

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

地域資源ブランド力強化事業

～“川口麦味噌”のブランディングと産業振興～

令和元年5月16日（木）
ワークファンルーム

前回に議論した内容（まとめ）

1

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

- ・ 川口の麦味噌を認知してもらうことが必要
（手段の例：取扱店を増やす、主婦層の口コミ力を活かす、味噌の歴史・効能等を知っている語り手を増やす）
- ・ 美容・健康・ダイエットなど、関心をひくようにPRする
- ・ 食文化と関連して日々の食生活に味噌を取り込む
（例）学校給食等で、味噌汁を食べる習慣を身につけるなど
- ・ 土産品を考える場合、味噌の欠点をクリアする商品を検討したい。
（欠点：日持ちせず、重いという点）

2

今後の展開について

- 既存商品のブラッシュアップ（ブランディング）からPR・販売までのスケジュールに沿った事業展開
- デザイン、パッケージ等、各メンバーとの連携を図り進める
- “川口の麦味噌”をブランド化、低価格ではなく付加価値の高いプレミアム商品を検討。

本日の議論を進めるにあたって

現在参加されているグループ内の事業者で、既に“川口の麦味噌”を使った商品が販売されている。

そのため、新たな商品開発というものではなく、既存の商品を含めた“川口の麦味噌”を全体的にブラッシュアップ（ブランディング）することを本交流会で検討・取り組んでいくこととしたい。

本日の論点

1 どのようにブランディング（ブラッシュアップ）を図るか

2 具体的にやる事と期限

3 実施策の役割分担（誰がどの内容を担当するか）

今後のスケジュール

項目	詳細	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
		第2回に向けて		第3回に向けて		第4回に向けて								
市場調査	御成道味噌に関する情報収集	→												
	今後のチームの目指す方向性整理	→												
掘起し ／ 情報整理	コンセプトの明確化	→												
	各企業の強み・弱み・課題の整理	→												
	商品、まちの将来像の意思共有	→												
マーケティング	市場調査(市場規模・市場動向)			→										
	競合商品調査(特徴・価格・処分・形状 etc.)			→										
	潜在ニーズ調査			→										
ブランディング	ネーミング・パッケージ・デザイン					→								
	広報手段の検討・実施			→										
	テーマ・キャッチコピーの創作			→										
テストマーケティング	試作					→								
	包装形態(容器と内容量)					→								
	アンケート調査実施					→								
販売計画	販売方法検討(対面・EC)			→										
	販売先検討(デパート・SA・駅ナカetc)								→					
	量産・物流体制の構築								→					

市産品フェア