

稚内ブランド認定基準

稚内ブランド認定要領（以下「要領」という。）第4条に規定する認定基準について、次のとおり定める。

【原材料】

●対象となる産品

稚内でしか生産（漁獲）されていないものや、稚内での生産量（漁獲量）が日本有数であるもの、または、他地域で生産（漁獲）されるものと比較して稚内ならではの特徴や優位性がある水産物及び農畜産物。

●認定基準

上記対象の産品であり、稚内を代表する原材料としてふさわしいか。

【加工品】

●対象となる産品

稚内ならではのもの、稚内らしいもの、稚内をイメージできる飲食料品で、下記の条件のどちらかを満たしているものとする。

- A. 主原料に稚内産もしくは北海道産の素材を使用し、生産・製造・販売に至るまでの間に市内事業者が深く関わっているもの
- B. 主原料が稚内産もしくは北海道産ではないが、かつて稚内産のものが相当のシェアを占めていたなどの歴史的背景があり、かつ、その加工について、原材料の仕入れから製品化までを一貫して稚内において行っているもの

●認定基準

（1）稚内らしさ

- ①稚内の気候風土や伝統的な製造技術を活用し、素材が生かされた商品であるか。
- ②稚内ならではの自然、歴史、伝統、文化等に根ざした物語性や話題性を有しているか。

（2）コンセプト・独自性

- ①コンセプトや原材料、製造工程に（従来品及び類似商品と比較して）こだわりがあり、特徴や優位性があるか。
- ②パッケージのサイズやデザイン性、魅力あるネーミング、レシピの提案等により、流通・販売段階での優位性の確保に努めているか。若しくは、他の類似加工品等と差別化するなどの工夫が認められるか。
- ③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）、又は他にないユニークな活動（各種グランプリ等への応募等）がされているか。

（3）安心・安全性

- ①関係法令（衛生面等）が遵守され、消費者から信頼を得る取り組みをしている。

- ②消費者からの苦情や要望、事故等に対する責任体制が確立されている。
- ③主原料が稚内産若しくは北海道産を使用している。また、それが明記されている。
- ④製造工程が品質の高さを維持できるシステムとなっている。
- ⑤食品品質表示がわかりやすく表記されている。

(4-1) 市場性 (※製造開始から1年以上が経過した加工品)

- ①市場へ継続的かつ安定した供給がされている。
(季節限定の産品は希少価値が高い物として考慮する)
- ②商品の積極的なPR・販売促進に向けた取り組みがされている。
- ③稚内ブランドへの意識が高く、販売促進等とともに稚内ブランドのPR活動がされている。
- ④原材料の仕入れから製造・流通までが明確になっている。

(4-2) 将来性 (※製造開始から1年未満の加工品)

- ①将来にわたり、継続的かつ安定した生産・供給が見込まれる。
(季節限定の産品は希少価値が高い物として考慮する)
- ②商品の積極的なPR・販売促進に向けた取り組みが見込まれる。
- ③稚内ブランドへの意識が高く、販売促進等とともに稚内ブランドのPR活動が見込まれる。
- ④原材料の仕入れから製造・流通までが明確になっている。

(5) 味・品質

- ①味が優れているか。(また食べてみたいと思えるか。)
- ②お土産として使いたい、又は勧めたいものであるか。