

# 一般社団法人 みやPEC推進機構

## 令和2年度事業計画

### ◆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ます。

### ◆基本的な考え方

宮崎市では、現在、第五次宮崎市総合計画前期基本計画を推進するため、分野横断的な取組である5つの戦略プロジェクトを掲げ、優先的かつ積極的に各種施策に取り組んでいます。

5つの戦略プロジェクトのうち当機構に最も関係の深い「フードシティ推進プロジェクト」の推進に当たっては、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ります。

当機構は、「フードシティ推進プロジェクト」を推進し、前期基本計画の基本目標を達成するため、官民の多様な団体で構成する強みを生かしつつ、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、県内外で実施するフェアを活用した食材のPRなど、農林水産物や加工品の消費拡大や販路拡大に努めているところです。

### ◆令和2年度の運営方針

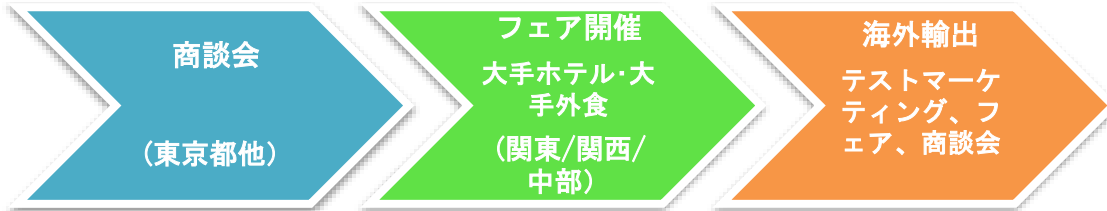
今年は「東京2020オリンピック・パラリンピック」が開催され、ドイツをはじめとする4か国のホストタウンに登録した本市には、事前合宿等で多くの関係者等が訪れます。また、国内最大の文化の祭典である「第35回国民文化祭・みやざき2020、第20回全国障害者芸術・文化祭みやざき大会」も開催されます。これらのイベントは、宮崎を訪れる国内外の方々に対して、本市の魅力や素晴らしさをアピールする絶好の機会となります。

今年度は、次頁に掲げる重点施策を中心に食をテーマに各種事業を展開していきませんが、宮崎を訪れる多くの方々に宮崎の食の魅力や素晴らしさを伝えるため、持ち前の斬新で柔軟な発想力、民間ならではの俊敏な機動力を最大限に発揮し、各種事業を効果的にかつ確実に実施していきます。

## ◆重点施策

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販売・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。

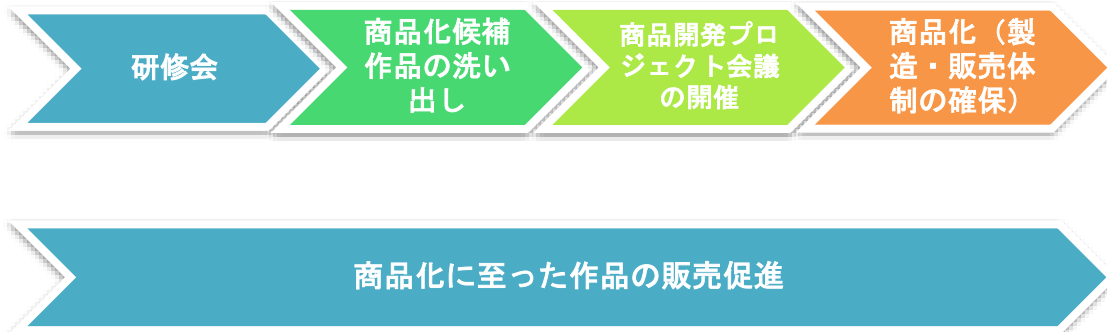
### 1 販路拡大……地産外商



### 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 風・土（フード）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



地域経済の活性化

※令和2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た事業実施も想定されることから、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。

## ◆令和2年度の具体事業

### 1 6次化商品セールスサポート事業

#### (1) 商談会の開催及び商談会への出展支援

平成26年度から東京都内において宮崎にこだわった商談会を開催しており、令和元年度は、ビヤステーション恵比寿において、「宮崎の”旬の食材”展示商談会」を開催し、地元宮崎の企業20社の出展のもと、多くの飲食関係者や卸売業者等に来場いただき、活発な名刺交換や商談が行われました。

さらに、宮崎の農林水産物及び加工品をより多くのバイヤー等の関係者に紹介する機会を増やすため、福岡市内（マリンメッセ福岡）で開催された商談会「フードスタイル2019」への出展を支援し、宮崎の農林水産物及び加工品の販路拡大に努めました。

なお、いつでも内容を更新できるようにWEB版で作成した「MIYAZAKI 美味しいもの特選」についても、商談会や県内外のバイヤー等からの問い合わせ等に積極的に活用しました。



#### □令和2年度の取組

参加企業及び出展商品の充実を図り、東京都内で商談会を自主開催する他、他団体が主催する商談会への出展を支援することにより、多くの宮崎の農林水産物及び加工品等を紹介する機会を増やし、販路の拡大に努めます。

##### 【当機構主催】

##### 【他団体主催】（出展支援）

時期	令和3年2月	時期	令和2年11月
場所	東京都内	場所	福岡市内

#### (2) 『チャレンジシェルフ事業』の取組

『チャレンジシェルフ』事業は、①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②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を地元の消費者にPRし、実際に商品に触れていただくことを目的に開始したもので、中心市街地で集客力のある百貨店「ボンベルタ橘」の地階食品フロアの一部の棚（シェルフ）を

借用し、平成28年10月に『うめえ～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。

令和元年度は、ボンベルタ橋にも協力いただきながら、店舗内での販売等に加え、東館1階出入口付近において、地元学生達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開催し、商品のPR、紹介、販売に努めました。



## □令和2年度の取組

可能な期間ボンベルタ橋地階の『うめえ～もん発掘堂』での商品のPR、紹介、販売を継続するとともに、新たな運営体制のもとでの各種商品の販売方法や棚の借用を含め『うめえ～もん発掘堂』の今後の在り方について、新たな運営主体と協議・検討していきます。

## 2 宮崎の豊かな食材海外PR事業

「海外への輸出」を販路拡大のための方策の一つと捉え、マーケットの規模の大きい中国（上海市）に対するテストマーケティングやフェア等を実施してきましたが、海外への輸出は、①様々な規制措置が多い、②輸送・通関に要する期間が長い、③利益率等が低い等のかなり難しい課題があることが分かってきました。

これらの課題を踏まえ、令和元年度は、国内のホテルや外食チェーン店で実施しているフェアと同様な手法での展開を模索するとともに、経済協力の協定を締結した中国・青島市への各種加工品との輸出に向けた調査・研究を実施しました。

《令和元年度の実績》

国名	事業内容	取扱商品等
①中国 (青島市)	各種加工品の輸出に向けた調査、研究（青島市・宮崎市経済合作交流会への出展） 日程：R元. 11. 4(月) 場所：グランドリーゼンホテル	味噌、しょうゆ、塩、各種調味料、キャラいも、青島せんべい等
②シンガポール	宮崎食材を活用した”宮崎フェア”の開催 期間：R元. 12. 18～R2. 3. 17(91日間) 場所：シンガポール Sushi-Tei 14店舗	へべすブリ、ヒオウギ貝、メヒカリ、魚うどん等
③台湾 (新竹市)	宮崎市の加工品の紹介・販売（物産展）及び観光PR 日程：R2. 1. 18～R2. 1. 22(5日間) 場所：新竹SOGO	宮崎牛、宮崎茶、メヒカリ唐揚げ、魚うどん、各種調味料等

※但し、③については、宮崎市拠点都市創造課からの補助事業により実施

## □令和2年度の取組

人口減少に伴う国内での需要減少、産業構造や市場の需要の変化等に伴い、海外輸出に意欲を示す企業が増えてきていることから、中国（青島市）、台湾を中心に、飲食店等に対し宮崎の食材を使用したフェアの開催を提案するとともに、各種加工品の安定輸出に向けた現地企業とのマッチング（商談会への出展支援等）に取り組みます。また、販売・物流手段の多様化により、近年その市場が急激に拡大してきたインターネット通販サイトを通じた国際的な電子商取引（越境EC）についても当該サイトの構築を支援します。

さらに、令和2年度は、「海外販路拡大アドバイザー」として外部からの有識者を新たに任用し、海外への販路開拓、販路拡大、海外流通促進のための商品開発に関する助言及び支援を行います。

### 3 宮崎の豊かな食材魅力発信戦略事業

#### (1) “宮崎の旬を楽しむ” 企画

地元の飲食店や人材を活用した地産地消の取組として平成27年度に開始したもので、平成28年度から5月、10月、そして年明けの2月の計3回実施してきましたが、令和元年度からは、より宮崎らしい食材を効果的に紹介するため、10月と2月に絞って実施しています。

#### <各企画のテーマ>

時期	企画内容
5月	宮崎国際音楽祭を食の視点で応援する企画（平成30年度まで）
10月	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
2月	プロスポーツキャンプで県外から訪れる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

“宮崎の旬を楽しむ” 企画は、当機構からテーマ及び使用する”旬の食材”等を指定していますが、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、毎回、協力店舗を紹介した冊子を作成し、無料で配布することで広く市民に対して周知を図っています。

さらに、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ています。

2月の企画では、県外の観光客をターゲットにするため、宮崎交通(株)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(株)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年度からは、大分・別府行き的高速バス「パシフィックライナー号」にも配置いただいているところです。

## □令和2年度の取組

参加した店舗及び各店舗利用者からは、回を重ねるごとに好評や支持をいただいております。今後もより多くの県内外の方々に参加店舗に足を運んでもらえるよう、一層の消費活動を促す仕組みづくりと協力店舗の拡充に努めます。

令和2年度についても、配布対象者（ターゲット）の掘起し、掲載記事やイベント内容の充実を図るとともに、宮崎の食材の魅力をより効果的に紹介するため、年2回（10月・2月）に時期を絞って実施します。

時期	令和2年10月	令和3年2月
予定 テーマ	神武さま	プロスポーツキャンプ

## 《これまでの実績》

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	豊穡の秋に神々を想い 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
		

<p>第7弾</p>	<p>第8弾</p>	<p>第9弾</p>
<p>名曲と風の薫りに胸はずみ 宮崎を食べる</p>	<p>豊穡の秋に神々を想い 宮崎を食べる</p>	<p>球春と胸キュンのとき 恋する君と宮崎を食べる</p>
		
<p>第10弾</p>	<p>第11弾</p>	<p>第12弾</p>
<p>初夏を彩る旋律に心躍らせ 宮崎を食べる</p>	<p>豊穡の月夜に響く虫の聲 秋彩に染まる宮崎を食べる</p>	<p>球春到来 美味求真 春の宮崎を食べる</p>
		
<p>第13弾</p>	<p>第14弾</p>	
<p>令和のはじまり 悠久の歴史に想いを馳せ 宮崎を食べる</p>	<p>球春到来 美味求真 春の宮崎を食べるⅡ</p>	
		

## (2) 宮崎フェア（県外）

大消費地である都市圏における大型ホテルや大手外食チェーン等は、利用客も多く、使用される食材の量も多いことから、そのような場所でフェアを開催することは、安全・安心で高品質な宮崎の食材の素晴らしさの発信と食材の消費が同時に図られることとなります。さらにそれに伴う流通は、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、開催されるホテルや店舗の規模によっては調達されるロット数が増えることから、目に見える形での経済効果が期待されます。

それを踏まえ当機構では、大型ホテルや外食チェーンに対して機会あるごとにフェアの開催について提案してきた結果、現在いくつかのホテル等においてフェアを開催していただいております。



### ◆大型ホテル等での「宮崎フェア」の開催

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においては、平成28年2月に開催した当機構主催の恵比寿での商談会に来場いただいたご縁により、平成27年度から平成30年度までの4年間「宮崎フェア」を実施していただき、多くの宮崎食材を調達いただきました。

また、神戸ベイシェラトンホテル&タワーズでは、「熊本フェア」と共催で令和2年3月～4月にかけて、さらに、平成31年3月から新たに始まった長野県松本市のホテルブエナビスタでのフェアにつきましては、令和2年3月～4月の2ヶ月間、グループホテルのアルピコプラザホテルも加えて「宮崎フェア」を開催していただいております。

### ◆大手外食チェーンでの「宮崎フェア」の開催

東京都内を中心に約100店舗の飲食店等を運営する(株)ニユートーキョーの新宿区内の店舗を中心に都内5店舗において令和2年2月～4月にかけて、さらに、大阪市梅田の店舗においても令和2年3月～4月にかけて、宮崎食材を使用した特別メニューを提供する「宮崎フェア」を開催していただいております。

### □令和2年度の取組

既にフェアを開催していただいているホテル等に対して、フェアの継続的な開催を働きかけていきます。さらに、令和2年2月に東京・恵比寿で開催した商談会の際に商談したホテルや外食チェーン等に対して、宮崎の食材の魅力を紹介するとともに、宮崎への産地視察やサンプル食材の提供等のフェア開催に係る具体



な提案を行い、フェア開催店舗の拡充に努めます。

### (3) 地産地消の推進 ～ 風・土（フード）プロジェクトの推進 ～

地産地消を推進することにより、地域で生産された農林水産物が地域で消費され、新鮮で安全・安心、高品質な農林水産物が消費者にとって身近なものになります。また、消費者と生産者との間に「顔が見え、話ができる」関係が構築されることにより信頼関係が生まれ、安定的な需要と供給の関係が確保されることで生産者の所得向上につながります。

これまで、当機構では地産地消を推進するために様々な事業を実施してきましたが、令和元年度から、4つの重点施策の一つである「風・土（フード）プロジェクト」を開始しました。

#### 【風・土（フード）プロジェクトとは】

外からの風（これまでと異なる考え方や素材の新たな活用方法）で土（宮崎素材）に新たな魅力や価値を吹き込むことにより宮崎の食（フード）文化の活性化させる事業で、当機構の他事業（宮崎フェア、宮崎の旬を楽しむ企画）とのコラボにより事業効果の拡大させることで地元農産品の消費拡大を目指している。

#### ◆スイーツプロジェクト事業

学校、パティシエの協力を得ながら、毎回テーマとなる食材を絞って、将来食の分野の仕事を目指す学生たちに宮崎らしいスイーツや料理を提案してもらい、提案された作品を「宮崎の食材の魅力を発信する」アイテムとして商品化を目指しました。

令和元年度は、「宮崎素材を使用し、オリ・パラホストタウンのドイツ・カナダの伝統菓子やその国をイメージしたお菓子」というテーマで研修会を実施し、研修会に参加した学生・生徒に対してスイーツレシピを募集しました。

なお、優秀作品については、「旬を楽しむ企画」参加店舗や各種イベントにおいて販売しました。

#### 《審査結果》

- \* 最優秀賞 日向夏レープクーヘン（日章学園高等学校）
- \* アイデア賞 ミトマトとヨーグルトのシュトロゼルクーヘン（南九州大学）
- \* アイデア賞 宮崎野菜・山菜のシュトーレン（県立農業大学校）

#### ◆地産地消推進事業（創作郷土料理の開発）

宮崎の食材をふんだんに使用している郷土料理に着目し、宮崎の食材の魅力を伝えるためのアイテムとして活用するため、「創作郷土料理コンテスト」を実施し、初年度となる令和元年度は、「宮崎産の食材を使用した創作郷土料理」というテーマでレシピを募集しました。

なお、優秀作品については、成果発表会にホテル・旅館関係者を招聘し、当該

レシピを宿泊客に提供する地産地消メニューとして紹介しました。

《審査結果》

- 最優秀賞 ちりめんと完熟きんかんたまのディップ（野菜作りコミュニティ宮崎）
- 優秀賞 冷や汁のリゾット（宮崎調理製菓専門学校）
- アイデア賞 黒瀬のぶりっとブリトー巻き（宮崎調理製菓専門学校）
- アイデア賞 ヒーモン・パプリカハンバーグしいたけのせ（県立宮崎南高等学校）

### □令和2年度の取組

宮崎産の食材にこだわったスイーツや創作郷土料理の開発を通して、様々な世代に宮崎食材の素晴らしさを再認識してもらうとともに、プロスポーツキャンプ等で県内外から宮崎を訪れる方々に対して宮崎の食文化及び食材の魅力を発信していきます。

さらに令和2年度は、第35回国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭が宮崎県内において開催（令和2年10月17日から51日間）されることから、一流のシェフやパティシエ監修による特別メニューの提供やトークイベントの開催など、当機構ならではの事業を展開することにより食文化の観点から国民文化祭に参画します。

## 4 宮崎市版6次産業化実現事業

### （1）6次化商品のフォローアップ

当機構では、宮崎市を一つの経営体とみなし、生産・加工・市外への販売が市内で完結できる仕組みを「宮崎市版6次産業化」と称し、6次産業化及び農商工連携の取組による新商品及び新サービスの開発に取り組んでいます。

しかしながら、農林漁業者が自ら加工・販売に取り組む6次産業化は、企業的な視点や総合的なマネジメント力・営業体制など家族経営体で取り組むにはハードルが高く、6次産業化への取組は伸び悩みが見られる状況です。

### □令和2年度の取組

市内の農林漁業者が開発してきた6次化商品や当機構がプロデュースし開発した新商品について、食フェスタ、みやざき産業祭、街市等の様々な機会を活用した販売促進活動を通して、各商品の販路拡大をフォローするとともに、6次産業化及び農商工連携への取組を後押ししていきます。

### （2）宮崎の農林水産物を活用した新商品の開発

これまで、企業と水産団体のマッチングや高校と民間企業のコラボレーションにより、それぞれの強みを活かしながら、宮崎の農林水産物を使用した非常時用食品を中心とした新商品を開発してきました。また、開発した商品については、街市等の各種イベント等に出展し、各種新商品の知名度向上と販路拡大を図ってきました。

《これまでの実績》

年度	商品名	商品の特徴等
H26 年度	レトルト食品	新商品開発プロジェクト会議を立ち上げ、様々なレトルト食品を試作
H27 年度	鰹魚うどん	青島どれの鰹をメイン食材に開発した商品 (宮崎市漁業協同組合と企業をマッチング)
H28 年度	魚うどん、魚そば	県産のシイラ、エソ、イワシを使用した商品
	マヒマヒフレーク	宮崎どれのシイラを主原料とした缶詰商品 (コラボ商品第1弾)
H29 年度	切干ぶり大根	生産量日本一を誇る切干大根とぶりを使用した缶詰商品 (コラボ商品第2弾)
H30 年度	カツオのドライカレー	一本釣り漁獲量(近海カツオ)日本一を誇る宮崎のカツオを辛みの効いたドライカレーにした缶詰商品 (コラボ商品第3弾)
	洋風冷汁	宮崎の郷土料理である冷や汁にカツオのなまり節とトマトを加えて洋風加工したレトルト食品
	熟成黒茶 弾	宮崎産の三番茶を使用し、黒にんにくの製造方法を応用して作ったお茶の加工品 (農産品を使用した商品第1弾)
R元年度	勝甲春(かつかいしゅん)	宮崎県産のフカ(サメ)とニラを使って生姜醤油で仕上げたご飯のおかず最適な缶詰商品
	(仮)宮崎柑橘フレーバーティー	宮崎産の茶葉のティーバックと乾燥させた柑橘の輪切りをセットにした商品 (農産品を使用した商品第2弾)

□令和2年度の取組

企業、学校、各種団体等とそれぞれに連携しながら、宮崎の農林水産物の良さや特徴を最大限に引き出せるよう、非常時用食品だけでなく、幅広いジャンルの新商品の開発に取り組み、宮崎市版6次産業化の推進を図ります。

また、開発後は、各種イベントに出展し、知名度向上と販路拡大を図るとともに、特に缶詰商品については、自治会の災害時の備蓄品や企業内備蓄品として活用してもらえよう積極的にPRしていきます。



### (3) 発泡清酒「はじまり」の販売促進

これまで、全国規模や全九州規模の会議、結婚式の披露宴などで活用していただくための売込みや、当機構が主催する商談会や宮崎フェアを実施していただく首都圏の大型ホテルや大手外食チェーンに対するPR活動を実施してきました。

令和元年度は、市役所内各課や関連する組織、宮崎市観光協会等の関係団体に対して活用を呼びかけるとともに、使用する本数の一部を当機構が補助する特別企画を実施することで販売促進を図りました。

#### □令和2年度の取組

記紀編さん1300年を迎える令和2年は、発泡清酒の「はじまり」にとって記念すべき年になることから、宮崎に残る様々な神話を全国に発信し、宮崎市の良さをアピールためのツールとして活用するとともに、製造元である「千徳酒造(株)」とも協力しながら、ホテル、結婚式場、宴会場で使用してもらえよう、令和元年度に新たに作成したチラシを活用しながら、積極的に商品の魅力をPRしていきます。

## 5 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ほとん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、当機構の特徴や独自性を示しながら、当機構ならではの事業を展開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、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、平成27年度から4年連続で受注に至ったほか、小規模な契約ながらもいくつかの委託事業を受託するなどして、自主財源の確保に努めています。

#### □令和2年度の取組

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、新たな収益事業を確保するための研究・開拓を積極的に行っていきます。