

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

LFP パートナー数

25 社・団体
(2023.3 現在)

● 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。



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。

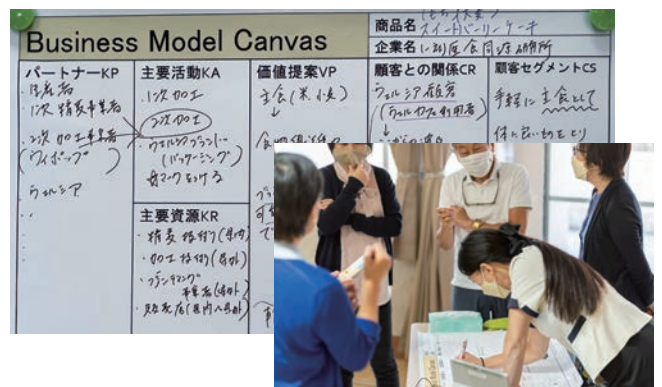
農林漁業者、食品製造事業者、流通販売事業者、ホテル、金融、スポーツ財団、FM パートナリティ、広告会社、金融機関、医療機関、商工会議所、JETRO など。

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。

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。

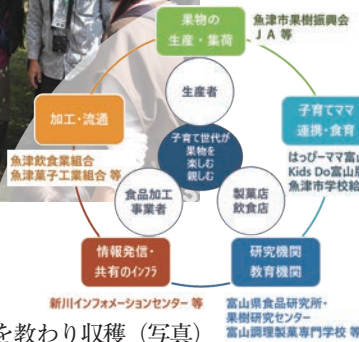
LFP パートナー数

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。

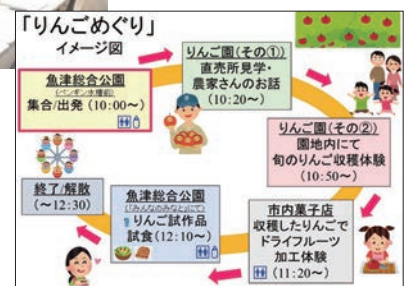
農業者、菓子工業、飲食業、ホテル旅館関連団体、子育てメディア、学校給食センター、教育機関、金融機関、県研究機関、ケーブルテレビ等が参画。

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 J A 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。

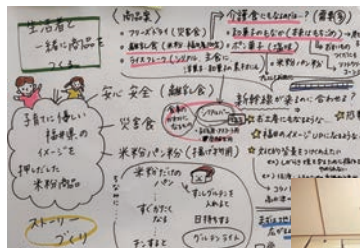
農業者、農協、菓子工業組合に参画する和菓子メーカー、製粉業者、流通業者、地域商社、和紙工業組合組合員、漆器工業組合組合員、観光開発事業者、同志社大学、(株)福井新聞社等。

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

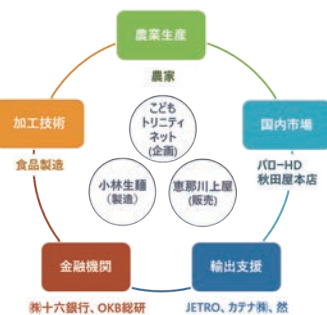
事業所管：岐阜県農政部農産物流通課
地域事務局：一般社団法人食農連携推進機構

● 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（まんな農場、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）、パロー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。