一般社団法人　みやＰＥＣ推進機構

平成３０年度事業計画

◆はじめに

「宮崎市地方創生総合戦略」（以下「市総合戦略」という。）には、選択と集中の観点から、限られた経営資源を重点的に投資し、地域資源を有効に活用して、人口減少のスピードを抑え、地域経済の持続的な発展を図るために、５つの重点プロジェクトが設定され、その一つに『フードシティ推進プロジェクト』があります。

このプロジェクトは、平成３０年度を初年度とする「第５次宮崎市総合計画　前期基本計画」においても、戦略プロジェクトとして位置付けられ、施策の実効性を高めるため、分野横断的な取組を展開していくこととしています。

このプロジェクトの目的は、基幹産業である農業の生産基盤を維持するとともに、豊かで良質な農産物を生かしたフードビジネスを推進し、販路や交流人口の拡大を図ることで、ブランド力を向上させることにあります。そのために、豊富な農林水産物を生かし、異業種間の連携を強化することで、消費者ニーズに合った商品等を開発するなど、更なるブランド化を推進するとともに、物流体制を確保し、農林水産物や加工品の競争力を向上させるなど、食を生かした取組を推進することで、国内外への販路や交流人口の拡大を図ることが重要となってきます。

プロジェクトを推進する上での主要施策として、『農商工連携や６次産業化で開発した商品のプロモーション、県内外のシェフを活用した食材のＰＲなど、官民の多様な団体で構成するみやＰＥＣ推進機構の取組を支援し、農林水産物や加工品の消費拡大や販路拡大を図る』との記載があり、当機構への高い期待が感じ取れます。

設立から５年目となる平成３０年度は、引き続き限られた財源とマンパワーになりますが、これまでの取組みで明らかになった課題等を改善し、持ち前の斬新で柔軟な発想、機敏な実行力を最大限に生かしながら、更なる事業内容の充実を図ることで外部からの期待に応えることができるものと考えています。

北朝鮮情勢や米国トランプ政権の政策動向、ＥＵ離脱に向けた英国内の混乱など、私たちを取り巻く環境は益々厳しくなることが予想されますが、このような時代にこそ、当機構の特製である柔軟な発想と機動性の高さを発揮した攻めの事業を展開する必要があると考えます。

当機構が固めた４つの方向性と手法、いわゆる『４本の柱』を確実性を持って完遂できれば、作業従事者の所得向上による地域や産業の活性化、延いては宮崎市の地方創生へも十分寄与できると考えています。

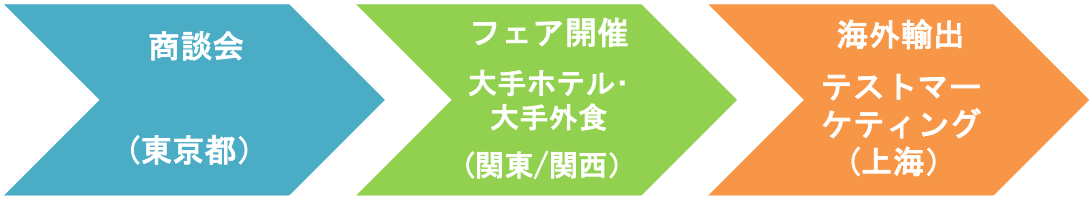
◆当機構基本方針

当機構定款第３条に規定する「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、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３０年度事業の重点目標

地方創生の視点に立ち、地元の農林水産品及び加工品の消費拡大や流通経路の拡大等を目的に、『４本の柱』を中心にした事業を積極的に展開します。

１　販路拡大･････地産外商



２　宮崎の旬を楽しむ企画･････地産地消（食と他文化のコラボ）

３　スイーツプロジェクト･････地産地消・農商工連携・人材育成

４　新商品開発プロジェクト･･･地産地消・農商工連携・会員コラボ

地域の活性化

※平成３０年度に実施予定の事業は次頁以降のとおりですが、効率的・効果的な事業の推進を図るため、宮崎県や関係団体等と協力して事業を実施することも想定されますことから、より一層の情報共有及び連携に努め、随時、事業内容の充実に努めていきます。

◆平成３０年度の具体事業

１　６次化商品セールスサポート事業

（１）商談会の開催

当機構は、平成２６年度から平成２８年度まで東京都内（ビヤステーション恵比寿）で商談会を開催するとともに、関西地区での地産外商の推進を図るため、宮崎カーフェリー神戸航路就航１周年を背景に、平成２８年４月に初めて神戸市内（ホテルオークラ神戸）で２０社の地元企業に参加いただき商談会を開催しました。

平成２９年度も引き続き東京都内（ビヤステーション恵比寿）において、２０社の地元企業の参加のもと商談会を開催しました。平成３０年度も参加企業及び出展商品の充実を図り、農畜水産物及び加工品の販路拡大を積極的に実施していきます。

なお、地元加工品及び農畜水産品の積極的な販路拡大を図るため、商談会や年間を通しての県内外のバイヤー等からの問い合わせに積極的に活用している「ＭＩＹＡＺＡＫＩ美味しいもの特選」につきましては、平成３０年度中に冊子の中身を最新の情報に更新する予定としております。

時期	平成３１年２月
場所	東京都内

（２）商談会への出展支援

地元加工品及び農畜水産品の販路を拡大するためには、県内外のバイヤーをはじめとする関係者の目に触れる機会を増やすことが有効な手段と考えられることから、当機構以外が主催する商談会への出展についても支援を行います。

（３）『チャレンジシェルフ事業』の取り組み

当機構がこれまでに関与してきた商品には、地元の学生達が開発に参画し、素晴らしいアイデアにより生まれた新商品や農商工連携による新商品、当機構が県外への販路拡大の際に大都市圏のバイヤー等が感心を寄せた商品等、魅力的な商品が沢山あります。

しかしながら、それらの商品について、どのように地元の消費者にＰＲし、地元の消費者に触れてもらう機会を増やすかが課題として浮かび上がっていました。

このことから、『チャレンジシェルフ』事業は、チャレンジショップのように店舗を構えるのではなく、中心市街地で集客力のある百貨店等の食品フロアの一部の棚（シェルフ）を当機構が借用し、当機構が関与してきた商品を展示・販売できるスペースを確保し積極的に出口対策に取り組むことを目的として、市内中心部にあるボンベルタ橘様の地階食品フロア内に商品棚の一部を借用し、平成２８年１０月に『うめぇ～もん発掘堂』の看板を掲げ、８企業及び高校４校の２５品目の陳列販売を開始しました。

平成２９年度は、ボンベルタ橘様の広告内にも当コーナーの紹介やイベント開催内容を掲載いただくなど、ボンベルタ橘様の積極的な協力をいただきながら、高校生の実演販売実習と出展企業の試食実演販売を合同で実施するイベントを定期的に開催することにより、多くの商品を紹介・販売することができました。

平成３０年度は『うめぇ～もん発掘堂』での商品のＰＲ、紹介、販売を継続していきますが、併せて現状を分析しながら、新たな実施方法も含めて、今後どのような形で展開していくのが最も効果的かを検討していきます。

２　６次化商品海外販路開拓事業

中国本土（上海）は香港等に比べ、日本からの輸出条件が厳しい面がありますが、マーケットの規模は格段に大きくなることから、神戸市からの「宮崎～神戸航路及び神戸～上海航路を活用した中国（上海）への輸出の提案」を受け、輸出を希望する４社８品目について、平成２８年１１月から平成２９年９月までの間、上海市内の４店舗においてテストマーケティングを実施しました。

さらに、平成２９年４月にはシティスーパーＩＦＣ店において、６月には上海高島屋においてフェアを実施するとともに、９月には在上海日本国総領事館において開催された日本食品イベントに出展し、中国全土から集まったバイヤーに宮崎の食材を紹介しました。

今回のテストマーケティングにおいては、輸出コストや賞味期限等の課題が

明らかになりました。そこで、その点を踏まえ、更なる展開を目指して、在上海日本国総領事館でのイベントを主催した商社に対し、上海を訪れた際や当該商社の関係者が日本に立ち寄った際等に売り込みを行い、平成３０年２月に宮崎に招き、中国への輸出を希望する数社とマッチングを実施しました。

マッチング後も輸出に向けた交渉を継続しており、平成３０年度も引き続き上海における大手スーパーや百貨店等での常設販売を目指して、先ほどの商社と連携し各種フェアやイベントに出展するとともに、宮崎県上海事務所等とも連携しながら、宮崎の加工品の知名度向上に取り組んでいきます。

３　みやざき食の魅力発信プロジェクト事業

（１）“宮崎の旬を楽しむ”企画

この企画は、地元の人材を活用した地産地消の取り組みとして平成２７年度に開始したもので、２年目となる平成２８年度は、５月に宮崎国際音楽祭を食の視点で応援する企画（第４弾）を、１０月に県内最大の祭事である『神武さま』を食の視点から盛り上げる企画（第５弾）を、さらに年が明けて２月には、プロ野球春季キャンプ及びバレンタインデーを背景に県外からの多くの観光客にも宮崎の食材を満喫してもらうための企画（第６弾）を実施しました。３年目となる平成２９年度も平成２８年度と同様に、５月、１０月、２月に第７弾から第９弾までの企画を実施しました。

“宮崎の旬を楽しむ”企画は、当機構から回毎の事業テーマ及び使用する食材等を指定するほかは、提供される料理内容や商品は参加店舗の自主性に任せた手法により、個性豊かな料理やスイーツ等が提供されています。

また、回毎に協力店舗を紹介した冊子を作成し、無料で広く市民に対して配布しており、１０月の企画では、事業の更なる浸透と話題性を高めるために、『神武さま』をモチーフにしたランチョンマットを製作し、冊子とともに参加店舗に配布したところです。

さらに、２月の企画ついては、県外の観光客もターゲットにするため、宮崎交通㈱様をはじめとした高速バス運行会社の協力をいただき、「フェニックス号（福岡行き）」の車内座席シートボックスや宮崎カーフェリー㈱様の船内及び神戸市内に当該冊子を配置しております。なお、平成２９年度は、大分・別府行きの高速バス「パシフィックライナー」にも配置いただきました。

参加した店舗及び各店舗利用者から好評及び支持をいただいていることから、平成３０年度も多くの消費者に各店舗に足を運んでいただき、一層の消費活動を促す仕組みとなるよう、また、協力いただく店舗の拡充を図れるよう企画内容の充実に努めていきます。

なお、平成３０年度は、下記のとおり年３回（５月・１０月・２月）開催する予定としておりますが、特に５月の企画は第１０弾という節目の回になることから、音楽と食にちなんだ企画を実施する予定としております。

第１弾	第２弾	第３弾
グーラッシュを食べる	ノーベル賞文豪を偲び 宮崎を食べる	春陽にさそわれ 宮崎を食べる
第４弾	第５弾	第６弾
名曲と風の薫りに胸はずみ 宮崎を食べる	豊穣の秋に神々を想い 宮崎を食べる	球春と胸キュンのとき 恋する君と宮崎を食べる
第７弾	第８弾	第９弾
名曲と風の薫りに胸はずみ 宮崎を食べる	豊穣の秋に神々を想い 宮崎を食べる	球春と胸キュンのとき 恋する君と宮崎を食べる

時期	平成３０年５月	平成３０年１０月	平成３１年２月
予定 テーマ	宮崎国際音楽祭 （第１０弾）	神武さま	プロ野球春季ｷｬﾝﾌﾟ バレンタインデー

（２）宮崎フェア（県外）

大消費地である都市圏において、安全･安心で高品質な宮崎の食材の素晴らしさを広く発信し、消費や販路拡大を図ることは紛れもなく有効な手段と考えています。

このことから、過去には県外で活躍する料理人を通じた情報発信という手法を取りましたが、事業効果の測定の面からは難しいという課題に直面していました。その一方、首都圏の大型ホテルや大手外食チェーンとお付き合いする中で、消費されるロットの大きさや購入食材データの還元などメリットが多数あることも把握できました。

このことから、平成２８年度から大型ホテルや大手外食チェーンでのフェア開催の実現に取り組み、ビヤステーション恵比寿（東京都渋谷区）様で平成３０年２月の一月間、さらに、東京都内を中心に約１００店舗の飲食店等を運営する㈱ニュートーキョー様では、新宿区内の店舗を中心に都内５店舗で３月上旬から４月上旬の一月間、さらに平成２９年度は大阪市梅田の店舗においても３月中旬から４月中旬の一月間宮崎フェアを開催いただいております。

また、東京ディズニー®リゾートのオフィシャルホテルである東京ベイ舞浜ホテルクラブリゾート様におきましては、平成２８年２月９日に開催した当機構主催の商談会（ビヤステーション恵比寿）にご来場いただいたご縁により、宮崎フェアを平成２７年度から３年連続で開催いただいており、３回目となる平成２９年度は平成３０年１月１８日から３月２２日までの６４日間開催いただき、より多くの宮崎食材を正規の流通により調達いただいております。

大型ホテルや大手外食チェーンで宮崎フェアを１月間以上開催していただくことは、単発的な流通と異なり、市場、メーカー、卸問屋、仲卸等のマッチングによる正規の流通となり、物流により調達されるロット数が増

え、目に見える形での経済効果が期待されます。

そこで、現在実施していただいている大型ホテルや大手外食チェーンに対して、平成３０年度も引き続き宮崎フェアを開催していただけるよう、また、平成３０年２月に開催した恵比寿の商談会に来場いただいたホテルや外食チェーン関係者に対しても、宮崎フェア等の開催を通して宮崎の食材を使用していただけるよう働きかけていきます。

４　宮崎の新銘菓開発に向けたスイーツプロジェクト事業

平成２６年度が最初の取り組みでしたが、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、テーマ食材に絞って新たなスイーツの提案を行い、優秀作品に選定された成果品は市内のホテル内にて実際に利用者に提供しました。また、成果品の一部は、市内百貨店の平成２７年の中元商品として取り扱われました。

平成２７年度は、販路拡大策が不十分であったため、事業着手の初期段階から農産品生産者や幅広い製菓関係者を取り込むと同時に多種多様な消費者ニーズへの対応や参加する学生等の思考幅の拡大を図りました。さらに、これまでにない発想力や視野の気付きを期待し、研修会や講演会の講師に世界的な製菓コンテストで複数の受賞歴があるパティシエを招聘することとしました。

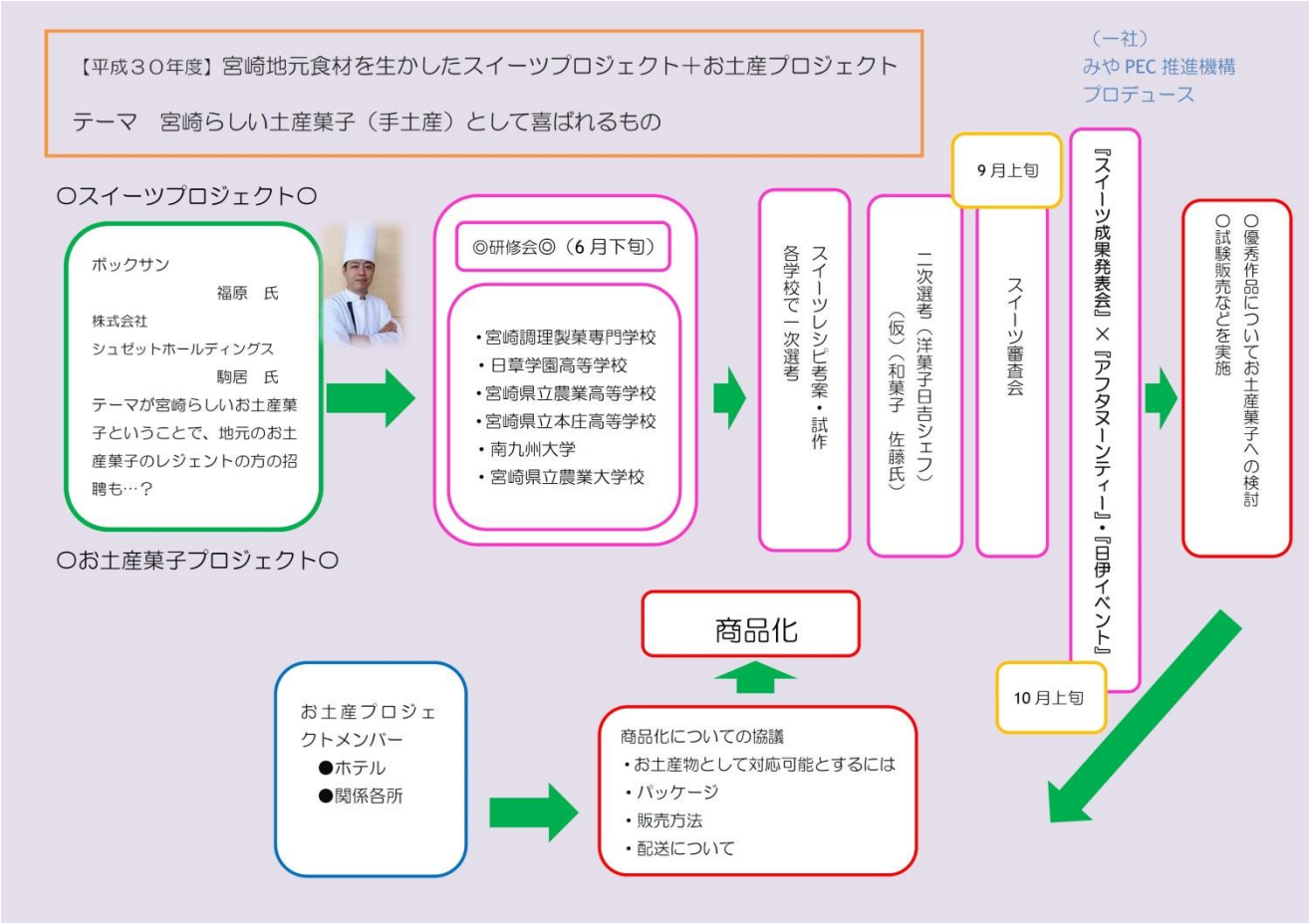
平成２８年度は、販路拡大策をより充実させるため、『宮崎の旬を楽しむ』企画とコラボし、テーマ食材を旬の企画と同じものとし、作品の募集も和菓子部門と洋菓子部門の２部門に分けて実施しました。その結果、アイデア賞に選定された作品が初めて個別の製菓店舗で販売されるなど出口対策が形になって現れました。

平成２９年度は、テーマを「宮崎らしい土産菓子（手土産）として喜ばれるもの」とし、これまで以上に出口対策を意識した作品を募集しました。なお、成果発表会に合わせて２０２０東京オリンピック、パラリンピックのホストタウンとして決定した３か国のうち

イギリスの文化に親しんでもらうため、アフタヌーンティー形式でイベントを実施し、参加者１５４名に対し平成２９年度の優秀作品を提供しました。また、関係者の協力のもと「宮崎のお土産菓子プロジェクト」を立ち上げ、優秀作品を「宮崎を代表する土産菓子」にするための検討を開始しました。

平成３０年度は、スイーツプロジェクト事業の既存のフレームを基本として、事業名を「宮崎の新銘菓開発に向けたスイーツプロジェクト事業」と変更し、地元農産品の消費拡大に繋げるため、学生等が考えた作品を「宮崎を代表するお土産菓子」にする取組みを継続していきます。

なお、県立農業大学校が実施している自主企画研修の一環で学生が当機構のスイーツプロジェクト事業が参加し、一定の研修成果が得られたということで、平成３０年度からは県立農業大学校も当該事業に参加する予定としております。



５　宮崎市版６次産業化実現事業
～宮崎の農水産品等を活用した新商品の開発及び販売促進～

平成２６年度は、会員及び関係研究機関等の協力の下、新商品開発プロジェクト会議を立ち上げ、地元の農水産品を食材にした様々なレトルト食品を試作しました。

平成２７年度は“青島どれの鱧”をメイン食材にした「鱧魚うどん」等の試

作品を作成しました。また、市内水産加工業者と宮崎市漁業協同組合をマッチングし、市内で初めて水産品に特化した商品化を目指し、商談会や展示会でのテストマーケティングを経て平成２８年５月から販売を開始しました。

平成２８年度は、当該製品の販売促進を支援していくとともに、県産のシイラやエソ、イワシを活用した「魚うどん」「魚そば」を開発し、販売に至りました。また、当機構がプロデュースするとともに、宮崎県立宮崎海洋高等学校の生徒が企画・開発から参画し、シイラを主原料とした「マヒマヒフレーク缶」も販売開始しました。この缶詰は㈱器が製造していますが、同社では長期保存が可能であるこの缶詰を災害時の非常時用食品として位置付け、『備蓄缶プロジェクト宮崎』の取り組みを開始し、民間企業に購入・備蓄してもらうことで自社用の災害時の備蓄品として活用し、また、県外で甚大な被害が発生した場合には、災害救援物資として社会貢献する取り組みとして既に宮崎市内の１００社以上が参加し、現在も広がりを見せています。

平成２９年度は、「マヒマヒフレーク缶」に続く第２弾として、当機構がプロデュースし、宮崎県立宮崎海洋高等学校が㈱器と共同で開発した「宮崎海洋　切干ぶり大根」の販売が開始されました。また、これまで開発してきた商品が副菜となることから、主菜となる非常時用食品として「十穀魚雑炊」の開発に取り組みました。開発に当たっては、市内産の米等の穀類を原料とすることを主眼に、県内産の原料も使用ながら試作を重ねましたが、一般的に販売されている商品と同等の機能的な商品を開発することは、コスト的にも原材料の安定確保という面でも困難であることが分かりました。

これまで企業と水産団体のマッチングにより、また、高等学校と企業のコラボレーションにより宮崎の食材を使用した非常時用食品を中心とした新商品の開発を行ってまいりましたが、今後さらに宮崎市版６次産業化の実現を図っていくためには、より一層当機構と企業や各種団体が協力し、それぞれの強みを活かしながら新商品を開発していく必要があります。

そこで、平成３０年度以降も企業、学校、各種団体等とそれぞれに連携しながら、宮崎の農水産品等の良さや特徴を最大限

に引き出せるよう新商品の開発に取り組んでいきますが、今後は、非常時用食品だけでなく、幅広いジャンルの新商品開発に取り組んでいきます。

また、開発後は、様々な商談会やフェアへの出展を含め利用拡大を目的としたＰＲ活動を図るとともに、各種情報収集に努め、積極的に販路拡大を図っていきます。

６　みやＰＥＣ推進機構公益事業開拓事業

当機構は法人設立当初から基本財産等はなく、その事業活動に要する殆どの財源を宮崎市から毎年交付される補助金に依存している状況です。今後さらに当機構の存在を広く知らしめるためには、補助金を活用した事業だけでなく、当機構ならではの事業を展開し、当機構の特徴や独自性を示していく必要があると考えます。

そのためには、自主財源を確保する必要があることから、平成２７年度から宮崎市の１００歳の長寿者に地元の産品をお祝い品として贈呈する「宮崎市長寿祝品贈呈事業」のコンペに参加し、３ヶ年連続して受注に至ったほか、小規模な契約ながらもいくつかの委託事業も受託するなどして、自主財源の確保に努めています。

平成３０年度も引き続き当機構が対応可能と思われる自治体等のコンペに積極的に参加するとともに、より多くの自主財源を確保するため、新たな公益事業の見出すための研究・開拓を積極的に行っていきます。