

第5回和光ブランド認定推進委員会

開催概要

日時 令和4年8月29日(月) 10:00～

場所 和光市役所6階 603会議室

出席 認定推進委員

1号委員 郭 洋春 (立教大学 経済学部 教授)

1号委員 政所 利子 (株)玄 代表取締役)

2号委員 松成 紀公子 (株)ピーカブー 代表取締役)

3号委員 森 洋子 (猫森キッチン主催 料理研究家)

4号委員 関谷 滋 ((有)ヴァル・クリエイティブエージェンシー 代表取締役)

5号委員 安田 栄子 (ラマンドール(株) 代表取締役)

(欠席)

5号委員 本橋 雅人 (株)アニバーサリー 代表取締役)

6号委員 梅沢 直 (公募委員)

事務局

市民環境部次長兼産業支援課長 平川 京子

産業支援課課長補佐 大里 裕美子

産業支援課産業育成支援担当統括主査 南雲 圭介

産業支援課産業育成支援担当 山本 佑美

産業支援課産業育成支援担当 羽沢 宝

傍聴 0人

会議概要

1 開会

- ・事務局紹介
- ・資料確認

2 あいさつ

- ・和光ブランド認定推進委員会委員長 あいさつ

3 議事

(1) 和光ブランドについて

(2) 認定審査方法について

(3) 認定審査会について

・ムーギチョコレート (株)レーマン)

・ループリアン (株)レーマン)

(4) その他

4 閉会

議事内容

(1) 和光ブランドについて

事務局より説明

(2) 認定審査方法について

事務局より説明

(3) 認定審査会について

① ムーギチョコレート (株)レーマン)

- ・ 申請事業者より商品の説明
- ・ 質疑応答

(関谷委員) 市内で長年歴史を培ってきた中で、今回申請をしようと思った理由はなにか。

(申請事業者) コロナ禍の新たな試みとして、工場内で「ガレージセール」を実施したところ、近隣からたくさんの人に来てもらえ、地域貢献に繋がっていると感じた。地域に寄り添って企業として成長し、もっと和光に近づいたブランドづくりをしたいと考え、応募した。

(関谷委員) 認定された場合、「和光ブランド認定商品」というアピールをどのようにしていくのか。

(申請事業者) 鍋イベントや駅前イベントなど市内で販売を行う際に、「和光ブランド認定商品」として販売することでお客様により安心して購入いただけると思う。

(郭委員長) ガレージセールでは普段よりも安く購入できるのか。

(申請事業者) 工場では2割引程度で購入できるが、ガレージセールではもっと安く購入できる。

(松成委員) 和光をPRできるようなパッケージングは考えているか。

(申請事業者) パッケージの包装となると生産ロットなどが関連してくるので、市内で商品を販売している店舗の棚に「和光ブランド認定商品」のポップを設置したり、SNSを活用してより多くの方の目に触れるような状況を作りたい。また、ふるさと納税返礼品としても取り扱われているため、オリジナルの箱に入れたりシールを貼ることは可能である。

(松成委員) 会社が市内にあることはもっと浸透させてもらいたい、和光ブランド自体についても知ってもらいたいので、是非検討いただきたい。

(政所委員) 商品名称は商標登録されているのか。

(申請事業者) 「ムーギチョコ」として商標登録している。

(政所委員) 商品に使われている麦は国産か、外国産か。

(申請事業者) 小麦と内麦を混合している。

(政所委員) 国産の麦のみを使った商品は作っていないのか。

(申請事業者) 「プレミアムムーギチョコ」を展開しており、北海道産小麦「ゆめちから」とベルギーチョコレートを使用したもので、百貨店のバレンタインフェア等で販売している。

(政所委員) 百貨店で展開がコロナ禍で厳しい状況だと思うが、和光ブランドに認定されることで販路が広がる可能性はあるのか。

(申請事業者) 可能性ある。ウェブ上の企画や埼玉県フェアなどで提案できると考えている。

②ルーブリアン（㈱レーマン）

- ・申請事業者より商品の説明
- ・質疑応答

（森 委員）美術館などのアートショップで販売を行えば、女性のウケはいいだろうと感じた。また、比較的求めやすい値段である。

（申請事業者）缶のデザインはたくさんある。来日する絵画の展示会に合わせて、美術館向けの営業についても今後やっていきたい。

（関谷委員）今回2つの商品を申請しているが、2つとも主力商品であるのか。

（申請事業者）どちらも半世紀以上販売している商品である。「ムーギチョコレート」は、和光の子どもたちに根付いた味にしたいという思いから申請した。「ルーブリアン」は、贈答需要があるため、和光の美味しいメーカーとして和光の人が誰かに渡してもらえるようなブランドにしたいと考え申請した。

（関谷委員）仮にどちらの商品も認定された場合、和光市土産として2つをセットにしてパッケージするような商品開発をする可能性はあるか。

（申請事業者）喫食シーンが異なるが、2つの商品をセットにして販売することは可能だ。

レーマンが和光のメーカーだということを知ってもらいたい。認知度向上のため、市民に愛される洋菓子メーカーになるためにも、検討したい。

（政所委員）商品が入っている缶はどこで製造しているのか。

（申請事業者）川口市の安行と新潟県の燕三条市で製造している。

（政所委員）缶の絵画について、著作権についてはどのように対応しているのか。

（申請事業者）親会社のブルボンで品質や著作権について厳しく対応している。

（政所委員）コロナ禍における売上はどうか。

（申請事業者）テーマパーク事業の落ち込みによる影響は大きく、業績は良くない。コロナの影響を受けにくいスーパー等の販路開拓に努めている。

（松成委員）パッケージは魅力的だが、環境に配慮して紙パック等のパッケージがあると企業のPRにもなるのではないか。

（申請事業者）18個入のものは紙製の箱になっている。なお、近年は缶の再生率が高い。

製品すべてを再生可能な素材で製造することは難しいが、社内でも「プラスチックを削減しよう」という動きもあり、少しでも環境に配慮した製品開発をしていきたい。

（郭委員長）どのように商品をもっと世の中に広めるかの宣伝について、和光ブランドと貴社が抱え、また期待している課題が一致している。和光にとっても有力な地域ブランドになる可能性を感じるので、新しいアイデアを付加してもらいたい。

審査結果（65点満点／合格基準点45点）

- ①ムーギチョコレート（㈱レーマン）：審査平均点 57.2点 《認定》
②ルーブリアン（㈱レーマン）：審査平均点 54.7点 《認定》

(4) その他

- ・事務局より、令和3年度和光ブランドの活動状況及び売上報告
- ・意見交換

(政所委員) コロナの影響でどの認定事業者も厳しい状況にある。このような状況だからこそ、認定事業者同士が連携できるよう、事務局で知恵を出して積極的にサポートしてもらいたい。

(松成委員) 和光ブランド認定事業者間で情報交換等できるような交流の場を設けてほしい。また、一人で事業を行っている事業者もいて認定申請が難しい場合もあるため、認定にあたっては推薦制度を取り入れてはどうか。

(郭委員長) 認定後のサポートは大事であり、情報交換の場、交流できる場はあってもよい。

なお、実際に認定事業者同士が共同開発して販売に至ったコラボ商品はある。

(政所委員) コロナ禍でイベント等が行われな中、売上実績がまったくない商品があるが、売上の有無を必ずしも重要視する必要はないと考えており、ワークショップを開くなどして商品を地域に広めるなども地域ブランドの価値として必要ではないか。

(郭委員長) イベント開催の時だけの商品だと普段買いたいと思っても買えず、また、コロナ禍でのイベント中止が続くと認知度が低くなり、地域ブランドとしてのイメージ悪化に繋がる恐れもある。数は少なくてもいいのでいつでも買えるような持続性を求めたい。

全体的な売上状況を確認すると、和光ブランドとして認定したことにより経済波及効果を持つ可能性のある商品もあれば、そうでなく、消費者との評価にミスマッチが生じている商品もある。そういう状況を客観的に見ながら、合わないのであればどうしたら合うようになるか、認定した側として考える必要がある。