

報告事項 I 令和 4 年度事業計画・予算について

令和 4 年度 公益社団法人宮崎県物産貿易振興センターの運営方針

1 現 状

令和 3 年度は新型コロナウイルス感染症の収束を期待していたが、年度当初の第 4 波に続き、夏及び冬に変異株による第 5、6 波が全国的に猛威を振るうなど、依然として年間を通じて国民生活や経済活動に深刻な影響を与え続けている。

当センターにおいても、国や地方自治体からの要請を受けて、感染拡大防止と顧客の安全・安心の確保を最優先にしたことから、アンテナショップの時間短縮営業や臨時休業（新宿店）、国内物産展・商談会の中止・延期、海外事業の中止・延期など、各種事業計画に大幅な変更を余儀なくされ、昨年以上に厳しい経営環境となり、正に試練の 1 年となった。

このような中、みやざき物産館では新たに配置した店長の下でのオンラインショップにおけるクーポン券や送料無料キャンペーン等の実施や、新宿みやざき館での新商品の積極的な投入や様々な販促イベントの展開など、県の補正予算等で措置いただいた事業や当センター独自の事業に鋭意取り組んだ。

年度途中に編成した令和 3 年度補正予算では、アンテナショップの売上額を 3 億 8 千万円とし、全体収支としては、約 2 千 4 百万円の損失額を見込み、年度末の正味財産保有額は約 4 千 6 百万円となる計画とした。

補正予算編成後、1 月からの約 3 箇月間はオミクロン株の感染爆発発生による第 6 波の影響を受けたものの、補正予算達成に向け、県からの追加支援策であるクーポン券事業や販促イベント等に引き続き全力で取り組んだ結果、収支はやや改善し令和 4 年 2 月末現在の決算見通しは、全体収支が約 2 千百万円の損失額で、年度末の正味財産保有額は 4 千 9 百万円程度となる見込みである。

店舗別では、みやざき物産館の売上額は、補正後予算額（2 億円）に対し、12% 増となる約 2 億 2 千 4 百万円を見込んでおり、県外観光客の減少による売上減となる一方で、オンラインショッピングは大幅に売上を伸ばした。

新宿みやざき館の売上額については、補正後予算額（1 億 8 千万円）に対し、同額程度を見込んでおり、第 6 波の影響を受けながらも、首都圏における情報発信拠点として、多様な店内催事等を積極的に実施した。

アンテナショップ以外にも、会員企業の販売機会やより一層の販路拡大を図るため、コロナ禍による様々な制約を受けつつも、創意工夫を行いながら、県内外の物産展や大規模商談会等への出展、卸・小売事業者への商品斡旋等に意欲的に取り組んだ。

海外事業では、香港事務所を拠点に計画していた事業が、新型コロナの感染拡大による諸規制の影響で規模縮小や中止等に追い込まれたものの、現地の量販店でのフェアやオンラインでのプロモーション等を通じて、県内企業の輸出促進に努めた。

2 基本方針

直近2年間は新型コロナの感染拡大による甚大な影響を受けたところであるが、今後は、コロナ「第6波」の新規感染の減少やワクチン接種の加速化等に伴って、社会経済活動が活発化するとともに、国や県の大型消費喚起キャンペーン等の展開による需要回復効果が生じるものと想定される。

当センターとしては、宮崎県全域を対象とする唯一の公益的物産振興団体として、今後講じられる国や地方自治体による経済対策等を最大限に取り込みながら、会員企業や団体の御期待に応えるべく、県産品の国内外における販路開拓・拡大を積極的に進めることとする。

このため、令和4年度においては、コロナ前の状態に早く戻すことができるよう、多様な販促イベントの積極的な展開や、さらなる販売促進に向けた宮崎・新宿両店舗間における意見・情報交換、企画検討等の定期的な実施などによるアンテナショップの運営強化はもとより、過去2箇年大幅に売上を伸ばし、コロナ禍においてその重要性や比重が飛躍的に高まっているオンラインショッピングの充実・強化、さらに開催が回復基調にある物産展・商談会への出展・参加や海外との貿易促進の支援に鋭意取り組む。

また、当センターの収支差額は、新型コロナの感染拡大の影響により令和3年度は赤字の見込みであり、安定的な経営基盤に必要な正味財産保有額(6千5百万円以上)の回復が課題であるが、令和4年度は厳しい経営環境を勘案し、単年度の収支均衡を目指すものとする。

このため、収入の二本柱であるアンテナショップ及びオンラインショッピングの売上増による販売手数料の増加や多様な収入確保を図るとともに、人件費等のさらなる経費削減にも引き続き努めながら、収支均衡に向けて全職員一丸となって取り組む。

(1) 主な取組

① みやざき物産館については、店舗の魅力や売上の向上、デジタルツールの活用、新宿みやざき館との連携強化等を図るため昨年度新たに配置した専任の店長の下、これまで以上に、県の委託事業を活用して、季節感やテーマ性豊かなフェアやイベント、来客者に新しい発見を提供するディスプレイ、店内におけるプロモーション、商品等の変更・改善、メディアやSNS等を活用した県民への定期的かつタイムリーな情報発信及び需要回復策を積極的に実施する。

また、MICE参加者や観光客の来館を促すために、近隣ホテルやレンタカー会社にはチラシを配付するとともに、企業・団体等からの受注販売を積極的に展開していく。

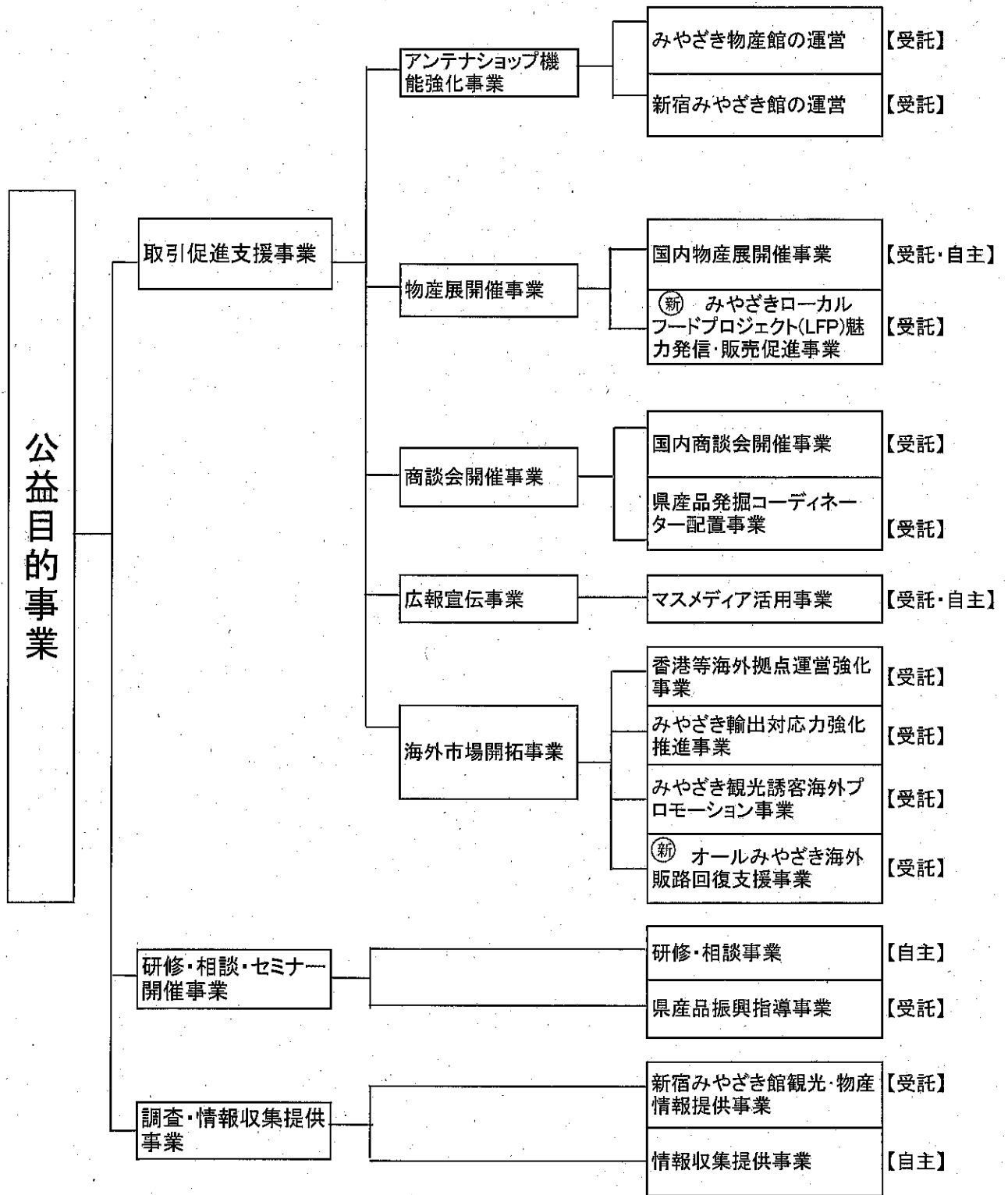
特に、県の観光みやざき回復支援策及び再開が見込まれる「Go To トラベル」を利用する旅行者の来店誘導やクーポン券のみやざき物産館での利用促進を図る。

さらに、センターホームページの県産品コーナーを充実し、メールやFAX等による注文販売の拡充を図るとともに、昨年度大幅に参加企業を増やした店外販売である「み」の下マルシェの実施により、賑わいの演出や販売促進を進める。

② オンラインショッピングについては、県の支援事業により令和2年度、3年度の2箇年で売上が急拡大したYAHOO!ショッピングでの実績を生かしながら、取扱商品の大幅増、多様化やショッピングサイトの充実・発信を図ることにより、新規顧客の獲得、リピーターの増加等に努める。

- ③ 新宿みやざき館については、新所長及び新たに配置した副所長の下、情報発信拠点として、県東京事務所等との連携強化を図りながら様々な形で積極的にPRし、来館者数、売上の増加や販路拡大に繋げていく。
特に、イベントスペースにおける催事については、昨年度は年間を通じて顧客アピール力のあるイベントを数多く企画し販売促進に繋がったことから、引き続き、県産品PRイベント展開に関する県の事業を活用し効果的に実施するとともに、テストマーケティング、店舗独自の催事、イベントも鋭意行っていく。
また、店外におけるPR等も図るため、県とも連携しながら外販の強化を進める。
- ④ POSシステムで得られた商品売上情報や店舗での展示販売を通じて得られた消費者の反応や声、さらには県産品の販路拡大や商品斡旋等の営業活動を通じて寄せられた卸・小売事業者の意見を、マーケティングやより魅力的な商品づくりにつながるよう、企業等にフィードバックしていく。
- ⑤ 接遇、接客等の研修を定期的実施し、店舗スタッフ等職員のスキルアップを図るとともに、経費節減に引き続き努める。
- ⑥ 会員等県内企業のニーズを踏まえ、引き続き販売機会やより一層の販路拡大を図るため、開催が回復基調にある県内外の物産展や定番取引を図る大規模商談会等への出展に、積極的に取り組む。
なお、センターが自主事業として出展及び開催する場合は、県の支援事業の活用を検討するなど、採算性を重視しながら実施する。
- ⑦ 首都圏において、流通企業等への県内企業の商品紹介、県内企業とのマッチング等を県等と十分に連携して取り組むとともに、食品製造業者等による小売業（EC事業等）への参入やマッチング等を支援することにより、首都圏及び県内における企業の販路拡大を推進する。
- ⑧ 海外関係では、香港事務所において、県産品の東アジア等への輸出促進の取組を行うとともに、県の新たな支援策を活用しながら新商品等の販売促進を図る。
また、貿易専門家やジェトロ宮崎等の関係機関と連携しつつ、輸出に意欲を持つ企業に対する相談・支援、情報提供等を行う。

令和4年度事業体系図



令和4年度 事業計画

| 事業名 | 内容・開催場所 | 予算額 (千円) | 時期 | 受託 | 自主 |
|-------------------------------------|---|----------------|-----|----|----|
| 取引促進支援事業 | | 253,758 | 千円 | | |
| アンテナショップ機能強化事業 | | | | | |
| みやざき物産館の運営 | 宮崎市（アンテナショップの運営及びオンラインショップ活用による販路拡大） | 55,594 | 通年 | ○ | |
| 新宿みやざき館の運営 | 東京都（アンテナショップの運営や県産品PRイベントの実施） | 76,996 | 通年 | ○ | |
| 合 計 | | 132,590 | 千円 | | |
| 物産展開催事業 | | | | | |
| 物産展等開催事業 | 県外の百貨店等での物産フェアの実施や民間企業と連携した県産品PRを実施 | 8,466 | 随時 | ○ | |
| みやざきの伝統的工芸品販路開拓支援事業 | 宮崎空港での「みやざきの工芸品展」開催 | 597 | 随時 | ○ | |
| ① みやざきローカルフードプロジェクト(LFP)魅力発信・販売促進事業 | 新宿みやざき館KONNEや物産展等を活用して、みやざきローカルフードプロジェクト(LFP)で開発された新商品の魅力発信や販売を実施 | 2,500 | 随時 | ○ | |
| その他自主催事 | 県内外の百貨店やスーパーなど | 1,932 | 随時 | | ○ |
| 合 計 | | 13,495 | 千円 | | |
| 商談会開催事業 | | | | | |
| 国内商談会開催事業 | 県外で開催される食品見本市への出展 | 11,700 | 年1回 | ○ | |
| 県産品発掘コーディネーター配置事業 | 県産品の取引拡大を図るため、卸売業者等とのマッチング商談会やフェア出展等を実施 | 9,350 | 通年 | ○ | |
| 合 計 | | 21,050 | 千円 | | |
| 広報宣伝事業 | | | | | |
| マスメディア活用事業 | 新聞、テレビ等を活用した県産品の宣伝・紹介 | 2,420 | 随時 | ○ | ○ |
| 合 計 | | 2,420 | 千円 | | |
| 海外市場開拓事業 | | | | | |
| 香港等海外拠点運営強化事業 | 香港事務所の運営及び香港における農水産物等県産品の販路開拓するための事業を実施 | 17,577 | 通年 | ○ | |
| みやざき輸出対応力強化推進事業 | 東アジア地域等へ農水産物等県産品の輸出拡大するための事業を実施 | 36,209 | 通年 | ○ | |
| みやざき観光誘客海外プロモーション事業 | 香港、マカオ及び中国華南地域等からの観光誘客のためのイベント等開催事業 | 6,000 | 通年 | ○ | |
| ① オールみやざき海外販路回復支援事業 | コロナ禍で停滞している海外との経済・観光交流を回復させるため、香港における県産品販売や観光誘客プロモーションを実施 | 24,417 | 通年 | ○ | |
| 合 計 | | 84,203 | 千円 | | |

| 事業名 | 内容・開催場所 | 予算額 (千円) | 時期 | 受託 | 自主 |
|-----------------------|--------------------------|---------------|----|----|----|
| 研修・相談・セミナー開催事業 | | 28,314 | 千円 | | |
| 研修・相談事業 | 県産品の表示適正化等に関する相談への対応。 | 0 | 随時 | | ○ |
| | 海外取引に関する貿易相談への対応。 | | 随時 | | ○ |
| 県産品振興指導事業 | 県産品の販路拡大支援事業実施のための事務局人件費 | 28,314 | 通年 | ○ | |
| 合 計 | | 28,314 | 千円 | | |

| 事業名 | 内容・開催場所 | 予算額 (千円) | 時期 | 受託 | 自主 |
|--------------------|---|-------------------|----|----|----|
| 調査・情報収集提供事業 | | 5,147 | 千円 | | |
| 新宿みやざき館観光・物産情報提供事業 | 新宿みやざき館において、観光及び物産の情報提供事業 | 4,689 | 通年 | ○ | |
| 情報収集提供事業 | マーケティングリサーチ（県産品のアンケート調査） | 458 | 通年 | | ○ |
| | ホームページ、情報新聞による情報提供及び各種団体・協議会等との連携、会議参加による情報収集など | | | | |
| 合 計 | | 5,147 | 千円 | | |
| 共通事業経費 | | 15,653 千円 | | | |
| 公益目的事業予算 合計 | | 302,872 千円 | | | |

○アンテナショップ売上予算

(単位:円、税抜)

| 店舗名等 | 令和4年度 | 令和3年度 | |
|--------------|-------------|-------------|-------------|
| | 予算 | 予算(補正後) | 実績(見込) |
| みやざき物産館KONNE | 260,000,000 | 200,000,000 | 223,869,000 |
| 新宿みやざき館KONNE | 220,000,000 | 180,000,000 | 180,044,000 |
| 合 計 | 480,000,000 | 380,000,000 | 403,913,000 |