



CASE STUDY

地域食品産業連携プロジェクト推進事業

ローカルフードプロジェクト (LFP)

令和5年度 ケーススタディ (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:株式会社ジェイアール東日本企画ソーシャルビジネス・地域創生本部)

〒150-8508 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5 JR恵比寿ビル

TEL : 03-5447-7800

ローカルフードプロジェクト



Local Food Project

CASE STUDY

令和5年度地域食品産業連携プロジェクト推進事業 取組事例集

Examples of
sustainable
business creation
for shining
communities.

「地域で連携」
持続可能な
ビジネス
創出事例集。



ひとりではなく みなだからこそ実現できる

課題解決のために
連携してわかったこと、
気付いたこと、
成しえたこと。
事例を紹介します。



Contents

4	LFP事業概要	地域のビジネスのタネを大きく育てるしくみづくり
6	LFP事業概要	プラットフォームでプロジェクトが生まれビジネスへ発展
8	北海道	蒔絵×日本酒で海外に日本の伝統文化や北海道の魅力を発信
10	宮城県	県産農産物のフル活用によるフードロス削減で新たなビジネスを創出
12	栃木県	ミルクの国とちぎ発 お米×ミルクでとちぎのリブレ 柚子×チーズで和チーズ展開
14	群馬県	豚肉・有機小麦に注目! ぐんま食材の魅力発信!
16	千葉県	千葉県が誇る農林水産物を活用して国内外の新たな需要を創出
18	神奈川県	小田原産の低利用魚を美味しく楽しく! 地域の魅力再発見に
20	長野県	食べよう!つくろう! 信州こむぎ大行動!!
22	静岡県	未利用資源を活用して持続可能な消費・生産サイクルづくり
24	富山県	地域の希少農産物を活用した商品で持続可能なビジネスの構築
26	福井県	ふくい米粉ブランドを目指して新たなビジネスの創出
28	三重県	「県産食材」×「発酵技術」で三重の食材と人を満喫!!
30	京都府	有機農産物の冷凍商品化により新たな価値を付加したサプライチェーンを構築
32	島根県	地域の野菜×地域の仲間 持続可能な地域社会へ
34	香川県	小豆島の千枚田とオリーブ酵母が育んだお酒を国内外に
36	宮崎県	みやざきの想いつながる 夢ひろがる 小麦粉・米粉プロジェクト
38	沖縄県	離島が中心となり、食のプラットフォームを構築 「沖縄そば専用カレー粉」を地域ブランドに!

ローカルフードプロジェクト(LFP)とは

地域の食品産業を中心とした多様な関係者が参画する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で、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を創出します。

令和3年度から始まり、令和5年度は16の地域が参加

【LFPについて】

各地域1次産業から3次産業をはじめとする多様な事業者が集まりプラットフォームを形成しています。プラットフォームでは参加者同士の様々なプロジェクトが誕生し、1者だけではできない取組が各地で生まれています。同じ地域にしながら今までつながりのなかった事業者が結びつき、社会課題を解決する新たなビジネスを創出する仕組み、それがLFPです。アイデアがあるけどどうすればよいかわからない、ビジネスパートナーが欲しいけどどこで見ついたらよいかわからない、そんな方たちが地域のプラットフォームに参画し、新たな出会いや想いをつなげて地域のためになる新しいビジネスを発展させていく。そんな取組が今全国で起きています。この事例集はそんな各地域の「今」を切り取ったものになっています。全国を舞台に大きなビジネスを展開している地域もあれば、小人数ながらも一歩ずつ地域の未来へ向かって取り組む地域もあります。各地域の取組をご覧いただき、自分たちの地域ならLFPを通じて何ができるか、どんな可能性があるのか、ぜひわくわくしながら見ていただきたいと思います。この事例集をヒントに一緒に地域の未来を作っていきませんか?



地域のビジネスのタネを大きく育てるしくみづくり

社会課題解決と経済性の両立を目指す
ローカルフードビジネスの継続的な創出を
支援するプロジェクトです。

ローカルフードプロジェクトは地域に寄り添い「社会課題解決と経済性の両立を目指す」ビジネスの創出を支援します。「持続可能なより良い社会の創造」「多様化する消費者ニーズへの対応」「利益を上げる経営戦略」などのポイントを踏まえ、地域経済を元気にする取り組みとして活用されています。

ささえる

LFPのビジネスを検討・実行するためのコーディネーターを派遣してサポートします。

かがやく

地域に新しい価値
(イノベーション)を創出し
地域が輝く

ひろめる

ビジネスの創出で利益をもたらす取り組みを「ひろめる」、さらに社会課題解決から、地域経済の活性化の取り組みを「ひろめる」ことを目指します。

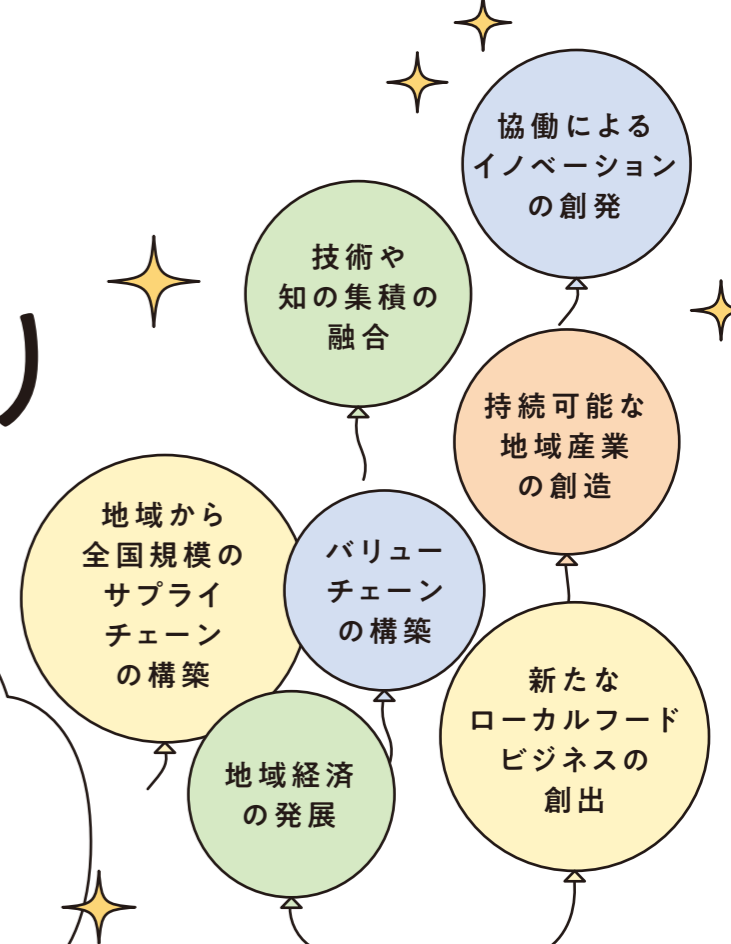
つなげる

プラットフォームを形成して多様な知識や技術を「つなげる」、その協働によってイノベーション創発とビジネス創出に「つなげる」ことを目指します。



かせぐ

ビジネスの事業化までを専門家がサポートします。



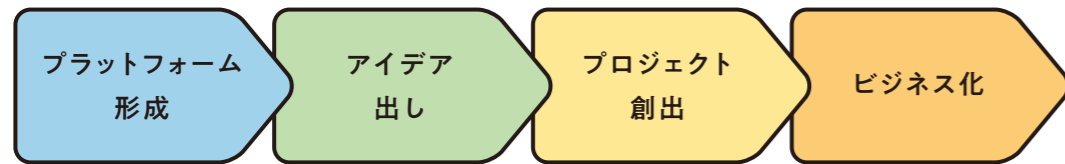
プラットフォームで プロジェクトが生まれ ビジネスへ発展

プラットフォームにメンバーが集まり
メンバー同士が協働して
複数のプロジェクトを創出します。

ローカルフードプロジェクトは、多様な事業者・関係者が参画し、地域の農林水産物を活用した新たなビジネスを継続的に創出する取組です。基本フローは「プラットフォーム形成」から「アイデア出し」を経て「ビジネス化」というプロセスを

たどりま。地域において、プラットフォームを形成し、「研修会」を通して、地域資源の洗い出しや磨き上げにより、新たなビジネスのアイデア出しを行い、さらに「戦略会議」によって、研修会で出されたアイデアをもとにした新たなビジネスの

基本構想、および新ビジネスを担う事業者のマッチングを検討します。次いで「新商品・新サービスの開発」、クラウドファンディングを含む「テストマーケティング」などを経てビジネス化し、その成果を次年度へつなげます。



1 メンバー募集

1,2,3次業者、異業種を広く募る
多様な関係者がそれぞれの持つ経営資源をプラットフォームに結集することで、一人では、個社では解決できなかった問題を協力し合って乗り越えていくことを目指します。
参加者の興味関心をヒアリングして、プラットフォームでの研修内容に活かしていきます。「こんなことをしたい」といったビジネスプランがある場合は事務局が発表する場を提供し、参加者間の交流や協業を促進。

2 研修会の開催

アイデア出し
研修会では、ワークショップを通して、参加者の思いの整理、地域資源の洗い出し等を行い、ビジネスのアイデア出しを行います。

3 戦略会議の開催

地域の社会課題の紐づけ
地域課題を踏まえたビジネスを創出することで、自社の利益だけではなく地域全体の利益につながるビジネスとなります。ビジネスがどのような課題解決につながるのか、地域や関係者へのメリットが何になるのかを改めて確認します。

マーケットを捉える

世の中のニーズを捉えて、消費者が求める商品を開発します。市場規模、消費者のニーズ、競合状況、自社の強み弱みを把握したうえで、誰にどのような価値を提供するのかを明確にします。商品試作を行った後も検証と改善を繰り返して行い、また時代の変化や新しい消費者ニーズを発見するためにも多様な関係者による検討を行います。

4 事業計画・商品開発

アクションプランをたてる
事業計画(ビジネスプラン)を作成します。原料調達、試作開発、消費者評価、販路開拓、商談準備、仲間集め等、誰がいつまでに何をするのか、また逆に、実施しなくてもよいことの整理を行い、目標達成に必要な項目を洗い出します。

スケジュールをたてる
項目の優先順位、相互関係、目標達成から逆算した中間地点で、何を達成する必要があるのか、具体的な日程に落とし込んでいきます。

5 テストマーケティング

試作
食品の場合は試作品の試食を行います。人それぞれ好みがありますので、ターゲットに合わせた味の追求が必要です。何度も試作を行い、理想の商品を突き詰めるといった地道なプロセスを積み重ねます。

実証
試作品が完成したらテストマーケティングをして、実際に消費者の声を収集して商品の改良に活かします。

北海道

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、株式会社ニトリパブリック

CASE STUDY

事例



蒔絵×日本酒で海外に 日本の伝統文化や 北海道の魅力を発信

LFP
パートナー数
343
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶国内市場が縮小する中、海外需要の取り込みを目的に、道内の酒蔵、酒や食品の卸会社、酒米の農家、調味料などの食品製造事業者等が輸出拡大の取組に向けてプラットフォームに参画しています。
- ▶このテーマのもとにビジネスプランを募集したところ複数の応募があり、アイデア発表や参加者間でのグループディスカッションを経て、6つのプロジェクトが誕生しました。
- ▶「蒔絵ラベルの日本酒プロジェクト」では、海外での日本人気と、日本酒のイメージと響き合う伝統技術「蒔絵」に着目。北海道の日本酒の魅力を発信し、海外販路拡大やブランド力向上などを目指し多業種連携で取り組んでいます。



左：北海道北部の増毛（ましけ）町で栽培される酒米は「吟風（ぎんぷう）」など。道産酒米の作付面積は近年増加傾向ですが、日本酒の消費は減少傾向にあり、新たな需要獲得が課題です。

右：日本最北の清酒蔵・国稀酒造（株）。良質の米と蔵人の丹精込めた技量により、美味しい酒造りに励んでいます。今回、業界の垣根を越えて日本伝統文化との融合に取り組んでいます。



STORY

プロジェクトの進行過程

多様な業種の方に
参加いただき、アイデアの
ブラッシュアップや連携促進が
図られました。



北海道 経済部 食関連産業局
食産業振興課 輸出振興係 主任 滝本 悠介さん



2023年8～9月

研修会・戦略会議

海外市場を目指した多様な業種の事業者が、「輸出」をテーマにアイデアを出し合い6プロジェクトが始動。1つのプロジェクトでは国分北海道（株）が中心となり、ビジネスアイデアのブラッシュアップを行いました。

VOICE

プロジェクトメンバーの声



国分北海道株式会社 地域共創部事業共創課
河内 幸人さん

新しい切り口の戦略で 日本酒を高付加価値化 輪の広がりに期待

北海道の酒米と日本酒の消費を上げる仕組みづくりのひとつの手段として、輸出を進めていくため、酒米農家と酒蔵、輸出の機能を担う当社、そして蒔絵を手がける漆器製造業者が中心になって課題に取り組みました。これまでいろんな酒蔵が輸出を試みっていますが、さまざまな日本酒のどこが違うか分かりにくい、そもそも同じようなラベルが多くて見分けにくいという反応が海外の展示会でありました。そこで、日本酒と親和性のある伝統的な蒔絵を瓶に施して付加価値を高め、差別化を図ろうという戦略に絞り込みました。6種類のデザイン案が生まれ、海外のバイヤーにアンケートを取った上で評価を見極め、商品化していこうと考えています。LFPは関わる方が多いため、入り口（原料）から出口（販売）までのサプライチェーンを可視化し、共有する必要があると思います。参加のメリットは多様なつながりができること。さらに輪が広がっていく期待感があります。

2023年12月
プロジェクトの
誕生

2

道内には多くの酒蔵があり、海外では日本人気も上がってきています。その中で北海道の日本酒の魅力を発信する方法を模索。まずは第一印象の酒瓶のラベルに着目し、日本の伝統文化「蒔絵」を瓶に施した日本酒を道内の国稀酒造（株）と、和歌山県の漆器製造業者が連携し開発。



2024年1月

商品開発の工程

和歌山県の（有）橋本漆芸が持つ「蒔絵」をガラス瓶に施す技術で、日本酒のボトルに唯一無二の「蒔絵」をデザインし、高級感、希少性をプラス。道産日本酒を高付加価値化することで、海外市場での拡大を目指します。

3

今後の展望

「蒔絵」をラベルにした日本酒は、日本酒の美味しさのみならず、日本の伝統文化や北海道の魅力を伝えるきっかけを提供します。北海道ツーリズムへの想いを誘発し、産地や歴史への関心の高まりも期待しています。

4



宮城県

宮城県 農政部 食産業振興課 食ビジネス支援班
地域事務局：宮城県食品産業協議会

CASE STUDY

事例



県産農産物のフル活用による フードロス削減で 新たなビジネスを創出

LFP
パートナー数
42
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶ 県内に一次加工事業者の担い手が少なく、農産物の生産・一次加工から最終商品製造・販売までのサプライチェーンが十分に構築されていなかった課題に対し、県内加工・販売のバリューチェーンの構築を目指し、製麺会社、老舗の製菓業者、酒造会社など食品関連企業を中心に、農業法人や卸・小売企業、観光関連企業、大学研究機関などが加わり、プラットフォームを形成しています。
- ▶ 今年度は「食農連携による枝豆とサツマイモのフル活用」を目指し、枝豆のサヤを含む粉末を蕎麦に練り込んだ「ずんだ麺」や割れや曲がりのあるサツマイモペーストなどの開発に取り組んでいます。

左：宮城県が生産に力を入れているサツマイモ。生産拡大の初期期である現在は、割れ・曲がりなどの出荷できないものも多く、その活用に取り組んでいます。

右：全国的にも知名度がある「ずんだ」は、旧仙台藩地域を発祥とする宮城が誇る食文化。一粒サヤなどの枝豆を活用し、サヤまで使用した枝豆粉末を練り込むことで、香り高く宮城ならではの「ずんだ麺」として蕎麦・中華麺の2種類を開発中。



STORY

プロジェクトの進行過程

農業者から販売事業者まで、食産業を核とした多様なつながりが生まれました！



宮城県食品産業協議会(地域事務局) 片岡 修一さん

2023年8月

研修会・戦略会議

業種の垣根を超えたプロジェクトアイデア創出ワークショップでは、ずんだ文化の発信や、規格外や圃場で廃棄される農産物の活用、余剰野菜を飲食店等にリアルタイムで届けるシステム、金色をテーマにした商品・サービスの開発など、お互いの課題や経営資源を掛け合わせたディスカッションにより、様々なアイデアが生まれました。



2023年10月

プロジェクトの誕生

枝豆を粉末加工し、蕎麦と中華麺に活用するプロジェクトや、割れや曲がりのあるサツマイモを県内の給食・介護食サービス等を行うマルヒ食品(株)がペースト加工して商品開発するプロジェクト等が立ち上がりました。



2023年12月

商品開発の工程

就労支援を行う企業がサヤの配合を変えて複数の枝豆粉末に加工し、それを(株)だい久製麺が蕎麦と中華麺に練り込み味と香りを追求。サツマイモは、ペーストなどに加工して、県内食品メーカーを中心に利用拡大を図り、生産・加工・販売事業者等が一体となったバリューチェーンの構築を進めました。

今後の展望

ずんだ麺は2024年夏から、季節限定麺として地元スーパーにて販売予定。サツマイモは業務用ペーストとして、県内の様々な企業で商品化し、県産サツマイモブランドの確立を目指します。そのほか、若手生産者のアイデアから発した「県産農産物のBtoB取引における情報シェアリングの仕組みづくり」や、生産拡大を進めている加工用じゃがいもに関する「未利用・廃棄農産物のフル活用」プロジェクトも並走して、計4つのプロジェクトが生まれました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社だい久製麺 代表取締役社長
中橋 恭悦さん

県産素材を使った商品開発の夢はずっと持っていたので、LFPの話聞いて迷わず手を挙げました。LFPで、香り高い枝豆を栽培している農家さん、小ロットからでも加工を請け負ってくれる加工業者さんなど、様々な方とつながれました。自社だけでは探せなかった、個性やこだわり、強みを持った方と出会えたことは財産だと思います。



マルヒ食品株式会社 専務取締役
佐藤 香織さん

LFPメンバーの業種や経営規模は様々で、大口取引ができなかったり、エンドユーザーの需要がわからなかったりと抱える課題も十人十色。メンバーが各々できることや情報を持ち寄って、宮城の魅力を広めるようなモノづくりに携われました。商品完成がゴールではないので、今回のつながりを活かしてオール宮城での活動を継続的なものにしたいですね。

栃木県

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

CASE STUDY

事例



ミルクの国とちぎ発 お米×ミルクでとちぎのリオレ 柚子×チーズで和チーズ展開

LFP
パートナー数
24
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶プラットフォームには酪農家・料理研究家・給食関係者・飲食店関係者・デザイナー・メディア関係者など、さまざまな事業者が集まり、「牛乳や生乳の利用拡大」「酪農の魅力発信」に向けてアイデア創出を行いました。若い世代に地域の課題を把握してもらえるように、地元大学教授と学生もプラットフォームに参画しました。
- ▶健康づくりに大切な地域資源として、牛乳・生乳の魅力を多くの方が再認識するきっかけが必要と考え、「牛乳や生乳」と「県農産物」を掛け合わせた新しい生乳の利用方法の波及を目指し、プラットフォーム全体でそのきっかけとなる商品開発に取り組むことにしました。
- ▶現在、牛乳と米を組み合わせたフランス料理「リオレ」の栃木県版レシピの開発、そして「和とチーズ」のコンテンツ展開に向けた先行商品として「柚子入りカチョカパロ」の開発に取り組んでいます。



左：栃木県内には柚子の産地も多く、今回「和とチーズ」のモデル素材として採用。

右：県内飲食店や家庭に取り入れてもらえるレシピを考案。



STORY

プロジェクトの進行過程

事業者の力を結集し、「牛乳や生乳の利用拡大」を進めています。



栃木県 農政部 農政課 食育・地産地消担当
沼尾 小百合さん



2023年7月
研修会・
ワークショップ

酪農の現状と課題、県民の健康面の課題等の共通理解を深め、アイデア創出の場を経て商品開発の方向性を決定しました。

2023年9月
ローカルフード
ビジネスの決定

リオレは日光市内フランス料理店と食品製造店からの発案。水田・酪農地帯の広がる栃木県ならではのレシピとして波及性が期待できるもの。また、県産のチーズは用途の広がりの可能性が高いことやインバウンド等の観光資源として一層の商品化が目指されるものであり、開発商品が決まりました



2023年12月
商品開発の工程

リオレは日本人になじみがないことから、商品をわかりやすく伝えることがポイントに。また、宇都宮の料理研究家の提案で、家でも気軽に食べたいような柚子カチョカパロを開発。チーズに生鮮農産物を含めることで、品質の検証などが重要な検討事項となりました。

2024年1月
テスト販売と
レシピ開発

柚子カチョカパロは道の駅メニューとして導入する他、都内の消費者に食べ方のデモンストレーションと試食PRを行いました。リオレの試食もあわせて行い、県内の牛乳・乳製品の魅力を総合的に発信する機会となりました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



料理研究家
白居 芳美さん

異分野の意見・目線 貴重な経験に

今回のLFPには酪農家からチーズ研究会、物流事業者、スポーツ関係者など幅広い業界の方が参画しています。これまでレシピ開発などのご依頼をいただいてコラボしたことはありますが、LFPほど幅広い業種の方が集まるプラットフォームはなかなかないですね。今回の活動では、家庭向けなど地元の方の日常の利用が定着するような商品開発を目指しています。試食会でさまざまな分野の方から忌憚のない意見をいただけたのも良い経験でした。なかでも健康志向が高い方やスポーツマンなどさまざまなエンドユーザーの方とお付き合いのある方からの販路のご提案などはまさに目からうろこ。もちろん自分だけ、自社だけでの商品開発は可能ですが、他業種の意見をもらえたのは、LFPだからこそこの経験でした。ぜひいろんな方に経験していただきたいなと思っています。

群馬県

群馬県 農政部 ぐんまブランド推進課
地域事務局：群馬県

CASE STUDY

事例



豚肉・有機小麦に注目！ ぐんま食材の魅力発信！

LFP
パートナー数
70
社・団体
2024.2現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶群馬県では豚肉や小麦などの生産が盛んなものの、これら県産食材の魅力が県民にさえ認知が低いという課題がありました。
- ▶地域の若手生産者が中心となり、製麺、宿泊、カフェ経営、デザインやコンサルティングなど地域で活動するさまざまな事業者に加え、主婦や大学生など多様なメンバーがプラットフォームに参画。また事業者同士で声を掛け合いメンバーが増えており、自主的な勉強会や交流会を開催するなど自発的なプラットフォームを形成しています。
- ▶群馬県内の多様な生産者と連携し駅弁を開発するLFPAPの「駅弁プロジェクト」と、群馬県内の粉食文化を研究し新たな価値を次世代につなぐ「ふじおかりんく」の「konamon Lab.プロジェクト」の2つの任意団体が立ち上がりました。駅弁プロジェクトでは群馬の魅力発信のため、養豚農家や牧場経営者、オリーブ農家、製麺業者、弁当製造者、うつわ演出家、デザイナーなどが協働で地産の駅弁開発を進めています。konamon Lab.プロジェクトでは、生産者や製麺業者、コンサル会社、デザイン会社、カフェ経営者、弁当製造者、宿泊業者など地域で活動する事業者に加え、主婦や大学生も参画し、多様な群馬の粉食文化(うどん、じりやき、焼きまんじゅうなど)に新しい価値を掛け合わせた商品の研究を行っています。



左：ハーブ豚を丸ごと使用した駅弁で、副菜や調味料まで群馬県産の食材にこだわっています。試作では6種類の部位(ロース、肩ロース、ヒレ、ウデ、バラ、モモ)をそれぞれ異なる味付けにし、アンケートを実施しました。

右：群馬の粉食文化を普及したいという想いから、藤岡市産の有機小麦「農林61号」と赤菊芋パウダーを使用したうどんを開発。菊芋の配合率を変えて、細麺ながらコシのある風味高いうどんに仕上がりました。



STORY

プロジェクトの進行過程

地域一体となって
取り組んでいます。



群馬県農政部ぐんまブランド推進課 茂木 裕子さん



2023年7月

研修会

1

今年度LFPに初参画した群馬県では、藤岡市を始めとする事業者が中心となり、チラシを配りながら参加者を募集しました。7月のキックオフでは県内中から72名もの事業者が集まり、商品開発について学んだのち、群馬県の地域資源及び地域課題に関するワークショップを行いました。

2023年9月

プロジェクトの
誕生(戦略会議)

2

戦略会議では興味関心のあるテーマごとにグループに分かれアイデアを出し合い、深掘りすることで、駅弁・小麦・青梅をテーマにしたプロジェクトが当初立ち上がりました。



2023年12月

商品開発の取り組み

3

駅弁プロジェクトでは、ハーブ豚に県産の青梅等を使ったソースなど5種類のタレを組み合わせました。小麦プロジェクトでは粉食文化の研究を行い、第一弾商品としてスーパーフードの赤菊芋を練り込んだうどんを開発しました。群馬の粉食文化の研究を行っています。



2024年1月

試食会の実施 &
テストマーケティング

4

さまざまな事業者が集まり、開発中の駅弁とうどんの試食会を実施しました。駅弁プロジェクトは3種類のパッケージデザインや味について、小麦プロジェクトは菊芋の配合率を変えたうどんの味について、それぞれ意見を集約し、商品開発に生かしました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



LFPAP駅弁プロジェクト

堀越ファーム代表 堀越 勝徳さん

今回、商品開発した駅弁はハードルの高い分野。挑戦には新たな提案の必要性を感じたとともに、この経験でスキルも磨けると思いました。駅弁開発の過程で新しいソースが誕生するなど、新たな価値創出につながる一歩となりました。コーディネーターの伴走支援や、ニッチな事業者との出会いで、人とのつながりができましたし、ものづくりや販売のロジックを学べたのは良い経験になりました。



小麦プロジェクト konamon Lab.

上州百姓 米達磨代表 山口 あきらさん

小麦農家を取り巻く環境が厳しくなる中、小麦がより流通する仕組みづくりや、群馬の粉食文化の新たな価値創出を目指し、地域事業者と共に取り組んだ商品開発。コーディネーターの熱心な伴走支援で、多くの課題も乗り越えられ、思考に変化が生まれたことで、より魅力的な商品づくりができました。LFP事業を通じ、より広い視野で地域課題をとらえ解決策を検討できるようになりました。

千葉県

千葉県 農林水産部 流通販売課
地域事務局：株式会社ジェイアール東日本企画 千葉支社

CASE STUDY

事例



千葉県が誇る 農林水産物を活用して 国内外の新たな需要を創出

LFP
パートナー数
26
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶2022年1月に成田空港近くへ移転した成田市場を活用し、輸出やインバウンド需要の取り込みを目的に、千葉県が誇る農林水産物(さつまいも、梨、鯖)を活用するプラットフォームを構築。
- ▶成田市場参加事業者を含む、県内の中小食品加工業、金融業、農林漁業、地域商社、流通・販売業、飲食業などの事業者がプラットフォーム内で新たな商品開発に取り組み、農山漁村の活性化と国内外の新たな需要創出を目指しています。

- ▶開発商品は市場と直売所などのネットワークを築きながら、国内外向けの土産物としても流通させ、食のツーリズムを促し、交流人口の拡大につなげていきます。

左：2022年1月に成田空港近くに移転した「成田市場」。国内外へ食を提供する日本初のワンストップ輸出拠点として開場しました。

右：県では、千葉県の顔となる品目を核とした集中的なプロモーションを実施しており、そのうち卸売市場で取扱があるさつまいも、梨、鯖の商品化について協議しました。



STORY

プロジェクトの進行過程

千葉県ならではのアイデアで国内外に新たな魅力を創出します。



千葉県 農林水産部 流通販売課
農業ビジネス推進班 鈴木 珠生さん



2023年7月

研修会・戦略会議

LFP事業の趣旨や県のテーマであるインバウンドについての研修の実施、参加事業者のビジネスアイデアを発表し、品目別のグループに分かれて意見交換を重ねました。

2023年9月

プロジェクトの誕生

バルスタック(株)が中心となり、生産量日本一である千葉県産の梨をご当地土産として楽しめよう、菓子市場で人気の高いチョコレート菓子として加工するプロジェクトと、(株)さわらびが中心となり、本県を訪れる外国人の方にも片手で手軽に食べられるよう、パンと鯖などを組み合わせたテイクアウト商品のプロジェクトが生まれました。



2023年11月

商品開発の工程

梨は年間を通じて味わっていただけるよう、食品加工会社のフリーズドライ製法やホワイトショコラの含浸技術を活用し、6品種の梨で試作しました。鯖は消費者の流行に即した低温調理等の調理方法を生かし、和の要素を取り入れ、商品開発を行いました。

2024年1月

試食会の実施 & テストマーケティング

より多くの事業者と一般消費者の意見やアドバイスを参考にするための商談会出展や試験販売では、「他の種類でも展開を期待する」といった意見がありました。1月には県の報道発表と同時に、千葉銀行が出資した地域商社である、ちばぎん商店にてクラウドファンディングを実施しました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



バルスタック株式会社 代表取締役
氏家 正臣さん

LFPに参加して良かったのは、県内の事業者の方と「やりたいこと」「悩み」など、腹を割って話せたこと。今回の“梨”を使ったチョコレート菓子開発だけでなく、LFPをきっかけにビジネスパートナーになった企業もあります。LFPでの交流は、ビジネスチャンスの可能性もありますし、地域ビジネスの加速は地域発展につながるの、産官学にこの取り組みが広がればと考えています。



株式会社さわらび 代表取締役
上條 長永さん

2年ほど前にLFPの存在を知り、千葉県での活動を開始し、現在は、県内水揚げされた鯖のおいしさと気軽な魚食の普及を目指し“サバターロールサンドイッチ”の開発中。LFPには加工や販路の確保など各分野のプロが集まるので、商品開発に悩んでいる方などには最適な場所だと思います。千葉県は良いものがまだまだ眠っているので、それを発掘して地元が盛り上がりやすいですね。

神奈川県

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

CASE STUDY

事例



小田原産の低利用魚を 美味しく楽しく！ 地域の魅力再発見に

LFP
パートナー数
49
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶小田原エリアは魚種が豊富で、昔から色々な食べ方をしており、地魚は身近な環境にありました。しかし、近年、子どもたちが地魚を食べる機会が減ってきています。そこから、地元の飲食店や漁業関係者を含む協議会を中心に地元農家、横浜の大学、広告社などの幅広い業種が集まり、プラットフォームを形成しています。
- ▶本プロジェクトでは、特に小田原でとれる低利用魚の魅力を知ってもらうため、なめろうやカルパッチョなどの商品開発、観光コンテンツとしてセリ見学・港の朝めしツアーの開発に取り組んでいます。



左：リュウグウノツカイやハンマーヘッドなど、小田原ではスーパーの店頭にも、普通では見かけないような魚が並びます。

右：本プロジェクトでの商品サービス開発だけでなく、小田原漁港を会場として夜市などのイベントを開催。様々な魅力を発信し続けています。



STORY

プロジェクトの進行過程

様々なメンバーが集まり商品サービス開発を進めました。



株式会社コンサラート(地域事務局) 石井 瑠美さん



2023年8月

研修会・戦略会議

小田原漁港でフィールドワーク後に、低利用魚と地域資源を活用して、どのように小田原の魅力を発信できるかのアイデアをワークショップで考えました。

1

2023年9月

プロジェクトの誕生

小田原地魚大作戦協議会を母体として、漁協、地元農家などが連携し、大学生などZ世代のアイデアを聞きながら、商品や観光コンテンツの開発をスタートさせました。

2



2023年10月

商品開発の工程

低利用魚を活用した新商品開発では、地元漁師ならではの調理法にこだわりました。カルパッチョには地元かんきつ農家のレモン、なめろうには地元で昔から愛される味噌「いちみそ」を使用。また、ワークショップで出たアイデアを反映したセリ見学・港の朝めしツアー、出前講座といった観光コンテンツ開発を進めました。

3

今後の展望

小田原の「CRAFT DISH」というブランドを立ち上げ、「漁獲から食べるまで」を感じられる商品や観光体験などを通して、観光客に港町小田原の魅力を提供するほか、地元の子も地域に魅力を伝えていきたいと、メンバーたちはさらなるプロジェクトを考えています。

4



VOICE

プロジェクトメンバーの声



小田原地魚大作戦協議会
田川 修三さん

小田原のうまい「魚」、 もっと身近なものに

「魚」や「港町」が小田原の魅力だと自信を持てる反面、その将来に不安を感じていた有志が集まってスタートした小田原地魚大作戦協議会は、飲食店、鮮魚店、仲卸業、漁業、農業など異業種のメンバーが、地元の水産業を盛り上げ、小田原の魚の魅力はPRしています。さらに、今回LFP事業で様々な業種のメンバーと活動していく中で、より新たな視点で小田原の魚種の豊富さを感じられる加工食品開発や、港の迫力を体験する「セリ見学・港の朝めしツアー」などを企画。業種が違えば視点もアイデアも違うので、今後活かせる知見が増えましたし、改めて地元の魚の美味しさに気付くことができました。今回の活動を通じて、観光客の方ももちろん市内の子どもたちにも小田原の魚・魚食の魅力を知ってもらい、身近に感じてもらうのが目標です。

長野県

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

CASE STUDY

事例



食べよう!つくろう! 信州こむぎ大行動!!

LFP
パートナー数
141
社・団体
2024.1現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶プラットフォームには、JA全農長野、信州おやき協議会、柄木田製粉(株)、県内の農産物直売所5店、学校給食関係者、食品メーカー[(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)大福食品工業、(株)マツザワ]等が参画。
- ▶今年度は、県産小麦に着目し、消費者の認知不足、生産面における収益性や品質確保の難しさによる生産量の伸び悩みなどの課題解決を図ることとしました。
- ▶「信州こむぎ大行動」と題し、県内26団体・個人がそれぞれ県産小麦を活用した商品を開発し、販売会や試食会を通して消費者へ向けたPRを展開するとともに、需要側の反応などを生産者へフィードバックし、生産拡大の気運醸成を図る取り組みを進めています。



左：共同記者会見で発表された新商品。おやき・パン・アップルパイ・肉まんなど、計21品目が開発されました。

右：長野県庁ロビーにて行われた試食会の様子。開発者自身が会場に立って商品の特色を説明したり、開発エピソードを話すこともありました。



STORY

プロジェクトの進行過程

持続的・創発的な
仕組み作りに
力をいれています。



長野県 農政部農産物マーケティング室 田原 裕一さん
株式会社産直新聞社(地域事務局)
毛賀澤 明宏さん 平川 萌々子さん 大杉 奏さん



2023年11月
共同記者会見

「食べよう!つくろう!信州こむぎ大行動!」のキックオフとなる共同記者会見を実施しました。製粉会社や食品メーカー、JA全農長野、農産物直売所、セブン-イレブン・ジャパンなどから11名が参加。メンバーの気持ちが1つに!



2023年11月
試食会の実施

「信州こむぎ大行動」の一環として県内2カ所で試食会を開催。11月23日に開催したJR長野駅での試食会には、多くの方にご試食いただき、用意した700食の試食品は1時間で無くなりました。



2023年11月
県産小麦100%の
学校給食

山形小学校で県産小麦を使用したコッペパン、約560食を提供。学校給食会や製粉会社などとの連携によって実現し、児童は「ふわふわで美味しい!」とパンの味や食感を楽しみました。

今後の展望

1月には「信州こむぎ研修会」を開催し、生産者に対して販売会や試食会を通じた消費者の声を共有し、小麦の生産拡大を呼びかけました。今後も生産量の伸び悩みなどの課題解決を目指して取り組みを継続していきます。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社セブン-イレブン・ジャパン
商品本部地区MD統括部
甲信越・北陸地区 マーチャンダイザー
大和田 駿さん

LFPで叶える 地元食材の普及と ビジネスチャンス

地元の製粉メーカー、土産店や飲食店、農家、業態も規模も異なる多種多様なメンバーがプロジェクトに集まりました。まずはLFPへの理解や県内農業の現状などの研修会を行い、足並みを揃えるところからスタート。信州産小麦を使って26団体・個人が各々で商品開発を進め、一般の方にご参加いただいた試食会やメンバー間での報告会などを実施し、意見の交換を行いました。足並みを揃えて始まったことで、「信州産小麦」という一つの課題に向き合った、またとない良い機会にできたのではないかと思います。LFPの活動では、普段の事業では知り合えなかった地元事業者様も多く、刺激や知見を得られました。今後の企画や営業に繋がる可能性も大きく、ビジネスマッチングという意味でも有意義ですし、今後も大きな可能性を持ったプロジェクトだと感じています。

静岡県

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：株式会社共立アイコム

CASE STUDY

事例



未利用資源を活用して 持続可能な 消費・生産サイクルづくり

LFP
パートナー数
68
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶地域の未利用資源の活用により、持続可能な消費・生産サイクルを形成する為に、農業協同組合、道の駅、飲食店、観光牧場、食肉加工、旅行会社等の業種が集まりプラットフォームを形成しています。
- ▶形が不揃いなどの理由で出荷できない農産物や放置竹林、獣害等の課題について議論を重ねて、規格外野菜と特産の牛乳のコラボ商品「丹那牛乳ミルクポタージュ」やメンマとジビエのレトルト食品など、地域の魅力を発信できる商品の開発を進めています。



左：メンマとジビエのレトルト食品
地元の和食・イタリアン・中華の若手シェフと検討を重ね、3種類のレシピを開発。「獣害」の原因のイノシシと「竹害」の原因の竹（メンマ）を、美味しく食べやすいレトルト商品に加工。

右：丹那牛乳ミルクポタージュ
同じだけ手をかけているのに、サイズ等の問題で「B品」扱いで出荷されてこなかった多くの野菜。農協等と協力し、未活用の野菜（サツマイモ）と地元の「丹那牛乳」を使ったミルクポタージュを開発しました。



STORY

プロジェクトの進行過程



多様な経営資源を結集させ、地域一体となった取り組みをしています。

静岡県 経済産業部 産業革新局
マーケティング課 食の魅力創造班 神保 春奈さん



2023年8月
研修会・戦略会議

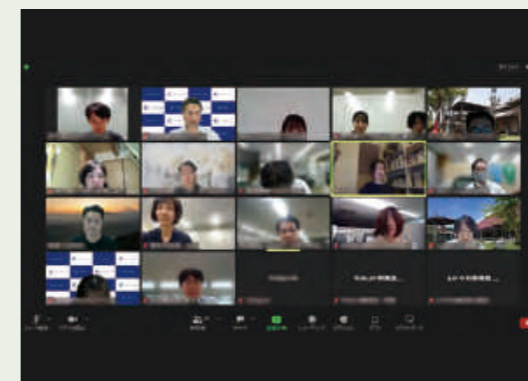
未利用資源の活用と放置竹林、獣害対策を目的に、酪農王国（株）と自然塾がビジネスアイデアを出し、「教育」の要素を取り入れたコンセプト提案や旅行業者による体験型旅行との連携など、ビジネス創出に向けてワークショップを開催しました。

2023年9月

プロジェクトの
ブラッシュアップ

2

ビジネスアイデアのブラッシュアップのため、小売業、飲食業、旅行業、広告業、機器メーカーなどが参加。2つのビジネスアイデアに対して、それぞれの経験や技術をもとにアドバイスやコラボ提案など様々な話が飛び交いました。



2023年12月

商品開発の工程

3

竹害と獣害の課題解決に向けて、藤枝市の若手シェフ3名がレシピを監修しメンマとジビエを利用した和洋中の料理を試作、また竹林でのガストロノミーツアーの体験等を行いました。丹那牛乳ミルクポタージュの開発では、昔から地元で親しまれている「丹那牛乳」と、JAふじ伊豆管内で生産される「箱根西麓三島野菜」の2ブランドが連携して取り組みました。



2024年1月

試食会の実施

4

開発した商品の試食を実施。「販売に際して消費者へ商品ストーリーを伝えるための工夫が必要」「アレンジレシピをパッケージに載せたらどうか」など具体的な意見が出され、さらなる改善のヒントが得られました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



酪農王国株式会社 代表取締役社長
西村 悟さん

地元農家の「規格外農産物」と自社の牛乳を使ったスープ開発を進行中。特産品の組み合わせだけでなく、2つのJAにまたがるプロジェクトになったので、自社だけでは叶わなかった挑戦です。開発・加工・販売など異業種の方と一緒できて、毎日学ぶことが多いですね。地産地消が叫ばれて久しいですが、LFPのような連携ができれば地域産業はもっと発展するのではないかと感じています。



自然塾 代表
松澤 圭子さん

竹の可能性に魅せられて、放置竹林の整備をボランティアで長年行ってきましたが、LFPに参加して相談先ができたのは大きいです。活動への共感や応援の声もいただき、これまでの活動に自信が持てました。今後もこの縁を広げ、地域課題を解決する活動を続けたいですね。現在開発しているメンマとジビエのレトルト食品は、一般の方向けに開催している竹林でのイベントでお土産品にしてもらえるようになればと考えています。

富山県

富山県 農林水産部 農村振興課
地域事務局：株式会社ジェック経営コンサルタント

CASE STUDY

事例



地域の希少農産物を 活用した商品で 持続可能なビジネスの構築

プロジェクト創出に至るまで

- ▶ 稲作中心である富山県において、園芸作物の生産拡大の為、産地化を目指す「富山ブラック枝豆」と少量生産で希少性の高い「灘浦みかん」に着目し、その付加価値を高めることで、持続可能な生産と消費の仕組みづくりに取り組んでいます。
- ▶ 地域の事業者支援を行っている事務局のネットワークを生かして、県内の老舗スイーツ専門店、小ロット製造対応可能な老舗の農産物加工製造販売会社、メディカル給食の提供会社、土産卸商社、流通、農業協同組合等がプラットフォームに参画しています。



左：期間限定で販売予定の「氷見灘浦みかん プレミアム甘金丹」。原料も富山県産にこだわり、甘いカスタードクリームと、酸味の効いた灘浦みかんソースが程よいアクセントとなった新感覚の和菓子です。

右：「富山ブラック枝豆」の規格外品をむき身と粗みじんペーストにし、一次加工品の開発・製造を実施。事業者が効率的に商品開発をしやすくなり、当該生産物の認知度拡大と生産者の所得向上、生産拡大を見込んでいます。



LFP
パートナー数
42
社・団体
2023.12現在

STORY

プロジェクトの進行過程

地域の想いや
ニーズを大切に
プロジェクトを推進して
いきます



株式会社ジェック経営コンサルタント
(地域事務局)

黒川 美恵さん



2023年9～10月

研修会・戦略会議

地域で、特色のある農産物を余さず
に有効活用するためのサプライチェーン
構築を目指し、新たな商品・サービスの
アイデアを出し合い、その実現の課題と
なっている点を洗い出しました。様々な
事業者が関わることで、それらを解決
し、事業化を目指しました。

1

2023年9月

プロジェクトの
誕生

農産物の生産、原料調達から一次加工
品の製造までのサプライチェーンを、ス
イーツ専門店、農産物加工業、製造販売
業などが中心となって構築しました。

2



2023年9月

商品開発の工程

老舗スイーツ専門店の銘菓「甘金丹」に灘
浦みかんを使用した期間限定商品を開
発。国産原料にこだわり、小ロット製造対
応可能なトナミ醤油(株)がみかんの一次
加工を請け負い、皮なども活用。卸売商社
数社が協力して、新たな販売網の構築。ま
た、メディカル給食を提供する(株)葉っ
び〜Farmの技術を生かし枝豆のペース
ト化を行っています。

3



2024年2月

試食会の実施

「富山ブラック枝豆」の新商品であるド
レッシング、味噌、ずんだ餡のどら焼き
やおはぎ、ポタージュの5アイテム、「灘
浦みかん」を活用した和菓子の1アイテ
ムの試食会を2月1日開催。冷凍やレト
ルト商品化など、新たな商品展開を期待
する声もあがりました。

4



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社ボン・リブラン 代表取締役社長
松井 敏幸さん

富山ならではの素材に 着目したお菓子づくり 新たな試みに挑戦

地元の農産物でお菓子をつくるという、
富山ではこれまであまり例のない試みに
挑戦しました。「灘浦みかん」は市場に広
く出回ることがなく、地元の人もほとんど
知らないマイナーな果物。私も今回初め
て知りました。酸味が強いという点がお
菓子に向いていると思います。「富山ブ
ラック枝豆」は冷凍したむき身を「ずん
だ」にして大福や団子にしようと考えてい
ます。ブラック枝豆の配合割合と価格設
定が今後の課題です。商品開発にあたっ
て、当社は開発・製造・販売を担当でき
る。そこに原料を一次加工していただく
事業者が加わることで商品化の流れが
できる。その仕組みを構築できたことが
プロジェクトに参加して良かった点です。
地元の様々な業者が集まり、力を合わせ
ることで、オール富山の商品ができる。今
回のプロジェクトで生産者とのつながり
も生まれました。これからも富山ならでは
の素材を使ったお菓子づくりに取り組ん
でいきたいと思っています。

福井県

福井県 農林水産部 中山間農業・畜産課
地域事務局：一般社団法人福井県まちづくりセンター

CASE STUDY

事例



ふくい米粉ブランドを目指して 新たなビジネスの創出

プロジェクト創出に至るまで

- ▶「米どころ福井」の県産米は価格低下や消費量減少などの課題に直面しています。プラットフォームでは、その課題解決を図るため、「ふくい米粉ブランド」を立ち上げ、消費者の目にとまる県産米粉商品のデザインなどを統一した形で販売するビジネスについて話し合いを重ねました。
- ▶一過性の米の消費アップに終わらせるのではなく、持続的な取り組みとするため、地域事業者の利益につながるビジネス化に向けて、クラウドファンディングなどの取り組みを進め、自走化を目指します。
- ▶事務局「(一社)福井県まちづくりセンター」の持つネットワークを生かし、製造、販売、流通、学生、菓子工業組合、食品加工研究所などのパートナーが集まり米粉共創プラットフォームを形成。一つの目標に向かい、米どころ福井ならではの課題解決に取り組んでいます。

LFP
パートナー数
41
社・団体
2023.12現在

左：戦略会議の中で、異なる米粉で作ったカップケーキの膨らみや食感の違いを体感し、米粉の特性を学ぶワークショップを実施しました。

右：(株)大津屋が県内の県産米粉商品を統一して販売するために、LFPパートナーが開発した米粉商品の包装パッケージを作成しました。



STORY

プロジェクトの進行過程

長期的な視点で、地域が活性化する取り組みを目指していきます。



福井県 農林水産部
中山間農業・畜産課 6次産業化G 主事 松浦 知諒さん



2023年8~10月

研修会・戦略会議

県内での米粉活用推進のため、農業者や食品加工業、県内展開のコンビニ店、老舗の菓子店、料理研究家、地元高校生が参加。ワークショップでは、地域固有の食文化の話を通して、米粉ビジネスの可能性について話し合いました。

2023年10月

プロジェクトの誕生

県内にコンビニ店を展開する(株)大津屋を中心として、米農家や地元高校生、料理研究家などが連携し、米粉ブランドを活用する新たなビジネス創出に着手しました。



2023年12月

商品開発の工程

(株)大津屋は手軽に食べられる自社のコンビニで販売する米粉商品の開発に着手。あわせて、地元高校生、料理研究家と協働で米粉ピタパンの試作や調理工程等の検討を重ね、販売にあたってはコンビニの惣菜等を挟むアイデアも出しました。



2024年2月

試食会の実施&テストマーケティング

今回開発した米を連想させるデザインコンセプトのパッケージや、ピタパンについては、プラットフォームメンバーの意見やアドバイスをもとに、ブラッシュアップを重ねました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社大津屋 ふるさと支援事業部
中尾 勝利さん

多世代型プロジェクト 生の声を生かした 商品化など新たな展望

米と米粉の消費拡大につなげていくため、生産農家と菓子製造業、地元の子育てグループ、デザイナーなどが中心になり、さらに「探求の時間」で米粉を研究している高校生も参加し、多世代多業種でプロジェクトに取り組んでいます。いろんなジャンルに分かれている米粉の商品を統一的にブランディングするため、パッケージなどのイメージ戦略も含め、意見交換とブラッシュアップを重ねています。商品自体については、県産米粉を使ったシフォンケーキ・フィナンシェ・クッキーなど洋菓子系にシフトし、パッケージと一体となった商品化を視野に入れています。LFPに参加して気づいた課題は、多業種それぞれの思いをどのようにまとめ、どうお客さまに届けるのかということ。一方、さまざまな生の声を聞けることは多業種参加のメリットだと思います。生産者さんの声を生かした商品化や売り方を考えるなど、新しい展望が開けています。

三重県

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

CASE STUDY

事例



「県産食材」×「発酵技術」で 三重の食材と人を満喫！！

LFP
パートナー数
338
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶三重の食材で特産品を創りたいという想いで、県内の酒蔵である伊藤酒造(株)を中心に、米・小麦・柑橘類・ゴマ等の生産・流通・加工・販売などの事業者がプラットフォームに参画して、地域事業者の所得向上を目指した取り組みを行っています。
- ▶将来的な輸出を目指し、地元の農園で作った「レモン」、木桶で作られた地元産の「お酢」や手作業中心に作られた「ごま」、三重県産の新種きのこの粉末等と酒造会社の発酵技術を掛け合わせた「オール三重県産」のスイーツの開発を進めています。

左：生産から販売までを自社で行う県内のみかん農園。プラットフォームには初年度から参画し、このプロジェクトでは農園でとれたレモン果汁をスイーツへ活用します。

右：サンドイッチ会社と養鶏会社、料理代行会社が連携し、地元食材を利用したサンドイッチとサービスを組み合わせたプロジェクトも進行しています。



STORY

プロジェクトの進行過程

LFPを通じた
県産食材の魅力
再発見



三重県 農林水産部
フードイノベーション課 イノベーション促進班 奥村 康太さん



2023年7月

研修会

酒造会社、果物農園、小麦生産者、農業生産法人、地域食品製造会社、パッケージデザイン会社、食品分析センター、観光協会、観光施設運営会社等が参画し、「地域の所得向上」をテーマに新たなビジネスのアイデアを出し合いました。

1

2023年8月

戦略会議

新たなビジネスの方向性を「県産食材」×「発酵技術」とし、酒造会社を中心となり地域産品を扱うプロジェクトメンバー（レモン、酢、ごま、きのこ、あおさ等の各種事業者）と一緒に県産食材と発酵技術を組み合わせた試作品作りに着手。関係者で発酵に合う食材について話し合いを行いました。

2



2023年9月

プロジェクトの誕生

オール三重県産というブランドを打ち出し、罪悪感なく食べられるスイーツを目指しプロジェクトが誕生しました。伊藤酒造(株)の持つ発酵技術と小麦、柑橘類、ごまといった県内産品を掛け合わせた三重県を感じることでできるスイーツを開発。商品の販路を拡大することで、地域事業者の所得向上の実現を図ります。

3



2024年1月

試食会の実施

大規模な見本市や海外バイヤーが参加する展示会、地域のインバウンド層が訪れる観光施設等、複数の場所で試食会を実施。商品の味付けやターゲット設定、表示方法等に関する意見を商品開発へ活かしました。

4



VOICE

プロジェクトメンバーの声



伊藤酒造株式会社
伊藤 里華さん

ビジネスの価値を高め サステナブルな 事業展開めざして

三重県にはアイコンになる特産品が少ないと感じており、地域の事業者が一体になって取り組める事業を創出できればと想い参加しました。自社で冷凍パンなどの開発も進めていたノウハウを活かし活動しています。

LFPで地元の生産者の方とのお付き合いが広がり、改めて三重県の多様性を実感しています。柑橘、肉、茶、水産物など幅広く、加えて安全性や機能性、持続性などの観点で深いこだわりを持ち、工夫を凝らしている生産者の方が多いと感じています。そんな各分野の専門家へのヒアリングやディスカッションは勉強になりました。

今回の活動で開発した商品の販売はもちろんですが、PJを通じて三重の食材やこだわりにスポットが当たり、中長期的に大きな変容がある現代社会で、こだわりぬいた商品の付加価値が認められるサステナブルな事業展開に繋げていきたいと考えています。

京都府

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

CASE STUDY

事例



有機農産物の冷凍商品化により 新たな価値を付加した サプライチェーンを構築

プロジェクト創出に至るまで

- ▶ 農業者、食品加工業、料亭や飲食店、大手百貨店、小売業者、運送会社、情報通信会社、機器メーカー、観光・宿泊業、金融機関、大学、研究機関、福祉団体など多様な業種の方が参画してプラットフォームを形成。生産・加工・流通・販売などの各事業者の特徴や技術の連携により付加価値の高い新商品・新サービスが自発的に創出される仕組みをつくり、オープンイノベーションの場を提供しています。
- ▶ プラットフォームには5つの部会を設置し、それぞれのテーマで研修会等を定期的に行い、情報交換やマッチングの機会を提供しており、今では口コミで次々と事業者を呼び込む好循環を生み出しています。
- ▶ 各部会にはプロデューサーが伴走し、研修会の企画のほか事業者の困りごとを解決に導く役割を担っています。今年度は33個のプロジェクトが進んでいますが、そのうちの一つに、希少な有機いちごやサツマイモの有効活用のため、長期保存が可能な冷凍食品の開発プロジェクトが進んでいます。このプロジェクトでは、有機認証付きの加工品の小売・流通を拡大するとともに、有機栽培ほ場の拡大を目指しています。

LFP
パートナー数
468
社・団体
2023.12現在

左：かみむら農園の上村慎二さん。「ひとを感動させるものを作りたい」と35歳で就農。自身がいくつかのアレルギーを持つことから、本当にオーガニック食材が必要な方々に届くよう、美味しく心にも体にもやさしい野菜・果物づくりを探求し続けており、上村さんが栽培した超レアな有機いちごを活用。

右（サツマイモ）：京都府綾部市で自然に寄り添った栽培法で育てられた「紅はるか」を3ヶ月以上蔵で熟成させ、しっかりと甘みを引き出して焼き芋に仕上げました。サツマイモ本来のおいしさを皮ごと楽しめまます。



STORY

プロジェクトの進行過程

新たな取組への
第一歩をともに！



京都府 農林水産部
流通・ブランド戦略課 主事 戸野谷 衣純さん

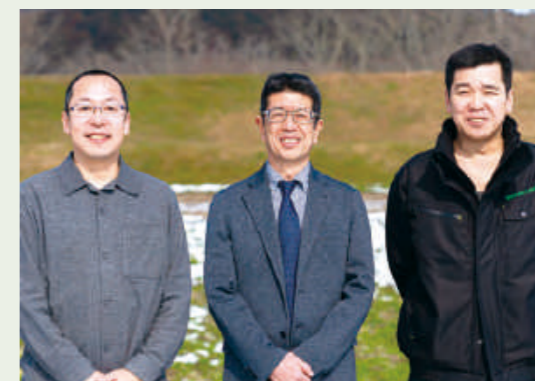


1 研修会・戦略会議

学びの場として5つの部会に分け、研修会の開催やプラットフォームにおける新たなプロジェクトの創出を促す機会となるよう、会場には商品展示ブースを設置。連携を促すための交流会を複数回実施しました。

2 プロジェクトの誕生

高品質な有機いちごの収穫期である4月には販路が少なく、また小さいサイズのサツマイモは活用されず廃棄されることも多い。そのため有機サツマイモ農家でもある(株)健康ファームの冷凍設備を有効活用して、長期保存が可能な冷凍商品化を目指しました。



3 販売・流通

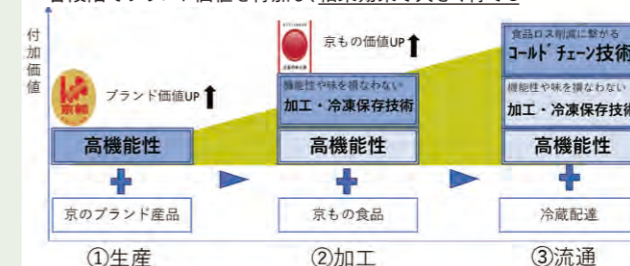
京都市内の複合商業施設GOOD NATURE STATIONを運営し、以前からLFP事業のテストマーケティング等をサポートしている(株)ピオスタイルが中心となり府内の小売店とともに販売を行う予定です。

4 今後の展望

有機農産物の冷凍商品開発以外にも、介護食、宇宙食、府を横断する物流網の整備、京都産米粉活用、野菜の端材を使用した清水焼の開発など33のプロジェクトが生まれました。今後は、多くのプロジェクトがビジネスに繋がるように取り組みます。

<京ものブランドサプライチェーンの構築>

各段階でブランド価値を付加し、相乗効果が大きく育てる



VOICE

プロジェクトメンバーの声



京都府LFP チーフプロデューサー
小畑 陽一さん

仲間だけじゃない
「伴走者」が
いるのがLFP

食品等の開発・販売事業者さんの号令でスタートした京都LFP。農産物の生産、加工・冷凍技術、ブランディングや販路確保などそれぞれの強みを持った方が集まり、いちごや焼き芋の冷凍商品などを開発しています。例えばいちご農家が他の生産者と一緒に仕事をする機会はまずないですし、異業種とは尚更。けれどLFPをきっかけに互いの課題を知り、学び合うことで、スキルアップに繋がったように思います。私は、生産量や費用面など取り組みを進める中で起こる悩みの相談先や事業者間の調整役として活動。理想と現実の壁にぶつかったときサポートするよう心がけています。LFPの主役はあくまでも事業者の皆さんですから、問題解決のお手伝いができた時には、やりがいを感じますね。第三者的な立場の伴走者がいるのも、京都府LFPの強みだと思っています。

島根県

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

CASE STUDY

事例



地域の野菜×地域の仲間 持続可能な地域社会へ

プロジェクト創出に至るまで

▶島根県は流通面などで不利な条件の小規模産地が多く、一般的な青果販売では他県との競争力に欠けるという課題があるなか、世の中の消費や嗜好の変化に対応する持続可能な農業・農村の実現を目指し、令和4年度からプラットフォームを形成しています。

▶県が推進する「美味しまね認証(県版GAP)」産品や有機農産物の規格外品などを活用し、長期保存でき、加工品の原料として利用できる乾燥野菜、野菜粉末の開発に取り組んでいます。具体的には、野菜粉末を活用したオリジナル商品、「フィッシュナゲット」「ナゲットソース」などの開発を進めています。



左：ほうれん草の発色を鮮やかな緑に保つために、島根県産業技術センター凍結乾燥の技術を駆使し、何度も試行を繰り返しました。

右：野菜粉末を活用したナゲット。誰でも食べやすいものを目指し、しっとりとした柔らかな食感を実現。ナゲットソースにも野菜粉末が入っています。

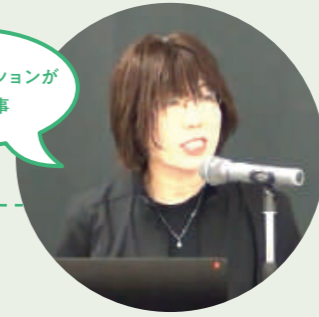


LFP
パートナー数
61
社・団体
2023.12現在

STORY

プロジェクトの進行過程

コミュニケーションが
一番大事



株式会社ナレッジリンクス 代表取締役
(地域事務局)

岸本 純子さん



2023年8月

研修会・戦略会議

研修会では、介護食品などの分野で幅広く事業に取り組むモルツウェル(株)野津社長の「ふるさとを守る」をテーマにした講演で意識の醸成を行いました。また次の研修会では2チームに分かれてアイデア出しを行い、それぞれ戦略会議での島根のイノベーション発表に向けた取り組みを行いました。

1

2023年9月

プロジェクトの
誕生

地域産品を売り場の2割以上取り扱うという目標を掲げ、地域の生産者と共に持続可能な地域社会づくりを目指す地元スーパー(株)キヌヤを中心として、小売店、食品製造業、美味しまね認証生産者を含む農家などと一緒に「島根県を粉々にして世界にばら撒くプロジェクト」を推進しました。

2



2023年11月

商品開発の工程

試作開発のためキヌヤ産直会員生産者などから原材料を調達。県産業技術センターの協力のもと、2種類の乾燥方法で粉末野菜を試作しました。これを利用して、プロジェクトメンバー2人がそれぞれの強みを活かしてナゲットを試作開発しました。

3

今後の展望

LFPのパートナーが結束することでマーケットインのものづくりが可能になり、新しい価値づくりのための人と人、人と情報をつなげるためのプラットフォームが構築されました。この取り組みから生まれるモノや仲間が地域を豊かにし、それが持続可能な地域社会への一歩となったことを実感しています。今後も、「しまねLFPパートナー」は地域の可能性を最大限に引き出し、持続可能な未来の実現に向けて積極的に取り組みます。

4



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社キヌヤ 代表取締役専務

戸津川 健さん

LFPのメリット

× 自社の強み

地域課題の解決めざす

LFPに参加している企業の業種はさまざま。地元有機野菜生産における価格や流通の課題解決を目指して、弊社で提案した粉末野菜を使った「フィッシュナゲット」の開発は、農家さんはもちろん、仕出し業者さん、練り物製造業者さん、包装業者さんなどが技術や経験を結集して進めています。

開発を進める中で、意見を出し合えば出し合うほど商品がブラッシュアップされていくのに手応えを感じましたし、自社の強みを活かすこともできました。また、県産業技術センターで、試作や成分分析に協力いただけたことは、LFP参加の大きな収穫でした。企業同士の交流を創出するだけでなく、公的機関の協力や、エンドユーザーに近い小売店などと協業し市場ニーズを探れることはLFPの大きなメリット。

今後もLFPで培ったノウハウをもとに、地域の生産者の課題解決できる商品開発を進めていきたいと思っています。

香川県

香川県 農政水産部 農政課
地域事務局：香川県 農政水産部 農政課

CASE STUDY

事例



小豆島の千枚田と オリーブ酵母が育んだ お酒を国内外に

LFP
パートナー数
31
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶小豆島では、過疎化に加え、農家の高齢化や減少が進み、維持管理に労力のかかる棚田を中心に耕作放棄地が増加しています。これをなんとかしたいと、島内唯一の酒蔵を中心としてプラットフォームを形成しました。
- ▶プラットフォームには、オリーブ農園・デザイナー・観光協会など、地域のさまざまな関係者が参画して、「棚田で生産される酒米の流通量を増やし、農家の収入を上げることで耕作放棄地を減らし、棚田を守りたい」という想いを共有し、県産酒米「オオセット」と小豆島を代表する産品であるオリーブの酵母を活かした日本酒ならびに地域食材のおつまみのペアリング商品の開発を進めています。また、ECサイトで商品を購入した際、代金の一部を生産者へ還元する仕組みを構築しています。



左：県産酒米「オオセット」とオリーブ酵母を利用して新たに開発した日本酒「ホシガジョウノソラ」。

右：県産酒米とオリーブ酵母を利用した日本酒(4種)と、その製造過程で発生する米粉や地元産食材を利用した加工品をペアリングした「飲み比べセット」。



STORY

プロジェクトの進行過程

プラットフォーム
全員で
アイデアを形に
しています。



香川県 農政水産部 農政課
企画グループ 課長補佐 安田 英樹さん



2023年7月
研修会・戦略会議

多様な業種の関係者によるプラットフォームを形成し、「食×観光」をテーマに、それぞれの立場から地域の課題及びその解決方法について議論するワークショップを開催しました。

1

2023年8月
プロジェクトの
誕生

日本酒のペアリング商品として、SDGsの観点から酒造りの工程で発生した米粉を使用した最中、オリーブと小豆島産醤油海苔(海苔の佃煮)を使った瓶詰商品に決定。
オリーブ醤油海苔は旨みたっぷりの海苔の風味にオリーブの実のアクセントが効いた、これまでにない組み合わせで、素麺やチーズにのせて、野菜にディップして、様々な楽しみ方が期待できます。



2023年12月
生産者交流会の
実施

酒米の生産者が集まった酒造り工程の見学をメインとした交流会では、「棚田米でお酒を」という米作りと酒造りの人たちの想いが重なり、次年度の酒米生産者の増加、生産面積の拡大につながりました。

3

2024年2月
試食会の実施 &
テストマーケティング

2月に国内及びスペインの商談会に出席し、試食試飲による消費者評価を得るとともに販路開拓を行いました。また、3月下旬に小豆島酒造(株)において、「小豆島新酒祭」を開催。酒米生産者の想いや今後の展開を消費者にも共有して更なる生産拡大につなげていきます。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



小豆島酒造株式会社
池田 亜紀さん

小さな一歩でも
地域のつながり
求めて前進を

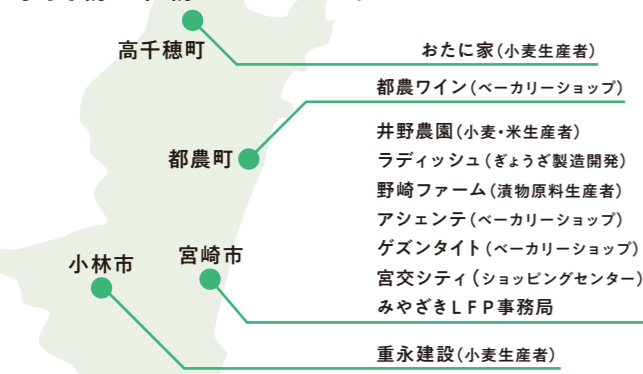
島唯一の酒蔵として魅力ある「小豆島」ブランドを活かし、島内の生産者、事業者の方とつながりたいと思っていたことに加え、島内に増えた休耕地に歯がゆい思いもしていたので、仲間づくりができればとLFPに参加しました。
酒蔵としては新しく、規模も大きくはないわたしたちだけでは、他の事業者との連携は難しかったと思います。でもLFPを通じて、行政や地元事業者、生産者の方などつながりができ、みなさんと一緒に商品開発を行えたのはまたない経験。特産品のオリーブ、棚田で作られる酒米、島の魅力が詰まったデザインなど、各分野の専門家が同じプロジェクトに集まったからこそ、知恵と工夫が詰まった商品開発ができたと思います。商品も大きな成果ですが、やはり一番は人とのつながり。仲間と共に、同じものを作れたというのが最大の収穫ですね。

宮崎県

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

CASE STUDY 事例

小麦粉・米粉プロジェクトメンバー



みやざきの想いつながる 夢ひろがる 小麦粉・米粉プロジェクト



LFP
パートナー数
239
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出の経緯

- ▶宮崎県は、大消費地から遠隔地にあることで農産物等の輸送コストがかかり、収益率が低いことから、農産物等の高付加価値化、収益率向上を目指し、多様な事業者から成り立つ大きなプラットフォームを形成しています。
- ▶プラットフォームは、いくつかの分科会(輸出、観光・土産、機能性、未利用資源・食品ロス、物価高騰[小麦・米粉])に分かれて活動。事務局は、プロジェクトの紹介を行い事業者を募り、マッチングを行っており、普段出会うことがない事業者が結びつき、複数の新たなビジネスが創出されています。

▶ここでは、前年度の発表会を通じて誕生した6プロジェクトのうち「県産小麦・米粉を活用したプロジェクト」をご紹介します。

左：井野農園で育てている「チクゴイズミ」や「ミナミノカオリ」は丹精込めて育てられる宮崎県産小麦だが、採算面など課題が多く生産拡大に至っていません。

右：「宮崎の小麦は香りが高く、食感がいいのが特徴」とアシェンテのベーカリーシェフの佐藤さん(写真左)。フランスのように地元産小麦のパンが一般的になればとメンバーと研鑽を積んでいます。



STORY

プロジェクトの進行過程



プラットフォーム
内事業者の困りごと
など様々な相談を
受けています。

みやざきLFP地域事務局 柚木崎 千鶴子さん



2023年7月 1 研修会・戦略会議

太陽製粉が、県産小麦の現状を説明。生産者、加工業者、県や市町村関係者の立場から宮崎小麦の品質向上に向け、活発な意見交換をし、お互いの認識を深めました。

2023年8月 2 プロジェクトの誕生

小麦生産者、ベーカリー、餃子製造業者を中心に販売業者、ショッピングセンター運営会社、飲食店、大学、デザイン業者のネットワークで密に連携し商品開発を行い、まずは消費拡大を目指すべくプロジェクトがスタートし、パンの開発が決定!



2023年11月 3 県産小麦の切替に向けた一歩

プロジェクトメンバーのベーカリーシェフ3名が、調理師専門学校にて先生を交え、県産小麦の商品評価会を行いました。県産小麦に関して、外麦と異なる風味が評価され、今後の県産小麦への切替に向けた大きな一歩となりました。またこの会をきっかけに同会場では、学生へ向けた県産小麦の講義実習や親子パン教室も開催され、幅広い年齢層へ向けた県産小麦のPRにつながりました。



2024年1月 4 試食会の実施

県産小麦のパン、餃子の試食会を実施。延べ300人がアンケートに答え、外麦と比較したパンでは「県産小麦の方が風味が強い」などの評価を得ました。餃子づくり体験も実施し、参加した子どもたちからは「宮崎の小麦をもっと食べたい」などの意見があり、地元テレビ番組でも放映されるなど大変盛況な試食会となりました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社アシェンテ 代表
佐藤 彰洋さん

県産小麦のバトン、 次世代へ つなぐために

ベーカリーを始め18年。毎日小麦を扱う中で、地元産小麦の活用や現状に興味湧き、志を同じくする地域の有志と活動を始めたのが3年ほど前。県産小麦の窮状を知り、メンバーとは国産小麦に関する勉強会や、県産小麦を使用したパンやお菓子、餃子の商品開発など様々な活動をしています。

LFPでの活動を通じ、同業の方だけでなく、デザイナーさんや大学の先生など業界をまたいだつながりができ、自分の視野も広がりました。また、実際に農家さんとお話して小麦への熱意や愛情を感じ、今まで以上に小麦を大事に扱うようになりました。

現在は、厳しい現状でも小麦に向き合う農家さんの手助けとなり、将来的には若い人が農業を目指したくなるように、県産小麦のビジネスが成り立つ方法を模索中。関係人口を増やし、少しでも大きなムーブメントにしていきたいですね。

沖縄県

沖縄県 農林水産部 流通・加工推進課
地域事務局：株式会社パソナ農援隊

CASE STUDY

事例



離島が中心となり、
食のプラットフォームを構築
「沖縄そば専用カレー粉」を
地域ブランドに！

LFP
パートナー数
20
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶ 離島など過疎エリアでは、地元の活気ある産業が乏しいため、起業・売り上げ向上・雇用環境などが構造的に厳しく、さらに、日本屈指の観光県でありながら、食の魅力に関しては評価が低いという課題があります。
- ▶ そこで沖縄初のローカルフードプロジェクトとして、沖縄の食のブランディングを目指し、1次・2次・3次事業者をはじめとするさまざまな事業者が参画して、まずは話し合える場づくりからはじめ、食で沖縄を盛り上げるためのプラットフォーム構築を目指します。
- ▶ プロジェクトでは「沖縄黒糖カレー」という新しい食ブランドを基に、地域の食をベースにした沖縄ならではの商品開発に取り組んでいます。さらにこのビジネスモデルを取り入れたい地域の事業者を増やすことを目指していきます。



左：宮古島を代表する名食堂の1つ湧泉家(わくみや)での試食テストでは、もっとカレー粉を送って！と店主からも高評価。等の評価を得た。

右：観光客で賑わう宮古島の燦(さん)伊良部島店での消費者アンケートでは、繊細なスープともマッチする、宮古の食文化を感じた等の評価を得た。



STORY

プロジェクトの進行過程

連携して
新しい価値
づくりを。



石井 洋介さん

株式会社パソナ農援隊 地域創生事業部
(地域事務局)



2023年9月

研修会・戦略会議

ローカルフードプロジェクト初参画の沖縄。初回の研修会ではその目的と狙いを説明。戦略会議では沖縄の現状や今後目指す姿などについてグループワークし、課題やアイデアを整理しました。

2023年11月

プロジェクトの
誕生

沖縄の新たな食の統一ブランドの柱として、黒糖・島野菜・肉・魚をはじめとした沖縄食材を活用した「沖縄黒糖カレー商品群」の開発を検討。本年度は、沖縄そばにかけるアイテムとして沖縄そば専用黒糖カレー粉の試作とテストマーケティングを実施し、来夏の観光シーズンに商品化を目指します。
※宮古エリアでは、沖縄そばにカレー粉を振りかける特有の食文化が存在します。



2023年12月

商品開発の工程

県内に4店舗を展開する黒糖カレー専門店のアじとやが多良間島産のスパイスで構成された「たらま七味」とコラボし、商品開発を重ね、試作品第一号が完成!!

2024年1月

試食会の実施 &
テストマーケティング

宮古島にある6店舗の沖縄そば店・飲食店にて、試作したカレー粉(瓶詰)と商品POPを設置し、オンラインアンケートを実施。消費者の声を聴く実証実験をスタート。今後の展開を検討する上での貴重な意見として活用する予定です。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社あじとや 取締役
永井 義人さん

「地消地産」の発想
地元の素材を活かした
テロワール型商品を

「沖縄黒糖カレー」専門店を展開していて、新しいカレー粉をつくらうというアイデアは以前からありましたが、LFPに参加して生産者や離島の飲食店とのネットワークができ、具体的に動き出しました。「地産地消」という言葉がありますが、私は「地消地産」の発想。地元でニーズのあるものを地元でつくらうという考えです。宮古島で沖縄そばにカレー粉をかける習慣があるのを知り、だったら沖縄産のスパイスでカレー粉をつくったらどうか、それは「テロワール(土地の個性)」のようなものを感じられるのではないかと思います。多良間島「たらま七味」をベースとして沖縄産スパイスを中心に16種類のスパイスを使っています。沖縄そばの風味を損なわないブレンドにしました。今回、沖縄そばと連動・コラボしたように「沖縄黒糖カレー」をカレー業界にとどまらず、パン・うどん・餃子・スナック等のさまざまな領域でも使える地域の食ブランドとして育てていきたいと思っています。