

野木ブランド認定審査基準

野木ブランド認定要綱第5条に規定する野木ブランドとして認定するための認定審査基準を、次のとおり定める。

野木らしさ

野木町の自然条件、歴史や伝統文化、技術、オリジナリティなど野木町のイメージに結び付くもの。

1. 対象となる商品

- (1) 一次産品、加工品、工芸品または町内産業の製品・技術等であって、原則として、野木町を含む栃木県内で生産・製造もしくは加工された商品または、町内の生産物を材料として製造もしくは加工している。
- (2) 認定申請のためだけに特別に加工、製造されたものでないこと。

2. 認定審査基準

【食品・一次産品】

(1) コンセプト

- ① 商品内容を効果的に表現した魅力的なネーミングである。
- ② 商品に込められたストーリー性がうまく表現されている。
- ③ 独自のアイデアが盛り込まれ、話題性等もあり、類似商品と比べても付加価値が高い。

(2) 味覚

- ① 美味しいと感じる。
- ② 独自の食感があり、舌触りが良い。
- ③ 香り、風味が商品とマッチしている。

(3) 地域性

- ① 野木町らしい商品で、町内外へのアピール度を有し、かつイメージ向上につながる商品である。

(4) 品質

- ① ばらつきが無く、安定した商品づくりをしている。

(5) 容量

- ① 製品一個、または全体の量が適切である。

(6) 価格

- ① 適正価格、あるいは類似商品と比べても納得できる価格設定である。

(7) デザイン

- ① 包装がその商品の特徴を表し、商品イメージの向上に役立っている。
- ② 商品ロゴが見やすく分かりやすい。

(8) 将来性

- ① 野木ブランドの普及、他の事業者への波及効果が期待でき、販路拡大が可能である。

【工業・工芸品】

(1) コンセプト

- ① 商品内容を効果的に表現した魅力的なネーミングである。
- ② 商品に込められたストーリー性がうまく表現されている。
- ③ 独自のアイデアが盛り込まれ、話題性等もあり、類似商品と比べても付加価値が高い。

(2) 機能性

- ① 使いやすい商品になっている。
- ② 商品の機能性・実用性を十分に発揮できている。
- ③ 類似商品と差別化できる。

(3) 地域性

- ① 野木町らしい商品で、町内外へのアピール度を有し、かつイメージ向上につながる商品である。

(4) 品質

- ① 品質にばらつきがなく安定している商品づくりをしている。

(5) 容量

- ① 製品一個、または全体の量が適切である。
- ② 法律等に基づき許可、認可、規制をクリアしている。
- ③ 法的規制はないが業界、組合、自社の基準をクリアしている。
- ④ 責任の所在が明らかである。

(6) 価格

- ① 商品価格が適正、又は他の商品と比較しても差別化が可能な価格設定である。

(7) デザイン

- ① 包装がその商品の長を表し、商品イメージの向上に役立っている。
- ② 商品ロゴが見やすく、わかりやすい。またリーフレット、説明書など商品説明が適切である。

(8) 将来性

- ① 野木ブランドの普及、他の事業者等への波及効果が期待でき、販路拡大が可能な商品である。

3. 審査方法

- (1) 野木ブランドの認定審査は、別紙に掲げる「野木ブランド認定評価シート」(別記様式1～4)により行い、野木ブランド審議委員(100点満点)及び町民モニター(100点満点)が評価した平均点に、それぞれ次項に定める係数を乗じ、その合計点が75点以上の商品を「野木ブランド候補品」とする。
- (2) 前項に定める係数は、それぞれ次のとおりとする。

- ・野木ブランド審議委員の平均点に乗ずる係数 0.8
- ・町民モニターの平均点に乗ずる係数 0.2

(3) 評価シート中、それぞれの評価欄の点数は、下記のとおりとする。

評価5	配分点の	100%
評価4	配分点の	80%
評価3	配分点の	60%
評価2	配分点の	40%
評価1	配分点の	20%
評価0	配分点の	0%

4 認定有効期間

有効期間は3年間とする。

附 則

この基準は、令和5年4月1日から施行する。