

# 認定チェックリスト

審査委員名: \_\_\_\_\_

製品名: \_\_\_\_\_

\*「認定基準」の項目は、申請書類の1～3の大項目に対応しています。

「ア」～「その他」の各観点の評価項目に、全委員が必ず1つは「○」をつけており、かつ「○」の数が平均70%以上で認定

## 1. 共通項目(評価必須項目)

認定基準	観点	評価項目	チェック	評価のポイント	確認資料
1. 共通項目	ア 安全性 ユーザビリティ	① ユーザー視点で、安全性および使いやすさを追求している。		○か×で評価	ア 安全性・ユーザビリティ
		② ユーザーの意見をフィードバックできる仕組みづくりを行うなど、ユーザーのニーズを把握するよう努めている。		○か×で評価	ア 安全性・ユーザビリティ
	イ 信頼性	③ 申請製品について、品質管理体制に関する認証を受けている、もしくは同等の取組みを行っている。		○か×で評価	イ 信頼性
		④ 申請製品について、事故やクレームが発生した場合の適切な手順が整備されている。		○か×で評価	イ 信頼性:『申請製品についての対応』
	ウ 販売可能性	⑤ 明確な販路をもっている、もしくは販路開拓の工夫をしている。		○か×で評価	ウ 販売可能性:『販売実績』『販売チャネル』『新たな販路開拓の取り組み』
		⑥ 申請製品のターゲット(ユーザー)が明確である。		○か×で評価	ウ 販売可能性:『ターゲットとする申請製品のユーザー』
	エ 東大阪ブランドとして認定する意義	⑦ 申請者は、地球環境配慮の製品づくりを目指している。		○か×で評価	エ ブランド認定する意義
		⑧ 申請製品が東大阪ブランド製品であることを積極的に発信している、もしくは発信する提案がされている。		○か×で評価	エ ブランド認定する意義
		⑨ 申請者は、社会貢献を意識した製品づくりに努め、地域に愛される企業を目指している。		○か×で評価	エ ブランド認定する意義
	その他	⑩ その他、東大阪ブランドとして不適当な要素がない。		○か×で評価	

## 2. プラスアルファ製品・オンリーワン製品

・点数の平均が60%以上で認定  
・ヒストリープラスは、全委員から○がつかないと不認定

(プラスアルファ・オンリーワン製品で申請時のみ評価必須項目) 5=とても良い、4=良い 3=標準的 2=やや不満 1=不満 0=悪い

認定基準	観点	評価項目	チェック	評価のポイント	確認資料
2. 認定の要素 【プラスアルファ・オンリーワン】	申請製品の特長	I デザイン・プラス 《卓越したデザインで新たな価値をユーザーに訴求できる製品》 ① 卓越したデザインで新たな価値をユーザーに訴求できる。(0～5で評価)		・優れた造形性があるか。 ・素材や加工に独自の表現手法が織り込まれているか。 ・ユーザビリティの向上が目指されているか。 ・新しい生活スタイルを提案するような、イノベティブ要素があるか。	
		II ファンクション・プラス 《東大阪らしい技術や斬新なアイデアに裏付けられた機能が加えられた製品》 ① 東大阪らしい技術や斬新なアイデアに裏付けられた機能が加えられている。(0～5で評価)		・ユニバーサルデザインの配慮がなされているか。 ・新しい生活スタイルに役立つ機能であるか。 ・社会ニーズに合致した機能であるか。	
		III エコロジー・プラス 《環境に配慮された、または環境負荷を減らすための製品》 ① 環境に配慮された、または環境負荷を減らすための製品である。(0～5で評価)		・エコの視点を取り入れられているか。 ・地球環境を意識した製品であるか。 ・ゼロ・エミッションを目指す視点が入っているか。 ・リサイクルの視点が入っているか。	
		IV パイオニア・プラス 《新たな市場を開拓していく(開拓してきた)チャレンジングな製品》 ① 新たな市場を開拓していく(開拓してきた)チャレンジングな製品である。(0～5で評価)		・どのような市場を開拓するのか具体的なビジョンがあるか。 ・社会ニーズを把握するための情報収集、調査が行われているか。	
		V ヒストリー・プラス 《東大阪市を代表するロングセラー製品》 ① 東大阪市で生まれた、初期生産時の機能と基本的な形状を引き継ぐ50年以上のロングセラー製品である。		○か×で評価	●申請製品の概要:『競合製品の有無』 2. 認定の要素 申請者からの添付書類

・オンリーワンも、「○」の数が平均60%以上で認定

まずプラスアルファで認定されることが条件

特長が唯一無二であり、オンリーワンの区分に該当すると思われる場合は、○をつけて下さい。

オンリーワン	オンリーワン製品 該当性	① I～Vの製品の特長により、他の追随を許さない製品である。			
--------	-----------------	--------------------------------	--	--	--

2-1. 情報発信力その他加点要素

○の総数÷委員数=1個以上で認定

(プラスアルファ・オンリーワン製品で申請時のみ評価必須。該当する項目に○をつけて下さい。)

認定基準	観点	評価項目	チェック	評価のポイント	確認資料
2-1. 情報発信力その他加点要素	情報発信力	① 東大阪市の特色を発信できる製品である。		・メイドイン東大阪である、東大阪市ならではの製品であるなど、東大阪市の特色を発信できるか。 ・東大阪のモノづくりに対する思いやこだわりが感じられるか。	●申請製品の概要:『製品のコンセプト・特長などのセールスポイント』『製品開発のきっかけ』 2認定の要素
		② 製品のネーミングやメディアへの露出など情報発信について工夫している。		・商品ネーミングや、キャッチコピー等が工夫されているか。 ・申請製品がすでにメディアに取り上げられているか。 ・申請製品に対して、展示会発表、デモンストレーションなど積極的な活動を行っているか。	2-1. 情報発信力その他加点要素
		③ コンセプトや開発ストーリー等に高い付加価値があったり、製品化の背景に情報価値が見られる。			●申請製品の概要:『製品のコンセプト・特長などのセールスポイント』『製品開発のきっかけ』 2認定の要素
		④ その他訴求力のある特長がある。(「高度な技術、職人技で製造している」「産学連携から誕生した製品」等)			2-1. 情報発信力その他加点要素:『その他の特長』
		⑤ 他の東大阪ブランド製品との相乗効果が見込まれる。			●申請製品の概要:『製品のコンセプト・特長などのセールスポイント』『製品開発のきっかけ』 2認定の要素
	その他の加点的要素	⑥ 海外への展開可能性がある。			●申請製品の概要:『製品のコンセプト・特長などのセールスポイント』 2-1情報発信力その他加点要素:『海外展開の有無』
		⑦ プレゼンテーションについて、分かりやすい表現など工夫が見られる。		パワーポイントを利用するなどの工夫	

3. ナンバーワン製品(ナンバーワン製品で申請時のみ評価必須項目)

審査委員全員がすべてに○をつければ認定

3認定の要素 ナンバーワン製品	販売状況	① トップシェアを占める分類範囲は妥当である。			3認定の要素:『ナンバーワン製品 申請製品が有する特長』
		② トップシェアを占める販売エリアの設定は妥当である。			3認定の要素:『ナンバーワン製品 申請製品が有する特長』
		③ トップシェアを占めることを客観的な資料により確認できる。			●申請製品の概要:『競合製品の有無』、申請者からの添付書類

審査員コメント欄: