

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7月30日（火）

川口総合文化センターリリア 1階 催し広場

# 本日の議論を進めるにあたって

---

前回（5月）から本日までの各メンバーの取り組み状況を報告・共有いただきたい。

その結果や状況を踏まえて今後の展開について、検討をしていく。

# 本日の論点

## 1 各メンバーの取組状況（進捗状況・課題 等）

### 【確認事項】

・試作品                      ・キャッチコピー                      ・デザイン案                      ⇒ 共有、確定等

## 2 ブランド力強化に向けた今後の取組（取組内容・スケジュール）

### 【スケジュール共有】

- ・以前作成したスケジュールの確認                      ・9月交流会までにやる事
- ・市産品フェア（お披露目会）までのスケジュール調整

# 作業スケジュール

項目	詳細	担当企業	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
					企画会議 ①②	企画会議 ③	企画会議 ④	企画会議 ⑤	企画会議 ⑥	企画会議 ⑦		企画会議 ⑧		
			事前検討会	キックオフ ブランチ	テストマーケティング		ブランドPR	商品化、販路開拓、販促PR				事業 完了報告		
市場調査	味噌に関する情報収集	アライ・新井商店	→											
	今後のチームの目指す方向性整理	全体	→											
掘起し ／ 情報整理	コンセプトの明確化	全体	→											
	各企業の強み・弱み・課題の整理	全体	→											
	商品、まちの将来像の意思共有	全体	→											
マーケティング	市場調査(市場規模・市場動向)	アライ	→											
	競合商品調査 (特徴・価格・処分・形状 etc.)	アライ		→										
	アンケート調査実施	アライ・ごきげんらいぶ・船田製菓 ・ビックボンズ・新井商店・福家		→										
ブランディング	ネーミング・パッケージ・デザイン	全体		→										
	広報手段の検討・実施	全体					→							
	テーマ・キャッチコピーの創作	アライ・学生	→											
テストマーケティング	試作	船田製菓・ヒールアップハウス ・福家・学生	→											
	アソートセット開発	全体			→									
	包装形態(容器と内容量)	全体			→									
	デザイン案出し	コマドデザイン・ピオティカ	→											
販売計画	販売方法検討(対面・EC)	全体			→									
	販売先検討 (デパート・SA・駅ナカetc)	全体					→							
	量産・物流体制の構築	全体						→						
	販路開拓	アライ・学生						→						

# (参考) 3月交流会ディスカッション結果

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。

# (参考) 5月交流会ディスカッション結果

## 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

- ・川口の麦味噌を認知してもらう
- ・市内の事業者で連携して味噌を地域資源にする
- ・ターゲットに対応したPRを行なう
- ・わかりやすい、興味を引くお土産品を作る

## 2 具体的にやる事と期限

- ・統一のマークを作り、既存の商品に利用（のぼりやシール）
- ・キーワード(キャッチコピー)を作成する
- ・今ある商品をギフトセットにしてお土産として売り出す（市産品フェアで見本の展示、アンケートを取る）
- ・アンケートを取り、商品ニーズを調査

## 3 実施策の役割分担（誰がどの内容を担当するか）

- ・若いメンバーが商品アイデア、PR方法（キャッチコピー）を検討
- ・製造業の方々がアイデアを元に試作を作成
- ・コマドデザインさんが統一のマークデザイン作成し、のぼり等を作成
- ・学生と協力し、アンケートの作成、店舗に置いて調査