

市内中小企業の新たな発展モデルの 構築を目指す交流会 資料

「地産地消のモデルづくり
市内企業がつくる『みそ』を活用した
新商品開発」

テーマに対する想い①

○卸売・小売業と飲食・サービス業との連携を促進することにより、川口の伝統的なみそ作りを市民生活にとりこませるとともに川口ブランドづくりを目指し、商品の材料、生産から消費までを市内で完結させる地産地消のモデルを確立させ、新たな地域振興事業を創出していきたい。

テーマに対する想い②

○今の川口では、帰省の際など何をお土産にしたらよいか迷ってしまい、結局都内で買ってしまいう人も多い。市民の方にはぜひ帰省の際には地元のものをお土産に買ってもらうため、「みそ」をつかった加工品など、付加価値を高め、新たな商品を開発していきたい。

○若い人に様々なことを体験してもらう、体験型の事業も重要であり、野菜なども活用し、健康、歴史、観光といった視点を持って、食育と産業振興がうまくつながっていくよう、行政に提案をしていきたい。

テーマに関するデータ等の資料

■川口市のみそ産業の歴史

■川口御成道味噌ってどんな味噌？

■みそ製造業の状況

■調味料製造業における製造品出荷額等の内訳

■原材料別生産内訳・家計消費

川口市のみそ産業の歴史

●本市における“みそ産業”の歴史

- ◆ 江戸時代の本市における土地の利用状況
 - 鋳物産業を主とする市街地域の周囲は広い農村地帯
 - 農村地帯は、水田又は畑作を中心とする地域で、米・麦・野菜類などが中心
 - ◆ 市内各地域で地場産業が発展
 - 北部の安行・神根方面の「植木」や「苗木」
 - 西部の芝・前川・根岸方面の「綿織物」
 - 青木・上青木方面の「釣竿」
 - 元郷地区の「味噌醸造」
 - ◆ 発展の時代
 - 鋳物は江戸時代初期から
 - 植木などの換金作物は中期
 - 織物・染物・釣竿・味噌などは末期より生産が拡大
- … 産業の発展等により昭和40年頃には川口市の味噌生産はほとんど行われなくなった



(参照)川口市教育委員会「川口の産業」、株式会社アライ ホームページ

川口御成道味噌ってどんな味噌？

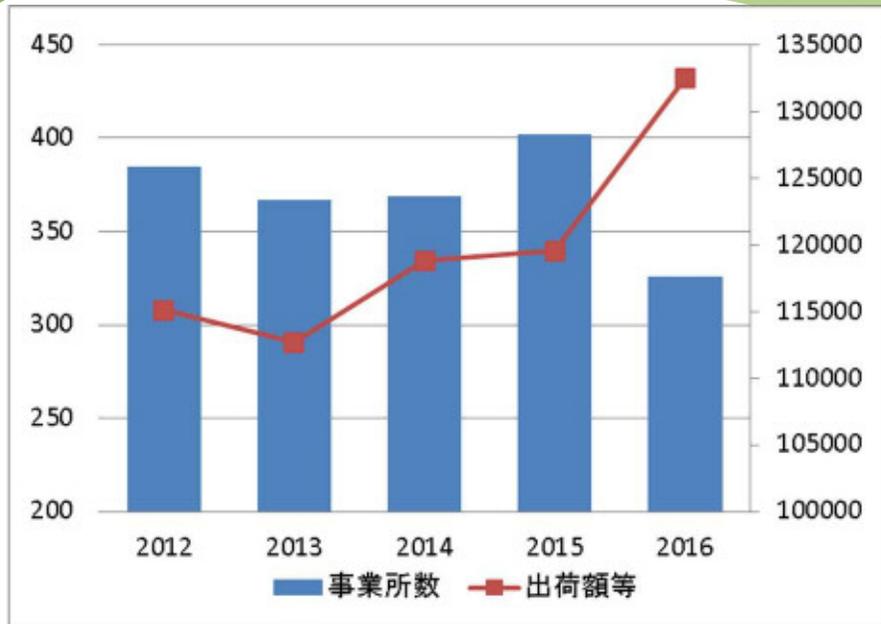
- 麦麴を使用した発酵食品。塩分控えめで豊富な栄養分を含む。
- “健康” “美容” “ダイエット” に最適
(食物繊維、鉄分、葉酸、タンパク質、ビタミン…)
- “麦みそ” 特有の、香り高さとコクのある深い味わい
- 県産大豆と国産大麦を使用した手づくりのやさしい味噌
- “長熟&コク深い味わい”で味噌汁をはじめ肉料理とも相性が良い
- 合わせ味噌でも美味しく楽しめて幅広く対応できる



(参考)株式会社アライ ホームページ

みそ製造業の状況

●みそ製造業の推移(事業所数・出荷額等)



(参照)平成29年工業統計_製造業細分類「味そ製造業」

- 都道府県別では、長野県の出荷額が全国シェア5割を超えている。
その理由として、同県は、古くから味噌生産が盛んであり、現在も業界上位3位の「マルコメ(株)」「ハナマルキ(株)」「ひかり味噌(株)」が県内に立地しており、年々シェアを拡大していることが大きい。

(参考)一般財団法人長野経済研究所ホームページ

●都道府県別 みそ製造業の状況

(事業所数上位10県+埼玉県)

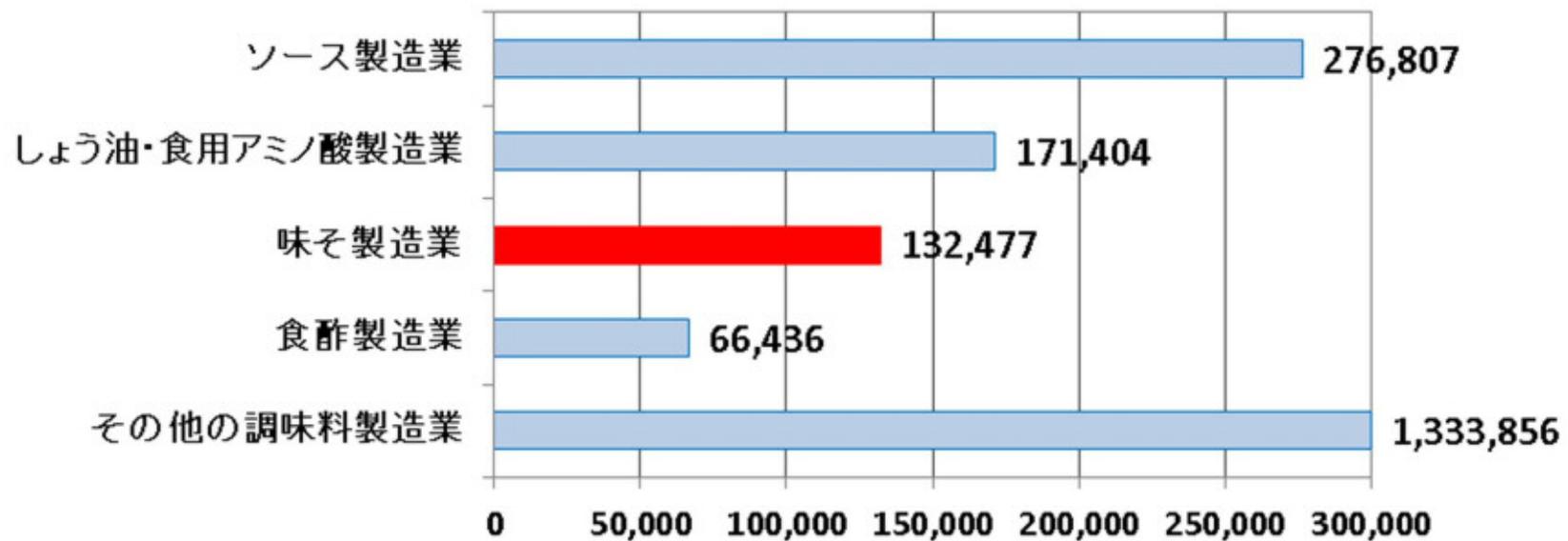
順位	都道府県	事業所数	従業者数 (人)	出荷額等 (万円)	シェア (%)
	全国	326	5,651	13,122,663	100%
1	長野	39	1,223	6,857,692	52.3%
2	広島	10	258	605,198	4.6%
3	北海道	6	204	472,162	3.6%
4	福島	18	198	442,999	3.4%
5	三重	4	137	436,983	3.3%
6	大分	5	180	405,263	3.1%
7	愛知	9	253	391,578	3.0%
8	新潟	27	319	352,953	2.7%
9	京都	6	183	335,930	2.6%
10	青森	4	101	322,971	2.5%
20	埼玉	4	103	134,772	1.0%

(参照)平成29年工業統計_製造業細分類「味そ製造業」

調味料製造業における 製造品出荷額等の内訳

●調味料製造業における製造品出荷額等の内訳

単位:百万円



平成29(2017)年工業統計表

原材料別生産内訳・家計消費

●原材料別生産内訳 (使用する麴によって種類が変わる)



(参照) (一社) 食品需給研究センター
平成29年度 食品製造業の生産動向
一品目別統計表 調味料

●1世帯あたりの年間みそ消費額 (消費額上位10県(都道府県庁所在市)+埼玉県)

順位	都道府県	支出額
1	秋田	2,327
2	福島	2,243
3	鹿児島	2,176
4	熊本	2,166
5	新潟	2,156
6	長野	2,144
7	福岡	2,066
8	神奈川	2,045
9	大分	2,015
10	京都	1,953
21	埼玉	1,675

(参照) 総務省統計 家計調査報告(2017年平均速報結果)

テーマに関する意見等

【新商品開発から販売までのスケジュール及びブランディング化を高めるための異業種との連携方法について】

-
-

目 標

商品のブランディングを高めるための異業種との連携方法、デザイン等を検討し、新商品開発につなげる。

行動に移すための必要な準備

【みそに関する調査】(飲食業関係)

【ブランディング方法】(デザイン関係)

【みその加工方法】(和菓子関係)

まとめ

【ブランディング化を高めるための異業種との連携方法及び新商品開発から販売までのスケジュールについて】

- ・連携して何ができるのか
 - ・目標とスケジュール
- など

【今後の展開について】

- ・新商品開発から販売までのスケジュールに沿った事業展開