

【中央LFP関係】

Q1.ご紹介のあった他県の事例は、成功事例としての紹介でしょうか？ 本当に解決すべき課題はどのように解決されていますか？

A1. 紹介した事例は、LFPに取り組むにあたってイノベーションのヒントとしていただくよう他県の取組を紹介したものです。LFP事業では、社会的課題の解決に向け3年から5年の事業実施計画を立ててプロジェクトに取り組むこととしており、昨年度から取り組んでいる都道府県については、今後、成果が生まれてくると考えます。

Q2.クラウドファンディングについて、他県の事例の金額を単価割りすると大体の支援者人数がわかりますが、この募集金額だとほぼ身内の支援者で集められる人数ではないでしょうか？ 桁が1つ違うくらいの募集金額であれば、マーケティングとしてのインサイトも見えてくると思います。

A2. クラウドファンディングは、LFPパートナーに資金調達の方法を学んでもらうほか、新商品のマーケティング調査に有効であることから実施を推奨しています。

他県の募集金額に違いはありますが、しまねLFPにおいては、消費者の意見を商品開発にフィードバックするため、クラウドファンディングの実施を予定しています。

【島根県関係】

Q3.ミールキット市場が増えることによって、新たな環境負荷の課題が生まれます。例えばミールキット、沢山の小分け袋と何重も包装により、プラゴミが発生します。宅配業者の配達件数が増加することで石油燃料も沢山必要になります。SDGs と言えばいいことにして思考停止してしまうことに懸念します。

A3. 環境に配慮した包装の開発、脱炭素社会に向けた取組なども社会的課題解決のひとつとして捉えています。

Q4.加工事業者の数が多きことと、盛んであることとはイコールではないですね。生産性が低い零細事業者が沢山生き残っているのはなぜか、そこに本質的な課題がありそうではないですか？

A4. 県内加工事業者数につきましては、客観的なデータを紹介したところです。県内企業のうち99.9%が中小企業であり、人口減少によるマーケットの縮小や経営者の高齢化に伴う後継者不在などの課題に対応されています。

【アルファード食品関係】

Q5.LFP におけるイノベーションの定義と照らし合わせて、アルファード食品様の事業活動をご説明いただけますか？

A5. アルファード食品様は、多様化するマーケットニーズに応えるため、米飯加工全体において、製造技術の革新（イノベーション）による商品づくりを進めておられます。

例えば、以前の非常食は、「食べられれば良い」「長期保存できれば良い」というもので種類や味のバリエーションも少なかったですが、アルファード食品様では災害時に誰一人として取り残さないことをテーマに商品を開発し、非常時に誰でも食べたいものを美味しく食べられる商品を開発され、非常食の味、仕様、機能、バラエティなど多面において進化した商品を提供されています。

このように、これまでにはなかった新たな商品・サービスの開発に挑戦し、商品化に至るまでの高いハードルを技術革新により乗り越え、新しい価値を創造するアルファード食品様の取組は、LFP の取組としても大変参考になるものです。