



今年も全国から多数の優れた取組の応募があり、それぞれの地域の条件に合わせて取り組まれている様子がよくわかった。元々、地産地消は農村に自然発生的に生まれた。地場で作ったものを、直売所で地元の人を買ってもらおうという取組であり、これが第1段階の地産地消である。

それから、地域の実情やニーズに合わせて、地元の農林水産業、関係業者、学校、消費者が

力を合わせて地域に揺るぎのない農林水産業と食の産業と消費者との連携を構築してきている。これが第2段階の地産地消と考えている。大切なのは地場にしっかり根付いたものであること、つまり地域に内生自立し、産業連携するということである。

今年の審査では、特に地域密着度、あるいは地域波及性の高さ、そして持続性のある取組であるかといった点を重視した。また、地産地消は、元々、食料自給率を高めていこうという目的が背景にあるので、地場消費者が単に購買者であることから一歩踏み出して、地場の第1次産業を理解したり、体験したり、何らかの地場農林水産業支援になる活動をしているかという観点や、地産地消活動がきっかけとなって地場のマチやムラを元気にしているかどうかも大切にしながら選考した。かつての近江商人の商いの精神は『三方よし』と言われた。つまり、近江商人の売り方よし、買い方よし、そして地場の皆さんにもメリットがあるという『三方よし』観点で、選考した。

今回受賞された団体以外の応募団体の取組も素晴らしい事例ばかりでした。これからも、地産地消が地域に根付いて継続性をもって発展していくことを願っている。

言うまでもないが、これからの農林水産業には、第1に「技術革新」が重要である。環境に優しい技術革新、大事な資源を節約する技術革新、労働生産性



を高める技術革新が必要と考えている。第2は、「ビジネス革新」である。グローバルな時代であるが、地場の農林水産業を中心とする地域の関連産業が連携し、一体となって地域に根付き、

地域に自立する経済活動体の構築である。それぞれの地域で知恵を絞り、ビジネス連携体を構築してもらいたい。まさしく本日の受賞団体はそういう意味でのビジネス・モデルであると考えている。他の地域の皆さんには、地域再生の参考にしてもらいたい。

最後に「心の革新」を挙げておく。これまでの経済成長を追いかける観点だけでなく、高齢化社会・成熟社会を踏まえて、自分達のライフスタイルを見直し、どういった生き方をすればよいかといった点やどんなコミュニティでどんな生活スタイルを実現したらよいかなどを考えよう。そこに地産地消を位置づけたい。地産地消が 21 世紀の生き方に融合した文化として根付いていくことを期待したい。

本日の受賞者に、心よりお喜びを申し上げたい。

以 上