

宮崎日日新聞

THE MIYANICHI

2012年(平成24年) 3月27日(火)

河野カラーと暮らし

新年度県予算を読む

— 2 —

全国5位、3073億円の農業産出額を誇る本県だが、これを加算する食料品製造業出荷額は同31位の2578億円(いずれも2009年)にとどまる。九州・沖縄で唯一、製造業出荷額が産出額を下回っており、農畜産物の生産能力を県民生活の豊かさにつなぎきれないのが現状だ。

県は12年度予算のうち

フードビジネス 素材供給型脱却狙う

「フードビジネス展開プログラム」に14億円を計上。素材供給型産地からの脱却と食品産業の育成に本腰を入れる。

◇ 県は23日、宮崎市内で

また、生鮮消費の低迷が

ん(6)は「生産と販売はまったくの別世界。このような研修は貴重な」と話した。

県は12年度、IT企業や食品メーカーとの連携など販路開拓に先進的な農業生産法人の経営者を講師に招く「チャレンジ塾」を開講。経営多角化に取り組み農家に対し、ノウハウの蓄積を急ぐ。



リニューアルしたドレッシングなどを詰め合わせる「百姓隊」の社員＝宮崎市大塚町・同社事務所

素材供給型脱却狙う

「販売促進」をテーマに、加工グループ向けの研修会を開催。参加者らは、ネギ油やユズパウダーなど加工品のPRポイントを書き込んだ仕様書を作成し、プレゼンテーションに臨んだ。自家生産の卵を使ったプリンを持参した都城市高崎町の養鶏農家、川畑健二郎を

「販売促進」をテーマに、加工グループ向けの研修会を開催。参加者らは、ネギ油やユズパウダーなど加工品のPRポイントを書き込んだ仕様書を作成し、プレゼンテーションに臨んだ。自家生産の卵を使ったプリンを持参した都城市高崎町の養鶏農家、川畑健二郎を

「消費者に手に取ってもらうにはどうすればいいか。徹底的に見直した」。

宮崎市大塚町の農業生産法人「百姓隊」の谷口寛俊社長は言葉に力を込める。同社は昨年4月、「農の夜明け」をコンセプトに、若手社員が専業主婦にふさわしいポストターやリフレックトを作るなどPR方法を一新。商品を「手に取ってもらうため」に素人仕事だったドレッシングのラベルをデザイナーに委託して作り直したところ、年間1千万円弱を売り上げた。

宮崎県産支那財団の高峰由美「コーディネーター」は「最も大事なのは商品として売れる仕掛け。単なる製品作りで終わって、お金に変わっていないもったいないケースも多い」と指摘。谷口社長は「加工・販売の伸びが今後の農業の行く末を左右するのは間違いない。県には各地域に専門家を配置するぐらいの本気度を求めている」と求め