

4 安定的な取引づくり

「重点取引先とのパートナーシップ強化」や「品目に特化したプロモーションの実施」、「情報発信力のある消費者・異業種との連携」により、安定的な取引づくりとみやざきブランドの魅力発信に取り組んでいます。

取引先とのパートナーシップ強化

取引先でのトップセールスや、加工品まで含めた幅広い品目の取引を推進することで、重点取引先とのパートナーシップを強化し、安定した販売環境づくりにつなげました。

トップセールス

GAPや品質向上対策など産地の取り組みや、特長ある商品づくりを伝え、みやざきブランドの価値を共有。



取引先とのトップ会議(フジ)

総合フェアや惣菜の展開

加工品まで含めた総合フェアの実施や、共同開発した惣菜を展開。



総合フェア(フジ)



イオン九州 × ミヤザキ 惣菜

「えびの米」プロモーション

硫黄山噴火による米販売への影響を軽減するため、販売・消費拡大対策を行い、取引環境の維持や、新たな取り組みにつなげました。

販売対策



えびの米トップセールス(イオン九州)



えびの米 新米 集中販促 (宮崎県内10量販店 81店舗)

タイアップ商品



ファミリーマート
えびの米塩むすびH31年2月発売

企業と連携したPR



ANA搭乗キャンペーンえびの米PR

完熟マンゴー「太陽のタマゴ」20周年

1998年の「太陽のタマゴ」の誕生から20年。生産者、行政、JAが一体となった商品づくり、取引づくりにより、全国区のトップブランドに成長しました。



誕生20周年の節目に、「太陽のタマゴ」解禁日に東京、宮崎の市場でトップセールス



20周年を記念し、購入者へ宮崎牛が当たるタイアップキャンペーンを実施。応募総数 11,463件

第54回宮崎日日新聞賞 特別賞を受賞

全国区のトップブランドへの成長、県産産物の知名度アップへの貢献が高く評価されました。(H30年10月)

Karada Good Miyazaki プロモーション



Karada good Miyazaki(カラダグッドミヤザキ)をコンセプトに、飲食店、消費者と一体となったプロモーションを行い、県産農畜産物のコアなファンづくりや、飲食店の県産品活用のきっかけづくりにつなげました。

「Karada Good ナイト」

年間を通して、生産者と消費者を繋ぐ参加型プロモーションで、県産農畜産物をPR。参加者によるSNS情報発信も展開。



7月サマーナイト (ゴーヤー、ブランドポーク等PR)

ひなたフルーツフェア

県内の飲食店・バー41店舗で、きんかん、日向夏のオリジナルメニュー提供 (H31年2~3月)



みやざきブランド『かわら版』

No.1
2019年
創刊号

みやざきブランド推進本部(宮崎県・JA宮崎経済連)

ご挨拶

みやざきブランドは、信頼される産地づくり、特長ある商品づくり、安定的な取引づくりを3本柱として、生産・販売・PRが一体となった取り組みを行っています。

みやざきブランドは、宮崎の農業に携わる全ての人々が目標を共有し、それぞれの立場で取組を実践することで形作られてきました。

今回、みやざきブランドの動きや産地・品目の取組を広くご紹介し、皆様の日々の活動につながることを願いまして、「みやざきブランド『かわら版』」を発行することとしました。

みやざきブランド推進本部長 (JA宮崎経済連代表理事会長) 新森 雄吾

みやざきブランド戦略

信頼される産地づくり

- ①重点品目の総合対策(品目別戦略)
- ②GAPの取組支援
- ③実需者ニーズに基づく産地振興

特長ある商品づくり

- ④生産性・商品性の向上
- ⑤健康に着目した商品づくり

ブランド戦略

安定的な取引づくり

- ⑥ブランド戦略を共有した取引先とのパートナーシップ強化
- ⑦商品特長を生かした販売・PR



「健康」「体づくり」に役立つ宮崎の農畜産物を消費者に分かりやすく伝えるロゴマーク

「Karada Good Miyazaki(カラダグッドミヤザキ)」

平成30年度トピックス

1 重点品目における生産対策(品目別戦略)

宮崎県産農畜産物のブランド力向上に向け、品目ごとに生産から販売・PRまで一体となった戦略を立て、課題と対策を明確にしなが、関係機関・団体が一体となって課題解決に向けた取組を実践しています。

にら ①品質向上対策(特に腐敗)



根の張りを良くするための深耕技術や腐敗原因菌の密度を下げるための生物農薬利用の実証等に取り組んでいます。



輸送中に発生する腐敗の原因究明のため、輸送中の温度、湿度等の調査に取り組んでいます。

ミニトマト ①生産性向上対策



生産性向上のための環境制御技術の導入や高軒高栽培の事例調査等に取り組んでいます。

ミニトマト ②品質向上対策(特に裂果)



ほ場での裂果原因の究明や県外での県産品点検の実施などによる品質向上対策に取り組んでいます。



今後の取組み

今後、他品目も含め、「安全で品質の確かな商品づくり」と「安定出荷を実現する産地づくり」の実現を目指し、課題解決に取り組めます。

2 信頼される産地づくり(GAPの取組)

(1) GAPとは

農作業の作業効率の向上や安全性の確保などについて、掲示物や記録簿等で確認しながら、農業活動のチェックと改善を繰り返し行う「改善活動」です。

①生産現場に潜む様々なリスクに対応することが大事!

- ・異物混入、不適切な農薬使用などの食品安全リスク
- ・ドリフト、産廃などの環境保全リスク
- ・農作業事故、熱中症など労働安全リスク
- ・異常気象や天災など農業生産性リスク

②GAPは、日常の1つ1つの行動、やるべき行動そのもの!

GAPに取り組み、「リスクに負けない強い産地」を目指しましょう。

日常の取組み	取り組むこと	効果
ルール化する	作業手順や事故マニュアルなどをルール化しておく。	安全な作業環境 無駄な作業がなくなる
5S活動	整理・整頓・清掃・清潔・セーフティ(5S)を毎日行う。	作業の効率化 リスク軽減
記録する	作業時に作業工程ごとにチェックし、記録を残す。栽培履歴の記帳。	作業ミス軽減 事故発生時の自己防衛
営農指導に基づく生産	やるべき項目に沿って農作業を実践する。	品質向上 収量向上

(2)GAP取組への支援

GAPは、生産者だけが取り組むものではなく、JA・行政など関係者がそれぞれの立場で協力しながら取り組む活動です。

GAP取組の第一歩として、ポスターを作成しました。作業現場に掲示し、日々の作業で確認しながら、作業の効率化とリスクの軽減を目指しましょう。

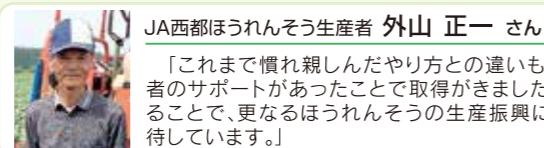


(3)第3者認証GAP取得産地の紹介

(株)ジェイエイフーズみやざき 冷凍ほうれんそう GLOBAL G.A.P.取得 (H30.5.24)

JA宮崎中央、JA西都、JA尾鈴の契約生産農家62戸、面積94.32haで、グループ認証を取得。

生産者・JA・ジェイエイフーズみやざきが役割を分担し、分業化を図ることで、「生産者が取り組みやすい環境」を提供し、「生産管理システム」の活用による「見える化」を行ったことが、認証取得につながりました。



JA西都ほうれんそう生産者 外山 正一 さん

「これまで慣れ親しんだやり方との違いもありましたが、関係者のサポートがあったことで取得ができました。今後、需要が伸びることで、更なるほうれんそうの生産振興につながることを期待しています。」

JAこばやしマンゴー部会GAP研究会 ひなたGAP取得 (H31.3.15)

JAこばやしマンゴー部会GAP研究会(7戸、面積 369a)が、ひなたGAPとして宮崎県で初めての団体の認証を取得。研究会とJA・県の関係機関が一体となってGAPのルールづくりに取り組んだことが認証取得につながりました。



ひなたGAP 認証書交付式



JAこばやしマンゴー部会GAP研究会 松田 泰一 代表

「7名全員がGAPに取り組んで良かったと感じています。今後は部会全体へ取り組みを拡大したいです。GAPに取り組んでみて、整理整頓やモノの配置を決めることで作業効率が上がります。農場をキレイなままにしようという認識も芽生えました。また、食の安全や労働安全に関するリスクについて1から考えるきっかけになりました。」

今後の取組み

- ① 各部会がそれぞれに目標を設定し、それぞれのレベルで、GAPにチャレンジしましょう。
- ② みやざきブランド産地の中から、各JAモデル産地を設定し、GAP取得を目指します。

3 特長ある商品づくり

健康に着目した商品

みやざきブランドでは、農産物の栄養機能成分の分析に取り組んでおり、平成27年に生鮮食品の「栄養機能食品」表示が可能になったこと、「機能性表示食品」制度が開始されたことから、保健機能食品制度を活用した商品づくりを進めています。

保健機能食品とは!?

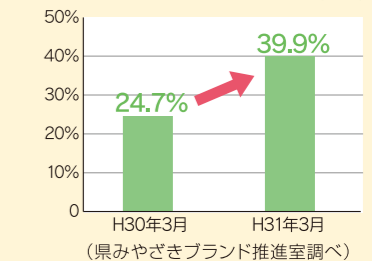
- ◆保健機能食品…機能性の表示ができる
 - 栄養機能食品
 - 機能性表示食品
 - 特定保健用食品(トクホ)
- ◆一般食品…体への効果は表示できない

ピーマンで全国初! 栄養機能食品(ビタミンC)ピーマン「グリーンザウルス」

平成29年12月より、みやざきブランドの栄養機能食品 第一弾として、ピーマン「グリーンザウルス」をビタミンCの栄養機能食品として全国に向け販売しています。



【栄養機能食品ピーマン 消費者認知度(全国)】



販売開始から1年がたち、栄養機能食品のピーマンとして、消費者認知度も向上しています。

冷凍野菜で全国初! 機能性表示食品(ルテイン)「宮崎育ちのほうれんそう」

平成30年10月より、(株)ジェイエイフーズみやざきの「宮崎育ちのほうれんそう」が冷凍野菜で全国初の機能性表示食品として販売を開始しました。



ジェイエイフーズみやざきは、機能性表示食品の販売とG-G.A.P.をベースとした産地づくりが評価され、「6次産業化アワード」で食料産業局長賞を受賞しました。



6次産業化アワード表彰式(H31年3月)

表示成分「ルテイン」→「ルテインは、光による刺激から目を保護するとされる網膜(黄斑部)色素を増加させることが報告されています。」

きんかんで全国初! 栄養機能食品(ビタミンC・ビタミンE)完熟きんかん「たまたま」

平成31年1月、完熟きんかん「たまたま」が栄養機能食品となって全国販売を開始しました。

販売開始は全国25社の新聞に掲載され、JAL機内誌や新聞広告での紹介、きんかんヌーボーなどの各種PRイベント、東京FMとコラボした首都圏PRなどで、完熟きんかん「たまたま」が全国に広く紹介されました。



表示スタンドバックと内封リーフレット



解禁日を消費者と楽しむ「きんかんヌーボー」



河野景子氏による東京FMでのPR



宮崎県果樹振興協議会きんかん部会 河野 利泰 部長

「きんかんは昔から健康に良いイメージがあったが、栄養機能食品として商品に栄養機能を掲載することで、効果的にPRできるようになりました。消費者の皆様が前よりも興味を持っていただいていると感じています。」

「九州屋」幸田バイヤー (九州屋~百貨店・駅ビル野菜果物専門店 全国95店舗展開)

「九州屋での今期の「たまたま」の取り扱い量は大きく伸びました。これまで「たまたま」は限られた層での購入が中心だったが、今期より消費の裾野が広がりました。」

完熟きんかん「たまたま」

県外消費者の認知度21.6%(H30年3月)→25.3%(H31年3月) (県みやざきブランド推進室調べ)