

「羽曳野ブランド認定要領第4条第1項に係る認定基準」

<基本コンセプト>

羽曳野ブランド化に関して、その目的及び趣旨を理解し、地域支援への積極的参加などをおして、地域の活性化に関わる意思が明確にある。

<商品コンセプト>

- 1)生産、製造等に関する農業、工業、生産者又は販売者の思い、着眼点、仕組みなどに、羽曳野地域の自然や文化、伝統、工芸を掘り起こし、守り育む意図や知恵と工夫がある。
- 2)羽曳野が連想される取り組みやエピソードがあり、特に古墳や羽曳野のPRにつながる物語性がある。
- 3)「こだわりづくり」の取り組みに何らかのアイデア、技術革新又は挑戦がある。
- 4)食品、加工品等の(工業製品を除く)商品の一部において羽曳野産の天然自然資源を取り入れたものであること。

<独自性>

- 1)他の地域で生産、製造される、又は他の事業者等が生産、製造する類似の商品との機能や特長(価値)等の面での差異性がある。
- 2)特に特許、実用新案、意匠登録、商標登録等の知的財産権の取得(出願中)がされていればより良いとする。
- 3)ユニークな取り組み、高級品・貴重品等としてのポジショニングなど、独自性・主体性が高い。

<安心、安全、信頼性>

品質を維持・向上するための卓越した生産、製造、管理等プロセスや技術的裏付けがある。また基準を持っている。公的な資格を持っている。

<市場性>

市場シェアが高く、ホームページ上での意見を基に消費者の認知度及び支持率が高いと考えられる。又は機能や特長(価値)等から高くなると予想される。

<将来性>

認定の対象となる商品に関して、積極的に事業展開を継続的に図るビジョンがある。羽曳野地域のイメージアップへの貢献が期待できる。

<その他>

商工会が認める商標・意匠等の各権利、及び特定の商品・サービス等を利用して拡大・成長・発展・貢献できる見込みのあるもの。