

愛知県

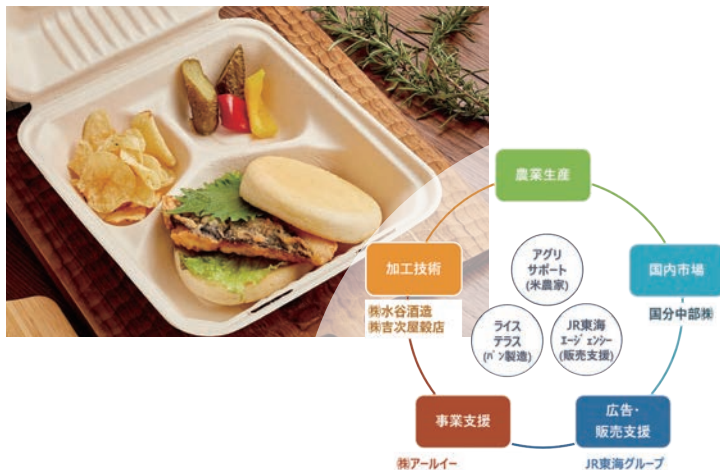
事業所管：愛知県農業水産局農政部食育消費流通課
地域事務局：株式会社パソナ農援隊

● 県産米で地域の食文化「モーニング」の新スタイルを創出

食料自給率の低下、食物アレルギー等の社会問題に対応するため、多様な業種のもとで県産農林水産物の幅広い活用可能性を検討し、新商品開発を通じて新たなビジネス及びスタイルを創出する。

LFP パートナー数

107社・団体
(2023.3 現在)



県産米 100%の米粉パンやケーキを開発、毎日の食卓に米を取り入れる新スタイルを提案。

新たなビジネスの価値

- 食料自給率の向上を図るため、県産の米や食材を活かした新しい食体験を提案する。米粉パンに、県内の特産品・食文化と組み合わせたご当地名物のモーニング（朝食）を広める。
- LFP パートナーの販売チャネルを活用して、地域の食材や食文化を発信し、地域のにぎわい創出につなげる。

プラットフォームの体制

- 地産地消を掲げて生産者団体、スーパー・飲食店など流通関係者、消費者団体に至る幅広いネットワークを構築する「いいともあいち」及び「あいち6次産業化ネットワーク」を軸に、愛知県内外の食品製造事業者、調理師学校、商品化支援やプロデュースを行う専門家等が参画。

米や野菜などの農業生産者、県産野菜加工や米穀加工などの食品製造業者、食品商社、商品開発や販路支援等を行う専門家、広告代理店、製菓調理専門学校など。

新しい取組・仕組みづくり

- 県産米の用途を米食以外に広げる観点から、愛知県独自の食文化とのコラボ、特徴的な文化である「モーニング」への提案などを行い県産米粉の製造から米粉パンの製造流通まで県内でのサプライチェーンの構築に取り組む。

ビジネス創出のプロセス

- グループワークで、地域資源・強みを活かしたビジネスアイデアを検討。プロフィールシートを作成して各社の資源や事業アイデアを可視化するとともに、個別面談やオンライン会合の機会を設けて、パートナー間の交流・連携を促進した。
- 米粉パンを県内で生産・流通するサプライチェーンの構築に向け、取組を発信してビジネスパートナーの掘り起こしに取り組んだ。



LFP パートナーがもつ販売チャネルを活用し、一般消費者向けに店頭でテスト販売を実施。

三重県

事業所管：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

● 県産品を活かした食体験で「三重県発 well-being」を広げる

三重県の農林水産業と地域資源・技術を連携させ、植物由来食品をはじめ健康や環境配慮など、社会や消費者意識の変化に即した新商品・新サービスを開発し、新たな需要を創出するとともに、海外展開もめざす。

LFP パートナー数

967 社・団体
(2023.3 現在)



健康によいとされる県産の食材を組み合わせ、健康志向を意識したプラントベースフードを開発。



新たなビジネスの価値

- 忙しい現代人の心身の健康 = well-being のため、そばの実をベースとしたプラントベースのレトルト粥を開発。
- 海藻、麴など地域由来の食材、食文化を組み合わせるなど素材や味つけのバラエティをもたせ、食習慣・健康改善プログラム食として提案。
- 健康志向・オーガニック志向が強い欧米市場に向け、日本の素材・食文化を提案・発信。

プラットフォームの体制

- 地魚を使った離乳食の開発・販売 (EC) を手がける「ディーグリーン」を中心に、県の食農プラットフォーム「みえフードイノベーションネットワーク」に呼びかけてプロジェクトチームを組成。

グリーンクリエイティブいなべ、くざき鯉おべん企業組合、河村糰こうじ屋など農林水産物の生産・加工事業者、イーナバリ (OEM 製造)、ディーグリーン、JETRO 三重、県工業研究所など。

新しい取組・仕組みづくり

- 国内外の健康意識が高い消費者をターゲットに設定。well-being に寄与する食プログラムとし、健康によいが日常的に取り入れにくい素材を組み合わせ、気軽に摂れて続けやすくし、健康効果を実感しやすくした。
- 1 食分のレトルトは海外市場では少なく、温めるだけで食べられる簡便性を提案。

ビジネス創出のプロセス

- 未来志向でありたい取組を考える「フューチャーマイニング」手法で、ビジネスアイデアを検討。
- 海外展開に向けて、県内の輸出実績、健康食の市場可能性を検討。今後は、日本の素材や食文化に対する評価、食習慣との相性を調査し、令和 6 年度以降の海外展開をめざす。



展示商談会に出展して潜在的な需要を発掘し、商品をブラッシュアップ。

滋賀県

事業所管：滋賀県農政水産部みらいの農業振興課食のブランド推進室
 地域事務局：滋賀県食品産業協議会

● 地産地消 × 滋賀県版 SDGs で、県産小麦をまるごと活用

琵琶湖等の環境保全に寄与するため、生産者、食品産業を中心に多様な産業の参画のもと、県産小麦「びわほなみ」をまるごと使った新商品・新サービスの展開を図ることにより、持続可能な地域づくりを進める。

LFP パートナー数

36 社・団体
(2023.3 現在)



琵琶湖の環境保全 (MLGs) の普及につながる中華麺を開発。



新たなビジネスの価値

- 琵琶湖版 SDGs 「Mother Lake Goals」 (MLGs) と連携。琵琶湖の環境保全や生態系保全につながる中華麺。
- 琵琶湖は地域の暮らし、産業を支える共有財産であり、商品の購入を通じて、県民自身が琵琶湖の環境保全に積極的な参画・貢献につながる。「おいしく食べて、琵琶湖の環境保全に貢献」。

プラットフォームの体制

- 滋賀県食品産業推進協議会、滋賀県の「おいしがうれしが」推進店、滋賀県新ビジネス創造研究会員等に呼びかけて事業者を参集。

小麦の農業者、JA、製粉技術を有する加工業者、小麦を使用する製麺業者・製麩・製菓業者、文具メーカー、コンビニ、飲食店、地域金融、旅行代理店、小麦産地の自治体など。

新しい取組・仕組みづくり

- 蒸気加熱殺菌技術の導入で、消費期限の延長、ゆで調理がいらぬ中華麺（水でほぐすだけで食べられる麺）を開発、利便性と ECO を追求。
- 小麦のふすまを練り込んだ麺、麦わらを使用した包装資材や紙の開発など、小麦をまるごと使い切ることによりチャレンジ。
- 小麦の地産地消、環境負荷を軽減した商品の開発により持続可能な地域づくりの仕組みを創る。

ビジネス創出のプロセス

- ワークショップでは、中華麺の開発以外に、非可食部や残渣活用の可能性、コト消費、MLGs の普及など、アイデアの種を共有。
- また、地域のお土産品の開発に取り組む大学生グループのアイデアも取り入れ、商品コンセプトや魅力発信の方法などを検討。
- LFP パートナーの交流機会をつくり、事業者の連携を促進。中華麺の開発以外に、麦わらを紙材にするアップサイクルの取組を創出。



中央 LFP のコーディネーターの助言により、MLGs を起点としたビジネス展開について議論を深めた。

京都府

事業所管：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

● 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

消費志向の変化やコロナ禍による外食・観光需要の減少等の社会変容に対応した中食マーケットにおける新たなビジネスモデルを構築することで、「京もの」ブランドの更なる価値向上と食関連産業の収益アップを目指す。

LFP パートナー数

276 社・団体
(2023.3 現在)



京懐石のミールキットに、京都ならではの伝統工芸品、特別な体験を組み合わせ、輸出を目指す。

新たなビジネスの価値

- 京懐石に加えて、伝統工芸品、京野菜の収穫体験などを組み合わせて、自宅に居ながら、京都の食文化を体感。
- 海外における京都の知名度を生かし、京の食文化を海外に届ける。
- 京料理店等の技術を結集した家庭向け商品を開発し、外食や観光需要に過度に依存しない中食産業の新たなビジネスモデルを構築。

ビジネス創出のプロセス

- プラットフォーム内に「プレミアム中食」、「健康機能性」、「保存・流通技術」、「販路開拓・ブランディング」、「フードテック」の5つの専門部会を設置し、多数のビジネスアイデアを創出する仕組みを構築。
- 府独自の補助事業により、ビジネスの開始を支援（生産・加工・販売事業者の連携が条件）。
- その結果、京懐石のミールキットの他、産業廃棄される麦芽粕の有効活用、京もの食品や甘酒の海外輸出など16のビジネスを創出。

プラットフォームの体制

- 令和3年11月に、食に関連する多様な事業者のオープンイノベーションの場として、京都食ビジネスプラットフォームを設置。

農業者、食品加工業者、京料亭等の飲食サービス業者、大手百貨店等の卸・小売業者、大手運送会社、インターネット等の情報通信業者、機械メーカー、観光・宿泊業者、金融・保険会社、大学・研究機関、福祉団体など。

新しい取組・仕組みづくり

- 京懐石に朝日焼の器や丹後ちりめんの風呂敷など京都の伝統工芸品をセット。料理人とともに京野菜の収穫体験や漁港めぐりなどの特別な体験を提供。
- 保存技術・輸送体制を持つ事業者と連携し、小ロットの海外への輸出体制や冷凍技術の確立を目指す。



部会毎にアドバイザーを配置し、勉強会や情報交換の場を定期的で開催するなど、プラットフォーム内の事業者のマッチングやプロジェクト組成の仕組みを構築。

島根県

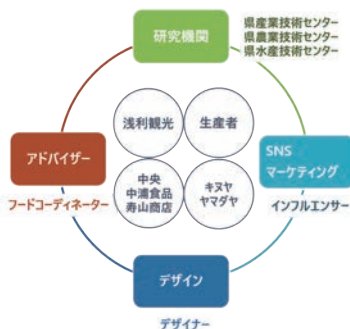
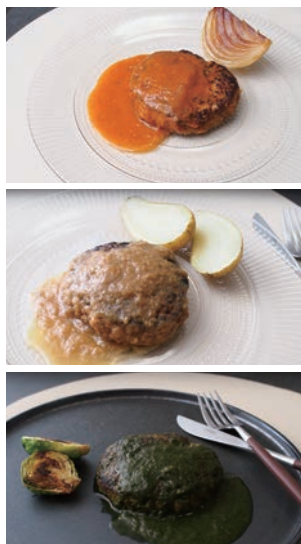
事業所管：島根県農林水産部産地支援課
地域事務局：株式会社ナレッジリンクス

● 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

農地の8割が中山間地域で小規模産地が多く、高齢化も進んでいる。高速道路網も未完成で規模の競争が不利なため、県 GAP や有機農産物を活用したローリングストック商品により産地の維持に寄与する産業を育成する。

LFP パートナー数

47 社・団体
(2023.3 現在)



県産野菜をソースにしたハンバーグ3種。

新たなビジネスの価値

- 健康志向の消費者ニーズに応える安全・安心な県 GAP 認証農産物や有機農産物を使用。
- ふるさとを感じさせる味付けで、災害時も日常も利用できるローリングストック商品。



日頃の生活の中で少し多めにストックする
「ローリングストック」の食品を
島根の美味しいものを集めてご提案する
島根の「おいしい」に携わる人と人をつないで
循環する食の新スタイルつくっていきます。
そして「ふるさとの味」を消費者、生産者
次世代の子ども達へつないでいきます。

プラットフォームの体制

- 県 GAP や有機農産物の生産農家を中心に、地域事務局のネットワークを活かして、食品加工業者、小売業者、物流業者、観光業者などに参加を呼びかけ。

農業者、食品加工事業者、流通業者、小売業者、飲食業者、物流業者、観光事業者、金融機関、ソフトウェア会社、フードコーディネーター、県研究機関など。

新しい取組・仕組みづくり

- 素材のままでは消費量に限界のある生鮮素材を県内で加工商品にすることで、生産者の収入増に寄与。
- 系統出荷では規格外となり、端材扱いだった生鮮素材についても、新たに取り扱いルートを開発したことで、生産者の収入増に寄与。

ビジネス創出のプロセス

- 3グループに分かれビジネスプランを作成。プレゼンテーションの結果、「美味しまね認証・有機農産物を活用した多機能レトルトフードプロジェクト」に決定。参画したい事業者を改めて募集し、間接補助事業体を組成。
- 採択に至らなかった「LFP ポータルサイト構築と観光農業のビジネス化」、「しまねのワンパク！タンパク！大作戦」も検討を継続し、事業化の可能性をブラッシュアップ。
- 間接補助事業以外に観光農業に関する新たなビジネスを1つ創出した。



(右) テストマーケティングの様子。
(左) 島根県 GAP 認証 (美味しまね認証) のマーク。

香川県

事業所管：香川県農政水産部農政課
地域事務局：-

● 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

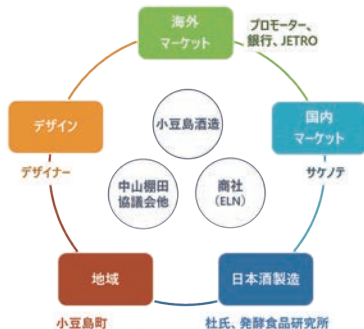
棚田百選の一つ小豆島の中山千枚田は農業者の減少等で存続が危ぶまれている。地元酒蔵を中心とした日本酒の開発により、県産酒米の生産拡大、伝統的景観保全、観光客の誘致、輸出等に取り組み地域活性化を図る。

LFP パートナー数

17社・団体
(2023.3 現在)



棚田の保全につながる
日本酒を海外に輸出。



新たなビジネスの価値

- 県産酒米「オオセト」やオリーブ酵母を使用したこだわりの日本酒を通して、国内外から棚田を含む小豆島の景観・環境に対する関心を促し、経済循環を生む棚田保全の仕組みを確立する。
- クラウドファンディングの応援資金の一部を酒米の生産者に還元して、酒米の持続的な生産につなげ、棚田を含む県内の農地の保全に貢献する。

プラットフォームの体制

- 小豆島唯一の酒蔵、日本酒のマーケティングの専門家、海外のプロモーターの参画により、日本酒の輸出ビジネスをサポート。

県内オオセト生産者、小豆島町中山棚田協議会、小豆島酒造(株)・同社フランス在住プロモーター、(株)ELN(流通販売)、但馬杜氏組合杜氏、デザイナー、(同)サケノテ(マーケティング)、小豆島観光協会、(株)百十四銀行、JETRO香川、小豆島町、県産業技術センター、県小豆農業改良普及センターなど。

ビジネス創出のプロセス

- 海外・国内マーケットのプロが日本酒の動向をアドバイス。また、観光協会が本取組を地域観光づくりに位置付けられるよう支援。
- 中山棚田協議会など島内農家に対して、本事業の趣旨を丁寧に説明することで、原料となる酒米「オオセト」の栽培協力を獲得。

新しい取組・仕組みづくり

- 酒米を主食用米と遜色のない価格で買い取ることで、棚田を含む県内の農地での農業生産の維持・拡大につながる。
- ぶどうを思わせる上品な香りで、日本酒初心者の外国人に受け入れられやすい大吟醸酒により、海外マーケットの開拓、小豆島へのインバウンド誘致を目指す。



「酒母四段」とよばれる特徴的な手法を用い、味わい深い製品となる。今年度はイギリスへの輸出に向けて、現地試飲会・商談会を開催。

徳島県

事業所管：徳島県農林水産部もうかるブランド推進課
地域事務局：-

● 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

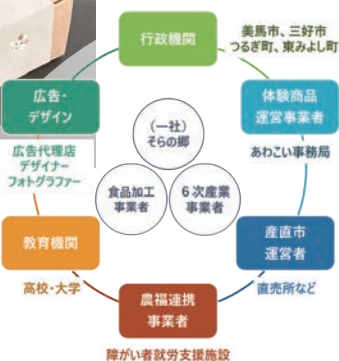
世界農業遺産、SAVOR JAPAN 及び観光圏に認定される徳島県西部の「にし阿波」地域は、食文化や生活の知恵を若い世代に伝承する仕組みを構築することにより、持続可能な社会に向けた啓発と山村集落の維持を図る。

LFP パートナー数

31 社・団体
(2023.3 現在)



にし阿波地域の伝統食
そば米ぞうすいのキット。



新たなビジネスの価値

- にし阿波地域の伝統食「そば米ぞうすい」は、簡単・便利な食生活になれた消費者に、素朴でやさしい味わいを届けるとともに、平家の落人伝説に想いを馳せる商品。
- にし阿波地域の歴史文化、景観と食を結び付けたビジネスモデルにより、若い世代の学びの機会の提供と、山村集落の維持を両立。

プラットフォームの体制

- にし阿波地域の DMO（観光地域づくり法人）を中心に、6次産業事業者等が参画し、体験プログラムと体験型のキットを開発。

そらの郷（DMO）、6次産業化事業者、食品加工事業者、デザイナー、ウェブデザイナー、フォトグラファー、広告代理店、農福連携事業者、高校・大学、あわこい事務局（体験商品運業者）、直売所等（産直市運営者）、JA、行政機関。

ビジネス創出のプロセス

- ワークショップでアイデアを募り、伝統料理の「そば米ぞうすい」のキットの商品化を決定。
- 体験プログラムは高校生や大学生等によるモニターツアーを実施し、参加者の意見を反映しながら内容を改良。

新しい取組・仕組みづくり

- 教育旅行で訪れた学生等が持ち帰り、キットを作りながら追体験することで、家族等と学びをシェアする、新しいコミュニケーションツールとして体験型のキットを開発。
- 体験プログラムとの相乗効果で、商品価値の高い地域観光サービスメニューを提供。



(上) 研修会風景。

(下) モニターツアーの様子。



宮崎県

事業所管：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

● 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

素材供給型産地構造や大消費地から遠隔地にあるため収益率が低く、更にコロナ禍対応等流通リスクに強いビジネス構築も課題となっている。このためポストコロナ対応商品や新物流サービスの開発により課題解決を図る。

LFP パートナー数

190 社・団体
(2023.3 現在)



ふわり点心シリーズのシュウマイ。
(注) 写真と体制は「ふわり点心開発プロジェクト」について。

新たなビジネスの価値

- 咀嚼能力が低下した高齢者も健常者も一緒に同じメニューを楽しめる惣菜の提供を通じて、ユニバーサルな食卓を提供する。
- 国内市場だけでなく、急激な高齢化が予測されるアジア市場の需要を取り込むことで、宮崎県産食材の消費拡大に寄与する。

プラットフォームの体制

- 多くの事業者が主体的に取り組めるよう、6つの分科会「輸出」、「有機」、「未利用資源・食品ロス」、「保存食」、「香り」、「観光・土産」部会を設置。
- 事務局組織の相談窓口機能を活かして、事業者の相談に応じる体制を構築。

農林水産業者、食品加工事業者、流通事業者、飲食業者、物流業社、商社、観光事業者、不動産業者、広告業者、デザイナー、金融機関、コンサルタントなど。

新しい取組・仕組みづくり

- ただ食べやすいだけでなく、家族全員で美味しく食べられるユニバーサルな商品。
- 世界をターゲットとするためSDGsを念頭に未利用魚やフードロスが課題だった肉等利用。
- 小麦粉に代えて県産米粉を原料に使用することで、国産原料への切替と消費拡大に貢献。

ビジネス創出のプロセス

- アイデアをもつ事業者のプランを磨くため、6月の研修会でワークショップ形式で意見交換。
- お互いのプロジェクトの進捗確認と情報交換のため、12月に中間報告会を開催。
- 次年度のプロジェクトの芽の発掘と、さらなるブラッシュアップのため、2月にプロジェクトの卵発表会を開催。
- 間接補助事業のほか、ホエイの有効活用や未利用魚による商品化など、6つのビジネスを創出。



ふわり天心プロジェクトのメンバー。

鹿児島県

事業所管：鹿児島県農政部農政課
地域事務局：さつまいも産業振興協同組合

● 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

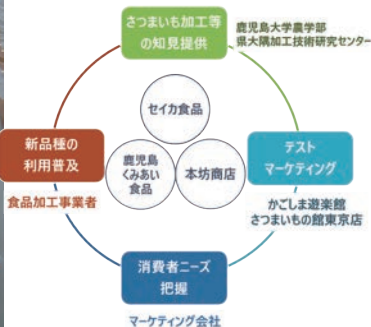
いまだに収まっていないサツマイモ基腐病に対処するため、生産者・加工事業者・小売事業者、その他関係機関が連携し、基腐病のリスクが相対的に少ない品種を導入し、需要を開拓する。

LFP パートナー数

12社・団体
(2023.3 現在)



芋の風味を生かした飴菓子。



新たなビジネスの価値

- 基腐病対策で導入する新たな品種について、加工事業者や小売事業者が加工適性などの知見を共有することで、新たな品種の普及につながる活用用途を開発。
- 個々の事業者では対応できない課題に対し、事業者が連携して供給量問題などのリスクも理解して活用することで、生産者の品種転換を促進。

プラットフォームの体制

- さつまいも産業振興協同組合を地域事務局とし、組合員である加工事業者や小売流通事業者に加え、生産者や大学、県支援機関等が参画。

鹿児島くみあい食品（生産者）、セイカ食品、九面屋、富士屋製菓、唐船峡食品、唐船峡食品さつまフーズ（食品加工事業者）、山形屋産業開発、本坊商店、かごしま遊楽館、さつまいもの館東京店（流通事業者）、日本有機（製造業）、鹿児島大学農学部、県大隅加工技術研究センター（研究機関）。

新しい取組・仕組みづくり

- LFP パートナーが連携して新たな品種の活用に努めて川下側から需要を掘り起こし、川上側にフィードバックすることにより、いち早く品種転換を促す地域連携の新たな品種への転換方式。

ビジネス創出のプロセス

- 戦略会議のワークショップで、参加しているLFP パートナーの強みについて情報共有。
- 消費者モニターによるオンライン座談会を開催し、さつまいも商品に対する評価や購入時のポイントなどを確認。
- 戦略会議等の検討結果を踏まえ、新商品開発の事業計画書をもとに中核事業者を選定、さらに関わる事業者を選定し組織化。



戦略会議の検討風景。



イロエミロていてハロー
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

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：一般社団法人食品需給研究センター）
〒114-0024 東京都北区西ヶ原 3-1-12 西ヶ原創美ハイツ 2階
TEL : 03-5567-1991