

平成22年度

「三重ブランド」認定申請募集

募集期間 平成22年7月21日(水)～8月31日(火)

三重県では、全国に通用する高い商品力があり、三重県のイメージアップにつながるような県産品と、その生産または製造にたずさわる事業者の方々を「三重ブランド」として認定し、広く全国にPRしています。



三重ブランド
認定品

人と自然の力。

海と大地と太陽と——
三重の自然は優しい「力」です。
その「力」を引き出すのは、
秀れた人の技。
出会いが奇跡を生みました。

◆申請資格

三重県内で生産または製造を行う事業者等(個人、法人、団体)で、原則として県内に主たる事業所を有する方々となります。

◆申請方法

三重ブランド認定要綱・三重ブランド認定基準を熟読の上、三重ブランド認定申請書に必要事項を記載のうえ、関係書類を添えて申請受付窓口まで郵送(当日消印有効)またはご持参(17:00までに)ください。

*応募様式など詳細については、「三重ブランド」のホームページ(<http://www.miebrand.jp/>)で確認・ダウンロードできます。

◆申請受付窓口

申請者の住所地を管轄する
県農林水産商工(農政/農林商工)環境事務所
農政・普及(農政・農村基盤)室 農政課で受け付けます。

◆審査方法

申請案件について、三重ブランド認定委員会が認定基準に基づき(1)コンセプト(2)独自性・主体性(3)信頼性(4)市場性(5)将来性の5つの観点から審査を行います。

- 1次審査(書類審査) 平成22年10月上旬予定
- 2次審査(プレゼンテーション審査) 平成22年11月上旬予定

◆認定

三重ブランド認定委員会による審査結果を受けて、三重県知事が認定します。

また、認定品及び認定事業者の方々については、三重県が広く全国にPRします。

◆注意事項

- 申請書類は、申請者には返却いたしません。
- 申請書類の内容については、当該審査以外に使用することはありませんが、特別なノウハウや営業上の秘密事項等については、法的保護を行うなど、申請者の責任で対応してください。

三重ブランドの
コアコンセプトである
「自然を生かす技術」とは

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を意味しています。

三重ブランド認定基準は、

- 【1】コンセプト
- 【2】独自性・主体性
- 【3】信頼性
- 【4】市場性
- 【5】将来性

詳しくは、裏面をご覧ください。

三重ブランド認定

平成21年度までに、
11品目31事業者が認定
されています。

真珠・松阪牛
伊勢えび・的矢かき
あわび・伊勢茶
ひじき・ひのき
南紀みかん
あのりふぐ・伊賀焼

三重県農水商工部 マーケティング室

◆お問い合わせ先

〒514-8570 三重県津市広明町13番地(県庁6階)

TEL:059-224-2391 / FAX:059-224-2558

三重ブランド5つの認定基準

コンセプト

- (1) 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。
- (2) 三重県が連想される取組みやエピソードがあり、全国の人々の三重県に対するイメージの向上につながる物語性がある。
- (3) 「本物づくり」の取組みに何らかの技術革新や挑戦があり、実用化に到る実行力がある。

独自性・主体性

- (1) 他の都道府県で生産、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) 全国的に優れた技術や方法、改良改善した独自の技術や方法で生産、製造を行うなど高級品・貴重品等としてのポジショニングのほか、ユニークな取組みを行っている。
- (3) 知的財産権の取得（出願）若しくは保護が図られている。

信頼性

- (1) 品質の高さを維持・向上するために生産、製造、流通、販売までの各過程における卓越した取組みや技術的裏付けがある。
- (2) 法令順守、衛生面、技能向上など従業員教育や消費者の信頼性を確保する取組みがある。
- (3) 品質の高さ等を保証する客観的な事実がある。

市場性

- (1) 安定的に供給でき、市場シェアが高い。若しくは県内外に販売拠点を有するなど、消費者が容易に入手することができる。
- (2) デザインやネーミング等に特徴又は優位性が認められ、若しくは差別化するなど工夫が認められる。
- (3) 消費者や取引先等に対して積極的に広報宣伝活動を行っている。

将来性

- (1) 認定の対象となる県産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」を念頭に置いた取組みが計画されている。
- (2) ブランド化への意欲があり、三重ブランドの普及、認知度向上、他の事業者等への波及効果が期待できる。
- (3) 商品を通じた事業展開において三重県のイメージアップにつながる計画や取組み又は企画の提案等がある。

