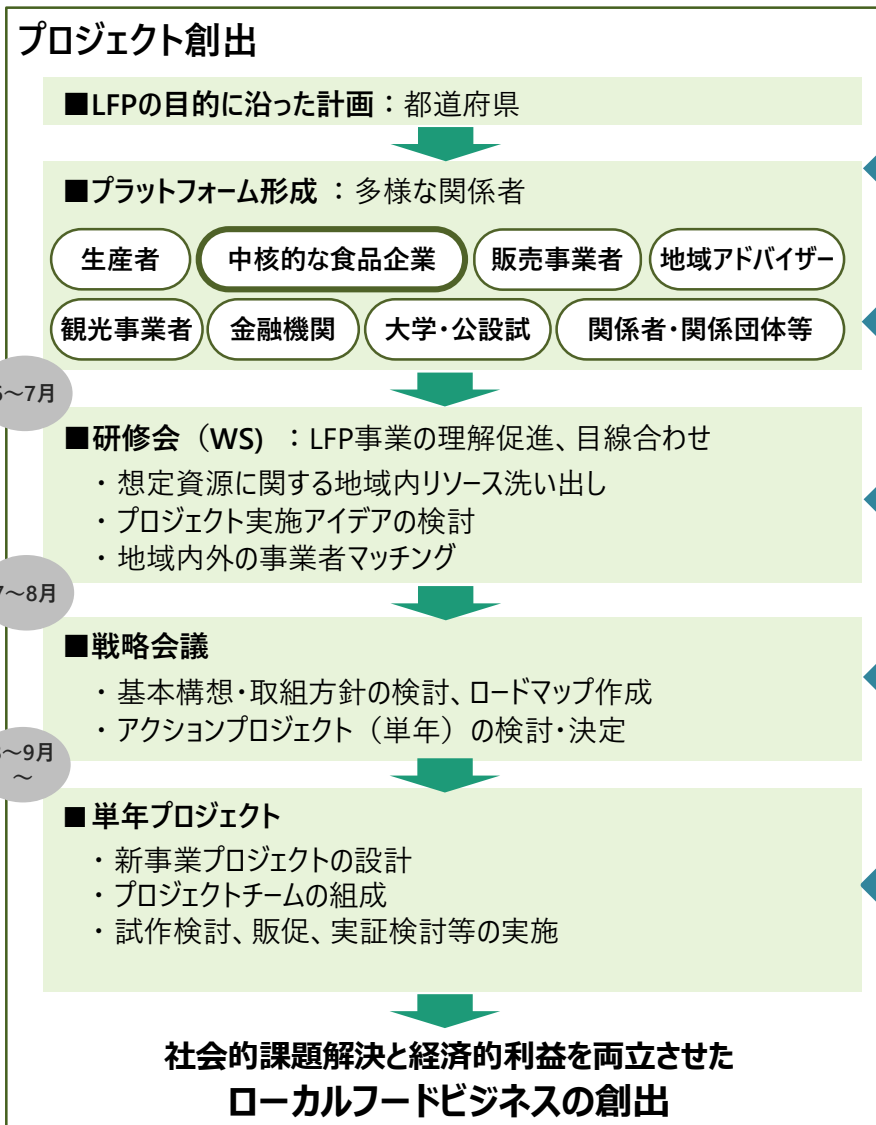
地域食農連携プロジェクト推進委託事業（中央）

LFPの組成や戦略の検討、プロジェクトの推進に対して、LFPコーディネーター派遣して支援を行うとともに、新規ビジネスに結実したプロジェクトに対するクラウドファンディングを活用したスタートアップ支援を行う。

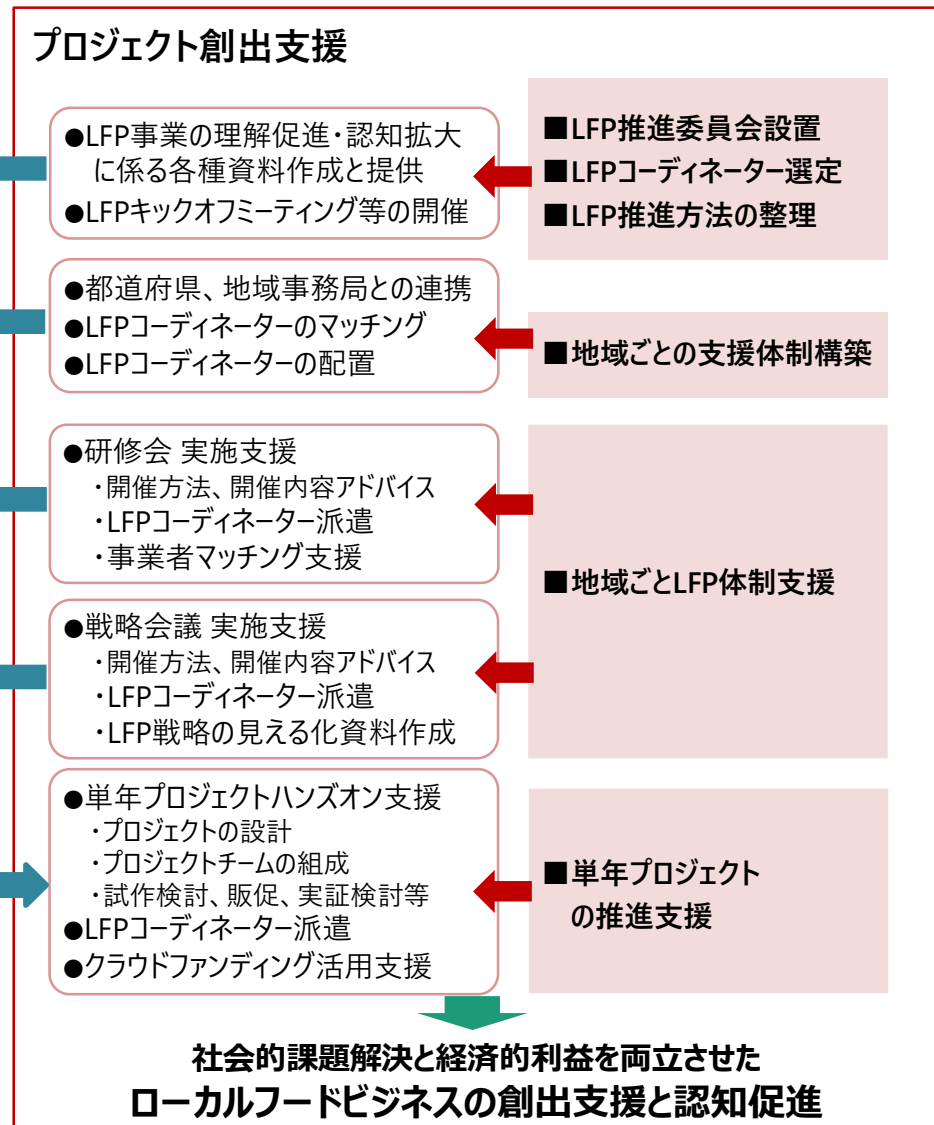
- 戦略・計画の作成支援、研修会・戦略会議の実施支援、プロジェクトの推進支援、LFPコーディネーターの配置・派遣、クラウドファンディング活用支援

LFP推進事業 フレーム整理

●地域食農連携プロジェクト推進事業（地域）



●地域食農連携プロジェクト推進委託事業（中央）



LFPコーディネーター一覧



事業戦略 販路開拓 商品開発 地域連携

永瀬 正彦

(有)永瀬事務所
代表取締役

東京都

2008年に生産者とバイヤーを結びつける『バイヤーズ・ガイド』を創刊。モノづくりから販路開拓までの一気通貫の指導支援に定評があり、中央省庁や地方自治体の各種審議会委員やアドバイザーを務める。各地で講演を年間約100本行っている。



戦略立案 ブランド化 WS支援 広告戦略

田井中 慎

株式会社 4 CYCLE
プランナー/代表取締役

東京都

2008年 4 CYCLE設立。商品・サービス開発、地域ブランディング、広告戦略等、プロジェクトとコミュニケーションのデザイン活動を行っている。農水省FAN、FCP等で事業プロデューサーを務める。近年は昆虫食や馬を活用した農林業等、新たな食領域と文化創造に関わっている。



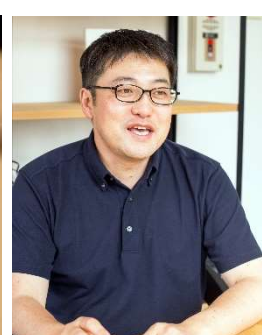
イノベーション 事業戦略 コミュニケーション ブランド化

中西 紹一

有限会社プラス・サーキュレーション・ジャパン
代表取締役社長

東京都

広告プランナー／ワークショップデザイナー。創発型ワークショップの実施、及びその実施結果をQDA（質的データ分析）により概念化することで、新商品・ブランド開発やまちづくり・地域活性化にアプローチし、数多くの成果をあげている。専修大学ネットワーク情報学部客員教授。



広報支援 企画立案 デザイン ものづくり

松田 龍太郎

FoodniaJapa（株）
代表取締役

東京都

2010年創業、「食」を軸に事業計画から商品開発までトータルなビジネスデザインを手掛ける。企業や地域のニーズを具現化する新規事業の企画・プロデュースを得意とする。生産者と料理人、消費者をつなぐ活動を広げている。



販路所有 ことづくり 地域支援 消費モニタ

白田 典子

(有)良品工房
代表

東京都

1994年 (有)良品工房を設立。台所と売場、両方の経験から「プロの消費者」として地域の商品づくりに携わるほか、食品小売業をクライアントに、アドバイザーや売り場づくりの提案もしている。(一社)買いたくなるいいもの研究所代表理事。



販路所有 ことづくり 店舗運営 商品目利

白田 さやか

(有)良品工房
店舗マネージャー

東京都

大手新聞社に記者として勤務後、良品工房で直営店事業に携わる。東京駅構内の同社直営店「ニコリーナ」を立ち上げ。地域の良いものを目利きし販売するほか、同社や関係する商業施設、百貨店等の店舗アドバイス、地域支援などを行う。



デザイン 地域支援 健康福祉 町づくり

竹川 智子

(株)フラン
代表取締役

大阪府

健康・福祉関連分野を中心とした、中小企業の開発した製品の販促支援、ならびに経営コンサルティングを行う。地域活性化の観点から製造業だけでなく、農産物の販促・企画など農家の経営支援にも取り組む。

LFPコーディネーター一覧



地域戦略 枠組構築 DMO 地域文化

横田 純子

(特)素材広場
理事長

福島県会津若松市
リクルートじゃらん事業部を経て、福島県で観光と農業をつなぐ地産地消企画を行う。地域課題から戦略方法を行政と一緒に考え、コンセプト作り、プロセス、実践まで行う。会津アスパラのブランド化など事例有。



食農戦略 通販頒布 事業再生 地域球団

竹内 哲也

ルウツ(株)
代表取締役

香川県高松市
地方質販スーパー、首都圏ECモール、地方発基礎化粧品通販を経て現職。地域事業者および自治体等が実施する商品開発、販路開拓、ブランディングの支援事例多数。香川大学経済学部および岡山大学工学部大学院非常勤講師。



技術開発 地域戦略 ものづくり 事業再生

拔山 嘉友

北海道札幌市
オホーツクの支援機関で23年間、地域資源を活用した加工食品とご当地グルメの企画開発・普及に取り組んだ。一次産業者と食品事業者、行政、団体等の連携コーディネートにより多数の事業を創出・支援。北海道6産業化やよろず支援コーディネーターとして活躍。



技術開発 イノベ 地域戦略 産業連携

阿部 茂

酪農学園大学
食農環境学群 教授

北海道札幌市
道総研食品加工研究センターにてサケ節の実用化、過熱水蒸気技術を基盤とした事業展開を北海道エリアで推進し数十億の市場を創出するなど、商品化と地域活性化の取り組みに精通。現職では大学教員として地域のイノベーション創出に寄与。



地域再生 事業戦略 環境循環 海外展開

小林 篤司

BIG EYE COMPANY
共同代表

徳島県
徳島を拠点に21歳で起業し、東京、東南アジアで他業種・複数の会社を経営する実業家。特に徳島県上勝町の地域創生の要請を受け、行政業務の経験も経て手掛けた上勝町ゼロ・ウェイストセンター「WHY」はSDGs / C・Eの最先端事例として企業連携も多数進んでいる。



地域戦略 地域連携 商品開発 販路開拓

田中 美智子

(株)トータルオフィス・タナカ 代表取締役

福岡県
九州地域を中心に6次産業化をはじめ多くの事業計画の作成、商品開発、プロモーション、販路開拓など、総合的な支援を実施。戦略構築や地域活性化も含め、地域で連携する各種分野のプロと連携を図りながら成果達成を導く。



地域戦略 地域連携 商品開発 販路開拓

池村 博隆

ものプランおきなわ

沖縄県
沖縄物産のアンテナショップ「銀座わしたショップ」の立上や百貨店における「沖縄物産展」の企画・運営に携わる。中小機構 沖縄事務所に3法事業のハンズオン支援や離島地域等の商品開発・販路開拓支援に従事。

LFPコーディネーター一覧



地域
商社
道の
駅
地域
戦略
事業
再生

松本 謙

(株)ファーマーズ・フォレスト

代表取締役社長

栃木県宇都宮市
地方創生の一つの出口である「地域商社」の国内先行モデルの実施者。栃木県・沖縄県をはじめ、全国での道の駅やアンテナショップなどの直営運営・総合プロデュース、農業事業、EC、クリエイティブメディア、地型観光を実施するほか、ローカルを繋ぐ新たな産地間連携物流と販売を実施。



食農
戦略
枠組
構築
農業
再生
こと
づくり

松田 恭子

(株)結アソシエイト
代表取締役

東京都
日本能率協会総合研究所で公共系地域計画コンサルタントとして10年間勤務後、東京農業大学勤務を経て、現職。自治体や農水産業者、食品事業者を対象に地域の人材連携による連携体の構築、経営改善、6次産業化、ビジネスマッチング、販売戦略・ブランド化支援などを多数実施。



経営
戦略
もの
づくり
販路
づくり
デザ
イン

宮崎 秀和

ライズエイジ
コンサルティング 代表

東京都
大手企画・製造・販売会社でマネージャー、マーチャンダイザーを経験。現職では、地域活性化、農商工等連携、6次産業化を中心に、新規事業立上げ、ビジネスモデル構築、コンセプト立案、商品開発支援、デザインコーディネート等を幅広く行う。



経営
戦略
もの
づくり
販路
づくり
デザ
イン

小野寺 正博

(有)仙台屋
代表取締役

東京都
電機メーカー商品化・販促部門、飲食サービス業及び外資系ホテル勤務を経て、機内食ケータリングを中心とした食品製造会社の企画開発室長として従事。現在は、食品事業者のコンサルティング、6次産業化、農商工等連携の案件を多数実施



イン
バウ
ンド
海外
展開
観光
商品
価値
向上

庄司 英生

(株)みたて

京都府
株式会社リクルートにてTOPGUN AWARD等を受賞後、2014年に京都で起業。以来、東北から九州までの広範囲で、欧米豪の外国人観光客に向けた地域文化体験コンテンツの企画に取り組む。2021年より日本酒をテーマとした旅行商品「朔（さく）」をリリース。



レシピ
開発
製造
支援
地域
戦略
メニ
ュ開
発

宮崎 政喜

エムズファクトリー合同
会社 代表

東京都
10代続く農家生まれであり現役の料理人。加工食品の企画から技術指導も得意である。プロデュースした加工食品は1000商品を越え、既存販路も持っている為、営業支援も可能。飲食店コンサル事業も主軸であり指導した飲食店は200店舗以上である。



水産
振興
商品
開発
販路
拡大
輸出
支援

大島 肇

(株)アール・ピー・アイ
執行役員

東京都
(株)漁村計画研究所、(財)漁港漁村建設技術研究所を経て、2007年より(株)アール・ピー・アイへ。販路開拓、新商品開発、加工場の整備、水産物の輸出拡大など、中央省庁や地方自治体の水産振興の様々な案件に携わる。農水省FCPファシリテーター。

中央LFP事務局の支援体制及び事務局体制

