

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10月10日（木）
幸栄公民館 講座室2号室

本日の議論を進めるにあたって

これまでの各自の取り組みを共有し、今後麦味噌のブランディング強化のため必要なことを整理していく。

本日の論点

1 各メンバーの取組状況の共有（進捗状況・課題 等）

2 「川口の麦味噌」ブランド力強化に向けた今後の方向性を整理

(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

(参考) 7月交流会ディスカッション結果

1 各メンバーの取組状況（進捗状況・課題 等）

- ・ 試作品の製作（味噌を使用した羊羹、クッキー2種）
 - 各製品とも味噌の風味と上手くマッチングしており好評。
味噌の量、ターゲット層等は調整の余地あり。
- ・ 取扱店にて掲出するのぼりデザインを提案。
 - のぼりが出せない店向けステッカー作成の提案あり。
デザインをシンプルにするか否か両論あり。
- ・ キャッチコピーについて検討中
 - 御成道みそのバックボーンや、皆の川口の味噌に対するイメージや思いをヒントにしたい。（案）→「川口の味噌は、いもの色」
- ・ アンケート結果について
 - 商品開発として、せんべえと麦味噌コラボの声が多かった。
また、安行寒桜など他の地場産品を使用するという意見も。

2 ブランド力強化に向けた今後の取組

- ・ デザインやキャッチコピー等は各自持ち帰り検討する。
- ・ 交流会以外にも話し合う機会を設けられれば設ける。