

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
京都府京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地
京都経済センター3階 京都府中小企業団体中央会内
Tel:075-708-3704

LFP
パートナー数
600
社・団体
2025.2
現在

プロジェクト
創発数
8

ヴィーガンにも対応した 冷凍弁当から始まる 京都産食材の魅力発信

新商品・サービス等概要

主に観光客に最新の急速冷凍技術をベースに四季折々の京都産食材を活用した弁当を国内外向けに開発。冷凍という利点を生かしニーズに合わせた豊富なバリエーションのメニューを実現。



レンジ解凍後も作りたての品質を保持

プラットフォーム参画者

▶農林水産業103者、食品製造・加工業172者、製造業(食品以外)21者、卸売・小売業65者、飲食サービス業89者、情報通信業12者、観光・宿泊業15者、医療福祉業7者、金融・保険業6者、専門サービス業25者、大学・研究機関10者、関係団体等51者等

研修会等開催実績

▶研修会:7/19
▶研修会・戦略会議:8/1、9/9、9/25、10/3、10/4、11/27
▶成果報告会:1/31

試作を何度も重ね開発を行う

プロジェクトの進行過程

(有)京フーズ
代表 関佳彦さん



社会課題

訪日外国人増による食の多様性への対応や食品ロスの削減。これらの課題に対応するホテルや飲食店等の人手確保。

1 プロジェクトの誕生

訪日外国人が直面する食の問題にどう対応できるかを共通の課題に、LFPを通じてプロジェクトメンバー同士が出会い、宿泊業界への解決策の提案と観光客を通じて、京都産食材を国内外に知ってもらえるプロジェクトとして、冷凍弁当の開発が始まりました。

2 プロジェクトのあゆみ

販売先となり得る事業者のニーズにあわせた商品開発を行うとともに、京都産食材にこだわる要望に応えるために、プラットフォームメンバーの人脈を駆使して食材探しもしました。

3 今後の展望

お弁当のみならず、おかずセットや業務用の冷凍総菜の展開も考えています。様々なニーズに対応できるように冷凍技術を活用しながら、京都産食材の認知拡大とブランド強化を目指します。

新しい価値を生み出す取組



目指す経済成果・波及効果

サプライチェーンの各段階が連携した新商品の開発で、農家や加工業者の収益向上を目指します。また、訪日外国人向けの提案を実施することで、京都産食材の認知度向上に伴う食材の輸出への期待もあります。

新しい価値

訪日外国人増の課題をビジネスチャンスに変えました。食材のサイズや冷凍技術をもとに工夫し、冷凍に合う食材の選定にもこだわり、時短で提供できる彩り豊かな冷凍弁当を開発しました。また、弁当製造工程もメンバーの知恵と経験を生かし、作業の効率化を図ることが出来ました。

アルコールブライン凍結機*を使用し、急速に弁当を凍結



消費者への価値共有

ホテル等の販売先を通じ、訪日外国人へのアプローチも実現できます。フライトで深夜にチェックインする訪日外国人への食事提供が可能となりました。

運営や支援の工夫

定期的にメンバーの意見交換の場を設け、伴走支援の担当プロデューサーが多様な意見を随時取りまとめながら、プロジェクトを遂行してきました。常に販路を意識した商品開発を実施したことで、消費者ニーズに適う商品開発につながりました。

*アルコールブライン凍結機とは、包装した食品を超低温の液体アルコール(-35℃)に漬けて急速に凍結させる装置です。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



京都府LFP プロデューサー
中田 慧悟さん

食の多様性への対応と 京野菜の魅力最大化 「冷凍弁当」で実現

京都ではインバウンド増に伴い、食の多様性への対応が喫緊の課題となっています。中にはイスラム圏のハラール食などのように特定の食べ物が禁じられている国もあります。ホテルや飲食店にはその対応が求められていますが、人手不足で対応しきれない状況です。今回のLFPでは、こうした課題に応えるために、京都産食材をふんだんに盛り込んだ「冷凍弁当」の開発に取り組みました。京野菜の魅力を最大限に訴求したいと考えたからです。京野菜にはそれぞれ旬があり、多彩な種類の野菜を生かした料理を一年を通じて提供することは簡単ではありません。そこで冷凍弁当です。旬の時期に収穫した野菜を冷凍保存することで、四季を通じて好きな京野菜を使った弁当を作れるようになります。提供する際も冷凍ですので、お客さまがいつでも解凍し温めるだけ。今回はまずモデルとなる弁当を作りましたが、実際には事業者ごとに受注生産の方がよいかもしれません。多様なニーズに対応できるようにしていきたいと思っています。

愛媛県

愛媛県 農林水産部 農政企画局 農政課
地域事務局:公益財団法人 えひめ産業振興財団
愛媛県松山市久米窪田町337-1 テクノプラザ愛媛 1階
Tel:089-960-1100

LFP
パートナー数
120
社・団体
2024.12
現在

プロジェクト
創発数
4

県産の農林水産物を 活用した常温流通可能な レトルト加工食品の開発

新商品・サービス等概要

愛媛県産の魚、肉、野菜などを用いて、PFCバランス*に優れた「おにぎり」「スープ」と、体調に留意されたい方向けの「減塩食」の開発。これらは全てレトルト加工しており、常温で長期保存可能。

※PFCバランス:「エネルギー産生栄養素」の「たんぱく質(Protein)」「脂質(Fat)」「炭水化物(Carbohydrate)」から摂取するエネルギー量の比率(%エネルギー)のこと。



地元食材を使用し、PFCバランスに優れたおにぎりやスープ



プロジェクトの進行過程

(株)愛媛海産
代表取締役 **大塚 康仁**さん
取締役 **蟹江 絹代**さん

プラットフォーム参画者

▶農林水産業36者【農業28者、水産業4者、畜産業4者】、食品メーカー27者、大手百貨店など流通販売事業者17者の他、農業・漁業団体等

研修会等開催実績

▶研修会:7/8、8/1、11/18
▶戦略会議:7/8、8/19、2/21
▶消費者評価会:10/11、11/18
▶成果報告会:2/21

おにぎり、スープ、減塩食を2つずつ試食してもらい、アンケートを実施



1 プロジェクトの誕生

「忙しい現代人を助ける加工食品」をテーマとしたワークショップで、食品メーカーを中心に、農業、水産業、流通販売事業者が集まり、常温で長期保存可能な加工食品を開発する「愛顔(えがお)の完全食プロジェクト」が誕生しました。

2 プロジェクトのあゆみ

おにぎりやスープの試作第一号について消費者評価会でのアンケート結果を参考にブラッシュアップし、味や種類を絞りました。中でもおにぎりは、常温保存下での糊化と食感のバランスが難しく、試行錯誤を繰り返しました。

3 今後の展望

本プロジェクトが契機となり、県を通じて地元JAからお声掛けいただき、少量しか生産されていないかぼちゃ等を生産者に増産依頼できました。こうした新しいつながりをさらに広げ、愛媛県の農林水産業の活性化に貢献していきたいと思います。

新しい価値を生み出す取組

地域資源の組合せ

(有)来島 吉住 達矢 さん



【流通販売事業者】
(有)来島、
大手百貨店等

常温保存でもおいしい
おにぎり開発へ挑戦!

米、もち麦、
バターナッツかぼちゃ、
真鯛、鯖、
牛肉、豚肉、鶏肉など、
愛媛の農林水産物

【加工】
(レシピ開発力と
高いレトルト加工技術)
(株)愛媛海産



(株)愛媛海産での試作作業

(株)愛媛海産をリーダーとして、生産者(農業、柑橘、水産物)、流通販売事業者等が集まってアイデアのブラッシュアップを行った戦略会議

目指す経済成果・波及効果

開発商品の収益性を向上させることで、地域経済の好循環を生み出し、活性化を図ります。また県内1次産業との連携を増やし、独自の原料運搬システムの継続と安定化、サステナブルな資源活用を目指します。

新しい価値

「おにぎり」「スープ」は常温で長期保存可能で、そのまま食べられる点と、栄養バランスに優れている点が特徴です。「減塩食」は体調に留意されたい方向けのレトルト食品で、在宅介護の方などにもおすすめです。

PFCバランスのイメージ図



消費者への価値共有

愛媛産の農林水産物を活用した、利便性が高く、そのままおいしく食べられる商品を消費者に届けることで、自宅の常備食や災害備蓄食としての利用が想定されます。

運営や支援の工夫

柑橘、野菜、水産物などの生産物単位でワークショップを開催したり、パートナー企業による各社の事業紹介を行ったりすることで、プラットフォーム内の連携可能性を高める取組を行っています。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



(株)愛媛海産 代表取締役
大塚 康仁さん

現代人向け加工食品を
メンバーの支えで開発
LFPの縁も広がる

いろいろな立場の方からさまざまな意見を聞くことができ、勉強になりました。地元JAの紹介でスープに必要な食材の生産者の集まりに呼んでいただいたり、増産のお願いをしたり、LFPでつながった縁が広がっています。今回のプロジェクトでは、県から「忙しい現代人を助ける加工食品」というテーマをいただきました。そこで、常温で長期保存のできるPFCバランス(たんぱく質・脂質・炭水化物の割合)に優れた「おにぎり」「スープ」、そして「減塩食」を開発することにしました。消費者にウケるか、どこで売れば良いかという疑問に、流通関係のメンバーが消費傾向などの知見から「これならいける」と後押しをしてくれ、開発の励みになりました。当社は生鮮魚介類および冷凍食品・海産物加工品・総菜・加工食品などの製造販売を手がけています。加熱のタイミングや時間といった自社のノウハウを生かし、よりおいしいものを作りたいという思いで試行錯誤をしました。展示会出品による反応など手応えを感じています。

宮崎県

宮崎県 農政水産部 農業流通ブランド課 6次産業化推進担当
地域事務局:公益財団法人 宮崎県産業振興機構
(みやざきフードビジネス相談ステーション)

宮崎県宮崎市錦町1-10 宮崎グリーンシアター番館 (KITENビル) 3F
Tel:0985-89-4452

LFP
パートナー数
281
社・団体
2025.1
現在

プロジェクト
創発数
5

希少柚子を核とした ローカル食文化・ブランド 価値向上プロジェクト

新商品・サービス等概要

香りの良い希少な柚子を活用した加工商品開発や受注・配送サービスの構築により、地域のブランド価値向上と食文化の認知向上を図る。



約500mと標高が高く寒暖差のある産地の斜面で育つ
西米良村の柚子は、季節によって青柚子と黄柚子で楽しめるのが特徴。



プロジェクトの進行過程

西米良村 農林振興課
課長補佐 **中武 浩二さん**

社会課題

- ・香りの良い希少な柚子を守り、その香りを生かした村伝統の食文化のPR。
- ・柚子生産者、村内事業者の収益向上。
- ・地域の柚子生産者の減少、高齢化、地域に販売ノウハウが不足していることによる生産意欲の低下。

1 プロジェクトの誕生

令和4年度に村内の農業者、加工事業者、役場が中心となり、柚子をテーマに新たなブランドを立ち上げ地方創生を進める「西米良ブランド創生塾」を設立し、村の価値の棚卸や販売・活用戦略を熟考してきました。このプランを実行するためLFPに参画し、山村文化の持続的な発展と経済成長を目指して柚子を活用するプロジェクトがスタートしました。

2 プロジェクトのあゆみ

西米良村の柚子ブランドの基盤づくり(香り成分の分析および評価等)や、販売・流通強化に向けた特殊個包装フィルムの検討、ギフトセットの開発を行いました。また柚子加工品の商品バリエーションも増やし、営業体制の構築も行うとともに、消費者アンケートを受けてブラッシュアップに取り組んでいます。

3 今後の展望

本年度実証した特殊個包装フィルムを活用した出荷体制と、今後導入予定のAI搭載選果機との相乗効果により加工品の4~5倍の値段で取引される青果の出荷率を2倍レベルまでに拡大したいと考えています。村内には柚子以外にも誇れる特産品があるため、本事業で培った経験を基に、地域活性化のため更に精進していききたいと思います。

新しい価値を生み出す取組



西米良村香る柚子協議会の柚子生産者



目指す経済成果・波及効果

柚子農家の収益向上、柚子の販売体制モデルを構築することができました。将来的には柚子の消費を更に伸ばし、農家や関係事業者の収入(所得)が安定するよう取り組んでいます。

新しい価値

農家の高齢化や担い手不足により、柚子の販売が低迷していましたが、新たな販売体制を構築し、高付加価値の商品開発を行うことで地域活性化を目指しました。

青柚子個包装のパッケージ(鮮度保持包装使用)



消費者への価値共有

寒暖差が激しい山間地で育ち香りが強いとされる村産柚子の香り成分の分析・評価等を行い、消費者に特徴をより明確に伝えることができました。店頭に並んでいるだけだった青柚子の特徴をパッケージに記載し、冬眠状態にする特殊フィルムを採用したことで、長期間の鮮度保持ができるようになり、生産者にとっても新しい体制が整いました。

運営や支援の工夫

協議会やマーケティング会社とプロジェクトの進行などについて意見交換や県内事業者とのマッチングを実施し、プラットフォーム連携とビジネス連携につなげました。

取組の詳細は、
こちらから
ご覧いただけます。



プロジェクトメンバーの声



ゆずファクトリー
濱砂 充伸さん
(西米良村香る柚子協議会会長)

村のブランド確立や 流通工程の改善で 継ぎたくなる農業へ

柚子農家ですが、以前は農業とは縁のない仕事をしていました。そのため客観的に農業の問題点に気付くことが多く、しかもそれは農家だけでは解決できない問題でした。会社勤めの経験を生かせたらと思っていた時にLFPを知り、プロジェクトに参加しました。まず取り組んだことは、柚子の価値を伝えることと流通の改善です。高品質な柚子を消費者に知っていただき、適正価格で販売すること。農家に対しても香りが価格に結びつくようにしています。流通に関しては、箱詰めの手間を省くことができないか関係者と調整している最中です。農家が普通に生活できるようになってほしい、農業を継ぎたくなる職業にしたいと思っています。LFPは個人農家だけではできないことにチャレンジでき、企業の皆さんと同じ目線で話ができることも大変ありがたく感じています。ゆくゆくはこの活動を村のさまざまな農産物や食文化に展開し、西米良村の“ローカルフード”を多くの方に知っていただきたいと思っています。

戦略会議の様子。青柚子を戦略商品とし、青果での出荷率を上げる工夫を検討しています。

