

志摩ブランド認定審査基準（加工品）

	審査項目	視点
1	志摩市らしさ (地域性)	(1) 志摩市の土壌、水、気候条件、原材料等を十分に活用して生産されているか。
		(2) 志摩市の自然、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	独自性	希少性を有しているか、また、類似品があっても、その特性（品質・味等）において、独自性や新規性が認められるか。
3	優位性	製造者の情報、魅力あるネーミング、パッケージデザイン、レシピの提案等により、流通・販売段階での PR を工夫しているか。
4	信頼性	(1) 生産工程管理、トレーサビリティ、クレーム処理体制が整っているか
		(2) 信頼性の裏づけとなる客観的な事実（受賞歴、認証等）があるか。
5	安全性	安全性の高い原材料を使用しているか（有機農産物・有機畜産物等）。また、環境に配慮した取り組みを行っているか（有機栽培・リサイクルの推進、廃棄物の適正処理・環境保全活動への取り組み等）。
6	市場性	(1) 販売実績があり、市場へ安定的な供給ができるか。
		(2) 市場動向に応じたマーケティング戦略（市場ニーズの把握・商品開発・販路開拓・価格設定・販売促進等）をもとに販売活動を行っているか。
7	将来性	将来にわたり、継続的かつ安定的な生産、販売やその拡大（後継者育成・技術継承・原材料の安定調達への取り組み等）を見込んだ事業計画を有しているか。

志摩ブランド認定審査基準（工芸品）

	審査項目	視点
1	志摩市らしさ (地域性)	(1) 志摩市の土壌、水、気候条件、原材料等を十分に活用して生産されているか。
		(2) 志摩市の自然、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	独自性	希少性を有しているか、また、類似品があっても、その特性（品質等）において、独自性や新規性が認められるか。
3	優位性	製造者の情報、魅力あるネーミング、パッケージデザイン等により、流通・販売段階での PR を工夫しているか。
4	信頼性	(1) 生産工程管理、トレーサビリティ、クレーム処理体制が整っているか
		(2) 信頼性の裏づけとなる客観的な事実（受賞歴等）があるか。
5	安全性	安全性の高い原材料を使用しているか。また、環境に配慮した取組みを行っているか（リサイクルの推進、廃棄物の適正処理・環境保全活動への取り組み等）。
6	市場性	(1) 販売実績があり、市場へ安定的な供給ができるか。
		(2) 市場動向に応じたマーケティング戦略（市場ニーズの把握・商品開発・販路開拓・価格設定・販売促進等）をもとに販売活動を行っているか。
7	将来性	将来にわたり、継続的かつ安定的な生産、販売やその拡大（後継者育成・技術継承・原材料の安定調達への取り組み等）を見込んだ事業計画を有しているか。

志摩ブランド認定審査基準（農産品）

	審査項目	視点
1	志摩市らしさ (地域性)	(1) 志摩市の土壌、水、気候条件等を十分に活用して栽培されているか。
		(2) 志摩市の自然、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	独自性	他の産地の農産品と比較して、独自の特徴や優れている部分があるか（栽培方法・品質・味等）。
3	優位性	生産者の情報、旬の時期、魅力あるネーミング、レシピの提案などにより、流通・販売段階でのPRを工夫しているか。
4	信頼性	(1) 生産工程管理（生産履歴の記帳等）、トレーサビリティ、クレーム処理体制が整っているか
		(2) 信頼性の裏づけとなる客観的な事実（受賞歴、認証等）があるか。
5	安全性	安全性のある肥料等により栽培を行っているか。また、環境に配慮した取組みを行っているか（有機栽培・リサイクルの推進、廃棄物の適正処理・環境保全活動への取り組み等）。
6	市場性	(1) 販売実績があり、市場へ安定的な供給ができるか。
		(2) 卸売市場への出荷だけでなく、独自の販売チャンネルを有しており、マーケティング戦略（市場ニーズの把握・栽培技術の研究・新たな販路開拓・価格設定・販売促進等）をもとに販売活動を行っているか。
7	将来性	将来にわたり、継続的かつ安定的な生産、販売や生産規模の拡大（後継者育成・技術継承・耕作放棄地の利用等）を見込んだ事業計画を有しているか。

志摩ブランド認定審査基準（畜産品）

	審査項目	視点
1	志摩市らしさ (地域性)	(1) 志摩市の土壌、水、飼料、気候条件等を十分に活用して肥育・飼育されているか。
		(2) 志摩市の自然、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	独自性	他の産地の畜産品と比較して、独自の特徴や優れている部分があるか（肥育・飼育方法、品質、味等）。また、志摩市での肥育期間が最長・最終であるか。
3	優位性	生産者の情報、魅力あるネーミング（商標登録の有無含む）、レシピの提案などにより、流通・販売段階でのPRを工夫しているか。
4	信頼性	(1) 生産工程管理（生産履歴の記帳等）、トレーサビリティ、クレーム処理体制が整っているか
		(2) 信頼性の裏づけとなる客観的な事実（受賞歴、認証等）があるか。
5	安全性	(1) 国が定める管理基準を順守しているか。また、安全性のある飼料等により肥育・飼育を行っているか。
		(2) 環境に配慮した取組みを行っているか（リサイクルの推進、廃棄物の適正処理・環境保全活動への取り組み等）。
6	市場性	(1) 販売実績があり、市場へ安定的な供給ができるか。
		(2) 卸売市場への出荷だけでなく、独自の販売チャンネルを有しており、マーケティング戦略（市場ニーズの把握、肥育・飼育技術の研究、新たな販路開拓、価格設定、販売促進等）をもとに販売活動を行っているか。
7	将来性	将来にわたり、継続的かつ安定的な生産、販売や生産規模の拡大（後継者育成、技術継承等）を見込んだ事業計画を有しているか。

志摩ブランド認定審査基準（水産品）

	審査項目	視点
1	志摩市らしさ (地域性)	(1) 志摩市の自然、気候条件等を十分に活用した漁業がされているか。
		(2) 志摩市の自然、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	独自性	他の水域で漁獲された、または、他の産地で養殖された水産品と比較して、独自の特徴や優れている部分があるか（漁法・養殖方法・品質・味等）。
3	優位性	漁業者の情報、旬の時期、魅力あるネーミング、レシピの提案などにより、流通・販売段階でのPRを工夫しているか。
4	信頼性	(1) 漁獲、水揚げ、流通など各段階における品質や衛生管理、養殖における生産工程管理（生産履歴の記帳等）、トレーサビリティ、クレーム処理体制が整っているか。
		(2) 信頼性の裏づけとなる客観的な事実（受賞歴、認証等）があるか。
5	安全性	水域の調査や水揚げ後の安全面調査などを行っているか。また、環境に配慮した取組みを行っているか（リサイクルの推進、廃棄物の適正処理・環境保全活動への取り組み等）。
6	市場性	(1) 販売実績があり、市場へ安定的な供給ができるか。
		(2) 卸売市場への出荷だけでなく、独自の販売チャンネルを有しており、マーケティング戦略（市場ニーズの把握・漁法や養殖技術の研究・新たな販路開拓・価格設定・販売促進等）をもとに販売活動を行っているか。
7	将来性	将来にわたり、継続的かつ安定的な生産、販売や生産規模の拡大（後継者育成・技術継承等）を見込んだ事業計画を有しているか。