



ローカルフードプロジェクト
LOCAL FOOD PROJECT

LFP+



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



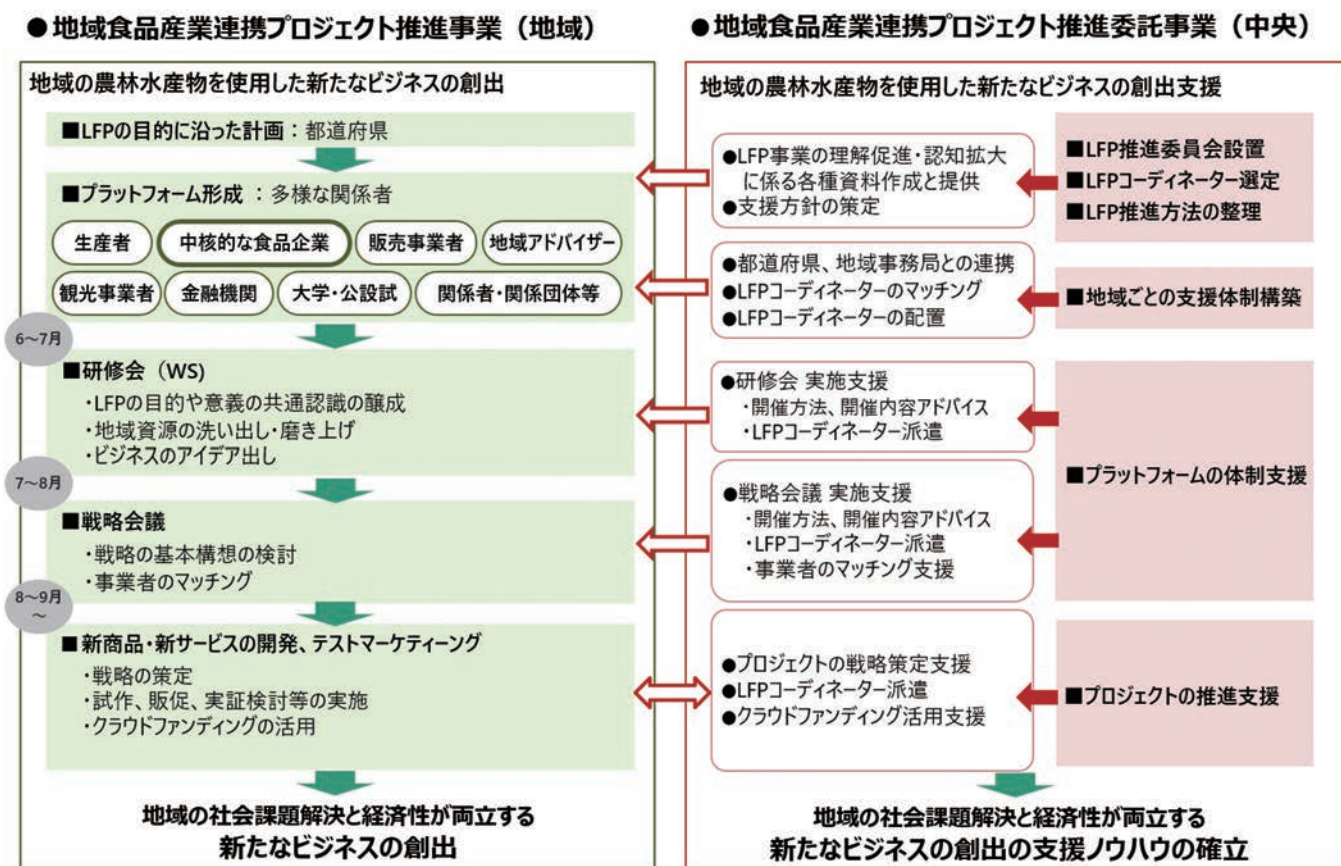
事業の仕組み・流れ

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、冷凍コロッケを開発。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。

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。

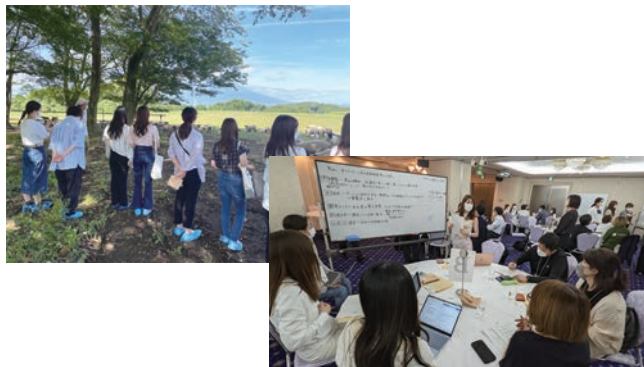
生産者、食品加工業者、福祉事業者、小売・流通事業者等、研究機関、地域金融機関、加えて観光事業者、デザイナー、機械メーカーなどが参画。

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。