

LFP事業推進に有用な二つのポイントとは

—中央LFPネゴシエーター/一般社団法人食農共創プロデューサーズ・藤井貴之—

令和3（2021）年度に22道府県で進められている「地域食農連携プロジェクト（LFP）推進事業」では、事業成果の一つである、クラウドファンディングサイト「Makuaake」でのクラウドファンディングを実行中の地域もあるが、多くの地域はテストマーケティング・試験販売の結果を取りまとめ、同年度の事業を終えようとしている。当連載では、LFPの事業概要や事務局・事業推進体制の説明、中間報告会の様子、各地域のプラットフォーム形成における着眼点の提示など、さまざまな角度からLFP事業を紹介してきた。本号では、筆者が中央LFPネゴシエーター（※1）として関わらせていただいた静岡県の取り組みを題材に、中央LFPコーディネーター（※2）がプロジェクトの中でどのような役割を持ち、事業推進を地域と行っていたかを紹介する。



藤井 貴之（ふじい たかゆき）

一般社団法人食農共創プロデューサーズ事務局局長。NPO法人農家のこせがれネットワーク事務局局長、6次産業化中央サポートセンター事務局企画推進員などを兼務。農と食に関連する事業を中心に、事務局・企画推進業務を担当している。

※1：中央LFPネゴシエーターは、利害関係のある人物（本事業では都道府県庁担当者や地域事務局が中心）、中央LFPコーディネーターと連携し、事業推進の課題点の解決など調整を行う。

※2：中央LFPコーディネーターは、専門的知識と、食と農の領域において支援実績を有し、地域LFPの支援現場において、イノベーションの誘発ポイントなどを中心にアドバイスとファシリテーションを行う。

◇ポイント1＝議論の入り口で思考停止を招かない

LFP事業では、まず各都道府県単位に地域事務局が設置され、地域プラットフォームへの参加者募集を行う。次に、プロジェクトチームを立ち上げるための研修会を開催し、LFPの事業趣旨や取り組み趣旨について知識・ノウハウの共有を行い、ワークショップなどを通じて、地域が持っている資源や課題を整理し、プロジェクトの方向性（成果イメージとコンセプトの設定）を議論していく。この事業の骨格を決める戦略会議までのファシリテーションが重要であり、不十分だと、事業推進中に迷いが生じる可能性が高くなる。

研修会やワークショップを進める中で、「知識やノウハウとして知っていること」については、積極的な発言が起こりやすく、比較的議論が弾みやすい。しかし、「よく分からない、聞いたことのないこと」については、調べてみようという気にさせるか、知識のインプットを先に行い共有を図らないと、議論がなかなか深まらない。また、イノベーションの誘発においては、議論の参加者がまだ知らない、もしくは気付いていない「未知の領域」と比較、類推して検討しなければならないため、当初は難しい表情を浮かべる参加者が見られた。このため、中央LFPコーディネーターはできる限り身近なキーワードや出来事（今回は静岡県庁・地域事務局の協力を得て、地元の近い事例に置き換えて対応した）を提示し、理解度を高めることに注力した。

なお当連載では、中央LFP事務局プロデューサーの長谷川潤一が、その事業を「なぜ」行うのかを問う際に、考え方のヒントとなるキーワードを次のように提示している。

この「なぜ」を整理するため、例えば、人口流出、高齢化、地場産業、地域文化などの「地域課題」、食料、健康、環境、福祉、教育、労働、防災といった「地域外課題・国内課題」、環境、資源、エネルギー、貧困、飢餓といった「国際的課題」を解決するものとして定義している。（Agrio2021年11月30日号より）

◇ポイント2＝プロジェクト推進中も、常にビジネスの結節点を見いだすよう意識する

21年度の静岡 L F P の取り組みは、社会的課題を「規格に合わないなどの理由で出荷されていない県産農林水産物がフードロスにつながり、新型コロナウイルス感染拡大により、さらに需要が減少し、未活用分が急増している」と定義した。この課題に対して、「出荷できずに困っている農林水産物と生産現場やフードロスへの思いを伝える情報誌とプロの料理人監修のレシピを入れて、ご自宅に届けるミールキット」というコンセプトと企画が戦略会議で決定された。

一般的な今までの商品開発では、いったんゴールが決まると、原材料確保、加工・レシピづくり、パッケージデザインなどやるべきことが決まり、具体的に人や資源が割り当てられると、商品完成まで突き進むこととなる。そのため完成度に応じて、当然、参加者が固定化されていく。これを避けるため、L F P コーディネーターは今回の取り組みで創り出される価値や体験について、俯瞰（ふかん）的にプロジェクトをチェックし、事業が広がる可能性（ビジネスの結節点）を見だし、プラットフォームメンバーが具現化できるよう、アイデアを提示し続けていく。

静岡 L F P では、クラウドファンディングの組成時に、ミールキットに加え、情報誌で紹介された農業者の畑での農業体験、レシピを監修したシェフがミールキットを使ったオリジナルコースを提供するディナープランなど、「商品購入＋体験商品」を企画し、さらに、ミールキットを使い、飲食店がコラボメニューなどをつくることを想定した業務向けパッケージも盛り込んだ。また、商品を発送する際のパッケージもできる限り資源に配慮し、できる限り簡素なものとする事で環境負荷を減らし、サブスクリプション型で購入者と継続的なコミュニケーションを可能とする仕組みも導入することで、収益基盤の整理も行うことができた。次年度以降、静岡県内の効率的な物流網を有したプラットフォームメンバーと連携を進め、農業者の手元を離れた後、購入者の手元に届くまでの商流・物流をシームレスにつなげる仕組みをつくるべく、検討・実証を行っていくこととしている。

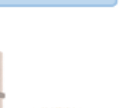
ここまで静岡 L F P の取り組みを事例として、L F P の取り組みに有用な二つのポイントを中央 L F P コーディネーターの役割を中心に紹介してきた。令和4（2022）年度も同様に L F P 事業が実施される見込みであり、実施を検討される都道府県の担当者、プラットフォームメンバーの皆さんの企画検討や事業推進の一助となれば、うれしい限りである。

静岡 L F P のプラットフォーム構成と事業展開イメージ

静岡 L F P パートナー(32者)

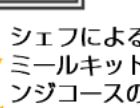
ローカルフードビジネスに取り組む農林漁業者、加工業者、その他の商工事業者、流通・販売事業者、観光事業者、金融機関、大学、試験研究機関、各種アドバイザー、食品産業以外の異業種などが参加する

「静岡を旅するミールキット」開発チーム

【生産】静岡県内
農林水産 生産者 10者【加工】静岡県内
食品加工者 4者【販売】静岡県内
販売者 2者 他新たな連携による
ビジネス創出

商品コンセプト・レシピ開発
ふじのくに食の都づくり仕事人 396者と連携

産地を巡る
ツアーの造成



シェフによる
ミールキットのアレ
ンジコースの提供

県内輸送事業者と連携した域内流通網の整備