

## 一般社団法人 みやPEC推進機構

### 平成27年度事業計画

#### ◆はじめに

当機構は、平成26年4月1日に設立し1年が経過しました。当機構を取り巻く設立初年度の状況は、当機構設立と同時に消費税率が5%から8%に改定され、増税後の国内経済状況は駆け込み需要が一変し、消費は大きく落ち込み次第に景気も停滞感が強まっていました。

しかしながら、この1年間の日経平均株価や有効求人倍率の推移からは、総体的には国内経済は回復傾向にあったものと考えられます。今後、2020年開催の東京オリンピックを背景に、内需拡大が引き続き維持されるものと思われませんが、地方においては景気回復感がまだまだ実感できない状況となっています。

一方、総務省が地方中枢拠点都市の取り組みに着手した中、平成26年5月に民間組織である『日本創生会議』が、将来消滅が危惧される自治体名を公表したほか、『ストップ少子化・地方元気戦略』を提言しました。国は、これに呼応するように『まち・ひと・しごと創生本部』を立ち上げ、『地方創生』の3つの基本方針として、①若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現、②「東京一極集中」の歯止め、③地域の特性に即した地域課題の解決に関する取り組みを始めました。特に、③地域の特性に即した地域課題の解決については、地方圏からの人口流出を食い止めるダム機能を目指すものとして、地方中枢都市と近隣市町村のネットワークの形成によって、人口減少期における地方経済の牽引役とするとともに、高次の都市機能の集積を図る構想が打ち出されました。これに伴い宮崎市は、地方中枢拠点都市の宣言を行い、周辺自治体との地域連携を推進し、役割分担とネットワークを形成することを通じて、地方における活力ある経済圏を形成し、人を呼び込む地域拠点としての機能を高める取り組みに着手したところです。

今後、地域の農林水産物を活用した6次産業化による加工品や観光などの分野は相当なポテンシャルがあると考えられており、当機構の役割に対し期待が益々高まるものと考えています。

#### ◆当機構基本方針

当機構の定款第3条の規定のとおり、「宮崎市及びその周辺地域の農林水産物をはじめとする豊かな地域資源を有効に活用し、官民一体となった農商工連携及び六次産業化の取組により、地域経済の活性化を図り、もって宮崎市及びその周辺地域の産業振興に寄与する」ことを目的として、より一層の事業の充実と適切な事業展開を進めてまいります。

## ◆平成27年度実施事業の基本的考え

『地方創生』の取り組みを背景に、宮崎市は、国富町や綾町と連携中枢都市圏を形成して、産学金官民が一体となった取り組みを推進していくこととしています。

このことから、当機構としては、会員の満足度の増大を目指す事業活動を優先的に実施するものとしませんが、当機構が取り扱う商品は、既に『宮崎市及び周辺地域』の商品であるとともに、現に宮崎市の枠を超えたエリアを所管している会員もいますことから、地域連携の可能性について課題を検証しながらチャレンジしていきます。

なお、宮崎市制90周年記念事業の終了や平成26年度実施事業の課題・効果を検証しつつ個別事業の「平成27年度事業計画（案）」及び「平成27年度収支予算書（案）」を基とした事業展開を図ってまいります。

## ◆平成27年度事業の重点目標

- 1 連携中枢都市圏の取り組みとして、圏域の農林水産品及びその加工品の消費拡大や流通経路の拡大を目的に、地産地消や大都市圏における地産外商の取り組みを積極的に推進します。
- 2 地元の食材の地産地消や食への関心の醸成を目的に、地元の人材も活用した市民参加型の事業を実施します。
- 3 地元の食材の消費拡大を目的とした新商品の開発に取り組みます。

※平成27年度に実施を予定する事業は以下のとおりですが、宮崎県が実施する事業に当機構の事業内容と類似する事業や、協力して実施することが可能な事業が想定されますことから、今後、宮崎県と一層の情報共有及び連携に努め、効率的・効果的な事業の推進を図るため、逐次事業内容の充実に努めてまいります。

## ◆平成27年度の具体事業

### 1 6次化商品販路開拓事業

宮崎市及び周辺地域の加工品を広く周知し、地産地消や大都市圏での消費拡大等を図るため、商談会等への参加や開催主体への参画を積極的に図ります。

- ① 国内では毎年、スーパーマーケットトレードショーや国際食品・飲料展をはじめとした全国規模の商談会が開催されているとともに、県内でも当機構会員の宮崎県中小企業団体中央会が主催する「みやざきの食品産業マッチング会」が開催されていますことから、会員のニーズを把握し、会員と協力を図り最も適した商談会への出展やセミナー開催に係る事業に参画します。
- ② 宮崎市内の加工食品を紹介した「美味宮崎」をはじめとしたガイドブックについて、内容の刷新や充実、情報の一元化を図るため、新たなガイドブック等を製作します。
- ③ 海外への販路拡大を見据え、当機構の果たすべき役割や関与の仕方について検討を行います。

### 2 みやざき食の魅力発信プロジェクト事業

宮崎の食材を広く周知し、地産地消、大都市圏での消費拡大等を図るため、市内外のシェフと連携や各広報媒体を活用したイベントを展開します。

なお、平成26年度に実施しました『シェフサミット』につきましては、宮崎市制90周年記念事業の終了しましたことから、今後は当機構が主催する同規模の事業は実施せず、市内ホテルが主催するイベントへの協賛や地産地消の取り組みにより地域活性化に高い志のある市内の料理人との協働による市民参加型の事業への移行を図っていきます。

#### (1) “みやざきっ子” Cooking - Room

対 象	小学生（主に高学年と保護者）
規 模	50人程度（25組程度）
時 期	平成27年7月～8月
場 所	市内ホテル
講 師	食育に関心のあるシェフ

目 的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎の農産物の現状を学習する機会の提供</li> <li>・ 宮崎の伝統野菜を含んだ特産野菜への関心の醸成</li> <li>・ 食の大切さ及び料理の楽しさの醸成</li> <li>・ 家庭で親子一緒に料理に触れ合う機会の提供</li> </ul>
予定内容	<p><b>【第1部】</b></p> <p>(1) 宮崎の農産物（伝統野菜を含む）についてビデオ学習</p> <p>(2) 招聘シェフによる講話及び料理実演（1品）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食の大切さや料理人を志した理由等の講話</li> <li>・ 食材は宮崎の伝統野菜を含んだ特産野菜とする。</li> <li>・ 実演メニューは自宅で親子でチャレンジ可能なものとし、第2部で供する1品とする。</li> </ul> <p><b>【第2部】</b></p> <p>(1) 試食会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎食材のコース仕立てとする。</li> <li>・ 宮崎の食材の資料とレシピを配布する。</li> <li>・ 各品及びテーブルマナーをシェフが解説する。</li> </ul>

## (2) “宮崎の旬” を楽しむ会

対 象	一般市民
規 模	100人程度
時 期	平成27年5月～6月 及び 平成28年1月～2月 (年2回程度)
場 所	市内ホテル・飲食店
講 師	宮崎の食材に関心が高いシェフ等
目 的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎の食材への関心の醸成</li> <li>・ 地産地消の推進</li> <li>・ 市内外の様々な料理人の料理に触れる機会の提供</li> </ul>
予定内容	<p><b>【第1部】 …食以外の文化との融合</b></p> <p>(1) 宮崎の芸能・芸術や旬の人等を交えた講話と旬の食材による食文化の融合を図る。</p> <p><b>【第2部】 …食の再発見</b></p> <p>(1) 料理実演（各1品）及び試食会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎特産の農水産物を材料とする。</li> <li>・ 担当シェフの料理解説、食材の活用についての講話。</li> <li>・ 担当シェフによる料理の試食会。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮崎の食材の資料とレシピを配布する。</li> </ul>
--	---

### (3) みやざき食材プロモーション

対 象	大都市圏の料理関係者
規 模	200人程度
時 期	平成28年2月（「みやざきWeek!」に併せる）
場 所	東京都内のホテル若しくは飲食施設等
目 的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮崎食材の消費拡大・販路拡大（地産外商）</li> </ul>
予定内容	<p>(1) プレゼンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農水産品を生産する当機構関係者が一押し製品のプレゼンテーションを実施する。</li> </ul> <p>(2) 試食会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宮崎の食材を活用したbuffet形式とする。</li> <li>・宮崎の食材を写真付で紹介した資料を配布する。</li> <li>・料理を製作したシェフが各料理内容を解説する。</li> <li>・参加者にアンケートを募り、集計結果を販売戦略の資料とする。</li> <li>・会場内に加工品を紹介するコーナーを設置するとともに、商談が行える状況を設定する。</li> </ul>
	<p>(3) 料理専門雑誌の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出版社による新年シェフ会若しくは産地視察の紙面企画を活用した情報発信とする。</li> <li>・新年シェフ会については、水産物を指定食材とする。</li> <li>・産地視察を担当するシェフは、出版社が選出するシェフとし、当該シェフの視点により宮崎の食材の魅力を発掘する。</li> </ul>

### (4) 宮崎フード・マンス（市内）

対 象	宮崎市内の料理関係者
規 模	市内ホテル・旅館・飲食店
時 期	平成28年2月（月間）
目 的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮崎食材の消費拡大・販路拡大（地産地消）</li> </ul>

予定内容	<p>(1) 地元タウン誌等を活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ プロ野球キャンプに合わせて宮崎食材の情報発信をする。</li> <li>・ 宮崎市ホテル旅館組合及び報道機関等の協力を得る。</li> <li>・ ホテル・旅館については同組合を経由し、期間中に宮崎食材の活用に協力が得られた施設を地元情報誌に紹介する。</li> <li>・ 飲食店について、地元報道機関等で紹介された料理人の内、市内店かつ協力が得られた店舗を地元情報誌に掲載する。</li> </ul>
------	---

#### (5) 宮崎フード・マンス（東京・福岡）

対 象	県外の料理関係者
時 期	平成28年2月（「みやざきWeek!」に併せる）
目 的	・ 宮崎食材の消費拡大・販路拡大（地産外商）
予定内容	<p>(1) 料理専門誌や地域のタウン誌を活用した情報発信</p> <p><b>【東京実施】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎シェフズクラブの中でオーナーシェフ等（最大15名）を対象に、期間中に指定食材の活用に協力が得られたシェフ店を専門誌に紹介する。</li> </ul> <p><b>【福岡実施】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎に縁のある飲食店等を対象に、期間中に指定食材の活用に協力が得られた店舗を地元情報誌で紹介する。</li> </ul>

### 3 宮崎市版6次産業化実現事業

(1) 新商品として活用が期待される地域の農林水産品等について、当機構会員間の連携により、新商品開発及びPR活動に取り組みます。

(2) 新たな商品の開発については、以下をはじめとした様々な分野について可能性を研究します。

#### ①宮崎の農水産品等を活用した非常時用食品の開発

- ・ 平成26年度は、会員及び関係研究機関等の協力の下、地元の農水産品を食材にしたレトルト食品の試作品を作成しました。
- ・ 平成27年度は、その試作品に更なる改良を加え、商品化を目指した研究開発を引き続き行っていきます。
- ・ 新たな食材を活用した新たな試作品を引き続き開発します。

## ②宮崎の農産品等を活用したスイーツ類の開発

- ・ 平成26年度は、将来料理分野の仕事を志す学生及び学校並びにパティシエの協力を得、テーマ食材を黒皮かぼちゃと日向夏に絞って新たなスイーツの提案を行い、作品の成果発表及びテストマーケティングまで行いました。
- ・ 平成27年度は、一層のブラッシュアップを図り、商品化を目指します。
- ・ 地元の農産品の収穫時期が季節毎に異なることから、新たな農産品を対象にして新たなスイーツの開発に引き続き取り組みます。

(3) 記紀編さん1300年を記念し当機構がプロデュースした発泡清酒「はじまり」については、今年度も6,000本の製造するものとし、引き続き、イベントでの活用や宿泊施設、結婚式場などへ利用拡大のPR活動を図ります。