



ローカルフードプロジェクト  
LOCAL FOOD PROJECT



# Local Food Project

地域食品産業連携プロジェクト（LFP）推進委託事業

ローカルフードプロジェクト（LFP）

## 令和4年度 取組事例集

農林水産省大臣官房 新事業・食品産業部 企画グループ

## 03 I. 事業の概要

Local Food Project (L F P) とは  
実施地域一覧

## 07 II. 地域の取組紹介

- 08 北海道
- 09 岩手県
- 10 栃木県
- 11 千葉県
- 12 神奈川県
- 13 静岡県
- 14 長野県
- 15 新潟県
- 16 富山県
- 17 福井県
- 18 岐阜県
- 19 愛知県
- 20 三重県
- 21 滋賀県
- 22 京都府
- 23 島根県
- 24 香川県
- 25 徳島県
- 26 宮崎県
- 27 鹿児島県

## ご挨拶

我が国の食品産業は、農林水産物の主要な仕向け先であり、農林水産物に付加価値を付けて消費者に共有する役割を担っており、地域の経済と雇用を牽引しています。一方で、国内市場の縮小と海外市場の拡大、地球環境の持続性確保への配慮、多様化する消費者ニーズへの対応など様々な変化に対応した、新たな価値を生み出す取組が求められています。

また、輸入原材料の価格高騰等が進むなど、輸入原材料の調達リスクが顕在化する中で、食品産業においては、原材料調達の多角化等が喫緊の課題となっており、地域の農林水産業との連携を強化して、地域の農林水産物の有効活用を進める取組が求められています。

このため、令和3年度から、地域食品産業連携プロジェクト（ローカルフードプロジェクト（L F P））を推進し、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て、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を推進してきました。

令和4年度においては、20道府県が地域食品産業連携プロジェクト（L F P）に取り組み、プラットフォームに参画する事業者の拡大、創意工夫を凝らしたビジネスアイデアの創出やビジネスの実現可能性の検討、ビジネス戦略の構築に取り組み、49の新たなビジネスが創出され、消費者への共有価値の創造に向けて、さらに磨き上げを行っているところです。

本事例集は、令和4年度の地域食品産業連携プロジェクト（L F P）の取組を振り返り、プラットフォームの運営方法や新たなビジネス創出のポイントをまとめたものであり、今後、地域食品産業連携プロジェクト（L F P）に取り組み際の参考や積極的なチャレンジのきっかけになれば幸いです。

農林水産省大臣官房  
新事業・食品産業部 企画グループ

# I. 事業の概要

---

# Local Food Project (LFP) とは

地域の食品産業を中心とした多様な関係者がプラットフォームを形成し、地域の農林水産物を活用したビジネスを継続的に創出する仕組み

## 目的

地域の農林水産物を地域産業の中で有効活用しながら、地域の社会課題解決と経済性の両立を目指した持続可能な新たなビジネスモデルを創出する仕組みを構築

## 仕組み

プラットフォームは、地域の食品産業を中心とした多様な関係者や業種の各主体が、それぞれの知見、技術、販路などの経営資源を結集する場  
プラットフォームでは、地域の社会的課題を共有して、事業者間の協働を促進する

## 効果

多様な事業者がアイデアを出し合い、それぞれの知見や技術等を活かし、組み合わせながら、イノベーション（新しい何か）を生み出す  
その成果として、新たなビジネスを継続的に創出する



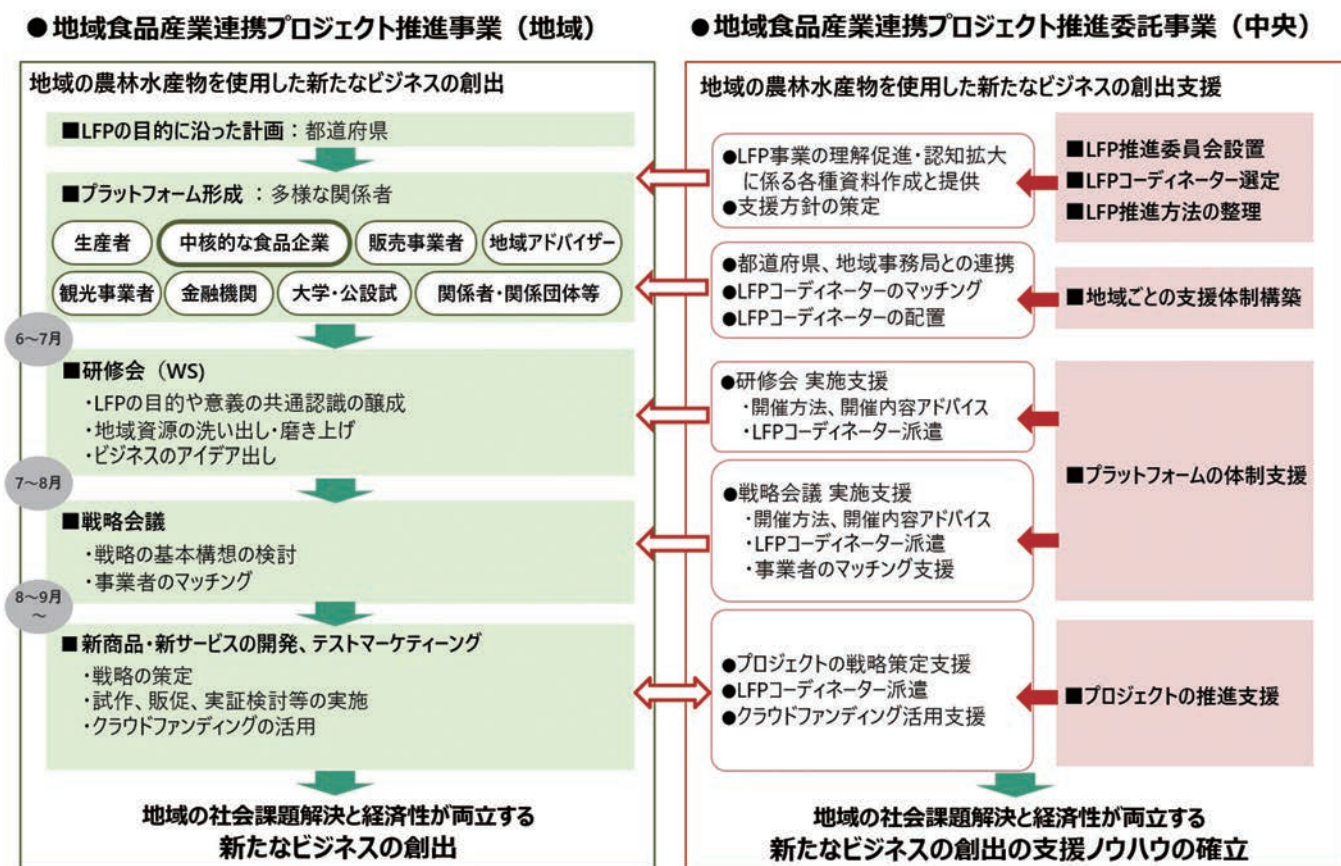
# 事業の仕組み・流れ

## 地域食品産業連携プロジェクト推進事業（地域）

都道府県が、地域の農林水産物を活用した持続可能なビジネスモデルを創出するために行う、プラットフォームの設置、研修会の開催、プロジェクトの調査検討、戦略会議の開催、データを活用したマーケティング、試作品製造・販路開拓等の経費を支援します。

## 地域食品産業連携プロジェクト推進委託事業（中央）

都道府県が行う、研修会の開催や戦略の検討・実行、クラウドファンディングの活用をコーディネーターを派遣して伴走支援します。



詳しくはローカルフードプロジェクト（LFP）ホームページへ

<https://www.lfp-c.jp/>

## 実施地域一覧

地域	LFP のテーマ	ページ
北海道	道産資源を結集した北海道統一ブランドによる海外市場の開拓	8
岩手県	地域資源をコンテンツとした新たなツーリズムの創出	9
栃木県	もち麦の特性を活かした商品開発で「栃木の健康食」とする県民運動に	10
千葉県	新市場の機能を活用したワンストップ輸出モデルの構築	11
神奈川県	三浦半島の未利用食材を活用した商品開発による地域活性化	12
静岡県	特産品を活用したガストロノミーツーリズムによる地域活性化	13
長野県	未利用資源を活用したアップサイクルの取組による地域循環型社会の創出	14
新潟県	Grow life Grow Green 新潟の「衣食住」を通して「心の栄養」を考える	15
富山県	子育て世代に向けた、地域ぐるみでの果物の商品・サービス化	16
福井県	持続可能な米の消費につながる新商品開発と企業マッチング	17
岐阜県	安全・高栄養価の、子育て世代を応援する商品シリーズの開発	18
愛知県	県産米で地域の食文化「モーニング」の新スタイルを創出	19
三重県	県産品を活かした食体験で「三重県発 well-being」を広げる	20
滋賀県	地産地消 × 滋賀県版 SDGs で、県産小麦をまるごと活用	21
京都府	消費志向の変化や社会変容に対応する新たな中食産業の創出	22
島根県	ローリングストック商品の開発により条件不利地の課題克服	23
香川県	伝統と革新の日本酒づくりにより、棚田のある風景を保全	24
徳島県	伝統料理キットと体験プログラムで食と暮らしの文化を保全	25
宮崎県	子供からお年寄りまで楽しめる惣菜で高齢化が進むアジア市場開拓	26
鹿児島県	新たな品種を活用した商品開発と普及を通じて品種の切替を促進	27

## II. 地域の取組紹介

---

## 北海道

事業所管：北海道経済部食関連産業局食産業振興課  
地域事務局：株式会社北海道二十一世紀総合研究所（主体者）

### ● 道産資源を結集した北海道統一ブランドによる海外市場の開拓

北海道ブランドの更なる向上を目的に、海外市場を想定し食農のみならず多様な業種の連携による商品・サービスの開発およびシステムの改編・再構築も含めた総合的な産業モデルを創造する。

LFP パートナー数

351 社・団体  
(2023.3 現在)



中国市場では目新しい「かぼちゃ」を原料とした菓子、冷凍クロッカを開発。統一ブランドロゴで顧客創造を目指す。

### 新たなビジネスの価値

- ニトリパブリックが中国からニトリの家具を輸入した際の戻りコンテナを活用することで、物流コストを削減、北海道産品の輸出拡大につなげる。
- この仕組みを活用し、次々に事業者が連携して中国マーケットにマッチした商品を開発、輸出することで、継続的にビジネスを創出する仕組みを構築した。

### プラットフォームの体制

- 金融系シンクタンクと産業技術振興団体との連携による事務局を設置。事務局内に2名の専門家（ファシリテーター）を配置し、事業者の参画を促進、アイデアのビジネス化を支援。

農林漁業者、食品製造事業者、流通販売事業者のほか、輸出商社・物流商社、道内銀行・信用金庫、北海道食品加工研究センター、酪農学園大学、産業支援団体などが参画。

### ビジネス創出のプロセス

- ワークショップで出されたアイデアを元に、プロジェクトチームを編成。ファシリテーターがビジネス化に向けた検討をサポート。
- その結果、輸入空きコンテナを活用した物流体制の構築による食品輸出、道産食材のミールキットの輸出、インバウンド向けグランピング事業、スーパーフード（キノア）や薬草（オオイトドリ）など道産素材の需要開拓の5つのビジネスを創出。

### 新しい取組・仕組みづくり

- LFPプラットフォームに、輸出商社のニトリパブリックと事業者による輸出プロジェクトチームを組成。
- 輸出商社の現地法人から中国の消費者ニーズ、規制、商習慣などを随時共有するシステムにより、中国向け商品を次々に開発・輸出する。



華人頻道（華人Channel Japan）との連携で在日中国人実業家の方々を対象に商品評価会を実施。



# 岩手県

事業所管：岩手県農林水産部流通課  
地域事務局：いわて6次産業化推進協議会

## ● 地域資源をコンテンツとした新たなツーリズムの創出

食関連事業者と観光事業の連携による、羊を中心とした中山間地の地域資源、未利用資源を活用した新商品、体験ツーリズムを生み出すサプライチェーンの構築。

LFP パートナー数

36社・団体  
(2023.3 現在)



羊を多面的に捉え、岩手の自然景観も含め体験型ツアー、肉加工食品、皮革製品を開発・販売。

## 新たなビジネスの価値

- 明治から続く歴史や文化、技術を受け継ぎ、中山間地域の農地保全や環境保全、衣食住の素材となる「めん羊飼育」を観光資源化。
- IGR いわて銀河鉄道が中心となって体験コンテンツを磨き上げ、三陸の水産物やワインなどの岩手の食の魅力も活用しながら、県内全域の観光地域づくりにつなげる。

## プラットフォームの体制

- 中山間地のめん羊をテーマに旅行会社等と連携し、伝統工芸品を情報発信するクラシカウンシルがプラットフォームを牽引。

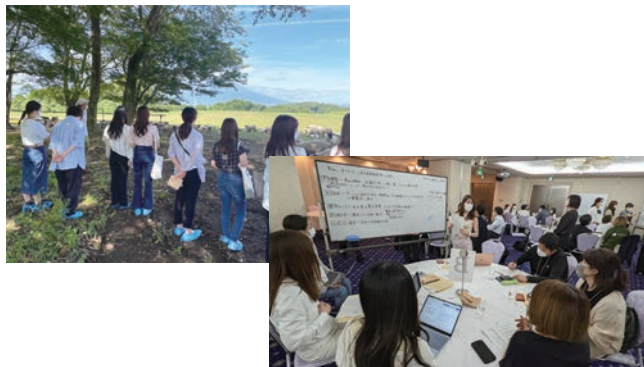
生産者、食品加工業者、福祉事業者、小売・流通事業者等、研究機関、地域金融機関、加えて観光事業者、デザイナー、機械メーカーなどが参画。

## ビジネス創出のプロセス

- 一般客のみならず、Z世代（日本女子大学）もモニターツアーに参画。様々な世代の消費者とLFPパートナー企業との直接的対話によって顧客の声を商品、サービスの開発に活かす場を開催。
- モニターツアーを通じて、ツアーにおける安全確保、防疫体制、二次交通、受入体制整備の追加投資などの課題を整理。商品化に向けた課題解決の取組を検討中。

## 新しい取組・仕組みづくり

- めん羊の革や肉等の未利用資源を活用し、食と伝統的なモノづくりを融合することで体験型ツアーの顧客満足度を向上。
- IGR いわて銀河鉄道を中心に、二次交通の課題解決のため、ローカルのバスやタクシー等の交通事業者との連携強化を模索中。



Z世代や一般客を現地に招き、その体験や評価をもとに事業者と直接対話を実施。

## 栃木県

事業所管：栃木県農政部農政課  
地域事務局：株式会社ファーマーズ・フォレスト

### ● もち麦の特性を活かした商品開発で「栃木の健康食」とする県民運動に

県が開発した大麦「もち絹香」を活用し、機能性等に着目した商品開発を通じて、現代の生活様式や健康志向に合わせたサービスの創出や海外販路の形成による流通拡大を図り、持続可能な水田経営や食生活改善に資する。

LFP パートナー数

25 社・団体  
(2023.3 現在)



栃木のもち麦（もち絹香）の特性を活かした商品を開発。

### 新たなビジネスの価値

- もち麦「もち絹香」の白さ、歯ごたえの強さ、香りの良さなどの特性を活かした商品展開（もち麦チップス、もち麦パン、もち麦味噌）により、健康食として県民運動を展開。
- 「栃木の健康食」のプロモーション冊子の配布、県内の医療機関、スポーツ選手育成塾と連携することで潜在的な需要の発掘や新たな市場を開拓する。

スポーツイベントとコラボレーションし、情報発信と消費者評価会を実施した。



### プラットフォームの体制

- 地域の事業者とのネットワークを有する地域まちづくり会社が事務局となり、多様な業種の事業者を誘致。

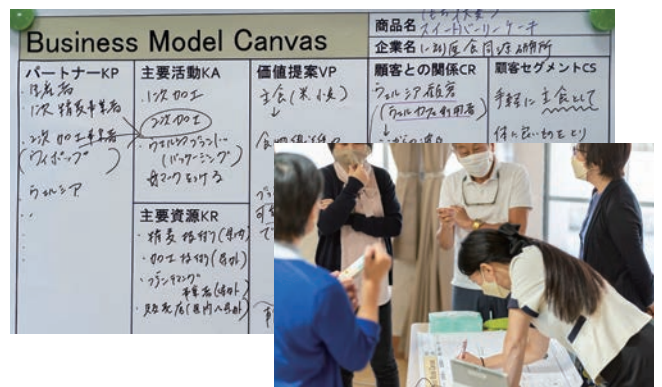
農林漁業者、食品製造事業者、流通販売事業者、ホテル、金融、スポーツ財団、FM パートナリティ、広告会社、金融機関、医療機関、商工会議所、JETRO など。

### ビジネス創出のプロセス

- ワークショップで、栃木県のもち麦品種「もち絹香」の特性（ユニークセーリングポイント）を共有のうえ、再評価し、健康食としての価値提供や県民への普及方法を検討した。
- 地域の飲食店、百貨店、ホテル・観光事業者などの協力を得て、健康食としての販売チャネルの検討を行った。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 健康志向の商品とするだけでなく、「栃木の健康食」として県民運動を展開することにより、潜在的な需要を発掘する。
- 「フードバレーとちぎ」など既存の食関連産業振興協議会と連携することで、情報やノウハウの共有、事業者連携の促進を図る。



ビジネスモデルキャンバスを活用することで、収益・コストを意識した具体的な事業検討を実施できた。

# 千葉県

事業所管：千葉県農林水産部流通販売課  
地域事務局：株式会社パソナ農援隊

## ● 新市場の機能を活用したワンストップ輸出モデルの構築

新生成田市場の機能（高度な衛生管理、加工施設併設、ワンストップ輸出拠点）をフル活用し、千葉の豊かな自然や農林水産物を活かした加工品・サービスの開発に取り組むことで、国内外の新たな需要の創出・拡大を図る。

LFP パートナー数

44 社・団体  
(2023.3 現在)



有機さつまいも、にんじんを使ったペーストを製造。スープなどに活用することを想定し、海外販路を目指す。



## 新たなビジネスの価値

- 有機さつまいも、にんじんを使用した一次加工品は、有機食品への関心が高まる海外のレストラン等での潜在的な需要を創出。また、県内直売所等に向けた二次加工による利用も可能であり、B to B商品として国内外へ訴求する。
- 輸送時間と輸出手続きを短縮するワンストップ輸出機能を、プラットフォームメンバーが活用することで、輸出ビジネスを始めやすい環境が整った。

## プラットフォームの体制

- 新生成田市場参加事業者を中心に、県内の多様な業種の事業者が参加している。

農業者、漁業組合、農産物直売所、食品メーカー、流通・販売、製造業・IT関連、航空・運輸（輸出関係）、金融機関、広告代理店、マスコミ、メディア、個人、市町村、団体など。

## ビジネス創出のプロセス

- プラットフォームメンバーのプロフィールシートを作成し、各社が有している資源を可視化し、ビジネスマッチングを促進させた。
- 新生成田市場の機能をプラットフォームメンバーが、自社のビジネス、サービス、ノウハウを組み合わせ活用できる環境を検討。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 出荷から現地到着までを常に鮮度・コストの最適化を意識した輸送プラン・ルートを提供でき、リードタイムの削減を実現。輸出ビジネスに付加価値を創出。
- 県内産地と市場間の輸送プラン・ルートを活用し、新生成田市場を拠点に県内各地（拠点直売所、観光農園など）に土産物として流通させ、食のネットワーク（食のツーリズム）の構築が可能となる。



(上) 実需者との商談も実施し、新たな輸送モデルの有用性を検証した。  
(下) 新生成田市場の見学の様子。

# 神奈川県

事業所管：神奈川県環境農政局農水産部農政課  
地域事務局：株式会社コンサラート

## ● 三浦半島の未利用食材を活用した商品開発による地域活性化

三浦半島のサメ・エイを主とした未利用魚の有効活用と地元野菜のフードロス削減を具現化した特産品開発と持続可能な都市型エコツーリズム企画により、三浦半島の観光消費額の増加と人口増加等の地域活性化を目指す。

LFP パートナー数

30 社・団体  
(2023.3 現在)



サメやエイを有効活用した、ご当地グルメ「横須賀 Monster Fish おでん」、「横須賀 Monster Fish ソーセージ」を地元飲食店などがアレンジして提供。

## 新たなビジネスの価値

- 地産地消、サステナブル、地域内の経済循環につながるご当地グルメ「横須賀 Monster Fish おでん」「横須賀 Monster Fish ソーセージ」を開発。
- 地域の飲食店が協力して、地域住民に普及するとともに、都市部に近い地域性を活かし、観光協会を中心に、生産者と観光客が交流できるマルシェ企画と鉄道・バスなどの運輸事業者と連携した観光商品を開発し、ご当地グルメによる地域活性化を進める。

## プラットフォームの体制

- 地域の事業者とのネットワークを有するコンサルティング会社が事務局となり、多様な業種の事業者を誘致。

農林漁業者、漁業協同組合、食品製造事業者、流通販売事業者、金融機関、医療機関、専門高校、商工会議所、観光協会、水産技術研究機関など。

## ビジネス創出のプロセス

- ワークショップで、三浦半島の漁業や観光等の産業課題を共有のうえ、歴史文化、地域・観光資源を再評価して、ご当地グルメによる地域活性化を戦略の基本構想とした。
- 次年度の取組に向けて、地域の飲食店、観光事業者、運輸事業者などにプラットフォームへの参画を呼び掛けた。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 従来は市場流通しなかった未利用魚が、漁業者と食品製造事業者をマッチングすることで、価値が生まれ、未利用資源から魅力利用資源（魅力的に利用できる商材）となった。
- 地元野菜のフードロスの削減と食材としての価値を維持するため、ご当地グルメ「おでん」に有効活用することでサステナブルな価値を高めた。



試食会の結果を付せんを活用して整理、消費者や旅行者の購買行動を分析して商品の磨き上げを行った。

## 静岡県

事業所管：静岡県経済産業部産業革新局マーケティング課  
地域事務局：株式会社静岡博報堂

### ● 特産品を活用したガストロノミーツーリズムによる地域活性化

中山間地域の希少な柑橘類「ゆず」を活用し、歴史・文化・地域資源と食で人を惹きつける「ガストロノミーツーリズム」商品・サービスを開発、交流人口を増加させ、担い手確保など豊かな山林・自然の保全を図る。

LFP パートナー数

41 社・団体  
(2023.3 現在)



県内3つのブルワリーが、「川根本町ゆず」を使用した、味も仕立ても異なる3種の「YUZU BEER」を開発。

### 新たなビジネスの価値

- 開発した「YUZU BEER」をきっかけに、キャンプ場、土産物店を整備、県内からクラフトビール工房を地域に誘致することで、地域の活性化、雇用創出を図る。
- 県内食材を活用した料理と「YUZU BEER」とのマリアージュ商品（コースメニューなど）を「ふじのくに食の都づくり仕事人」等、県内飲食事業者が提案し、食を旅行目的とするコンテンツを開発する。

### プラットフォームの体制

- 地域の事業者の支援実績を多く有する広告代理店が事務局となり、多様な業種の事業者を誘致。

農業者、畜産事業者、ビール醸造所、厨房機器メーカー、不動産、まちづくり法人、農泊事業者、食品製造事業者、流通販売事業者、地元FM、地元編集者、大学などが参画。

### ビジネス創出のプロセス

- ワークショップで、川根本町が抱える地域課題（過疎化）や観光等の産業課題を共有のうえ、ゆず（農産物）・自然・地域・観光資源を再評価して、川根本町ゆずガストロノミーツーリズムの基本概念を策定した。
- 異業種マッチング交流会を企画し、県内のガストロノミーツーリズムの取り組み事例を共有し、事業者同士のマッチングの機会も設けた。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 本県の食材活用に関する知見を多く有する料理人「ふじのくに食の都づくり仕事人」等との連携により、和・洋食・中華など幅広い視点での食のアイデア・ノウハウが提供された。
- ガストロノミーツーリズムのコンテンツのモデルケースとなり、東西に広い静岡県の他地域にノウハウの横展開が可能。



研修会では写真や事例を多く提示し、イメージが湧きやすい環境をつくり、グラフィックレコーディングも活用し、視覚的に議事内容を分かりやすくまとめた。

## 長野県

事業所管：長野県農政部農業政策課農産物マーケティング室  
地域事務局：株式会社産直新聞社

### ● 未利用資源を活用したアップサイクルの取組による地域循環型社会の創出

生育過程で間引かれる「摘果リンゴ」を活用した新商品開発を通して、農家の収益向上や加工残渣の堆肥化、農地への還元など循環型ビジネスモデルを構築し、そのノウハウを広く共有することで、未利用資源を活用した循環型社会の創出と地域活性化を目指す。

LFP パートナー数

64 社・団体  
(2023.3 現在)



摘果リンゴを有効活用した、アップサイクル型のお土産商品「アップルパイ（果の山）」。



### 新たなビジネスの価値

- 未利用資源の摘果リンゴや、自然災害等により傷付いたリンゴを利活用して、新たな付加価値を生み出すことで、農業者・加工業者・食品メーカー等が連携した「相互扶助の仕組み」を創出。
- 摘果リンゴの利用拡大に向けて、大きさの取扱い基準や、防除暦の確認等のノウハウを提供し、長野県内のリンゴ産地において未利用資源の有効活用を促進する。

### プラットフォームの体制

- 地域の食と農に関わる事業者とのネットワークを有する専門誌の出版社が事務局となり、多様な業種の事業者が参画。

農業者、農産物直売所、食品メーカー、流通・販売、製造業・IT関連、広告、産業資材メーカー、研究機関、大学、マスコミ、メディア、市町村、公的機関など。

### ビジネス創出のプロセス

- ワークショップでは、「未利用資源の有効活用」をテーマに、今年度は3つの取り組みが提案され、プラットフォーム内でのマッチング等による技術支援などを行い、3つの新たなビジネスを創出した。
- 月1回程度、オンラインを活用し、定例会議を行い、各取り組みの推進状況の報告、課題に対して、アドバイス、技術支援・ノウハウが共有され、磨きあげが行われた。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 摘果リンゴのアップサイクルに加えて、台風の影響で傷が付き、商品にならないリンゴの活用にもつなげるなど、地域課題の新たな解決方法を見い出した。
- リンゴの加工残渣のたい肥化にあたり、キノコの使用済み培地を活用して水分含量を低下させるなど、技術シーズと組み合わせることで、課題解決が図られた。



アップサイクルの流れをイラストで表現し、循環モデルが伝わりやすくする工夫も行った。

## 新潟県

事業所管：新潟県農林水産部地域農政推進課  
地域事務局：-

### ● Grow life Grow Green 新潟の「衣食住」を通して「心の栄養」を考える

新潟県の農産物（グリーン）を通した心身ともに健やかな生活の提案をシリーズ化。第1弾「健康」は、新潟農産物×新潟県独自シーズ（食）で、“身体がよろこぶ”新商品の開発・提案を行い、食品ロスの削減や農業者等の所得向上を図りつつ、事業者や県民の参画を進め、広く地域課題の解決につなげる。

LFP パートナー数

15社・団体  
(2023.3 現在)



さかすけアイスと地産農作物が連携し、数々のバリエーションを試作。県内外へ販売チャンネルの拡充を図る。

### 新たなビジネスの価値

- 新潟県の発酵食文化が生んだ乳酸菌発酵酒粕「さかすけ」と、県内選りすぐりの和梨、イチジク、桃、柿、イチゴ等を組み合わせた「アイス」を開発。県民に心身ともに健やかな生活を提案する。
- 今後、「心の栄養を考えるプロジェクト Grow life Grow Green」をコンセプトとした新たなビジネスを継続的に創出する体制を創る。

### プラットフォームの体制

- 地域の事業者とのネットワークを有する株式会社ネルニード（コンサルタント）が事務局を担当し、プラットフォームの体制を整備。

農業者、飲食店、食品加工事業者・流通販売事業者、酒造組合傘下の酒造メーカー、研究機関、首都圏の大手流通販売事業者（食品、アパレル等含む）が参画。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 酒粕、さかすけの利用用途は、従来の食産業以外にも、健康や美容などをテーマにアパレルや生活雑貨等とのコラボレーションにより拡大が期待されることを分析。
- 生活雑貨を扱うチェーンストアやアパレル商業施設との繋がりを持つ株式会社ネルニードを中心に、利用用途の拡大に向けた展開に取り組んでいる。

### ビジネス創出のプロセス

- 新潟県醸造試験場が開発した乳酸菌発酵酒粕「さかすけ」の活用と県産農産物とのコラボレートに向け、バリューグラフ、ビジネスモデルキャンバスなどの手法を用いて検証、その内容を参加者の共通ビジョンとして整理。
- ビジョンを基に、さかすけを活用した様々な商品やサービスについて、健康・美容など他領域への訴求方法や利用シーンを検証した。



アイデア・ビジネス創出のためのプラットフォームで検討。

# 富山県

事業所管：富山県農林水産部農村振興課  
地域事務局：魚津市農林水産課

## ● 子育て世代に向けた、地域ぐるみでの果物の商品・サービス化

桃・梨・ぶどう・りんごの産地である果樹の郷うおづにおいて、規格外品を有効活用した商品や収穫加工体験のサービスを地域ぐるみで提供し、子育て世代が果物を楽しむ・親しむ機会を増やし、持続的な果樹産業の発展を図る。

LFP パートナー数

30社・団体  
(2023.1 現在)



様々な方法でりんごを楽しむ「うおづりんごめぐり」。

- ・生産者直売所の見学
- ・美味しいりんごの見分け方を教わり収穫（写真）
- ・収穫したりんごでドライフルーツの加工
- ・りんごを使ったカフェメニューの試食



## 新たなビジネスの価値

- 県内の子育て世代が、果樹の郷うおづを気軽に訪れて交流ができる場として、モニター体験（うおづりんごめぐり）を実施。果物を様々な方法で楽しむ一体的なプログラムを提供。遠方の子育て世代向けにオンラインでも収穫体験を実施。
- キズ等による規格外品を活用したドライフルーツやドレッシング等を開発。モニター体験ではサービスの一環として活用・提供。また、学校給食ではドライを活用した献立開発につなげ、地域内循環の確立と持続的な果樹産業の支援を図る。

## プラットフォームの体制

- 魚津市果樹振興会と魚津市・富山県が連携してプラットフォームを運営。事業の進展に合わせて段階的に事業者を誘致。

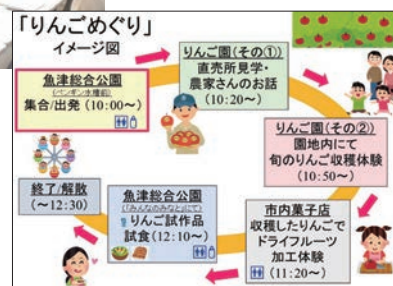
農業者、菓子工業、飲食業、ホテル旅館関連団体、子育てメディア、学校給食センター、教育機関、金融機関、県研究機関、ケーブルテレビ等が参画。

## ビジネス創出のプロセス

- 子育てママとの座談会により「親しむ」「楽しむ」の両面から商品や体験の企画を検討。
- 「りんごめぐり」ではマップ・ルールブックや園地での紙芝居・目印・スタンプラリー等を作成。小さな子供がいる家庭でも親子が安全に、かつ楽しく参加できる工夫を行った。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 生産者の庭先で主に廃棄されていた規格外品の果物をJAが集荷し、製菓店・加工事業者・飲食店・調理製菓専門学校が商品を開発する仕組みを構築した。
- 地元ケーブルテレビの協力により、果樹園にWi-Fi環境をととのえ、Discordを活用したオンラインによる収穫体験を実現した。



子育てママとの座談会を実施。商品・サービスの検討段階からニーズを把握し、試作した商品の試食・体験と評価を行った。



# 福井県

事業所管：福井県農林水産部中山間農業・畜産課  
地域事務局：福井県まちづくりセンター

## ● 持続可能な米の消費につながる新商品開発と企業マッチング

新たな米の消費方法の創出を推し進め、消費量減少という課題解決を目指す。これまでのサプライチェーンにイノベーションを誘発するプラットフォームを構築し、地域に根付く米文化を引き継ぎつつも、今までなかったバリューチェーンを伴う新規の米消費ビジネスを創出する。

LFP パートナー数

30社・団体  
(2023.3 現在)



試作されたコシノゴパン。



## 新たなビジネスの価値

- 食味や食感が良く、子育てママが手早く準備できる“越(こし)の国の米粉パン” (コシノゴパン - 仮と命名) を福井の朝食メニューの定番として提案。「福井 = 米粉」の新しい食文化を育てる。
- 福井県産の米粉パンと米粉クッキーサンドを、ホテルや地域商社の協力を得て、北陸新幹線延伸による観光客の需要を取り込む。

## プラットフォームの体制

- 米の多様な活用方法の検討に向け、食品産業のみならず、越前漆器や和紙の製造メーカー、教育機関、新聞社など多様な事業者の参画を募った。

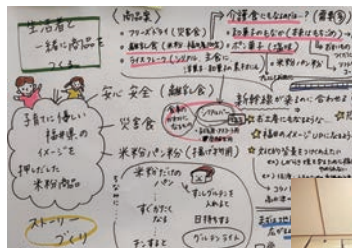
農業者、農協、菓子工業組合に参画する和菓子メーカー、製粉業者、流通業者、地域商社、和紙工業組合組合員、漆器工業組合組合員、観光開発事業者、同志社大学、(株)福井新聞社等。

## ビジネス創出のプロセス

- 米の新しい消費方法を模索するために、専門部会を設置、建築資材、ペットフード、エネルギー、和紙・漆器とのコラボなど、食品以外の用途について検討した。
- 「米粉」「子育てママ」「朝食」をキーワードとして、主婦モニター（福井新聞社子育てネットワーク）や大学生とのコラボで、商品企画、商品開発を実施。

## 新しい取組・仕組みづくり

- サプライチェーンの各段階の事業者の知見を収集して、米粉商品が普及しない要因を分析。
- 米の生産から製粉、加工の各段階での技術がまだまだ不足していることが判明。県は米粉活用の拡大を目指して、技術開発に取り組んでいく。



子育てママと連携した座談会の様子。

## 岐阜県

事業所管：岐阜県農政部農産物流通課  
地域事務局：一般社団法人食農連携推進機構

### ● 安全・高栄養価の、子育て世代を応援する商品シリーズの開発

生産・加工流通から消費者までが連携するコミュニティを形成し、地域農林水産業の持続、農村地域の活性化とともに、子育て女性の社会参画と子育て家庭の課題解決につながるビジネスを創出。輸出にも取り組む。

LFP パートナー数

24 社・団体  
(2023.3 現在)



県産の素材を使った商品「GIFUTO シリーズ」を展開。

### プラットフォームの体制

- 子育て世代の課題解決に取り組むNPO「こどもトリニティネット」が中心となり、農家、食品製造者等と連携しながら、消費者視点で地域の食農ビジネスを考えるネットワークを形成。

生産者（まなま農場、寺田農園、西垣農園など）、食品加工・製造者（恵那川上屋、小林生麺、秋田屋本店など）、パロ-HD、銀行、JETRO、食品科学研究所、然、カテナなど専門家等。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 低温スチーム加工、粉末加工などの技術を用いて商品化し、規格外や外皮などの非食部分も含めて、野菜や果樹等の栄養や色彩を余すことなく活用。
- 子育て世代の消費者が、安全・安心、食育などの評価指標にもとづき商品・サービスを評価する「ママ認定制度」を検討。本事業で開発した商品の評価を通じて仕組みを構築する。

### 新たなビジネスの価値

- 安全・安心、高い栄養価、アレルギーフリー、グルテンフリーなど、子育て世代の悩みに寄り添う米粉の麺類を提案。
- 岐阜県産の素材（米粉、栗の鬼皮、多様な野菜のパウダー）を組み合わせ、シリーズ商品として展開。

### ビジネス創出のプロセス

- より健康で安全な岐阜県産の食材を子どもたちに食べてほしい、という子育て世代の食ニーズを起点に、商品、食育体験など新サービスの可能性も議論。
- パートナーが生産する農産物、加工技術を組み合わせ「GIFUTO シリーズ」として商品のラインナップを広げる。
- 地域の子育て世代や子どもたちを応援する趣旨に賛同する企業等にも販路を広げる。



ママたちの想いに応えたグルテンフリー麺の商品企画を検討。

# 愛知県

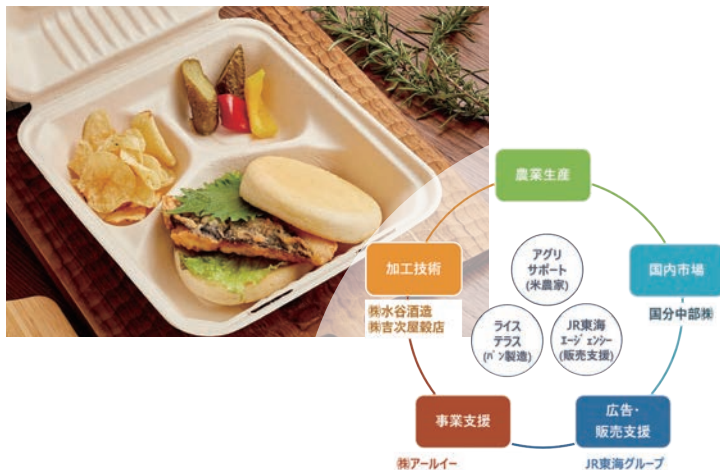
事業所管：愛知県農業水産局農政部食育消費流通課  
地域事務局：株式会社パソナ農援隊

## ● 県産米で地域の食文化「モーニング」の新スタイルを創出

食料自給率の低下、食物アレルギー等の社会問題に対応するため、多様な業種のもとで県産農林水産物の幅広い活用可能性を検討し、新商品開発を通じて新たなビジネス及びスタイルを創出する。

LFP パートナー数

107社・団体  
(2023.3 現在)



県産米 100%の米粉パンやケーキを開発、毎日の食卓に米を取り入れる新スタイルを提案。

## 新たなビジネスの価値

- 食料自給率の向上を図るため、県産の米や食材を活かした新しい食体験を提案する。米粉パンに、県内の特産品・食文化と組み合わせたご当地名物のモーニング（朝食）を広める。
- LFP パートナーの販売チャネルを活用して、地域の食材や食文化を発信し、地域のにぎわい創出につなげる。

## プラットフォームの体制

- 地産地消を掲げて生産者団体、スーパー・飲食店など流通関係者、消費者団体に至る幅広いネットワークを構築する「いいともあいち」及び「あいち6次産業化ネットワーク」を軸に、愛知県内外の食品製造事業者、調理師学校、商品化支援やプロデュースを行う専門家等が参画。

米や野菜などの農業生産者、県産野菜加工や米穀加工などの食品製造業者、食品商社、商品開発や販路支援等を行う専門家、広告代理店、製菓調理専門学校など。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 県産米の用途を米食以外に広げる観点から、愛知県独自の食文化とのコラボ、特徴的な文化である「モーニング」への提案などを行い県産米粉の製造から米粉パンの製造流通まで県内でのサプライチェーンの構築に取り組む。

## ビジネス創出のプロセス

- グループワークで、地域資源・強みを活かしたビジネスアイデアを検討。プロフィールシートを作成して各社の資源や事業アイデアを可視化するとともに、個別面談やオンライン会合の機会を設けて、パートナー間の交流・連携を促進した。
- 米粉パンを県内で生産・流通するサプライチェーンの構築に向け、取組を発信してビジネスパートナーの掘り起こしに取り組んだ。



LFP パートナーがもつ販売チャネルを活用し、一般消費者向けに店頭でテスト販売を実施。

## 三重県

事業所管：三重県農林水産部フードイノベーション課  
地域事務局：株式会社三十三総研

### ● 県産品を活かした食体験で「三重県発 well-being」を広げる

三重県の農林水産業と地域資源・技術を連携させ、植物由来食品をはじめ健康や環境配慮など、社会や消費者意識の変化に即した新商品・新サービスを開発し、新たな需要を創出するとともに、海外展開もめざす。

LFP パートナー数

967 社・団体  
(2023.3 現在)



健康によいとされる県産の食材を組み合わせ、健康志向を意識したプラントベースフードを開発。



### 新たなビジネスの価値

- 忙しい現代人の心身の健康 = well-being のため、そばの実をベースとしたプラントベースのレトルト粥を開発。
- 海藻、麴など地域由来の食材、食文化を組み合わせるなど素材や味つけのバラエティをもたせ、食習慣・健康改善プログラム食として提案。
- 健康志向・オーガニック志向が強い欧米市場に向け、日本の素材・食文化を提案・発信。

### プラットフォームの体制

- 地魚を使った離乳食の開発・販売 (EC) を手がける「ディーグリーン」を中心に、県の食農プラットフォーム「みえフードイノベーションネットワーク」に呼びかけてプロジェクトチームを組成。

グリーンクリエイティブいなべ、くざき鯉おべん企業組合、河村糰こうじ屋など農林水産物の生産・加工事業者、イーナバリ (OEM 製造)、ディーグリーン、JETRO 三重、県工業研究所など。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 国内外の健康意識が高い消費者をターゲットに設定。well-being に寄与する食プログラムとし、健康によいが日常的に取り入れにくい素材を組み合わせ、気軽に摂れて続けやすくし、健康効果を実感しやすくした。
- 1 食分のレトルトは海外市場では少なく、温めるだけで食べられる簡便性を提案。

### ビジネス創出のプロセス

- 未来志向でありたい取組を考える「フューチャーマイニング」手法で、ビジネスアイデアを検討。
- 海外展開に向けて、県内の輸出実績、健康食の市場可能性を検討。今後は、日本の素材や食文化に対する評価、食習慣との相性を調査し、令和 6 年度以降の海外展開をめざす。



展示商談会に出展して潜在的な需要を発掘し、商品をブラッシュアップ。

# 滋賀県

事業所管：滋賀県農政水産部みらいの農業振興課食のブランド推進室  
 地域事務局：滋賀県食品産業協議会

## ● 地産地消 × 滋賀県版 SDGs で、県産小麦をまるごと活用

LFP パートナー数  
 36 社・団体  
 (2023.3 現在)

琵琶湖等の環境保全に寄与するため、生産者、食品産業を中心に多様な産業の参画のもと、県産小麦「びわほなみ」をまるごと使った新商品・新サービスの展開を図ることにより、持続可能な地域づくりを進める。



琵琶湖の環境保全 (MLGs) の普及につながる中華麺を開発。



## 新たなビジネスの価値

- 琵琶湖版 SDGs 「Mother Lake Goals」 (MLGs) と連携。琵琶湖の環境保全や生態系保全につながる中華麺。
- 琵琶湖は地域の暮らし、産業を支える共有財産であり、商品の購入を通じて、県民自身が琵琶湖の環境保全に積極的な参画・貢献につながる。「おいしく食べて、琵琶湖の環境保全に貢献」。

## プラットフォームの体制

- 滋賀県食品産業推進協議会、滋賀県の「おいしがうれしが」推進店、滋賀県新ビジネス創造研究会員等に呼びかけて事業者を参集。

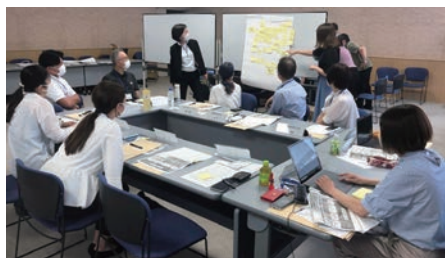
小麦の農業者、JA、製粉技術を有する加工業者、小麦を使用する製麺業者・製麩・製菓業者、文具メーカー、コンビニ、飲食店、地域金融、旅行代理店、小麦産地の自治体など。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 蒸気加熱殺菌技術の導入で、消費期限の延長、ゆで調理がいらぬ中華麺（水でほぐすだけで食べられる麺）を開発、利便性と ECO を追求。
- 小麦のふすまを練り込んだ麺、麦わらを使用した包装資材や紙の開発など、小麦をまるごと使い切ることによりチャレンジ。
- 小麦の地産地消、環境負荷を軽減した商品の開発により持続可能な地域づくりの仕組みを創る。

## ビジネス創出のプロセス

- ワークショップでは、中華麺の開発以外に、非可食部や残渣活用の可能性、コト消費、MLGs の普及など、アイデアの種を共有。
- また、地域のお土産品の開発に取り組む大学生グループのアイデアも取り入れ、商品コンセプトや魅力発信の方法などを検討。
- LFP パートナーの交流機会をつくり、事業者の連携を促進。中華麺の開発以外に、麦わらを紙材にするアップサイクルの取組を創出。



中央 LFP のコーディネーターの助言により、MLGs を起点としたビジネス展開について議論を深めた。

## 京都府

事業所管：京都府農林水産部流通・ブランド戦略課  
地域事務局：一般社団法人京都府食品産業協会

### ● 消費志向の変化や社会変容に対応する新たな中食産業の創出

消費志向の変化やコロナ禍による外食・観光需要の減少等の社会変容に対応した中食マーケットにおける新たなビジネスモデルを構築することで、「京もの」ブランドの更なる価値向上と食関連産業の収益アップを目指す。

LFP パートナー数

276 社・団体  
(2023.3 現在)



京懐石のミールキットに、京都ならではの伝統工芸品、特別な体験を組み合わせ、輸出を目指す。

### 新たなビジネスの価値

- 京懐石に加えて、伝統工芸品、京野菜の収穫体験などを組み合わせ、自宅に居ながら、京都の食文化を体感。
- 海外における京都の知名度を生かし、京の食文化を海外に届ける。
- 京料理店等の技術を結集した家庭向け商品を開発し、外食や観光需要に過度に依存しない中食産業の新たなビジネスモデルを構築。

### ビジネス創出のプロセス

- プラットフォーム内に「プレミアム中食」、「健康機能性」、「保存・流通技術」、「販路開拓・ブランディング」、「フードテック」の5つの専門部会を設置し、多数のビジネスアイデアを創出する仕組みを構築。
- 府独自の補助事業により、ビジネスの開始を支援（生産・加工・販売事業者の連携が条件）。
- その結果、京懐石のミールキットの他、産業廃棄される麦芽粕の有効活用、京もの食品や甘酒の海外輸出など16のビジネスを創出。

### プラットフォームの体制

- 令和3年11月に、食に関連する多様な事業者のオープンイノベーションの場として、京都食ビジネスプラットフォームを設置。

農業者、食品加工業者、京料亭等の飲食サービス業者、大手百貨店等の卸・小売業者、大手運送会社、インターネット等の情報通信業者、機械メーカー、観光・宿泊業者、金融・保険会社、大学・研究機関、福祉団体など。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 京懐石に朝日焼の器や丹後ちりめんの風呂敷など京都の伝統工芸品をセット。料理人とともに京野菜の収穫体験や漁港めぐりなどの特別な体験を提供。
- 保存技術・輸送体制を持つ事業者と連携し、小ロットの海外への輸出体制や冷凍技術の確立を目指す。



部会毎にアドバイザーを配置し、勉強会や情報交換の場を定期的で開催するなど、プラットフォーム内の事業者のマッチングやプロジェクト組成の仕組みを構築。

# 島根県

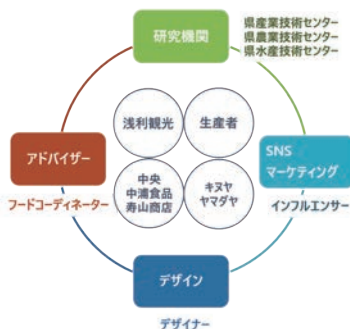
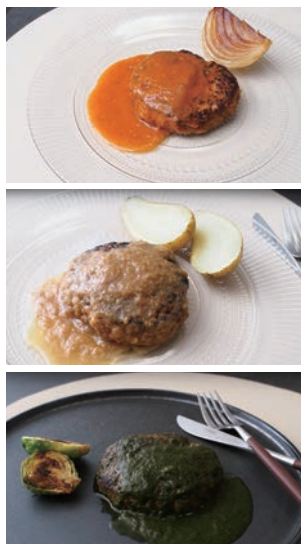
事業所管：島根県農林水産部産地支援課  
地域事務局：株式会社ナレッジリンクス

## ● ローリングストック商品の開発により条件不利地の課題克服

農地の8割が中山間地域で小規模産地が多く、高齢化も進んでいる。高速道路網も未完成で規模の競争が不利なため、県 GAP や有機農産物を活用したローリングストック商品により産地の維持に寄与する産業を育成する。

LFP パートナー数

47 社・団体  
(2023.3 現在)



県産野菜をソースにしたハンバーグ3種。

## 新たなビジネスの価値

- 健康志向の消費者ニーズに応える安全・安心な県 GAP 認証農産物や有機農産物を使用。
- ふるさとを感じさせる味付けで、災害時も日常も利用できるローリングストック商品。



日頃の生活の中で少し多めにストックする  
「ローリングストック」の食品を  
島根のおいしいものを集めてご提案する  
島根の「おいしい」に携わる人と人をつないで  
循環する食の新スタイルつくっていきます。  
そして「ふるさとの味」を消費者、生産者  
次世代の子ども達へつないでいきます。

## プラットフォームの体制

- 県 GAP や有機農産物の生産農家を中心に、地域事務局のネットワークを活かして、食品加工業者、小売業者、物流業者、観光業者などに参加を呼びかけ。

農業者、食品加工事業者、流通業者、小売業者、飲食業者、物流業者、観光事業者、金融機関、ソフトウェア会社、フードコーディネーター、県研究機関など。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 素材のままでは消費量に限界のある生鮮素材を県内で加工商品にすることで、生産者の収入増に寄与。
- 系統出荷では規格外となり、端材扱いだった生鮮素材についても、新たに取り扱いルートを開発したことで、生産者の収入増に寄与。

## ビジネス創出のプロセス

- 3グループに分かれビジネスプランを作成。プレゼンテーションの結果、「美味しまね認証・有機農産物を活用した多機能レトルトフードプロジェクト」に決定。参画したい事業者を改めて募集し、間接補助事業体を組成。
- 採択に至らなかった「LFP ポータルサイト構築と観光農業のビジネス化」、「しまねのワンパク！タンパク！大作戦」も検討を継続し、事業化の可能性をブラッシュアップ。
- 間接補助事業以外に観光農業に関する新たなビジネスを1つ創出した。



(右) テストマーケティングの様子。  
(左) 島根県 GAP 認証 (美味しまね認証) のマーク。

## 香川県

事業所管：香川県農政水産部農政課  
地域事務局：-

### ● 伝統と革新の日本酒づくりにより、棚田のある風景を保全

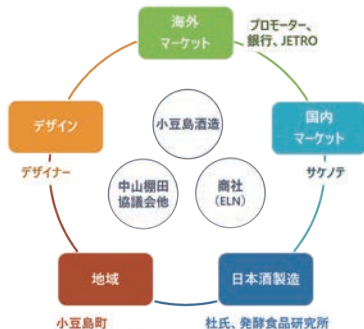
棚田百選の一つ小豆島の中山千枚田は農業者の減少等で存続が危ぶまれている。地元酒蔵を中心とした日本酒の開発により、県産酒米の生産拡大、伝統的景観保全、観光客の誘致、輸出等に取り組み地域活性化を図る。

LFP パートナー数

17社・団体  
(2023.3 現在)



棚田の保全につながる  
日本酒を海外に輸出。



### 新たなビジネスの価値

- 県産酒米「オオセト」やオリーブ酵母を使用したこだわりの日本酒を通して、国内外から棚田を含む小豆島の景観・環境に対する関心を促し、経済循環を生む棚田保全の仕組みを確立する。
- クラウドファンディングの応援資金の一部を酒米の生産者に還元して、酒米の持続的な生産につなげ、棚田を含む県内の農地の保全に貢献する。

### プラットフォームの体制

- 小豆島唯一の酒蔵、日本酒のマーケティングの専門家、海外のプロモーターの参画により、日本酒の輸出ビジネスをサポート。

県内オオセト生産者、小豆島町中山棚田協議会、小豆島酒造(株)・同社フランス在住プロモーター、(株)ELN(流通販売)、但馬杜氏組合杜氏、デザイナー、(同)サケノテ(マーケティング)、小豆島観光協会、(株)百十四銀行、JETRO香川、小豆島町、県産業技術センター、県小豆農業改良普及センターなど。

### ビジネス創出のプロセス

- 海外・国内マーケットのプロが日本酒の動向をアドバイス。また、観光協会が本取組を地域観光づくりに位置付けられるよう支援。
- 中山棚田協議会など島内農家に対して、本事業の趣旨を丁寧に説明することで、原料となる酒米「オオセト」の栽培協力を獲得。

### 新しい取組・仕組みづくり

- 酒米を主食用米と遜色のない価格で買い取ることで、棚田を含む県内の農地での農業生産の維持・拡大につながる。
- ぶどうを思わせる上品な香りで、日本酒初心者の外国人に受け入れられやすい大吟醸酒により、海外マーケットの開拓、小豆島へのインバウンド誘致を目指す。



「酒母四段」とよばれる特徴的な手法を用い、味わい深い製品となる。今年度はイギリスへの輸出に向けて、現地試飲会・商談会を開催。



# 徳島県

事業所管：徳島県農林水産部もうかるブランド推進課  
地域事務局：-

## ● 伝統料理キットと体験プログラムで食と暮らしの文化を保全

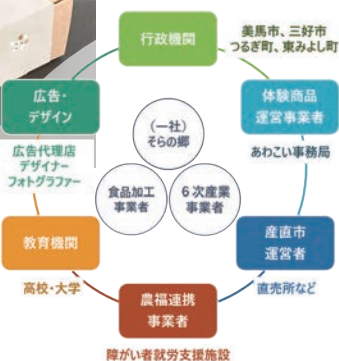
世界農業遺産、SAVOR JAPAN 及び観光圏に認定される徳島県西部の「にし阿波」地域は、食文化や生活の知恵を若い世代に伝承する仕組みを構築することにより、持続可能な社会に向けた啓発と山村集落の維持を図る。

LFP パートナー数

31 社・団体  
(2023.3 現在)



にし阿波地域の伝統食  
そば米ぞうすいのキット。



## 新たなビジネスの価値

- にし阿波地域の伝統食「そば米ぞうすい」は、簡単・便利な食生活になれた消費者に、素朴でやさしい味わいを届けるとともに、平家の落人伝説に想いを馳せる商品。
- にし阿波地域の歴史文化、景観と食を結び付けたビジネスモデルにより、若い世代の学びの機会の提供と、山村集落の維持を両立。

## プラットフォームの体制

- にし阿波地域の DMO（観光地域づくり法人）を中心に、6次産業事業者等が参画し、体験プログラムと体験型のキットを開発。

その郷（DMO）、6次産業化事業者、食品加工事業者、デザイナー、ウェブデザイナー、フォトグラファー、広告代理店、農福連携事業者、高校・大学、あわこい事務局（体験商品運業者）、直売所等（産直市運営者）、JA、行政機関。

## ビジネス創出のプロセス

- ワークショップでアイデアを募り、伝統料理の「そば米ぞうすい」のキットの商品化を決定。
- 体験プログラムは高校生や大学生等によるモニターツアーを実施し、参加者の意見を反映しながら内容を改良。

## 新しい取組・仕組みづくり

- 教育旅行で訪れた学生等が持ち帰り、キットを作りながら追体験することで、家族等と学びをシェアする、新しいコミュニケーションツールとして体験型のキットを開発。
- 体験プログラムとの相乗効果で、商品価値の高い地域観光サービスメニューを提供。



(上) 研修会風景。

(下) モニターツアーの様子。



## 宮崎県

事業所管：宮崎県農政水産部農業流通ブランド課  
地域事務局：公益財団法人宮崎県産業振興機構

### ● 子供からお年寄りまで楽しめる惣菜で高齢化が進むアジア市場開拓

素材供給型産地構造や大消費地から遠隔地にあるため収益率が低く、更にコロナ禍対応等流通リスクに強いビジネス構築も課題となっている。このためポストコロナ対応商品や新物流サービスの開発により課題解決を図る。

LFP パートナー数

190 社・団体  
(2023.3 現在)



ふわり点心シリーズのシュウマイ。  
(注) 写真と体制は「ふわり点心開発プロジェクト」について。

### 新たなビジネスの価値

- 咀嚼能力が低下した高齢者も健常者も一緒に同じメニューを楽しめる惣菜の提供を通じて、ユニバーサルな食卓を提供する。
- 国内市場だけでなく、急激な高齢化が予測されるアジア市場の需要を取り込むことで、宮崎県産食材の消費拡大に寄与する。

### プラットフォームの体制

- 多くの事業者が主体的に取り組めるよう、6つの分科会「輸出」、「有機」、「未利用資源・食品ロス」、「保存食」、「香り」、「観光・土産」部会を設置。
- 事務局組織の相談窓口機能を活かして、事業者の相談に応じる体制を構築。

農林水産業者、食品加工事業者、流通事業者、飲食業者、物流業社、商社、観光事業者、不動産業者、広告業者、デザイナー、金融機関、コンサルタントなど。

### 新しい取組・仕組みづくり

- ただ食べやすいだけでなく、家族全員で美味しく食べられるユニバーサルな商品。
- 世界をターゲットとするためSDGsを念頭に未利用魚やフードロスが課題だった肉等利用。
- 小麦粉に代えて県産米粉を原料に使用することで、国産原料への切替と消費拡大に貢献。

### ビジネス創出のプロセス

- アイデアをもつ事業者のプランを磨くため、6月の研修会でワークショップ形式で意見交換。
- お互いのプロジェクトの進捗確認と情報交換のため、12月に中間報告会を開催。
- 次年度のプロジェクトの芽の発掘と、さらなるブラッシュアップのため、2月にプロジェクトの卵発表会を開催。
- 間接補助事業のほか、ホエイの有効活用や未利用魚による商品化など、6つのビジネスを創出。



ふわり天心プロジェクトのメンバー。

## 鹿児島県

事業所管：鹿児島県農政部農政課  
地域事務局：さつまいも産業振興協同組合

### ● 新たな品種を活用した商品開発と普及を通じて品種の切替を促進

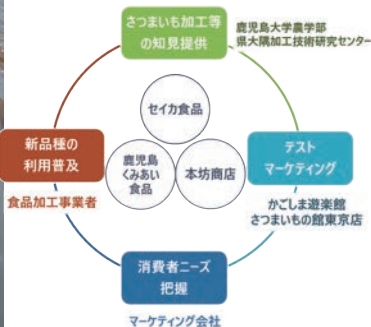
いまだに収まっていないサツマイモ基腐病に対処するため、生産者・加工事業者・小売事業者、その他関係機関が連携し、基腐病のリスクが相対的に少ない品種を導入し、需要を開拓する。

LFP パートナー数

12社・団体  
(2023.3 現在)



芋の風味を生かした飴菓子。



### 新たなビジネスの価値

- 基腐病対策で導入する新たな品種について、加工事業者や小売事業者が加工適性などの知見を共有することで、新たな品種の普及につながる活用用途を開発。
- 個々の事業者では対応できない課題に対し、事業者が連携して供給量問題などのリスクも理解して活用することで、生産者の品種転換を促進。

### プラットフォームの体制

- さつまいも産業振興協同組合を地域事務局とし、組合員である加工事業者や小売流通事業者に加え、生産者や大学、県支援機関等が参画。

鹿児島くみあい食品（生産者）、セイカ食品、九面屋、富士屋製菓、唐船峡食品、唐船峡食品さつまフーズ（食品加工事業者）、山形屋産業開発、本坊商店、かごしま遊楽館、さつまいもの館東京店（流通事業者）、日本有機（製造業）、鹿児島大学農学部、県大隅加工技術研究センター（研究機関）。

### 新しい取組・仕組みづくり

- LFP パートナーが連携して新たな品種の活用に努めて川下側から需要を掘り起こし、川上側にフィードバックすることにより、いち早く品種転換を促す地域連携の新たな品種への転換方式。

### ビジネス創出のプロセス

- 戦略会議のワークショップで、参加しているLFP パートナーの強みについて情報共有。
- 消費者モニターによるオンライン座談会を開催し、さつまいも商品に対する評価や購入時のポイントなどを確認。
- 戦略会議等の検討結果を踏まえ、新商品開発の事業計画書をもとに中核事業者を選定、さらに関わる事業者を選定し組織化。



戦略会議の検討風景。



イロエミロていてハロー  
LOCAL FOOD PROJECT



地域食品産業連携プロジェクト（LFP）推進委託事業

ローカルフードプロジェクト（LFP）

## 令和4年度 取組事例集

発行 農林水産省大臣官房 新事業・食品産業部 企画グループ

〒100-8950 東京都千代田区霞が関 1-2-1

TEL : 03-6744-2063

制作 中央LFP事務局（委託先：一般社団法人食品需給研究センター）

〒114-0024 東京都北区西ヶ原 3-1-12 西ヶ原創美ハイツ 2階

TEL : 03-5567-1991