

大阪産(もん)名品認証基準

第1 趣旨

この基準は、大阪産(もん)名品認証制度実施要領（以下「実施要領」という。）第3条に規定する認証基準について定める。

第2 対象商品

大阪産(もん)名品として認証する加工食品は、実施要領第2条に規定する加工食品として知事が認める以下のものとする。

- (1) 製造開始から50年以上が経過しているなど、時代を超えて愛され続ける加工食品
- (2) (1)に準じる加工食品

第3 審査項目

大阪産(もん)名品の認証にあたって審査する項目は別表のとおりとする。

第4 審査方法

認証に係る審査は、次の方法で行う。

(1) 予備審査

申請者から提出された申請書類について、事務局は、申請者資格及び要件等に基づき予備審査を実施するものとする。

(2) 第一次審査（書面審査）

大阪産(もん)名品認証審査会委員（以下「委員」という。）は、申請者から提出された申請書類について認証基準の各項目に対して点数化し、一定点数以上のものを第二次審査に進めるものとする。

(3) 第二次審査（現物審査）

第二次審査は、商品の現物を確認し、合議制で行うものとする。委員は、第一次審査項目に加え現物確認した項目を点数化し、それを基に討議を行い、大阪産(もん)名品認証の適否について意見を取りまとめるものとする。

第5 費用負担

本認証基準に基づく審査に必要な申請及び現物審査に伴う現物の提供に要する経費は申請者の負担とする。なお、現物審査に用いた現物は返却しないものとする。

附則

- 1 この基準は、平成30年5月18日から施行する。
- 2 大阪産(もん)名品審査基準（平成22年8月3日施行）は廃止する。

附則

この基準は、令和4年3月18日から施行する。

附則

この基準は、令和8年3月6日から施行する。

(別表)

大阪産(もん)名品認証に係る審査項目

| 項目 | 内容 |
|-------|---|
| 伝統 | <ul style="list-style-type: none">○大阪における伝統を有するか・商品が製造開始から50年以上が経過又はこれに準じると見込まれるか・最低年限5年 |
| 大阪らしさ | <ul style="list-style-type: none">○大阪の地域性や歴史に関するエピソードがあるか(大阪ゆかりのストーリー・逸話、大阪への愛着など)・商品又は当該商品を含む品目の発祥又は製造方法等に大阪との関りがあるか・商品又は当該商品の製造方法等に大阪を連想させる取組みやエピソード、大阪ならではの歴史や文化等に根ざしたストーリー性があるか・地域特産品として認知されており、その認知度向上や府民への普及の取組みについて地域で積極的に貢献又は連携がなされているか○大阪の商品として広く認知されているか・お客様からのお声やインターネット上の口コミなどで「大阪の商品」として知られていることが確認できるか・地元の商工会議所や団体等から「大阪の商品」として認証や賞を受けているか○大阪の食の魅力発信につながると期待できるか・申請商品が過去にテレビや雑誌などメディアに「大阪のお土産」として取り上げられたことがあるか○大阪産(もん)を使用している又は主要な製造工程を大阪府内で行っているか・商品の特徴づける原材料として大阪産(もん)を使用しているか・主要な製造工程を大阪府内で行っているか |
| 独自性 | <ul style="list-style-type: none">○類似の商品と比べて独自性や優位性があるか・商品の特性(品質、味、形状、デザイン、ネーミングなど)において、他の事業者等が製造する類似の商品と比較して大きな優位性、差異性があるか・伝統的製造技術を生かしている若しくは技術の維持・継承に努めているか・知的財産権の取得(出願)若しくは保護が図られているか |
| 信頼性 | <ul style="list-style-type: none">○高い品質と安全性を確保する取組みがあるか・生産、製造、流通、販売までの各過程において、品質維持・向上のための優れた取組みや体制整備がなされているか・製造から販売まで一定の基準等を定めているか・HACCPに係る第三者認証や、衛生管理に係る表彰を受けているか○法令遵守及び顧客サービス体制が整備されているか・法令違反等の発生を防止する体制が整備されており、企業倫理が高いか・責任の所在が明確であり、社会的信用があるか・顧客からの苦情・要望等に対応する取組みがあるか・トレーサビリティ、情報公開など信頼性を確保する取組みがあるか |
| 市場性 | <ul style="list-style-type: none">○商品の売り上げ実績があるか・安定した売り上げ実績があるか・一定の支持を得ているか(取引先からの評価や推薦、メディアでの紹介記事、コンクール等への入賞実績等)○販売体制が整っているか・取扱事業者や自社店舗、通信販売など十分な販売チャンネルを有しているか・消費者が容易に入手できるか○インバウンド向けの取組みを行っているか・ホームページやパッケージ等を多言語化しているか、ハラル対応をしているか等 |

| 項目 | 内容 |
|------|--|
| 将来性 | <p>○大阪産(もん)名品の普及、認知度向上、他の事業者等への波及効果が期待できるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪産(もん)名品として PR していく意欲があり、大阪産(もん)名品の将来性に資すると考えられるか <p>○継続的な製造、販売が期待できるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドの維持や発展への考えがあり、取組の実施や事業計画があるか ・意欲や熱意を持って製造や販売等を行っており、今後の事業展開に期待できるか <p>○市場の拡大に向け、広報活動に積極的に取組んでいるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページや SNS を活用した広報活動など販売拡大のための活動を行っているか |
| SDGs | <p>○申請者において、SDGs の達成に向けた取組みを行っているか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・申請者が、SDGs（持続可能な開発目標）の 17 のゴールのいずれかの達成に向けた取組みを行っているか ・取組みの内容についてホームページ等で公表しているか <p>○申請商品の製造・販売等において、環境に配慮した取組みを行っているか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品の製造や販売等において、脱炭素、食品ロスの削減、脱プラスチックなど環境に配慮した取組みを行っている ・取組みの内容についてホームページ等で公表している |