

第2回和光ブランド認定推進委員会
会議録（要旨）

日時 平成26年7月30日（水）

10:00～11:40

場所 和光市役所4階 研修室

出席 委員（◎委員長、○副委員長）

- | | | | |
|--------|-------|--------|--------------------|
| ◎第1号委員 | 郭 洋春 | 委員 | （立教大学 経済学部長・教授） |
| ○ | 〃 | 政所 利子 | 委員（㈱玄 代表取締役） |
| 第2号委員 | 池田 正 | 委員 | （㈱池田物産 代表取締役） |
| 第3号委員 | 池田 作治 | 委員 | （あさか野農業協同組合 和光支店長） |
| ○第4号委員 | 吉澤 茂 | 委員 | （㈱スカイ・テクノ 代表取締役） |
| 第5号委員 | 安田 栄子 | 委員 | （ラマンドール㈱ 代表取締役） |
| 第6号委員 | 梅沢 直 | 委員 | （市民公募） |
| | 〃 | 齋藤 万理子 | 委員（市民公募） |

事務局

産業支援課課長	川辺 聡
産業支援課課長補佐	遠藤 秀和
産業支援課主事	原口 真由美

和光ブランド開発等経営支援事業受託業者

㈱中野技術	清水 巧
〃	固本 徹

傍聴 0人

- 1 開会
- 2 委員長あいさつ
- 3 議事
 - (1) 和光ブランドの経緯・概要について
 - (2) アンケートの実施について
 - (3) その他
- 4 閉会

【議事内容】

3 議事

- (1) 和光ブランドの経緯・概要について

事務局説明 資料1 ～ 資料6

(委員) 認定商品の2年間の売上状況や注目度が変わったなど、認定事業者に対して確認をしているのか。

(事務局) 市として認定事業者への調査は行っていないが、お会いした中では売上はあがっていないが、注目されるようになったという話は伺っている。また、今回のアンケートの中で売上や注目度が上がったのかについて調査を行います。

(委員) 駅前のひまわりに商品を置かせてもらっているが、手土産に購入していただくことがある。多少は売れている。和光ブランド品を広く周知することが出来れば手土産としての需要があると思う。

(吉澤副委員長) 9社のうちの何社を調査したのか？

(事務局) 3社調査させて頂きました。今回のアンケートで全事業者に調査を行う。

- (2) アンケートの実施について

株中野技術説明 資料7

(委員) 従来のブランドを周知するという意味ではいいと思うが、新規商品を開発すると考える時、逆効果ではないか。ブランドというのは個性であり

特異性であり平準化するものとは逆のものであると考える。認定委員会
が和光らしさとは何かを考えて、和光とはこういうところ、ということ
を匂わせながら提示し行うべきだと思う。アンケートの対象者は、新住
民が多いのでそれほど和光の事を知っているわけではない。関東ロー
層が栽培に適してると書いてあるが、むしろ6件まとめて東京から3
0分圏内でいちご狩りが出来るということがブランドとしての価値を高
めるものではないか。

(吉澤副委員長) アンケートの項目について委員会内で協議する必要があることなのか。

(事務局) 今回のアンケートについては、設置当初認定基準をつくる時に委員会で
決まった経緯があるので、アンケートを見て頂きなら進めていきたい。

(吉澤副委員長) ブランドばかりではなく、商店の開発をしたらいいのか市としてどうし
ていったらいいのかが分かるアンケートをしたらどうか。

(事務局) 委員会の方に全てに関わってもらいたいという意味ではなく、和光ブラ
ンドに関わるものについては協議させて頂きたいと思っている。

(受託業者) あくまでアンケートは個々に聞く。その中から掘り下げて和光ブランド
開発の方向性を考えたいと思っている。

(吉澤副委員長) 事前にアンケートを取ったそうだが、何時ぐらいに何曜日に何人くらい
に聞いたのか状況を教えてほしい。

(受託業者) 5時～7時の間の平日に10人くらいの方にアンケートを行った。

(事務局) 市内、市外の方に平均的なものにならないよう留意する。あくまで参考
として確認する。その中で和光ブランドがまったく違うものになる可能
性もある。

(吉澤副委員長) アンケートを行うのであれば効果を出してほしい。ブランド認定委員会
で役立てていきたいが、認定委員会短い時間の中で議論することは無理
ではないか？

(政所副委員長) アンケートを何の目的のためにやるのかが分からない。アンケートの取
る順番がカテゴリー毎になっていることが、基本的なテクニックである。
通常はアンケートには目的がある、例えば試食してもらい感想をお聞き
しながら、ブランドをどのように聞きたいのか、もう少しわかりやすい
表現がいい。アンケートのテクニカルな部分を再検討する必要がある。
イチゴだけがアンケートの中に出てくることはおかしい。地域ブランド

の例を挙げているが、和光ブランド9品目の類似の例を出すべき。アンケートを分かりやすくする。事業者については効果がなかったことの原因を確認することが重要。効果がなかったからもっとPRして欲しいのかどうい問題があるのか認定事業者には経験者として和光ブランド発展のための質問をした方がよい。真っ白な欄では書くのは難しい。なぜ効果が無かったのか例を挙げるべき。認定事業者には今後の発展のためにどのようにイノベーションしていくかのアンケートにすべき。事業者に対しては参加してもらうためにどうしたらよいか聞く為のアンケートにした方がよい。消費者と同じ質問はすべきではない。ちょっとした意見でも貴重なのもっと生の声を拾うことが大切。試食から入ってアンケートをしたほうがよい。

この委員会で議論したいのは、認定基準について。この先和光ブランドを認定していくかの目的を新しく認定基準を和光市民が和光にプライドを持ってもらうことや、和光を楽しく感じてもらうための項目を増やしたらいいのではないかと思う。

ブランドをつくる時には法令順守をする必要がある。和光キーホルダーに made in Japan との記載があるが、このキーホルダーについている金物の部分やインクまで問われる。和光ブランドであれば和光ブランドの表示だけでいい。認定基準をゆるやかにするのか市民に分かりやすいものにした方がいいと思う。

(吉澤副委員長) 最初に認定基準をつくるにもとても時間がかかった。製造製品にまで認定委員会が請け負うのか、市が請け負うのかという問題までいくと基準をつくるのが難しい。

(政所副委員長) この認定基準は重要でありこれにプラスすることにより市民に分かりやすくしたい。

(委員) 歴史・自然・伝統・文化を知り意図的・目的・意識的に行ってもらいたい。

(委員) 削れる部分について削った方がよい。

(受託業者) 設問は、現在の和光ブランドの認知度を確認するものであり、今後、事業の終わる3月に同じ質問をすることにより、ポイントが上がっていれば今回の事業を行って認知度があがったと評価出来るので聞いています。

(委員長) この委員会はブランドを認定する委員会である。今後は新しいブランドを認定する為の基準を考えることと、どのようなものを認定していくのかを考えることが重要。その一方で過去2年間9品目の商品がある。ブランドが市としてどのような広がりや認知度があるのかを把握するために行うものなので、ご理解とアドバイスを頂くという主旨で3つの種類のアンケートを作成した。もう少し整理したほうがよい。アンケートの順番を含めてストーリー性を持たせることが必要。アンケートに答えれば答えるほど答えた人が和光ブランドを知ってもらい関心を持ってもらうようにしたほうが良い。

その場で答えてもらう以上チェック方式にして短い時間で答えてもらえるようにした方が良い。

その結果については認定委員会が認定をする際の判断基準として参考となるようなものと、ブランドをこれからどうしていくかを分けて精査して委員会の時に出してもらいたい。

(政所副委員長) 調査場所について、もう少し考えた方がいい。お客様としてイメージする所でアンケートを取らないと意味がない。室内でのイベントがこの1ヵ月あるのでそこで行うことも考えてみては。

(委員長) 試食できる商品はイチゴとサブレーしかない？試食が出来ないものについては意味がなくなってしまう。

(政所副委員長) 公平に9品目並べてアンケート対象者に見てもらうべきでは。

(3) その他

次回委員会の日程について

9月29日(月) 10:00～