

# 一般社団法人 みやP E C 推進機構

## 平成29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、“豊かで優れた農産物を生かして、消費者ニーズに合った商品の開発を支援し、国内外における販路の拡大を図るとともに、観光産業などの異業種との連携を強化することで、ブランド力を高めていく”こととされています。また、市総合戦略での当機構の関与については、『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、官民の多様な団体を構成するみやP E C 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。』との具体的な記載があり、当機構への高い期待が感じ取れます。

当機構設立からの3年間を振り返ると、当機構の事業成果について時折厳しいご意見をいただいたこともありましたが、ゼロからスタートし限られた財源とマンパワーであったにも関わらず徐々に目に見える成果が出てきていると考えています。また一方で、当機構に課せられている責任と事業の奥深さに腐心の連続でありました。

平成29年度はこれまでの事業の取り組みで明らかになった課題等をより改善し、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と考えています。

ところで、今年度は国内外ともに“不確実性”がキーワードになると考えます。隣国の韓国や中国では国内情勢や我が国との関係が全く不確実な状況です。また、米国では新政権による多くのサプライズ政策が想定されます。さらに、欧州でもフランス大統領選挙やドイツ連邦議会選挙のほか、英国ではEU離脱交渉が具体的に始まります。我が国を取り巻く政治的要因の不確実性が余りにも多く、当然に国内の経済動向にも多大な影響を与えるものと思料されます。経済学者ガルブレイスの著書『不確実性の時代』が再来した感があります。

当機構は、昨年度に4つの方向性と手法を固めました。“新たな不確実性の時代”にこそ当機構の持ち前と攻めの姿勢で4本の矢を確実性を持って完遂できれば、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ものと考えています。

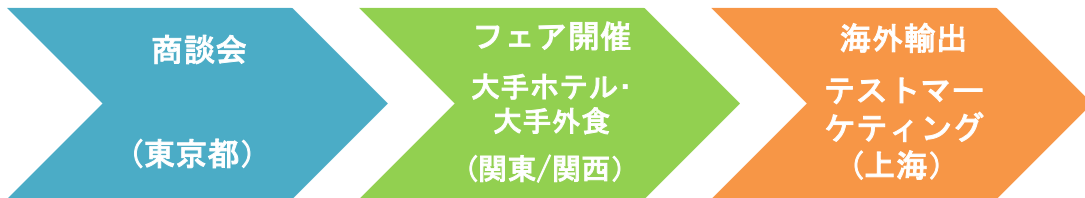
### ◆当機構基本方針

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29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本の矢』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29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、随時、事業内容の充実に努めます。

## ◆平成29年度の具体事業

### 1 6次化商品販路開拓事業

#### (1) 関東地区での商談会の開催

当機構は、平成26年度及び平成27年度に東京都内（渋谷区：ビヤステーション恵比寿）で商談会を開催しました。そして、平成28年度は新た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、4月に初めて神戸市内（中央区：ホテルオークラ神戸）で20社の地元企業が参加し開催したとともに、関東地区においても3年連続して東京都内（渋谷区：ビヤステーション恵比寿）で商談会を開催し、30社の地元企業が参加しました。

引き続き、参加企業及び出展商品の数を増やし、農畜水産物及び加工品の販路拡大を積極的に行います。

また、宮崎市内の加工食品や青果物を紹介した冊子「MIYAZAKI 美味しいもの特選」を平成27年12月に新たに作成しましたが、引き続き、関東地区で開催する商談会で活用するとともに、年間を通して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、地元加工品及び農畜水産品の積極的な販路拡大を図ります。

なお、関西地区での商談会では関東地区のバイヤーに比して商品の質よりも最初から安価な価格を求めてくる傾向が強く、宮崎食材の良さが伝わりにくい感がありました。このことから、平成29年度は商談会は開催せず、大型ホテル若しくは大手外食店舗等での宮崎フェアの開催を検討します。



時期	平成30年2月
場所	東京都内

## (2) 中国（上海）への販路拡大テストマーケティング

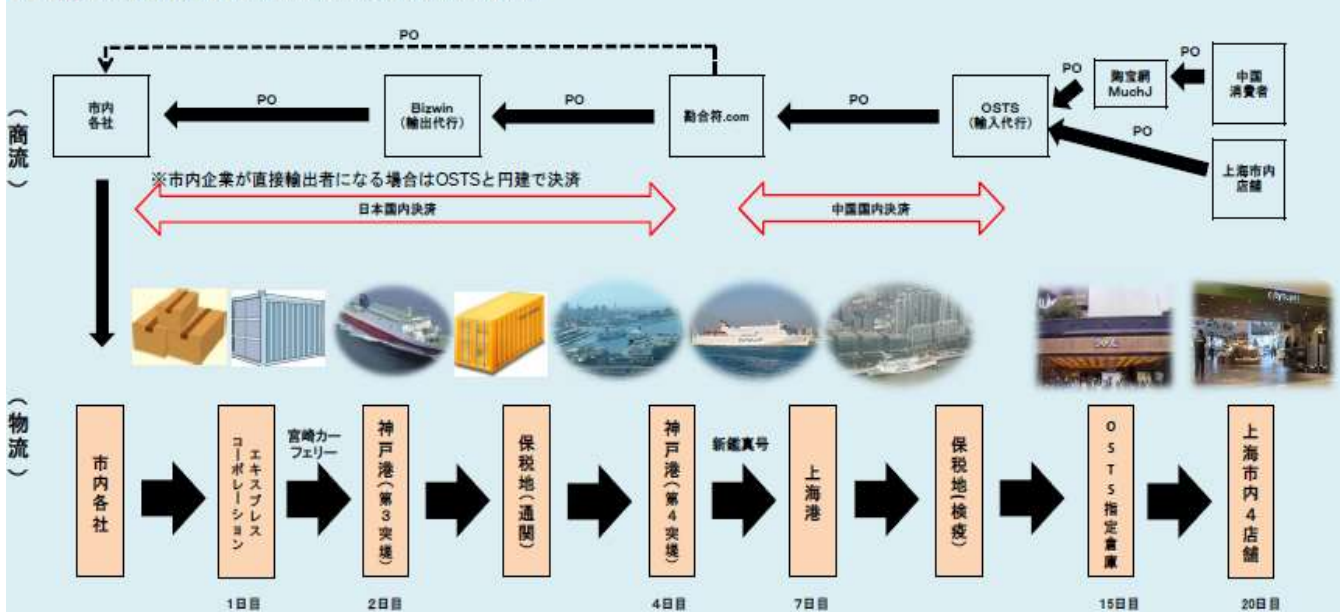
平成27年12月に神戸市の外郭団体である（公財）神戸市国際交流協力センター上海事務所から、宮崎～神戸航路及び神戸～上海航路を活用した中国（上海）への販路拡大の提案がありました。神戸港は国内有数の貨物取扱量があるほか、上海航路のフェリーが隔週で就航していることから、神戸市では当該フェリー航路を活用した中国への物流事業（神戸市モデル）を構築し、取扱品目を徐々に増やす取り組みがなされています。

当機構としては神戸市の提案を受け、宮崎～神戸航路の活用と「神戸市モデル」を併用することを新たな販路拡大手法として、中国への販路拡大テストマーケティングに着手しました。

中国本土（上海）は香港に比べ、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ります。このことから、神戸市からの提案後、直ちに希望する地元企業の意向調査を実施し、最終的に4社から8品目の参加希望がありました。輸出に必要な諸作業を経て、平成28年11月から上海市内の4店舗での販売が開始されました。

平成29年度は中国輸出を希望する企業の第2回目の募集を実施し、輸出企業及び輸出品目の増加を図り、海外での宮崎の加工品の知名度向上を図る取り組みを経ながら継続できる輸出のテストマーケティングを進めていきます。

◆上海輸出の構図（勤合符ドットコムモデル(神戸モデル)の活用)



市内業者	みやPEC推進機構 エキスプレスコーポレーション 宮崎カーフェリー	ビズウィン 上組	OSTS
------	---	-------------	------

### 【役割】

市内業者	PO後の商品発送について、指定日時にエキスプレスコーポレーションに送付する。
みやPEC推進機構	宮崎～神戸(上組の指定倉庫まで)に要する送り状作成、荷発送に係る調整・連絡
エキスプレスコーポレーション	荷受後、5にコンテナへ搭載し台車に乗せ指定された上組倉庫までの配送(下船後の機持はコンテナ代に含む)
宮崎カーフェリー	コンテナ(台車込)を神戸港まで輸送
ビズウィン	輸出代理店。輸出に必要な書類作成、発注商品の輸出手配、決済。
上組	新羅真号への20ftコンテナへの搭載、オペレーション。
OSTS	輸入代理店。上海荷揚げ後の一切の業務。上海市内店舗での販促業務。



## 2 みやざき食の魅力発信プロジェクト事業

平成26年度事業の『シェフサミット』は、地産地消を目的として、当機構が主催者となり県外で活躍する有名シェフを招聘し、市民参加型のパーティ形式による事業を実施しましたが、平成27年度からは地元の料理関係者の活用に力点を置いた地産地消を図る事業へと転換しました。

平成29年度も引き続き、地元の食材と人材をフルに活用し、食と様々な文化を融合させた地産地消の取り組みを積極的に実施するとともに、県外でのフェア開催等も併行して宮崎食材の魅力を一層アピールしていきます。

### (1) “宮崎の旬を楽しむ” 企画

平成27年度、地元の人材を活用した地産地消の取り組みの第1弾として、宮崎国際音楽祭を食の視点で応援する事業となる『グーラッシュを食べる』を飲食店15店舗が参加し平成27年5月に開催しました。また、第2弾は、NHKの朝ドラで川端康成がテレビ用の脚本として初めて書きおろした「たまゆら」の放映50周年でありましたことから『ノーベル賞文豪を偲び宮崎を食べる』を飲食店19店舗が参加し平成27年11月に、さらに、第3弾は、料理部門のほかお菓子部門を新設し、プロ野球春季キャンプ及びバレンタインデーを背景に『春陽にさそわれ宮崎を食べる』を37店舗（飲食店29店舗、製菓店8店舗）が参加し平成28年2月に実施しました。

2巡目となりました平成28年度は、第4弾として第1弾同様、宮崎国際音楽祭を食の視点で応援する事業とし、『名曲と風の薫りに胸はずみ 宮崎を食べる』と新たに題し29店舗（飲食店22店舗、製菓店7店舗）が参加し平成28年5月に開催しました。また、第5弾として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目的で『豊穡の秋に神々を想い 宮崎を食べる』を34店舗（飲食店29店舗、製菓店4店舗）が参加し平成28年10月に、さらに、第6弾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に、『球春と胸キュンのとき 恋する君と宮崎を食べる』を40店舗（飲食店32店舗、製菓店8店舗）が参加し平成29年2月に実施しました。

“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ました。

また、回毎に協力店舗を紹介した冊子を作成し、特に第3弾及び第6弾については、宮崎交通(株)様をはじめとした高速バス運行会社の協力を得、「フェニックス号」の車内座席シートボックスや宮崎カーフェリー(株)様の船内及び神戸市内に当該冊子を配置するなど、県外の観光客もターゲットにした取り組みとしました。

さらに、第5弾からは事業の更なる浸透と話題性を高めるために、事業タイ

トルの背景に縁のある宮崎の資源をランチョンマットとしてデザイン製作し、参加店舗に配布しました。

参加した店舗からは好評及び支持をいただいております、平成29年度についても内容をより充実し、参加店舗がより増加できる取り組みを実施します。

なお、平成29年度は、下記のとおり年3回（5月・10月・2月）開催し、協力いただく店舗も一層拡充させ、多くの消費者が各店舗に足を運び一層の消費活動を促す仕組みを構築します。

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
		

時期	平成29年5月	平成29年10月	平成30年2月
予定 テーマ	宮崎国際音楽祭	神武さま	プロ野球春季キャンプ 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、消費や販路の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29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(株)ニュートーキョー様では、新宿区内の店舗を中心に都内4店舗で3月の一月間、宮崎フェアを開催いただきました。

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からは、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平成28年3月19日から4月28日までの40日間、第1回目の宮崎フェアを開催いただき、多くの宮崎の食材を使用いただきました。そして、第1回目が好評であったことから、第2回目を平成29年1月13日から3月23日までの70日間開催いただき、第1回目よりも多くの宮崎食材を正規の流通により調達いただいたところでした。

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、通常の物流により調達されるロット数が相当なものになり、目に見える経済効果が期待されます。

このことから、平成29年度も引き続き宮崎フェアが開催いただけるように積極的に取り組んでいくとともに、これまでの宮崎フェア開催時の物流課題の課題改善も併せて取り組んでいきます。また、宮崎食材の消費拡大に留まらず、インバウンドの視点にも立ち、宮崎のPRについても併せて知恵を出していきます。



### 3 宮崎市版6次産業化実現事業

#### (1) 宮崎の農産品等を活用した『スイーツプロジェクト』

平成26年度は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、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、昨年度実施したスイーツプロジェクト事業とは基本的な事業フレームは同じでしたが、平成26年度事業において販路拡大策が不十分であったことから、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こととした。また、テーマ食材を地元農産品の枠を拡大することにより、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ることにした。さらに、学生等や製菓関係者への技術助言策や農産品生産者へのモチベーション向上策として、実施する研修会や講演会の講師として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し、県内



の人材にない発想力や視野の気づきを効果として期待することにしました。

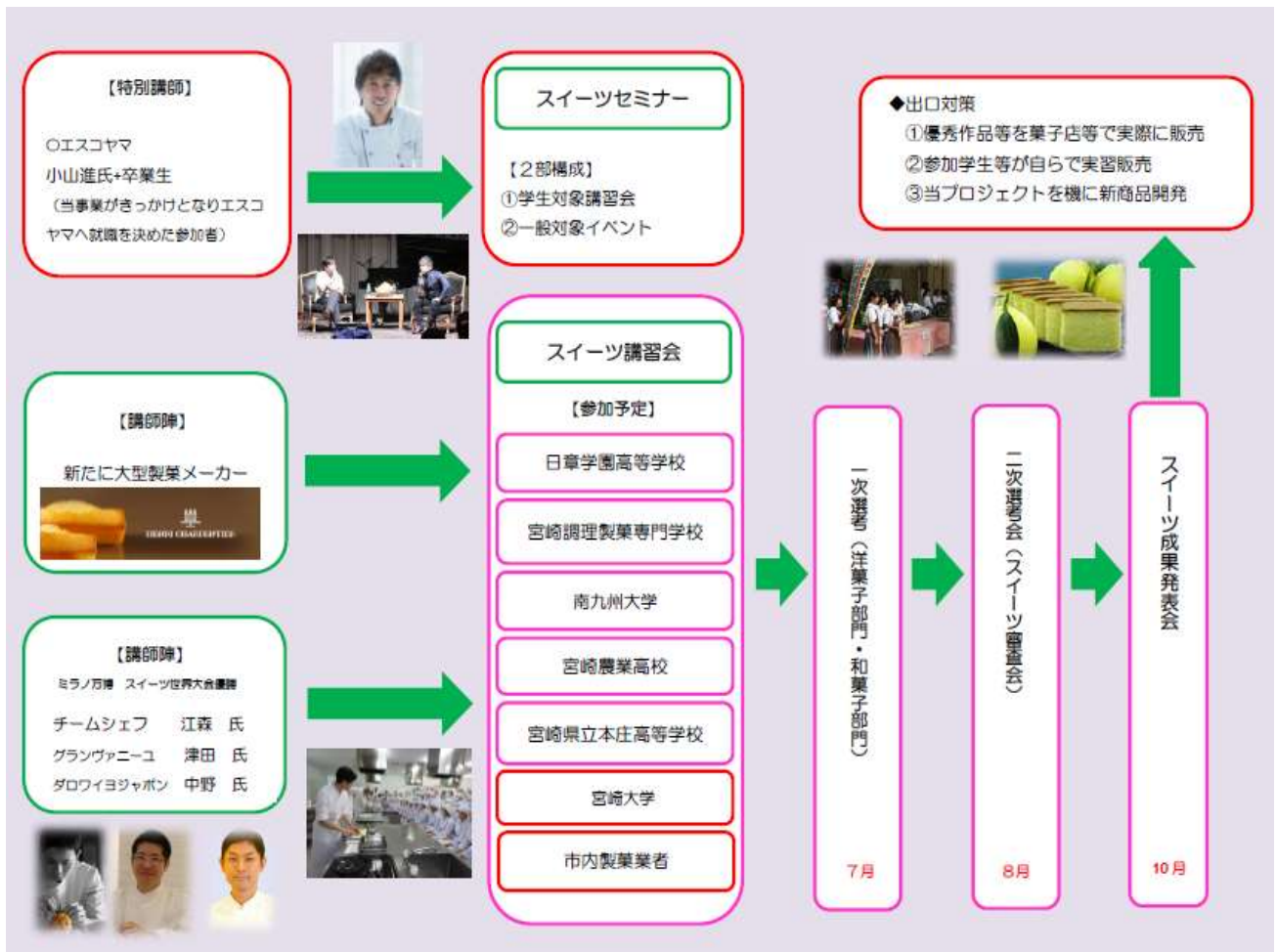
平成28年度については、当機構の他の事業との連携を図り販路拡大策をより充実させるために、前出した『宮崎の旬を楽しむ』企画第5弾『豊穰の秋に神々を想い 宮崎を食べる』とのコラボを実施し、「神武さま」をイメージした食材として「米をはじめとした穀類」としたとともに、和菓子部門と洋菓子部門の2部制としました。また、アイデア賞に選定された作品が初めて個別の製菓店舗で販売されるなど出口対策が形に現れました。

平成29年度につきては、既存のフレームを基本として、選定された優秀作品の出口対策、市内製菓業者も対象にした講習会の実施など、

直に農産品の消費拡大に繋がる方策を検討していきます。また、優秀作品の



中から宮崎を代表するお土産品に対応できるような取り組みにもチャレンジしていきます。



## (2) 宮崎の農水産品等を活用した新商品の開発

本事業は、現在の宮崎市の災害時用備蓄食が県外の食材により県外の業者により製造された商品である状況から、地元の食材を使用した非常時用食品はできないものかとの意見をくみ取り着手した事業です。

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の試作品を作成しました。

平成27年度は、最終的に“青島どれの鰯”をメイン食材にした「鰯魚うどん」のレトルト製品及び鰯切り身の缶詰製品に絞り、プロジェクト会議での試食会



を繰り返しながら更なる改良を加え一定レベルの試作品を作成しました。また、市内水産加工業者のレトルト及び缶詰製造設備の導入を後押しした後、宮崎市漁業協同組合と当該企業とをマッチングし、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、消費者が購入しやすい価格帯の商品開発を目指し、新たな食材として県産のシイラやエソ、イワシを活用した新たなレトルト食品である「魚うどん」「魚そば」を開発し販売にいたりました。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。この缶詰の製造は株式会社器が担当していますが、



同社では当商品が缶詰であり長期保存が可能であることから、災害時の非常時用食品の位置づけも行い、『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自助の取り組み、また、県外で甚大な被害が発生した場合には、その地域への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、既存商品は非常時用食品としては未だ副菜の段階であることから、主菜として対応可能な新商品の開発を行います。

### (3) 『チャレンジセルフ事業』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するのか、また、どのように地元の消費者が触れる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、『チャレンジセルフ』事業は、チャレンジショップの様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することを通して積極的な出口対策に取り組むことを目的として平成28年度に着手した事業です。

市内中心部にあるボンベルタ橋様の地階食品フロア内に商品棚の一部を借用し、『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品目の陳列販売を平成28年10月8日から開始しました。

積極的な集客策を進めるボンベルタ橋様の協力をいただきながら、ボンベルタ橋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とともに、平成28年の年末には出展高校の協力を得、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開催しました。

高校生の集客力の高さ、そして、それに連動して試食実演販売での売上は確実に増加が確認できることから、今年度については、イベント開催の増加及びより効果的な試食実演販売の取り組みを積極的に実施します。

#### （4）発泡清酒「はじまり」の販売促進

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、さらなる消費拡大を図るため、平成28年度から宮崎市の“ふるさと納税”返礼品に登録しました。

平成29年度（平成28年度中の醸造分）は3,000本の販売促進活動に取り組み、記紀編さん1300年とともに宮崎をPRするツールとして積極的に活用していきます。また、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、輸出についても情報収集に努め、積極的に販路拡大を図っていきます。

### 4 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。将来的な視点に立ち補助金に依存しない組織体質の強化を図るためには、既存事業の他にも新たな公益事業を見出すための研究が必要と考えています。

平成27年度からは、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2ヶ年連続して受注する取り組みを行ったほか、小規模な契約ながらもいくつかの委託事業も受託しました。

平成29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極力参加するとともに、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。