



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6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

R06
令和6年度

CASE STUDY

令和6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.

「地域が輝く」
持続可能な
ビジネス
創出事例集。



共創力で 新しい価値をつくる。



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 | 宮城県 | もったいないをフル活用し、気候変動にも負けない新たなフードビジネスの創出 |
| 10 | 山形県 | 最上どりパウダーと米ぬかを活用した健康志向の新しいパスタの開発 |
| 12 | 福島県 | 福島県産食材の未利用資源を使った「ふくしまうまいもの」を消費者へ提供 |
| 14 | 群馬県 | 荒廃農地で生産された農産物を活用し、国内外に向けた新たな特産品を開発 |
| 16 | 埼玉県 | 埼玉県の新たな魅力創出につなげる豊かな食生活の提供 |
| 18 | 千葉県 | 県中山間地域の農産物を積極的に活用した商品開発による新たなビジネスモデルの創出 |
| 20 | 神奈川県 | 曾我の梅やその副産物を活用した高付加価値商品・体験メニューの展開 |
| 22 | 長野県 | 大小2本のサプライチェーンから県産小麦の認知向上と消費拡大、そして生産振興へ |
| 24 | 静岡県 | B級規格の地域果実を活用した新商品を開発することで地域の課題解決を目指す |
| 26 | 福井県 | 人の思いが紡ぐ郷土料理の歴史と文化に触れる至福の食文化体験観光ツアー |
| 28 | 三重県 | 鉄道を利用し三重の新MIYAGEを都市圏へ輸送し販売 |
| 30 | 京都府 | ヴィーガンにも対応した冷凍弁当から始まる京都産食材の魅力発信 |
| 32 | 愛媛県 | 県産の農林水産物を活用した常温流通可能なレトルト加工食品の開発 |
| 34 | 宮崎県 | 希少柚子を核としたローカル食文化・ブランド価値向上プロジェクト |

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6年度は14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な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、新たな出会いや思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組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組を「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組を「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誘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をします。

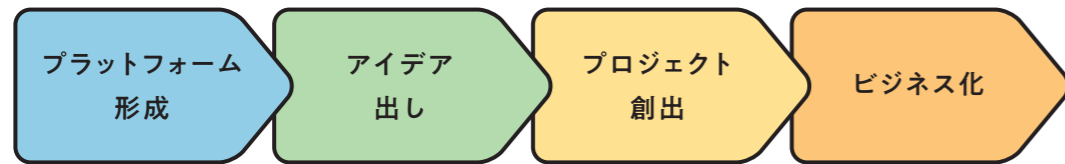
プラットフォームで プロジェクトが生まれ ビジネスへ発展

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。

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
宮城県仙台市青葉区上杉1-16-30 東日本ビル7階
Tel:022-796-0336

LFP
パートナー数
68
社・団体
2025.1
現在

プロジェクト
創発数
4

もったいないをフル活用し、 気候変動にも負けない 新たなフードビジネスの創出

新商品・サービス等概要

近年の気候変動の影響により缶詰の原料となる水産資源の確保が不安定な時期に、県産トマト、サツマイモ、椎茸などの規格外品を有効活用することで、地産地消の防災ごはん缶詰を開発。



防災ごはん缶詰の試作品



プロジェクトの進行過程

宮城県食品産業協議会事務局
事務局長 片岡 修一さん

社会課題

- ・気候変動や人手不足などを背景に、規格外園芸作物の増加。
- ・不安定な水産資源に代わる地域原材料の活用。

1 プロジェクトの誕生

プラットフォームの生産者、食品関連企業、流通・小売企業等から、それぞれが抱える課題や提供可能な資源・技術の抽出と課題解決のためのビジネスアイデアを検討し、地産地消の防災ごはん缶詰プロジェクトをはじめ、角田市の特産品である梅干しの規格外品を業務用商品として有効活用するプロジェクトや、廃棄される酒かすと苳を組み合わせた健康補助食品、塩竈市伝統の手作り稲荷はんぺんの開発、4つのプロジェクトが創出されました。

2 プロジェクトのあゆみ

防災ごはん缶詰は(株)未来彩園のトマト、(株)椎彩社の椎茸、JA新みやぎのサツマイモ等を原料とし、学校給食等の製造を行うマルヒ食品(株)が一次加工、独自の缶詰加工技術を持つ(株)木の屋石巻水産が二次加工を担当。販路はプラットフォームパートナーのネットワークを活用することとなりました。

3 今後の展望

規格外等で課題となっている地域食材を活用した防災ごはん缶詰の横展開をはじめ、県産食材の特性を生かした業務用商品の活用促進による地域ブランドの強化、加工用農産物の普及・拡大など、オール宮城の連携体制による地域のバリューチェーンづくりを推進していきます。

新しい価値を生み出す取組

地域資源の組合せ

【販売促進】
(展示会・販路ネットワーク)
国分東北(株)等

【商品加工】
(トマトリゾット缶・
おいもごはん缶)
(株)木の屋石巻水産

【一次加工】
(トマトピューレ・
サツマイモ
ダイスカット等)
マルヒ食品(株)

【農林産物】
(トマト・椎茸・サツマイモ)
(株)未来彩園・(株)椎彩社・
JA新みやぎ

規格外品となっていた農林水産物に
新たな価値を生み出します!

目指す経済成果・波及効果

様々な生産者や企業等とのつながりから生まれた商品を通じて、これまで廃棄されていた農林水産物に新たな価値を生み出すと共に、各地域の特色を生かした地産地消の推進や地域ブランドづくりの可能性が見えてきました。食品産業から地域の農林漁業を元気に、また、他分野とのさらなる連携強化によりバリューチェーンの拡大を目指します。

新しい価値

東日本大震災時の経験より、缶詰を開けるだけで美味しく食べることができ、水分や栄養も取れる商品を開発したいとの思いから生まれました。また近年の気候変動により魚が取れない時期でも、地元の農産物を活用することで工場の稼働を安定化でき、生産者や各種専門業者と連携し、強みを持ち寄ることで精度の高い商品開発に取り組みました。また地域の農産物を主役とすることで、各地域で特産品としての活用や防災食としての備蓄など、様々な用途で利用が可能です。

消費者への価値共有

土産品や日常使いとして家庭でストックができ、災害時に火や水が使えない状況であっても、おいしく食べることができる「ごはん缶詰」を提供できます。

運営や支援の工夫

ご当地缶詰の企画や販売に詳しい専門家を交え、流通・販売の視点も取り入れながら、食味だけでなく災害時でも食べやすくなるよう水分量を調整したり、子供でも食べやすい規格にしたりするなど、様々な利用シーンも想定しながら商品開発を進めました。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)木の屋石巻水産 営業二課長
鈴木 誠さん

震災の経験を生かし 地場産の食材で作る こだわりの防災ごはん

近年、気候変動により水産物が安定して取れなくなる事態が起きています。魚の缶詰製造を手がける当社もその影響を受け、稼働率の低下を招いています。そこで、当社の缶詰加工の技術を役立てることができたらと考え、LFPに参加しました。商品は災害時でも簡単に食べることができ、温めなくてもおいしいものを目指して製造しました。農産物の栽培や加工のプロの皆さんとチームを組み、さまざまな知識やアドバイスをいただいたおかげで日常食としてもおいしい高精度な商品を作ることができました。当社だけではできなかった商品です。さらに、原材料に県産の農林産物を使用することで一年中缶詰を作れる可能性が広がりました。東日本大震災で被災した際、当社の缶詰は津波で泥だらけになっても中身は無事でした。それを食べた時のおいしさは忘れられません。大変な時だからこそ、おいしいものは大切だと強く感じました。今後もLFPの皆さんと連携し、全国の方に喜んでいただける防災食を宮城から発信していきます。

研修会等開催実績

- ▶キックオフ研修会:8/26
- ▶ビジネス検討会(研修会):9/18
- ▶戦略会議:10/21・22、12/10・16
- ▶消費者評価会(戦略会議):2/4
- ▶成果報告会:3/3

消費者評価会で提供した防災ごはん



山形県

山形県 農林水産部 農産物販路開拓・輸出推進課
 地域事務局:公益財団法人 流通経済研究所
 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10F
 Tel:03-5213-4534

LFP
 パートナー数
43
 社・団体
 2025.2
 現在

プロジェクト
 創発数
2

最上どりパウダーと米ぬかを 活用した健康志向の 新しいパスタの開発

新商品・サービス等概要

地域の事業者が開発し、活用を提案している最上どりパウダーと米ぬかを活用して、健康志向の新しいパスタを開発するプロジェクト。



最上どりパウダーと米ぬかを活用したパスタ

プラットフォーム参画者

▶ 農林水産業17者【(株)アイオイ、(株)半澤鶏卵、花輪果樹園、東海林果樹園等】、食品関連企業11者【三和油脂(株)、(有)玉谷製麺所等】、小売・卸事業者等15者【(株)でいたらば等】

研修会等開催実績

▶ 研修会:8/2、9/18、11/21
 ▶ 戦略会議:12/20、1/30、2/20
 ▶ 成果報告会:2/20
 ▶ 消費者評価会:1/30

開発された商品の消費者評価会の様子



プロジェクトの進行過程

(株)半澤鶏卵、三和油脂(株)、(株)アイオイ、(有)玉谷製麺所、(株)でいたらば

社会課題

米油を製造する際に副産物として生まれる未利用資源の米ぬかと、地元企業が新開発した商品の有効活用。

1 プロジェクトの誕生

地域に埋もれている資源を活用して、地域のために、地域のものを販売する取組として、(株)半澤鶏卵がリーダーとなりプロジェクトが発足しました。



2 プロジェクトのあゆみ

(株)アイオイで生産する山形県産米等を食べて健やかに育った「最上どり」の最上どりパウダーと、70年以上こめ油作りを続ける三和油脂(株)の米ぬかを、(有)玉谷製麺所の麺に練り込んでパスタにし、風味や食感、形などを検討しながら味を固めていき、卵とひよこの形のパスタを開発しました。

3 今後の展望

新しく生まれた、「びよっーの」をまずは県内の消費者に食べてもらえるよう、商品の製造、販売を進めていきます。今後はシリーズ化として野菜や果物の農産物を活用してパスタに着色することも検討しています。

新しい価値を生み出す取組

地域資源の組合せ



【アートパスタが特徴の製麺所】
 (有)玉谷製麺所

【企画・販売】
 (株)半澤鶏卵
 【販売】
 (株)でいたらば

【最上どりパウダー】
 (株)アイオイ

【米ぬか】
 三和油脂(株)



目指す経済成果・波及効果

未利用となっていた最上どりパウダーと米ぬかを掛け合わせ、持続可能な食品作りを目指しています。また高タンパク商品として、幅広い層へ認知拡大を狙います。

新しい価値

山形には地元の原料にこだわり、丁寧に生産・商品作りをする事業者が多いですが、これまではなかなか連携が進みませんでした。今回のLFPをきっかけに、事業者間の連携が進み、新たなプロジェクトが生まれ始めています。

ひよこと卵の形をしたパスタ「びよっーの」
 ※写真は実際のパスタの形とは異なります。
 ひよこと卵の形は右イラストになります。



消費者への価値共有

山形の厳選した食材を使ったパスタで、ひよこや卵の親しみやすい形にすることで、女性や子供も親しみやすい商品を目指しています。

運営や支援の工夫

地域で連携する場を求めていた事業者を巻き込むことにより、今まで連携したくも踏み出せなかった事業者同士の絆が生まれました。試作品やパッケージは、バイヤーの意見を取り入れて進めていきました。

取組の詳細は、
 こちらから
 ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)半澤鶏卵 鶏卵部 特販課課長
 野口 貴江さん

未利用資源を活用し
 地域の絆で商品開発
 さらなる地域貢献を

今回、未利用資源の活用として取り上げたのは、米ぬかと、若鶏を粉末状に加工した最上どりパウダーです。こめ油の圧搾時に生まれる米ぬかと、まだ認知度が低く活用方法を模索している最上どりパウダーをLFPの取組を通じて、パスタとして開発することができました。米ぬかに多く含まれているGABAは認知症予防、最上どりパウダーに多く含まれているイミダゾールジペプチドは疲労回復の効果が期待できます。地域には魅力的な商品がありながら売り方に悩みを抱えている事業者が多くいると思いますが、LFPの研修会で「未利用資源を活用した商品開発に取り組みたい」と同じ思いを持った事業者と出会ったことで、声掛けにとどまらず、実際に商品開発することができました。未利用資源から新たな商品が生まれたことはもちろんですが、地域の絆によって商品が開発されたことは、素晴らしいことだと思います。これで終わりではありません。今回の取組をきっかけに、地域貢献につなげていきたいと考えています。

福島県

福島県 農林水産部 農林企画課
地域事務局:一般社団法人 Cool Agri
福島県郡山市安積荒井3丁目497-B号 cv-studio
Tel:024-905-1295

LFP
パートナー数
61
社・団体
2024.12
現在

プロジェクト
創発数
6

福島県産食材の未利用資源を使った「ふくしまうまいもの」を消費者へ提供

新商品・サービス等概要

地域の小規模農林業者や食品事業者等が福島県農産物の高付加価値化を目指すプラットフォームを構築し、県産農林水産物の未利用資源を有効活用した新商品の開発。



規格外りんごや野菜が練り込まれたハンバーグの試作品

プラットフォーム参画者

- ▶ 農林水産業33者【(有)鈴木農園等】
- ▶ 食品卸・小売業5者【(株)マルト等】
- ▶ 食品加工業4者【(有)吾妻食品等】
- ▶ 各種団体19者【日本調理技術専門学校 (Nitcho)等】

研修会等開催実績

- ▶ 説明会:7/16
- ▶ 研修会:7/16、8/28
- ▶ 戦略会議:8/20、10/4
- ▶ 中間報告会:11/5
- ▶ 消費者評価会:12/2
- ▶ 成果報告会:2/6

日本調理技術専門学校が運営する施設での消費者評価会



プロジェクトの進行過程

- (株)マルト 安島 大司さん
- (有)降矢農園 降矢 和敏さん
- 大野農園(株) 大野 栄峰さん
- 日本調理技術専門学校 石井 崇さん他

社会課題

地域の小規模農林業者が自信を持って生産する福島県産食材を消費者に幅広く提供できていない。加工業者・製造業者との連携が不足し、製造過程で発生する未利用資源が活用できていない。

1 プロジェクトの誕生

(有)降矢農園で在庫過多になっているブランド豚「里の放牧豚」、大野農園(株)の規格外りんご等の未利用資源を活用し、日本調理技術専門学校がレシピ開発をし、ハンバーグの商品開発を行うことが決定しました。



2 プロジェクトのあゆみ

加工会社数社がレシピをもとに製造し、製造業者を決定。小売業者の(株)マルトの18店舗にて試験販売がスタートしました。

3 今後の展望

本年度の取組から得られた利点や改善点を次年度以降ビジネスに反映し、持続可能なビジネスの発展に向けて更なる連携を図っていきます。

新しい価値を生み出す取組



戦略会議でのワークショップの様子



目指す経済成果・波及効果

小規模生産者、加工事業者、小売事業者が互いに連携することにより、地域全体の競争力の向上が期待できます。また、付加価値を高めることで、生産者の収益向上が実現され、農業漁業の魅力向上と、新規就農促進や地域経済の持続的な成長を目指します。

新しい価値

規格品と比べて価値が低く、大量に出てくる規格外の農産物を利活用し、小売加工品を開発することで、付加価値をつけられ、生産農家としては生鮮品としてだけでなく小売加工品としても売り上げを立てていくことが可能になります。

食品加工会社数社を招いた消費者評価会



消費者への価値共有

消費者が今まで知らなかった小規模事業者の美味しい農林水産物を認識する機会となり、手にとる場が無かった新しい福島県産品を選ぶ機会が増えることが期待され、食品ロス削減への意識を醸成できます。

運営や支援の工夫

商品開発の経験が豊富な複数の事業者より、実際の事例や商品開発のポイントについてセミナー形式で共有しました。商品開発においては県内外の小売店バイヤーの意見を聞き、レシピや商品規格を検討しました。売り先のニーズを反映していきました。

取組の詳細は、こちらからご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)マルト
商品本部 常務取締役 本部長
安島 大司さん

小規模生産者がつくる「本当においしいもの」LFPを通じて消費者へ

私たちは福島県いわき市を中心にスーパーマーケット事業を営んでおり、創業133年となります。社員には地域の役に立ちたいという気持ちが根付いています。LFPは地域の農産物を使った加工品づくりを通じて地域をより良くしていこうとする取組ですので、マルトの、そして私自身の地域に貢献したいという思いとぴったり合いました。福島県には農家さんがこだわって生産した良質で本当においしい農畜産物がたくさんあります。しかし、手間が掛かっているため割高になってしまい、マルトでは十分に消費者に訴求できていない課題がありました。降矢農園さんの豚肉もそのひとつで、今回のプロジェクトではその豚肉と大野農園さんの規格外りんごなどを使い、日本調理技術専門学校によるレシピ監修のもと、「これまでに誰も食べたことがないおいしいハンバーグ」を開発しました。今回LFPを通じて同志の皆様と出会うことができました。つながりを深めながら、地元農畜産物の価値を最大限に引き出す取組を続けていきたいと思っています。

群馬県

群馬県 農政部 ぐんまブランド推進課
地域事務局:株式会社ジェイ・エヌ・エス
群馬県高崎市西横手町391-60
Tel:027-350-1010

LFP
パートナー数
53
社・団体
2025.2
現在

プロジェクト
創発数
4

荒廃農地で生産された 農産物を活用し、国内外に向けた 新たな特産品を開発

新商品・サービス等概要

荒廃農地で栽培されているオリーブを活用して、国内外に向けた地域の新しい特産品をめざすオリーブ葉の加工品を開発。



荒廃農地で栽培するオリーブから作られたオリーブ葉のパウダー

プラットフォーム参画者

▶農林水産業19者【結び葉(同)、(株)ジャングルデリバリー等】、製造業11者【(株)北毛久呂保、大和根酒造(有)等】、卸売業・小売業12者【(株)つままい本舗、国分関信越(株)等】、その他11者【(株)ホテルメトロポリタン高崎、COMINX等】

研修会等開催実績

- ▶研修会:7/10、9/20、10/18、11/15、1/23、2/10
- ▶戦略会議:7/29、8/9、12/13
- ▶分科会:10/18
- ▶成果報告会:3/7

オリーブ葉収穫後の作業風景



プロジェクトの進行過程

(株)ジャングルデリバリー
三田 英彦さん



社会課題

離農後の荒廃農地が増加し、害獣の被害や景観が損なわれる等の社会問題が顕在化。

1 プロジェクトの誕生

もともと荒廃農地でのオリーブ栽培や葉の加工を行っていましたが、LFPパートナーと協力しながら、新たなオリーブ葉のパウダーの加工開発(麺、お菓子、ドリンク等)を進めていくプロジェクトが立ち上がりました。他にも県内の梅、りんご、国分にんじんなどのアップサイクルを目指した梅酢加工品や野菜ソース、にんじん麺の開発プロジェクトも立ち上がりました。

2 プロジェクトのあゆみ

本プロジェクトのため荒廃農地を整備するところからスタートし、オリーブ葉収穫用の品種を定植。整備により専用の機材を用いて収穫ができるようになったことから、収穫の人件費や加工費のコストダウンに成功しました。

3 今後の展望

本プロジェクトで開発したオリーブ茶を世界へ広めていくため、ティーバッグ加工の検討や外国人の味覚に合わせたお茶の濃度の検討等を進めていきます。また、お菓子・ドリンク等の加工品も検討していきます。

新しい価値を生み出す取組

地域資源の組合せ

様々なメンバーが連携して、新たな商品開発を進めています。

【オリーブ葉のパウダーを使用したメニュー開発】
(オリーブ葉パウダーを練り込んだお菓子、ソーセージ、パスタ麺等)
五州園(株)／堀越ファーム／吉田製麺／カフトナカ

【オリーブ葉のパウダー加工】
(特殊なパウダー加工技術)
ASTRA FOOD PLAN(株)

【荒地の再生】
(伐採・抜根・粉碎等)
(株)グージュ

【オリーブの栽培】
(苗木の販売、栽培指導等、収穫した実や葉の全量買取)
(株)ジャングルデリバリー

荒廃農地をオリーブ畑に再生



再生

目指す経済成果・波及効果

離農後の荒廃農地が増加し、害獣の被害や景観が損なわれる等の社会問題が顕在化しているが、オリーブ畑として再生することにより、公共の利益の増進につながると考えています。

新しい価値

社会課題となっていた荒廃農地を再生し、有機栽培で育てたオリーブ葉のパウダーを活用したオリーブ茶やさらなる加工品など、新たな群馬県の特産品を開発します。

JR品川駅での消費者評価会の様子



消費者への価値共有

国産オリーブ葉のパウダーを使用したノンカフェインで抗酸化作用の高い健康茶を提供。ルイボスティ等に代表され、需要の高まるノンカフェイン茶市場に、新たな選択肢を提供します。

運営や支援の工夫

LFPプラットフォームでカフェや製麺所、精肉加工所等と連携し、オリーブ葉のパウダーを練り込んだ麺やソーセージ、お菓子作りにもチャレンジ。LFPパートナーと連携した商品開発を積極的に進めています。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)ジャングルデリバリー
三田 英彦さん

交流が生む化学反応
LFPの知見を生かすこと
課題解決への執念も必要

新たな価値創造のためには、離れたところで活動する方たちとの交流が必要と考え、1次・2次・3次事業者が集まるプラットフォームが機能するLFPへの参加を決めました。「荒廃農地の活用と有機オリーブ茶の可能性」というテーマに基づき、プロジェクトの参加メンバーを広く集めることとし、メンバーとの交流から生まれる化学反応に期待しました。荒地を整え耕す企業、オリーブ苗づくりと有機栽培のノウハウを有する企業(当社)、苗づくりに欠かせないハウス商社、育ったオリーブの葉を焙煎殺菌加工する企業、できたオリーブ葉のパウダーを実用化する企業でチーム編成しました。また、LFPパートナー数社と組み、パウダーを使った食品を試作しました。昨年度からLFPに参加したことにより「自分ならこう進める」という心得を持つことができたからこそ順調にプロジェクトを遂行できた、そのことを学びました。「絶対に社会課題を解決するのだ」という執念が必要なのも知りました。

埼玉県

埼玉県 農林部 農業ビジネス支援課
 地域事務局:株式会社パソナ農援隊
 東京都港区南青山三丁目1番30号
 Tel:03-6734-1260

LFP
 パートナー数
39
 社・団体
 2025.2
 現在

プロジェクト
 創発数
2

埼玉県の新たな 魅力創出につながる 豊かな食生活の提供

新商品・サービス等概要

地域産業と地域資源を生かし、ブランド創出に向けた埼玉県産のビール麦を活用したクラフトビールの開発と、海外輸出を視野に入れた米粉の Pasta と Pastaソースの開発。



米粉の Pasta と Pastaソース、クラフトビールの開発



プラットフォーム参画者

- ▶ 農林水産業16者【(株)はせがわ農園、(株)富士美園、麓鴻園等】
- ▶ 食品関連事業10者【(株)味輝、(有)まにわ製麺所、(株)エルテクノ等】
- ▶ 卸売・小売業・その他13者【(株)氷川ブリュワリー、十文字学園女子大学等】

プロジェクトの進行過程

- (株)氷川ブリュワリー 菊池 俊秀さん
- (株)はせがわ農園 長谷川 浩さん
- (有)まにわ製麺所 穴吹 宗一郎さん
- (株)味輝 荒木 和樹さん
- (株)エルテクノ 内田 保雄さん

社会課題

- ・地域の多様な人々が活躍できる機会の創出。
- ・持続可能な農地の利活用の促進。
- ・地域が自信を取り戻す新たな商品を継続的に創出する仕組みづくり。

1 プロジェクトの誕生

埼玉県の地域産業と地域資源を生かしたブランドをつくりたいという思いから、埼玉県産のビール麦を活用したクラフトビール開発のプロジェクトと、ビタミンやミネラルを保つソフトスチームという技術を活用して米粉を使った Pasta と Pastaソースを作るプロジェクトが立ち上がりました。

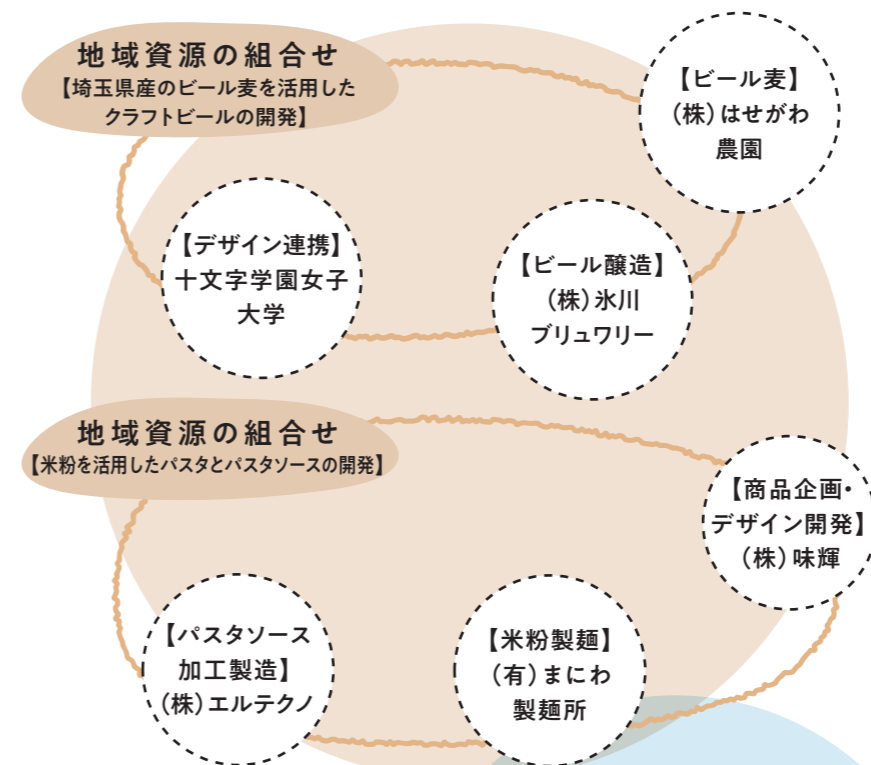
2 プロジェクトのあゆみ

クラフトビール開発では、(株)氷川ブリュワリーをリーダーとしてプロジェクトを進めており十文字学園女子大学の学生がラベルデザインの公募に参加。米粉 Pasta と Pastaソースの開発では、米麴の製造からパン等の製造を行う(株)味輝を中心にプロジェクトを進めています。イベント出展による消費者評価会を行いました。

3 今後の展望

クラフトビールは、埼玉県を代表する新ブランドの構築を目指して、地域の農産物を活用した取組を行います。米粉の Pasta と Pastaソースは県内の飲食店とも連携を図りながら、海外輸出も目指します。

新しい価値を生み出す取組



試作品の Pasta と Pastaソース



目指す経済成果・波及効果

LFPプロジェクトによる新たな地域連携の形を展開することで、県内事業者への成功事例の水平展開と埼玉県の魅力の再認識に貢献します。

新しい価値

先進的な専門知識を持つ事業者を中心に多様な連携により、埼玉県の新たな魅力創出につながる豊かな食生活の提供の実現を目指します。

埼玉県農工商連携フェア出展時の様子



取組の詳細は、
 こちらから
 ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)氷川ブリュワリー 代表取締役 菊池 俊秀さん

「彩の彩」から全国へ
 埼玉の魅力をアピール
 第1弾はクラフトビール

LFPの参加者とディスカッションを重ねる中で、埼玉を愛していて、誇りを持って取り組んでいることを実感することができました。埼玉には地の利がある、あるからこそ埼玉をそれほどアピールしなくても、そこそこ商売が成り立っています。全国的にアピールする力が弱いのでそこを打破したいと考え、「彩の彩(さいのいろどり)」ブランドを立ち上げ、アピールする場を作りました。さまざまな商品を長く売り続けていきます。第1弾としてクラフトビール「さいたま育ち」を作りました。2年目以降はさまざまな事業者さんたちと商品開発を行い、ラインナップを増やしていきます。氷川ブリュワリーは休耕地を活用して小麦、ビール麦の生産をしています。以前、埼玉県内の契約農家だけで栽培されていたビール麦「彩の星」の種を譲ってもらい栽培できるようになりました。埼玉にアイデンティティのある麦で醸造されたクラフトビールが3年後には目玉商品として「彩の彩」コーナーに並ぶと思います。

消費者への価値共有

埼玉県の農産物を使った、クラフトビールおよび米粉 Pasta と Pastaソースは、地元飲食店とも連携して埼玉県民からも愛される加工品を目指します。

運営や支援の工夫

全体開催の研修会や戦略会議以外に、プロジェクトごとの分科会を開催して、早期の課題解決とプロジェクト遂行を図りました。

千葉県

千葉県 農林水産部 農地・農村振興課 農山漁村発イノベーション班
 地域事務局:株式会社ジェイール東日本企画 千葉支社
 千葉県千葉市中央区新千葉1-7-3 CSB新千葉ビル5F
 Tel:043-388-0355

LFP
 パートナー数
25
 社・団体
 2025.2
 現在

プロジェクト
 創発数
2

県中山間地域の農産物を積極的に活用した商品開発による新たなビジネスモデルの創出

新商品・サービス等概要

県の抱える半島性による地域格差を解消するため、特に中山間地域で生産が盛んな品目に着目し、輸出やインバウンドを含む国内外向けの加工品を開発する新たなビジネスモデルを創出。



県産の菜花と米を活用した「なばなおこげせんべい」



プロジェクトの進行過程

(株)フレッシュファームちば 竹内 邦治さん

社会課題

- ・千葉県は、三方海に囲まれた半島であり、都心から離れた東南部の中山間地域は、県外との交通ネットワーク形成が難しい。
- ・立地的に首都圏に位置するものの、農林水産物は都心への生鮮販売のため、農林水産業でも地域格差が拡大。

1 プロジェクトの誕生

お米の生産を行う(株)フレッシュファームちばが中心となり、中山間地域で栽培が盛んな房総菜花をお米と掛け合わせた新しい消費(商品)について考えるプロジェクトが生まれました。

2 プロジェクトのあゆみ

ちばぎん商店のネットワークにより小ロット対応可能な加工事業者と連携。菜花の分量調整など様々な試行錯誤を重ね、千葉県産のお米「みなよし米」「粒すけ」の2種類をそれぞれ原料とした「なばなおこげせんべい」を2種類開発しました。

3 今後の展望

菜花および県産のお米の認知度向上とブランディングを進めていき、菜花以外にもマッシュルームやネギなど、県農産品のラインナップを拡大していきたいです。

新しい価値を生み出す取組



新しい価値

(株)フレッシュファームちばは、千葉銀行のほか地域の企業など15社と共同で出資して設立された農業法人で、銀行員も兼務しながらお米を作っています。また「なばなおこげせんべい」を製造するのは埼玉県草加市の創業50年以上を誇る山香煎餅本舗。房総産菜花だけでなく、千葉県産のお米のPRにもつながっていきます。

みなよし米の生産風景



取組の詳細は、
 こちらから
 ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)フレッシュファームちば
 プロジェクトリーダー
 松 慶次郎さん

「お米×農産物」の新たな組み合わせで千葉の農業に貢献を

当社は千葉県の農業を活性化したいという思いのもと、千葉銀行と地域企業が出資して設立した農業法人です。今回、LFPを通じて食用菜花の生産者の方々とつながり、当社で栽培しているお米と組み合わせ「なばなおこげせんべい」の開発を行いました。実は県民の私も菜花について知らなかったことが多く、生産者の皆さんから教わることがたくさんありました。そのため、広く県民の皆さんに菜花のことを知ってもらいきっかけになればと思います、老若男女問わず食べやすく優しい味わいに仕上げました。LFPには初めて参加しましたが、県内のさまざまな企業や生産者の方とつながり、新たな取組や可能性が生まれました。商品開発だけでなく、会議の際に観光牧場の方にお声掛けいただき、牧場での試食会を予定しています。千葉県には魅力のある農林水産物が豊富です。今回の経験をもとに商品の種類を増やしていくことが目標です。地場産物のPR、ひいては千葉県の農業を盛り上げるお手伝いをしていきたいと考えています。

消費者への価値共有

お米ならではの軽やかで心地よい食感、食べた後、ほんのりとした菜花の余韻が残ります。菜花の苦味を取り除いてあるので、野菜が苦手なお子様でも美味しく楽しめます。

運営や支援の工夫

多数の地元事業者を巻き込み、菜の花畑を有する観光スポットとのタイアップ企画により、観光施設への集客と商品の認知の拡大に取り組みました。

パッケージデザイン



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:株式会社コンサルート
 神奈川県横浜市中区尾上町5-80神奈川中小企業センター2F
 Tel:045-633-5215

LFP
 パートナー数
26
 社・団体
 2024.12
 現在

プロジェクト
 創発数
1

曾我の梅やその副産物を活用した高付加価値商品・体験メニューの展開

新商品・サービス等概要

関東三大梅林にもなっている曾我梅林の、栽培期間中農薬不使用の梅などを活用したフルーツシロップや、梅干し製造過程で生まれる梅酢でつくった梅塩を生かした梅づくしのイタリアンメニューやジビエの体験メニューを開発。



曾我梅林で生産されている梅

プラットフォーム参画者

- ▶ 農林水産業4者【(同)10decades等】、流通加工業4者【美遊JAPAN(有)等】、小売サービス業7者【cucina vegetale Cuore Ricco等】、消費者5者、行政等支援機関6者【小田原市農政課等】

研修会等開催実績

- ▶ 研修会:8/3
- ▶ 戦略会議:9/10、11/21
- ▶ 消費者評価会:12/7、1/13
- ▶ 成果報告会(研修会):2/6

梅干しの生産風景



プロジェクトの進行過程

(同)10decades 平澤 勉さん
 cucina vegetale Cuore Ricco 小嶋 一生・小嶋 麻美子さん
 Recovery and Reload 宮本 亮・栗原 すみれさん
 美遊JAPAN(有) 岩 篤志さん
 (株)エリアコンシェル 前島 真弓・飯山 淳二さん



社会課題

- ・地域の産品である梅干しの消費量低下や近年の梅の不作、梅農家の担い手不足が課題。
- ・梅干しを生産する過程で生まれる副産物(梅酢)の活用。

1 プロジェクトの誕生

曾我梅林で梅の生産を行っている(同)10decadesの平澤さんを中心に、LFPパートナーの企業など多くの方が共感・協力し、梅を使った活用方法が検討され、地元産の梅果実を使ったフルーツシロップ、梅塩や梅を使ったイタリアンメニューの提供、梅とジビエの体験メニューなどが始まりました。

2 プロジェクトのあゆみ

フルーツシロップのレシピ開発を行い、現在、量産に向けて試作を行なっています。多くの試行錯誤をしながら、梅塩を使用した梅塩飴等の派生商品も試作中です。梅づくしのイタリアンメニューの開発を進めるとともに、ターゲットや体験メニューについて話し合いを重ねプログラム案を策定し、消費者評価会を行い改善していきます。

3 今後の展望

5年後に梅および梅関連商品・サービスの売上1,000万円を目指しています。

新しい価値を生み出す取組



目指す経済成果・波及効果

梅の実の活用により地域の農業や経済が活性化することで、就農増加や曾我地域の農家等の環境充実を図り、100年後にも続く営みを目指して取り組んでいきたいと考えています。

新しい価値

単なる商品・サービス開発だけでなく、商品を通じて食や農の価値を共有する人たちのつながりを提供していきます。

戦略会議の際の集合写真



消費者への価値共有

梅の実を使った商品・サービスを通じて、自然に配慮した農園経営や曾我地域の暮らしなどを知ってもらい、誰かに語りたくなるような経験を提供していきます。

運営や支援の工夫

商品・サービスの実現にあたり、具体的にかつ伝えたいことがしっかり伝わるようプロジェクトの実現方法を検討していきました。

取組の詳細は、こちらからご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(同)10decades 平澤 勉さん

小田原と梅にこだわり多様な新商品などを創出新しい曾我梅林を目指す

曾我梅林は広くその名を知られていますが、農家の後継者不足で先行きが不透明です。そこを何とかしようと、農家・流通加工事業者・小売業者・レストランなど多様な人々が集い、およそ半年の間に、梅などの無農薬果実を素材にしたシロップ・梅塩・梅塩飴などの新商品や、梅を使ったイタリアンのコースメニュー、ジビエと組み合わせた体験メニューなど、10種類以上の新商品・新サービスを生み出しました。小田原の活性化を目指し梅などの地域資源を活用しようとする人たちが意見を交わし、連携して次々に新しいものを生み出していくプロセスはエキサイティングで楽しいものでした。最初は「梅の時代はもう終わった」とあきらめムードだった年配の農家の方々も、プロジェクトの進展に沿って「何か新しいことができる」という期待を抱いてくれているようです。曾我梅林を住まいなりわい・人づきあいができる新しい梅産業の地に変えていくことを目指して取組を継続したいと思います。

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
 長野県伊那市荒井3428-7 allaオフィスC
 Tel:0265-96-0938

LFP
 パートナー数
223
 社・団体
 2024.12
 現在

プロジェクト
 創発数
11

大小2本のサプライチェーンから 県産小麦の認知向上と 消費拡大、そして生産振興へ

新商品・サービス等概要

「長野県産小麦の認知・消費拡大と生産振興」をテーマに県産小麦の流通拡充を目指し、県全域を覆うサプライチェーンの強化拡大と、地域内を循環するサプライチェーンの構築に取り組む。



令和6年度LFPながので開発された新商品

プラットフォーム参画者

▶行政38者【小布施町、安曇野市、松川町等】、各種団体14者【(公財)長野県学校給食会等】、農林水産業33者【JA全農長野、(株)Wakka Agri、(株)あづみのうか浅川等】、食品メーカー77者【柄木田製粉(株)、(株)セブン・イレブン・ジャパン等】、教育・研究機関10者【長野県須坂創成高校、信州大学等】、県内農産物直売所19者【小海町農産物加工直売所等】

研修会等開催実績

- ▶研修会:5/30、6/13、7/4
- ▶戦略会議:8/30、10/24、1/30
- ▶意見交換会:8/8、9/5、12/26
- ▶記者会見・消費者評価会:11/11
- ▶学校給食提供:11/14
- ▶対面試験販売会:11/30
- ▶消費者評価会:11/17、12/21
- ▶成果報告会:1/15

プロジェクトの進行過程

(株)産直新聞社 代表
毛賀澤 明宏さん

社会課題

社会情勢等から増加傾向にある県産小麦の需要に対し生産が追い付いていない。さらに小ロット製粉に対応していた地域の製粉所が相次いで閉鎖し、小規模農家が小麦栽培を断念せざるを得ない状況に直面。

1 プロジェクトの誕生

小麦生産者、ベーカリー等を中心に、生産から製粉、加工、販売、消費を地域内で循環するサプライチェーンの構築を目指します。2事業者が新たに製粉機を導入し、地域の特徴を生かしたパンやパスタなどが開発されました。

※長野県では広範な方々が参加する一層目のプラットフォームをベースにして、小麦だけでなくエノキタケやアップサイクルなどをテーマとする二層目のプラットフォームを並行して走らせています。それぞれ新商品・新サービスが生み出されているだけでなく、テーマを超えた連携や相乗効果が生み出される持続的な仕組みづくりを進めています。

2 プロジェクトのあゆみ

地域製粉所の減少を受け、農家やベーカリーが製粉機を導入。新たな製粉所と生産者・食品加工者(ベーカリー・レストラン等)をつなぎ、商品開発を実施。この取組は北信・中信・南信の県内3カ所で展開されました。

3 今後の展望

小規模農家と小ロット製粉業者をつなぎ、「顔の見える小麦」の強みを生かした地域内循環の枠組みを拡大します。具体的には消費者の細かなニーズに応じた小麦栽培体制を構築。生産者が高品質な小麦を無駄なく栽培できる仕組みを拡大し、地域農業の活性化に貢献します。

新しい価値を生み出す取組



同じ市内の生産者と実需者が直接やりとりできる仕組みが小規模サプライチェーンです。

目指す経済成果・波及効果

市や郡単位の小規模で小麦を流通させることで、輸送費削減や食品ロス防止が可能に。品種の指定や粒度調整など、消費者の要望を直接生産者に伝え、適正生産や価格向上を実現。また製粉を生産者が担うことで、鮮度を落とさずに製粉できるため、小麦の香りが失われません。

新しい価値

これまで地域の小さな製粉所で製粉・販売されてきた小麦ですが、高齢化等により製粉所が減少し、小規模生産者は大きな打撃を受けました。今回、新たに製粉機を導入する事業者が増えたことで、小規模生産者が小麦栽培を続けられることが期待されます。

茅野市永明小学校での食育の授業の様子「県産小麦について」



消費者への価値共有

県産小麦の魅力を伝えるべく、「信州こむぎ大行動Vol.2」と題して、記者会見・消費者評価会や直売所での対面試験販売会を実施。小麦の地産地消意識とエンカールマインドを醸成しました。また学校給食への県産小麦100%パン提供を通じ、次世代への食育も推進しました。

運営や支援の工夫

商品開発が継続的かつ自発的に起きるよう、加工業者だけでなく生産や流通に携わる事業者も同じ場で議論し、一過性ではなく継続性のあるビジネスの場をつくりだしました。

取組の詳細は、
 こちらから
 ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



信濃食産工業(株)代表取締役社長
山田 寛さん

顔が見えるつながりで
 「小さくチャレンジ」
 農家がもうかる仕組みを

「こだわって小麦を栽培しても商売として続けるのが難しい」という声を年々聞くようになり、この現状を打開する仕組みをつくるのが直面している課題でした。当社では小型製粉機を導入し、生産者が小麦栽培を継続できるよう模索しています。今回、地元須坂市の学生が栽培した小麦や農産物を使ったオール須坂市の商品を開発しました。小学生たちが考えた商品アイデアは大人にはない発想で「知らないことも武器だ」と気付きを与えてもらう楽しさもありました。生産から販売まで顔の見えるつながりで商品をつくることは、結果が直に返ってくるので面白く、また、小さくスタートすることができます。LFPはそれが実現できるぴったりの取組だと思います。LFPに参加したことでさまざまな業界や現場の方と関わり、製造技術や考え方などについて非常に刺激を受けました。今後もLFPを通じて小さなサークルがたくさんつくれるよう努めながら、地元や生産者へ恩返しができるよう課題に取り組んでいきたいと思っています。

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
 静岡県藤枝市高柳1-17-23
 Tel.054-635-4651

LFP
 パートナー数
83
 社・団体
 2024.12
 現在

プロジェクト
 創発数
2

B級規格の地域果実を活用した 新商品を開発することで 地域の課題解決を目指す

新商品・サービス等概要

低価格で取引されるB級規格果物等を活用した新商品を開発することで新たな収益化を実現し、地域の生産者の所得向上を目指す。



B級規格いちごと老舗の甘酒を粉末化して作ったフルーツ甘酒

プラットフォーム参画者

▶農林水産業25者【岩品農園等】、食品関連業9者【(株)天神屋等】、小売販売業14者【(株)タカラ・エムシー等】、販売支援業19者【(株)Shinker、ベジプロモーション(株)等】、各種団体9者【観光協会、NPO等】、その他7者【自然塾(じねんじゅく)等】

研修会等開催実績

- ▶研修会:6/28、8/8
- ▶戦略会議:9/20
- ▶ビジネスのたまごアイデア交換会:11/25
- ▶中間報告会(消費者評価会):12/26
- ▶成果報告会:2/13

ビジネスアイデアを出し合うワークショップを開催



プロジェクトの進行過程

岩品農園 岩品 孝則さん
 北川意匠計画室 北川 剛大さん
 バーグマン COMMUNICATIONS 田形 友幸さん
 ベジプロモーション(株) 辻田 敬介さん
 かど万米店 増田 俊さん
 (一社)藤枝市観光協会 村松 希さん



社会課題

販売過程で低価格で取引されるB級規格の農産物の収益向上が課題。

1 プロジェクトの誕生

静岡LFPでは令和3年度から活動を進める中で「未利用資源」をテーマとした課題が多くあがっており、今回は9代目のいちご農家がリーダーとなり、「廃棄等されるB級規格のいちごを何とかしたい」という思いを共有し、いちごと甘酒を粉末化するプロジェクトが立ち上がりました。

2 プロジェクトのあゆみ

B級規格のいちごの活用を進めていく議論を重ねる中で、B級規格のいちごは、供給量のばらつき、物流の未整備、生果としての使用制限など特有の課題があることが分かり、旬の時期での活用や、長期保存可能商品などのビジネスアイデアが創発されました。

3 今後の展望

本プロジェクトで開発したいちご甘酒だけではなく、他の農産物を活用した商品開発にも広げていき、農家の所得向上を目指しています。

新しい価値を生み出す取組



老舗麹店「かど万米店」での発酵工程



目指す経済成果・波及効果

生産者同士のネットワークを生かした未利用資源の調達、国内で唯一のマイクロ波減圧乾燥^{*}の加工技術を掛け合わせ、静岡の豊富なフルーツやお茶などを活用していくことで、各生産者が抱えている課題解決に取り組むことを目指します。

^{*}マイクロ波減圧乾燥とは、熱風乾燥でもフリーズドライでもなく、ほぼ真空の状態でマイクロ波を用いる乾燥のこと。

新しい価値

フルーツ甘酒を粉末化するという新しい取組。フレーバーとしての活用や「スポーツ×ヘルスケア」の分野でも展開し、将来的には輸出も検討していきます。

消費者評価会にて、既製品と飲み比べを行い、アンケートを実施。



消費者への価値共有

近年人気が高まっているフルーツ甘酒を粉末化することで、他の農産物の活用等、様々な展開が考えられます。

運営や支援の工夫

プラットフォーム参画者がもつネットワークを共有し、課題となっていた加工やマーケティング視点を取り入れ、開発を進めました。また研修会での試飲の他、地域の飲食関係者にも試飲してもらうなど、多様な声を参考にしながら商品をブラッシュアップしていきました。

取組の詳細は、
 こちらから
 ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



岩品農園
 岩品 孝則さん

「B級規格いちご×甘酒」
 粉末加工の取組で
 新たな出口開拓へ

市場では低単価で取引されるB級規格のいちごを生かしたいと新商品の開発に踏み出しました。温暖な気候の静岡県では、3月以降のいちごはどうしても柔らかくなり市場流通ができないいちごやB級規格が増えてきてしまいます。そこで、個人的に好きな甘酒と合わせて粉末状に加工することで、通年安定して出荷できる新商品の開発を目指しました。甘酒は瓶などで販売されていますが、重く割れやすいため運搬には向きません。粉末加工することで安く輸送できるのは大きな強みになると考えています。粉末加工した際の味と品質には苦労しました。加工の工程で熱を加えて乾燥させるため甘味が抜けてしまい、試作品第1号は薄い味になってしまいました。粉を溶かす際にダマができるのも課題でした。食品由来の成分を加えて品質向上を図ることも可能ですが、試作を重ねることで新たな方法を探っています。静岡県にはお茶や野菜など多くの未利用資源が眠っています。この粉末加工の取組が拡大して地域資源の活用が発展し、地域の課題解決につながればと思っています。

福井県

福井県 農林水産部 中山間農業・畜産課 農村ビジネスG
地域事務局:株式会社ウララコミュニケーションズ
福井県福井市板垣3-1510
Tel:0776-36-9175

LFP
パートナー数
42
社・団体
2024.12
現在

プロジェクト
創発数
1

人の思いが紡ぐ郷土料理の 歴史と文化に触れる 至福の食文化体験観光ツアー



福井県の食文化を体験するツアーの開発

新商品・サービス等概要

「福井県の食文化の継承」を目指し、各地域で受け継がれてきた食文化を生かした体験ツアーの開発に取り組んでいます。

プラットフォーム参画者

▶観光事業4者【ふくいヒトモノデザイン(株)等】、食品卸売業3者【(株)カリョー等】、食品加工業3者【社会福祉法人足羽福祉会等】、農林業5者【滝本ふぁーむ等】、水産業2者【幹昌丸等】、小売販売業12者【(株)ヤササキ等】、樹脂成型加工業1者【山嘉商店(株)】、研究機関3者【福井県食品加工研究所等】、各種団体5者【うるしの里いき協議会、勝山市エコミュージアム協議会等】、アドバイザー4者【郷土料理研究家、食育リーダー等】

研修会等開催実績

- ▶研修会:7/18、11/12
- ▶戦略会議:8/7、9/11
- ▶個別グループヒアリング:8/28、8/29、8/30、9/4、10/10
- ▶間接補助事業者ミーティング:9/20
- ▶消費者評価会:12/4
- ▶成果報告会:2/13

プロジェクトの進行過程

福井県 農林水産部 中山間農業・畜産課 農村ビジネスG
鈴木 友菜さん

社会課題

食の多様化や家庭環境の変化、食文化の後継者不足、生活の効率化により、福井の食文化の継承が困難になっている。

1 プロジェクトの誕生

地域商社である、ふくいヒトモノデザイン(株)が主体となり、食文化の継承を担う女性グループ、地元農家、飲食事業者等が連携し、まずは地域の食文化を継承する人々の知識等を生かした観光商品を開発するプロジェクトが立ち上がりました。



2 プロジェクトのあゆみ

郷土料理研究家による「ローカルフードについて知り、学び、受け継ぐ人材」を創る講座を開催し、郷土料理に対する機運を醸成しツアーガイドの育成を図りました。

3 今後の展望

体験商品として付加価値をつけるため、食文化を生かした商品・サービスのブラッシュアップを行い、ガイディングスキルを提供者が身につけていき、経済利益を創出することで、食文化の継承を目指します。



新しい価値を生み出す取組

福井の食を提供する飲食店等は従来からありましたが、歴史・文化・風土に紐づくストーリーを伝えるガイディングスキルを高め、その付加価値を価格へ転嫁させて提供・販売します。

地域資源の組合せ

国内だけではなく、インバウンドの需要獲得も目指していきます。

【郷土料理の提供】
県内飲食店



【提供・販売】
ふくいヒトモノデザイン(株)

ガイディング
スキルの向上



体験ツアー内で提供されるメニューの一部



目指す経済成果・波及効果

各地域の行事で人から人へ継承されてきた食文化を、体験するツアーとして提供するビジネスモデルを構築。将来的には県内各地の食文化を体験するツアーとして開発し、福井の食文化の体験ツアーとして提供できるよう取り組んでいます。

新しい価値

これまで福井の食文化を飲食店で食べたり、加工品として口にする機会はありましたが、体験ツアーとすることで味に加えて、その土地の風土や受け継いできた人、受け継がれてきた歴史等の新たな価値体験を提供します。

多種多様なプロジェクトメンバー



消費者への価値共有

人から人へ受け継がれてきた食文化を生かした観光商品を開発することで、関心のある人々へ食文化を手軽に体験できるといった価値を提供します。

運営や支援の工夫

郷土料理研究家の佐々木京美氏に加え、体験ツアーを販売する地域商社ふくいヒトモノデザイン(株)や、伝統工芸品の事業者等で体験ツアーの開発に向けた意見交換を重ね連携につなげました。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



ふくいヒトモノデザイン(株)
観光事業部 部長
林 麻未さん

未来につながる
付加価値のある食の
観光商品の開発と
体制づくり

特に若い世代で郷土料理を知らない人が年々増え、食文化を伝える人が減ってきています。福井県の食文化が途絶えてしまうという危機感から、地域に埋もれている文化を浮かび上がらせて活性化を目指そうと、郷土料理研究家の協力のもと、新たな観光サービスの開発に乗り出しました。福井県には里・山・海の3つのエリアがありますが、各地域の特徴を生かした商品づくりにこだわりました。単に食べて終わる商品ではなく、地域性や食の歴史などストーリー性を伝えられるよう企画しました。若者や外国人観光客には新しい体験を楽しめる商品に、ご年配の方には「おばあちゃんやおふくろが作っていたな」と懐かしさを感じていただける商品になっていると思います。ただ、これまで料理を作っていた方がガイドまで担うと負担が重いという問題があります。付加価値をつけることは重要ですが、まず継続することが必要です。引き続きこのプロジェクトに取り組み、いずれこの活動が周りを巻き込むうねりとなればと願っています。

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:NPO法人 津市NPOサポートセンター
三重県津市大門7-15 津センターバレス3階
Tel:059-213-7200

LFP
パートナー数
356
社・団体
2025.2
現在

プロジェクト
創発数
2

鉄道を利用し 三重の新MIYAGEを 都市圏へ輸送し販売

新商品・サービス等概要

三重県産の米や海産物を活用し、新商品「MIYAGE」を開発し、鉄道事業者、駅ナカ販売事業者と連携した輸送・販売の仕組みを構築。



冷めても香り高い県産ブランド米「結びの神」でつくったおにぎり

プラットフォーム参画者

- ▶ 農林水産業117者、食品加工製造90者、卸・小売39者、商社・流通31者、行政・団体29者、ものづくり25者、飲食16者、観光・宿泊6者、大学・研究3者

研修会等開催実績

- ▶ 研修会:8/1、8/9
- ▶ 戦略会議:9/9、9/20
- ▶ 成果報告会:1/31

多様なプラットフォームメンバーが集まり、研修会等を実施



プロジェクトの進行過程

米生産者 川口 一夫さん

ワンハート三重(株)代表取締役 柘井 敬之さん

近畿日本鉄道(株)

創造本部観光開発・地域共創部課長 藤田 浅崇さん



社会課題

二大都市圏に比較的近い地域である三重県北部では、高齢化の進展、若年層の流出等により地域経済社会の要となる農林水産業や中小の食品事業者等の経営環境の変化が顕著となりつつある。

1 プロジェクトの誕生

名古屋駅等での「駅ナカ」販売事業の展開を目指すワンハート三重(株)は、地域産品を使った事業を模索していたところ、LFPへ参画したことで、農業者等とのつながりができ開発のヒントが生まれました。

2 プロジェクトのあゆみ

三重県の水稲主産地のひとつである伊賀地域の農業者と連携し、コシヒカリや県が開発した水稲「結びの神[®]」を活用。鉄道事業者の貨客混載のノウハウや、大学生・高齢者活用・地域活性化方策のノウハウを組み合わせたビジネスモデルを掲げました。

※「結びの神」とは、県育成の米品種で高温に強く近年は一等米が9割以上の高い比率で推移している。

3 今後の展望

鉄道事業者の退職者が自主的に活動するコミュニティを後押しし、就農や加工・販売事業に地域で参加してもらい、地域活性化のノウハウを持つ学生らが地域で活躍する場を創出していきます。

新しい価値を生み出す取組

地域資源の組合せ

【米生産】
(水稲技術のノウハウ・
生産者の呼込)
米生産者
川口一夫ほか

【販路・広報・
輸送サービスの提供】
(駅ナカ等での
販売・貨客混載輸送)
近畿日本鉄道(株)

【市場調査・
商品企画】
(大学生や教員などが
参加する試作品の
評価会の実施)
県内の大学・高校

【加工・販売】
(運搬手配・
市場調査・試作)
ワンハート三重(株)

今年度の取組を発表した成果報告会の様子



目指す経済成果・波及効果

2027年で4,000万円程度の売上を目標とし、農業収益安定のモデルとなることで、地域内での新規就農者を増加させます。

新しい価値

県下有数の水稲生産地の生産者と鉄道事業者が連携することで、都市部と農村部間の人と商品の交流・流通を促し、高齢者や若者が活躍する組織を生み出すなど、地域活性化の新しいビジネスモデルを創出します。

みえの安心食材認証を取得した登録農家生産者のみが作った県産ブランド米「結びの神」



消費者への価値共有

「みえの安心食材認証」を取得した生産者であることをPRし購買意欲につなげます。また鉄道輸送は定刻発車であり短時間輸送という特徴を生かし、より鮮度が高い状態で食品を届けることができます。

運営や支援の工夫

三重県は南北に長く地域ごとに特色を持っていますが、広く声掛けを行い、参加事業者の募集をしました。そこで出会った仲間と連携によって解決に向かえる環境を作れるようにと運営を心掛けてきました。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



ワンハート三重(株)
柘井 敬之さん

おにぎりを電車で載せて 三重から発信する新戦略 Z世代に向けた商品化も

三重県産の「伊賀米コシヒカリ」や「結びの神」を、三重県内でおにぎりに加工して、近鉄電車で載せて大阪や名古屋に運びます。電車で運ぶことによって輸送コストを抑えられ、早く目的地に届き、二酸化炭素排出を抑制することができます。近鉄電車は貨客混載事業に既に取り組んでおり、ノウハウがあります。電車で運ぶことは農家と消費者の間に介在する業者を減らし、農家の収入を増やすことにもつながります。また、三重県内で加工することで、地元の雇用を生み出します。今後この事業が発展すると農家は直売所に持っていき、そのまま電車に載せて消費地へ運んでいくといった展開も考えられます。おむすびの味や具材については、地元の高校生や大学生の意見を取り入れ、Z世代の好みを生かしたオール三重産のおむすびとして、商品の魅力を広げていきたいと思っています。今後、駅ナカでの販売において、学生の多いエリアでは商品構成を変えていくことなども検討しています。

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
京都府京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地
京都経済センター3階 京都府中小企業団体中央会内
Tel:075-708-3704

LFP
パートナー数
600
社・団体
2025.2
現在

プロジェクト
創発数
8

ヴィーガンにも対応した 冷凍弁当から始まる 京都産食材の魅力発信

新商品・サービス等概要

主に観光客に最新の急速冷凍技術をベースに四季折々の京都産食材を活用した弁当を国内外向けに開発。冷凍という利点を生かしニーズに合わせた豊富なバリエーションのメニューを実現。



解凍

レンジ解凍後も作りたての品質を保持

プラットフォーム参画者

▶農林水産業103者、食品製造・加工業172者、製造業(食品以外)21者、卸売・小売業65者、飲食サービス業89者、情報通信業12者、観光・宿泊業15者、医療福祉業7者、金融・保険業6者、専門サービス業25者、大学・研究機関10者、関係団体等51者等

研修会等開催実績

- ▶研修会:7/19
- ▶研修会・戦略会議:8/1、9/9、9/25、10/3、10/4、11/27
- ▶成果報告会:1/31

試作を何度も重ね開発を行う



プロジェクトの進行過程

(有)京フーズ
代表 関佳彦さん



社会課題

訪日外国人増による食の多様性への対応や食品ロスの削減。これらの課題に対応するホテルや飲食店等の人手確保。

1 プロジェクトの誕生

訪日外国人が直面する食の問題にどう対応できるかを共通の課題に、LFPを通じてプロジェクトメンバー同士が出会い、宿泊業界への解決策の提案と観光客を通じて、京都産食材を国内外に知ってもらえるプロジェクトとして、冷凍弁当の開発が始まりました。

2 プロジェクトのあゆみ

販売先となり得る事業者のニーズにあわせた商品開発を行うとともに、京都産食材にこだわる要望に応えるために、プラットフォームメンバーの人脈を駆使して食材探しもしました。

3 今後の展望

お弁当のみならず、おかずセットや業務用の冷凍総菜の展開も考えています。様々なニーズに対応できるように冷凍技術を活用しながら、京都産食材の認知拡大とブランド強化を目指します。

新しい価値を生み出す取組



訪日外国人に向けて販売し京都産食材の魅力発信



目指す経済成果・波及効果

サプライチェーンの各段階が連携した新商品の開発で、農家や加工業者の収益向上を目指します。また、訪日外国人向けの提案を実施することで、京都産食材の認知度向上に伴う食材の輸出への期待もあります。

新しい価値

訪日外国人増の課題をビジネスチャンスに変えました。食材のサイズや冷凍技術をもとに工夫し、冷凍に合う食材の選定にもこだわり、時短で提供できる彩り豊かな冷凍弁当を開発しました。また、弁当製造工程もメンバーの知恵と経験を生かし、作業の効率化を図ることが出来ました。

アルコールブライン凍結機*を使用し、急速に弁当を凍結



消費者への価値共有

ホテル等の販売先を通じ、訪日外国人へのアプローチも実現できます。フライトで深夜にチェックインする訪日外国人への食事提供が可能となりました。

運営や支援の工夫

定期的にメンバーの意見交換の場を設け、伴走支援の担当プロデューサーが多様な意見を随時取りまとめながら、プロジェクトを遂行してきました。常に販路を意識した商品開発を実施したことで、消費者ニーズに合う商品開発につながりました。

*アルコールブライン凍結機とは、包装した食品を超低温の液体アルコール(-35℃)に漬けて急速に凍結させる装置です。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



京都府LFP プロデューサー
中田 慧悟さん

食の多様性への対応と 京野菜の魅力最大化 「冷凍弁当」で実現

京都ではインバウンド増に伴い、食の多様性への対応が喫緊の課題となっています。中にはイスラム圏のハラール食などのように特定の食べ物が禁じられている国もあります。ホテルや飲食店にはその対応が求められていますが、人手不足で対応しきれない状況です。今回のLFPでは、こうした課題に応えるために、京都産食材をふんだんに盛り込んだ「冷凍弁当」の開発に取り組みました。京野菜の魅力を最大限に訴求したいと考えたからです。京野菜にはそれぞれ旬があり、多彩な種類の野菜を生かした料理を一年を通じて提供することは簡単ではありません。そこで冷凍弁当です。旬の時期に収穫した野菜を冷凍保存することで、四季を通じて好きな京野菜を使った弁当を作れるようになります。提供する際も冷凍ですので、お客さまがいつでも解凍し温めるだけ。今回はまずモデルとなる弁当を作りましたが、実際には事業者ごとに受注生産の方がよいかもしれません。多様なニーズに対応できるようにしていきたいと思っています。

宮崎県

宮崎県 農政水産部 農業流通ブランド課 6次産業化推進担当
 地域事務局:公益財団法人 宮崎県産業振興機構
 (みやざきフードビジネス相談ステーション)
 宮崎県宮崎市錦町1-10 宮崎グリーンシアター番館 (KITENビル) 3F
 Tel:0985-89-4452

LFP
 パートナー数
281
 社・団体
 2025.1
 現在

プロジェクト
 創発数
5

希少柚子を核とした ローカル食文化・ブランド 価値向上プロジェクト

新商品・サービス等概要

香りの良い希少な柚子を活用した加工商品開発や受注・配送サービスの構築により、地域のブランド価値向上と食文化の認知向上を図る。



約500mと標高が高く寒暖差のある産地の斜面で育つ西米良村の柚子は、季節によって青柚子と黄柚子で楽しめるのが特徴。

プラットフォーム参画者

- ▶ 農林水産業90者【ゆずファクトリー等】、食品関連業97者【(有)米良食品等】、観光事業8者、金融4者、外食中食業7者、その他75者【ヤマト運輸(株)等】

研修会等開催実績

- ▶ 第1回研修会:5/13
- ▶ 第2回研修会(ワークショップ):6/11
- ▶ 戦略会議:9/27、10/22、11/8、1/30
- ▶ 中間報告会:11/13
- ▶ 消費者評価会:8/18、12/21・22、2/13
- ▶ 成果報告会:3/17

戦略会議の様子。青柚子を戦略商品とし、青果での出荷率を上げる工夫を検討しています。



プロジェクトの進行過程

西米良村 農林振興課
 課長補佐 中武 浩二さん

社会課題

- ・香りの良い希少な柚子を守り、その香りを生かした村伝統の食文化のPR。
- ・柚子生産者、村内事業者の収益向上。
- ・地域の柚子生産者の減少、高齢化、地域に販売ノウハウが不足していることによる生産意欲の低下。

1 プロジェクトの誕生

令和4年度に村内の農業者、加工事業者、役場が中心となり、柚子をテーマに新たなブランドを立ち上げ地方創生を進める「西米良ブランド創生塾」を設立し、村の価値の棚卸や販売・活用戦略を熟考してきました。このプランを実行するためLFPに参画し、山村文化の持続的な発展と経済成長を目指して柚子を活用するプロジェクトがスタートしました。

2 プロジェクトのあゆみ

西米良村の柚子ブランドの基盤づくり(香り成分の分析および評価等)や、販売・流通強化に向けた特殊個包装フィルムの検討、ギフトセットの開発を行いました。また柚子加工品の商品バリエーションも増やし、営業体制の構築も行うとともに、消費者アンケートを受けてブラッシュアップに取り組んでいます。

3 今後の展望

本年度実証した特殊個包装フィルムを活用した出荷体制と、今後導入予定のAI搭載選果機との相乗効果により加工品の4~5倍の値段で取引される青果の出荷率を2倍レベルまでに拡大したいと考えています。村内には柚子以外にも誇れる特産品があるため、本事業で培った経験を基に、地域活性化のため更に精進していきたいと思えます。

新しい価値を生み出す取組



西米良村香の柚子協議会の柚子生産者



目指す経済成果・波及効果

柚子農家の収益向上、柚子の販売体制モデルを構築することができました。将来的には柚子の消費を更に伸ばし、農家や関係事業者の収入(所得)が安定するよう取り組んでいきます。

新しい価値

農家の高齢化や担い手不足により、柚子の販売が低迷していましたが、新たな販売体制を構築し、高付加価値の商品開発を行うことで地域活性化を目指しました。

青柚子個包装のパッケージ(鮮度保持包装使用)



消費者への価値共有

寒暖差が激しい山間地で育ち香りが強いとされる村産柚子の香り成分の分析・評価等を行い、消費者に特徴をより明確に伝えることができました。店頭に並んでいるだけだった青柚子の特徴をパッケージに記載し、冬眠状態にする特殊フィルムを採用したことで、長期間の鮮度保持ができるようになり、生産者にとっても新しい体制が整いました。

運営や支援の工夫

協議会やマーケティング会社とプロジェクトの進行などについて意見交換や県内事業者とのマッチングを実施し、プラットフォーム内連携とビジネス連携につなげました。

取組の詳細は、
 こちらから
 ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



ゆずファクトリー
 濱砂 充伸さん
 (西米良村香の柚子協議会会長)

村のブランド確立や流通工程の改善で継ぎたくなる農業へ

柚子農家ですが、以前は農業とは縁のない仕事をしていました。そのため客観的に農業の問題点に気付くことが多く、しかもそれは農家だけでは解決できない問題でした。会社勤めの経験を生かせたらと思っていた時にLFPを知り、プロジェクトに参加しました。まず取り組んだことは、柚子の価値を伝えることと流通の改善です。高品質な柚子を消費者に知っていただき、適正価格で販売すること。農家に対しても香りが価格に結びつくようにしています。流通に関しては、箱詰めの手間を省くことができないか関係者と調整している最中です。農家が普通に生活できるようになってほしい、農業を継ぎたくなる職業にしたいと思って取り組んでいます。LFPは個人農家だけではできないことにチャレンジでき、企業の皆さんと同じ目線で話ができることも大変ありがたく感じています。ゆくゆくはこの活動を村のさまざまな農産物や食文化に展開し、西米良村の“ローカルフード”を多くの方に知っていただきたいと思っています。