

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：北海道食品産業協議会・北海道科学技術総合振興センター

気候変動等の生産リスク分散と資源ロス軽減のため、新たなビジネスクラスターをめざす

収穫変動等のリスク分散のために、
北海道の素材由来の天然調味料の開発を通じた
産地クラスターを再構築する。



玉ねぎはJAおとふけが生産し、加工は業務用調味料を製造している和弘食品株式会社が担当した。手軽に本格的な味わいが出せるため飲食チェーン店などから問い合わせが来ている。

プラットフォームの形成

▶ 北海道食品産業協議会の参加企業を中心に、北海道科学技術総合振興センターやフード特区機構の支援先と連携先等、フードチェーンを構成する生産者や流通業者、異業種も加えて構築。

LFP パートナー数 | 320社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

- ▶ 令和3年度は、加工適性に優れた新品種の玉ねぎ「ゆめせんか」の生産者と調味料メーカー、地元シンクタンクなどが連携し試作開発に取り組んだ。旨味が強くて加熱しても変色しにくく、用途を選ばず利用できる玉ねぎの特性を活かし、業務用にも家庭用にも利用できる万能調味料を開発した。
- ▶ 地域の商品を住民が購入することで地域経済を支える未来を標榜しサポーターズクラブも構想した。

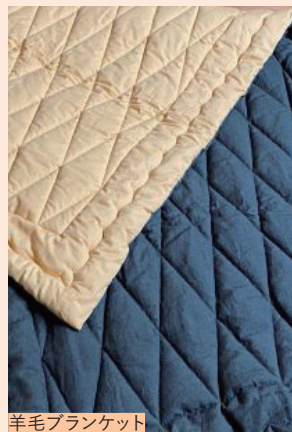
岩手県

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

農山漁村をまるごと活かして 新しい価値を創造し、地域を次世代につなぐ

岩手県の農山漁村にある多様で豊かな食と食を取り巻く環境、文化、暮らしを育む「人」と「風景」を育て、その価値を磨き、
地域の恵みのバトンを次世代に引き継ぐ。



いわて羊連携協議会を主体としてめん羊の羊毛・皮を使った生活雑貨の製作・発信を実施。また、県内菓子メーカー6社が果実プレザーブを用いた新しいスイーツを製造し、消費者への発信を行った。

プラットフォームの形成

▶ 生産者、加工事業者、流通業者に加え、地域商社、デザイン、着地型観光の旅行会社、DMO、試験研究機関など、横断的な取組を可能とする幅広い業種が参加するプラットフォームを構築。

LFP パートナー数 | 33社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

- ▶ LFPパートナーの加工技術を活かし、めん羊未利用部分を使ったポーチやブランケットなどの生活雑貨を開発した。
- ▶ 菓子メーカーが県産果実を使用しやすいよう一次加工原料として果実プレザーブを開発した。
- ▶ 日本女子大学の連携授業で、「食」と取り巻く農山村全体を価値と位置づけて事業アイデアを広げ、食と体験を軸とした農村ツーリズムの事業モデル及び体制づくりに取り組んだ。

ムリ・ムダのない持続可能な加工・流通システムで地域経済を好循環化

米価低迷を背景に、平成30年から令和12年までに園芸産出額を食品産業等と連携して倍増させることを目標としており、野菜による域内サプライチェーンの構築と持続可能なビジネスの創出を目指す。

えだまめ生産



(株)櫻井農場 (1次事業者)

1次加工 (剥き豆にしてプランチング・冷凍)



マルヒ食品(株) (2次事業者)

乾燥・粉末化



(株)菓匠三全 (3次事業者)

ずんだ菓자에加工



(株)精華堂穀総本舗 (2次事業者)

ネーミング・パッケージ企画
消費者評価・販売戦略検討

(株)菓匠三全 (3次事業者)

県内産えだまめの利用拡大を事例として、加工用途で活用する際のサプライチェーンの最適化を実証し、次年度の取組拡大に向けた合意が形成された。

プラットフォームの形成

▶ 宮城県食品産業協議会を中心にサプライチェーンを構成する生産者、流通業者、テレビ局や大学、金融機関等異業種も加えたプラットフォームを構築。

▶ 県の戦略作目を題材に生産～販売を一体的に推進。

LFP パートナー数 | 20社・団体

2022.3 現在

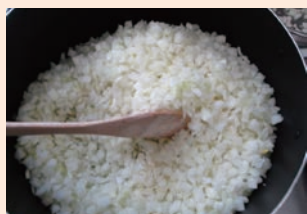
主な取組内容

▶ 3次産業事業者が中心となって、商品化に適した原料品質の明確化や保存・加工方法等をバリューチェーンの各段階で共有・規格化し、ムリ・ムダのない加工システムによって試作に取り組んだ。

▶ 「仙台銘菓萩の月」で有名な株式会社菓匠三全、国産有機米100%使用で知られる株式会社精華堂穀総本舗、登米市の株式会社櫻井農場が連携し、独自の粉体化技術等により豆の色や風味を活かした試作品が完成した。

産地化が進む品目を活用した業務用商材の開発・提供で、調理の時短を提供

秋田県の多様な食資源を生かすとともに、食料生産・経済・環境を持続可能とするローカルサプライチェーンを構築し、地域経済の好循環を図る。



玉ねぎのロースト(冷凍)やピューレ(冷凍)、加熱玉ねぎ(レトルト)など6種を試作し、実需者である首都圏飲食店のシェフなどの評価を経て、加熱玉ねぎ(レトルト)を商品化した。

プラットフォームの形成

▶ 農産加工ビジネスを展開するため、生産者・食品加工事業者・流通事業者はもとより、県内の学校給食納入事業者、大学などが連携。併せて首都圏の飲食店に販路をもつ東京の食品商社が参画。

LFP パートナー数 | 22社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

▶ 産地化が進んでいる玉ねぎをモデルに、株式会社大潟村あきたこまち生産者協会が中心となって、首都圏の飲食店のほか、県内の学校給食や飲食店向けに業務用の玉ねぎ加工品の開発に取り組んだ。

▶ 産地内に新たな加工拠点ができ、産地と県内外の実需者をつなぐサプライチェーンにより域内における経済循環体制の足がかりができた。

埼玉県

事業所管：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

見沼田んぼの休耕地問題解決を軸とした 新名物づくりと地域連携体の創出

休耕地や担い手不足の解消のため、多様な農業者と事業者が連携し、未活用の農産物を循環させるためのプラットフォームを形成。発酵技術を活用し、地域の新名物を創出、社会課題の解決を目指す。



「食事とのリアージュを楽しむ発酵ジンジャーエール」をコンセプトに、食卓でみんなで楽しめるノンアルコール飲料を開発。商品評価会(写真右下)では、料理との相性について意見聴取を行った。

プラットフォームの形成

▶さいたま市見沼区を中心に、農業者(生姜や唐辛子などのスパイスが中心)、食品加工業者(発酵ジンジャーエール製造)、百貨店・小売店、福祉作業所、各種専門家、公設試験場などが参画している。

LFPパートナー数 | 13社・団体

2022.3現在

主な取組内容

- ▶発酵ジンジャーエール製造技術を有する事業者を中心に地域若手農業者が連携、規格や形状の問題で出荷できなかった農産物をエキス抽出することで、活路を見出した。
- ▶強い辛みを持った唐辛子やかんきつの苦みなど、素材の持ち味をフレーバーにすることで、様々な原材料を持つ事業者との連携を目指し、試作を行った。今後、間伐材の食用利用など、活用可能範囲を広げる取り組みも続けていく。

長野県

事業所管：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

長野県産きのこを活用した ヘルシー商品の開発・販売

長寿県である長野県が健康増進に向け、食糧問題と味の追求の両立を意識し、生産量No1長野県産きのこを活用した社会課題解決モデルづくりを進める。



県産食材認知のための食育活動として「県産食材を使ったえのきメンチカツ」を学校給食で約1万5千食提供した。さらに動物性原材料不使用のえのきハンバーグを開発。

プラットフォームの形成

▶農業者(きのこ・野菜など)、食品加工業者、その他の商工事業者(物流)、流通・販売事業者、観光事業者、金融機関、各種アドバイザー、管理栄養士、メディアなどが参加

LFPパートナー数 | 52社・団体

2022.3現在

主な取組内容

- ▶きのこ生産量日本一である長野県がえのきの特性(栄養価や食味)を活用し、「食糧・環境問題の解決に寄与すること」を社会課題の解決と定義。
- ▶県産えのきの価値を県民等に再認識してもらうため、きのこ生産者と食品加工業者、管理栄養士が連携してハンドブックを作成し、食育・情報発信を実施した。さらにプロジェクトに参加する流通業者、マスコミと連携した海外輸出も目指していく。

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 JTB 静岡支店

フードロス削減をメッセージとした ミールキットづくり

静岡の食を知り尽くしたプロが作り出す静岡の新たなニーズ対応商材と
県産食材のロスを減らし、域内循環を生み出すことを目指す。



未利用食材を地域のプロシェフ監修のレシピ、生産者のストーリーを伝える雑誌つきサブスクリプション型商品「静岡を旅するミールキット(ミネストローネ)」を開発した。

プラットフォームの形成

▶ 農業者、食品加工事業者、飲食・小売事業者、観光業者、金融機関、大学・研究機関など多種多様なメンバーからなるプラットフォームを構築した。

LFP パートナー数 | 34社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

▶ コロナ禍で未活用の県産農産物が急増し、フードロスが発生していることを社会課題と定義。

▶ ふじのくにブランドの生産者と加工業者、ふじのくに食の都づくり仕事人のシェフを中心に、地域情報を発信するメディアが連携し、見た目や形に左右されず、素材の価値を生活者に届ける商品づくりを行った。

▶ 季節ごとに新たなメニューを追加し、ミールキットを通じて、静岡県の魅力を発信し、静岡県のファンの獲得につなげていく。

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：新潟県中小企業団体中央会

発酵シーズを活用した県民の 健康増進に寄与する商品づくり

米どころ新潟県が持つ発酵技術を活かし、
消費者の健康志向や食品ロスの解消に応えた
持続的なフードビジネスの創出に取り組む。



乳酸菌醗酵酒粕「さかすけ」(左上写真)の特徴である酸味を活かしつつ、すっきりとした味わいを追求したアイスクリームに仕上げ、健康や美容に関心のある30～40代女性をターゲットとした「ご褒美スイーツ」を想定して開発した。

プラットフォームの形成

▶ ローカルフードビジネスに取り組む農業者(稲作・酪農など)、酒造業者(酒造メーカー)、食品加工業者(アイスクリーム製造)、外食業者、小売事業者、各種専門家などが中心に参画している。

LFP パートナー数 | 15社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

▶ 清酒製造過程で生じる副産物である酒粕を用いて、県の研究機関が独自に開発した、乳酸菌醗酵酒粕「さかすけ」の栄養・機能性の特徴を踏まえ、日本酒のソムリエである酒ディプロマとシェフが味や成分を調整、生乳を生産し、さらにアイスクリームの加工技術を持った酪農家が参加するなど、これまでにならぬサプライチェーンを構築して連携を図った。今後、県内消費者だけでなく、県外への販売拡大や、商品のバリエーション展開を検討していく。

果物を通じて、地域ぐるみで 子育て世代の多様な関係性を構築する

県産果樹を活用した商品・サービスの開発により、子育て世代が親と子の関係だけでなく、親子と祖父母や親子と生産者などとの豊かな関係を構築することで、果樹産業や地域経済の活性化を図る。



子育てママの座談会を開催し、消費者の意見を活かした商品の試作品を開発した。また、園地見学や子育てメディアでの情報発信などを通じ、子育て世代が果物を「楽しむ」「親しむ」取組を展開した。

プラットフォームの形成

▶ 生産者、加工・流通業者をはじめ、子育てメディア、調理製菓専門学校、金融機関、IT事業者など、多様な業種・業態で構築した。地元産果物を題材に、地域ぐるみでの取組を推進した。

LFP パートナー数 | 31社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

- ▶ 果樹生産農家や加工・流通業者、子育てメディアが連携し、子育てママの参画による「規格外の果物を活用し、栄養価や風味を活かしたドライやピューレなどの一次加工品の開発」や、「園地見学や収穫体験などのサービスの開発」に取り組んだ。
- ▶ 果物のもつ魅力の発信や、生産者と消費者の接点づくりなどを通じて、果物の消費拡大を目指している。

消費者参加型の商品開発による 地域共創ビジネスの構築

未来志向で持続可能な「稼げる」ビジネスの創出を通じて、子育て女性をはじめ多様な人材が参画・活躍する社会をめざして、農村地域、食文化、農のある豊かな環境を未来につなぐ。



ママ356人の意見をもとに、農産物加工事業者がもつ低温スチーム加工技術を用いて県産野菜を加工、野菜の栄養と素材の味が楽しめるスープを開発。

プラットフォームの形成

▶ 消費者から1次・2次・3次事業者を巻き込んだ食農コミュニティの形成をめざし、子育てママNPOを軸に、農家、加工業者、流通事業者、試験研究機関、地元金融機関等で構築した。

LFP パートナー数 | 14社・団体

2022.3 現在

主な取組内容

- ▶ 子育てママNPO、女性農業経営者、農産物加工事業者が連携し、子育て世代の食の悩みをもとに、野菜の栄養を丸ごと味わえ子供から高齢者まで家族全員で楽しめるスープを開発した。
- ▶ ママ目線で、地域に根ざし安全安心な商品进行评估する「ママ認定制度」にも取り組んだ。

資源・技術・知恵が融合し 持続可能な地域をつくる循環型経済の構築

農林水産資源を核として、100年先の未来に続くための

多様なビジネスを創出するとともに、人（知恵・技術）と資源が融合する

サーキュラーエコノミー（循環型経済）を構築し、持続可能な地域システムをめざす。



令和4年秋にオープンする直売所で販売する商品のモデルとして、オリーブオイルの魅力を生かしたマヨネーズ、フレーバーオイル、石鹸を試作開発した。

プラットフォームの形成

▶ 県内を中心としたさまざまな事業者等が参画する「みえフードイノベーション・ネットワーク」を軸として、LFPプラットフォームを形成。

LFPパートナー数 | 768社・団体

2022.3現在

主な取組内容

▶ 今年度は、関係者で定めた「オリーブを暮らしの中に」というコンセプトのもと、長島観光開発株式会社（ナガシマファーム）を中心に、県内食品メーカー、研究機関等と連携し、複数の商品を開発した。

▶ 同社で栽培・生産するオリーブオイルの魅力を生かした商品づくりと、製油過程で生まれる残渣の有効活用の検討、商品の統一デザイン制作など、「オリーブのまちづくり」への準備を行った。

新たな需要創出に向けた京都ならではの フードビジネスの構築

ライフスタイルの変遷、コロナ禍による観光・外食需要の減少などの

社会変容に対応した「力強い京都府食産業のビジネスモデル」を構築する。



生産者と京料理店が連携し、高所得者層向けに家庭で楽しめる新商品を開発した。京懐石だけでなく、清水焼や朝日焼の京血、京丹後ちりめんなどの京都伝統工芸品や特別な体験メニューを付加した（写真はイメージです）。

プラットフォームの形成

▶ 生産者や飲食店に加え、技術提供が可能な加工事業者や機械メーカー、流通事業者など、多数の異業種が参画するプラットフォームを構築した。

▶ 異業種連携により新たなビジネス創出を推進した。

LFPパートナー数 | 105社・団体

2022.3現在

主な取組内容

▶ 生産者や京料理店、伝統工芸品メーカー、観光事業者など多種多様な業種が互いの知恵と技術を持ち寄り、京都の文化・伝統を包括した付加価値の高い商品を開発した。また、観光需要に過度に依存しない、新たな消費者層の需要開拓に取り組んだ。

▶ 食品保存に関する技術等を保有する事業者と連携し、海外も含めた遠方への輸送を見据えた販路拡大を目指している。