

那須塩原ブランド認定実施要領

(趣旨)

第1条 この要領は、那須塩原ブランドの新規認定等の実施に関し必要な事項を定めるものとする。

(認定対象)

第2条 認定の対象とする品目は、市内で生産し、又は製造されている飲食物に限るものとする。

(認定申請)

第3条 那須塩原ブランドの認定を受けようとする者(以下「申請者」という。)は、那須塩原ブランド認定申請書(様式第1号)を市長に提出しなければならない。

(評価及び認定審査)

第4条 市長は、前条の申請があったときは、評価及び認定審査を行うものとする。

2 市長は、那須塩原ブランド認定検討委員会設置要領に規定する那須塩原ブランド認定検討委員会(以下「検討委員会」という。)に評価を依頼する。

3 検討委員会は、別表に掲げる評価項目に基づき評価を行い、その結果を那須塩原ブランド認定検討結果報告書(様式第2号)により市長に報告するものとする。

4 市長は、前項の規定による検討委員会の報告を基に認定審査を行う。

(認定基準)

第5条 申請品目の認定基準は、前条第3項の規定による報告に係る総合点数の平均値が7割以上であることとする。

2 前項の規定にかかわらず、総合点数の平均値が基準に満たない場合であっても、本市のイメージアップや他産業への高い波及効果又は強い熱意が認められる申請品目であると市長が認めたときは、この限りでない。

3 前2項の規定にかかわらず、6割に満たない大項目がある場合は、認定しない。

(結果通知)

第6条 市長は、那須塩原ブランド認定審査結果通知書(様式第3号)により、申請者に通知するものとする。

(認定有効期間)

第7条 ブランド認定の有効期間は、市が保有する那須塩原ブランドに係る商標権の存続期間とする。

2 前項に規定する有効期間内において、認定を受けた者(以下「認定事業者」という。)に係る認定を受けた品目の原材料、製造方法の変更その他の事由が生じた場合で

あって、当該事由が認定品の同一性に重大な影響を及ぼさないと認められるときは、認定を継続する。

(変更申請)

第8条 認定事業者は、前条第2項に規定する変更が生じ、又は生じる見込みがある場合には、速やかに那須塩原ブランド認定変更申請書(様式第4号)を市長に提出し、その承認を受けなければならない。

2 前項の規定による申請があった場合の審査の手續等については、第4条の規定を準用する。

(実績報告書提出)

第9条 認定事業者は、認定の効果、活用方法、販売実績等の状況について、毎年6月30日までに那須塩原ブランド活用実績報告書(様式第5号)を市長に提出しなければならない。

(認定取消)

第10条 市長は、認定を受けた品目又は認定事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、検討委員会の意見を聴いた上で、その認定を取り消すことができる。

- (1) 第8条第1項に規定する変更の申請を怠り、市からの催告に応じないとき。
- (2) 第9条に規定する実績報告書の提出を怠り、市からの催告に応じないとき。
- (3) 破産手続開始の決定を受けたとき、又は民事再生手続開始の申立てがなされたとき。
- (4) 不正の手段により認定を受けたことが判明したとき。
- (5) 法令違反、公序良俗に反する行為その他那須塩原ブランドの信用を著しく失墜させる行為があったと認められるとき。
- (6) その他市長が不適當と認めるとき。

2 市長は、前項の規定により認定を取り消したときは、那須塩原ブランド認定取消通知書(様式第6号)により、当該認定事業者に通知するものとする。

(その他)

第11条 この要領に定めるもののほか、認定の実施に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この要領は、令和8年8月3日から施行する。

(経過措置)

2 第2条の規定にかかわらず、那須塩原市農観商工連携推進協議会により現に那須塩原ブランドとしての認定を受けている品目については、なお従前の例による。

別表(第4条関係)

評価大項目	評価小項目	備考
那須塩原らしさ	(1)歴史・文化とのストーリー性及び落とし込み (2)原材料の地域性・地元資源の活用割合 (3)持続可能性(サステナブル)の実践 (4)地域貢献・地域イメージ向上	
独自性	(1)市場又は本市における新規性・先駆性 (2)製法・素材における明確な優位性 (3)市場展開・アプローチの独自性 (4)客観的根拠に基づく差別化	
信頼性	(1)衛生・品質管理体制の徹底 (2)情報公開の透明性 (3)トラブル対応体制の徹底 (4)地域社会・消費者からの信頼	
魅力度	(1)他者に薦めたくなる品質・満足度 (2)商品が持つ付加価値の表現(デザイン等) (3)本市における販売拠点・提供拠点の展開状況 (4)ファンづくりの取組・魅力発信	
熱意	(1)商品及び地域への愛着・誇り (2)今後の具体的な展開・改良計画 (3)ブランドロゴマーク活用計画 (4)市内他事業者との連携実績	