



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5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

CASE STUDY

令和5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.

「地域で連携」
持続可能な
ビジネス
創出事例集。



ひとりではなく みなだからこそ実現できる

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	北海道	蒔絵×日本酒で海外に日本の伝統文化や北海道の魅力を発信
10	宮城県	県産農産物のフル活用によるフードロス削減で新たなビジネスを創出
12	栃木県	ミルクの国とちぎ発 お米×ミルクでとちぎのリブレ 柚子×チーズで和チーズ展開
14	群馬県	豚肉・有機小麦に注目! ぐんま食材の魅力発信!
16	千葉県	千葉県が誇る農林水産物を活用して国内外の新たな需要を創出
18	神奈川県	小田原産の低利用魚を美味しく楽しく! 地域の魅力再発見に
20	長野県	食べよう!つくろう! 信州こむぎ大行動!!
22	静岡県	未利用資源を活用して持続可能な消費・生産サイクルづくり
24	富山県	地域の希少農産物を活用した商品で持続可能なビジネスの構築
26	福井県	ふくい米粉ブランドを目指して新たなビジネスの創出
28	三重県	「県産食材」×「発酵技術」で三重の食材と人を満喫!!
30	京都府	有機農産物の冷凍商品化により新たな価値を付加したサプライチェーンを構築
32	島根県	地域の野菜×地域の仲間 持続可能な地域社会へ
34	香川県	小豆島の千枚田とオリーブ酵母が育んだお酒を国内外に
36	宮崎県	みやざきの想いつながる 夢ひろがる 小麦粉・米粉プロジェクト
38	沖縄県	離島が中心となり、食のプラットフォームを構築 「沖縄そば専用カレー粉」を地域ブランドに!

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3年度から始まり、令和5年度は16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の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、新たな出会いや想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と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り組み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り組みを「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り組みを「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創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。

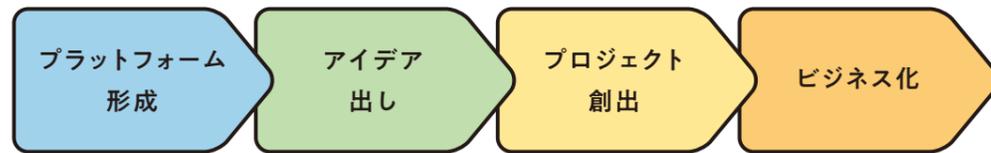
プラットフォームで プロジェクトが生まれ ビジネスへ発展

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。

北海道

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、株式会社ニトリパブリック

CASE STUDY

事例



蒔絵×日本酒で海外に 日本の伝統文化や 北海道の魅力を発信

LFP
 パートナー数
343
 社・団体
 2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶国内市場が縮小する中、海外需要の取り込みを目的に、道内の酒蔵、酒や食品の卸会社、酒米の農家、調味料などの食品製造事業者等が輸出拡大の取組に向けてプラットフォームに参画しています。
- ▶このテーマのもとにビジネスプランを募集したところ複数の応募があり、アイデア発表や参加者間でのグループディスカッションを経て、6つのプロジェクトが誕生しました。
- ▶「蒔絵ラベルの日本酒プロジェクト」では、海外での日本人気と、日本酒のイメージと響き合う伝統技術「蒔絵」に着目。北海道の日本酒の魅力を発信し、海外販路拡大やブランド力向上などを目指し多業種連携で取り組んでいます。



左：北海道北部の増毛（ましけ）町で栽培される酒米は「吟風（ぎんぷう）」など。道産酒米の作付面積は近年増加傾向ですが、日本酒の消費は減少傾向にあり、新たな需要獲得が課題です。

右：日本最北の清酒蔵・国稀酒造（株）。良質の米と蔵人の丹精込めた技量により、美味しい酒造りに励んでいます。今回、業界の垣根を越えて日本伝統文化との融合に取り組んでいます。



STORY

プロジェクトの進行過程

多様な業種の方に
 参加いただき、アイデアの
 ブラッシュアップや連携促進が
 図られました。



北海道 経済部 食関連産業局
 食産業振興課 輸出振興係 主任 滝本 悠介さん



2023年8～9月

研修会・戦略会議

海外市場を目指した多様な業種の事業者が、「輸出」をテーマにアイデアを出し合い6プロジェクトが始動。1つのプロジェクトでは国分北海道（株）が中心となり、ビジネスアイデアのブラッシュアップを行いました。

VOICE

プロジェクトメンバーの声



国分北海道株式会社 地域共創部事業共創課
 河内 幸人さん

新しい切り口の戦略で 日本酒を高付加価値化 輪の広がりに期待

北海道の酒米と日本酒の消費を上げる仕組みづくりのひとつの手段として、輸出を進めていくため、酒米農家と酒蔵、輸出の機能を担う当社、そして蒔絵を手がける漆器製造業者が中心になって課題に取り組みました。これまでいろんな酒蔵が輸出を試みっていますが、さまざまな日本酒のどこが違うか分かりにくい、そもそも同じようなラベルが多くて見分けにくいという反応が海外の展示会でありました。そこで、日本酒と親和性のある伝統的な蒔絵を瓶に施して付加価値を高め、差別化を図ろうという戦略に絞り込みました。6種類のデザイン案が生まれ、海外のバイヤーにアンケートを取った上で評価を見極め、商品化していこうと考えています。LFPは関わる方が多いため、入り口（原料）から出口（販売）までのサプライチェーンを可視化し、共有する必要があると思います。参加のメリットは多様なつながりができること。さらに輪が広がっていく期待感があります。

2023年12月
 プロジェクトの
 誕生

2

道内には多くの酒蔵があり、海外では日本人気も上がってきています。その中で北海道の日本酒の魅力を発信する方法を模索。まずは第一印象の酒瓶のラベルに着目し、日本の伝統文化「蒔絵」を瓶に施した日本酒を道内の国稀酒造（株）と、和歌山県の漆器製造業者が連携し開発。



2024年1月

商品開発の工程

和歌山県の（有）橋本漆芸が持つ「蒔絵」をガラス瓶に施す技術で、日本酒のボトルに唯一無二の「蒔絵」をデザインし、高級感、希少性をプラス。道産日本酒を高付加価値化することで、海外市場での拡大を目指します。

3

今後の展望

「蒔絵」をラベルにした日本酒は、日本酒の美味しさのみならず、日本の伝統文化や北海道の魅力を伝えるきっかけを提供します。北海道ツーリズムへの想いを誘発し、産地や歴史への関心の高まりも期待しています。

4

