

1 1 . 平成 1 9 年度地産地消優良活動表彰要領

地産地消優良活動表彰選定及び表彰は次により行う。

1 表彰事業参加者の募集・推薦及び資格

募集・推薦は、地方農政局及び内閣府沖縄総合事務局（以下「地方農政局等」という。）並びに都道府県、市町村等の協力を得て行う。

表彰事業参加者は、地域で地産地消活動を行っている団体（法人、任意団体、N P O、地産地消の推進を行っている協議会等。）又は個人とする。

2 審 査

(1) 都道府県等からの推薦

都道府県及び都道府県を区域とする国の機関（以下「都道府県等」という。）は、当該都道府県内の地産地消活動を行っている団体等の中から、特に地域の個性を活かした創造的でかつ将来性があると認められるものを、市町村からの意見書を添えて地方農政局等に別記 1 「地産地消表彰事業参加者推薦調書」に記載し推薦するものとする。

北海道にあっては、直接財団法人日本特産農産物協会（以下「協会」という。）に推薦するものとする。

(2) 地方農政局等からの推薦

地方農政局等は、都道府県から推薦のあった団体等（北海道にあっては、市町村等から推薦のあった団体等）の中から、別記 2 「地産地消優良活動表彰審査基準」により、地方農政局等管内から 4 点以内を協会に推薦するものとする。

(3) 表彰審査会による審査

地産地消推進活動支援委員会は、地方農政局等から推薦のあった団体等の中から、別記 2 「地産地消優良活動表彰審査基準」による書類審査及び現地審査により、農林水産大臣賞、農林水産省関係局長賞等候補を選定し、表彰主催団体である全国地産地消推進協議会（以下「推進協議会」という。）に推薦する。

3 . 表彰選定の種類と点数

農林水産大臣賞候補	2 点以内
農林水産省関係局長賞候補	数点
特別賞候補	適宜

4 . 表彰式の開催等

協会は、推進協議会と連携し表彰式等を行う。

5 . その他

必要な事項については協会理事長が別に定めるものとする。

(別紙)

地産地消推進活動支援委員会委員

- 小泉 浩郎 (山崎農業研究所 事務局長)
- 斎尾 恭子 (愛国学園短期大学 講師)
- 牛島 正美 (全国町村会 経済農林部長)
- 後沢 昭範 ((社)農林水産先端技術産業振興センター 理事)
- 千原 信彦 (元日本農業新聞 論説委員)
- 二木 季男 (長野県・埼玉県農業大学校 非常勤講師)
- 山本 和子 (農業マーケティング研究所 所長)
- 吉田 正一 (JA甘楽富岡 車両施設事業本部次長)

	中心として取り組んでいる活動	関連する活動
活動の内容及び効果	今まで取り組んできた内容及び効果について簡潔に記載	

(注) 活動を表現する写真を2枚程度添付すること。

【参考資料】

[都道府県名：]

1. 地産地消活動主体の概要

(1) 名称

(2) 代表者氏名

(3) 所在地

(4) 活動参加者

生産者 名 消費者 名 その他 () 名

(5) 活動参加者の年齢 20歳代 名 30歳代 名 40歳代 名 50歳代 名
60歳代 名 70歳代以上 名

(6) 過去5年間の地産地消活動実績

	主な農産物等の種類	取扱量	取扱額 (千円)	施設の場合の利用人口 (入込客)
平成14年				
平成15年				
平成16年				
平成17年				
平成18年				

(注) 取組の内容により、必要に応じて記入して下さい。また、5年以内に活動を行った場合は、その年度より記入下さい。

2. 活動地域の概要

(1) 地域の概要 (位置関係)

地区は、 県 町の 部に位置し、面積は、 km²、主要な都市である 市まで km、経済圏は である。人口は、 人(年)で、高齢者率は %、就業人口率は %である。主な産業は、農業で農産物は である。地区の特徴は、・・・・・・。

ア 地区の人口等

総人口（人）		年齢構成（％）			産業別人口比率（％）			
		20歳 ～39歳	40歳 ～64歳	65歳以 上	第1次	うち農業	第2次	第3次
男								
女								
計								

イ 市町村面積・地域の面積

市町村面積	活動地域の面積	農地面積		
		田 ha	畑 ha	その他 ha
km ²	km ²			

3. 地産地消活動の経緯

(1) 活動の動機・背景

(2) 活動内容の経緯・発展過程

（地産地消活動を推進する組織への発展過程や合意形成など苦労した点等も記載）

4. 活動内容

(1) 活動の理念（メインテーマ、目標）

(2) 活動の内容

（例）

- ・地域農業の振興への貢献
- ・農産物の有効利用
- ・自治体等との協力関係
- ・環境保全、資源循環への寄与
- ・持続性
- ・「顔が見え、話ができる」取組
- ・地場農産物の理解の促進
- ・消費者ニーズにあった地場農産物の生産
- ・地域特産物の生産・加工技術等の伝承・普及等の取組等を具体的に記載

5 . 活動の成果

(理念に対する成果、活動目標の達成度、指導者のリーダーシップ、地域からの支持、関係者の活動への主体的参加等を記載)

6 . 将来への抱負

7 . 推薦の理由

(審査基準項目に従い理由を記載)

【添付資料】

市町村等の意見

市町村

(当該団体等に対する評価、期待等について400字程度以内に記載する。)

【別記2】

地産地消優良活動表彰審査基準

1 部門、取組形態、審査基準項目

部門	取組形態	審査基準項目
地域振興部門	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者が中心となった地場農産物の生産拡大のための支援 ・直売所等での生産者による地場農産物の直接販売 ・地場農産物の給食（学校、福祉施設、病院等）への供給 ・観光施設、地域内レストラン等への地場農産物の利用促進 ・食品産業等との契約栽培による地場農産物の供給拡大 ・量販店を利用した地場農産物の販売 ・地産地消に取り組む後継者等の人材の養成 ・加工施設を利用した地場農産物の有効利用 ・地場農産物の生産・加工技術等の伝承・普及を通じた地産地消に取り組む人材の養成 ・消費者との価値の共有を踏まえた新しい価値の創造への取組 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域農業の振興への貢献 ・農産物の有効利用 ・自治体等との協力関係 ・環境保全、資源循環への寄与 ・知的財産の創造、保護、活用 ・持続性 ・創造への取組
交流促進部門	<ul style="list-style-type: none"> ・直売所等での生産者と消費者の「顔が見え、話ができる」交流 ・地場農産物オーナー制度による生産者と消費者の交流 ・地場農産物の普及啓発イベント等による生産者と消費者の交流 ・地産地消の情報の提供による消費者と生産者の交流拡大 ・消費者による地場農産物の消費拡大を図るための交流 ・地場農産物を使った料理教室、料理コンクール ・地場農産物を使った郷土料理の紹介 ・消費者に地場農産物の安心・安全を与える取組 ・消費者との価値の共有を踏まえた新しい価値の創造への取組 	<ul style="list-style-type: none"> ・「顔が見え、話ができる」取組 ・地場農産物の理解の促進 ・消費者ニーズにあった地場農産物の生産 ・知的財産の創造、保護、活用 ・持続性 ・創造への取組

2 審査基準項目、審査基準細則

審査基準項目	審査基準細則
地域農業の振興への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・地場農産物の生産が増加している。 ・地場特産物等の生産・加工技術等の伝承・普及が行われている。 ・地域農業振興に役立つ関連産業が拡大している。 ・農業所得の向上や地域の活性化が図られている。 ・消費者、若者等への食農教育が進んでいる。 ・農業の担い手が育成されている。 ・遊休農地の活用が進んでいる。 等
農産物の有効利用	<ul style="list-style-type: none"> ・規格外品等が有効に利用されている。 ・地場農産物の付加価値が高まっている。 等
自治体等との協力関係	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村の作成した、地産地消推進計画に整合している。 ・他の団体との協力関係がある。 等
環境保全、資源循環への寄与	<ul style="list-style-type: none"> ・輸送エネルギーや包装資材等の節約ができ、環境負荷が小さくなっている ・環境保全、地域循環システムが活かされ、資源が十分に利用されている。 ・エコファーマーの認定が行われ、認定者が拡大している。 ・特別栽培・有機栽培農産物の生産・販売が進んでいる。 等
知的財産の創造、保護、活用	<ul style="list-style-type: none"> ・特許を取得し活用している。 ・品種登録し、活用している。 ・地域商標を取得し活用している。 等
「顔が見え、話ができる」取組	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者が生産者や産地のイメージができています。 ・生産者が消費者の状態がイメージできています。 ・直接会話ができています。 等
地場農産物の理解の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・旬が理解されている。 ・生産方法が理解されている。 ・品質が理解されている。 ・調理方法が理解されている。 等
消費者ニーズにあった地場農産物の生産	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ニーズが反映された地場農産物の利用が進んでいる。 ・消費者ニーズにあった地場農産物への変更がなされた又は出荷形態に変更されている。 等
創造への取組	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい食や農に対するライフスタイルやビジネスの形成に向けた斬新性・独創性・新規性のある取り組みがされている。 等
持続性	<ul style="list-style-type: none"> ・組織運営体制づくりが行われている。 ・地域の特性と諸条件にあった取組であり、相当期間継続している。 ・地産地消に取組む人材を養成している。 ・地場特産物等の生産・加工技術等の伝承・普及のための指導者がいる。(地域特産物マイスター等)

- ・リピータが多い。
- ・後継者、新規参加者が多い。
- ・予算計画が確立している。等