

熊野ブランド認定基準

項 目	認定基準
コンセプト	生産、製造等に関する事業者等の思い、着想、観点、システム等に、自然や伝統を守り育む意志や自然との共生、共存を図りながら自然の力を引き出す知恵、すなわち「自然を生かす技術」が脈づいている。
	熊野（市）が連想される取り組みやエピソードがあり、全国の人々の熊野（市）に対するイメージ、すなわち、自然、歴史、神秘性、癒し等に繋がる物語性がある。
	「本物づくり」の取り組みに何らかの技術革新や挑戦があり、実用化に至る実行力がある。
独自性 主体性	他の市町村で生産、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。
	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）や、ユニークな取り組み、高級品・貴重品としてのポジショニングなど、独自性・主体性が高い。
信頼性	品質の高さを維持・向上するための卓越した生産、製造等のプロセスや技術的裏付けがある。
	流通システムが明確で信頼性があり、取引実績などに品質の高さを保証する客観的な事実がある。
市場性	市場シェア、到達市場範囲等から市場性（消費者の認知度、支持率）が高いといえる、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	認定の対象となる製品に関する事業展開の中長期的なビジョンが明確で、かつ実現性が高く、「自然を生かす技術」を念頭においた取り組みが計画されている。
	事業者等の経験や実績、事業システム全体から判断して、将来全国の人々の熊野市に対するイメージの向上への貢献が期待できる。