

(提出書類2)

申請製品の概要等

※申請製品が複数の場合は、製品ごとに1部ずつご記入ください。

※本申請に係るその他説明資料等があれば、適宜添付してください。

●申請製品の概要

申請製品の名称	
製品のコンセプト・特長などのセールスポイント ※パンフレット、写真等を添付ください。	【400字以内でご記入ください】
応募の区分 <u>(申請できる区分の数は2つまででお願いします。複数で申請される場合は、優先順位を記入して下さい)</u>	<p>プラスアルファ</p> <p>デザイン・プラス ()</p> <p>ファンクション・プラス ()</p> <p>エコロジー・プラス ()</p> <p>パイオニア・プラス ()</p> <p>ヒストリー・プラス ()</p> <p>ナンバーワン ()</p> <p>⇒オンリーワン ()</p> <p>※プラスアルファの基準を満たす物の中でも、特長が唯一無二の物がオンリーワンという位置づけになります。その場合、プラスアルファの各区分に該当する () と、オンリーワンの () 両方に○をつけて下さい。</p>
製品開発のきっかけ (どのような市場ニーズや課題があって製品開発に至ったのか)	
競合製品の有無 (競合企業名、競合製品名等とともに、詳しく記述してください。)	※競合製品に関する資料があれば、添付ください。

最終製品・自社製品	<p>①製品は最終製品であり、自社製品として市場に供給されている。()</p> <p>②製品は最終製品であり、本申請に関する募集開始日から1年以内に自社製品として販売する予定である。()</p> <p>※該当項目に「○」を記入し、資料(写真・パンフレット等)を添付してください。</p> <p>※②を選択された場合は、プラスアルファのみ申請が可能です。</p>
販売開始時期	年 月頃
生産形態	<p>量産品()、ロット生産品()、 オーダーメイド品()、 その他() [具体的に:]</p> <p>※該当項目に「○」を記入</p>
申請製品に関する「企画・開発・製造」の所在地	<p>【企画・開発】 (自社) 市内: 市外:</p> <p>(協力・外注先(工場など)の名称・所在地) 市内: 市外:</p>
生産形態	<p>【製造】 (自社) 市内: 市外:</p> <p>(協力・外注先(工場など)の名称・所在地) 市内: 市外:</p>
販売価格(税抜)または販売希望価格(税抜)	
販売実績(年間や累計の売り上げ数量・金額など)	
製造物責任保険に加入している。	<p>はい いいえ</p> <p>※該当する方に○を付けてください</p>

性能試験の実施の有無	※有の場合は、その試験結果資料を添付ください。
第三者が認定する資格（特許・実用新案・意匠登録、グッドデザイン賞）など権利や受賞歴の有無	※認定書等のコピーを併せて添付ください。

1. 共通項目

ア 安全性・ユーザビリティ	ユーザー視点に立った安全性や使いやすさについての考え方及び具体的に配慮・工夫した点	
	ユーザーのニーズを把握するための具体的な取り組み。	
イ 信頼性	申請製品に関する品質管理体制に関する認証等の有無（ISO9001、JIS等） または上記以外の品質管理に関する取り組み	
	申請製品について事故やクレームがあった時の対応	
ウ 販売可能性	販売チャネル (どこで購入できますか)	
	新たな販路開拓の取り組み	
	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	地球環境配慮のための取り組み	
	東大阪ブランド製品であることをどのように発信しているか、もしくは今後どのように発信していきたいか	
	地域や社会への貢献に関する、製品開発における考え方やその他具体的な取り組み	

2 認定の要素【ナンバーワン製品】 《申請製品が有する特長》

※現在入手しうる最新の客観的な資料をお示しください。

<p>(指標) ※該当項目に「○」を記入 販売数量 ()、 販売額 ()、両方 ()</p> <p>(トップシェアを占める分類範囲) 〔具体的に： _____ 〕</p> <p>(販売エリア) ※該当項目に「○」を記入 世界 ()、日本全国 ()、 その他 () 〔具体的に： _____ 〕</p>
--

3-1 認定の要素【プラスアルファ製品・オンリーワン製品】 《申請製品が有する特長》

*以下は認定を希望する製品種別について、記載してください。

※ 該当するものに○をつけ、その区分になぜ該当し、その区分での認定を希望するのか具体的に記載してください。また、その根拠となる客観的な資料を添付して下さい。

(複数の場合は、書類冒頭「●申請製品の概要」で記載した希望順位と同じ数字を記載すること)

該当	特長	具体的な内容
	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》	
	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》	
	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》	
	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》	
	ヒストリー・プラス 《東大阪を代表するロングセラー製品》	

3-2 情報発信力その他の加点要素【プラスアルファ製品・オンリーワン製品】

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	
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はあるか	

<p>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。</p>	
<p>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）</p>	
<p>他の東大阪ブランド製品との相乗効果が見込まれるか</p>	
<p>海外展開の有無</p>	