

一般社団法人 みやP E C 推進機構

2019年度事業計画

◆はじめに

宮崎市では、将来の都市像を「未来を創造する太陽都市みやざき」とし、まちづくりの基本姿勢を「地域に愛着をもち、新たな価値を共に創る」と定めた第五次宮崎市総合計画 前期基本計画を昨年4月にスタートさせ、選択と集中の観点から、分野横断的な取組となる5つの戦略プロジェクトを推進しているところです。

これらのプロジェクトのうち、「フードシティ推進プロジェクト」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。

そこで当機構では、「フードシティ推進プロジェクト」推進の一翼を担うため、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。

設立から6年目となる2019年度は、引き続き限られた財源とマンパワーによりこれまでの取組みで明らかになった課題等を改善しつつ、持ち前の斬新で柔軟な発想力、機敏な実行力を最大限に生かしながら、事業内容の充実を図ることで、さらに期待に応えることができると考えています。

日本を取り巻く経済情勢は、国内においては少子高齢化に伴う慢性的な人手不足に加え、消費税増税、新天皇即位など、また、国外においては、米中貿易摩擦やEU離脱問題などが大きく影響することが予想され、正念場を迎えているとされる日本経済が、足踏み状態の景気を再加速して、安定成長の軌道に乗せることができるかどうかは、民間主導による経済の底上げがカギになると言われています。

このような時代だからこそ、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り、当機構の官民一体となった姿勢や取組が、地域経済の活性化延いては宮崎市及びその周辺地域の産業振興にも寄与するものと考えています。

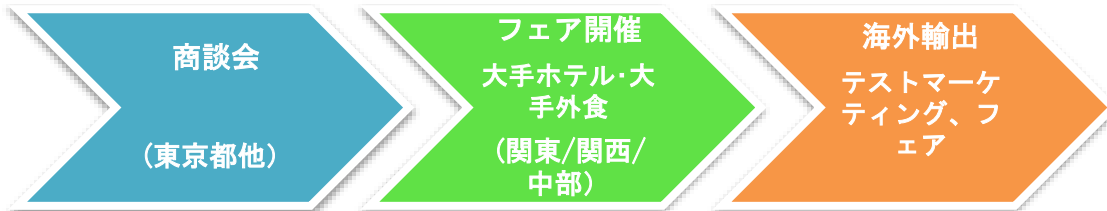
◆当機構基本方針

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。

◆ 2019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。

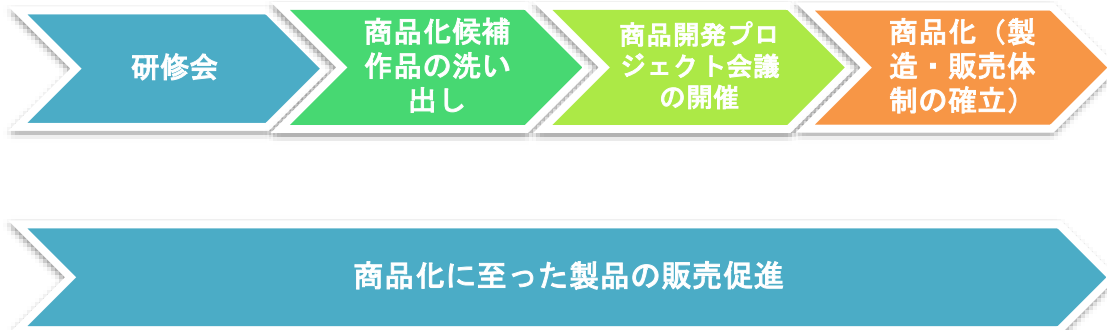
1 販路拡大……地産外商



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

※ 2019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。

◆ 2019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

当機構は、平成26年度から東京都内（ビヤステーション恵比寿）において宮崎にこだわった商談会を開催しております。

平成30年度は、例年の恵比寿会場から糖業会館〔有楽町〕に会場を移し、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の目に触れる機会を増やすため、福岡市で開催された商談会（フードスタイル）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、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ている「MIYAZAKI 美味しいもの特選」については、いつでも内容を更新できるようにWEB版で作成し、内容を一新しました。



□ 2019年度の取組

宮崎の農林水産物及び加工品の販路拡大を推進するため、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していきます。

【当機構主催】

【他団体主催】

時期	2020年2月	時期	2019年11月他
場所	東京都内	場所	福岡市内他

(2) 『チャレンジセルフ事業』の取組

『チャレンジセルフ』事業は、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「ボンベルタ橋」の地階食品フロアの一部の棚（シェルフ）を当機構が借用し、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。これまで、ボンベルタ橋にイベント内容の広告への告知等の協力をいただきながら『うめえ～もん発掘堂』の商品PR、紹介、販売に努めてきました。

平成30年度は、ボンベルタ橋の東館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定期的に開催し、多くの商品のPR、紹介、販売を実施しました。



□2019年度の取組

販売イベント等を継続して実施し、多くの商品のPR、紹介、販売を行うとともに、『うめえ～もん発掘堂』の在り方も含めて、今後どのような形で展開していくのが最も効果的かを引き続き検討していきます。

2 6次化商品海外販路開拓事業

本機構は、定款第4条に販路拡大のための方策の一つとして「輸出」を掲げており、まずはマーケットの規模が格段に大きい中国（上海）を輸出先とし、各種加工品の安定輸出を目指して、現地でのテストマーケティングやフェア等を実施しております。これまでの結果、中国への輸出は、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。

《これまでの実績》

時 期	場 所		実施内容
H28.11月 ～H29.9月	上海	久光百貨店、シティスーパー3店舗	テストマーケティングの実施
H29.4月	上海	シティスーパーIFC店	宮崎フェアへの出展
H29.6月	上海	高島屋	九州フェアへの出展
H29.9月	上海	在上海日本国総領事館	日本食品イベントに出展
H30.2月	宮崎	市役所会議室	企業とのマッチング 総領事館のイベントを主催した商社を宮崎に招き、中国への輸出を希望する企業を対象に実施
H30.6月	上海	APITA、上海高島屋、	九州フェアへの出展

		シティスーパー	
H30.10月	宮崎	市役所会議室	研修会の開催 上海高島屋からバイヤーを宮崎に招き、中国輸出の現状や商品開発時のポイント等について研修
H31.3月	上海	高島屋	宮崎フェアの独自開催

□ 2019年度の取組

市内及び周辺地域の事業者においては、自社製品の販路拡大を求めて積極的に海外輸出に取り組む事例も増えており、中国（上海）をはじめ、輸出規制が比較的緩やかとされるタイや台湾に対する6次化商品等の宮崎の豊かな食材の輸出について、関連する企業等と協議、検討していきます。

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年度からは、5月、10月、そして年明けの2月の計3回実施しています。

<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
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

“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るところです。

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)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(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。

□ 2019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各店舗に足を運んでいただけるよう、一層の消費活動を促す仕組みづくりと協力店舗の拡充が図られるよう努めます。

また、2019年度からは、参加店舗の負担軽減及び配布対象者（ターゲット）の掘起し、掲載記事やイベント内容の充実化を図るため、年3回から年2回（10月・2月）に回数を減らして実施することとします。

時期	2019年10月	2020年2月
予定テーマ	神武さま	プロ野球春季キャンプ バレンタインデー

《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
		

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
		
第10弾	第11弾	第12弾
初夏を彩る旋律に心躍らせ 宮崎を食べる	豊穡の月夜に響く虫の聲 秋彩に染まる宮崎を食べる	球春到来 美味求真 春の宮崎を食べる
		

(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だけでなく、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。

このため、当機構では、平成28年度から大型ホテルや大手外食チェーンにおいてフェアを開催いただいております。



◆大型リゾートホテル等での「宮崎フェア」

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きましては、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、「宮崎フェア」を平成27年度から4年連続で開催いただいております。4回目となる平成30年度は、平成31年1月18日から3月21日までの63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。



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3月から4月にかけて、さらに、平成30年度は、新たに長野県松本市にあります「ホテルブエナビスタ」におきましても、3月と4月の2ヶ月間「宮崎フェア」を開催していただくこととなっております。

◆大手外食チェーンでの「宮崎フェア」

東京都内を中心に約100店舗の飲食店等を運営する(株)ニュートーキョーでは、新宿区内の店舗を中心に都内5店舗で2月から4月にかけて、さらに、大阪市梅田の店舗においても3月から4月にかけて開催いただきます。

□2019年度の取組

現在実施していただいている大型リゾートホテルや大手外食チェーンに対して引き続き「宮崎フェア」を開催していただけるよう働きかけるとともに、平成31年2月に東京（糖業会館）で開催しました商談会に来場いただいたホテルや外食チェーンに対しても、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。

(3) 地産地消推進イベントの開催 ～ 風・土（フード）プロジェクトの推進 ～

本機構の基本戦略の一つである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を地域で消費するだけでなく、その活動を通じて、消費者にとっては新鮮で安全・安心、高品質な農林水産物が身近なものになります。また、消費者が生産者と「顔が見え、話ができる」関係を構築することで、生産者にとっても流通コストの削減が可能となり、所得向上につながるなどのメリットをもたらします。そこで、2019年度は、改めて地産地消の推進に着目した事業を展開することといたします。

具体には、①本市で生産される高品質な農林水産物やその加工品に関する情報発信に努めることで宮崎の食の豊かさへの関心を高め、②消費者の産地への愛着心や安心感を深めることで、各家庭における消費拡大や地域・学校・各種団体・各種イベント等での利用促進を図るために、他団体とも協力しながら地産地消推進イベント（地産地消まつり）を開催いたします。

さらに、当機構の他事業（宮崎フェア、宮崎の旬を楽しむ企画）ともコラボすることにより、さらなる事業効果の拡大を目指します。

【宮崎地産地消まつり（仮称）の概要】

- ◆ 新郷土料理コンテスト
- ◆ 地産地消セミナー
- ◆ 地産地消に着目した料理及び地元食材の紹介
- ◆ 地元食材を活用した料理作り体験
- ◆ 地産地消推進販売会

★風・土（フード）プロジェクトとは

【事業の趣旨】

これまでスイーツに絞って実施してきたスイーツプロジェクトについて、宮崎の食材の魅力をより広く発信するために、スイーツを含めた料理全般に範囲を広げて取り組むもので、言わばスイーツプロジェクトを進化させた形の事業となります。

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（農産品等の地元食材）にこれまでになかった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）文化を活性化させたいとの思いから「風・土（フード）プロジェクト」としました。

【事業の進め方】

これまで実施してきたスイーツプロジェクトと同様のスキームで実施することになりますが、学校、シェフ、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することを最終目標に進めていくこととしています。

□2019年度以降の取組

これまで以上に地元食材の魅力を発信できるよう、また、地元農産品の消費拡大に繋がるようスイーツプロジェクト事業で培った実績や考え方を活かしながら各種事業を展開していきます。

◆スイーツプロジェクトのスキーム◆

◆実施方法

- これまでにない発想力や視野を広げるため、講師に世界的なコンテストで複数の受賞歴があるパティシエを招聘し、研修会や講演会を実施
- 設定するテーマに沿った創作スイーツレシピを学生等に対して募集し、提出されたレシピの中から優秀な作品を選定し表彰
- 出口対策として、
 - * 成果発表会の際に市民に対して作品を披露
 - * 個別の製菓店舗で販売するため、『宮崎の旬を楽しむ』企画とコラボを実施

◆成果

- ・ 優秀作品の一部を市内のホテル利用者に提供
- ・ 市内百貨店のお中元商品として販売
- ・ 平成29年度の優秀作品である「大葉の日向夏大福」と「日向夏大福」を商品化し、平成30年11月から、菓子匠 壽康庵にて販売開始
- ・ 関係者の協力のもと平成29年度に立ち上げた「宮崎のお土産菓子プロジェクト」において、平成30年度の優秀作品を銘菓にするための検討を開始



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。

そこで、これまでに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

当機構では、宮崎の農林水産物を活用した新商品の開発を実施しており、会員及び関係者の協力のもと多くの加工品を新たに開発してきました。

《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	鰻魚うどん	青島どれの鰻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 (高校と企業のコラボ商品第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 (高校と企業のコラボ商品第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 (高校と企業のコラボ商品第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)

これまで、企業と水産団体のマッチングにより、また、高校と企業のコラボレーションにより、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、企業や各種団体の協力を得ながら、それぞれの強みを活かした新商品を開発していく必要があります。



□ 2019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、今後も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活動を実施していくとともに、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。

(3) 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、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販売促進に取り組んでいます。

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。

□2019年度の取組

引き続き、発泡清酒「はじまり」の販路拡大につなげるための販売促進活動を実施していきます。

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るところです。

□2019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。