

都城市物産振興基本計画（案）

【概要版】



幸せ上々、みやこのじょう

日本一の肉と焼酎、とっておきの自然と伝統

都城市

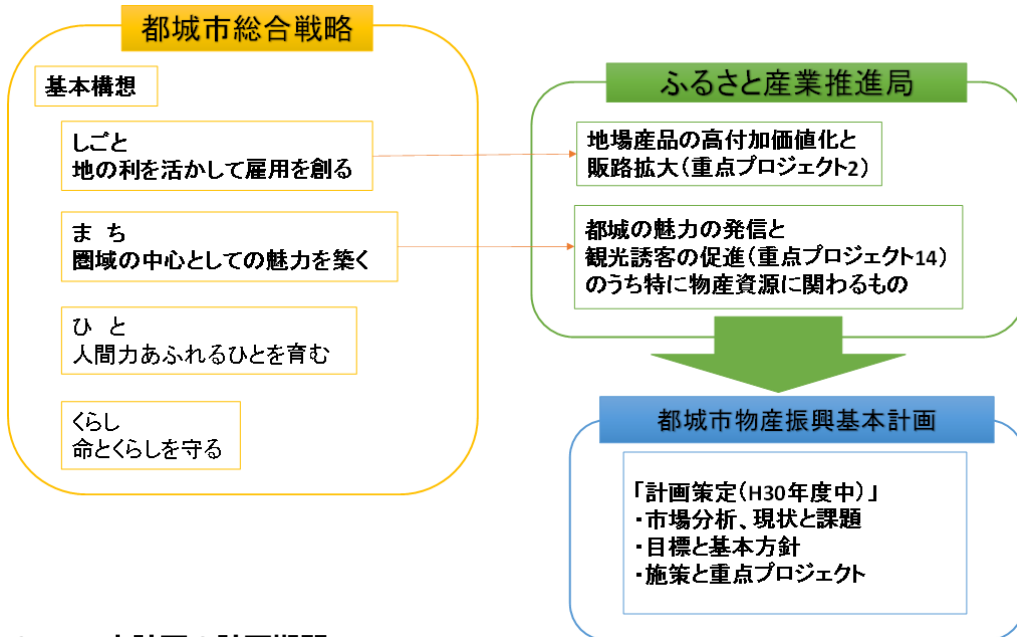
第1章 本計画策定の趣旨

1. 本計画を策定する目的

本市の物産における現状を把握し課題整理を行った上で、今後の本市の物産振興の方向性を定めることを目的とします。

2. 本計画の位置づけ

本計画は、「第2次都城市総合計画（平成30年策定）」を上位計画とし、その他の関連する計画との整合・調和を図ります。特に、第2次都城市総合計画総合戦略において関連する重点プロジェクトについて、施策の方針、現状と課題を踏まえ、実効的な計画を目指します。



3. 本計画の計画期間

本計画の期間は、2019年度を初年度とし、2023年度を目標年度とする5年間とします。

ただし、本市の物産をとりまく環境等の変化や市全体に共通する基本的な施策の変更があった場合等、必要に応じて計画の見直しを行います。

4. 本計画において対象とする物産

本計画における物産とは、市内で生産・製造され流通・販売されている農林畜産物、食料加工品、飲料、工芸品とします。

第2章 都城市の物産の現状

本市は、宮崎県の南西部に広がる都城盆地に位置し、宮崎市や鹿児島県の曽於市・霧島市等と隣接しています。温暖な気候と肥沃な土壌という恵まれた自然環境のもと、農林畜産業が主要産業のひとつに位置づけられています。

市町村別農業産出額全国トップレベルにある本市は、従来から日本有数の食料供給基地としての役割を有していますが、近年は、牛・豚・鶏など畜産部門の農業産出額全国1位（※1）、市内の酒造メーカーによる焼酎売上高6年連続1位（※2）等、「日本一の肉と焼酎のふるさと」として知名度のある産品を産出しています。

また、農産物だけでなく、食料加工品、各種製造品、工芸品等、多種多様な産品が生産されています。

※1…平成28年市町村別農業産出額（農林水産省・推計）

※2…焼酎メーカー売上高ランキング2017（帝国データバンク）

〈物産の概況〉

農業産出額（畜産業含む）は年間約 754 億円で、全国 3 位（平成 28 年市町村別農業産出額）です。そのうち、畜産物が約 8 割を占めています。

▼本市の主な物産一覧

分類	品目
農産物	<野菜類> ①らっきょう ②ごぼう ③さといも ④キュウリ ⑤だいこん ⑥ホウレンソウ ⑦ゴーヤー ⑧トマト ⑨ピーマン ⑩かんしょ ⑪いちご
	<果物類> ⑫きんかん ⑬マンゴー
	⑭麦類 ⑮豆類 ⑯雑穀（そばを含む）
	⑰茶
林産物	<花卉類> ⑱菊 ⑲スイートピー
	<木材> ⑳スギ
畜産物	<キノコ類> ㉑しいたけ
	<食肉> ㉒牛肉 ㉓豚肉 ㉔鶏肉 ㉕馬肉
	㉖鶏卵
食料加工品	<乳製品> ㉗牛乳 ㉘チーズ ㉙甘乳蘇
	㉚各事業者の食料加工品
飲料	<調味料> ㉛醤油 ㉜味噌
	㉝飲料品
工芸品	<酒類> ㉞焼酎 ㉟梅酒 ㊱ワイン ㊲リキュール
	㊳都城家具 ㊴都城木刀 ㊵都城大弓 ㊶宮崎口クロ工芸品 ㊷本場大島紬

〈農商工連携〉

平成 25 年、「はばたけ都城六次産業化推進協議会」が設立され、近年、新商品開発件数は増加しています。企業同士の連携や農商工連携の取組は進んでいますが、商品開発や販売、市場ニーズの把握等に関する課題も存在します。

〈人材育成〉

中小規模の事業者を中心として、販売力のある商品開発や新たな販路拡大等を自社で行うことが難しく、これらの役割を担う人材が不足している状況にあります。

〈ふるさと納税〉

年間寄附金額が、平成 27 年度に 42 億 3 千万円、平成 28 年度に 73 億 3 千万円となり、2 年連続全国 1 位となっています。肉と焼酎を中心に、都城市及び都城物産の知名度は向上してきていますが、まだまだ都城産であることが知られていない物産も多い状況です。

〈ミートツーリズム〉

日本一の「肉と焼酎」を都城ブランドとして観光の目玉に据え、meat「肉と焼酎」に meet「出会うこと」できる、ミートツーリズムの取組が進められています。

〈アクセス〉

宮崎空港・鹿児島空港から 1 時間以内の距離に位置しており、交通利便性が高く、「都城志布志道路」の開通後は志布志市方面からの入込需要の高まりが予想されます。

〈物産振興団体〉

主な物産振興団体として都城圏域地場産業振興センターがありますが、スタッフ不足や専門的知識を有した職員の未配備等の理由により、商品開発や販路開拓について十分取り組めていない状況です。

第3章 市場分析調査

1. 調査概要

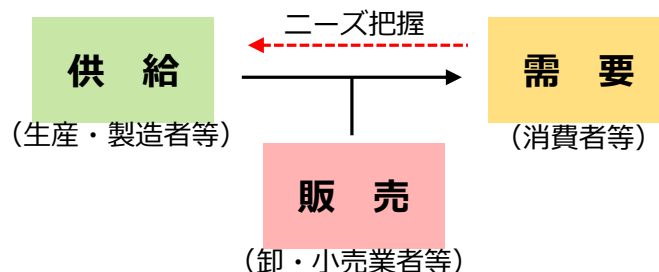
調査	調査対象		調査方法	調査内容
① 事業者意向調査	生産業者 卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・農畜産物団体 ・乳製品団体 ・調味料団体 ・焼酎団体 ・商品加工団体 ・工芸品製造団体 ・流通関連事業者 	ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の取組状況 ・今後考えている展開 ・物産施設の問題点 ・物産施設に期待すること、要望
② 既存物産関連施設調査	既存物産 関連施設 運営者	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅都城 ・朝霧の里みやこんじょ 等 上記の運営者	ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・主要な利用者 ・現施設の問題点、課題 ・本市の物産振興で協力していきたいこと
	首都圏 百貨店 関連団体 等	<ul style="list-style-type: none"> ・都内アンテナショップ ・百貨店関連団体 	ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・都城に関するイベント（フェア等）の開催状況 ・首都圏における都城物産の認知度やニーズ
③ 人口流入可能性調査	観光 関連団体	<ul style="list-style-type: none"> ・都城観光協会 	ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・本市の観光状況、物産との連携状況 ・物産施設の活用可能性 ・都城市の企画旅行の可能性や課題 ・クルーズ客への企画旅行の提案可能性
	旅行会社	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社 	ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の企画ツアーの状況 ・都城市を目的地としたツアー企画の可能性
	周辺都市 居住者	<ul style="list-style-type: none"> ・隣接自治体居住者 ・高速道路沿線自治体居住者 	WEB 調査	<ul style="list-style-type: none"> ・都城市への訪問可能性 ・都城市の物産施設に期待すること

2. 市場分析結果の整理

問題点・ニーズ	
<ul style="list-style-type: none"> ○高齢化や人口減少を背景とした人材確保や担い手の確保が問題 ○マーケティング等に関する専門的な知識を持った人材の確保や育成が困難 ○加工・包装設備（レトルト、ガスパック等）、小ロット生産に対応できる設備、体制が構築されていない ○展示会や商談会の機会が少なく、加えてコスト負担が大きいことから自社のみでの出展は難しく販路開拓が難しい ○商品開発や販路開拓に向けて同業や異業種との連携・対話の場が欲しい ○「都城」と「都城の商品」のイメージがリンクしていない ○商品の情報発信が首都圏にまで届いていない ○南九州団体旅行において、団体観光客が利用する昼食会場の確保が困難 ○市への来訪手段は、ほとんどが自動車 	
今後考えられる展開	
市内における展開	<ul style="list-style-type: none"> ○団体客に対応できる物産関連施設が市内に少ない ○物産の PR や市への誘客を牽引する施設が必要 ○飲食施設や物販施設は、市外からの来訪目的になりうる
市外への展開	<ul style="list-style-type: none"> ○九州圏内シェア拡大 ○海外進出（牛、焼酎、調味料等加工品） ○ネット販売の強化 ○宮崎県物産貿易振興センター等を活用した、首都圏への催事出展 ○首長によるトップセールス

第4章 都城市の物産振興をとりまく課題整理

物産振興においては、『需要（消費者ニーズ等）を捉え、そのための供給（生産・製造）の体制を整え、需要と供給を橋渡しする販売面の工夫を行う』という基本的な考え方が重要です。



物産の現状と市場動向（第2章から第3章まで）を照らし合わせ、需要面、供給面、販売面における問題点や課題を整理すると、主なものとして以下が挙げられます。

需要面からみた問題点や課題

- 各生産者・事業者におけるノウハウ・知識の不足（マーケティング分析等）
- 食事を期待して来訪する外国人観光客への対応
- HACCP に沿った衛生管理等、食の安全に対する関心の高まりへの対応
- 電子商取引（インターネット販売）の需要の高まりへの対応
- 健康増進や栄養摂取効果の高い商品に対する需要の高まりへの対応
- 需要を引き出す新たな価値創造
- 高速道路等の道路ネットワークの拡充、油津港へのクルーズ船寄港等、広域誘客の高まりへの対応

供給面から見た問題点や課題

- 物産関連事業者における原料不足と人材不足、労働生産性の向上
- 県内産・市内産の原材料確保の課題、原材料の価格高騰
- 物産関連事業者における加工・包装設備の不足
- 新商品開発のための試験的な生産・製造（小ロット対応が出来ない）
- 生産者、加工業者、製造業者、卸売業者、小売業者の連携
- 生産から加工・製造まで一貫して市内で生み出された商品開発
- 商品開発や生産、商品デザイン等について、総合的に相談できる組織

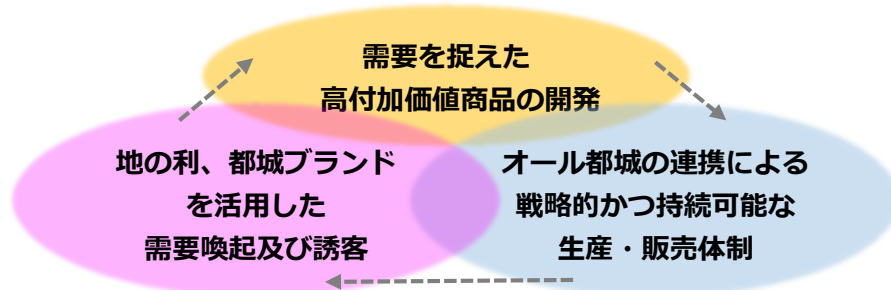
販売面から見た問題点や課題

- 販路開拓のための情報収集及び情報発信・ノウハウ・手段・ブランディングの不足
- 展示会・商談会への出展や営業活動への経費的な課題
- 直接契約、ネット販売等の新たな販路開拓における専門的知識・ノウハウ等の不足及び人材不足
- 調達・出荷にかかる輸送コストの増大
- 観光客に対する物産のPR・販売の場の不足、大規模団体観光（100名以上）への飲食提供
- 商品と都城ブランドのリンク不足
- 物産振興団体の商社・公社機能（地元事業者の販路開拓等）の拡充

第5章 都城市の物産振興における将来像と基本目標

1. 物産振興における将来像

第2次都城市総合計画等の関連計画や関連施策と、第4章で整理した問題点や課題を踏まえ、本市の物産振興における将来像（概念）を以下のように整理します。



キャッチコピー

本市の物産振興における将来像（概念）

『 **いいものズラリ！！売って広める“MADE IN 都城”** 』

2. 基本目標

基本目標1 需要を捉えた高付加価値商品の開発推進

市場動向や消費者ニーズの把握に努めるとともに、ものづくりにおける歴史背景・原材料（産地）・生産技術等についてストーリー性を有する付加価値の高い商品開発と、そのための体制づくりを目指します。

基本目標2 ネットワーク構築による連携した生産・販売の推進

オール都城（生産者、加工・製造業者、卸売業者、小売業者、行政、関係機関）が連携した生産体制・販売戦略の構築に努めるとともに、都城圏域外のバイヤーや流通関係者との新たなネットワーク確保を図ることで、より多くの物産が販売できる体制・仕組みづくりを目指します。

基本目標3 地の利と都城ブランドを活用した需要喚起とファンの確保

地の利と都城ブランドを最大限に活用し、観光施策と連携することで、都城への誘客と物産振興を図り、更なる需要喚起を目指します。併せて、本市物産のファンやリピーターの確保に努めます。

◆計画期間における目標値（目標年度 2023 年度）

	重点業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
基本目標1	展示会・商談会における成約数（累計）	54 件 (2016)	280 件 (2019～2023)
	新たな商品開発支援体制の構築	—	構築
基本目標2	道の駅都城の販売額	141,071 千円/年 (2016)	180,000 千円/年 (2019～2021※)
	新たな生産・販売支援体制の構築	—	構築
基本目標3	都城市ふるさと納税特設サイトの会員数 (累計)	14,172 人 (2016)	53,000 人 (2021※)
	観光入込客数	1,465,762 人/年 (2016)	1,540,531 人/年 (2021※)

※目標値の期間が 2021 年度になっているのは、第2次総合計画総合戦略等を基にしているためです。期間内に新たな目標値を設定した場合は、その数値とします。

第6章 物産振興に向けた施策

1. 施策の体系

4つの基本方針の元、施策を体系化し、優先性を持って取り組む施策については、「人づくり」、「仕組みづくり」、「場所づくり」の3つの“重点横断プロジェクト”として整理します。

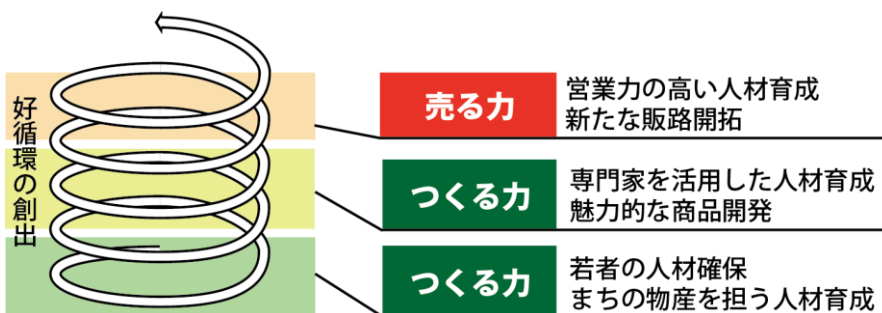
方針	施策の方向性	新規	施策	重点横断プロジェクト		
				人	仕組み	場所
方針1 つくる力の支援	事業者支援		1. 人材確保・人材育成の支援	○		
			2. 商品開発にかかる助成・支援策の充実		○	
			3. 食の安全確保支援		○	
			4. 産学官金連携支援			
	商品開発支援		1. 異業種交流の機会・マッチングの創出		○	
			2. 商品開発専門家の活用	○	○	
		○	3. 物産専門チームによる商品開発支援	○	○	○
		○	4. マーケットイン型の商品開発支援			
		○	5. 商品試作設備の可能性の検討		○	○
方針2 売る力の向上	営業機会創出の支援		1. 商談会・展示会への出展支援			
			2. 百貨店等の催事への出展支援			
			3. 営業力・プレゼン力向上支援	○		
			4. 販路開拓専門家の活用	○	○	
			5. 輸出支援			
	販路開拓支援		1. パイヤー招へいによる販路開拓支援			
			2. 県及び県物産貿易振興センターとの連携		○	
		○	3. ふるさと納税やオンラインショップの活用		○	
		○	4. 物産専門チームによる販路誘導	○	○	○
			5. 販路開拓にかかる助成・支援策の充実		○	
		○	6. 共同輸送の可能性の検討			
	商品魅力向上支援	○	1. 都城ブランドの確立支援		○	
			2. 商品改良支援		○	
	方針3 呼び込む力の創出	物産施設の機能強化		1. 物産を販売・PRする場の拡充		
○			2. 体験型「食」の提供			○
○			3. 加工体験の場の提供			○
○			4. 工芸等体験の場の提供			○
○			5. 肉と焼酎を同時に楽しめる場所の創出			○
観光客を対象とした物産販売促進		○	1. 都城物産を目的とする観光の推進		○	○
		○	2. 団体観光客への対応強化	○		○
			3. ミートツーリズムの推進		○	
			4. インバウンド対策の強化	○		○
方針4 広める力の強化	都城物産の積極的情報発信		1. 物産展等を通じた物産の周知			
			2. 効率的な宣伝広告の活用			
			3. パブリシティの有効活用			
		○	4. 都城ブランドの確立支援（再掲）		○	
			5. SNSを活用した情報発信			
			6. ふるさと納税を活用した情報発信			
		○	7. 「肉と焼酎のふるさと都城」のシンボル又はランドマークの設置			○
	都城ファンづくり	○	1. 都城物産のリピーターの獲得		○	○
		○	2. SNSを活用したフォロワーの獲得			

2. 重点横断プロジェクト

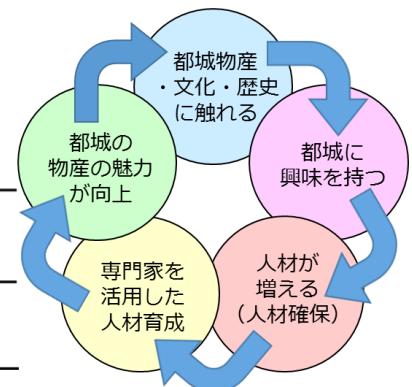
“人”づくりプロジェクト

- 地元人材や学生・若者等の就職支援等により、市内企業で働く人材確保を図る。
- 今後の都城の物産を牽引する人材を育てるべく、専門家等の活用による人材育成を図る。
- 専門的なアドバイスができる人材を確保し、物産についての総合的な支援を行う物産専門チームを設立する。
- 商品セールスを行う事業者の営業力・プレゼン力を高めるため、研修やセミナーを行う。
- 団体観光客や外国人観光客への対応力を高めるための研修やセミナーを行う。
- 人材確保及び人材育成から人材の好循環を創出し、そこから都城物産の魅力が向上することで、都城に興味を持った人材の流入を図り、さらなる人材の好循環を創出する。

▼“人”づくりプロジェクトの概要



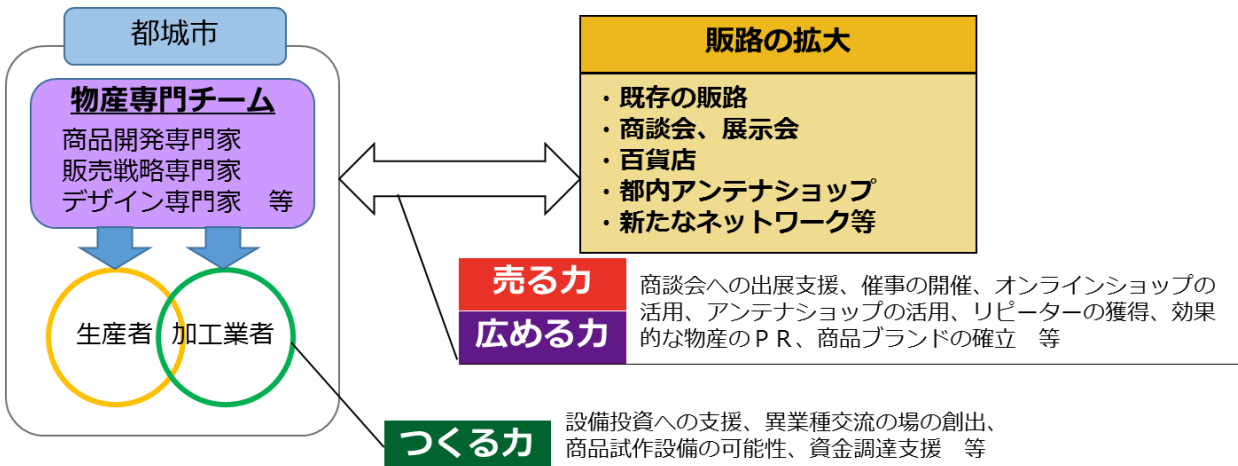
▼人材確保・人材育成の循環例



“仕組み”づくりプロジェクト

- 本市の物産振興の核として、都城物産をプロデュースする物産専門チームを設立する。
- 市内事業者への設備投資への支援、異業種交流の場の創出、商品試作設備の検討、資金調達支援等により、市内の生産者・加工業者・卸売業者等が連携した商品力の強化を図る。
- 販路の拡大に向けて、商談会・展示会等への出展支援やオンラインショップの活用等を図る。
- 都内のアンテナショップ等と連携しながら、新たな販路の開拓を図る。
- デザイナーやアーティスト等と連携した効果的な物産のPRやデザイン性に優れた都城ブランド、商品ブランドを確立する。
- 食の安全を確保するための事業者向けセミナーや研修等を開催し、都城の安全・安心を提供し、広く認知してもらえる仕組みを構築する。
- 観光との連携やミートツーリズムにより観光客の誘致を図り、都城物産を目的とした観光推進を図る。
- ふるさと納税等で都城に興味を持つ方を増やし、都城物産のリピーターを獲得する仕組みを検討する。

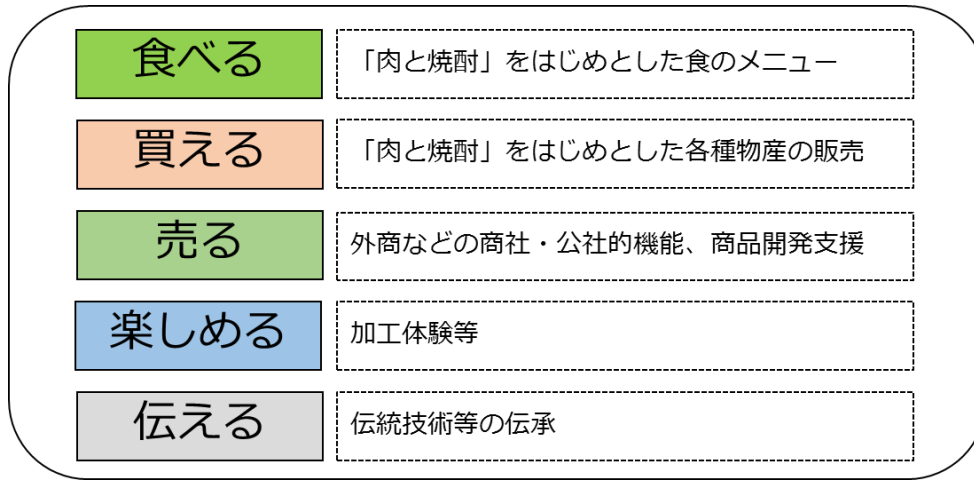
▼“仕組み”づくりプロジェクトの概要



“場所”づくりプロジェクト

- 「日本一の肉と焼酎」を中心とした物産振興拠点施設の整備を目指す。
 - ・肉と焼酎を同時に楽しむことができ、炭火焼実演販売等の都城ならではの食の提供やソーセージ作り等の加工体験、工芸等体験メニューの提供等により、拠点施設自体が観光客等の「目的地」となりうる集客力のある施設とする。
 - ・団体客の受け入れにも対応できる施設とする。
 - ・商品開発支援機能や外商機能も持たせる。
- 市内事業者であれば利用できる商品試作施設の整備の可能性を検討する。

▼物産振興拠点施設の導入機能



3. 今後の展開

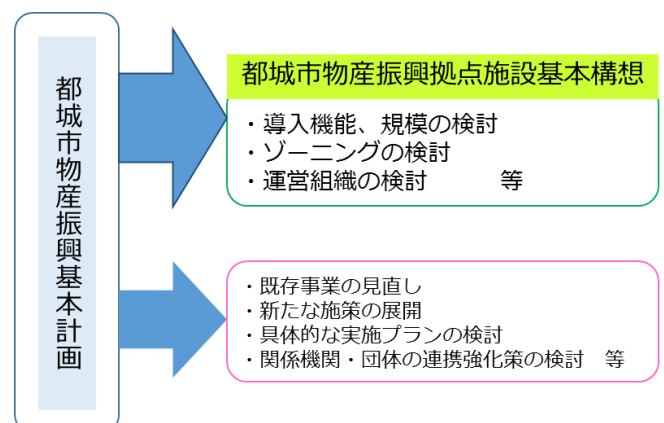
今後の展開として、各施策について、3つの「重点横断プロジェクト」に位置づけた施策については、優先性を持って横断的に連携しながら、早期に着手することとします。また、「重点横断プロジェクト」に該当しない施策のうち、現在も取り組んでいる施策については、事業内容の見直しをした上で継続するとともに、新たに取り組む施策についても順次、取り組んでいきます。

「場所”づくりプロジェクト」については、物産振興拠点施設の整備と併せて拠点施設を運営する組織（以下、拠点運営組織という。）を検討していく必要があり、拠点運営組織は、拠点の運営を担うだけでなく、「人”づくりプロジェクト」及び「仕組み”づくりプロジェクト」の推進に密接にかかわる組織とすることで、市と拠点運営組織が車の両輪として本市の物産振興の原動力となることを目指します。重点横断プロジェクトを実施するに当たり、上記役割を担う拠点運営組織の検討を含めた物産振興拠点施設の構想を描くために、別途「物産振興拠点施設基本構想」を策定することとします。

▼拠点運営組織の役割（イメージ）



▼本計画策定からの展開



都城市ふるさと産業推進局

〒885-8555

宮崎県都城市姫城町6街区21号

電話 0986-23-2193

FAX 0986-23-2627

6jika@city.miyakonojo.miyazaki.jp