

京都府

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

CASE STUDY

事例



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

プロジェクト創出に至るまで

- ▶ 農業者、食品加工業、料亭や飲食店、大手百貨店、小売業者、運送会社、情報通信会社、機器メーカー、観光・宿泊業、金融機関、大学、研究機関、福祉団体など多様な業種の方が参画してプラットフォームを形成。生産・加工・流通・販売などの各事業者の特徴や技術の連携により付加価値の高い新商品・新サービスが自発的に創出される仕組みをつくり、オープンイノベーションの場を提供しています。
- ▶ プラットフォームには5つの部会を設置し、それぞれのテーマで研修会等を定期的に開催し、情報交換やマッチングの機会を提供しており、今では口コミで次々と事業者を呼び込む好循環を生み出しています。
- ▶ 各部会にはプロデューサーが伴走し、研修会の企画のほか事業者の困りごとを解決に導く役割を担っています。今年度は33個のプロジェクトが進んでいますが、そのうちの一つに、希少な有機いちごやサツマイモの有効活用のため、長期保存が可能な冷凍食品の開発プロジェクトが進んでいます。このプロジェクトでは、有機認証付きの加工品の小売・流通を拡大するとともに、有機栽培ほ場の拡大を目指しています。

LFP
パートナー数
468
社・団体
2023.12現在

左：かみむら農園の上村慎二さん。「ひとを感動させるものを作りたい」と35歳で就農。自身がいくつかのアレルギーを持つことから、本当にオーガニック食材が必要な方々に届くよう、美味しく心にも体にもやさしい野菜・果物づくりを探索し続けており、上村さんが栽培した超レアな有機いちごを活用。

右（サツマイモ）：京都府綾部市で自然に寄り添った栽培法で育てられた“紅はるか”を3ヶ月以上蔵で熟成させ、しっかりと甘みを引き出して焼き芋に仕上げました。サツマイモ本来のおいしさを皮ごと楽しめします。



STORY

プロジェクトの進行過程

新たな取組への
第一歩をともに！



京都府 農林水産部
流通・ブランド戦略課 主事 戸野谷 衣純さん

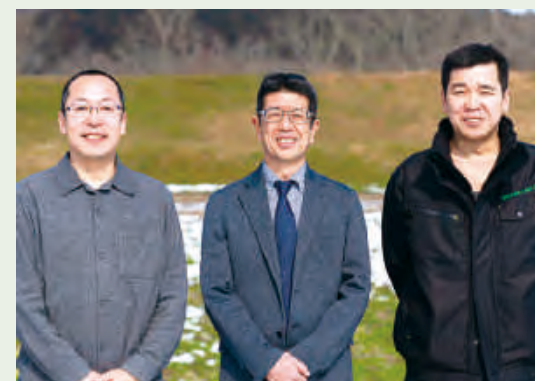


1 研修会・戦略会議

学びの場として5つの部会に分け、研修会の開催やプラットフォームにおける新たなプロジェクトの創出を促す機会となるよう、会場には商品展示ブースを設置。連携を促すための交流会を複数回実施しました。

2 プロジェクトの誕生

高品質な有機いちごの収穫期である4月には販路が少なく、また小さいサイズのサツマイモは活用されず廃棄されることも多い。そのために有機サツマイモ農家でもある（株）健康ファームの冷凍設備を有効活用して、長期保存が可能な冷凍商品化を目指しました。



3 販売・流通

京都市内の複合商業施設GOOD NATURE STATIONを運営し、以前からLFP事業のテストマーケティング等をサポートしている（株）ピオスタイルが中心となり府内の小売店とともに販売を行う予定です。

4 今後の展望

有機農産物の冷凍商品開発以外にも、介護食、宇宙食、府を横断する物流網の整備、京都産米粉活用、野菜の端材を使用した清水焼の開発など33のプロジェクトが生まれました。今後は、多くのプロジェクトがビジネスに繋がるように取り組みます。

＜京ものブランドサプライチェーンの構築＞

各段階でブランド価値を付加し、相乗効果で大きく育てる



VOICE

プロジェクトメンバーの声



京都府LFP チーフプロデューサー
小畑 陽一さん

仲間だけじゃない 「伴走者」が いるのがLFP

食品等の開発・販売事業者さんの号令でスタートした京都LFP。農産物の生産、加工・冷凍技術、ブランディングや販路確保などそれぞれの強みを持った方が集まり、いちごや焼き芋の冷凍商品などを開発しています。例えばいちご農家が他の生産者と一緒に仕事をする機会はまずないですし、異業種とは尚更。けれどLFPをきっかけに互いの課題を知り、学び合うことで、スキルアップに繋がったように思います。私は、生産量や費用面など取り組みを進める中で起こる悩みの相談先や事業者間の調整役として活動。理想と現実の壁にぶつかったときサポートするよう心がけています。LFPの主役はあくまでも事業者の皆さんですから、問題解決のお手伝いができた時には、やりがいを感じますね。第三者的な立場の伴走者がいるのも、京都府LFPの強みだと思っています。

島根県

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

CASE STUDY

事例



地域の野菜×地域の仲間 持続可能な地域社会へ

プロジェクト創出に至るまで

▶島根県は流通面などで不利な条件の小規模産地が多く、一般的な青果販売では他県との競争力に欠けるという課題があるなか、世の中の消費や嗜好の変化に対応する持続可能な農業・農村の実現を目指し、令和4年度からプラットフォームを形成しています。

▶県が推進する「美味しなね認証（県版GAP）」産品や有機農産物の規格外品などを活用し、長期保存でき、加工品の原料として利用できる乾燥野菜、野菜粉末の開発に取り組んでいます。具体的には、野菜粉末を活用したオリジナル商品、「フィッシュナゲット」「ナゲットソース」などの開発を進めています。



左：ほうれん草の発色を鮮やかな緑に保つために、島根県産業技術センター凍結乾燥の技術を駆使し、何度も試行を繰り返しました。

右：野菜粉末を活用したナゲット。誰でも食べやすいものを目指し、しっとりとした柔らかな食感を実現。ナゲットソースにも野菜粉末が入っています。

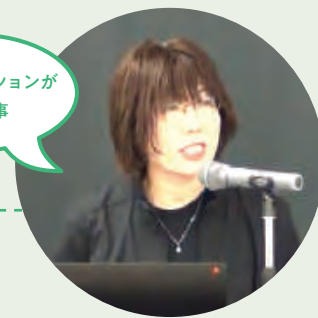


LFP
パートナー数
61
社・団体
2023.12現在

STORY

プロジェクトの進行過程

コミュニケーションが
一番大事



株式会社ナレッジリンクス 代表取締役
(地域事務局)

岸本 純子さん



2023年8月

研修会・戦略会議

研修会では、介護食品などの分野で幅広く事業に取り組むモルツウェル（株）野津社長の「ふるさとを守る」をテーマにした講演で意識の醸成を行いました。また次の研修会では2チームに分かれてアイデア出しを行い、それぞれ戦略会議での島根のイノベーション発表に向けた取り組みを行っていきま

2023年9月

プロジェクトの 誕生

地域産品を売り場の2割以上取り扱うという目標を掲げ、地域の生産者と共に持続可能な地域社会づくりを目指す地元スーパー（株）キヌヤを中心として、小売店、食品製造業、美味しなね認証生産者を含む農家などと一緒に「島根県を粉々にして世界にばら撒くプロジェクト」を推進しました。



2023年11月

商品開発の工程

試作開発のためキヌヤ産直会員生産者などから原材料を調達。県産業技術センターの協力のもと、2種類の乾燥方法で粉末野菜を試作しました。これを利用し、プロジェクトメンバー2者がそれぞれの強みを活かしてナゲットを試作開発しました。

今後の展望

LFPのパートナーが結束することでマーケットインのものづくりが可能になり、新しい価値づくりのための人と人、人と情報をつなげるためのプラットフォームが構築されました。この取り組みから生まれるモノや仲間が地域を豊かにし、それが持続可能な地域社会への一歩となったことを実感しています。今後も、「しまねLFPパートナー」は地域の可能性を最大限に引き出し、持続可能な未来の実現に向けて積極的に取り組みます。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社キヌヤ 代表取締役専務

戸津川 健さん

LFPのメリット

× 自社の強み

地域課題の解決めざす

LFPに参画している企業の業種はさまざま。地元有機野菜生産における価格や流通の課題解決を目指して、弊社で提案した粉末野菜を使った「フィッシュナゲット」の開発は、農家さんはもちろん、仕出し業者さん、練り物製造業者さん、包装業者さんなどが技術や経験を結集して進めています。

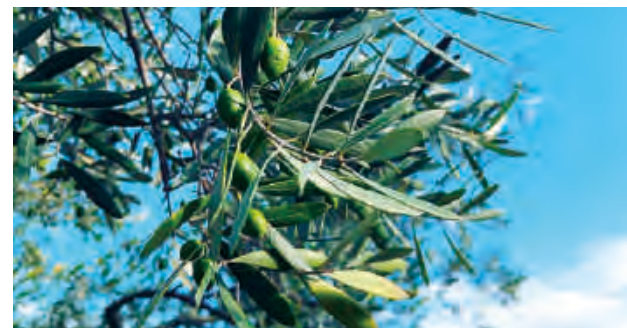
開発を進める中で、意見を出し合えば出さうほど商品がブラッシュアップされていくのに手応えを感じましたし、自社の強みを活かすこともできました。また、県産業技術センターで、試作や成分分析に協力いただけたことは、LFP参加の大きな収穫でした。企業同士の交流を創出するだけではなく、公的機関の協力や、エンドユーザーに近い小売店などと協業し市場ニーズを探れることはLFPの大きなメリット。今後もLFPで培ったノウハウをもとに、地域の生産者の課題解決できる商品開発を進めていきたいと思っています。

香川県

香川県 農政水産部 農政課
地域事務局：香川県 農政水産部 農政課

CASE STUDY

事例



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

LFP
パートナー数
31
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶小豆島では、過疎化に加え、農家の高齢化や減少が進み、維持管理に労力のかかる棚田を中心に耕作放棄地が増加しています。これをなんとかしたいと、島内唯一の酒蔵を中心としてプラットフォームを形成しました。
- ▶プラットフォームには、オリーブ農園・デザイナー・観光協会など、地域のさまざまな関係者が参画して、「棚田で生産される酒米の流通量を増やし、農家の収入を上げることで耕作放棄地を減らし、棚田を守りたい」という想いを共有し、県産酒米「オオセト」と小豆島を代表する産品であるオリーブの酵母を活かした日本酒ならびに地域食材のおつまみのペアリング商品の開発を進めています。また、ECサイトで商品を購入した際、代金の一部を生産者へ還元する仕組みを構築しています。

左：県産酒米「オオセト」とオリーブ酵母を利用して新たに開発した日本酒「ホシガジョウノソラ」。

右：県産酒米とオリーブ酵母を利用した日本酒（4種）と、その製造過程で発生する米粉や地元産食材を利用した加工品をペアリングした「飲み比べセット」。



STORY

プロジェクトの進行過程

プラットフォーム
全員で
アイデアを形に
しています。



香川県 農政水産部 農政課
企画グループ 課長補佐 安田 英樹さん



2023年7月

研修会・戦略会議

多様な業種の関係者によるプラットフォームを形成し、「食×観光」をテーマに、それぞれの立場から地域の課題及びその解決方法について議論するワークショップを開催しました。

2023年8月

プロジェクトの 誕生

日本酒のペアリング商品として、SDGsの観点から酒造りの工程で発生した米粉を使用した最中、オリーブと小豆島産醬粕海苔（海苔の佃煮）を使った瓶詰商品に決定。
オリーブ醬粕海苔は旨みたっぷりの海苔の風味にオリーブの実のアクセントが効いた、これまでにない組み合わせで、素麺やチーズにのせて、野菜にディップして、様々な楽しみ方が期待できます。



2023年12月

生産者交流会の 実施

酒米の生産者が集まった酒造り工程の見学をメインとした交流会では、「棚田米でお酒を」という米作りと酒造りの人たちの想いが重なり、次年度の酒米生産者の増加、生産面積の拡大につながりました。

2024年2月

試食会の実施 & テストマーケティング

2月に国内及びスペインの商談会に出展し、試食試飲による消費者評価を得るとともに販路開拓を行いました。
また、3月下旬に小豆島酒造（株）において、「小豆島新酒祭」を開催。
酒米生産者の想いや今後の展開を消費者にも共有して更なる生産拡大につなげていきます。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



小豆島酒造株式会社
池田 亜紀さん

小さな一歩でも 地域のつながり 求めて前進を

島唯一の酒蔵として魅力ある「小豆島」ブランドを活かし、島内の生産者、事業者の方とつながりたいと思っていたことに加え、島内に増えた休耕地に歯がゆい思いもしていたので、仲間づくりができればとLFPに参加しました。
酒蔵としては新しく、規模も大きくはないわたしたちだけでは、他の事業者との連携は難しかったと思います。でもLFPを通じて、行政や地元事業者、生産者の方などつながりができ、みなさんと一緒に商品開発を行えたのはまたとない経験。特産品のオリーブ、棚田で作られる酒米、島の魅力が詰まったデザインなど、各分野の専門家が同じプロジェクトに集まったからこそ、知恵と工夫が詰まった商品開発ができたと思います。
商品も大きな成果ですが、やはり一番は人とのつながり。仲間と共に、同じものを作れたというのが最大の収穫ですね。

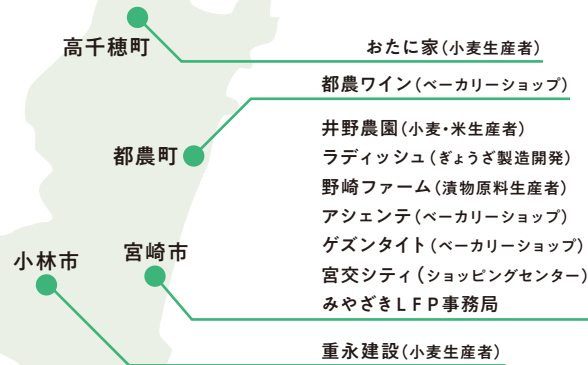
宮崎県

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

CASE STUDY

事例

小麦粉・米粉プロジェクトメンバー



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



LFP
パートナー数
239
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出の経緯

- ▶宮崎県は、大消費地から遠隔地にあることで農産物等の輸送コストがかかり、収益率が低いことから、農産物等の高付加価値化、収益率向上を目指し、多様な事業者から成り立つ大きなプラットフォームを形成しています。
- ▶プラットフォームは、いくつかの分科会(輸出、観光・土産、機能性、未利用資源・食品ロス、物価高騰[小麦・米粉])に分かれて活動。事務局は、プロジェクトの紹介を行い事業者を募り、マッチングを行っており、普段出会うことがない事業者が結びつき、複数の新たなビジネスが創出されています。

▶ここでは、前年度の発表会を通じて誕生した6プロジェクトのうち「県産小麦・米粉を活用したプロジェクト」をご紹介します。

左：井野農園で育てている「チクゴイズミ」や「ミナミノカオリ」は丹精込めて育てられる宮崎県産小麦だが、採算面など課題が多く生産拡大に至っていません。

右：「宮崎の小麦は香りが高く、食感がいいのが特徴」とアシェンテのベーカリーシェフの佐藤さん(写真左)。フランスのように地元産小麦のパンが一般的になればとメンバーと研鑽を積んでいます。



STORY

プロジェクトの進行過程

プラットフォーム
内事業者の困りごと
など様々な相談を
受けています。



みやざきLFP地域事務局 柚木崎 千鶴子さん

2023年7月

研修会・戦略会議

大陽製粉が、県産小麦の現状を説明。生産者、加工業者、県や市町村関係者の立場から宮崎小麦の品質向上に向け、活発な意見交換をし、お互いの認識を深めました。

2023年8月

プロジェクトの
誕生

小麦生産者、ベーカリー、餃子製造業者を中心に販売業者、ショッピングセンター運営会社、飲食店、大学、デザイン業者のネットワークで密に連携し商品開発を行い、まずは消費拡大を目指すべくプロジェクトがスタートし、パンの開発が決定！



2023年11月

県産小麦の切替に
向けた一歩

プロジェクトメンバーのベーカリーシェフ3名が、調理師専門学校にて先生を交え、県産小麦の商品評価会を行いました。県産小麦に関して、外麦と異なる風味が評価され、今後の県産小麦への切替に向けた大きな一歩となりました。またこの会をきっかけに同会場では、学生へ向けた県産小麦の講義実習や親子パン教室も開催され、幅広い年齢層へ向けた県産小麦のPRにつながりました。

2024年1月

試食会の実施

県産小麦のパン、餃子の試食会を実施。延べ300人がアンケートに答え、外麦と比較したパンでは「県産小麦の方が風味が強い」などの評価を得ました。餃子づくり体験も実施し、参加した子どもたちからは「宮崎の小麦をもっと食べたい」などの意見があり、地元テレビ番組でも放映されるなど大変盛況な試食会となりました。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社アシェンテ 代表
佐藤 彰洋さん

県産小麦のバトン、
次世代へ
つなぐために

ベーカリーを始め18年。毎日小麦を扱う中で、地元産小麦の活用や現状に興味を湧き、志を同じくする地域の有志と活動を開始したのが3年ほど前。県産小麦の窮状を知り、メンバーとは国産小麦に関する勉強会や、県産小麦を使用したパンやお菓子、餃子の商品開発など様々な活動をしています。

LFPでの活動を通じ、同業の方だけでなく、デザイナーさんや大学の先生など業界をまたいだつながりができ、自分の視野も広がりました。また、実際に農家さんとお話して小麦への熱意や愛情を感じ、今まで以上に小麦を大事に扱うようになりました。

現在は、厳しい現状でも小麦に向き合う農家さんの手助けとなり、将来的には若い人が農業を目指したくなるように、県産小麦のビジネスが成り立つ方法を模索中。関係人口を増やし、少しでも大きなムーブメントにしていきたいですね。

沖縄県

沖縄県 農林水産部 流通・加工推進課
地域事務局：株式会社パソナ農援隊

CASE STUDY

事例



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！

LFP
パートナー数
20
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶ 離島など過疎エリアでは、地元の活気ある産業が乏しいため、起業・売り上げ向上・雇用環境などが構造的に厳しく、さらに、日本屈指の観光県でありながら、食の魅力度に関しては評価が低いという課題があります。
- ▶ そこで沖縄初のローカルフードプロジェクトとして、沖縄の食のブランディングを目指し、1次・2次・3次事業者をはじめとするさまざまな事業者が参画して、まずは話し合える場づくりからはじめ、食で沖縄を盛り上げるためのプラットフォーム構築を目指します。
- ▶ プロジェクトでは「沖縄黒糖カレー」という新しい食ブランドを基に、地域の食をベースにした沖縄ならではの商品開発に取り組んでいます。さらにこのビジネスモデルを取り入れたい地域の事業者を増やすことを目指していきます。



左：宮古島を代表する名食堂の1つ湧泉家（わくみや）での試食テストでは、もっとカレー粉を送って！と店主からも高評価。等の評価を得た。

右：観光客で賑わう宮古島の燦（さん）伊良部島店での消費者アンケートでは、繊細なスープともマッチする、宮古の食文化を感じた等の評価を得た。



STORY

プロジェクトの進行過程

連携して
新しい価値
づくりを。



株式会社パソナ農援隊 地域創生事業部
（地域事務局）

石井 洋介さん



2023年9月

研修会・戦略会議

ローカルフードプロジェクト初参画の沖縄。初回の研修会ではその目的と狙いを説明。戦略会議では沖縄の現状や今後目指す姿などについてグループワークし、課題やアイデアを整理しました。

2023年11月

プロジェクトの
誕生

沖縄の新たな食の統一ブランドの柱として、黒糖・島野菜・肉・魚をはじめとした沖縄食材を活用した「沖縄黒糖カレー商品群」の開発を検討。本年度は、沖縄そばにかけるアイテムとして沖縄そば専用黒糖カレー粉の試作とテストマーケティングを実施し、来夏の観光シーズンに商品化を目指します。
※宮古エリアでは、沖縄そばにカレー粉を振りかける特有の食文化が存在します。



2023年12月

商品開発の工程

県内に4店舗を展開する黒糖カレー専門店のあじとやが多良間島産のスパイスで構成された「たらま七味」とコラボし、商品開発を重ね、試作品第一号が完成!!

2024年1月

試食会の実施 &
テストマーケティング

宮古島にある6店舗の沖縄そば店・飲食店にて、試作したカレー粉（瓶詰）と商品POPを設置し、オンラインアンケートを実施。消費者の声を聴く実証実験をスタート。今後の展開を検討する上での貴重な意見として活用する予定です。



VOICE

プロジェクトメンバーの声



株式会社あじとや 取締役

永井 義人さん

「地消地産」の発想 地元の素材を活かした テロワール型商品を

「沖縄黒糖カレー」専門店を展開していて、新しいカレー粉をつくらうというアイデアは以前からありましたが、LFPに参加して生産者や離島の飲食店とのネットワークができ、具体的に動き出しました。「地産地消」という言葉がありますが、私は「地消地産」の発想。地元でニーズのあるものを地元でつくらうという考え方です。宮古島で沖縄そばにカレー粉をかける習慣があるのを知り、だったら沖縄産のスパイスでカレー粉をつくったらどうか、それは「テロワール（土地の個性）」のようなものを感じられるのではないかと思います。多良間島「たらま七味」をベースとして沖縄産スパイスを中心に16種類のスパイスを使っています。沖縄そばの風味を損なわないブレンドにしました。今回、沖縄そばと連動・コラボしたように「沖縄黒糖カレー」をカレー業界にとどまらず、パン・うどん・餃子・スナック等のさまざまな領域でも使える地域の食ブランドとして育てていきたいと思っています。