

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。