



宮崎南週報



出逢う人と 奉仕を共に

宮崎南ロータリークラブ

会長 野田 一孝

第1887回例会 2016.8.29

会長／野田 一孝 幹事／井上 竜志
 副会長／日高 章智 会報／戸高 勝利
 例会場／宮崎観光ホテル
 ソング／日も風も星も
 ロータリーの目的

会長挨拶



野田一孝会長

オリンピックも盛会のうちに素晴らしい成績を残しました。オリンピックで少々影が薄くなりましたが、全国高校野球大会の宮崎の日南学園も準々決勝まで進み久しぶりに高校野球が燃えた大会でした。

しかしながら、イタリアでは大地震が起り町が壊滅的になっているようです。震災を何度も経験している日本人ですが、その痛みは十分すぎるほど判っているつもりです。また、未だに余震の続く熊本も安全安心できる生活はいつの事でしょうか。まだまだ支援をしなければならないです。

8月21日には、規定審議会報告会があり、今までの規定と大きく変更になったものと、色々ありますので南ロータリークラブとしての取り組み方を皆様と検討していくたいと考えておりますので、宜しくお願ひします。

10月は、いよいよ鹿児島地区大会ですが会員の皆様の協力により、多くの方が参加されます。事故のないように大会を、楽しくエンジョイしましょう。

ロータリーフラッシュ

●2015~2016年度 出席100%

大迫三郎会員	橋口正樹会員
日高章智会員	野田一孝会員
入佐秀幸会員	戸高勝利会員
千葉百合子会員	◎山崎栄一郎会員
日高勇二会員	



出席委員会報告

松田安典委員長

●出席状況

本日状況	
会員数	(38) 41名
本日欠席者数	13名
本日出席者数	28名
出席率	71.79%

前々回状況	
会員数	(39) 41名
ホームクラブ出席者数	31名
メークアップ数	3名
修正出席者数	34名
修正出席率	87.18%

●前々回メークアップされた方／田中 寛会員、松下美佐子会員、寺村明之会員

ニコニコ BOX	0件 累計 18,000円	0円 募金箱	4,480円 累計 31,620円
-------------	---------------------	-----------	-------------------------

報告

幹事報告

井上竜志幹事



・第14回 ロータリー勉強会が開催されます。

日時は、9月26日(月) 18:30~20:30
場所は、ホテルマリックス

1階 つば八 会費/3,500程度

・2016年9月のロータリーレート

1ドル=102円です。

・エコキャップ推進協会から今回受領が7,310個、
累計136,525個となっております。

・ロータリーパンフレット配布のご案内

大重ガバナー事務所より、パンフレットが届いております。会員候補者等勧誘にパンフレットを有効に活用してください。

Rotary ロータリー情報

プログラム委員会 (Program Committee)

クラブの例会や特別の会合のためにプログラムを計画し、準備し、手配をする。クラブがプログラムの実施を通じて、いかなる効果を上げているかを検討する委員会。プログラムは理事会や他の委員会の計画が円滑に実行されるよう考案され、またバランスのとれたものでなければならない。

親睦委員会

大迫雅浩委員長



・9月26日(月)夜間例会(観月会)&パークゴルフの再案内

前回9月22日配布の案内を差し替えて本日投函致しました。スケジュール追加と日付の誤植の訂正があります。9月26日 パークゴルフ16:00～懇親会18:30～15:00と17:00の2回バスが宮崎駅東口から出ます。現在パークゴルフ参加予定4名、欠席10名です。締め切りは9月12日迄です。多くの参加をお待ちしております。

会員増強・分類選考委員会 早瀬清則委員長



22日の例会で会員増強に付いて卓話をさせて頂きましたが、その夜委員6名で会議を開きました。

卓話の中でも出た様に、新会員の候補者リストを早目にして頂き、それに合わせ案内パンフレットが出揃った所で活動に入りたいと思います。活動の中心は増強委員メンバーとするも全会員を5～6ブロックにし幅広く活動に参加して頂く事を話し合いました。尚、その時話に出た人が9月12日に入会されるとの朗報もお知らせ致します。

本日のプログラム ゲスト卓話

ジャパンキャビア(株) 代表取締役 坂元基雄様



宮崎キャビア1983ブランド戦略と

今後の展開

世界三大珍味といえば、トリュフ・フォアグラ・キャビアの3つが挙げられ、どれもが高級食材として認知されているが、国内でキャビアが生産され、しかも南国宮崎が日本一のチョウザメの産地であることはまだ知られていない。弊社は「宮崎キャビア1983」を製造販売する国内最大級のキャビアメーカーである。

宮崎県におけるキャビア取組みの歴史は1983年に遡る。旧ソ連より日ソ漁業親善の証としてチョウザメが贈られることとなった際、研究に名乗りを上げた国内の研究機関の一つが宮崎県水産試験場だった。そこから気の遠くなる30年以上にわたる研究が開始された。当時、旧ソ連から日本に贈られてきたチョウザメは、ベヌテルと呼ばれる種類で、県の水産試験場は新たな養殖魚の目玉として研究を開始した。苦心の末、養殖技術を確立したものの、交配種のためか品質安定しないという課題があった。そこで研究対象をシロチョウザメに変更し、研究開始から21年後の2004年ついに日本で初めてシロチョウザメの完全養殖に成功した。ここから民間業者によるチョウザメ養殖がスタートする事になる。

しかし、チョウザメの養殖事業は、キャビアが採れるまで早くても8年以上かかるため養殖に取り組む民間業者は少なかった。それでも徐々に業者が増え始め、2007年には7業者までに広がり、任意団体「宮崎チョウザメ普及促進協議会」を組織した。この組織が現在のジャパンキャビア株式会社の基礎となる。

2012年には2004年産のチョウザメからキャビアが製造できる事となり、キャビアの製造販売とブランディングを行う為に、それまで任意団体だった協議会を法人化し「宮崎キャビア事業協同組合」を設立した。ここで問題となったのが、キャビアの製造方法とキャビア加工場の建設であった。この課題に対し、県が保有していた熟成キャビア製造技術を県のキャビア研究施設を使って組合に技術移転を行う事となり、ようやく念願のキャビア生産を行う体制が整った。官民が一体となったビジネスモデルのスタートである。

こうして「宮崎キャビア1983」が誕生する事になったのだが、キャビアは高級食材としての知名度は高いが、純国産キャビアとなると全くと言っていいほど知られておらず、しっかり国内に根付き販路を確保している海外産有名ブランドキャビアに対して、どういう販売戦略を取るのかは大きく意見の分かれどころであった。大半を占める意見は、初回販売量が限られている為、まずは地元の百貨店やレストランから販売を開始し、販売量に応じて宮崎から全国へ販路を広げていこうとする案であった。もう1案は、最初から高級ブランドとして東京の一番高い店舗でデビューさせる案で、こちらは誰もが実現が困難であると予想した。私は敢えて難しい選択である後者の案でいくべきだと主張した。

キャビアは世界三大珍味であり、誰もが気軽に食する食材では無く「あこがれ」の高級食材である。地元宮崎からの販売では、高級ご当地グルメで終わる事を懸念しての決断であった。調べたところ日本で一番ブランド力のある高級食品売り場は「三越伊勢丹新宿店」である事が分かり、そこにピンポイントで営業をかけた。しかし意気込みとは裏腹に営業は散々な結果となる。今考えると笑い話になるのだが、まだ試作品も完成していない商品をよく売り込みに行けたものだ。試作品が出来た。商品名が決まった。パッケージデザイン案が出来た。事ある毎に担当バイヤーと話をしていくうちに、徐々に宮崎キャビア1983の商品力が上がっていき、ついには販売決定となった。20グラム1万2千円という高価格にもかかわらず、初回販売分は瞬く間に売り切れとなり好調な滑り出しを切る事ができた。

今では、ANA国際線ファーストクラスや伊勢志摩サミットでも採用されるまでのブランド力がついてきた。今後は、当初からの目標であったジャパンキャビアの海外輸出を目指した取り組みをより一層加速していきたいと考えている。