

第1回和光ブランド認定推進委員会

日時 平成30年8月20日（月）10:00～

場所 和光市役所 第2委員会室

出席 委員

1号委員 郭 洋春（立教大学 総長）

1号委員 政所 利子（㈱玄 代表取締役）

2号委員 池田 正（㈲池田物産 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（㈲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㈱ 代表取締役）

6号委員 梅沢 直（公募）

事務局

市民環境部次長兼産業支援課長 深野 素明

産業支援課課長補佐兼産業育成支援担当統括主査 渡辺 正成

産業支援課農業振興担当主査 江口 和宏

産業支援課産業育成支援担当臨時職員 荻原 涼子

欠席 5号委員 本橋 雅人（㈱アニバーサリー 代表取締役）

傍聴 0人

1. 開会
2. 委嘱書の交付
3. 委員及び事務局職員紹介
4. 委員長、副委員長の指名
5. 委員長、副委員長あいさつ
6. 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
 - ・ 10:30～ ①エポカル3WAY UV カット帽子
 - ・ 10:50～ ②「佐介 sake」せっけん
 - ・ 11:10～ ③王様のマドレーヌ・フィナンシェ
7. その他
8. 閉会

【議事内容】

6. 議事

(1) 和光ブランドについて

(事務局) 和光ブランドは、市内で生産、製造、開発又は加工された一次産品、加工品、工芸品、工業製品及び工業技術並びに飲食店のメニューを認識しており、現在の認定数は13品目となっている。和光ブランド戦略に「ツムグ・街・わこう」をキャッチフレーズとして位置づけ発信している。

(2) 認定審査方法について

(事務局) 申請者から、審査の流れについて最大10分間認定申請書に記載の商品の特性、和光らしさ、独自性・優位性、信頼性・安全性、市場性・将来性、その他セールスポイントについて説明後、質疑応答を5分間行う。その後評価表の記入を行う。審査は65点中45点(70%)を合格の基準点とする

(3) 認定審査会について

・10:30～ ①エポカル3WAY UV カット帽子

<申請者より説明>

和光市の母親学級で出会った小さな子供を持つお母さんたちで起業し、16年間経つ。我が子のアトピー性皮膚炎をきっかけに、エポカルブランドとして紫外線対策用ウェアの開発を始め、我が子に被せたいUVカット帽子を製作した。子供の肌に適した特殊素材を国内繊維メーカーから厳選し、何度も自分たちの子供で試して、つば部分を全面と後面に分かれるように切れ目を入れ、自由につばの形を変えられるデザインにした。このデザインは、どのような状況でも有効にUVケアができるようつばの角度や長さを最適化したオリジナルデザインである。市内の幼稚園で採用されて、今150名の園児が使用している。卒園児も含めた累計で300人以上の子供たちが使用してきた。今年4月には、オーストラリアの政府機関であるARPANSA(オーストラリア放射線防護・原子力安全庁)から紫外線対策製品として日本で初めて認定を受けた。

<質疑応答>

(池田委員) 子供の成長は早いがこの帽子は何年ぐらい使えるのか。

(申請者) 2年ほど使用できる。帽子の裏で面テープで2～4cmのサイズ調整ができるようになっている。はじめは一番小さくしておき、子供の成長に合わせてだんだん大きくして使ってもらえる。この製品はいくら洗濯をしてもUVカット効果が下がることがないため、それこそ破れるまでは使ってもらえる。

(池田委員) 市内幼稚園での具体的な評価はどのようなものか。

(申請者) 市内幼稚園ではまだ使用期間が数年でしかなくまだ評価まで結びつかないが、福岡県で10年以上使用している園があり、そこでのデータでは紫外線対策を始めてから風邪などの感染症で罹患する園児が約半分に減少した。

(政所委員) 立ち上げ当初のメンバーがそのまま残って活動しているのか。

(申請者) 現在5名が社員であるが、当初メンバーはそのうちの3名である。何名かの入れ替わりがあるが、辞めた人であっても今でもアドバイザーとしてサポートしてくれている。

(政所委員) 製品のブラッシュアップや素材のレベルアップに関して何か指導を受けたのか。どんな工夫をしたのか。

(申請者) ネット販売を通じて客から届いた多くの意見を取り入れて製品のランクアップを図ってきた。また、東レなどの繊維メーカーから専門的なアドバイスをもらっている。

- (政所委員) 縫製や生地などとか、製造に関して和光市との接点があるのか。
- (申請者) 製造に関してはコストの問題があり、国内での製造が精一杯である。和光市との関わりあいは、モニタリングを市内幼稚園や小さな子供を持つ和光市のお母さん方をお願いしている。
- (関谷委員) アイテム数がかかなりあるようだが、展示会などへの出展はしていないのか。
- (申請者) 小さな会社のため、展示会に出展してしまうと業務が回らない。今回、助成金を受給したので初めてオーストラリアで展示会に出展したが、日本では未出展である。グッドデザイン賞に応募したこともあるが、まだまだ身の丈に合わないと感じた。
- (関谷委員) アイテム数が多いので、問屋で取り扱ってもらえるといいと思う。
- (申請者) 作りたいものを作ってきたのでアイテム数が増えたが、今年に入って精査する方向で考えている。
- (郭委員長) 価格が4,000円であるが、これはどの商品も同じ金額なのか。
- (申請者) この帽子に関しては同じである。

・10:45～ ②「佐介 sake」せっけん

<申請者より説明>

和光市内でリラクゼーションサロンを13年間経営してきて、今回、日本酒と酒粕を配合した石鹸を開発した。サロンで培った精油やアロマオイル等の技術を用いて香り付けをしている。「佐介」という名称は、平安時代の辞書「倭妙類聚抄」から引用をしていて、「酒」を表す古い和名である。日本酒を使った石鹸であることから名付けた。娘が二十歳の頃に日光アレルギーになり、その娘のためにアロマセラピストとしての経験を基に、古来より肌に良いとされる日本酒を使い、人工的な添加物を使わない無添加石鹸を開発した。天然素材の精油(アロマオイル)を配合して、リラックスして心安らぐ香りの「和」と保湿成分としてハトムギを配合した爽やかで清らかな香りの「清」の2種類の香りがある。使用している日本酒や酒粕は、和光市産ではないが埼玉県南部で唯一の造り酒屋である内木酒造のものを使用している。和光市との関わりとしては、昨年よりふるさと納税の返礼品として採用してもらっている他、熊野神社でのお祭りや市のイメージキャラクターわこうっちをパッケージに使用させてもらい子供たちに人気になっている。

<質疑応答>

- (池田委員) 現在の月の販売数はどれぐらいなのか。
- (申請者) ふるさと納税の返礼品になってから大々的に売り上げが伸びているということはないが、利用者や肌に悩みがある方などの口コミで少しずつ増えてきている。
- (池田委員) 無添加や天然成分を使うと仕方がないのだが、値段がやや高いと感じてしまうが、お祭りなどでの反応はどうか。
- (申請者) サンプルで持ってきたものはお試しサイズの小さいもので、泡立てネットとのセットで500円で販売している。80gの大きいものが2200円である。お祭りなどのイベントでは大きいものを一つ買うと小さいお試しを一つつけるとか、様々な販促品をつけて販売している。SNSなどのネット販売では年末などのキャンペーン期間は1500円で販売している。
- (森委員) 作るのに時間はどれくらいかかるのか。
- (申請者) 個人で娘のために手作りしていた時は、1日で作って固めるのに2～3週間かかった。個人で作った石鹸を販売するのは薬事法違反のため、九州の業者に依頼をして作っている。だいたい100個作るのに1ヶ月～1ヶ月半かかる。
- (政所委員) 80gの大きい石鹸のパッケージにもわこうっちが印刷されているのか。

(申請者) 大きい方のパッケージはお店のシンボルマークのフクロウが印刷されているが、わこうっちが欲しいと言われたら、プリントはできる。

(池田委員) パッケージの印刷はどのようにしているのか。

(申請者) 自宅のパソコンとプリンターで印刷している。プリンター対応のパッケージ用紙を使用している。

・ 11 : 05 ~ ③王様のマドレーヌ・フィナンシェ

<申請者より説明>

焼き菓子の王道であるマドレーヌとフィナンシェであるが、より良い材料と当店のシェフ・パティシエの培った確かな技術とで作り上げた製品である。定番商品ではあるが、他店とは違う味を追求していこうというのがコンセプトの一つである。使用している材料はもちろんのこと、バターの焦がし具合や菓子の焼き加減など製造技術にも拘っている。焼き上げた菓子をすぐに個別包装するため風味が落ちずに客まで届けられるように工夫している。賞味期限も安心安全を徹底しているため、本来は1か月間ぐらい日持ちがするが、美味しさの期限としてやや短めに3週間と設定している。通年商品として自信を持って出せる商品である。パッケージも洗礼された高級感を感じさせるゴールドを基調に王冠をあしらったデザインとなっており、全てにおいて王様の名に相応しいブランディングをしている。商品名の「王様」には、王様に献上されるような上質な極上などという意味を込めて名付けられている。アニバーサリーは早稲田、青山、札幌等に店舗があるが、この商品を置いているのは和光のみである。将来的には、和光市産の素材を使った商品を開発してこの「王様」シリーズのブランディングを展開していきたいと考えている。和光市でお店を開いてまだ2年と浅く、和光らしさという部分では弱い、市内の祭りには必ず参加して市民へのアピールをしている。また、市民向けのお菓子教室を開催したり、海外からの研修生を受け入れたり、和光市を中心にして海外へのアピールする活動もこれから大きく展開していきたいと考えている。

<質疑応答>

(梅沢委員) 和光らしさという部分が今一つ弱いと感じるのだが、これから何か考えているのか。

(申請者) 和光市に店を建てたときに、和光市の素材を使ってというのは考えていたことだが、今現在は和光ブランドのイチゴやジャムにもなっているブルーベリーなどの生の果実を使った生ケーキがほとんどで、素材をそのまま使っているだけでまだ自分たちの製品とは言い切れない部分がある。また、生の果実なので通年商品にはなりにくい。今後、和光ブランドのイチゴのパウダーなどが開発されたら、それを使った通年商品を作りたい。

(政所委員) 和光市で開業したきっかけは何だったのか。

(申請者) 元々オーナーの出身地である。オーナーが自分の生まれ育った和光市に恩返しをしたいという気持ちがすごくあり、それがきっかけである。また、これから和光市は開発が進み、さらに発展していくと思われ、その和光市と共に店も発展していこうという思いがある。

(郭委員長) 現在、この王様のシリーズは何種類あるのか。

(申請者) 今はまだこの2種類だけ。今後シリーズ展開して、和光市の定番の土産物として定着させたい。

<評価>

(集計・報告) 審査結果 (65点満点/合格基準点45点)

・①エポカル3WAY UV カット帽子: 審査平均点 56.6点《認定》

- ・②「佐介 sake」せっけん：審査平均点 50.1点《認定》
- ・③王様のマドレーヌ・フィナンシェ：審査平均点 54.3点《認定》

(審査結果の総括)

- ・完成度は高いのでどこに出しても問題はない。今後の和光市での広がり期待したい。
- ・地域ブランドを構築するときに、その地域産の原材料を使用した食品であったりとか、その地域に縁のあるものを作り上げるというのが通常の方法だと思うが、和光市の場合、豊かな暮らしとか健康な生活だとかになるんだというようなブランド構築の仕方もあるのではないかと思う。和光市はリクルートの住みたいまちランキングでもかなり上位にランクされているように、魅力的なまちとしての成長力がある。その観点からいうと、和光ブランドというのはけっして産地のものを使ったということではなくて、和光市発であるということは大事だが、暮らしの豊かさなどに貢献していくことに使命があるのではないか。
- ・和光市らしさという点で弱いと感じた。
- ・原材料や技術がすべて和光市産としてしまうと、現在認定している商品も危ない。和光ブランドは都会型の地域ブランドとして材料などは仕入れることも前提として和光産の材料にこだわるよりも、和光市で会社をやってきたとか和光市の市民向けにこれからやっていくとか、商品の持つストーリーが和光としてアピールできると思いき期待をしている。
- ・女性ならではの商品であるとか、母親の愛情から生まれたとか、その立場でないと思いつかない商品であることが素晴らしい。
- ・まだ売り上げでは都内の専門店には及ばないと思うが、オリジナルで続けていって欲しい。
- ・人と人の繋がり的な部分で、和光ブランドとしてアナログ的に広がっていけるといい。
- ・将来の成長に期待する。
- ・安全で美味しい、それが一番だと思う。
- ・卵でも牛乳でも日本産の製菓材料は現在世界での評価がすごく高い。埼玉県だけでみても卵などの素材のレベルは物凄く高い。和光市産だけでは難しいだろうが、できれば埼玉県及び近県の使用してもらいたい。

(4) その他

- (事務局) 和光ブランドの認定対象の拡充について、ご意見いただきたい。現在、認定について市内の商品等に限定されている。和光市が誇る文化、伝統、歴史等地域資源を和光ブランドとして認定の対象として犯意を拡大できないか。
- (郭委員長) 製品、商品だけでなく、文化、歴史、伝統、自然だとかをブランドの対象とできないかという提案であるが、何か意見はあるか。
- (梅沢委員) 大賛成。以前、理研の研究者とも和光ブランドについて話したことがあり、好感触であった。元素を発見した研究者も、ブランドとして認定したらどうかと話していた。パンフレットなどで和光市を詳細する際、物品だけでなく和光市がどういった市なのかがすぐ分かるものが必要だと思う。
- (関谷委員) まずは和光市の魅力を市民に広めて、住んでいる人が誇りに思えるものがあることが有意義だと思う。それが外に発信されて、市外の人からも魅力に感じてもらえる様々な和光市の価値を認定していくことが大事でないかと思う。
- (梅沢委員) 何かの機会に市民にアンケートを募るのはどうか。

- (関谷委員) 市民のおススメとかいいと思う。市民からの推薦で。
- (池田委員) 今後、国際的にみて、農作物、農業は重要な位置を占めてくると思う。なので、そこはどんどん進めていくべきだと思う。
- (政所委員) 分野を分けたほうがいいと思う。元々の産業振興の観点からのものと、観光やシティ・プロモーション的なものとは分けて考えないといけない。例えば、理研の研究では遺伝子や原子の操作を行っており、遺伝子組み換え食品は使用しているとして製造している市内の事業者と相容れない部分も出てくる懸念がある。科学的な研究と、食の安心・安全とは別のものであるので、きちんとした線引きが必要になってくると思う。また、市民が誇りに思う風景や文化、企業・機関などと、この委員会で審査認定している個々の事業者が製造販売している営利目的とした産業振興の事業を一緒に考えていいのか議論が必要。そこを問題提起したい。
- (郭委員長) 今日は事務局からの提案ということで、今後和光ブランドの対象を広げることについては継続協議とし、今日の意見を基に事務局からまた改めて提案をしてもらいたい。