

# 【No.10 Japan Farm to Folk community】

● **活動地域** 静岡県、山梨県、長野県等を中心とした広域関東圏

## ● **【Japan Farm to Folk community】の特徴**

■ **特徴① 食と農業に特化**

■ **特徴② 産官学金NPO等の連携**

■ **特徴③ PoC実施を優先**

### 設立の背景・主な構成員

#### ● **地域DX推進コミュニティ設立の背景・きっかけ**

食・農業は従事者の高齢化進展と共に産業全体が労働集約的である。また、COVIDやウクライナ危機に伴い露呈したフードシステムの脆弱性を踏まえた我が国の食料主権の観点から食料自給率を維持・向上するためにも、当領域のDX化は急務である。

● **代表機関**：一般社団法人Tokyo Food Institute  
一般社団法人が事務局となり、地域企業への各種支援、全体の運営管理や構成員相互の調整、補助事業の遂行・経費管理を実施。

● **構成員**：  
各地域の実情把握：静岡県産業振興財団、静岡銀行、静岡県他  
デジタルの知見：DXHR株式会社、ICS-net株式会社他  
その他：株式会社ビーンズ、株式会社リバナス、NPO法人ZESDA他

### 支援活動の内容

#### ① **地域企業のDX推進に向けた課題分析・戦略策定の伴走型支援**

地域企業の継続・全体最適の伴走支援とするため、社団の理事やアドバイザー、構成員が現地を訪問し、対話を踏まえた課題の棚卸しとソリューションマッチング・PoCを実施。課題のヒアリングを実施したのは14社。

#### ② **地域企業とソリューション提供事業者（ITベンダー等）とのマッチング**

農業や食分野の中堅・中小企業を中心に、①で確認した課題内容を踏まえ、その課題解決の方法とそれを実現できるソリューションを持った企業の紹介を実施。課題をヒアリングした14社には提案を実施済み。

#### ③ **その他、地域企業のDX推進に向けた支援活動**

地域DXセミナーを概ね毎月1回・合計5回開催し、DXによるベストプラクティスの共有等を図る。また、Facebookを活用したWEBコミュニティを構築。

## ● **キーパーソン**

➤ **代表機関**：一般社団法人Tokyo Food Institute



➤ 沢 俊和（一般社団法人Tokyo Food Institute 代表理事）  
社団にて社会課題解決の実証実験やコミュニティ構築等を実施。本事業全体を統括し、中心的に推進。

➤ **構成員**



➤ 池 美芝（株式会社Beans）  
WEBデザイナーとして活躍後に現在はBeansにて食品開発業務に従事。本事業におけるプロジェクトマネージャーとしてWEBコミュニティ構築等を実施

● **問い合わせ先** 一般社団法人Tokyo Food Institute 沢 [info@tokyofoodinstitute.jp](mailto:info@tokyofoodinstitute.jp)  
<https://tokyofoodinstitute.jp/>

# 【No.10 Japan Farm to Folk community】

## 支援スケジュール（令和4年度実績）

第1term【6月】

第2term【8～1月】

第3term【2～3月】

### 支援先企業のリストアップ

リストアップ企業数：25社  
（食・農業の分野で中小規模の企業中心にDXに関する課題感と意欲を持つ企業）

応募者数：2社  
社団からの声掛け：12社  
（食料品製造業、飲料製造業、農業など）

### 支援候補企業等と面談

・面談企業数：14社  
（食料品製造業、飲料製造業、農業など）

### 支援開始

- ・ 支援先企業に課題を聴取
- ・ 課題を踏まえて課題解決方法の検討 等

### 伴走支援開始（適宜）

- ・ 課題解決方法に関する意見交換
- ・ 課題解決方法の絞り込み
- ・ ソリューション保有企業のリストアップ
- ・ ソリューション保有企業とのマッチング  
（支援先企業によって、支援内容の順番は順不同）

### PoCの実施（適宜）

- ・ 課題解決方法のお試し実装  
（支援先企業によって、マッチングまでの場合あり）

### セミナー開催

食や農業分野におけるDXに関するセミナーの開催  
**SNSコミュニティーの立ち上げ**

### セミナー開催

食や農業分野におけるDXに関するセミナーの開催  
**SNSコミュニティーでのDX事例の情報発信**

### セミナー開催

食や農業分野におけるDXに関するセミナーの開催  
**SNSコミュニティーでのDX事例の情報発信**

### セミナー開催

食や農業分野におけるDXに関するセミナーの開催  
**SNSコミュニティーでのDX事例の情報発信**

### セミナー開催

食や農業分野におけるDXに関するセミナーの開催  
**SNSコミュニティーでのDX事例の情報発信**

### セミナー開催

食や農業分野におけるDXに関するセミナーの開催  
**SNSコミュニティーでのDX事例の情報発信**

### ・ 事業実績：支援を実施した企業数（①課題分析・戦略策定、②課題分析・戦略策定・ベンダーとのマッチングの内訳）、実績結果への所感等

14社支援の内、12社は課題分析・課題解決方法提示・ベンダーとのマッチングまで完了。2社は課題分析・課題解決方法提示まで実施。食・農業の分野における地域企業のDXに関する課題は主に3つ。①売り上げを向上させたい。②管理運営を効率化させたい、③DXに取り組みたいがどのように社内を変えていけば良いか分からない。また、農業に関係する企業は、季節による繁忙期があるため、上手く支援できるかどうかはタイミング次第の部分もある。

### ・ 波及効果について：

支援先企業である茶農家の課題がほぼ同じであったため、支援先企業の取組をその他茶農家にも伝えることで複数社連携によるDXが進み、その成果として静岡県本山地区のキュレーションサイトのような実績が生まれた。また、静岡県の茶農家はほぼ同様の課題を抱えているため、静岡県で隣接する地域の茶農家を対象とした複数社連携によるDXを支援する新たな取組を検討中。

### ・ 自走化への道筋：受益者負担の考え方、構成員への会費負担の引き上げ、広報活動の強化等

今回の複数社連携によるDXで構築したモデルを横展開することで同じ効果でも費用の圧縮を目指す。それによる地域のPR効果に対する報酬の獲得等を目指すことで、自走化を目指す。

# 【No.10 Japan Farm to Folk community】

## 支援好事例（令和4年度実績）

### 支援先企業名：A茶農園 他（企業名非公表）

#### ● 支援先企業の概要：

- ・業種：農業
- ・資本金：不明
- ・従業員数：2名(夫婦のみで経営)
- ・主要製商品／サービス：茶畑管理、荒茶製造、茶卸、茶小売り、ティーツーリズム

#### ● 支援先企業が抱える課題：

全取引のうち、卸での取引が半分以上であり、小口取引が多い。また、個人小売りも一定の割合があり大半はオンラインでの取引。小口取引が多いため、在庫管理等が煩雑で手が回っていない状況。また、ECサイトも商品説明や写真撮影にまでは手が回っておらず、一般顧客への情報提供は不十分な状態。そこで、デジタル技術を活用して、在庫管理の効率化やECサイト改善に伴う売上高の向上を図りたいと考えた。しかし、それらデジタル技術に関する相談先を知らないため、それ以上の動きはしていなかった。今回、Japan Farm to Folk communityから経産省の予算事業として地域企業のDX化支援をしていると話をいただき、抱える課題やその解決策に関する意見交換をした結果、国のお墨付きがついているという安心感もあり、支援を依頼することにした。また、Japan Farm to Folk communityがA茶農園様を直接訪問して課題をヒアリングしている時に、周辺の茶農家も同様の課題を抱えているということを確認。

#### ● 支援内容：

まずは、代表機関である一般社団法人Tokyo Food Institute(以下「TFI」とする)が茶農家の実情等に詳しい構成員のBeansの西川氏、支援先企業と同じエリアの茶農家であるTeaRoomの岩本氏やお茶×デジタルでのビジネス経験があるITベンダーのランドマークスの藤田氏らと支援先企業を含む茶農家を訪問し、それら企業が抱える課題を聴取。その時に課題ヒアリングだけではなく、訪問したメンバーで課題に対しての解決策案を提示しながら支援先企業の意見を深堀り。在庫管理も課題だが、売上高向上の方が希望であったこと、周辺の茶農家も同様の課題を抱えており一緒に支援できることから、支援先企業が居る本山地区の茶農家が複数参加し、エリア全体のキュレーションサイトを構築し、そこから各茶農家のECサイトに流入できるようにするという新しいビジネススタイルの支援策を策定。その上で、TeaRoom岩本氏にて、本山地区の茶農家に参加を打診すると共にサイトに掲載する写真やお茶の情報等の情報収集を実施。それら情報をとりまとめてサイトを構築。

#### ● 支援成果：

令和4年9月～12月の間で、本山地区のキュレーションサイトのサイト設計・構築を実施。令和5年1月から本山地区の茶農家にサイトへの参加打診を実施し、A茶農園様を含む11茶農家の参加が決定。またサイト用に各農家への取材を実施し、商品であるお茶に関する写真や特徴、本山地区の特徴等についての情報提供を依頼。順次実施中。令和5年度上半期までにサイトの充実、PR、運営体制構築を目指すべく、茶農家、地元行政や地域おこし協力隊等と継続して意見交換を実施中。

#### ● 支援成功のポイント：

茶農家を含む生産者の多くは紙や手書きでの受注管理等を実施している方が多く、デジタル化が全く進んでいない。一方で、家族経営が多く、農作業等に忙しい、DX等に日常的に触れる機会がほぼない等、課題感を持っていても何も出来ていない生産者が多い。そのため、茶農家の状況を把握しているTeaRoomやITベンダーのランドマークを支援チームに組み込むことで、支援先企業と実情を踏まえた適切なコミュニケーションを取りながら、企業のDXを進めることができた。