

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、冷凍クロワッサンを開発。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（キヌア）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。