

立山ブランド認定審査シート

視点	認定基準
(1)基本コンセプト	イ 年間100万人が訪れる立山黒部アルペンルート観光客をターゲットとする。 ロ 町の農産物・加工品を全国に広め、立山町のイメージアップを図る。 ハ 農産物生産者、加工品製造者との連携を図り、町全体の活性化につなげる。
(2)商品コンセプト	イ 立山町で生産された材料を主原料又は中心的な材料として加工し、製造された加工品 ロ 立山町で生産された農産物
(3)立山町らしさ (独自性)	イ 生産、製造等に立山町の土壌・水・気候条件・素材等の活用がなされている。 ロ 地域に根ざした伝統・歴史などストーリーがある。 ハ 立山町を連想させる取り組みやエピソードがある。 ニ 伝統的な技法・新しい技術が活用されている。 ホ 商品特性（品質、形状、味、色など）、製法、デザイン等特長がある。
(4)危機管理 (安心、安全、信頼性)	イ 生産・出荷、等級基準等の商品規格が統一されている。 ロ 安全品質管理を徹底する体制が整備され、消費者に対し保証できること。 (イ)責任所在が明確 (ロ)検査体制の確立 (ハ)環境に配慮した取組 (ニ)苦情・要望への対応体制整備 ハ 法令基準、製造基準、表示基準等を遵守していること。 (イ)食品衛生法 (ロ)計量法 (ハ)不当景品類及び不当表示防止法 (ニ)観光土産の表示に関する公正競争規約 等 ニ 他の特許品または登録品の模造品でないこと。 ホ 意匠権など他の権利を侵害していないこと。 ヘ 法令による許可または認可を必要とするものは、当該許可または認可を受けていること。
(5)市場性	イ 市場の拡大に向け、積極的に取り組んでいること。 ロ 製品の価値の向上に努めていること。 ハ 申請時において商品に1年以上の販売実績があり、一定の評価を受けていると認められること。
(6)将来性	イ 生産者等の意欲が強く、事業展開の継続性が認められる。 ロ 立山町のイメージアップに貢献するもの。