

第1回和光ブランド認定推進委員会

日時 令和2年8月31日（月）10:00～

場所 和光市役所 602会議室

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 松成 紀公子（株式会社ピーカブー 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（㈱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）

5号委員 本橋 雅人（㈱アニバーサリー 代表取締役）

6号委員 梅沢 直（公募）

事務局

市民環境部産業支援課長 細野 文裕

産業支援課課長補佐兼産業育成支援担当統括主査 田中 聡

産業支援課産業育成支援担当 原口 真由美

産業支援課産業育成支援担当 磯田 紋

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
 - ・ 10:20～ 光英科学研究所 ビファイン
 - (4) その他
7. 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

・10:20～ ビファイン(ソフトカプセル150粒入り)

<申請者より説明>

光栄科学研究所は平成6年に和光市新倉で法人化し、現在までで27年経った。乳酸菌といえばヨーグルトやヤクルトなどが思いつくが、実は戦前・戦中から乳酸菌やビフィズス菌が健康食品として取り入れられていた。当社は「乳酸菌生産物質」を発明した正垣一義氏の遺志を受け継いで、乳酸菌によって人々の健康を守りたいという考えから研究を続け、商品化に至っている。

そもそも「乳酸菌生産物質」の乳酸菌とは、小さい微生物で、ヨーグルトや乳酸菌飲料にも入っているほか、パンや漬物の発酵にも使われている。漬物は乳酸菌が入ると酸っぱく、長持ちするようになる。パンは酵母菌と乳酸菌が合わさることで、かぐわしい香りが出る。当社は乳酸菌そのものを商品にするというよりは、乳酸菌が発酵したものを商品にした。

乳酸菌が発酵するということが、どこで発酵するかが大切。乳酸菌生産物質ができるまでの順序は、大豆を液体化(豆乳に)する、豆乳を滅菌する、滅菌した豆乳に16種類ほどビフィズス菌や乳酸菌を加える、37度で発酵させるという順番。この豆乳の発酵したものはそのままでは飲みにくい、扱いが難しいことから、カプセルにした。

ビファインの効能は、アンケート調査のとおり。お腹の調子が良くなった、肌がきれいになったとの声あり。ビファインを試した後の便の調子を聞くと、硬い便や柔らかい便だったと答えた人が、普通の便に近づき、改善されたとのことだった。お手洗いにいくのは毎日のことで、排便がよくなることは、私たちの毎日の健康としても大事。ビファインで手助けしていければと思う。

<質疑応答>

(梅沢委員) 植物性の発酵食品が腸内フローラにとって良いのは分かった。だが、この食品だけ摂っていればよいということはないはず。食物との食べ合わせのヒントを教えてください。

(申請者) 私どもはメーカーとしてものづくりをやってきたが、ユーザーは健康を一番に望んでいる。そこで、HPやSNSで「腸活レシピ」を併せて提案している。ビファインを取り入れる際の一つの提案になればと思う。

(安田委員) 健康というのは大事なテーマ。ビファインは良い商品だと思う。食品に取り入れたいのだが、豆乳に善玉菌加えたときの味はどうか。また、お菓子に入れて焼いたら栄養成分は失われるか。

(申請者) 豆乳が発酵したときの味はきな粉が酸っぱくなったような味。好みが分かれる。カプセルを嚙ん

で味見していただいてよいか（委員にカプセルが回される）。また、もともとカプセルに入れる前に加熱しているので、栄養成分は失われない。

（松成委員）今「腸活」が流行っている。良い題材だと思う。他社と自社の著しく違う点と、和光要素のある点、和光ブランドになったときにどうやってPRしていくかを教えてほしい。

（申請者）他社は生の乳酸菌そのものを食べましょうという健康法だが、ビファインは乳酸菌を発酵させたものという点が違う。ただ、どちらもお腹の調子を整える効能なので、その点は同じ。和光らしさの点では、当社は、27年目だが、もともと違う土地で家族経営をしていたが、しっかり研究したいということで、和光インキュベーションプラザに入居させていただいた。理化学研究所の先生と会話したり、和光市内のイベントに参加して、和光に愛着をもった。今後の展開は、先ほど食生活全体が大事というご意見があったが、お腹の健康だけでなく全身に目を向けたり、市内の方とSNSやイベント参加の中で健康のこと、乳酸菌のことでコミュニケーションをとり、交流を深めていければと思う。

（政所委員）特許について、具体的に何の特許か。また、販路について、ビファインは薬ではないので、どこでも販売できると思うが、具体的にどこで販売しているのか。

（申請者）特許は、製法特許を取得している。作り方が特殊。ただ成分の特許に比べると弱いと思う。販路について、ビファインという製品は光英化学では中身だけ作っている。製品のその他の部分についてはB to Bでメーカー等をお願いしている。自社では通信販売、SNSでの販売。今後は可能であれば、お店でお取り扱いしたい。

<評 価>

（集計・報告）審査結果（65点満点／合格基準点45点）

- ・ビファイン（ソフトカプセル150粒入り）：審査平均点 47.4点《認定》

（審査結果の総括）

- ・高評価を付けた理由は、今後の販路に期待しているのと、以前から地道に努力されている会社なんだということが分かったから。
- ・低評価の理由は、ブランドデザインを考えると、和光市由来としては現時点では弱いと思ったから。セミナーなど、目に見える形で活動をやっていることがわかるようにプレゼンテーションするとよりよいと思った。自分自身、健康というのは良いテーマだと思うが、ブランドとしての決め手という点で弱い。
- ・今後この製品を通して和光をPRしていったり、まずは市民に使ってもらうように働きかけてほしい。

（4）その他

（事務局）令和元年度の和光ブランドの活動の報告をさせていただく。令和元年8月3日に和光市役所市民広場・展示ホールにてオリンピック・パラリンピック100日前イベントに出店し、和光ブランド商品のPRをした。令和元年8月27日和光市役所内で和光ブランド認定会議を開催した。令和元年9月6日和光市駅南口広場で、商工会新商品展示即売会にて和光ブランド商品の販売をした。令和元年10月9日熊谷市熊谷ラグビー場にてラグビーワールドカップ2019熊谷会場おもてなしブースに出店をし、和光ブランド商品販売をした。このときの売り上げは61,056円だった。令和元年11月10日和光市役所にて和光市民まつりブースに出店し、和光ブランド

商品販売をした。このときの売り上げは84,500円だった。令和2年1月24日和光市役所で、テレビ埼玉「ご当地中継63」生放送にて和光ブランドを紹介した。令和2年3月1日和光市勤労青少年ホームにて、和光ブランド商品を使用した親子クッキング教室を開催予定だったが、新型コロナウイルス感染症流行により中止した。令和2年3月29日和光市内各所で、「ぶらり和光ブランド体験ツアー」で和光ブランドのミニ講座を開催予定だったが、新型コロナウイルス感染症流行により中止した。和光ブランドの年間売上（平成31年1月1日から令和元年12月31日）は、57,290,327円で、ブランドの認定数が減ったこともあり、昨年より全体的に売上が下がっているが、逆に売り上げが上がっている事業者もいる。

シビルマリッジについて、昨年募集したが応募者がいなかったため、今年度については開催をしなかった。

今回お配りした資料の中で、「和光おさんぽ Guide」という和光市内の観光パンフレットを入れているが、これは新座市、和光市がオリンピック・パラリンピック射撃会場となっており、来場者向けに作成したパンフレットである。この中に、和光ブランドの商品がいくつか紹介されている。10万部印刷し、オリンピック、パラリンピック開催期間中の来場客や期間前に市に訪れた人に配布する。また、オリンピックが開催されたら和光市PRブースが設置される予定。

（政所委員）このようなパンフレットは鮮度が大切。美容院のチラシなどを挟んでもらう代わりに店に置かせてもらい、鮮度がいいうちに捌くのがいいのでは。

（事務局）平成30年の8月の和光ブランド認定会議にて、和光ブランドの拡充という話があった。和光ブランドは平成23年の和光市産業振興計画から始まり、平成25年には4品目を認定し、今日に至る。平成30年8月の和光ブランド会議では事務局内で、今後の和光ブランドについてどういう認定基準でいくかという話が出た。歴史や地域性といった面で和光ブランドを認定していくのか、現在市で作成中の総合振興計画の中でも記載のある、「シビックプライド（市の誇り）」という視点から認定基準を考え、産業振振興的な面で製品・産業としての和光ブランドの認定をしていくかという課題だが、この2つの認定基準両方を満たす商品はなかなか難しい。まずは事務局で認定基準を考えて、書面会議等で委員の皆様にお伝えしたい。令和3年ごろにブランド拡充の話ができればと思う。